




Comité DE
PILOTAGE

GR®5 Alpes

26 mai 2015

Ordre du jour

- **Actualités GTA - Move Your Alps**
- **Bilan du GR®5 Alpes**
- **Actualités du GR®5 Alpes**
- **Résultats de l'enquête clientèles et hébergeurs 2014**
- **Pistes de réflexion pour 2016**



Actualités GTA — MOVE YOUR ALPS

Actualités gta – MOVE YOUR ALPS

- Le contrat de destination [« Voyage dans les Alpes »](#)
- Réseau de la grande itinérance
- Workshop « vélo électrique » le 5 juin, Les [P'tites Routes du Soleil](#)
- Des projets de diversification
- De nouveaux partenariats
- La naissance du blog [Oh My Alps !](#)

BILAN SUR LE GR®5 ALPES

GR5



Bilan GR®5 EN 2014

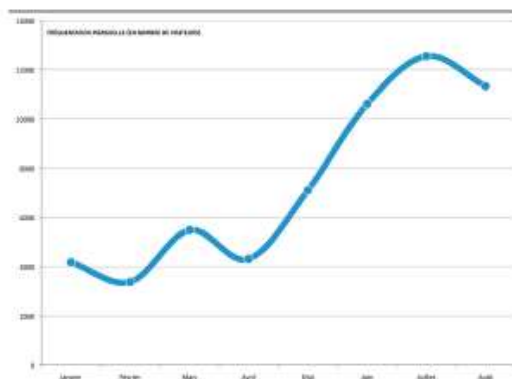
- 273 adhérents et partenaires
- 59 offices de tourisme partenaires
- 132 hébergements membres
- [18 idées séjours](#)
- Plus de 54 000 visiteurs sur le site web
- 690 fans Facebook

Bilan GR®5 EN 2014

SITE INTERNET TRAVERSÉE DES ALPES PAR LE GR5

Analyse avancée du comportement des visiteurs en 2014

• Saisonnalité de la fréquentation



• Origine des visiteurs



54 392 VISITEURS



278 234 PAGES/VUES
soit 5,12 pages / visiteur

HOMEPAGE GR5
55 611 vues

DONNÉES « ITINÉRAIRE »
161 582 pages vues

INFOS PRATIQUES
41 568 pages vues

20%

58%

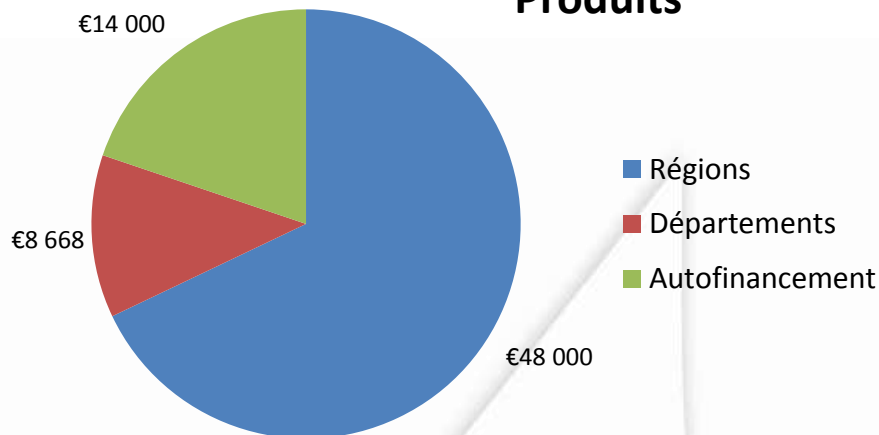
7%

15%

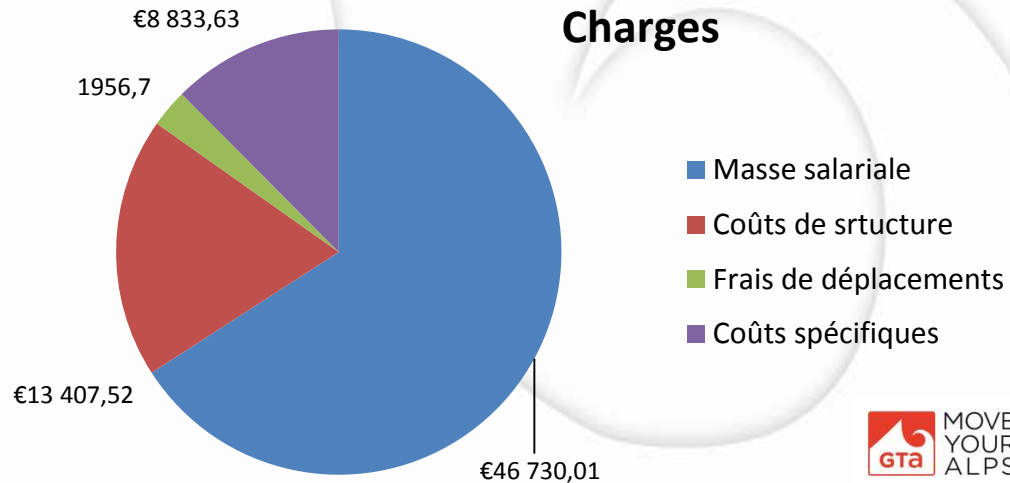
IDÉES SÉJOURS
19 153 pages vues

Bilan 2014 : 70 668€

Produits



Charges



ACTUALITÉS SUR LE GR®5 ALPES

GR5



Actualités GR®5 ALPES

- **Optimisation du site web**
 - > Module carnet de route, étapes à la carte, visuels, slogans, etc.
- **Mise en œuvre de la stratégie de scénarisation**
 - > réseaux sociaux, blog, tutoriels
- **Participation à des reportages TV**
 - > Des Racines et des Ailes : tournage cet été
 - > France 3 Alpes : tournage et diffusion en juillet

