# DÉVELOPPER LE TOURISME À VÉLO DANS LES TERRITOIRES



vélo & territoires

COORDINATEUR DU RÉSEAU NATIONAL CYCLABLE

Document réalisé par

vélo & territoires

COORDINATEUR DU RÉSEAU NATIONAL CYCLABLE

Avec le soutien technique et financier de l'ADEME

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ADEME
AGENCE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

# Préambule

**L'origine**

Vélo & Territoires est très engagé auprès des collectivités et des partenaires publics pour promouvoir le tourisme à vélo. Un de ses objectifs stratégiques est de porter la France au premier rang des destinations mondiales du tourisme à vélo.

En 2019, le tourisme à vélo a engendré 4,2 milliards d'euros de retombées économiques directes. Les collectivités territoriales s'en saisissent comme d'un véritable levier de développement territorial. Qu'elles aient aménagé un grand itinéraire ou qu'elles débutent leur mise en tourisme, toutes s'interrogent sur les modalités concrètes pour développer le tourisme à vélo.

**L'objet**

Des collectivités territoriales de différentes échelles peuvent développer le tourisme à vélo et mobilisent, pour ce faire, les secteurs de la voirie, de la mobilité, du tourisme et du développement économique. Les mutations de l'organisation territoriale et de la répartition des compétences combinées à l'essor sans précédent de l'usage du vélo en France et en Europe, font que de nombreux territoires s'engagent dans les politiques cyclables à 360°, et notamment sur le tourisme à vélo. En 2021, trois ans après le lancement du plan vélo national, le contexte s'avère particulièrement mobilisateur pour les territoires et les intercommunalités. Les territoires néophytes ou initiés trouveront dans ce guide des clés pour comprendre les enjeux du tourisme à vélo, des leviers à mobiliser et des retours d'expérience inspirants.

**L'ambition**

Ce guide s'adresse en priorité aux élus et aux techniciens des collectivités territoriales et des intercommunalités qui agissent à l'échelle locale. Il présente les opportunités qu'offre le tourisme à vélo et les chiffres clés du tourisme à vélo en 2020. Il passe en revue les six thématiques à mobiliser pour développer le tourisme à vélo dans les territoires : l'aménagement des infrastructures, l'accessibilité, le développement de services, la communication, l'animation d'un réseau local et l'évaluation. Illustré par onze retours d'expérience locaux, la publication rend compte de la diversité de leviers sur lesquels un territoire peut agir. le guide valorise ces bonnes pratiques déployées : illustré par onze retours d'expérience locaux, la publication rend compte de la diversité de leviers sur lesquels un territoire peut agir à différentes échelles (Région, Département, Syndicat Mixte, Métropole, communauté de communes) et dans différentes typologies de territoires (urbain, rural, littoral, de montagne, fluvial). Ces derniers peuvent être concernés par d'importants flux touristiques ou désireux de se positionner comme destination vélo.

**Sélection**

Ce guide, volontairement synthétique, se veut pédagogique pour des territoires qui débutent leur mise en tourisme cyclable. Il ne prétend pas à l'exhaustivité. Ainsi, les enjeux du gravel, des boucles locales, des réseaux sociaux, des financements, des espaces de coopération (PETR, LEADER...), de la commercialisation ne sont pas abordés dans la publication. De nombreux outils et retours d'expérience sur ces thématiques sont néanmoins disponibles sur le site de Vélo & Territoires et continueront d'être alimentés au fil du temps par le réseau.

# Quelques définitions

## Les concepts

**Destination vélo :** Sur un territoire donné, d'échelle variable (régionale, locale), une destination vélo est constituée d'une offre structurée et évolutive de parcours cyclables et de services dédiés aux touristes à vélo. Cette offre vélo s'inscrit dans une stratégie touristique d'ensemble, partagée et articulée entre différents acteurs pour valoriser la destination.

**Tourisme responsable :** Démarche de fond, le tourisme responsable vise à l'équilibre entre les trois piliers du développement durable, à savoir un aspect social, un aspect économique et un aspect environnemental. Il implique et nécessite la responsabilité des socioprofessionnels dans la production et la réalisation des activités touristiques, puis celle des visiteurs dans leurs consommations des activités et du territoire.

**Tourisme de proximité :** Appelé également locatourisme, le tourisme de proximité est un pan du tourisme responsable qui trouve ses racines dans un rayon d'une centaine de kilomètres autour du domicile du pratiquant. Du fait des faibles mobilités engendrées, il réduit l'impact environnemental du tourisme. D'un point de vue individuel, il permet de réduire le budget vacances et contribue à rendre le tourisme accessible à un plus grand nombre.

**Slow tourisme :** Forme avancée de tourisme responsable, le slow tourisme prend en compte la qualité de l'expérience visiteur et porte une attention au temps. L'usage de mobilités douces et la valorisation et la protection du territoire, de ses communautés locales et de son patrimoine culturel et environnemental sont privilégiés.

## Les termes techniques

**Site propre :** Voie permettant aux cyclistes (et aux autres modes actifs) de circuler à part des véhicules motorisés. Peut être voie verte, piste cyclable, etc.

**Site partagé :** Voie permettant aux cyclistes de circuler parmi les véhicules motorisés, avec ou sans aménagement dédié. Peut être une bande cyclable, une route, un couloir partagé bus/vélo, une zone 30, une zone contre-allée.

**Véloroute :** Une véloroute est un itinéraire de moyenne et longue distance pour les cyclistes, d'intérêt départemental, régional, national ou européen. Cet itinéraire doit être linéaire, continu, jalonné, adapté à la pratique des cyclistes, sûr et incitatif. Les véloroutes relient les régions entre elles et permettent de traverser les villes dans de bonnes conditions. Elles se trouvent implantées sur des itinéraires agréables, sans dénivelé excessif (pas supérieur à 3 %) et doivent pouvoir être utilisées par tous les cyclistes, y compris les moins expérimentés. Les véloroutes empruntent des sites propres ou des voies partagées à faible trafic, des bandes cyclables, pistes cyclables et autres aménagements.

**Voie verte :** Une voie verte est définie comme suit : « *routes exclusivement réservées à la circulation des véhicules non motorisés, des piétons et des cavaliers* » (article R. 110-2 du Code de la route).

**Boucle cyclable :** Itinéraire pour cyclistes de longueur variable, jalonné, sécurisé et reliant son point de départ. Praticable à la journée et desservant des sites d'intérêt touristique.

# Sommaire


**Préambule** . . . . . 3

**Quelques définitions** . . . . . 4



**Comprendre les opportunités du tourisme à vélo** . . . . . 9

1.1 : Les chiffres clés du tourisme à vélo . . . . . 10
1.2 : Portrait type des touristes à vélo . . . . . 11
1.3 : Organisation, réglementation : les éléments à ne pas perdre de vue . . . . . 19
1.4 : Faire le diagnostic de son territoire et se poser les bonnes questions . . . . . 23



**Aménager des infrastructures** . . . . . 25

2.1 : Un schéma national et des schémas cohérents . . . . . 26
2.2 : Maintenir la qualité des infrastructures sur le long terme . . . . . 27



**Desservir la destination et miser sur la mobilité à vélo** . . . . . 35

3.1 : Rendre accessible la destination aux touristes à vélo . . . . . 36
3.2 : Organiser la mobilité à vélo sur sa destination touristique . . . . . 39



**Développer des services** . . . . . 41

4.1 : Garantir des services de qualité auprès des cyclistes le long des itinéraires . . . . . 42
4.2 : Soutenir l'émergence de services adaptés . . . . . 44
4.3 : Développer une offre propre . . . . . 51



**Communiquer et promouvoir** . . . . . 53

5.1 : Élaborer sa stratégie de communication en fonction des types de pratiques . . . . . 54
5.2 : Les outils pour valoriser les destinations et itinéraires . . . . . 56



**Animer son réseau local et évaluer** . . . . . 61

6.1 : Animer son réseau local et l'articuler à une gouvernance élargie . . . . . 62
6.2 : Évaluer, un incontournable avec des outils adaptés . . . . . 65






**Retours d'expérience : témoignages, astuces, facteurs clés de succès et points de vigilance** . . . . . 69

Mener une étude de signalisation pour pousser au développement de l'infrastructure sur la Destination Bretagne Sud Golfe du Morbihan . . . 71

Associer les usagers à l'audit annuel de son réseau de boucles par le Pays des châteaux pour prioriser l'entretien . . . . . 72

Penser la place de la mobilité à vélo : l'inscription dans la démarche " Grands Sites de France " du Syndicat Mixte de la Camargue gardoise . . . 73

Répartir les flux pour respecter l'esprit des lieux du port de plaisance de Gallician . . . . . 74

Agir avec l'ambition d'être la "capitale mondiale du vélo" en Oisans . . . . . 75

Guider le touriste au cœur de la stratégie de destination avec "Nantes en roues libres" . . . . . 76

Créer un événement fédérateur qui lie les acteurs du territoire : le slowUp de la Route des Vins d'Alsace . . . . . 77

Diffuser des cartes papiers dans la Vallée du Lot, au service d'un projet qui se structure au fil de l'eau . . . . . 78

Rassembler le collectif "Alsace à vélo" au service d'une gouvernance élargie . 79

Conduire une stratégie marketing pour mobiliser les partenaires de La Méditerranée à Vélo en Région Sud . . . . . 80

Mobiliser les prestataires Accueil Vélo à travers l'évaluation : la filière vélo de la Région Sud . . . . . 81

**Remerciements** . . . . . 82





# 1 Comprendre les opportunités du tourisme à vélo

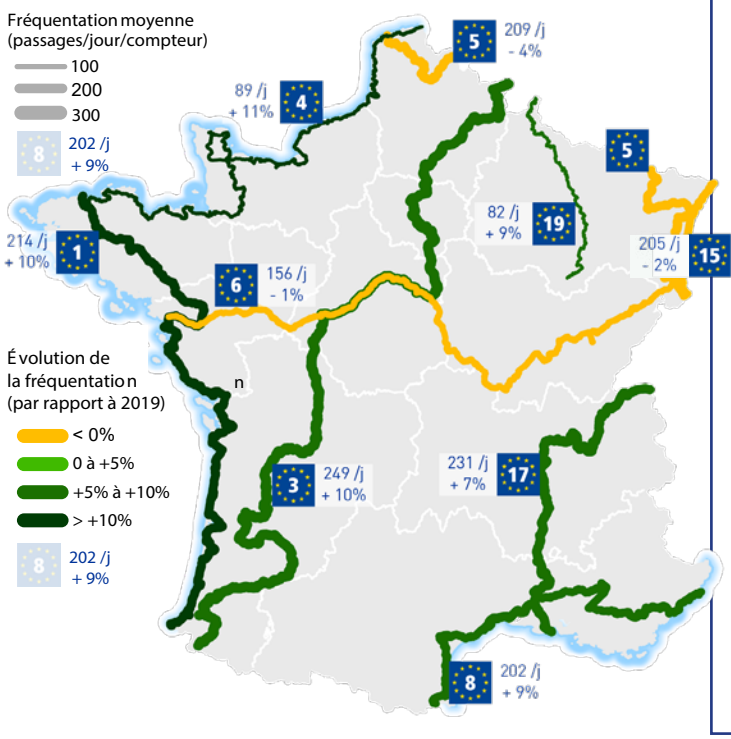
vélo & territoires
COORDINATEUR DU RÉSEAU NATIONAL CYCLABLE

1.1

# CHIFFRES CLÉS DU TOURISME À VÉLO 2020

## La fréquentation cyclable en augmentation, fortement impactée par la crise sanitaire

### Fréquentation moyenne des itinéraires EuroVelo et évolution par rapport à 2019




**+11 %** de passages par rapport à 2019 (+28 % hors période de confinements)

**+15 %** par rapport à 2016

**Une activité pratiquée toute l'année** (répartition des passages annuels)

| 18 % | 41 % | 22 % | 19 % |
|---|---|---|---|
| printemps | été | automne | hiver |

**430 passages en moyenne/jour/compteur :**

- **949 passages en moyenne en milieu urbain** (+13 % par rapport à 2019)
- **165 passages en moyenne en milieu périurbain** (+4 % par rapport à 2019)
- **93 passages en moyenne en milieu rural** (+5 % par rapport à 2019)

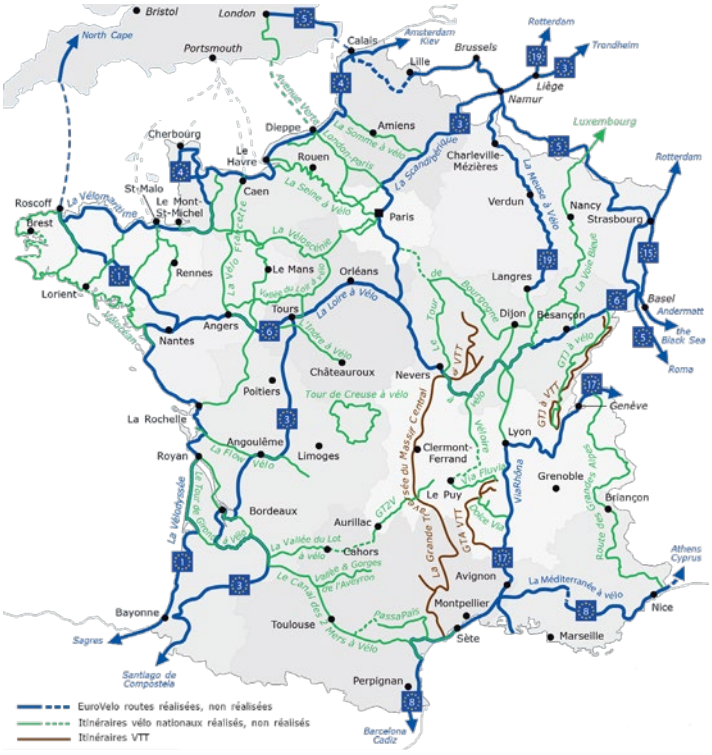
**559** passages en moyenne/jour/compteur en juil/août (324 passages le reste de l'année)

**324** passages en moyenne/jour/compteur le week-end (380 passages en semaine)

Source : Plateforme nationale des fréquentations (PNF) · Vélo & Territoires

## La plateforme France Vélo Tourisme, l'intérêt des internautes accélère

### Itinéraires cyclables présents début 2021 sur la plateforme France Vélo Tourisme




**+86 %** de visites par rapport à 2019 (3,3 millions)

**8,7** millions de pages vues (+60 %)

**Des indicateurs de qualité en croissance :**

Augmentation de la durée moyenne de visite : **4 : 05 min** (+25 secondes)

Baisse du taux de rebond : **46 %** (-5 %)

**Une augmentation de la fréquentation sur la plateforme France Vélo Tourisme (portail national et sites en marques blanches dédiés à des itinéraires)**

**5,56** millions de visites au total (+58 %)

**15,56** millions de pages vues au total (+ 26 %)

**Top 3 des sites web en marque blanche les plus consultés :**

**1.** La Vélodyssée | **2.** ViaRhôna | **3.** La Vélomaritime

**25 000** voyageurs à vélo échangent dans le groupe Facebook « Voyager à vélo en France », géré par France Vélo Tourisme (+15 000 membres en 2020)

Source : France Vélo Tourisme

# Une année inédite pour le Schéma national des véloroutes

## Ouvertures sur le Schéma national des véloroutes en 2020




**1 784 km** d'itinéraires cyclables ouverts en 2020

**+ 165 %** par rapport à 2019

**1 241 km** d'itinéraires nationaux ouverts en 2020 dont **200 km** d'itinéraires EuroVelo

**543 km** d'itinéraires régionaux, départementaux et locaux ouverts en 2020

**74 %** du Schéma national des vélo-routes est ouvert, soit **18 848 km**

**92,5 %** du Schéma EuroVelo réalisé en France, soit **8 806 km**

**16** itinéraires offrent 100 % de continuité

**6 739 km** d'itinéraires nationaux restent à réaliser, dont **658 km** d'EuroVelo pour tenir le cap de la France à vélo 2030

**Objectif :** Achèvement des **25 587 km** du Schéma national des véloroutes en 2030

Source : Observatoire national des véloroutes - Vélo & Territoires

# La croissance bénéficie aux professionnels

## Accueil Vélo

Plus de **6 000** offres Accueil Vélo au 1er janvier 2021

| **6 référentiels** | Héberge-ments | Restaurants | Lieux de visite | Offices de tourisme | Loueurs | Réparateurs de vélo |
|---|---|---|---|---|---|---|

**4 563** hébergements labellisés Accueil Vélo

**86 %** des fiches Accueil Vélo consultées sur la plateforme France Vélo Tourisme sont des hébergements

Source : France Vélo Tourisme

## Marché national du cycle

**2,7 millions** de vélos vendus (**+1,7 %** par rapport à 2019)

**+ de 3 milliards d'€** de chiffres d'affaires pour les ventes conjuguées de vélos, périphériques et accessoires (**+ 25 %** par rapport à 2019)

**L'apport du coup de pouce vélo :** de mai 2020 à mars 2021, le coup de pouce vélo a engendré 1,9 million de réparations

Source : Union Sport et Cycle

Cartes : Vélo & Territoires | Sources : Vélo & Territoires-Observatoire national des véloroutes et PNF, France Vélo Tourisme/ADN Tourisme

Réalisé par : vélo & territoires – COORDINATEUR DU RÉSEAU NATIONAL CYCLABLE

Avec l'aimable contribution de : France vélo TOURISME, ADN Tourisme, UNION SPORT & CYCLE

Et le soutien de : RÉPUBLIQUE FRANÇAISE, ADEME

# 1.2 Portrait type des touristes à vélo

**22 millions de Français pratiquent le vélo pendant les vacances.** En 2018, 40% des Français de 15 ans et plus déclaraient pratiquer le vélo pendant leurs séjours. Ces données illustrent l'essor du tourisme à vélo en France, en progression constante. Pour comprendre l'importance du phénomène à l'échelle locale, il est primordial de mieux connaître les touristes à vélo. Focus sur plusieurs éléments qui permettent de mieux connaître ce public.

### *Sources*

*Les indications de cette fiche sont tirées des publications "Développer le système vélo dans les territoires", Clés pour Agir de l'ADEME, (février 2021), de l'étude "Impact économique et potentiel de développement des usages du vélo en France", de la DGE, ADEME, DGITM, FFC (avril 2020), elle même basée sur l'étude "Le vélo en vacances, exploitation des données du SDT 2010 à 2014" menée par la DGE, Abdel Khiati (2015).*

## Qui sont les touristes à vélo ?

**Brèves définitions préalables**

- **Touriste :** Personne effectuant un voyage de loisirs, séjournant au moins une nuit en dehors de son domicile principal
- **Excursionniste :** Personne effectuant une activité de loisirs à la journée, regagnant sa résidence principale pour la nuit
- **Touriste à vélo :** Touriste pratiquant le vélo pendant son séjour, ponctuellement ou intensément.

Les 16,5 millions de touristes Français ayant pratiqué le vélo pendant leurs vacances au cours des années 2017 et 2018 ont généré dix millions de séjours avec activité vélo. Cela représente 90 millions de nuitées et une durée moyenne de séjour de 8,9 nuitées par séjour (contre 5,3 en moyenne pour l'ensemble des séjours touristiques des Français). Les études menées sur les véloroutes démontrent une diversité de pratiques parmi les touristes.

**Une diversité de touristes à vélo**

Les touristes à vélo, français et étrangers, observés sur les véloroutes en France entre 2015 et 2018 peuvent être répartis en quatre catégories :



**15%**

**ITINÉRANTS**

*Touriste utilisant le vélo pour voyager et découvrir une destination en changeant d'hébergement au fil de sa progression*

**Cette pratique représente :**
• 55% des touristes en 2015 sur La Loire à Vélo contre 38 % en 2010
• 6% en 2018 sur La Vélodyssée, ce qui représente tout de même 202 000 itinérants.



**15%**

**SPORTIFS**

*Touriste ayant une pratique du vélo intense (+ de 50km par sortie), avec l'utilisation d'un équipement particulier (vélo de route, chaussures à cale, vêtements adaptés)*



**5%**

**UTILITAIRES**

*Touriste utilisant le vélo comme moyen de transport sur son lieu de vacances, pour effectuer des déplacements du quotidien à but utilitaire (courses, accès à la plage, accès à des sites de visite)*



**65%**

**LOISIRS**

*Touriste pratiquant le vélo dans un objectif de promenade, de faible intensité (25 km par sortie environ)*

Les véloroutes sont également le support de pratiques locales réalisées par les habitants, non touristiques. Ces dernières peuvent être de type loisir, sportif ou utilitaire. **La pratique de loisirs représente les deux tiers de la pratique totale des touristes observée sur les véloroutes.** Elle est donc largement majoritaire sur l'ensemble des itinéraires, à l'exception de la ViaRhôna et La Loire à Vélo.

**Une pratique permise dans tous les territoires**

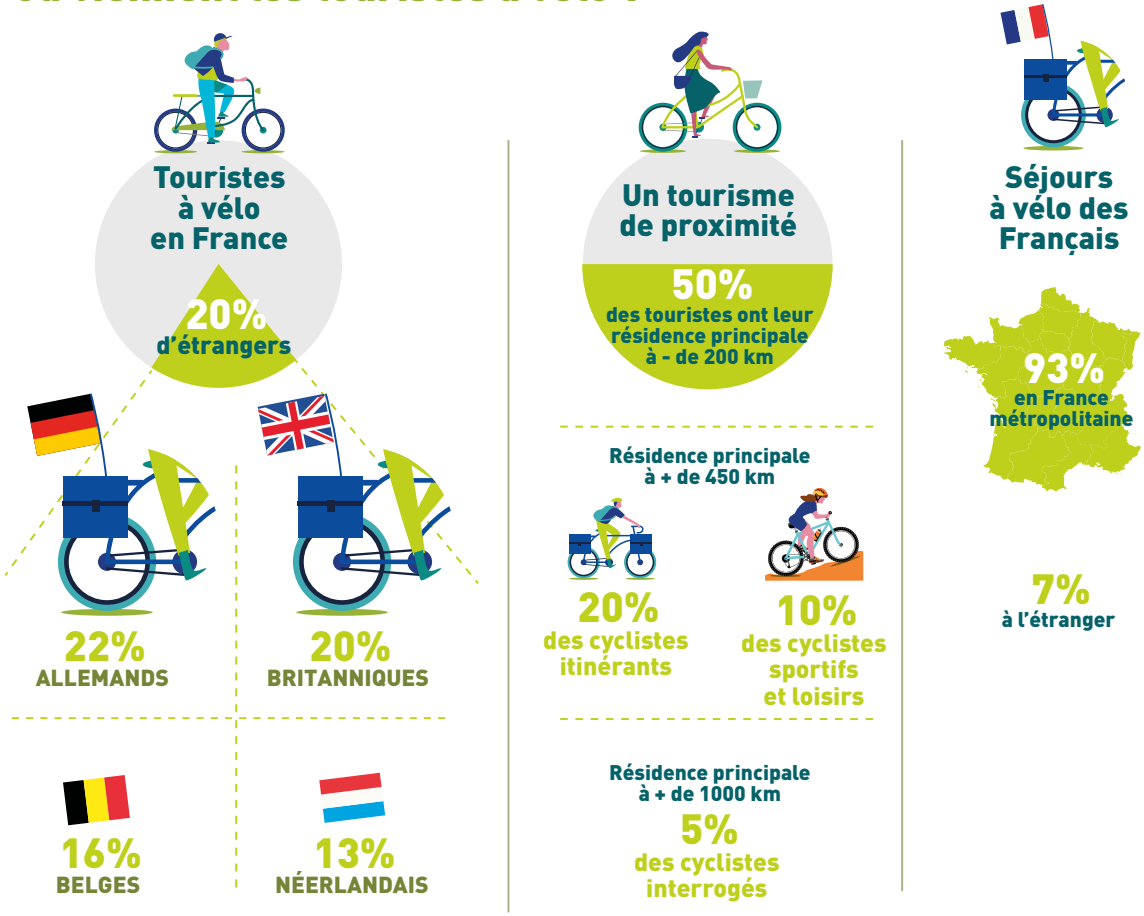
Le tourisme à vélo peut s'effectuer sur tous types de vélo (VTC, vélo de route, VTT, avec ou sans assistance électrique, vélo-cargo, tandems, vélo couché ou tricycles...) et sur tous types de territoires (littoral, urbain, rural, périurbain, de montagne ...)

