



## ATELIER INTERACTIF SLOW TOURISME - RESTITUTION DES ÉCHANGES

**Quelles sont les alternatives qui offrent des opportunités pour commercialiser autrement des offres et capter de nouvelles clientèles ?**

### • Animation

- Guillaume CROMER Directeur du cabinet [ID Tourism](#) spécialisé en ingénierie touristique et écotourisme

### • Animation

- Michèle POURCHER, Chargée de mission de l'association [Esprit Nattitude](#)
- Thibaut LABEY, directeur de [Chilowé](#), dénicheur de microaventures

## OUVERTURE



**Guillaume CROMER – ID Tourisme (GC) :** *merci de présenter vos structures*

**Thibaut LABEY – Chilowé (TL) :** l'entreprise a deux ans d'existence. Elle propose des micro-aventures à sa communauté, qui compte 30 000 personnes. Il s'agit de courts séjours qui ont lieu en pleine nature.

La notion « d'aventure » est souvent associée à des périples situés à l'autre bout du monde. Chilowé veut démontrer que l'on peut très facilement accéder à la nature tout en appliquant une vraie démarche et un questionnement liés au respect de l'environnement, des populations... : consommer local, vivre avec sobriété, voyager différemment... Le guide de micro-aventures suggèrent des destinations accessibles en train et en vélo par exemple.

Les micro-aventures parlent toujours d'une histoire vraie puisqu'elles reposent sur du vécu autour d'activités ; elles sont racontées sur le ton de l'humour. Elles sont détaillées sur le site [www.chilowe.com](http://www.chilowe.com), et sont réparties dans toutes les régions de France. La sélection se fait sur des critères de qualité.

→ Cf. complément diaporama

**Michèle POURCHER – Nattitude (MP) :** il s'agit d'un réseau d'hébergeurs né il y a 10 ans, sous l'égide du Comité régional du tourisme d'Auvergne (CRT), pour répondre à la difficulté de faire venir du monde. Il compte aujourd'hui une centaine d'adhérents.

Le nouveau CRT qui résulte de la fusion des régions Auvergne – Rhône-Alpes (AURA) l'a rendu autonome. Il reste par-contre propriétaire de la marque et l'accompagne en matière de promotion. L'association souhaite se déployer à l'échelle AURA. À ce titre, un travail est en cours dans la Loire et le Rhône.

Le réseau repose sur des valeurs telles que l'authenticité, le reflet d'un territoire...

→ Cf. complément diaporama



**GC :** *Qu'est-ce que l'on gagne à rejoindre Nattitude ?*

**MP :** Nattitude propose avant tout d'adhérer à un état d'esprit (cf. diaporama)

Nous accompagnons les nouveaux membres à intégrer le réseau en compagnie d'un partenaire local (un représentant de l'OT par exemple), une démarche qui passe notamment par la mise en place d'actions correctives.



**GC :** *Nattitude et Chilowé reposent sur des activités/prestations de professionnels. Comment joue la notion de réseau, de renvoi vers d'autres prestataires qui seraient complémentaires ?*

**TL :** en s'appuyant sur la notion de valeurs partagées. Il s'agit de recommander aux clients des professionnels qui partagent un même état d'esprit.



**GC :** *Est-ce que cela signifie un retour vers de réseaux plus « made in France », face par exemple à Airbnb qui drainent des millions d'offres et de clients ?*

**TL :** la volonté de Chilowé consiste à promouvoir des produits dont la qualité est irréprochable pour garder la confiance de sa communauté. De ce fait les micro-aventures sont testées, il y a un vrai travail en B2B.

## ÉCHANGES AVEC LA SALLE



**→ :** **Quelle est la différence entre Nattitude et Gîtes de France ?**

**MP :** les valeurs du réseau, ce qui paraît subjectif : tout le monde n'est pas éligible s'il ne les incarne pas.

D'autre part, tous les types d'hébergements sont acceptés, d'un extrême à l'autre : le camping avec beaucoup d'emplacements, la structure qui possède juste une chambre d'hôte, des hôtels, des gîtes...

Nattitude fait également figure de marque ombrelle : parmi ces hébergements, certains sont labellisés par ailleurs.



**→ :** **Comment Chilowé protège les coins secrets que les membres de sa communauté ne souhaitent pas divulguer ?**

**TL :** nous n'avons pas encore établi de processus décisionnel à ce sujet. La personne qui présente une micro-aventure choisit les adresses qu'elle souhaite partager ou pas, ce qui induit une vigilance de notre part. Quoi qu'il en soit, beaucoup cela laisse beaucoup d'endroits à découvrir.



**→ :** **Comment Chillowé finance son travail ?**

**TL :** l'activité de création du guide de micro-aventures n'est pas notre seule activité. Nous proposons également de la formation. Progressivement, notre notoriété amène des acteurs du tourisme à nous solliciter pour des interventions sur leurs territoires.



**→ :** **Nattitude est une démarche parmi tant d'autre, il devient difficile de travailler avec tout le monde. Comment arriver à travailler sans trop segmenter sa clientèle ? D'autre part, il y a un enjeu fort sur la mobilité : comment faire pour que le voyage contribue déjà aux vacances ?**

**Intervention de la salle :** Nattitude répond à un segment de clientèle très précis à la recherche de qualité, de nature. Avant, il y avait peu de réseaux. Peu importe qu'il y ait cette diversité aujourd'hui, il faut apprendre à travailler avec.

**GC** : la mobilité est une question importante. Les personnes devront pouvoir rester libres sur les territoires sans avoir à se déplacer en utilisant leur voiture.

**TL** : mettre en avant les gares le plus proches en associant un trajet en vélo.

**Intervention de la salle** : au sujet de la mobilité, il faudrait établir une coopération entre Lyon et le Rhône. Concernant Chilowé : quand avez-vous prévu de venir dans le Rhône pour créer votre guide ?

**TL** : c'est en cours, mais cela prend plus de temps que prévu.



**GC** : *comment anime-t-on sa communauté pour créer une adhésion à ses valeurs ?*

**MP** : il est nécessaire de s'entourer de professionnels de la communication, il n'est pas possible de tout faire faute de temps et d'expertise.

**TL** : il est important d'écouter et de comprendre le gens, de se mettre à leur place.

## CLÔTURE DE L'ATELIER