Actualités GR®5 ALPES

- **3 TO conventionnés**
 - > 14 produits commercialisés sur le GR5
- **Ultraskyrace**
 - > tentative de record sur le GR5 par Pascal Blanc à suivre à partir du 27 juillet
- **Etude de fréquentation**
 - > Reconduction du dispositif sur la saison 2015

A wide-angle photograph of a mountain landscape. In the foreground, two hikers with large backpacks are walking on a grassy slope. The middle ground shows a valley with scattered evergreen trees. In the background, several jagged, rocky mountain peaks rise against a clear blue sky. The overall scene is bright and clear, suggesting a sunny day.

Etude de fréquentation GR®5 Alpes

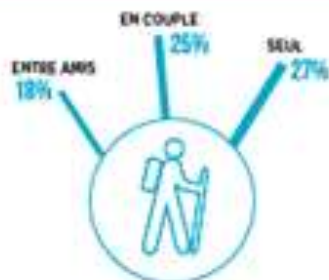
SI LE GR®5 M'ÉTAIT... COMPTÉ !



LES CHIFFRES CLÉS DU GR®5-ALPES

Que se cache-t-il derrière l'un des itinéraires de randonnée les plus mythiques de France ? Clientèles, fréquentation saisonnière et hébergements, plonger de près dans un univers en perpétuelle évolution...

1. QUELLES CLIENTÈLES ?



DES JEUNES QUI S'Y METTENT !



70% DE CLIENTÈLE INTERNATIONALE



QUE RECHERCHENT-ILS ?



1 LE CONTACT
AVEC LA NATURE



2 DU BIEN ÊTRE
PHYSIQUE ET MENTAL



3 DE L'ÉLEVATION



GR®5 ALPES

2. AU FIL DU VOYAGE



34% des randonneurs réalisent l'itinéraire en une seule fois
66% poursuivent l'itinéraire en ligne en plusieurs tronçons de 7 à 15 jours.

L'itinéraire attire aussi des randonneurs pour des durées plus courtes
27% font de longs week-ends et 21% restent de 3 à 7 jours.

60% des randonneurs partent en juillet-août.

* Moyenne par personne

3. LES HÉBERGEMENTS SUR LE GR-5



Taux de satisfaction



Les randonneurs choisissent les types d'hébergements suivant leurs possibilités et besoins.

Pour réaliser cette étude, le GTA s'est appuyé sur :
- Une enquête par questionnaire auprès des participants (343 réponses) menée en ligne de mai à décembre 2014 sur le site GTA et FFRA.fr
- Une enquête par questionnaire auprès des 44 hébergements de réseau (44 répondants).

Étude complète sur WWW.MOVEYOURALPS.COM dans ESPACES-PRO



PLUS D'INFOS SUR L'ETUDE

- Consulter la [présentation complète](#)
- Télécharger le [rapport complet](#)

A hiker with a backpack is walking on a grassy mountain slope. The background features rugged, rocky mountain peaks under a clear blue sky. The overall scene is a vast, open mountain landscape.

Pistes de réflexion pour 2016

REMARQUES ET PROPOSITIONS

- **Un communiqué de presse** sur la diversité des hébergements, la qualité des services, les auberges de jeunesse sera fait en début de saison
- **Améliorer l'accès à l'information** sur les accès et les transports,
- **Centraliser toutes les données nécessaires à la préparation** de l'itinérance : les informations sont encore trop dispersées, un travail reste à faire sur la traversée des villes, « on organise tout, vous n'avez qu'à marcher » !
- **Problématique du dernier km** : comment se rendre au départ de l'itinéraire depuis mon point d'arrivée (gare ou parking)

REMARQUES ET PROPOSITIONS

- **La réalisation d'une enquête terrain** pour augmenter les volumes de répondants de l'étude clientèle serait un plus.
- **Les chiffres FFCAM** sur la réservation des hébergements permettraient d'approfondir les données, de même que les chiffres de la FFRandonnée sur les ventes de topo-guides
- **Contradiction** sur la nécessité de réserver tous ses hébergements et la promesse de liberté que l'on vend
- **Auberge de jeunesse de Val Cenis** : nécessité de proposer des services (laver les vêtements, petits déjeuners matinaux) pour les itinérants. La clientèle âgée de + 40 ans ne pense pas à aller en auberge de jeunesse.



MERCI DE
VOTRE
PARTICIPATION