Cette pratique du tourisme à vélo est néanmoins fortement marquée sur le littoral. Ainsi, en 2018, 8 touristes français à vélo sur 10 ont séjourné sur le littoral atlantique.

Part des séjours et nuitées avec activité vélo par territoires (DGE, Abdel Khiati, 2015)

| TYPE DE COMPTEUR | % SÉJOURS | % NUITÉES |
|---|---|---|
| MER | 38,3 | 53,5 |
| MONTAGNE | 6,7 | 6,7 |
| CAMPAGNE | 25,3 | 23,6 |
| VILLE | 10,7 | 12,4 |

## D'où viennent les touristes à vélo ?



## Combien de temps dure le séjour d'un touriste à vélo ?



Touristes à vélo

**Séjours de 4 nuits et +**

**70%**

versus

- de 50% sans vélo



**Voyages à vélo en itinérance**






**Séjour type en itinérance**

Durée

**7 jours**

Distance

**440 km**

Zone de chalandise moyenne

**- de 500 km**

Plus la durée du séjour des itinérants est longue, plus la distance moyenne parcourue par jour est courte. En effet, les cyclistes itinérants s'arrêtent parfois une journée complète ou roulent un peu moins. Plus la durée de leur séjour est courte, plus la distance moyenne d'accès à l'itinéraire est courte (154km pour un voyage en très court séjour de 1 à 3 jours)

## Quelles distances parcourent les touristes à vélo ?

### Distance moyenne quotidienne parcourue par...

**les cyclistes de loisirs**

**27km**



**les cyclistes sportifs**

**60km**



**les cyclistes utilitaires**

**17km**





**les cyclistes itinérants**

**65km**

Cette distance moyenne varie faiblement selon les itinéraires

### Distance totale parcourue lors d'un séjour par les itinérants

Distance moyenne : **832km au total**

Distance médiane : **440km au total**



## Quel type de parcours privilégient les touristes à vélo ?



**Parcours aller/retour**

**63%**

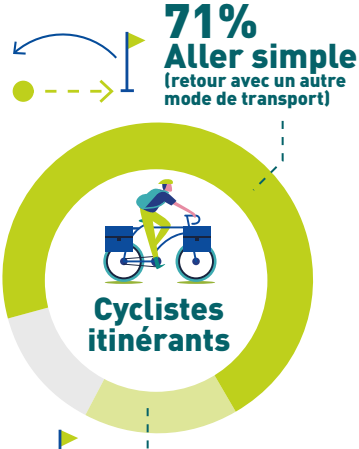
**des touristes à vélo sur les véloroutes**



**Parcours en boucle**

**35%**

**des sportifs**



## Quelle importance occupe la place du vélo dans le choix de leur destination ?

**Le vélo, très important dans le choix de la destination du séjour pour…**



**82%**
**des itinérants**



**44%**
**des sportifs**



**33%**
**des loisirs**

## Est-ce une pratique conviviale ?



**25%**
**des touristes pratiquent le vélo seul**



**34%**
**des pratiquants de loisirs pratiquent en famille**

**Itinérants**



**37%**
**pédalent en couple**



**24%**
**pédalent en famille**

Cette statistique est intéressante, car la logistique propre à une itinérance est pourtant complexe à mettre en place avec des enfants.

## Où sont hébergés les touristes à vélo ?



**Hébergement marchand* pour…**



**68%**
**des touristes à vélo**
(proportion bien plus élevée que celle des touristes français moyens)



**89%**
**des itinérants**

** Hébergement donnant lieu à une rémunération de la prestation*

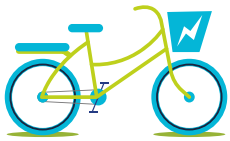
## Louent-ils ou utilisent-ils leur propre vélo ?



**12%**
**des touristes à vélo**
louent leur vélo

12% des touristes à vélo louent leur vélo, 5% se le font prêter. Le recours à la location est plus important pour les touristes étrangers, pour qui l'acheminement du vélo est souvent plus complexe. Ainsi, alors que 33% des cyclistes venant hors d'Europe ou de Scandinavie louent un vélo, les Belges et les Néerlandais louent assez peu (autour de 10%). Les cyclistes sportifs et les itinérants qui ont une pratique fréquente et un matériel adéquat louent peu (6% et 7,5%) alors que les cyclistes loisirs plus occasionnels louent beaucoup plus (14%). **La location pour une pratique itinérante exige une offre qualitative : des vélos adaptés, des accessoires (sacoches étanches par exemple) et des services complémentaires comme la location one way, où le vélo est loué à un point A et rendu à un point B.**

## Privilégient-ils un vélo à assistance électrique (VAE) ?



**514 672**
**vélos à assistance électrique vendus**
en 2020

L'usage du VAE est en hausse parmi les touristes : son usage est plus élevé parmi les cyclistes loisirs, plus faible parmi les cyclistes itinérants et les sportifs. Parmi les touristes à vélo, 12% des femmes et 10% des hommes utilisent un VAE. 18% des touristes de plus de 65 ans utilisent un VAE contre 4% des 25/45 ans. Les plus jeunes (<25 ans) utilisent à 6,5% un VAE. Sur la ViaRhôna en 2017, les utilisateurs de VAE et les utilisateurs de vélos musculaires parcourent en moyenne 40 km par jour. Plutôt que d'accroître les distances parcourues, le VAE démocratise l'usage du vélo, désormais à la portée de tous. L'autonomie des batteries qui aujourd'hui dépasse les 200 km en mode économique accompagne ce phénomène.

Selon l'Union Sport et Cycle, 514 672 vélos à assistance électrique ont été vendus en 2020. 40% d'entre eux sont des VAE de ville. Quant à la vente de VAE de sport, elle a bondi en 2020 (+ 46 % de progression en volume pour les VTT par rapport à 2019). De nombreuses collectivités locales ont déployé des dispositifs d'aide à l'achat de VAE pour leurs habitants. L'aide accordée a contribué à équiper les Français en VAE, avant tout pour une utilisation quotidienne, mais également lors de leurs vacances. Si le boom du VAE bénéficie au tourisme à vélo, les Français sont encore nombreux à utiliser un vélo mécanique. Le potentiel de croissance du marché du VAE en France reste fort. A titre de comparaison, en 2018, 980 000 VAE étaient vendus en Allemagne, 273 000 aux Pays Bas et 134 000 en France.

**Contexte Covid :** En plus de l'augmentation de la vente de vélos neufs, à assistance électrique ou musculaires, le dispositif "coup de pouce vélo" mis en place de mai 2020 à mars 2021 a financé 1,9 million de réparations de vélos en France. Cette remise en circulation aura bénéficié aux cyclistes français, aussi bien pour leurs usages utilitaires que touristiques.

## Existe-t-il un genre et un âge types ?



**41%** **de femmes** parmi les touristes à vélo

Elles sont globalement plus présentes à vélo dans un cadre touristique que dans un cadre urbain ou sportif



**42%** **des cyclistes entre 45 et 65 ans** sur les véloroutes et voies vertes

Il s'agit d'une catégorie à plus fort pouvoir d'achat, intéressante pour l'économie touristique.

## À quelle saison pédalent les touristes à vélo ?



Pour le tourisme à vélo, **l'été représente...**

**50%** **du total des séjours** de l'année

**60%** **du total des nuitées** de l'année

Au mois d'août, **les séjours avec activité vélo représentent...**

**7%** **des séjours**

**10%** **des nuitées**

Le reste de l'année...

**3,6%** des séjours en **moyenne annuelle**

**1,4%** des séjours de **décembre à mars**

Néanmoins, **le tourisme à vélo permet d'allonger la saison touristique.** En France, le printemps et l'automne sont de fait des saisons propices au tourisme à vélo. Sur des sites à forte fréquentation itinérante, comme sur l'itinéraire de La Méditerranée à vélo, les compteurs relèvent de fortes fréquentations s'étendant des mois d'avril à octobre. Si aux ailes de saison, la durée moyenne des séjours vélo est plus courte, les températures clémentes et la possibilité de bénéficier de davantage de disponibilités chez les hébergeurs sont autant d'arguments pour convaincre les touristes à vélo de rouler au printemps ou en automne.

## Le tourisme à vélo, une pratique en phase avec de nouvelles attentes sociétales

Le tourisme durable attire de plus en plus les Français, d'autant plus depuis la crise sanitaire. Selon une étude menée par ADN Tourisme en 2021, 48% des Français se disent ainsi prêts à adopter des vacances plus éco-responsables, à condition que cela n'implique pas de concessions de leur part. 38% s'y disent prêts même si cela suppose des concessions de leur part. 54 % des Français auront des vacances différentes en 2021 de celles des années passées. Parmi eux, 54%, 52% se sentent plus attirés par des séjours itinérants à vélo ou en randonnée pédestre.

### *Focus : La Loire à Vélo souhaite déterminer l'influence de la crise COVID sur la fréquentation de son itinéraire.*



©-D.Darrault

*Il semble que la crise sanitaire et le déconfinement aient incité beaucoup de touristes à s'orienter vers des vacances à vélo, soucieux de découvrir des territoires à travers un mode de déplacement respectueux de l'environnement. Pour quantifier ce phénomène, à l'été 2021, La Loire à Vélo a mené une enquête brève auprès des cyclistes, pour déterminer si la crise COVID a effectivement influencé le choix des cyclistes. A la question "La crise sanitaire a-t-elle influencé votre présence aujourd'hui sur cet itinéraire ? ", les touristes pourront répondre :*

*›› Oui, tout à fait, nous ne pratiquions pas le vélo durant nos vacances auparavant*
*›› Oui, assez, nous avons envie de réaliser des activités sportives après cette période de confinement*
*›› Oui, un peu, nous aurions fait du vélo mais peut-être ailleurs*
*›› Non, nous aurions fait du vélo sur cet itinéraire dans tous les cas.*

*Cette question à propos de l'impact de la COVID dans le choix du séjour a été ajoutée à titre expérimental. Le questionnaire a été administré par des enquêteurs, sur une période représentative de plusieurs types de pratiques (différents jours de semaine, le samedi, le dimanche et les jours fériés). Les résultats de l'étude seront, s'ils sont révélateurs, communiqués à l'automne 2021. L'insertion de cette question est en tout état de cause révélatrice d'une mutation générale du tourisme et d'un attrait toujours plus prononcé des touristes vers le vélo.*

## Les freins au voyage à vélo

Le tourisme à vélo connaît une très forte croissance. Il est cependant essentiel d'identifier les freins pour lesquels les touristes ne sont pas encore des cyclotouristes, pour mieux les dépasser. La page suivante propose une liste des réticences exprimées et la manière d'y répondre.



### *C'est dit*

*« Pour développer et consolider le tourisme à vélo, il est essentiel de rassurer les touristes, avec une bonne signalétique, des services bien développés, des transports fiables. Il y a des grands débrouillards, qu'on peut emmener partout. Mais le grand public a besoin de sécuriser son séjour »*

**Dorothée Laot**, Le Voyage à Nantes

| LA RÉTICENCE EXPRIMÉE | LA MANIÈRE D'Y RÉPONDRE |
|---|---|
| **"JE N'AI JAMAIS FAIT DE CYCLOTOURISME ET J'AI PEUR DE ME LANCER"** | • Communiquer par niveau de pratique : privilégier les secteurs plats et en sites propres pour prendre confiance.<br>• Promouvoir le tourisme à vélo sur sa destination.<br>• Inspirer par des témoignages de débutants enthousiastes.<br>• Valoriser des séjours packagés et la possibilité d'être encadré par un accompagnateur.<br>• Mettre en valeur le savoir-faire des loueurs de vélo Accueil Vélo®. |
| **"JE NE SAIS PAS PAR OÙ COMMENCER"** | • Promouvoir son offre différenciante, ses spécificités touristiques, son identité particulière.<br>• Proposer des conseils pratiques permettant de se lancer. |
| **"JE N'EN SUIS PAS CAPABLE"** | • Développer une infrastructure cyclable sécurisée, bien jalonnée, de préférence en site propre et avec un faible niveau de dénivelé, où tout type de cycliste peut pédaler sans crainte. |
| **"JE N'AI PAS DE VÉLO"** | • Développer des services de location de vélo adaptés à son offre et aux publics (VTT, vélo de ville, vélo avec remorques, vélos adaptés aux personnes à mobilité réduite...).<br>• Communiquer largement sur la possibilité de louer un vélo et les possibilités de le restituer (services de location en one way) |
| **"J'AI PEUR DE ME PERDRE"** | • Faciliter la préparation du séjour : rendre l'utilisation des sites internet la plus fluide possible, en évitant les termes techniques.<br>• Mettre à disposition des traces GPS en téléchargement.<br>• Proposer des cartes papier qui font apparaître si le parcours est balisé ou suggéré (support apprécié des touristes à vélo, et/ou figurer dans des topoguides).<br>• Mettre en place une signalisation adaptée et entretenue dans le temps. |
| **"JE N'AIME PAS LES CÔTES"** | • Promouvoir des itinéraires à faible dénivelé, comme les voies vertes et itinéraires fluvestres.<br>• Mettre en avant le VAE comme un moyen de passer les côtes plus facilement.<br>• Proposer des formations qui permettent notamment d'apprendre à utiliser ses vitesses et donc de passer les côtes plus facilement.<br>• Informer sur le relief des parcours dans les outils de communication. Le dénivelé est souvent davantage perçu que réel. |
| **"JE N'AI PAS ENVIE DE ROULER SOUS LA PLUIE ET DE SUBIR LES ALÉAS MÉTÉOROLOGIQUES"** | • Informer les touristes des équipements adéquats en cas d'intempéries : "Il n'y a pas de mauvais temps, il n'y a que des mauvais vêtements".<br>• Veiller à ce que les services de location de vélo proposent aussi du matériel adapté : sacoche étanche, garde-boue, ponchos, surpantalons...<br>• Entretenir les infrastructures et s'assurer qu'elles soient empruntables pendant les quatre saisons. Certains revêtements sont plus roulants que d'autres. L'imperméabilisation et l'inclinaison du revêtement pour l'évacuation de l'eau sont des critères à considérer à l'heure de choisir un revêtement.<br>• Communiquer sur les équipements qui proposent des abris ainsi que sur les points d'intérêt touristiques couverts. Les cyclotouristes peuvent profiter d'une averse pour une visite.<br>• Rassurer les potentiels touristes à vélo sur le fait qu'ils seront au sec et au chaud à destination. Les hébergeurs Accueil Vélo proposent des services pour sécher les vêtements.<br>• Proposer des alternatives en transport en commun en cas de mauvais temps ou de fatigue (suppose une offre de transport adaptée). |
| **"MES ENFANTS NE PÉDALENT PAS ET LE TRAIN N'ACCEPTE PAS LA REMORQUE"** | • Proposer des parcours en boucles, calibrés avec des étapes de 25 km, un faible dénivelé et une majorité de tronçons en site propre.<br>• Développer des services de location de vélos avec remorque ou tandem à proximité des gares. |

***Sources***

*« Tourisme : Français et élus n'ont pas la même vision de ce que seront les vacances dans dix ans », 29 juin 2021, Jean-Noël Escudié pour Localtis.*
*Étude « Observatoire des pratiques touristiques des Français dans 10 ans », Ifop, en partenariat avec la Banque des Territoires et avec le concours de Bilendi.*
*« Les vacances d'été 2021 : ce qu'ont prévu les Français », ADN Tourisme, 28 juin 2021*
*Observatoire du cycle 2020, Union Sports et Cycles*

# 1.3 Organisation et réglementation : les éléments à ne pas perdre de vue



**Pour saisir les enjeux qui touchent le développement du tourisme à vélo, il est essentiel d'en comprendre le cadre législatif et réglementaire. Un territoire désireux de le développer devra vraisemblablement mobiliser plusieurs de ses compétences, dont le tourisme, une compétence partagée. Les secteurs de la voirie, de la mobilité, du développement économique auront également des effets directs sur le tourisme à vélo dans un territoire donné. Une destination touristique cyclable sera le résultat de l'intervention de plusieurs politiques publiques et dépendra de la capacité de différents services à collaborer.**

## Le socle législatif et réglementaire

### La compétence voirie

La compétence voirie permet la création, l'aménagement et l'entretien des voies de circulation, dont les aménagements cyclables. Elle est partagée entre différents échelons territoriaux.

- Les communautés urbaines et métropoles se sont vu attribuer la compétence totale et obligatoire en matière d'aménagement de voirie sur leur territoire. Pour les communautés d'agglomération et les communautés de communes, cette compétence est facultative. Elles peuvent prendre à leur charge la gestion de la totalité de la voirie sur le territoire ou uniquement des voies définies comme étant d'intérêt communautaire. Le périmètre des voies d'intérêt communautaire est défini par délibération et peut évoluer au cours du temps.
- L'entretien de la voirie départementale et des aménagements cyclables classés au domaine public routier départemental est géré par les départements. L'entretien de la voirie communale est assuré par la commune. La voirie communautaire est fonction de la contractualisation locale.
- Le pouvoir de police est réparti entre le maire, le président du Département et celui de l'EPCI lorsque celui-ci est compétent.

### La compétence mobilité

La loi d'Orientation des Mobilités (dite LOM), promulguée le 24 décembre 2019 transforme en profondeur la politique de mobilités et en fait évoluer la gouvernance. Cette loi élargit la compétence mobilité sur l'ensemble des services de mobilité, y compris les modes actifs, avec la possibilité pour les autorités organisatrices de choisir d'organiser les services qu'elles jugent les plus adaptés et des actions de sensibilisation pour accroître la part des modes actifs dans les déplacements.

Les autorités organisatrices de la mobilité (AOM) sont compétentes pour organiser des services relatifs aux mobilités actives et peuvent contribuer au développement de ces mobilités par le financement d'aménagement cyclable ou de stationnement vélo.

La Région, cheffe de file de l'intermodalité et de la complémentarité entre les modes de transport, organise et finance les services ferroviaires régionaux de voyageurs et les services de transport routier interurbains. Elle a de fait un rôle stratégique à jouer dans l'intermodalité, l'offre d'embarquement des vélos à destination des touristes à vélo et donc l'accessibilité des destinations vélo.

Les AOM doivent intégrer un schéma directeur cyclable dans les plans de mobilité et créer une instance de pilotage du Plan vélo. Les communautés d'agglomération, les communautés urbaines et les métropoles restent autorités organisatrices de la

mobilité. 53% des communautés de communes se sont saisies de la compétence mobilité et sont devenues AOM locales. La Région devient AOM locale par substitution dans les 47% de communautés de communes n'ayant pas pris la compétence.

**La compétence tourisme**

La compétence tourisme est une compétence partagée : L'Etat, les régions, les départements, les intercommunalités, les Parcs naturels régionaux et les communes sont tous compétents dans ce domaine et s'efforcent de l'exercer en coopération et de façon coordonnée.

- L'État définit et met en œuvre la politique nationale du tourisme via le Plan Tourisme. Bercy et le Ministère des Affaires Étrangères sont mobilisés sur les volets stratégie, économie et promotion internationale via Atout France.
- La Région fixe les objectifs à moyen terme de développement du tourisme régional. Elle en détermine les modalités et conditions de mise en œuvre via son Schéma Régional de Développement du Tourisme et des Loisirs (SRDTL). La région est responsable des données relatives à l'activité touristique sur son territoire. Elle coordonne les initiatives publiques et privées dans les domaines du développement, de la promotion et de l'information touristiques. La loi NOTRe lui confère la compétence exclusive d'octroi des aides aux entreprises dans la région. Chaque région doit créer un Comité Régional du Tourisme (CRT) dont le statut est déterminé par le conseil régional. Celui-ci peut revêtir différentes formes juridiques : association, société publique locale (SPL), société d'économie mixte locale (SEML), établissement public industriel et commercial (EPIC). Le CRT met en œuvre la politique du tourisme du Conseil régional à des degrés divers selon les régions, et tout particulièrement dans les domaines de la communication, la commercialisation et la promotion internationale, les études, l'observation et la structuration des filières.
- Le département doit créer un Comité Départemental du Tourisme (CDT) ou une Agence de Développement Touristique (ADT), qui peuvent aussi emprunter différentes formes juridiques. Le CDT (ou l'ADT) prépare et met en œuvre la politique touristique du département : il assure la structuration et la qualification de l'offre touristique, avec la marque Accueil Vélo, il accompagne les collectivités et les porteurs de projets, il assure l'élaboration, la promotion et la commercialisation de produits touristiques, en collaboration avec les socio-professionnels du département et intervient sur l'observation et l'analyse de données de fréquentation touristique. Quant à la stratégie, le département peut se doter d'un plan ou schéma départemental de développement touristique.
- Les intercommunalités instituent des offices de tourisme et en déterminent le statut.

La loi du 27 janvier 2014 de modernisation de l'action publique territoriale et d'affirmation des métropoles (loi MAPTAM) transfère de plein droit la compétence « promotion du tourisme, dont la création d'offices de tourisme », aux communautés urbaines et aux métropoles. La loi NOTRe opère un transfert de cette compétence aux communautés d'agglomération et aux communautés de communes en lieu et place des communes membres. Ainsi, en vertu du principe d'exclusivité, les EPCI sont les seuls à pouvoir agir dans ce domaine de compétence. Un office de tourisme exerce des missions obligatoires et peut exercer des missions facultatives.

Compétences obligatoires d'un office de tourisme :

- Promotion
- Accueil
- Information
- Coordination des partenaires du développement touristique local

Compétences facultatives d'un office de tourisme :

- Élaboration des services touristiques
- Exploitation d'installations touristiques et de loisirs
- Études
- Animation des loisirs
- Organisation de fêtes et de manifestations culturelles
- Commercialisation de prestations de services touristiques

**Exception :** Jusqu'en 2017, la loi NOTRe a permis à des EPCI le maintien de certains offices de tourisme communaux pour les communes classées communes touristiques et pour les communes comprenant une station classée de tourisme sur leur territoire. La loi Montagne du 28 décembre 2016 a autorisé certaines communes à conserver leur office de tourisme et la compétence qui y est liée.

***Sources***

*« La réforme territoriale », Compétence tourisme au niveau local, Veille Info tourisme (2017).*
*« Développer le système vélo dans les territoires », Clés pour Agir, ADEME (2021).*
*« Loi Mobilités », Le Mémo des Collectivités, Ministère de la Transition Écologique (2019).*
*« Répartition de la compétence "transport" entre collectivités », Groupement des Autorités Responsables de Transport (2017).*

# Dynamiques de gouvernance à l'œuvre autour des itinéraires cyclables

La structuration des itinéraires cyclables européens et nationaux a vu émerger une forme d'organisation hybride : le comité d'itinéraire. **Le comité d'itinéraire coordonne des actions collectives à conduire à l'échelle d'un itinéraire**, pour le compte et avec différents partenaires, dans le but de développer une véloroute.

