



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, 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

T 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.

T 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.

T 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

T → : **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.

T → : **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.

T → : **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.

T → : **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