Cette méthode de gouvernance permet de travailler en agilité et collaboration, en dépassant les frontières administratives. En 2020, Vélo & Territoires dénombrait 27 comités d'itinéraires et démarches similaires. Certains territoires, à la croisée de plusieurs véloroutes, peuvent ainsi être concernés par plusieurs comités d'itinéraires. Cette forme d'organisation souple et modulable est parfois appliquée à des destinations cyclables comme en Région Sud à travers le contrat de filière vélotourisme et VTT ou en Alsace avec la démarche Alsace à Vélo.

Généralement, les comités d'itinéraires prennent appui sur des conventions de partenariat mais ils prennent parfois la forme d'ententes intercommunales ou d'associations. **Ils regroupent des partenaires autour d'objectifs et moyens communs sur une période dédiée**. Ils sont dotés le plus souvent d'une instance politique décisionnaire (le comité de pilotage) et d'un comité technique pour la mise en œuvre opérationnelle.

Les comités d'itinéraires présentent des modes d'organisation très hétérogènes en nombres et en types de partenaires associés, en montants des budgets mutualisés, en types d'actions menées en commun… De manière générale cependant, ils mobilisent largement les acteurs du territoire et leurs organismes de tourisme.

Pour optimiser et faciliter des demandes de plus en plus nombreuses, **Vélo & Territoires anime depuis 2020 un Club des itinéraires et destinations vélo** pour le partage, l'échange et la mutualisation entre comités d'itinéraires.



# Appréhender l'offre touristique au-delà des frontières administratives dans une logique de destination

Si la communication de l'offre touristique émane d'un CRT, d'un CDT ou d'un office de tourisme, le touriste, lui, ne s'arrête pas aux frontières administratives de la destination qu'il a choisie. Aussi, cette offre doit être structurée et construite autour d'une destination, autrement dit d'une identité locale, fédérant et rassemblant les partenaires et les acteurs. Elle implique donc une concertation, une stratégie et une coordination. La gastronomie et l'œnologie sont de bons exemples de cette mise en tourisme autour d'un patrimoine ou d'un savoir-faire culturel. Le guide "Vélo & Fromages", porté par l'Assemblée des Départements de France, le Centre national interprofessionnel de l'économie laitière, ADN Tourisme et Vélo & Territoires répertorie plus de 80 itinéraires, dans plus de 50 départements. Il témoigne de belles synergies entre tourisme à vélo et gastronomie.

## *Focus : Tourisme à vélo et œnotourisme*



Istockphoto©southtownboy

*Avec plus de 383 appellations (AOC, AOP et IGP confondues) réparties sur 16 grands vignobles, les vignes font partie intégrante du patrimoine français. Les régions viticoles attiraient plus de 10 millions de touristes pour une dépense globale de 5,2 milliards d'euros en 2016 selon Atout France. Pour découvrir ces destinations, le vélo constitue un outil particulièrement adapté : il permet de visiter un village viticole, de déguster la production d'une cave locale, ou encore de traverser des vignes sans en altérer l'équilibre fragile.*



Istockphoto©Rostislav_Sedlacek

*Le mariage entre découverte viticole et tourisme à vélo est souvent fructueux. Ainsi, l'association pour le développement touristique Provence Rhône Ventoux a mis en place sur son territoire l'itinéraire du Tour des Côtes du Rhône à Vélo. En partenariat avec les départements de Vaucluse et de la Drôme, le Syndicat des vignerons des Côtes du Rhône et InterRhône, elle s'est appuyée sur la charte paysagère du Syndicat pour créer une carte et un carnet de route détaillant les différents cépages, terroirs et paysages que les cyclistes peuvent rencontrer sur leur parcours : Côtes-du-Rhône Villages, Gigondas, Vacqueyras, ou encore Châteauneuf-du-Pape.*



Istockphoto©AlexD75

*Les territoires peuvent également valoriser leur patrimoine viticole à travers l'organisation d'évènements thématiques. Depuis 2013, le slowUp Alsace mobilise différents partenaires alsaciens et attire les touristes de proximité. En 2019, 44 000 visiteurs ont, tout de blanc vêtus, parcouru la route des vins. L'œnotourisme est une filière économique importante pour l'Alsace, qui constitue le troisième vignoble le plus visité, avec 7,7 Millions de visiteurs. Si le vignoble est animé toute l'année, le slowUp, organisé le premier dimanche de juin, constitue un temps fort. Une journée durant, un parcours de 38 km traverse 11 communes. Cet évènement est désormais un rendez-vous incontournable et pérenne. Au croisement de l'Alsace oenotouristique et de l'Alsace vélotouristique, l'événement qui réunissait dès 2013 les conseils départementaux du Haut Rhin et du Bas Rhin, deux départements aujourd'hui réunis au sein de la Collectivité européenne d'Alsace, illustre bien cette nécessité de proposer une offre touristique au-delà des frontières administratives.*

### *Pour aller plus loin*

*Créer un événement fédérateur qui lie les acteurs du territoire : le slowUp de la Route des Vins d'Alsace (page 77)*

***Sources***

*www.velo-territoires.org*

# 1.4 Faire le diagnostic de son territoire et se poser les bonnes questions



**Avant de concevoir l'offre touristique cyclable d'un territoire, il est important d'établir un diagnostic de son offre cyclable et de se poser les bonnes questions. Une offre cyclable à la fois quantitative et qualitative est la clé de voûte pour accueillir des touristes sur sa destination.**

**Comme toute politique publique, le tourisme à vélo se développe sur le temps long et est le fruit d'un fort volontarisme politique. Un territoire débutant, qui souhaite développer le tourisme à vélo, ne peut mettre en œuvre des dispositifs similaires à ceux d'un territoire qui a déployé sa mise en tourisme cyclable depuis des années. Les équipes doivent être formées, la culture vélo doit infuser à l'échelle de la destination, et les élus de la collectivité doivent porter la démarche. La montée en puissance du projet ne se fera pas de manière exponentielle. A contrario, elle demande une vision de long terme et une sédimentation des projets. Le mini-diagnostic proposé ci-après prend donc en compte cette dimension temporelle et vous propose une première trame de réflexion.**

Si certains territoires sont déjà identifiés comme "destinations vélo", d'autres ne disposent pas encore d'un réseau cyclotouristique dense, maillé et structuré. Quelques critères permettent d'estimer le potentiel de développement du tourisme à vélo sur le territoire :



- Densité d'hébergements touristiques (en équivalent lit)
- Densité de sites de visite (analyse par nombre d'entrées)
- Présence de rivières, canaux, milieu humide…
- Milieu naturel classé ou protégé (Parc Naturel Régional, grand périmètre boisé, zone viticole)
- Zonage des reliefs
- Grands sites patrimoniaux, naturels et culturels
- Notoriété de la destination (citation dans les guides touristiques, identification via un événement phare, fréquentation du site web…)

**Une démarche de destination vélo doit par ailleurs s'appuyer sur l'offre cyclable du territoire donné. Voici donc une suggestion de questions initiales à poser lors du diagnostic de la destination vélo.**

**L'offre cyclable de mon territoire comprend-elle ?**

- ☑ Des itinéraires cyclables structurants (européens, nationaux ou régionaux) ? Exemple : La Vélo Francette à Laval, La Loire à Vélo et La Vélodyssée à Nantes…
- ☑ Des aménagements cyclables diversifiés (voies vertes, petites routes à faible trafic jalonnées, sentiers VTT…) ?
- ☑ Des boucles cyclables de découverte ? Exemple : les boucles de découverte par niveau de difficulté des deux Savoie
- ☑ Des routes de cols fermées à la circulation ponctuellement ? Exemple : les Oisans Col Series, où les mardis matin en juillet et en août, une route ou un col est réservé aux cyclistes
- ☑ Un événement récurrent mettant en valeur le vélo ? Exemple : slowUp Alsace, Anjou Vélo Vintage
- ☑ Un patrimoine local (naturel ou culturel) à valoriser à travers le vélo ? Exemple : la route des vins d'Alsace, les Châteaux de la Loire
- ☑ Une aménité cyclable particulière ? Exemple : le musée d'Art et d'Industrie de Saint-Étienne et son parcours cycles (exposition permanente consacrée à l'Histoire du cycle et aux pratiques qui s'y rattachent)
- ☑ Une destination propice à la circulation à vélo sur son lieu de vacances ? Exemple : Île de Ré, baie des Sables-d'Olonne, Saint-Lunaire
- ☑ Un réseau de prestataires touristiques désireux de développer l'accueil des touristes à vélo ?
- ☑ Des points d'accès majeurs depuis des pôles régionaux, nationaux ou internationaux ?

**A qui s'adresse-t-elle ?**

En outre, une réflexion approfondie sur la définition des cibles et la segmentation des pratiques est fondamentale. En effet, les familles, roulant avec des enfants et des remorques pour vélo n'ont pas les mêmes attentes que des touristes à vélo sportifs. L'offre cyclable de mon territoire est-elle accessible à des touristes âgés de 7 à 77 ans, roulant avec des remorques ? Au contraire, est-elle destinée à une certaine catégorie de cyclistes (sportifs, gravel, VTT..) ?

**Quels atouts mon territoire possède-t-il ?**

- ☑ Qualité du revêtement
- ☑ Qualité du maillage
- ☑ Qualité de la sécurisation et des aménagements
- ☑ Qualité de la signalisation
- ☑ Qualité des équipements vélo (aires de services, haltes repos)
- ☑ Entretien régulier
- ☑ Proximité de sites touristiques où un stationnement sécurisé est possible et existence de liaisons
- ☑ Proximité de sites naturels attractifs et existence de liaisons
- ☑ Disponibilité de services marchands destinés aux vélos : présence d'un loueur de vélo, d'un réparateur, d'hébergements labellisés Accueil Vélo, offices de tourisme…
- ☑ Accessibilité de la destination en transports en commun (train et car notamment)



# Aménager des infrastructures

# 2.1 Un schéma national et des schémas locaux cohérents



**Le développement des véloroutes participe à l'aménagement du territoire, elles sont souvent le support de réseaux cyclables et d'itinéraires utiles aux territoires. Les schémas des véloroutes, qu'ils soient d'échelle nationale, régionale ou départementale, sont repris dans les schémas locaux et garantissent cohérence et continuité entre itinéraires. Ils concernent une diversité de collectivités territoriales et doivent s'inscrire dans une logique d'imbrication. La cohérence entre ces schémas distincts est essentielle.**

Document cadre, la stratégie vélo précise l'ambition politique de la collectivité en la matière. Dans ses versions les plus abouties, elle est transversale aux différentes compétences de la collectivité. La stratégie vélo comporte des objectifs permettant de qualifier l'ambition et détaille les volets, les actions et le budget nécessaire à déployer pour les atteindre. Elle comprend le plus souvent un schéma des itinéraires prioritaires.

**Le schéma européen EuroVelo** détermine les itinéraires de longue distance structurants en Europe. Il est élaboré et approuvé par la Fédération Européenne des Cyclistes.

**Le schéma national des véloroutes** a été adopté en Comité interministériel d'aménagement et de développement du territoire (CIADT) en 1998 et révisé le 11 mai 2010. Actualisé en 2019, le schéma a été officialisé par décret. Il structure un réseau de grands itinéraires cyclables nationaux, contribuant au développement et à la promotion de la mobilité quotidienne et de la pratique touristique du vélo. L'élaboration du schéma national répond à plusieurs principes, dont la présence d'a minima une véloroute par région, l'aménagement maximal de voies vertes qui réutilisent des infrastructures à faible dénivelé (voies ferrées désaffectées, le long de voies d'eau...) et qui sont accessibles à tous les publics et assurant la continuité avec des réseaux dans les pays voisins.

Vélo & Territoires porte l'objectif d'achever la réalisation des itinéraires du Schéma national des véloroutes à l'horizon 2030. En 2019, une actualisation du schéma national a permis d'intégrer deux nouveaux itinéraires et de modifier le tracé de cinq itinéraires. Cette mise à jour est reconduite tous les trois ans. Au 1er janvier 2021, le schéma national comptabilisait 25 587 km d'itinéraires, dont 18 848 km sont ouverts, ce qui porte son état d'avancement à 74%.

**Les schémas régionaux des véloroutes** sont élaborés par les régions et nécessairement articulés avec le schéma national des véloroutes. Toutes les régions de France métropolitaine, exceptée la Corse, disposent d'un schéma régional des véloroutes. La loi NOTRe et la reconfiguration des régions ont conduit à une évolution des schémas régionaux. Ils doivent pouvoir s'intégrer aux schémas de planification que sont le schéma régional d'aménagement, de développement durable et d'égalité des territoires (SRADDET) et le schéma régional de développement économique d'innovation et d'internationalisation (SREDEII). Le SRADDET est un schéma transversal et prescriptif avec lequel les documents d'urbanisme locaux, les plans climat-énergie territoriaux – PCAET –, les chartes de parcs naturels régionaux et les plans de déplacement urbain doivent être mis en compatibilité. Au 1er janvier 2020, les schémas régionaux des véloroutes identifient 37 042 km d'itinéraires régionaux réalisés à 61 %. Ces derniers comprennent le schéma national.

**Les schémas départementaux des véloroutes** sont portés par les Départements. L'enquête Territoires 2019 menée par Vélo & Territoires et l'ADEME dévoile que 90% des départements disposaient d'une stratégie vélo lors du mandat 2015/2021. Le plan vélo porté par le Département doit soutenir et coordonner l'action vélo des territoires infra-départementaux à travers de l'ingénierie, des financements et de l'animation. Les actions vélos des EPCI doivent ainsi être mises en cohérence. Le Département a également un rôle dans le développement du vélo dans les territoires ruraux, peu denses et souvent peu dotés de moyens humains et financiers.

Les établissements publics de coopération intercommunale (EPCI) mettent en place des **schémas directeurs cyclables** qui définissent une stratégie de développement de l'usage du vélo. Ces schémas doivent encourager l'intermodalité avec les transports en commun, faciliter la coordination entre les services qui interviennent sur le territoire et garantir la sécurité pour les cyclistes, utilitaires comme touristes.

# 2.2 Maintenir la qualité des infrastructures sur le long terme



**Proposer une offre d'itinéraires adaptés aux cyclistes constitue un levier important pour développer le tourisme à vélo sur son territoire. Pour être sécurisés et attractifs, les itinéraires doivent être entretenus régulièrement.**

### *Source*

*Ces données sont en partie issues des fiches actions n°8 « Équipements et aires d'arrêt » (Antoine Coué, 2018) et n°9 « Revêtements des aménagements cyclables » (Aurélia Hild, 2019), produites par Vélo & Territoires.*

## La définition initiale du tracé

**Un itinéraire cyclable touristique doit mettre en avant des points d'intérêt attractifs. Il n'est pas toujours possible de combiner des tracés conçus dans une visée touristique et d'autres conçus pour la mobilité du quotidien. Même si les pratiques sont poreuses, le cycliste du quotidien est d'abord vigilant sur le temps de parcours, le confort et la sécurité. Le touriste à vélo recherche avant tout un parcours attractif, qui propose des points d'intérêt et un paysage agréable.**

La définition du tracé d'un itinéraire, d'une nouvelle boucle vélo, ou d'un réseau suppose préalablement de disposer du foncier utile. Si ce dernier est une ressource de plus en plus limitée, plusieurs options doivent être envisagées. La collectivité peut en effet, en fonction de la typologie de son territoire, nouer des contacts avec Voies navigables de France, l'Office National des Forêts, ou SNCF réseau, pour l'utilisation de leurs emprises foncières. Les voies à proximité des canaux ou des anciennes voies ferrées, présentent un faible dénivelé, élément apprécié des touristes à vélo néophytes ou en famille. Le long des canaux, un lien se crée entre cyclistes et plaisanciers, les uns dynamisant les berges, les autres agrémentant le paysage fluvestre par le passage en bateau. Toutefois, toutes les voies ferrées, navigables, forestières n'ont pas un potentiel touristique.

La France dispose de tout un réseau routier secondaire très important dont une partie est peu empruntée. Les cyclistes auront un grand plaisir à circuler sur la route dès lors que les niveaux de vitesse sont apaisés (30 km/h ou moins), les niveaux de trafic faibles et la signalisation disponible. Les familles et les cyclistes chevronnés réfléchiront à deux fois avant de s'élancer sur des routes, voies, itinéraires cyclables sans aménagements séparatifs, en section courante à 90, 70 ou même 50 km/h. Un diagnostic mesurant les caractéristiques du parcours, l'intérêt de son exploitation touristique et identifiant les aménagements utiles pour son amélioration est alors pertinent. Des actions de sensibilisation de partage de la voirie menées par l'État (la Route se partage) ou certaines collectivités territoriales (panneaux 1,5 m je double je m'écarte) peuvent également être établies.

Les territoires, détenteurs du pouvoir de police et de la voirie ont la capacité d'agir sur l'apaisement des vitesses, les régimes d'accès aux voies et leur sens de circulation et ainsi d'intervenir à moindre coût.



### *C'est dit*

*« La Communauté de communes de l'Oisans développe une voie verte entre Séchilienne et Bourg d'Oisans. La troisième phase du projet implique une récupération de l'emprise foncière d'EDF. Le projet présente une grande valeur ajoutée, car les cyclistes passeront là où passait l'eau dans les barrages hydrauliques. La scénarisation mettra en valeur cette dimension muséale et patrimoniale »*

**Frédéric Schmitt**, Communauté de communes de l'Oisans

Plusieurs variables déterminent la cyclabilité des itinéraires et leur intérêt touristique : la sécurité des aménagements, l'efficacité du parcours (distance/temps) et la praticité d'usage.

D'autres facteurs doivent être pris en considération avant de déterminer le tracé d'un itinéraire. **Les contraintes environnementales doivent être considérées :** un parcours dans un site classé, dans une zone sensible riche en biodiversité, amène un lot de questions. Le passage du parcours y est-il indispensable, ou des alternatives au tracé sont-elles possibles ? Le passage des cyclistes risque-t-il d'entraîner des dégradations directes sur l'environnement (déchets jetés dans la nature, ou détournement d'un couloir de reproduction des animaux par exemple) ? Quel revêtement utiliser ? Pour le touriste à vélo, il est important de proposer des parcours agréables et sécurisés.

Un même lieu peut être utilisé pour des raisons très différentes. Chaque usager est légitime dans son droit à disposer de l'espace public. En revanche, ces usages différenciés peuvent entraîner des conflits. Les exemples ne manquent pas : une voie verte est utilisée à la fois par des touristes à vélo et par des agriculteurs qui ne disposent pas d'autres accès à leur champ. Des riverains peuvent se plaindre de passages très fréquents de cyclistes, ou de cyclistes qui stationnent leur vélo pour quelques minutes contre leur barrière. La prévention est un ingrédient incontournable pour réguler les conflits d'usage. Ils peuvent néanmoins être évités lors de la définition même du tracé, via une concertation.

Les cyclistes sont particulièrement attentifs à l'insertion paysagère de l'itinéraire qu'ils empruntent. Il est par conséquent important de ménager des points de vue.



### C'est dit

*« Sur la Communauté de Communes de l'Oisans, nous avons un passage à gué sur 150 mètres. Avec des enjeux environnementaux forts, nous ne pouvions pas installer de passerelle. Comment fait-on la balance entre des contraintes environnementales et des contraintes en termes d'usage ? »*

**Charline Marché**
Communauté de communes de l'Oisans



### C'est dit

*« Sur le site portuaire du port de Plaisance de Gallician, des conflits d'usages entre les cyclistes, les plaisanciers et d'autres publics, comme les promeneurs, doivent être réglementés. Un public familial emprunte les voies sécurisées, mais de gros rouleurs viennent profiter de ces voies et ne respectent pas les familles. C'est aussi une question de civisme. »*

**Alain Reboul**
Communauté de communes Petite Camargue



### C'est dit

*« Les paysages sont très appréciés des touristes à vélo. Les voies vertes sur d'anciennes voies ferrées sont parfois encaissées et entourées de végétation, empêchant tout point de vue dégagé. Il faut être vigilant sur l'insertion paysagère et proposer des ouvertures »*

**Agathe Daudibon**
Vélo & Territoires

# Le revêtement

**Le revêtement est un marqueur important de la qualité de l'infrastructure. Ce dernier impacte directement l'usage. Des estimations montrent qu'une portion « non revêtue » entraîne une perte de vitesse de 2 à 4 km/h en moyenne et à effort constant, une perte de temps qui a des conséquences sur la longueur des étapes des touristes à vélo. Puisqu'il n'existe pas de solution universelle, comment le territoire peut-il choisir ?**

L'offre des revêtements est abondante et ne facilite pas la tâche du maître d'ouvrage :

- revêtements à liants bitumineux
- revêtements à liants hydrauliques comme la chaux ou le ciment
- revêtements à liant de synthèse, d'origine pétrochimique ou végétale
- revêtements sans liant (sables stabilisés compactés).

Le maître d'ouvrage doit choisir un revêtement approprié au contexte aux vues de plusieurs critères.

### Critères environnementaux

Des solutions existent pour les maîtres d'ouvrages soucieux de proposer un revêtement écologique, qu'il s'agisse d'un revêtement écologique dans ses composants, dans sa mise en œuvre, ou plus résilient face aux aléas climatiques et temporels. Plusieurs aspects doivent être considérés :

- Impact sur le milieu naturel et le réseau hydrographique pendant le chantier
- Comportement du revêtement avec l'eau
- Intégration paysagère de l'aménagement
- Durée de vie de l'aménagement et évolution
- Passage en espace classé

### Critères économiques

Quel revêtement est le moins cher en investissement et en fonctionnement ? La tenue dans le temps et le coût d'entretien sont déterminants et doivent être pris en compte dans le choix du revêtement. En effet, le stabilisé est le moins cher en investissement initial mais si l'entretien est considéré, l'enrobé est plus économique.

Les coûts varient fortement selon le territoire (présence d'entreprises locales et de ressources et matériaux localement) et selon l'entretien nécessaire pour le revêtement (balayage, rechargement, désherbage manuel, réparation). Sur dix ans, le coût de l'enrobé est imbattable. Avec le temps, le revêtement perd souvent en qualité, qu'il s'agisse de la surface du revêtement ou de l'enherbement des accotements qui réduisent la largeur de la voie.

### Critères d'usages

Le revêtement doit remplir des critères minimum de confort, d'accessibilité et de sécurité.

Les voies vertes et pistes cyclables doivent pouvoir être empruntées par tout type d'usager et par toutes conditions météorologiques : cela exclut les revêtements en pavés, en grave meuble ou en terre boueuse par temps pluvieux. Un critère de sécurité doit être respecté, afin d'éviter les risques de glissades sur des peintures ou de dérapage sur du sable ou des gravillons.

- Adaptation aux usages : les usages utilitaires et touristiques sont souvent complémentaires
- Niveau de service, confort et sécurité
- Cohabitation possible entre différents moyens de transport
- Capacité du revêtement à orienter ou favoriser un type de fréquentation

## *Pour aller plus loin*

*Action n°9 "Revêtements des aménagements cyclables" (Vélo & Territoires, 2019)*

# La signalisation

**La signalisation de direction répond au besoin de lisibilité et de continuité de l'itinéraire choisi. Elle donne aux cyclistes la direction de la destination choisie et leur confirme qu'ils se trouvent sur une liaison convenant à leur besoin. Bien que les outils connectés soient de plus en plus performants et utilisés, une signalisation de qualité reste indispensable. Elle répond à trois besoins majeurs des touristes à vélo : le repérage, les liens avec les aménités du territoire, la communication.**

Deux approches complémentaires sont imbriquées : les grands itinéraires et le jalonnement de proximité. La réalisation d'une signalisation de direction est complexifiée par l'évolution des itinéraires dans le temps, d'autant que les itinéraires peuvent être à la croisée de plusieurs territoires, de l'échelle locale à l'échelle européenne.

D'une part, les collectivités doivent respecter la signalétique et la numérotation de chacun des itinéraires EuroVelo, nationaux et régionaux. D'autre part, elles doivent harmoniser leur réseau cyclable global en intégrant les itinéraires locaux comme les boucles locales. Les systèmes doivent être cohérents, entre un degré d'information suffisant à chaque carrefour et la lisibilité de l'itinéraire.

Pour répondre à cette exigence de cohérence, il est nécessaire de mettre en place un schéma directeur de jalonnement à l'échelle des itinéraires et de réseaux, enjeu impliquant une concertation entre les différents maîtres d'œuvre engagés dans l'itinéraire ou sur le territoire. À l'échelle nationale, l'étude "La signalisation des véloroutes et itinéraires cyclables" conduite par Vélo & Territoires permettra d'aboutir à des recommandations nationales.

La signalisation doit ainsi être entretenue par la collectivité. Les associations de cyclistes peuvent être sollicitées en aidant à signaler les dégradations ou les absences de panneaux, de bornes et de marquages au sol. Cet appui sur les associations locales doit s'effectuer en parallèle d'une prise en charge de la part des collectivités. Par ailleurs, Vélo & Territoires a développé un outil de signalement des anomalies cyclables, qui peut être déployé sur des réseaux cyclables à différentes échelles. L'usager détecte une anomalie, qu'il recense sur l'outil. Il est assuré que son information est transmise à la bonne personne et que cette dernière lui notifie ensuite la résolution du problème rencontré.




### *C'est dit*

*« La signalétique représente un investissement constant. Chaque année, nous menons un audit de la signalétique. L'audit est réalisé par une association d'usagers cyclistes, qui réalise les trajets à vélo. Les usagers ont constaté des problèmes impossibles à déceler en voiture, comme les panneaux situés trop hauts. »*

**Lucie Morin**
Pays des châteaux




### *Pour aller plus loin*

*Mener une étude de signalisation pour pousser au développement de l'infrastructure sur la Destination Bretagne Sud Golfe du Morbihan (page 71)*

# Les équipements

**Des équipements publics doivent être mis à disposition des cyclistes le long des itinéraires. Du simple banc à l'atelier de réparation vélo en passant par les aires de jeux pour enfants, ils enrichissent l'expérience sur les véloroutes et complètent l'infrastructure « lourde » de l'itinéraire cyclable.**

Développer les équipements répond aux attentes élevées des cyclotouristes, d'harmoniser l'offre de services existants et d'attirer de nouveaux usagers. En effet, compléter l'offre d'équipements là où elle fait défaut rassure les indécis qui n'osent pas encore pratiquer le vélo par peur ou par inexpérience et attire de nouveaux publics sur les itinéraires cyclables (néophytes, familles avec enfants, personnes âgées...).

Où développer les équipements ? Leur répartition doit être homogène et continue. Il est préférable de les centraliser au sein d'espaces structurés. Vélo & Territoires a fait le choix de classer ces espaces en deux catégories : l'aire de services et la halte repos. L'aire de services est le niveau le plus pourvu en équipement : un touriste à vélo pourra y trouver tout le nécessaire pour répondre à ses besoins. Un touriste à vélo retrouvera une aire de services tous les 20 à 30 km. La halte repos est située tous les 10 km environ et permet aux touristes de pouvoir se reposer et de s'accorder une halte.

**Que prendre en compte pour installer une aire de services et une halte repos ?**

**›› L'implantation des équipements :**

- Implanter les aires d'arrêt à proximité immédiate des itinéraires cyclables. Dans le cas contraire, l'indiquer via une signalétique directionnelle adaptée;
- Les équipements doivent être intégrés au paysage du site et à son environnement direct;
- Privilégier le confort des usagers avec des espaces ombragés et abrités;
- Mettre en valeur le patrimoine du territoire traversé (culturel, historique, naturel et architectural).

**›› L'accessibilité :**

- Des équipements ouverts à tous : tous les équipements, en particulier les toilettes publiques, doivent être accessibles aux personnes à mobilité réduite et si possible aux personnes souffrant de cécité. Les équipements doivent être utilisables par des enfants (appuis vélos, tables et bancs);
- Des équipements ouverts en toute saison en proposant autant que possible des services en libre accès total. L'ouverture des équipements est de facto une condition *sine qua non* du développement du tourisme à vélo sur les ailes de saison.

**›› L'entretien :**

- **Définir à l'avance le responsable/gestionnaire, les modalités d'entretien et leur financement, pour assurer une veille, un entretien fréquent** et anticiper le renouvellement régulier de certains équipements;
- Adapter l'entretien à chaque équipement : une attention particulière doit être portée aux sanitaires et aux poubelles notamment (fréquence de nettoyage/ramassage adaptée en fonction de la saison et de la fréquentation de l'itinéraire cyclable). Les panneaux de signalisation, les appuis vélos et le mobilier nécessitent une veille constante.

**›› La signalisation :**

- Orienter les usagers vers l'équipement : référencer les équipements cyclables sur le plus grand nombre de supports possibles (Relais Information Services de l'itinéraire et des boucles locales, topoguides, cartes, sites Internet, brochures touristiques, données SIG, etc.). Envisager une signalisation de rabattement sur les axes environnants.
- Être compréhensible pour tous : proposer une signalisation claire et facile à déchiffrer, y compris pour les personnes atteintes d'un handicap visuel ou souffrant d'illettrisme. Utiliser en priorité les pictogrammes pour les non-francophones.

**Préconisations par typologie d'équipements :**

**›› Tables de pique-nique très attendues des usagers, pour se reposer et se restaurer:**

- Installer le mobilier à proximité des stationnements vélos pour permettre aux usagers de garder un œil sur leur matériel;
- Adapter aux enfants, aux personnes en fauteuil roulant et en situation de handicap : table avec plateau rallongé pour un accès en fauteuil roulant (ou système équivalent);
- Choisir de préférence des matériaux résistants, simples et confortables : bois ou matériaux recyclés, si possible d'origine locale;
- Proposer des tables avec abri protégeant de la pluie ou du soleil.



### ›› Stationnements vélo

- Adapter le nombre de stationnements à la fréquentation et à la taille de l'aire de service. Minimum : trois arceaux vélo pour le stationnement sécurisé de six vélos;
- Adapter la longueur et la largeur de l'équipement à tous les types de vélos ;
- Implanter l'équipement à proximité immédiate des autres installations et bien en vue des usagers pour limiter les vols ;
- Choisir un équipement qui permet d'attacher à la fois la roue et le cadre de façon sécurisée (ancrage cadre et roue par 2 points d'attaches) ;
- Utiliser des attaches de type appui vélos, lice, ou arceau « U inversé »;
- Prévoir un espacement de 90 cm minimum entre les arceaux pour faciliter le rangement de deux vélos côte à côte et l'intervention du cycliste ;
- Proposer box vélo et abris sécurisés qui permettent aux usagers de stocker leurs vélos et équipements (sacoches, etc.) sur une période allant de quelques heures à quelques jours : le temps de visiter un site touristique, pratiquer une autre activité...

### ›› Points d'eau potable

- Orienter au maximum les usagers vers des sources ou des fontaines publiques existantes ;
- Recenser les points d'eau disponibles au sein d'un même territoire, dans les systèmes d'informations géographiques (SIG) et/ou systèmes d'informations touristiques (SIT) ;
- Adapter l'équipement à des usages multiples : ravitaillement (remplissage d'une gourde), rafraîchissement, nettoyage du matériel... ;
- S'assurer de la potabilité du point d'eau et l'indiquer.

### ›› Toilettes publiques : **Le manque de sanitaires est la principale critique formulée lors des enquêtes de satisfaction.** Il est important de porter une attention particulière à la réalisation d'un maillage homogène de toilettes publiques sur les itinéraires :

- Orienter au maximum les usagers vers des sanitaires publics déjà existants ;
- Recenser les toilettes publiques d'un même territoire, dans les SIG et les SIT ;
- Proposer des sanitaires accessibles aux personnes en situation de handicap ;
- Adapter le type de toilettes (sèches, classiques, à nettoyage automatique) et leur entretien aux fluctuations de fréquentation.

### ›› Zone signalétique avec des relais info service :

- Pour les RIS : choisir un matériau support résistant aux intempéries, adapté à l'environnement direct et aux autres installations
- Intégrer aux RIS un système de QR code pour donner la possibilité de renvoyer l'usager vers un contenu plus détaillé et évolutif.

### ›› Poubelles

- Assurer un ramassage régulier, adapté à la fréquentation et à la saisonnalité touristique. Multiplier les poubelles sur les sites fréquentés;
- Implanter les poubelles à bonne distance (un minimum de 10 m est conseillé) des espaces de pique-nique pour ne pas gêner les usagers (odeurs et insectes) ;
- Permettre le tri sélectif ;
- Dans certains cas, notamment lorsqu'un ramassage n'est pas permis fréquemment, il est préférable de ne pas installer de poubelles du tout. Sensibiliser les usagers à conserver leurs propres déchets est, dans ce cas, indispensable.



© ALTAO® Cocoon Itinérance - Altinnova®

›› **Points de recharge pour les VAE :** le VAE se développe et les projets de bornes de recharge avec. À l'exception d'une pratique dans les territoires de montagne, les touristes à vélo ont rarement besoin de recharger leur batterie en cours de journée sur une aire de services.

Il peut être pertinent de proposer des solutions de recharge, mais plusieurs points doivent être pris en considération :

- L'autonomie des batteries est de plus en plus importante. Elle dépasse désormais les 200 km en mode économique et va jusqu'à 400 km pour les VAE les plus performants. Cela suffit pour une journée type d'itinérance à vélo, de 65 km en moyenne;
- Les bornes de recharge rapide permettent une charge accélérée (entre 30 à 90 minutes). Les bornes classiques sont équipées de prise domestique et nécessitent une charge complète des vélos entre 3 et 8 heures. Les bornes de recharge rapide sont donc à prioriser.
- Pour choisir des lieux d'implantation pertinents, il convient d'abord de réaliser un diagnostic du territoireet de l'offre (analyse des besoins en termes d'usage et l'offre existante) et de prioriser des lieux de passage propices à faire une pause : une aire de services proposant plusieurs équipements et facilitant le repos, un site de visite, etc. Une concertation avec les acteurs locaux permettra d'associer des lieux accueillant du public (offices de tourisme, hébergeurs, sites de visite, restaurateurs et plus globalement les prestataires Accueil Vélo) à des dispositifs de recharge. Idéalement, d'autres services sont associés au dispositif de recharge pour que les touristes à vélo puissent également recharger leur téléphone, accéder au wifi, etc.

›› **Autres équipements :** Bornes Wifi, aires de jeux, ateliers d'auto-réparation et d'entretien, etc.

## *Pour aller plus loin*

*Fiche-action n°8 "Equipements et aires d'arrêt" de Vélo & Territoires, dont la mise à jour est prévue fin 2021*

# L'entretien

La qualité des itinéraires cyclables est corrélée à la qualité de leurs aménagements, mais aussi, sur la durée, à la qualité de leur entretien. En effet, un aménagement non entretenu peut rapidement devenir non utilisé et dommageable pour la réputation d'une destination vélo. Une infrastructure se détériore naturellement avec l'usage et le temps. Un entretien régulier et adapté au revêtement garantit la qualité d'utilisation de l'itinéraire. Crevaisons liées aux revêtements dégradés ou à la végétation et défaut de balisage en raison de panneaux dégradés deviennent des problèmes récurrents soulevés par les touristes à vélo, ce qui nuit également à la notoriété de l'itinéraire ou du territoire. Les équipements connexes (stationnement vélo, abris, sanitaires, poubelles, aires de pique-nique...) doivent être entretenus de manière régulière. Enfin, les compteurs nécessitent également un entretien régulier : un suivi régulier des données permet de détecter au plus vite les éventuelles pannes et minimise la perte de données. Par ailleurs, l'entretien des infrastructures et des équipements est une condition essentielle du développement du tourisme à vélo sur les ailes de saison. Comme toute voirie, le réseau cyclable doit être déneigé, élagué et/ou balayé après une tempête pour assurer la continuité et la sécurité des déplacements même en période hivernale.

Or, les modalités d'intervention pour entretenir l'itinéraire ne sont pas toujours clairement identifiées. Des conventions peuvent être signées entre les collectivités territoriales concernées par la voie cyclable. Une personne référente peut être désignée à l'échelle du territoire et sera la porte d'entrée pour toutes les problématiques liées à l'entretien. Quelle que soit la solution adoptée, les besoins en ingénierie sont nombreux. Élus comme techniciens doivent être sensibilisés à la prise en compte des coûts que représente l'entretien, véritable clé de la pérennité et de la qualité des aménagements cyclables.

Les retours d'usagers sont essentiels. Un outil de signalement, hébergé sur l'Observatoire national des véloroutes de Vélo & Territoires permet une communication, via une plateforme, entre usagers et maîtres d'ouvrages. Les usagers signalent directement sur l'outil numérique une anomalie. Leur contribution est transmise au maître d'ouvrage, qui lui notifie ensuite la résolution du problème rencontré. D'autres outils comme Suricate développé par le Pôle Ressources National Sports de Nature sont disponibles. Une passerelle existe entre l'outil de signalement de Vélo & Territoires et Suricate.




### C'est dit

*« Lorsqu'on aménage un itinéraire cyclable, il faut faire en fonction de ses moyens, et pas forcément à l'instant T. L'anticipation de l'entretien sur le long terme est nécessaire. Il est assez facile d'obtenir des subventions pour créer un itinéraire, mais il faut penser à l'entretien (signalétique et revêtement) généralement totalement à la charge des collectivités. Il faut convenir des compétences de chacun en termes d'entretien, surtout si différentes collectivités territoriales sont en jeu »*

**Lucie Morin**
Pays des châteaux



### C'est dit

*« Les associations d'usagers nous font des retours réguliers et spontanés sur les problèmes d'infrastructure. Nous pourrions désigner un référent mobilité sur l'EPCI voire par commune, qui serait la personne identifiée sur toutes les questions d'entretien »*

**Gaël Pondard**
Destination Bretagne Sud Golfe du Morbihan

### Pour aller plus loin

*Associer les usagers à l'audit annuel de son réseau de boucles par le Pays des Châteaux pour prioriser l'entretien (page 72)*



# Connecter la destination et miser sur la mobilité à vélo

# 3.1 Rendre accessible la destination aux touristes à vélo

**Dans les ingrédients pour développer le tourisme à vélo sur sa destination, améliorer la connexion entre le vélo et les autres modes de déplacement est un facteur déterminant. L'intermodalité désigne la possibilité pour les personnes de passer de manière fluide et sécurisée d'un mode de déplacement à un autre. Elle est caractérisée par l'utilisation successive de plusieurs modes de transports au cours d'un même trajet.**

### *Source*

*Ces données sont issues de l'étude EMBARQ, étude intermodalité vélo-transports terrestres (Antoine Coué, Vélo & Territoires, septembre 2021)*

### *C'est dit*

*« Le passage en gare s'effectue au début ou en fin de séjour, c'est donc un moment qui marque les touristes »*

**Pauline Gatault**, Nantes Métropole



## Les enjeux de l'intermodalité

Une bonne intermodalité améliore l'efficacité de chaque mode de déplacement, via la mise en place d'infrastructures et de réglementations qui facilitent leur combinaison. Le développement de l'intermodalité vélo-transports publics sur les territoires est un enjeu majeur dans la montée en puissance de nouvelles mobilités, tant sur le plan utilitaire que sur le plan touristique. En écho aux attentes de plus en plus marquées des Français d'un tourisme durable, l'intermodalité vélo-train, vélo-car et vélo-bateau permet de réduire l'empreinte carbone des voyages réalisés.

L'interopérabilité du vélo avec les transports publics est cruciale pour le touriste à vélo en vue d'accéder à sa destination, de retourner à son point de départ ou à son lieu de résidence tout en réduisant l'impact environnemental de son trajet. Mieux, l'accessibilité en train, en car ou même en bateau détermine souvent le choix du lieu de vacances pour les touristes à vélo.

Par ailleurs, les transports publics constituent lorsque c'est nécessaire, des alternatives à des sections dissuasives en raison d'un fort trafic, d'un important relief ou encore non aménagées. Par exemple, le site de la ViaRhôna indique pour l'étape de Lyon à Saint-Romain-en-Gal/Vienne « Attention grande prudence, route très fréquentée, nous recommandons fortement de prendre le train entre Lyon et Givors aux cyclistes débutants et aux familles ».

L'étude de retombées économiques menée en 2015 sur La Loire à Vélo confirme la place prépondérante occupée par le train comme moyen de gagner l'itinéraire.

### Moyen de gagner l'itinéraire sur La Loire à Vélo

| EN TRAIN | EN VOITURE | À VÉLO |
|---|---|---|
| 39% (57% pour les itinérants) | 45% | 14% |

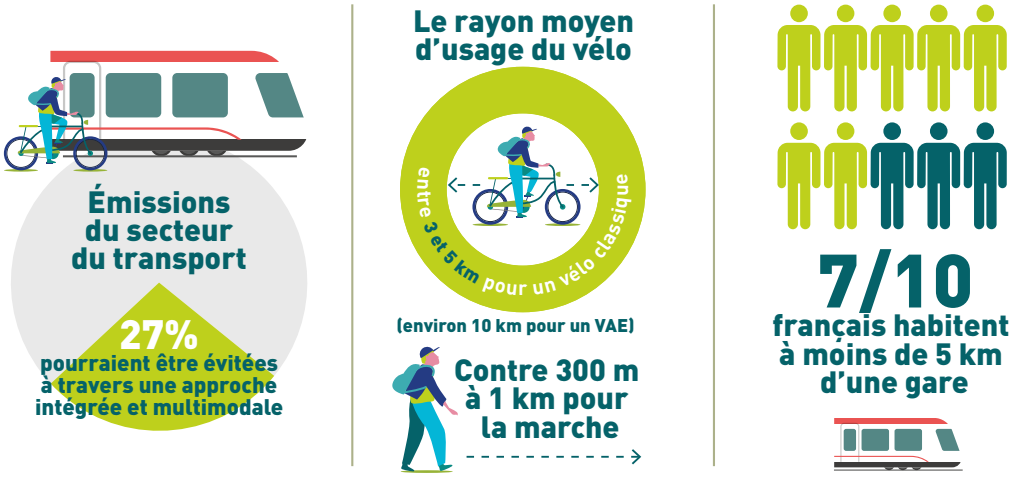
***Source***

*Synthèse de l'étude de retombées économiques, La Loire à Vélo, 2015.*

**Sources**

*« L'intermodalité vélo-train : une évaluation socio-économique des bénéfices », Ministère de la Transition Écologique et Solidaire, 2016) ; « L'intermodalité au quotidien : Un panorama de la mobilité intermodale en France », CEREMA-IFSTTAR, 2015) ;*

### *Le potentiel du vélo en intermodalité :*




**Source**

*« Annual report », Nederlandse Spoorwegen, 2020*




## Les collectivités territoriales et l'intermodalité ? Les apports de la LOM (Loi d'Orientation des Mobilités) en faveur de l'intermodalité

Les régions sont les cheffes de file en matière d'intermodalité et de complémentarité entre modes de transport. La Région fixe les grands principes de l'action commune des territoires en termes de mobilité dans le volet « intermodalité » du Schéma régional d'aménagement, de développement durable et d'égalité des territoires. Si les services ferroviaires et routiers interurbains que les régions organisent constituent souvent l'architecture fondamentale de leur réseau, les régions peuvent compléter ce maillage par l'organisation de services de mobilités partagées (covoiturage, autopartage) ou de mobilités actives (comme la location de vélo).

La LOM, en sus d'avoir renforcé le rôle de la Région comme cheffe de file de l'intermodalité, apporte plusieurs mesures en faveur de l'intermodalité vélo-transports collectifs. D'abord, les trains neufs et rénovés doivent prévoir des emplacements destinés au transport de vélos non démontés. Ensuite, les autocars neufs, exceptés ceux des services urbains, doivent être équipés d'un système permettant de transporter *a minima* 5 vélos non démontés. Enfin, les gares de voyageurs, les pôles d'échange multimodaux et les gares routières identifiés doivent être équipés de stationnements sécurisés pour les vélos avant 2024.

## Les difficultés rencontrées par les cyclistes en intermodalité

Le caractère encore incomplet de l'interopérabilité entre le vélo et les autres modes de déplacement est un frein au déploiement d'un système de mobilité touristique achevé. Pour tendre vers cette mobilité « sans couture », les différents freins rencontrés par les cyclistes en intermodalité doivent être levés à chaque étape de la chaîne de déplacement.

Au demeurant, l'itinérance à vélo comporte des difficultés supplémentaires : accès initial et retour depuis un point différent, souvent en préférant un vélo personnel. Même en accédant au point de départ en voiture, le touriste a besoin d'y revenir après son itinérance à vélo.

**Six grands temps dans la chaîne de déplacement des cyclistes :**

- L'information voyageur, la tarification et la billettique : pour anticiper au mieux leurs déplacements, les touristes doivent disposer d'une information claire sur l'offre de transport disponible ainsi que sur les équipements et services vélos associés, en amont de leurs trajets. Des indications sur la tarification et les possibilités de réservation de ces différents services sont également nécessaires pour encourager l'intermodalité. Le besoin de traduction des informations est également important.
- L'accessibilité : afin d'accéder aux pôles d'échanges et d'en repartir en toute sécurité, les cyclistes doivent disposer d'aménagements cyclables adaptés. Des itinéraires de rabattement doivent permettre de relier les pôles d'échanges aux principaux itinéraires cyclables du territoire.
- Le stationnement : pour limiter l'engorgement des transports collectifs, en particulier aux heures de pointe, il est indispensable de proposer aux usagers une offre de stationnement permettant de garer un vélo en sécurité à proximité des pôles d'échange, au départ ou à l'arrivée d'un trajet.
- La circulation : lorsque c'est nécessaire, les usagers doivent pouvoir se déplacer au sein des pôles d'échange, vélo à la main et accéder à l'ensemble des services de transport proposés. Des cheminements dédiés et un environnement accueillant sont une composante importante de l'intermodalité pour les cyclistes.
- L'embarquement : dans certaines situations (tourisme en itinérance, balades à la journée...), les cyclistes n'ont pas d'autre choix que d'emporter leurs vélos non démontés à bord des autres modes de déplacement proposés au sein des pôles d'échange. **Une politique intermodale nécessite de proposer, lorsque c'est possible, des équipements suffisamment nombreux et correctement dimensionnés pour entreposer les vélos en sécurité une fois à bord**. La sensibilisation des professionnels des transports à ces solutions ainsi qu'une information sur l'offre existante (souvent méconnue) peuvent être proposées.
- Les services : certains usages nécessitent de proposer des services complémentaires au sein du pôle d'échange. Les systèmes de location, de consignes ou de réparation des vélos répondent à des besoins récurrents des touristes en intermodalité.

## Les actions à mettre en place pour le développement du tourisme à vélo

L'attractivité des destinations touristiques ne s'évalue plus seulement par la notoriété des sites mais également par leur accessibilité en transports collectifs ou en modes actifs. Les territoires développent en conséquence des mesures dédiées à ces visiteurs : informations multilingues sur les conditions d'accessibilité des sites, création de formules combinées sites + transports, offre de transport dédiée mise en place lors des périodes estivales...

À l'échelle d'un territoire, de nombreuses actions peuvent améliorer l'intermodalité. L'information aux voyageurs, l'accessibilité aux pôles d'échange, la circulation au sein de ces derniers, les stationnements vélos, l'embarquement des vélos et les services dédiés sont autant d'éléments qui impactent le tourisme à vélo et sur lesquels les collectivités disposent de leviers.

**Six grandes étapes à mettre en place pour développer l'intermodalité sur son territoire :**

- Étape 1 : Etablir un diagnostic de l'offre intermodale existante et projetée à l'échelle de l'itinéraire ou de la destination;
- Étape 2 : Etablir un diagnostic de la gouvernance de l'intermodalité à l'échelle de l'itinéraire ou de la destination;
- Étape 3 : Elaborer un diagnostic des alternatives à l'embarquement des vélos dans les trains ou cars;
- Étape 4 : Définir des pistes d'amélioration de l'offre intermodale sur la base des éléments de diagnostic récoltés;
- Étape 5 : Intégrer ces objectifs au sein d'un plan d'actions commun pour l'intermodalité à l'échelle de l'ensemble de l'itinéraire ou de la destination;
- Étape 6 : Communiquer sur l'accessibilité intermodale de l'itinéraire ou de la destination

### *Pour en savoir plus*

*Rapport EMBARQ, Antoine Coué, Vélo & Territoires, 2021*

# 3.2 Organiser la mobilité à vélo sur sa destination touristique



**S'il est primordial d'agir sur la connectivité de son territoire pour se positionner comme destination vélo, il est également indispensable de proposer aux touristes de se déplacer à vélo sur la destination. Le vélo représente une solution alternative à la voiture individuelle et offre de nombreux atouts.**

## Le vélo comme outil de mobilité en situation de tourisme

Les comportements mobilitaires touristiques sont déterminés par plusieurs facteurs : le pouvoir d'achat, l'intérêt pour un tourisme et une mobilité durables ainsi que des interrogations sur le rapport au véhicule automobile personnel notamment. Les acteurs touristiques doivent accompagner ces mutations sociétales en proposant une offre dédiée à la découverte de sites touristiques par des modes actifs. Ces derniers permettent de limiter l'afflux automobile et la saturation de parkings et de voiries de sites surfréquentés. Les embouteillages en haute saison touristique laissent de très mauvais souvenirs aux touristes. En outre, les parkings saturés des grands sites touristiques durant la haute saison conduisent au stationnement sauvage, qui nuit à la sécurité et détériore l'environnement visuel, sonore et atmosphérique. Développer la mobilité à vélo (sans oublier la marche) aide à préserver ou rétablir l'esprit des lieux, aspect clé dans l'expérience touristique. Les touristes sont sensibles à la réduction de leur empreinte carbone. Le développement de l'écomobilité touristique sur le territoire peut être une opportunité pour nouer une nouvelle dynamique partenariale avec des prestataires touristiques locaux, avoir des effets déclencheurs et repenser la politique de la mobilité de tout un territoire. Par ailleurs, certains territoires voient leur population doubler, tripler voire quadrupler pendant l'été. Limiter la circulation automobile et développer le vélo comme outil de mobilité sur son territoire sont par conséquent des enjeux qui se posent avec acuité. Pour permettre aux estivants de réaliser leurs déplacements utilitaires à vélo, il convient en premier lieu d'être identifiée comme une destination vélo. La construction de cette image est progressive mais nécessaire.

### *Focus : "Escapade nature sans voiture" du Réseau des Grands Sites de France*

*Le Réseau des Grands Sites de France, association loi 1901, regroupe des gestionnaires des sites ayant reçu le label et d'autres qui cherchent à l'obtenir. Ce dernier a vocation à préserver des sites fragiles très attractifs, tout en offrant une expérience unique aux visiteurs.*



©Mehdi Hemart

*Avec la démarche « Escapade nature sans voiture® », le réseau vise à construire une offre touristique durable et éco-mobile permettant de découvrir des espaces naturels (en contraste au concept de "city break"). En effet, s'il est aujourd'hui très simple de se rendre et de séjourner à Barcelone, Prague, Paris ou Lyon pour quelques jours, sans voiture, qu'en est-il des séjours non urbains ? Le projet propose à un public principalement citadin et non véhiculé des solutions simples pour réaliser leurs séjours sans voiture depuis leur domicile. L'action « Escapade nature sans voiture » contribue d'une part à l'expérience visiteur, en favorisant une immersion totale, une découverte douce dans un paysage remarquable. D'autre part, elle répond aux enjeux de gestion du Grand Site, en modérant l'afflux automobile, en désengorgeant l'accès et en diffusant la fréquentation dans l'espace. Enfin, elle s'intègre dans un souci de limiter les émissions de gaz à effet de serre liées aux déplacements touristiques.*

### *Pour aller plus loin*

*Penser la place de la mobilité à vélo : l'inscription dans la démarche « Grands Sites de France » du Syndicat Mixte de la Camargue Gardoise* (page 73)

*Répartir les flux pour respecter l'esprit des lieux du port de plaisance de Gallician* (page 74)

## Les freins à lever

Pour développer le vélo comme un moyen de locomotion sur sa destination, il est nécessaire d'identifier les préoccupations des touristes. Leurs interrogations sont de trois ordres :

- Puis-je me déplacer à vélo durant mon séjour ?
- Existe-t-il des suggestions d'activités adaptées spécifiquement au vélo ?
- Puis-je stationner mon vélo partout ?
- Comment rejoindre à vélo les points d'intérêt touristiques depuis le lieu où je suis hébergé ?

Avant de se lancer, les touristes ont parfois plusieurs préjugés, qu'il convient d'identifier pour mieux les contourner. Dans les territoires ruraux, souvent considérés comme éloignés ou peu accessibles, l'utilisation de la voiture personnelle est couramment associée à l'idée de liberté et de flexibilité. L'appréhension de l'inconnu peut aussi représenter un frein à un déplacement à vélo. Enfin, lorsqu'ils tentent de se déplacer à vélo, le manque d'information ou a contrario une compilation excessive ou confuse d'informations peuvent entraver la lisibilité des lieux pour les touristes. Promouvoir le vélo pour se déplacer dans ces territoires nécessitera avant tout une grande "cyclabilité" de la destination ainsi qu'une bonne communication.

## Préconisations concrètes

Pour convaincre les touristes d'utiliser le vélo à destination, l'information doit être adaptée, actualisée et à hauteur de cycliste. Un support cartographique sur lequel figure ce qu'il est possible de faire, de voir et de relier à vélo – en ligne comme en format papier – est un outil apprécié des touristes et leur permet de bâtir un programme.

Encourager l'usage des mobilités actives suppose une excellente signalétique. Des équipements, comme des racks à vélo et des stationnements vélo de qualité servent aux visiteurs. Ceux-ci doivent être incités à utiliser les services existants et se voir proposer des boucles et des circuits permettant de découvrir la destination autrement. Un soin tout particulier doit être apporté au dernier kilomètre d'accès à vélo aux points d'intérêt touristiques : c'est souvent la part du tronçon la plus compliquée à atteindre sans voiture.



©Simon Bourcier

### *Focus : « Bretagne sans ma voiture »*

*L'ADEME Bretagne a lancé en 2014 un projet expérimental « Bretagne sans ma voiture », en partenariat avec le CRT Bretagne. L'objectif de cette expérimentation était de permettre aux prestataires touristiques (et en premier lieu aux hébergeurs) d'être acteurs de la mobilité de leur clientèle, et par ce biais de favoriser la mise en place d'un tourisme sans voiture. Deux outils se sont révélés particulièrement intéressants : l'autodiagnostic mobilité et les « idées séjours mobilité », outil d'aide à la conception d'idées séjours. L'hébergeur renseigne un programme pour un visiteur sans voiture en indiquant dans le détail la durée du déplacement porte à porte, la distance à parcourir, les services compris dans la prestation de l'hébergement (la présence de bornes, la mise à disposition de porte-bébé, la possibilité de bénéficier de paniers pique-nique). Ce travail conduit à la construction d'un séjour packagé que l'on peut retrouver avec neuf autres séjours sans voiture auprès de ces hébergeurs bretons sur le site Internet de l'ADEME. La mise en réseau des professionnels autour de cette thématique permet la mobilisation et l'appropriation par les prestataires, ce qui sert aussi au développement local au travers d'une dynamique multipartenariale.*



# Développer des services

# 4.1 Garantir des services de qualité auprès des cyclistes le long des itinéraires



**Les cyclotouristes ont des besoins spécifiques. La marque Accueil Vélo, à travers ses référentiels, leur permet d'identifier les services qui répondent à ces attentes.**

## Le touriste à vélo requiert des services spécifiques

Les touristes à vélo ont eux aussi besoin de dormir, manger, découvrir, etc. En plus de ces besoins courants, ils ont des besoins spécifiques, liés au vélo. Pour décider de manger au restaurant ou de visiter un château, ils doivent être sûrs de stationner leur vélo en toute sécurité et leur sacoche en lieu sûr dans des consignes. S'ils pratiquent l'itinérance, ils auront besoin de réserver des hébergements à la nuitée et non à la semaine. S'ils roulent en VAE, ils devront, au sens propre comme au sens figuré, pouvoir recharger leurs batteries. En cas de problème technique, ils font appel au réparateur de vélo le plus proche. Ils apprécient d'avoir à leur disposition un kit de réparation de vélo ou une pompe à vélo à leur lieu d'hébergement ou lors d'une halte.

La location de vélo doit aussi répondre à des exigences de qualité : vélos adaptés à la taille et au type de pratique, accessoires à disposition, amplitude horaire... Pour permettre la location à des itinérants, il est utile de proposer des services comme le "one way", c'est-à-dire la mise à disposition du matériel au départ et une récupération au point d'arrivée.

## Des marques et des labels, gages de qualité

Pour s'assurer de la qualité des services proposés aux cyclistes, les territoires peuvent s'appuyer sur plusieurs labels. C'est le cas notamment de la marque Accueil Vélo qui assure un accueil qualifié aux touristes à vélo.

Accueil Vélo est une marque nationale, qui garantit un accueil, des services et des équipements spécifiques, adaptés aux besoins des touristes à vélo le long des itinéraires cyclables en France. Depuis 2012, elle est mise en place sous l'égide de France Vélo Tourisme et d'ADN Tourisme par l'intermédiaire des organismes touristiques locaux, Comités Départementaux de Tourisme et Offices de Tourisme le plus souvent, dits "référents qualité" de la marque. Gage de qualité, elle permet aux cyclotouristes d'identifier facilement les établissements et les lieux adaptés à la pratique du tourisme à vélo. Six catégories d'établissements peuvent recevoir la marque :

- Hébergements touristiques
- Loueurs de vélos
- Réparateurs de cycles
- Offices de tourisme
- Sites touristiques
- Restaurants

Plus de 6000 offres bénéficient aujourd'hui de la marque, dont 69% d'hébergements. Le réseau est en forte croissance avec + 53% de prestataires disposant de la marque entre 2019 et 2020.

## *Focus : la variété d'établissements marqués Accueil Vélo®*



©Compagnie du Dragon

*La Compagnie du Dragon de Calais*




© Cyril Devaucbaux

*Le port de plaisance de Gallician, en Camargue*

**Pour rejoindre la marque Accueil Vélo, le prestataire doit :**

- Être situé à moins de 5 km d'un itinéraire vélo inscrit à un schéma (départemental, régional ou national, y compris pour des itinéraires VTT et des boucles locales balisées).
- Disposer d'équipements adaptés aux cyclistes, comme un abri vélo sécurisé et un kit de réparation.
- Promettre un accueil chaleureux aux cyclistes, livrer des informations utiles, des conseils sur l'itinéraire et la météo du lendemain par exemple.
- Proposer des services dédiés aux voyageurs à vélo : transferts de bagages, lessive et séchage, location et lavage du vélo.

Pour la catégorie des hébergements, le voyageur à vélo sera accueilli chaleureusement avec un temps d'échange et quelques mots d'accueil dans sa langue maternelle. Un rafraîchissement lui sera proposé à son arrivée. En chambre d'hôtes, un petit déjeuner copieux adapté à l'effort lui sera servi.

Accueil Vélo permet d'accroître la visibilité des établissements labellisés auprès des touristes à vélo, d'être présent sur les multiples supports de promotion comme France Vélo Tourisme, qu'il s'agisse des cartes interactives, des moteurs de recherche ou des supports de communication de l'itinéraire. La marque accorde davantage de visibilité auprès des tours opérateurs spécialisés vélo et la possibilité d'être référencé dans les topoguides vélos.

Pour disposer de la marque Accueil Vélo sur un territoire, il faut prendre attache avec le référent qualité de la marque sur le territoire, qui sont généralement les ADT et les Offices de tourisme. Pour ce faire, il convient de remplir un formulaire en ligne, disponible sur le site de France Vélo Tourisme. Le référent qualité organise ensuite une visite de contrôle pour vérifier que l'établissement respecte bien les critères. L'établissement signe un engagement référentiel Accueil Vélo et s'acquitte d'une redevance de 200€ pour une durée de trois ans auprès du référent qualité. Il peut ensuite utiliser le logo Accueil Vélo sur ses outils de communication web et papier. Dans certains territoires, les établissements labellisés peuvent bénéficier d'aides des collectivités pour lancer leur activité.

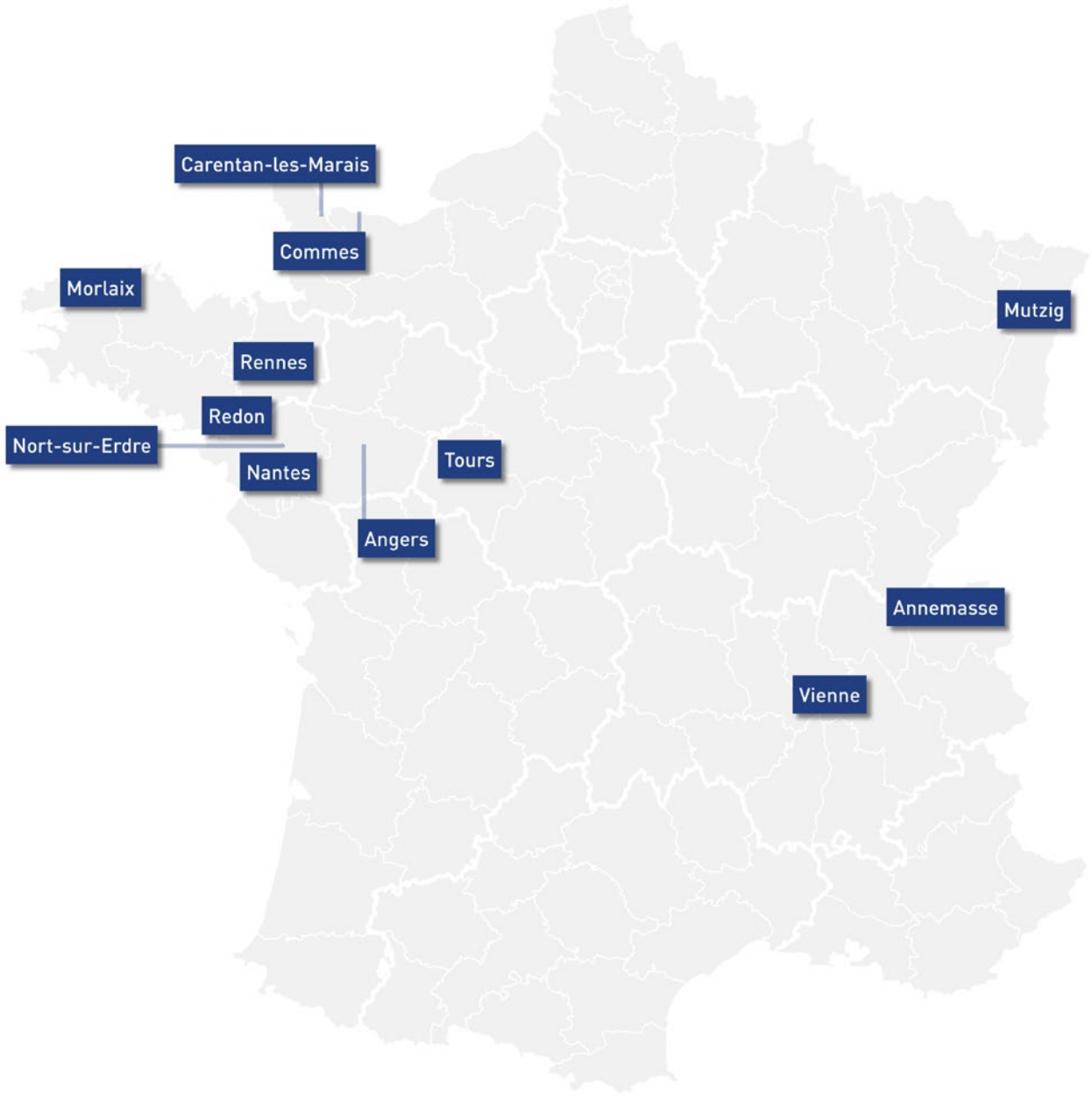
Outre la marque Accueil Vélo, d'autres labels sont gages d'accueil de qualité pour les cyclistes. Le label «Les Bonnes adresses vélo », porté par la Fédération Française de Cyclotourisme recense sur son site web 700 offres.

### *Pour en savoir plus*

*www.francevelotourisme.com*

# 4.2 Soutenir l'émergence de services adaptés

Pour satisfaire aux exigences des touristes à vélo, plusieurs services doivent leur être proposés. Pour un territoire, il s'agit de stimuler l'émergence de services adaptés, de prestataires privés ou via une initiative publique. Les collectivités disposent également de plusieurs leviers pour inciter les prestataires privés à adapter leurs services aux touristes à vélo. Voici une sélection de quatorze focus pour les illustrer.



## 1. Accompagner la location de vélo en “one way”

L'itinérance est un enjeu important du développement du tourisme à vélo. Pour l'encourager, il est fondamental que des services de location en one way soient possibles. Ce service, couplé à d'autres comme le transfert des bagages, permet une organisation optimale de son séjour. Cette possibilité suppose une logistique importante de la part des loueurs. Les loueurs de vélo historiques, établis autour de grands itinéraires cyclables, ont pris l'habitude de proposer cette option. C'est le cas du loueur “Détours de Loire” situé sur l'itinéraire de La Loire à Vélo. Néanmoins, pour les structures moins développées, sur des itinéraires plus récents, il est essentiel de passer par une mise en réseau, soit avec d'autres loueurs, soit par le biais des acteurs publics.

### *Focus : La location de vélo dans une « E-Station » de la Manche*

*Pour faciliter la location de vélos, la Manche a créé un réseau de E-Stations dont l'objectif est de faire bénéficier les touristes d'une offre de location de vélos de qualité facilement et dans les meilleures conditions sur tout le territoire. La réservation du vélo et de l'équipement (casque, kit de dépannage, antivols) s'effectue à partir d'une E-Station, qui peut être un lieu d'hébergement, un office de tourisme ou d'autres types de commerces. Les clients peuvent retourner le vélo dans le Calvados et la Seine-Maritime, qui ont depuis déployé ce système.*




© Solène MAHAUX

## 2. Mettre en place des conciergeries vélo

Plusieurs territoires ont développé des conciergeries vélo, qui dispensent de plusieurs services : information touristique, box sécurisées, consignes à bagages. Pour que ces lieux, très appréciés des touristes, soient une réussite, ils doivent être situés à un emplacement stratégique : office de tourisme, lieu de visite ou gare notamment. Les offices de tourisme d'Angers, de Redon et de Vienne Condrieu ont récemment mis en place ce service.

### *Focus : La conciergerie Vélo d'Angers*




© Stevan Lira

*Angers se situe au carrefour de plusieurs véloroutes : La Loire à Vélo, La Vélo Francette et la Vallée du Loir à vélo. La capitale de l'Anjou dispose de plus de 350 km de pistes cyclables, qui permettent de sillonner des sites d'exception. Depuis 2020, les touristes à vélo peuvent profiter en saison estivale d'une Conciergerie Vélo, qui prend place dans les locaux de l'office de tourisme situé face au Château et d'un accueil supplémentaire proposé sur les pans du Château. La Conciergerie Vélo propose plusieurs services : information cyclo et touristique, 8 places dans 4 box sécurisées, pour un tarif de 3 € par vélo, une consigne à bagage au tarif de 3 € et une station de gonflage. Les itinérants peuvent donc faire une halte et séjourner à Angers. Les touristes peuvent même y louer des vélos.*

### Focus : La conciergerie vélo de Redon

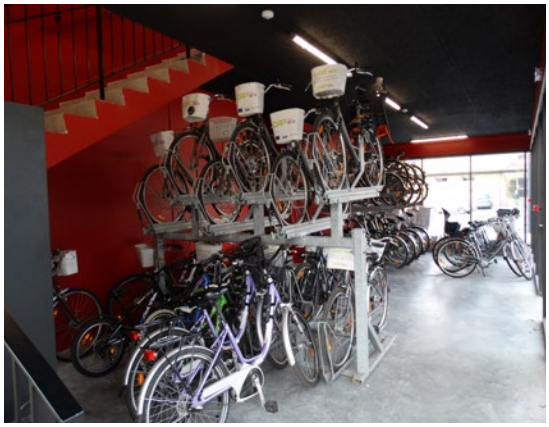



© Office de Tourisme du Pays de Redon

*A Redon, en Ille-et-Vilaine, un service de conciergerie pour déposer les vélos chargés lors de périples en itinérance sur les canaux bretons est mis en place par l'office de tourisme de juin à septembre. Le local permet d'accueillir jusqu'à 5 vélos par jour, pour un tarif de 2 € par vélo. Les touristes peuvent ainsi visiter la ville historique en toute quiétude.*

### Focus : La conciergerie vélo de Vienne-Condrieu

*Le pavillon de tourisme de Vienne-Condrieu, situé en Isère sur l'itinéraire de la ViaRhôna offre aux itinérants de laisser en consigne vélos et bagages. Le tarif est de 5 € par personne ou gratuit si le visiteur justifie d'un achat chez un des partenaires de l'office de tourisme.*



© OT Vienne

## 3. Appuyer les tiers-lieux

Les tiers-lieux peuvent être définis comme des espaces hybrides, où le travail se mélange souvent avec d'autres aspects de la vie collective. Ils répondent à des problématiques locales en créant de nouvelles dynamiques économiques et sociales et permettent de relocaliser l'activité au sein des territoires. Lieux d'expérimentation, ils sont implantés aussi bien en territoire urbain que rural.



©Ecossolies

### Focus : Le tiers-lieu Solilab à Nantes

*Sur l'île de Nantes, Le Solilab, ouvert en 2014, est un lieu de rencontre des acteurs de l'économie sociale et solidaire. Espace d'expérimentations, espaces de travail, friperie, le Solilab concentre de nombreuses initiatives, émanant d'acteurs qui souhaitent consommer autrement sur le territoire nantais. Le Solilab se veut un lieu vélo-accueillant. Situé au cœur des parcours cyclables emblématiques, comme La Loire à Vélo et La Vélodyssée et d'itinéraires urbains nantais, il offre de nombreux services aux cyclotouristes. Cette dynamique a été rendue possible via un soutien financier de la Banque des territoires et dans le cadre du Voyage à Nantes.*

*Au Solilab, on retrouve ainsi : 125 stationnements vélos, un point d'eau fraîche dans la Cantine, une douche à prix libre, une consigne à bagage au tarif de 4€ par jour et par personne, avec la possibilité d'y confier ses sacs pour plus d'une journée. Du matériel vélo de base est à disposition (multi-tool et pompe). Un service de dépannage vélo peut être effectué dans la demi-heure, via « Les Coursiers Nantais », coopérative nantaise de coursiers à vélo. La Cantine offre une cuisine locale. La concentration de ces services en un seul lieu, au carrefour de plusieurs itinéraires, est plus que précieuse pour les touristes à vélo !*



© DR

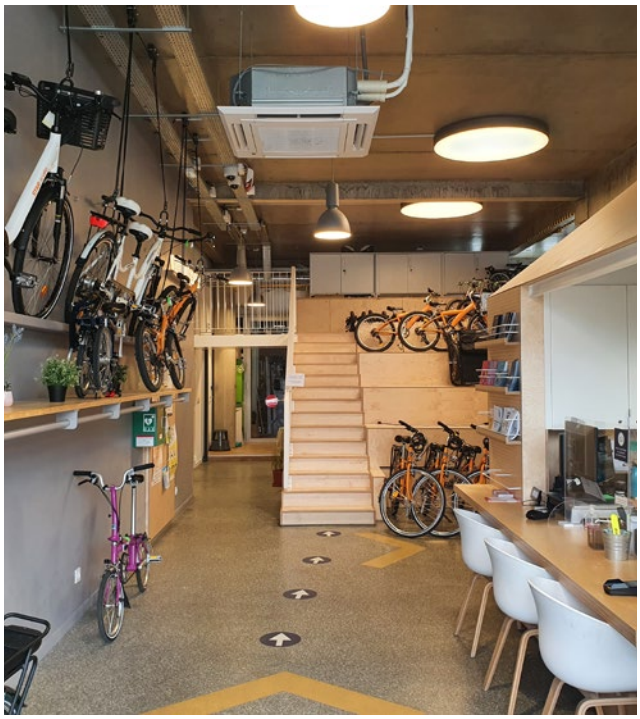
### Focus : L'Arbre, tiers-lieu à Commes dans le Calvados

*À Commes, le tiers-lieu l'Arbre offre aux voyageurs de passage, qu'ils parcourent La Vélomaritime ou la Véloroute des plages du Débarquement au Mont Saint Michel, un hébergement, un café associatif, une salle polyvalente ainsi qu'un espace de coworking. Pendant leur séjour, les touristes peuvent profiter de la programmation agri-culturelle. Ils peuvent réserver une chambre au co-living ou planter leur tente. Le lieu, labellisé Accueil Vélo, dispose d'un espace sécurisé pour les vélos et d'un kit de première réparation.*

## 4. Favoriser les espaces de gare multimodaux

Nombre de touristes à vélo accèdent à un itinéraire via la gare, espace central, simple à repérer et propice pour localiser des services vélo.

### Focus : La Maison du vélo à Rennes

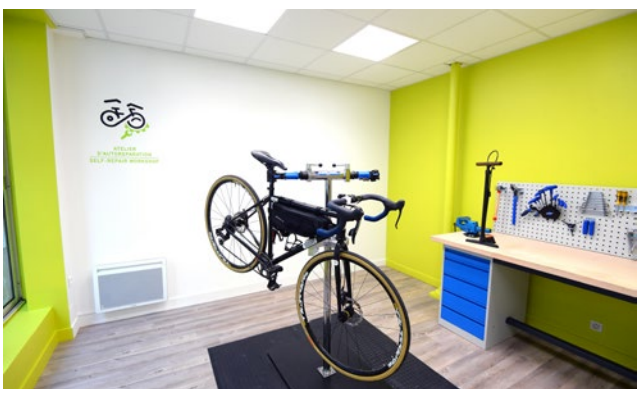


©Aurélien Gautier

*À Rennes, en face de la gare, La Maison du vélo accueille les cyclistes, de Rennes Métropole ou de passage. Elle propose des ateliers d'auto-réparation et des services de location de VAE.*

### Focus : L'Accueil Vélo et Rando de Tours

*L'Accueil Vélo et Rando de Tours est un espace dédié au vélo et à la randonnée pédestre, situé en centre-ville, sur l'itinéraire de La Loire à Vélo et à proximité de la gare. Point d'information sur les randonnées cyclables, l'accueil offre aussi des consignes à bagages, une borne de recharge rapide pour VAE, des sanitaires, vestiaire et douche, un atelier d'auto-réparation en accès libre, un espace détente où les touristes peuvent recharger gratuitement leurs téléphones portables, se connecter au Wifi public et utiliser la cuisine. Ils peuvent y acheter directement des tickets de transport du réseau de Tours Métropole. Ils ont également la possibilité de découvrir le patrimoine de la Ville Blanche et Bleue en s'inscrivant à l'une des balades estivales animées par l'association Collectif Cycliste 37.*



©Léonard de Serre

# 5. (Ré)utiliser des espaces désaffectés

Pour faire bon usage de tout le potentiel que représente un espace vacant, les collectivités peuvent utiliser différents leviers.

**›› Les espaces vacants des gares**



©Trace Verte

## *Focus : Le programme 1001 gares, l'exemple de Trace Verte à Mutzig*

*Le programme 1001 gares est un appel à projets lancé par SNCF Gares & Connexions. Dans les gares où des locaux sont inoccupés, les espaces vacants ont un grand potentiel, notamment parce qu'ils sont souvent implantés au cœur des villes. A travers une plateforme en ligne, des entrepreneurs intéressés par une surface vacante en gare font part de leur projet d'implantation. Les projets retenus sont innovants et utiles au développement local et concernent une variété de secteur : agriculture, santé, services, mobilités etc. Plusieurs initiatives offrant des services aux voyageurs à vélo ont été implantées. A Mutzig en Alsace, Trace Verte répare et entretient les vélos dans le local de la gare.*

**›› Revitaliser les maisons éclusières**

A l'origine, les maisons éclusières hébergeaient éclusiers, barragistes, agents d'exploitation de la voie d'eau. Elles représentent aujourd'hui un véritable potentiel pour les territoires fluviaux. En effet, nombre d'entre elles sont aujourd'hui vacantes, du fait de l'automatisation des écluses ou de départs à la retraite des éclusiers... Pour éviter qu'elles ne se dégradent et proposer des services aux usagers des voies cyclables et voies d'eau, des démarches de valorisation des maisons éclusières ont été mises en place. Ainsi, depuis 2005, une quarantaine de maisons éclusières a été valorisée le long du Canal du midi et le long du Canal latéral à la Garonne. Depuis 2013, une vingtaine de maisons a trouvé preneur en Bretagne. Afin d'identifier les porteurs de projet à même de lancer une activité, les gestionnaires (Voies navigables de France ou des collectivités territoriales le plus souvent) ont recours à des appels à projet, qui définissent le cadre et les enjeux de la valorisation attendue.

Au sein de ces maisons, les touristes peuvent trouver plusieurs services : restauration, hébergement, location de canoës et de vélos, accueil et informations touristiques. Elles font alors l'objet de conventions d'occupation temporaire, signées entre le propriétaire et les porteurs de projet, en contrepartie d'une redevance, souvent ajustée en fonction des travaux à réaliser.

## *Focus : La maison éclusière de La Cueilleuse à Nort-sur-Erdre*

*En Loire-Atlantique, quatre maisons ont fait l'objet d'un appel à projets porté par le Département. Entre Nantes et Saint-Nicolas-de-Redon, c'est le Département de Loire-Atlantique qui est propriétaire et gestionnaire du Canal et de ses écluses. Afin de valoriser ce patrimoine historique et de développer des activités, le Département a lancé en 2016 deux appels à projet. L'un des enseignements tirés de ces expériences montre que pour que les activités menées au sein des maisons éclusières soient pérennes, il est vital de développer plusieurs services afin notamment de diversifier les sources de financement. La Cueilleuse, installée à l'écluse de Cramezeul, dans la commune de Nort-sur-Erdre, est située sur le canal de Nantes à Brest. La maison éclusière propose aux visiteurs de découvrir un fournil à bois, mais dispose aussi d'un service de restauration, d'un jardin pédagogique et d'activités culturelles. Le lieu attire touristes et locaux. Cette diversification des activités proposées et des publics accueillis permet d'élargir les sources de revenus et donc, à terme, de viabiliser les services.*




©Alice GREGOIRE

## 6. Soutenir financièrement des entreprises développant des services pour les touristes à vélo

La Région, au travers de sa compétence économique et touristique, peut apporter des aides aux entreprises.

### *Focus : Les aides de La Région Normandie*

*Afin de développer une offre de services connexes aux grands itinéraires régionaux répondant aux attentes des touristes à vélo (location one-way, location de VAE, transport et consigne de bagages), la Région Normandie attribue des aides à toute structure publique, associative ou privée, avec un seuil d'intervention de 5 000 € minimum et une aide plafonnée à 40 000€ sur trois ans. Pour que ce type d'actions puisse bénéficier aux territoires infra-régionaux, il est important d'en avoir connaissance, ce qui implique pour les EPCI d'effectuer une veille. Il s'avère aussi utile de se faire l'écho de ces actions et de diffuser l'information aux porteurs de projets locaux.*

Le bloc communal peut aussi soutenir des prestataires de services destinés aux touristes à vélo. Les communes et les EPCI à fiscalité propre peuvent participer au financement des aides mises en place par la Région, dans le cadre d'une convention. Les métropoles sont compétentes pour verser des subventions aux organismes qui participent à la création ou à la reprise d'entreprises. Les communes et les autres EPCI à fiscalité propre peuvent aussi verser des subventions à ces organismes, mais seulement dans le cadre d'une convention passée avec la Région. Une commune rurale peut accorder des aides pour assurer la création ou le maintien d'un service nécessaire à la satisfaction des besoins de la population en milieu rural.

### *Focus : Le Groupe d'Action Locale des Flandres*

*À l'échelle locale, différentes structures ont un rôle à jouer pour soutenir des entreprises développant des services utiles aux touristes à vélo. Par exemple, en février 2020, le Groupe d'Action Locale des Flandres a lancé un dispositif de « Soutien au développement d'une offre cyclotouristique de qualité en Pays de Flandre » afin de renforcer le maillage cyclotouristique du territoire. Les dépenses matérielles éligibles au dispositif étaient entre autres les locaux pour ranger vélos et matériel ou l'achat de matériel de réparation pour vélos. L'aide prenait la forme d'une subvention au taux de 70% maximum, avec un coût minimum du projet de 7 000 € en direction des TPE et PME du tourisme.*



## 7. Impulser le développement des services

Pour encourager le développement du tourisme à vélo sur leur territoire, des offices de tourisme deviennent des points de location de vélo.



©Simon Bourcier

### *Focus : L'office de tourisme de la Baie de Morlaix*

*L'office de tourisme de la Baie de Morlaix propose de la location de vélos dans plusieurs de ses bureaux d'accueil (Morlaix, Carantec, Plougasnou, Locquirec). Ce service est disponible uniquement sur réservation, à partir d'une demi-journée et jusqu'à une semaine de location. Des VAE, des VTC pour adultes ou enfants, des remorques et des sièges-bébés, ainsi que des accessoires (antivols, casques, paniers) sont proposés.*

### *Focus : La maison de la Mobilité et du Tourisme d'Annemasse*

*À Annemasse, en Haute Savoie, la Maison de la Mobilité et du Tourisme concentre en un seul lieu les offres de mobilité pour les habitants et les activités pour les touristes. Centre de ressources, elle se veut une incarnation du concept de "Mobility as a Service", dit Maas, basé sur la notion de mobilité comme un service permettant de se déplacer d'un point à un autre quel que soit le mode de transport choisi.*



©Tac Mobilités

## 8. Inciter à l'amélioration des services marchands

La destination touristique peut diffuser des informations aux partenaires privés de son territoire, pour susciter et stimuler l'offre quand elle est inexistante, ou la pousser à s'améliorer pour coller encore davantage aux attentes des touristes à vélo.

**Quelques recommandations :**

- **Animer et réunir un collectif de socio-professionnels du territoire**
- Rester en veille sur les sujets innovants. Vélo & Territoires assure une veille tendancielle sur le tourisme à vélo. Adhérer à l'association permet donc d'accéder à une grande variété de contenus pour constamment rester à la page.
- Valoriser différentes sources de financement et s'associer à d'autres potentiels financeurs.
- Orienter des appels à projets pour susciter la création de nouvelles offres.
- Instaurer un dialogue avec les prestataires. Par exemple, échanger avec un loueur de vélo et le sensibiliser aux enjeux de la location one way.

# 4.3 Développer une offre propre

**Le développement des services participe grandement au développement du tourisme à vélo sur le territoire. Une fois les services disponibles, il est nécessaire de les valoriser.**

L'association de plusieurs services proposés sur le territoire et destinés aux touristes à vélo peut donner lieu à **des produits packagés**. Les territoires mettent à disposition des informations aux tour-opérateurs qui s'en servent pour composer un package clé-en-mains. Pour constituer leur séjour à vélo, les tour-opérateurs français et étrangers puisent de riches informations directement dans les contenus proposés par les territoires. La bicyclette verte, Abicyclette Voyages, Le Vélo Voyageur, Cap Vélo, Rando Vélo, sont autant de tour-opérateurs spécialistes du voyage à vélo. Nombre d'agences de voyages historiques développent depuis quelques années des offres de voyages à vélo, preuve de l'intérêt touristique de la filière. Les séjours packagés amènent de nombreuses personnes, françaises comme étrangères, à découvrir le tourisme à vélo. Ils bénéficient aux territoires en augmentant leur notoriété et leur référencement Internet. Ils participent au développement de l'économie locale en s'appuyant sur des hébergeurs, restaurateurs et loueurs locaux. Ils offrent aux touristes la possibilité de franchir le pas et participent par là-même au tourisme durable.

En 2019, 250 tour-opérateurs programmaient la France : 3400 propositions de séjours concernaient la France et 40 destinations étaient promues. La durée moyenne de séjour était d'une semaine et le prix moyen d'un séjour avec un tour-opérateur européen était de 840 €. 65% des séjours réalisés correspondaient à un voyage de découverte, 22% étaient un séjour de type sportif.

***Sources***

*DGE. Comparaison des données 2012 et 2019*

***Pour aller plus loin***

*Agir avec l'ambition d'être la « capitale mondiale du vélo » en Oisans (page 75)*

## *Focus : La Mad Jacques Vélo*

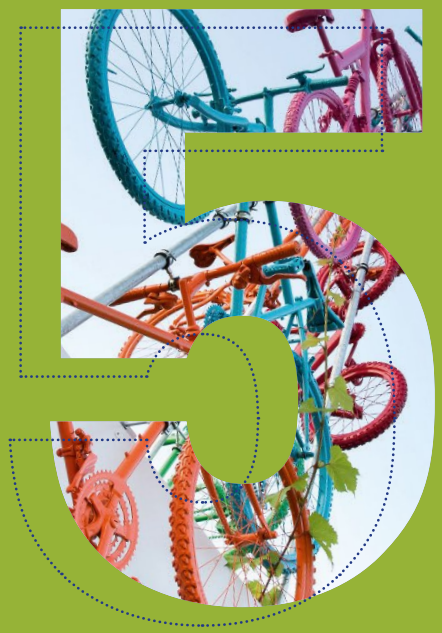



©Mad Jacques

*Plusieurs événements, comme la Mad Jacques, ont fait le pari du tourisme à vélo. La Mad Jacques propose des courses d'aventures pédestres et en stop, mais également cyclistes, en autonomie, dans des territoires ruraux. Le temps d'un week-end, plusieurs centaines de cyclistes, néophytes ou non, viennent tenter l'aventure. D'un point de départ à un point d'arrivée, les mad jacqueurs disposent d'un roadbook et d'une carte de l'aventure. Le billet comprend également un suivi, des stands de ravitaillement, une assistance mécanique au besoin, un emplacement de camping et des animations au village d'arrivée. L'événement est présenté comme « la version franchouillarde d'Into the Wild ». Pour constituer les aventures, l'équipe de la Mad Jacques s'appuie sur des partenaires privés comme publics. Pour la Mad Jacques Vélo dans le Morvan, les organisateurs ont compté sur un partenariat avec le Parc Naturel régional par exemple. Parfois, les maires sont invités à s'exprimer lors des soirées dans les villages d'étape. Les destinations à l'instar de la Creuse, la Région Hauts-de-France, le Pays Diois, Haut Rhône Tourisme se sont déjà associés à ces événements.*

**Les visites guidées à vélo** sont un bon moyen de promouvoir une destination autrement. Plusieurs villes se sont positionnées sur cette offre. Destination Rennes propose de découvrir les gourmandises de Rennes à vélo, avec un habitant. Les touristes peuvent sillonner la capitale sur les Berges de Seine, dans le Marais ou même réserver leur tour privé à vélo avec Paris Bike tour entre autres. Cette société propose également aux entreprises d'organiser leur événement à vélo. Les rallyes et les challenges constituent un moyen de créer de la cohésion d'équipe. Des offres de visites guidées, à l'instar de celles proposées par le service de plateforme AirBnb, participent à la promotion de la destination. Dans des territoires ruraux, les visites guidées sont aussi une bonne option. La Petite Reine en Normandie, propose de découvrir les petites routes de campagne vers le littoral et d'admirer la vue en savourant un café. L'agence de voyage Kaouann met en avant des séjours pour explorer la Bretagne à pied ou à vélo.





# Communiquer et promouvoir

# 5.1 Élaborer sa stratégie de communication en fonction des types de pratiques

**La promotion et la communication sont des ingrédients essentiels de toute démarche touristique. Néanmoins, pour attirer les touristes à vélo sur son territoire, il est indispensable de définir sa cible. Pour être identifié comme une ville cyclable, se positionner sur un label existant ou se promouvoir sur le web et les réseaux sociaux présente un intérêt.**

## Définir sa cible

Le territoire doit être au clair sur les cibles qu'il a identifiées comme prioritaires. Plusieurs questions sont incontournables :

- Ma clientèle est-elle domestique (locale ou multirégionale), internationale ?
- La pratique du vélo sur mon territoire est-elle adaptée aux néophytes ?
- Quels types de pratiques sont possibles sur mon territoire (familiale, sportive, itinérante, utilitaire) ?
- Les prestations disponibles sont-elles en direction des groupes ? Des individuels ? Des scolaires ?

La France bénéficie d'une forte attractivité sur les marchés internationaux et particulièrement sur les marchés européens. Certains pays sont plus ou moins émetteurs de clientèles à vélo : Allemagne, Pays Bas, Belgique, pays scandinaves notamment. Les territoires frontaliers développent naturellement de la promotion auprès des clientèles voisines. La destination Alsace propose des contenus traduits en allemand. Les itinéraires EuroVelo, comme La Vélomaritime (EuroVelo 4) ou La Scandibérique (EuroVelo 3) bénéficient d'une continuité avec nos voisins européens néerlandophones ou hispanophones. La question de la traduction des contenus s'y pose donc avec acuité.

## Être identifié comme un territoire vélo

Être identifié comme un territoire cyclable est un bon moyen d'encourager les touristes à vélo à venir découvrir sa destination. Des villes qui jouissent déjà d'une réputation « cyclable », parce qu'elles caracolent en tête des classements, telles que Strasbourg, Grenoble ou La Rochelle, sont déjà assimilées au vélo. Cette bonne réputation bénéfice au tourisme sur leur territoire. Bien que le baromètre des villes cyclables de la Fédération des Usagers de la Bicyclette s'intéresse à une approche du vélo du quotidien, il n'en reste pas moins que les usages utilitaires et touristiques sont complémentaires. Un investissement qui sert aux cyclistes du quotidien servira le tourisme à vélo et inversement.

## Recourir aux labels

Pour se voir reconnaître ce lien naturel avec le vélo, les territoires peuvent recourir à des labels, reconnaissance des actions mises en œuvre pour développer le vélo sur leur territoire. En voici un aperçu :



| LES LABELS | LEUR PORTEUR | LEUR SPÉCIFICITÉ |
|---|---|---|
| **LABEL « TERRITOIRE VÉLO »** | **Fédération Française vélo (ex Fédération Française de Cyclotourisme)** | S'adresse aux collectivités locales qui offrent aux pratiquants du vélo un accueil, des services et des équipements adaptés.<br>Un territoire vélo comporte des aménagements sécurisés, des circuits vélos et des événements et animations vélo. |
| **LABEL « BASE VTT DE RANDONNÉE »** | **Fédération Française vélo (ex Fédération Française de Cyclotourisme)** | S'adresse aux territoires qui s'engagent pour permettre une pratique du VTT sécurisée, confortable et animée.<br>Des hébergements sont proposés sur place ou à proximité du point d'accueil.<br>Les bases VTT de randonnée offrent souvent de nombreuses activités annexes (nautiques, pédestres et touristiques). |
| **LABEL « VILLE À VÉLO DU TOUR DE FRANCE »** | **Le Groupe ASO (Amaury Sport Organisation), organisateur du Tour de France, avec le concours de la Fédération des Usagers de la Bicyclette** | Encourage les initiatives prises par les communes en faveur de la bicyclette au quotidien.<br>Ouvert aux communes françaises et étrangères ayant accueilli au moins une arrivée ou un départ depuis la création de l'épreuve en 1903.<br>Quatre niveaux de labellisation sont proposés.<br>Les critères prennent en compte à la fois la stratégie de développement des infrastructures cyclables, les actions liées au soutien de la pratique du vélo (apprentissage dans les écoles, campagnes de sensibilisation, randonnées) ou l'aide apportée aux clubs du territoire. |
| **LABEL « TERRE DE CYCLISME »** | **Fédération Française de Cyclisme** | Le niveau de label est déterminé à partir d'une grille de points organisée autour de trois piliers : équipements cyclistes, structuration de l'offre locale, organisation de compétitions |



# 5.2 Les outils pour valoriser les destinations et les itinéraires

**Pour lever des freins et des barrières psychologiques et inciter les touristes à franchir le pas, la communication est une étape essentielle. Afin d'attirer ses cibles, la destination doit livrer une information claire, accessible et conforme à la réalité du terrain. Plusieurs supports peuvent être utilisés pour diffuser des informations claires aux touristes.**

## Le parcours-client du touriste à vélo

Différentes actions peuvent être menées pour assurer la promotion d'un itinéraire ou d'une destination cyclable, de la communication physique à la communication dématérialisée. Ainsi, les outils numériques sont particulièrement utilisés au moment de la préparation du voyage et sont plus ou moins importants en fonction du profil client.

### Outils de promotion pour valoriser un itinéraire ou une destination

| COMMUNICATION "PHYSIQUE" | COMMUNICATION DÉMATÉRIALISÉE |
|---|---|
| Communication papier (print) | Site internet de promotion touristique (dédié à un itinéraire cyclable ou à une destination) |
| Jalonnement et signalisation sur site | Web (via la presse, les blogs et les influenceurs) |
| Presse (papier) | Application (propre ou tierce) |
| Evénementiel | Réseaux sociaux (Instagram, Facebook, TikTok) |
| Accueil (en gare, en office de tourisme notamment) | |

### Outils au cours d'un voyage à vélo, aux différents stades du "parcours client"

| 1. PRÉPARATION | 2. SUR LE PARCOURS | 3. APRÈS |
|---|---|---|
| Pour préparer leur voyage à vélo, 67 % des Français utilisent Internet, 36 % la carte papier, 26 % les supports imprimés des offices de tourisme et 24 % des applications | Pour se guider, les touristes à vélo utilisent les cartes papiers (68 %), la signalétique (62 %), Internet (35 %) et un GPS (27 % ) | Après leur voyage à vélo, les touristes échangent avec leurs connaissances par bouche à oreille, rédigent un billet de blog, enregistrent un podcast ou créent du contenu sur les réseaux sociaux. Attention, les mauvaise références se diffusent beaucoup plus vite ! |

**Les parcours à vélo et particulièrement les parcours itinérants se préparent en amont.** Ainsi, les touristes à vélo sont à la recherche d'informations pratiques et logistiques. Un accès facilité à ces informations leur permettra de planifier leur séjour. Les futurs touristes sont principalement en quête d'informations sur :

- L'accès à l'itinéraire
- La sélection du parcours selon le niveau
- Le choix des hébergements
- La sélection des points d'intérêt et des offres tout au long du parcours
- Le téléchargement des traces GPS
- La sélection des cartes ou des guides de voyage

Les personnes qui souhaitent concevoir un parcours « sur mesure » apprécient le calculateur d'itinéraire. C'est un outil qui leur permet, en fonction de leur départ et d'arrivée, de s'appuyer sur des points d'intérêt ou des hébergements.

Certains publics sont en revanche plus à l'aise avec un séjour « clé en main », avec un paiement en ligne et réalisé en une seul fois, qui recouvre l'ensemble des prestations, qu'il s'agisse de la location de vélo, du transport de bagages, des hébergements, de la restauration, des visites de sites touristiques... Des plateformes de réservation, ou des séjours proposés par des tour-opérateurs peuvent faciliter cette étape.

## Les outils numériques

**Les publics sportifs et réguliers sont plus autonomes dans leur pratique**. Ils sont à la recherche d'idées de parcours et se tournent vers des applications qui facilitent ensuite la création et la lecture du tracé GPS. Ils sont également intéressés par des suggestions sur les sites institutionnels ou thématiques et la presse spécialisée. Les cyclistes sportifs sont consommateurs d'applications mobiles qui allient recherche d'itinéraires, présentation du profil voire enregistrement de la performance sportive. Strava est l'une des applications les plus populaires chez les sportifs (cyclosportifs et VTTistes). Quant à Komoot, c'est un planificateur d'itinéraire apprécié des voyageurs à vélo. Il renseigne sur le revêtement, le type de terrain et le dénivelé. L'utilisation est aussi prisée pour son calcul d'itinéraires qui intègre la réalité des infrastructures et du trafic et qui offre un accès aux cartes hors connexion. D'autres outils gratuits sont utilisés par les touristes à vélo comme OpenRunner, OSMand, Maps.me, BRouster, Naviki...

Avant de créer des solutions numériques, à l'échelle d'un territoire ou d'une destination, il convient en premier lieu d'analyser ses besoins.

**Partir de l'existant et des ressources internes :**

- Quelles offres et quels contenus avons-nous ? Des boucles locales ? Des circuits itinérants ? De niveaux homogènes ou variés ?
- Quels publics effectuent un séjour à vélo sur notre territoire ? Quels sont ceux que nous souhaitons attirer ? Quel est leur niveau de pratique ? Que recherchent-ils ?
- De quelles ressources disposons-nous ? Quels sont nos besoins humains et financiers ?

**Les besoins :**

- À quelle échelle ? Un grand itinéraire ? Une destination ? Une boucle locale ?
- Quel niveau de services souhaitons-nous proposer aux visiteurs ? Et quelles fonctionnalités (interactions, réservations en ligne...) souhaitons-nous leur offrir ?

Pour proposer une communication numérique adaptée, il est indispensable d'estimer l'interopérabilité entre les nouveaux outils proposés et les outils existants. En effet, les informations changent, qu'il s'agisse du tracé, du descriptif ou des photos. Elles sont donc susceptibles d'évoluer rapidement, d'autant que leur mise à jour peut servir à d'autres outils de promotion touristique.

La compatibilité entre la solution de promotion et les différentes solutions de stockage de l'information touristique (SIG, SIT ou autres sources) permet en outre de limiter le temps de mise à jour et d'apporter de la cohérence entre les différents outils.

l'interopérabilité de la donnée numérique est primordiale, notamment quand plusieurs solutions de promotion d'itinéraires cyclables sont utilisées. Les informations utilisées pour la promotion des itinéraires et pour d'autres finalités comme la possibilité d'extraire ces informations vers une autre solution numérique sont autant d'éléments à prendre en considération à l'heure de la création d'une solution numérique.

**Si proposer du contenu est indispensable pour attirer des touristes sur sa destination, celui-ci doit être qualitatif.** Une information claire doit être livrée au touriste. A défaut, un effet déceptif

se répercutera inévitablement sur la notoriété de l'itinéraire ou de la destination.

**Un soin particulier doit être accordé à quelques éléments :**

- Une banque d'images de qualité professionnelle et en cohérence avec le positionnement marketing retenu
- Un contenu éditorial riche et diversifié présentant les étapes, les points d'intérêt, les sites emblématiques... Il est essentiel de soigner ses textes pour séduire de nouveaux publics, mais aussi pour obtenir un bon référencement Internet. Des parcours adaptés aux cibles visées (pratique et niveau)
- Des données précises et pertinentes pour le système d'information touristique (SIT) et le système d'information géographique (SIG) : privilégier une sélection parcimonieuse et réfléchie des points d'intérêt à une offre abondante non hiérarchisée qui nuit à la lisibilité de l'offre et à l'expérience client
- Une mise à jour régulière de ces informations : il est important d'alimenter régulièrement le site pour le faire vivre et donner l'image d'une destination dynamique.

## Frise : De la solution minimale au package complet

| SOLUTION | Site web de la destination comprenant des fiches circuits PDF et GPS | Plateforme spécialisée<br>Site Internet dédié à la valorisation d'une ou plusieurs pratiques | Site Internet en marque blanche<br>Site Internet « personnalisé » avec identité graphique intégrée à la marque |
|---|---|---|---|
| ATOUTS | • Faible coût<br>• Facilité et rapidité de mise en place | • Coût réduit<br>• Visibilité notable selon le type de pratique | • Cohérence de la marque<br>• Double visibilité<br>• Service assuré par un prestataire, avec un forfait maintenance |
| INCONVÉNIENTS | • Réponse partielle selon la pratique<br>• Faible visibilité | • Niveaux d'offres très hétérogènes<br>• Circuits non certifiés pour certaines plateformes<br>• Ergonomie et service rendu très hétérogènes | • Coût important<br>• Temps de gestion important pour une plateforme qualitative |

## Différents types de solutions

Deux types d'outils sont disponibles sur le marché : les outils collaboratifs et les outils de diffusion.

**Les outils collaboratifs**, les plus nombreux, sont alimentés par les usagers, avec la création et l'échange de trace GPS des parcours. Les contenus peuvent s'avérer relativement succincts et les circuits ne sont pas vérifiés.

**Les outils de diffusion** sont alimentés par les collectivités et associations : ils fournissent des circuits vérifiés.

Pour choisir la solution numérique à adopter, trois critères principaux doivent être pris en compte :

**La fonctionnalité :**

- Présentation du parcours : en texte, image et étapes
- Filtres : bibliothèque ou aide au choix (thématique, niveau, distance)
- Accès aux cartes : export PDF ou carnet de route, export GPX
- Social : commentaire sur les itinéraires, évaluation des itinéraires ou des points d'intérêt

**La visibilité :**

- Facebook : nombre de personnes qui font partie de la communauté
- Instagram : nombre d'abonnés
- Site web : nombre de visiteurs par mois

**Le coût** (qui dépend du type de contrat).

### Recommandations pour choisir une solution numérique :

La Fédération européenne des cyclistes recommande d'afficher sur un site internet :

- Une cartographie interactive et les points d'intérêt touristique le long de l'itinéraire
- Des informations sur l'itinéraire, les étapes et le jalonnement à suivre sur le terrain
- Des informations sur l'hébergement le long de l'itinéraire
- Les moyens d'accéder en transports collectifs, les horaires, les tarifs
- La possibilité de télécharger des traces GPS de l'itinéraire par étape ou entièrement

### Panorama de différentes solutions numériques et de leurs spécificités :

- **Cirkwi :** Valorise les boucles locales
- **Decathlon Outdoor :** Application et site web, créés en 2021, valorisent des sorties natures, en ski, à pied ou à vélo. Des articles attrayants inspirent d'inspirer les internautes.
- **France Vélo Tourisme :** Une carte de chaque itinéraire reliée à ses étapes et agrémentée d'un descriptif et des photos du parcours. En complément, des articles et des témoignages pour un aperçu et l'organisation du voyage. + de 15 000 km proposés. + 86 % de fréquentation sur le site web de France Vélo Tourisme en 2020 par rapport à 2019.
- **Géovelo :** Une solution complète pour le vélo utilitaire et à visée touristique. A reçu la Palme du tourisme durable dans la catégorie « transport ».
- **Loopi :** Propose de maîtriser le contenu et de valoriser une identité graphique ou une marque (solution proposée en marque blanche). Le contenu et les parcours sont ajoutés.
- **Mhikes :** Valorise les boucles locales. Intéressante en marque blanche pour les tours opérateurs et hébergeurs notamment.
- **Vélo en France :** Promeut les itinéraires cyclables locaux. Parcours alimentés par les membres de la FFVélo.




## Les outils matérialisés : print, salons, événements et relations presse

### Proposer une carte papier et apparaître dans un topoguide

Les outils digitaux sont devenus des ingrédients incontournables pour développer le tourisme à vélo sur le territoire et touchent un public de plus en plus nombreux. Néanmoins, ils demeurent très complémentaires de la traditionnelle carte imprimée. **La carte se révèle être un instrument précieux**, tant pour la promotion d'un itinéraire que pour faciliter la pratique des cyclistes. Dans une destination, la fabrique de la carte peut également servir à fédérer les acteurs et à façonner une gouvernance élargie.



***C'est dit***

*« Quand on circule à vélo, on aime bien avoir sa carte. »*

**Marie-Hélène Privat**,
Syndicat Mixte de la Vallée du Lot

Pour préparer leur trajet en amont et une fois sur le parcours, les touristes à vélo apprécient de disposer d'une carte imprimée. La carte renseigne sur un parcours jalonné et signalé. Elle doit également informer des points d'information touristiques, situés directement sur l'itinéraire ou à proximité. La carte est donc un support populaire pour les touristes. Elle est aussi un formidable outil pour sensibiliser, en interne, les territoires concernés et en externe, pour promouvoir la destination.

Par ailleurs, **la rédaction d'un topoguide** sur une destination ou un itinéraire permet aux territoires de gagner en notoriété et de valoriser les services proposés par les commerçants locaux. En effet, la vente d'un seul topoguide engendrerait trois à quatre séjours en moyenne. Le Routard, Chamina, Ouest France, Le Petit Futé, Glénat sont des éditeurs de topoguides français. Des guides étrangers, tel que le Verlagesterbauer allemand, constituent autant de moyens d'accroître la notoriété de destinations auprès de cibles étrangères.

## Être présent sur les salons, forums et scènes du voyage à vélo

Certains salons sont devenus des rendez-vous incontournables dans le domaine du tourisme à vélo. Ces salons thématiques sont de véritables lieux de promotion et de communication. Ils offrent aux professionnels du secteur d'activité la possibilité de rencontrer une clientèle ciblée et motivée ou celle d'identifier de nouveaux partenaires institutionnels (tour-opérateurs ou médias). Beaucoup de bloggeurs et d'influenceurs sont aussi présents lors des salons. À l'image du Salon du Randonneur à Lyon ou du Salon Destinations Nature de Paris, ils regroupent conférences, initiations pratiques et stands d'exposants. D'autres festivals du voyage à vélo, portés par des associations tels que le Festival "Osez le voyage à vélo" organisé par Cyclo Camping International à Vincennes ou le festival Vel'osons à Chambéry rassemblent nombre d'acteurs de l'écosystème du tourisme à vélo. Ces évènements sont l'occasion pour un territoire d'être identifié comme une destination du tourisme à vélo. Ils contribuent aussi au développement de réseaux et peuvent se révéler fédérateurs pour un territoire. À l'étranger, la présence française au salon Fiets en Wandelbeurs à Utrecht aux Pays-Bas ou celui de Internationale Tourismus Börse à Berlin, permet de faire connaître la richesse des destinations françaises en matière de tourisme à vélo.

## Organiser un événement qui met en lumière le vélo








*Festival Anjou Vélo Vintage*

Afin de se promouvoir comme destination cyclable, plusieurs territoires ont créé un événement vélo. Articulés autour d'une thématique précise, comme **l'œnologie pour le slowUp Alsace** ou celle du rétro pour l'Anjou Vélo Vintage, les événements attirent de nombreux touristes et particulièrement des touristes de proximité. **Le festival Anjou Vélo Vintage**, organisé par Loire Evénement Organisation, agence événementielle et Destination Saumur Val de Loire témoigne bien de la synergie entre partenaires privés et publics. Les cyclistes sont invités à se vêtir de façon vintage et à pédaler sur des tandems et des bicyclettes fabriqués avant 1987. Ainsi, l'événement est la promesse d'une ambiance décalée et unique. Dans le Maine-et-Loire également, le Département organise la Fête du vélo en Anjou, en proposant cinq parcours variés. En 2021, pour fêter sa 24ème édition et pour célébrer le retour de l'accès à la culture, l'événement proposait en partenariat avec Anjou Théâtre, les "bulles d'art", à savoir 28 spectacles mélangeant arts de rue, musique et théâtre, directement sur le parcours de la Fête du vélo.



En sus des événements organisés localement, les territoires peuvent aussi **célébrer le vélo à travers "Mai à vélo"**, une fête nationale qui offre la possibilité aux habitants de découvrir ou redécouvrir cette mobilité active. Cet événement prend le relai de la Fête du vélo qui était habituellement organisée début juin. Organisé à l'échelle locale, l'événement ambitionne d'installer définitivement la culture vélo sur le territoire. Par ailleurs, la Fédération française vélo organise chaque année, début août, l**a semaine fédérale de cyclotourisme**. Tous les ans, le département qui accueille l'événement est mis à l'honneur. Plus de 12 000 cyclotouristes internationaux se réunissent pour découvrir à vélo un nouveau territoire.

Qu'ils soient impulsés par la destination ou initiés par un acteur national ou associatif, ces événements sont autant d'opportunités pour les territoires de se présenter comme destinations vélo. Ils permettent aussi aux habitants de tester le tourisme à vélo à la journée, et pourquoi pas, leur donnent envie de se lancer sur une durée plus importante.

## Développer les relations presse et accueillir des influenceurs

Les relations presse doivent être travaillées par les destinations. La presse joue en effet un rôle majeur sur la notoriété d'une destination, d'autant plus à l'heure où de nouveaux titres spécialisés sur le vélo, comme les magazines 200, Cyclist, ou Gravel Magazine proposent régulièrement des idées de parcours pour des voyages à vélo. Des médias touristiques, à l'image de Geo Magazine, présentent de plus en plus de sujets sur le tourisme à vélo. La presse généraliste s'intéresse également régulièrement à cette offre. L'accueil de blogueurs, d'influenceurs ou de podcasteurs est aussi une bonne manière d'accroître la notoriété d'une destination vélo ou d'un itinéraire cyclable.

### Pour aller plus loin

*Guider le touriste au cœur de la stratégie de destination avec « Nantes en roues libres »*
*(page 76)*

*Créer un événement fédérateur qui lie les acteurs du territoire : le slowUp de la Route des Vins d'Alsace*
*(page 77)*

*Diffuser des cartes papier dans la Vallée du Lot, au service d'un projet qui se structure au fil de l'eau*
*(page 78)*



# Animer son réseau local et évaluer



# 6.1 Animer son réseau local et l'articuler à une gouvernance élargie

**Les territoires qui souhaitent développer le tourisme à vélo doivent s'appuyer sur leur réseau local, premier connaisseur du territoire. Il s'agit dans un premier temps de connaître les acteurs qui agissent, de près ou de loin, en faveur du tourisme à vélo. Qu'ils soient publics ou privés, il est essentiel de les inclure et de les impliquer dans la démarche. Pour que celle-ci fonctionne, il faut donner la parole à ceux qui, au quotidien, travaillent auprès des touristes à vélo et sont naturellement informés des besoins courants des cyclistes.**



### *C'est dit*

*« Tous les acteurs du territoire en lien avec le vélo doivent être sollicités. Il ne faut pas se limiter aux acteurs institutionnels et déjà identifiés au niveau du vélo. Il ne faut laisser personne de côté. »*

**Gaël Pondard**,
Destination Bretagne Sud Golfe du Morbihan

## Identification des acteurs du territoire

Identifier les acteurs publics, privés et associatifs du territoire constitue une étape clé. Un travail de prospection doit être mené par la collectivité afin de dresser un état des lieux des acteurs du territoire et les actions mises en place. L'objectif est **d'identifier toutes les personnes qui, de près ou de loin, peuvent avoir un lien avec le tourisme à vélo**. Pour mettre les bonnes personnes autour de la table et ne laisser personne de côté, il ne faut pas s'en tenir uniquement aux acteurs institutionnels. En effet, les associations d'usagers apportent plusieurs enseignements et des connaissances concrètes liées à leurs pratiques d'itinéraire. Les prestataires privés, eux, ont une bonne connaissance des attentes des touristes et probablement aussi des touristes à vélo.

### *Pour aller plus loin*

*Rassembler le collectif « Alsace à vélo » au service d'une gouvernance élargie (page 79)*



### *C'est dit*

*« Il ne faut pas hésiter à s'appuyer sur les associations d'usager, leur apport est considérable »*

**Ségolène Chignard et Camille Perretta,**
Coordinatrices pour La Méditerranée à vélo

## Concertation et sensibilisation

À travers l'organisation d'ateliers thématiques, effectués en présentiel ou en distanciel, il est essentiel de réunir l'ensemble des partenaires. La dynamique collective permet d'abord à chacun de témoigner des bonnes pratiques mises en place. Elle permet ensuite de faire émerger des idées nouvelles et d'établir des relations de travail et de collaboration.

En outre, les ateliers collaboratifs permettent d'acculturer et de sensibiliser les professionnels du tourisme et de la mobilité. Les formats numériques présentent l'avantage de ne pas solliciter trop de temps aux professionnels, mobilisés sur leurs activités par ailleurs. Pour que l'échange s'avère gagnant-gagnant, les organisateurs doivent partager les fruits du travail et ses suites aux socio-professionnels.

### *Focus : L'élaboration de la stratégie touristique de la Métropole de Lyon*

*Dans le cadre de l'élaboration de sa stratégie touristique, en 2021, la Métropole de Lyon s'interroge : Comment inciter et faciliter les mobilités douces et actives pour les visiteurs ? Une quinzaine de professionnels du tourisme, gérants d'hôtel, responsables de musées, loueurs de vélo et guides touristiques ont été invités à partager leurs réflexions lors d'un atelier en quatre phases. Par une séquence "perception", professionnels du tourisme et acteurs de la mobilité dressent le constat des solutions de mobilité durable qui s'offrent aux visiteurs de la Capitale des Gaules. La séquence "inspiration" s'articule autour d'une présentation des innovations. La séquence "action" fait réfléchir collectivement les participants. Sa synthèse conclut ce travail collaboratif.*

## Ingénierie touristique en interne

Au sein même de la collectivité, il est utile de **désigner une personne**, identifiée par tous les partenaires comme un contact privilégié, porte d'entrée sur le sujet du tourisme à vélo.

Le tourisme à vélo est une politique publique multisectorielle et transversale, qui touche aussi bien le domaine du tourisme que celui des infrastructures. Pourtant, dans l'organisation interne des collectivités, les postes du tourisme ou de l'infrastructure apparaissent souvent comme deux mondes distincts travaillant parfois en silos. C'est pourquoi il est indispensable de regrouper ponctuellement les services infrastructure/mobilité et tourisme. Instaurer progressivement une habitude de collaboration engendre aussi de nouveaux paradigmes : un aménageur aura en tête les enjeux touristiques lorsqu'il élaborera un plan vélo, le chargé de mission tourisme se souviendra des difficultés auxquelles est confronté un aménageur lorsqu'il élaborera une offre touristique sur la destination.

### *C'est dit*

*« Un chargé de mission aménagement doit travailler avec un chargé de mission tourisme, [ ... ] s'il s'agit d'une petite collectivité, il faudrait un chargé de mission qui porte une double casquette »*

**Ségolène Chignard et Camille Perretta**,
Coordinatrices de La Méditerranée à Vélo

### *Pour aller plus loin*

*Conduire une stratégie marketing pour mobiliser les partenaires de La Méditerranée à vélo en Région Sud (page 80)*

Pour faciliter la montée en puissance du tourisme à vélo sur le territoire, la collectivité peut nommer un référent en interne. Ainsi, le sujet sera traité en transversalité, avec une personne "chef d'orchestre". Créer un poste permet de monter en ingénierie et d'augmenter les ressources disponibles. A l'échelle d'un itinéraire, désigner parmi les partenaires certaines personnes pour suivre les marchés conduits par l'itinéraire suppose d'impliquer davantage les techniciens. L'itinéraire de La Méditerranée à Vélo désigne depuis 2020 des binômes de partenaires techniciens, sélectionnés en fonction de leurs compétences et de leur répartition géographique qui suivent les marchés passés par l'itinéraire (le site web en marque blanche, le reportage photo, les relations presse). Les compétences sont mieux partagées, les partenaires plus impliqués : à l'échelle d'un itinéraire, la coordination est facilitée.

Communiquer en interne est incontournable pour faire infuser la culture du tourisme à vélo, à l'échelle du territoire comme d'un itinéraire. L'organisation d'un événement peut servir cette dynamique.

### *C'est dit*

*« Disposer d'un poste dédié à l'itinérance à l'échelle d'un territoire permet d'apporter de l'ingénierie. »*

**Gaël Pondard**,
Destination Bretagne Sud Golfe du Morbihan



### *Focus : Plus belle la voie sur La Méditerranée à Vélo*



©Vélo Loisirs Provence

*L'itinéraire de La Méditerranée à Vélo a organisé en 2017 et 2018, en collaboration avec l'Association pour le développement des véloroutes et voies vertes (AF3V), l'événement « Plus belle la voie ». Des usagers de l'AF3V ont parcouru les 850 km de l'itinéraire et en ont assuré la promotion auprès des partenaires sur le terrain pour d'une part mobiliser les acteurs et d'autre part informer ceux qui ne sont pas forcément bien informés de ce qu'est la Méditerranée à vélo. L'événement a apporté en communication interne, en facilitant la rencontre avec les élus du terrain et en amenant encore davantage de transparence avec les partenaires locaux. « Il faut toujours garder à l'esprit qu'on travaille avec des référents qui ont des contextes particuliers » témoignent Camille Perretta et Ségolène Chignard, coordinatrices de La Méditerranée à Vélo.*

## Accompagnement externe

Parfois, les collectivités ne disposent pas de moyens suffisants pour ouvrir un poste partiel ou entièrement dédié au tourisme à vélo. Du reste, même si cette création de poste est effective, il peut s'avérer pertinent de mobiliser des ressources extérieures. Adhérer à des associations, comme Vélo & Territoires est un premier moyen pour s'enrichir de connaissances, retours d'expériences d'autres territoires et bénéficier d'une veille nationale et internationale, ressources fertiles pour impulser de nouvelles dynamiques.

### *C'est dit*

*« Être adhérent à Vélo & Territoires permet de bénéficier de nombreuses ressources, d'obtenir des partages d'expérience, utiles au niveau de la destination »*

**Gaël Pondard**,
Destination Bretagne Sud Golfe du Morbihan

# 6.2 L'évaluation, clé de voûte d'une politique de tourisme cyclable réussie

**L'évaluation, dans toute politique publique, apprécie les résultats sur le court, le moyen ou le long terme. Pour les habitants et les élus, l'évaluation permet d'en améliorer sa pertinence, son efficacité, son efficience, sa cohérence et ses impacts. Ainsi, il est essentiel de réfléchir en amont à la finalité de l'évaluation qu'il s'agisse de discuter de la légitimité du dispositif mis en place, ou d'en tirer des enseignements en termes de performance.**

Les territoires doivent pouvoir évaluer les dispositifs liés au tourisme à vélo développés sur leur territoire. Comment évaluer une politique de tourisme cyclable ?

Deux grands types d'évaluation peuvent être distingués. D'une part, l'évaluation quantitative permet de mesurer et suivre l'évolution d'un phénomène. D'autre part, l'évaluation qualitative permet de mieux connaître les usagers et leurs attentes. Les deux approches ne sont pas exclusives. Menées de concert, elles contribuent à mesurer au mieux l'efficacité de politiques de tourisme cyclable.

## L'évaluation quantitative

L'évaluation quantitative cherche à mesurer les flux de cyclistes sur le territoire. Elle se base sur des comptages. Pour collecter ces données, des compteurs automatiques doivent être installés. De nombreuses collectivités ont disposé des compteurs vélo le long des itinéraires. Plusieurs marques, dont Eco-compteur et Metrocount, ont développé des compteurs de vélos qui permettent de distinguer les usagers cyclistes, sur tous types de terrain (en ville, sur une route ou voie verte, sur un sentier).

Avant de poser un compteur de vélos, la collectivité doit réfléchir à son lieu d'implantation. Il lui faut sélectionner des emplacements qui offrent une vision représentative de l'itinéraire ou du réseau observé. Il est ainsi préconisé de mixer les implantations en fonction des types d'infrastructures (site propre, site partagé) et d'environnement (urbain, périurbain, rural, touristique ou non touristique). Outre le coût d'implantation, la collectivité doit également anticiper le coût de maintenance des compteurs. Certaines régions telles que la Région Sud proposent des financements pour implanter des compteurs sur les itinéraires du schéma régional.

***Pour en savoir plus***

*www.velo-territoires.org*

### *Focus : La plateforme nationale de fréquentation de Vélo & Territoires : partager la donnée pour se comparer et améliorer la connaissance nationale*

*Avec le soutien du ministère de la Transition écologique, Vélo & Territoires anime la Plateforme Nationale des fréquentations. Ce dispositif mutualise à l'échelle nationale les données issues de comptages locaux. Plus de cent collectivités gestionnaires partagent volontairement les données de plus de 1000 compteurs. Celles-ci sont agrégées par Vélo & Territoires qui les utilise pour produire des rapports annuels sur les fréquentations vélo nationales et par grands itinéraires, comme les Chiffres Clés du Tourisme à vélo. Les données peuvent être utilisées à tout moment par les acteurs intéressés, qu'il s'agisse des collectivités gestionnaires ou des comités d'itinéraires. Elles sont accessibles et visualisables par le grand public sur la page Internet dédiée.*

### *Pour en savoir plus*

*www.velo-territoires.org*

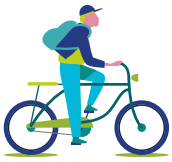
En outre, au-delà des compteurs, une évaluation quantitative peut intégrer des données sur la fréquentation web des itinéraires. En guise d'exemple, la plateforme France Vélo Tourisme regroupe un portail national et onze sites Internet d'itinéraires cyclables en marque blanche. L'identification d'indicateurs quantitatifs permet de comparer la fréquentation des sites. Le nombre de visites sur francevelotourisme.com peut être analysé (+93 % sur les trois premiers trimestres 2020 par rapport à 2019 et 3,3 Millions de visites sur le site francevelotourisme.com en 2020), comme la durée moyenne des visites qui s'allonge, signe de l'intérêt des visiteurs pour les contenus consultés.

Chaque territoire ou itinéraire peut, par le biais de son webmaster, collecter ces données, qu'il s'agisse du site Internet ou des réseaux sociaux. Elles permettent d'identifier des pistes d'amélioration dans un environnement numérique très mouvant.

## L'évaluation qualitative

L'évaluation qualitative permet de recueillir des données fines sur les typologies d'usagers, de volumes de dépenses, etc. En effet, le compteur n'analyse pas le fait que le cycliste emprunte la voie verte pour se rendre au travail, dans un but récréatif ou dans une situation de tourisme, le compteur ne l'analysera pas. Puisqu'il est précieux de connaître les types d'usagers qui circulent à vélo sur la destination et empruntent les itinéraires et comprendre les tendances de fond, une évaluation qualitative doit être menée.

Cette évaluation nécessite des moyens financiers et humains importants, puisqu'elle suppose que des enquêteurs administrent un questionnaire aux cyclistes à un lieu identifié. Les réponses renseignent sur la typologie d'usages, leur provenance géographique et leur motivation à parcourir cet itinéraire à ce moment. Elles sont aussi un atout pour mesurer les retombées économiques de l'itinéraire : les cyclistes renseignent leur type d'hébergement et les dépenses qu'ils ont effectuées. C'est ainsi que les retombées économiques sont mesurées. Si leur calcul comporte inexorablement certains biais – il n'est pas toujours aisé pour un touriste de se remémorer précisément toutes les dépenses effectuées par exemple -, c'est aujourd'hui la méthode la plus répandue pour mesurer les retombées économiques engendrées par une politique cyclable.



**En 2015**
les touristes à vélo dépensaient en moyenne environ
**80€/jour**



**En 2018**
La Vélodyssée a dénombré
**3,6 millions**
**de sorties cyclistes**

**Dont**



**65%**
**effectués par des touristes**

## *Focus : ÉVA VÉLO : la méthode nationale pour observer la fréquentation et les retombées économiques des véloroutes*

*ÉVA VÉLO est une méthode standardisée, portée par Vélo & Territoires pour observer la fréquentation et les retombées économiques des véloroutes. La méthodologie associe enquêtes terrain et compteurs automatiques. Elle détaille et simplifie la méthode EuroVelo 6 élaborée en 2006 et utilisée depuis par des dizaines d'autres territoires. Cette méthode opensource donne lieu à :*

- *Une meilleure connaissance des usagers des itinéraires, en termes d'âge, de catégorie socioprofessionnelle ou encore de type de pratique du vélo,*
- *Une mesure de leur niveau de satisfaction concernant les aménagements, les équipements et les offres tout au long de l'itinéraire,*
- *Une connaissance de la fréquentation de l'itinéraire en continu et une observation de son évolution,*
- *Un calcul des retombées économiques, aussi bien directes (somme des dépenses des cyclistes sur le territoire), qu'indirectes avec la mesure d'externalités sur la santé publique, l'environnement ou l'industrie du cycle.*

*La méthode ÉVA VÉLO constitue désormais la référence en matière d'évaluation de la fréquentation et des retombées économiques par la fourniture d'évaluation approfondie des clientèles et de leurs retombées à l'échelle des véloroutes. Cette méthode peut être complétée par d'autres outils évaluatifs pour cerner rapidement la fréquentation et démontrer la progression des pratiques cyclotouristiques à l'échelle locale.*

## *Pour en savoir plus*

*www.velo-territoires.org*



## *Focus : Mobiliser les partenaires privés : Enquête auprès des prestataires Accueil Vélo menée en Région Sud*

*Afin de mieux connaître les clientèles vélo et les attentes de ses prestataires labellisés, la Région Sud a mené une enquête en ligne auprès du réseau Accueil Vélo à l'automne 2020. L'enquête, externalisée, était composée de quinze questions et a été diffusée par les évaluateurs et les partenaires du contrat de filière. Elle a recueilli 442 réponses sur 690 adhérents et a permis de dresser le portrait de la clientèle accueillie par ces professionnels. Résultat ? Une large typologie de clientèle, pour la majorité française et de proximité, et de moins de 45 ans (75 %) d'entre elle. Les principaux itinéraires empruntés sont les boucles locales (34 %), la montée du Ventoux (24 %), le tour du Luberon (14 %), la ViaRhôna (10 %) et la Méditerranée à vélo à (9 %). L'étude révèle un véritable attrait pour le littoral et l'importance de la fréquentation des boucles locales. Elle souligne également le faible attrait de La Véloroute du Littoral (V65), ce qui démontre l'intérêt à promouvoir cet itinéraire. L'étude a aussi permis d'objectiver la grande satisfaction sur les services (hébergement, restauration, location) et d'enregistrer des attentes prégnantes sur l'accessibilité, les équipements et la signalisation. La connaissance de la marque Accueil Vélo par les clientèles peut également être améliorée : 46 % ne la connaissent pas ou presque pas.*

*Pour tirer les enseignements de cette étude, la région Sud a mis en place un plan d'actions 2021/2022 à destination des professionnels marqués Accueil Vélo. Des webinaires et éductours leur sont proposés afin de mieux connaître les clientèles vélo et VTT pour adapter et enrichir l'offre vélo ensuite, monter des séjours ou vendre des prestations sèches. Une collection de fiches techniques vélo, un outil d'autodiagnostic, des outils de commercialisation et des ateliers sont également proposés aux 900 acteurs mobilisés. L'étude a ainsi permis de tisser des liens entre la Région et les acteurs privés du vélo, favorisant une gouvernance élargie du tourisme à vélo au niveau régional. La Région Sud a externalisé l'étude, pour un budget de 5000 € en y consacrant assez simplement des ressources humaines internes.*

### *Pour aller plus loin*

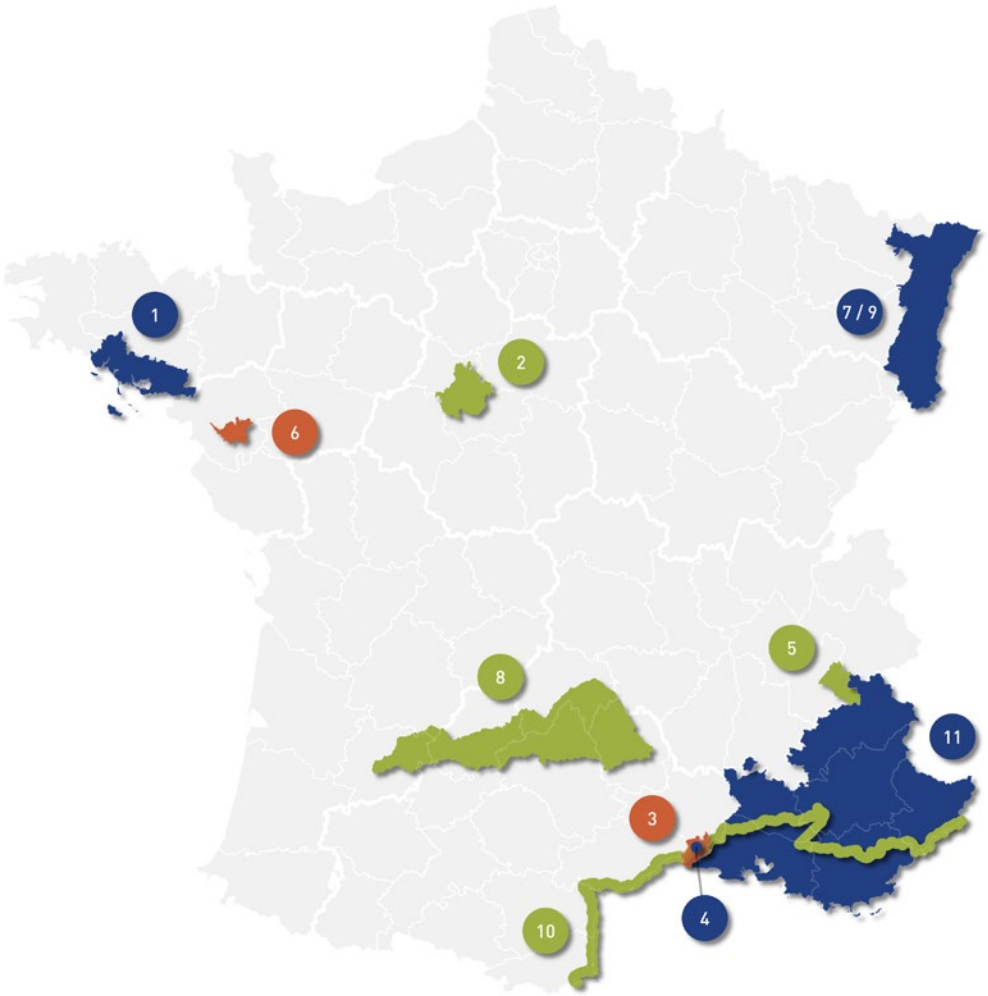
*Mobiliser les prestataires Accueil Vélo à travers l'évaluation : la filière vélo de la Région Sud (page 81)*





# Retours d'expérience

# Onze retours d'expérience : sommaire cartographique




1. Mener une étude de signalisation pour pousser au développement de l'infrastructure sur la Destination Bretagne Sud Golfe du Morbihan (2.2)
2. Associer les usagers à l'audit annuel du réseau de boucles du Pays des châteaux pour prioriser l'entretien (2.2)
3. Penser la place de la mobilité à vélo : l'inscription dans la démarche " Grands Sites de France" du Syndicat Mixte de la Camargue gardoise (3.2)
4. Répartir les flux pour respecter l'esprit des lieux du port de plaisance de Gallician (3.2)
5. Agir avec l'ambition d'être la "capitale mondiale du vélo" en Oisans (4.3)
6. Guider le touriste au cœur de la stratégie de destination avec "Nantes en roues libres" (5.1)
7. Créer un événement fédérateur qui lie les acteurs du territoire : le slowUp de la Route des Vins d'Alsace (5.1)
8. Diffuser des cartes papier dans la Vallée du Lot, au service d'un projet qui se structure au fil de l'eau (5.2)
9. Rassembler le collectif "Alsace à vélo" au service d'une gouvernance élargie (6.1)
10. Conduire une stratégie marketing pour mobiliser les partenaires de La Méditerranée à Vélo en Région Sud (6.1)
11. Mobiliser les prestataires Accueil Vélo à travers l'évaluation : la filière vélo de la Région Sud (6.2)

1

# Mener une étude de signalisation pour pousser au développement de l'infrastructure

**ÉTAPE :**

## 2.2 Maintenir la qualité des infrastructures sur le long terme



### Territoire
**Bretagne Sud Golfe du Morbihan**

### Forme juridique
La Région Bretagne a divisé son territoire en dix destinations touristiques, dont la Destination Bretagne Sud Golfe du Morbihan

### Caractéristiques du territoire
**Littoral, avec une agglomération (Vannes Agglomération) mais à dominance rurale**

### Porteur
**Destination Bretagne Sud Golfe du Morbihan**

**La Destination Bretagne Sud Golfe du Morbihan a lancé une étude de signalisation pour les véloroutes nationales V42 et V45, qui traversent le territoire. L'étude se veut expérimentale et inspirera la signalisation régionale. La structure avait identifié qu'un des freins principaux au développement du tourisme à vélo était l'infrastructure manquante. Le fait de mener une étude de signalisation permet de stimuler la création de l'infrastructure et le développement de services.**

### Action
L'étude permet de déterminer quels sont les pôles principaux et les pôles d'intérêt touristique.

Deux niveaux de signalisation s'articulent : les pôles principaux sont sélectionnés sur la base d'un critère démographique. Les pôles secondaires sont définis par les EPCI à travers le prisme « intérêt touristique ».

### Moyens financiers
Étude externalisée via une assistance à maîtrise d'ouvrage pour un coût de 24 060 € HT.

### Partenariat
La V45 ne s'arrête pas aux frontières administratives. Des réunions ont été organisées avec le Département du Finistère et de Loire-Atlantique, la Région et les EPCI concernés. L'objectif est d'offrir aux cyclistes une signalisation homogène sur l'ensemble de la véloroute. Cela permet aussi de fédérer ces différents acteurs et de créer des habitudes de travail communes.

### PERSPECTIVES
L'étude de signalisation à l'échelle de la Destination Bretagne Sud Golfe du Morbihan est une expérimentation. La Région Bretagne s'en inspirera pour actualiser la notice régionale de signalisation et signalétique des itinéraires inscrits au schéma régional et interdépartemental des véloroutes.



© A. Lamoureux



*« L'un des freins principaux au développement du tourisme à vélo sur le territoire était le manque d'infrastructures : le fait de lancer cette étude de signalisation a poussé les différentes collectivités à la développer »*

**Gaël Pondard**,
Destination Bretagne Sud Golfe du Morbihan

2

# Associer les usagers à l'audit annuel du réseau de boucles du Pays des châteaux pour prioriser l'entretien

ÉTAPE :

## 2.2 : Maintenir la qualité des infrastructures sur le long terme



### Territoire

**Pays des châteaux**

### Caractéristiques du territoire

Territoire plat, à dominance rurale, avec l'agglomération de Blois, comprenant un grand patrimoine culturel : les châteaux de Blois, de Cheverny, de Chaumont-sur-Loire et le domaine national de Chambord.

### Porteur

**Le Syndicat Mixte du Pays des châteaux,** dès sa création en 1997, s'est emparé de la politique cyclable touristique du territoire pour aboutir au Réseau des quinze boucles « Châteaux à vélo » (500 km).

**La signalétique représente un investissement constant. Son entretien est nécessaire. En milieu rural, les itinéraires sont souvent empruntés par des tracteurs qui, dans leurs manœuvres, peuvent endommager les panneaux, qu'il faut souvent remplacer. A cela s'ajoute la dégradation habituelle des poteaux de bois en milieu naturel et forestier. Chaque printemps, une association d'usagers cyclistes, Vélo 41, repère à vélo des signalisations défaillantes pour un audit complet de la signalétique. Les réparations et nouveaux panneaux sont installés en juin, avant l'arrivée des touristes.**

### Moyens humains

Audit externalisé à une association d'usagers locaux. Les bénévoles de l'association évoluent sur les boucles en binôme, mobilisant une quinzaine de personnes. Pendant les deux mois de l'audit, ils formalisent le rendu.

Coordination de l'audit par une personne du Pays des Châteaux pendant trois semaines à temps plein : analyse de l'audit, commande des panneaux, etc.

### Moyens financiers

Enveloppe de 20 000€/an :

- 5000€ d'audit
- 15 000€ de commande de panneaux

### RÉSULTATS

L'association d'usagers connaît les attentes des cyclistes. Par exemple, un panneau qui n'est pas visible à l'échelle d'un cycliste est repéré facilement. Si l'étude était menée en voiture, ces détails ne seraient pas révélés. Ce sont ces détails qui font, *in fine*, la qualité d'un réseau cyclable.

### Partenariat

Convention annuelle avec l'association Vélo 41 dans le cadre d'une subvention de 5000€/an.

### Point de vigilance

L'association d'usagers rend compte de l'audit effectué de manière professionnelle et rigoureuse. Pour s'en assurer, il est préférable pour la collectivité de procéder à l'audit via une subvention sur travail fourni (convention d'objectif) et non une subvention de fonctionnement.



©T.Bourgoin



*« Lors de la création d'un itinéraire, il est essentiel de déjà penser à l'entretien (signalétique et revêtement), généralement totalement à la charge des collectivités »*

**Lucie Morin,** Pays des châteaux

***Pour en savoir plus***

*www.bloischambord.com*

3

# Penser la place de la mobilité à vélo : l'inscription dans la démarche « Grands Sites de France » du Syndicat Mixte de la Camargue Gardoise

ÉTAPE :

## 3.2 : Organiser la mobilité à vélo sur sa destination touristique



### Territoire

**Camargue Gardoise**

### Caractéristiques du territoire

**Territoire de zones humides. Caractérisé par une importante variété paysagère du nord au sud, réservoir d'une riche biodiversité**

Un territoire touristique, urbanisé et connaissant des épisodes de surfréquentation au sud (Le Grau du Roi représente 59% des lits marchands du Gard). Un territoire de « grands espaces » plus « préservé », qui bénéficie moins des flux touristiques au nord.

### Porteur

**Syndicat Mixte pour la protection et la gestion de la Camargue Gardoise associant le département du Gard et 8 communes :** Aimargues, Aigues Mortes, Beauvoisin, Le Cailar, Le Grau du Roi, Saint-Gilles, Saint-Laurent-d'Aigouze et Vauvert.

**La Camargue Gardoise est labellisée « Grand Site de France » (reconnaissance nationale de la qualité de sa préservation paysagère) et « Grand Site d'Occitanie » (collection régionale des sites patrimoniaux majeurs du territoire). Le Grand Site de la Camargue Gardoise s'attache à concilier l'accueil d'un grand nombre de visiteurs et la préservation de l'esprit des lieux.**

### Action

Dans le cadre du programme « Grands Sites de France », un schéma directeur de stationnement et de circulation est en cours d'élaboration. Un diagnostic comprenant notamment une enquête menée auprès de 400 habitants et touristes a révélé un fort potentiel de changement, si des aménagements (par exemple vélo) et des moyens adaptés (par exemple navette) sont mis en œuvre. Plusieurs pistes se dessinent : un travail sur une combinaison entre transports en commun et modes actifs est souhaitable. L'enjeu de l'insertion des aménagements dans le paysage est essentiel. L'étude est conduite à deux échelles, car le nord et le sud du territoire ont des problématiques différenciées.

### Moyens humains

Etude externalisée.

Maîtrise d'ouvrage : 1 agent

Bureau d'étude : 1 ingénieur, 2 paysagistes, 1 ingénieur spécialiste des enjeux routiers.

### Moyens financiers

75 000 € HT, avec un soutien de la DREAL Occitanie.



©S.Baudouin



*« Concernant le tourisme à vélo, il est nécessaire d'avoir une approche large qui intègre beaucoup de composantes, dont les enjeux de biodiversité, de cadre de vie et d'urbanisme »*

**Aude Javelas,** Syndicat Mixte pour la protection et la gestion de la Camargue Gardoise

4

# Répartir les flux pour respecter l'esprit des lieux du port de plaisance de Gallician

**ÉTAPE :**

## 3.2 : Organiser la mobilité à vélo sur sa destination touristique



### Territoire

**Port de plaisance de Gallician**

### Caractéristiques du territoire

**Situé sur le canal du Rhône à Sète.**

Traversé par deux EuroVelo : La Méditerranée à Vélo et la ViaRhôna.

### Porteur

**Communauté de communes de la Petite Camargue** (adhérente du Syndicat Mixte de la Camargue Gardoise)

**Le port de plaisance de Gallician mise sur ses atouts fluvestres, combinant activités sur l'eau et ses abords. Il est labellisé Accueil Vélo.**

### Action

La Communauté de communes s'interroge sur la préservation du paysage et de la biodiversité du port de Gallician. L'obtention du label « Grand Site de France » a évité de tomber dans les dérives du tourisme de masse. Les flux de touristes sont mieux répartis et les modes actifs sont privilégiés : des sentiers d'interprétation permettent aux touristes à pied de découvrir des espaces naturels sensibles. Les boucles vélo locales concourent également à disperser les flux touristiques.

### Point de vigilance

Un dispositif de concertation doit être mené afin de prévenir des conflits entre les différents usagers du port (plaisanciers, sportifs rapides, familles à allure paisible...).



©C. Devauchaux



*« Au-delà de la sensibilisation des touristes au respect de l'environnement, il faut que tous les acteurs entrent dans cette dynamique d'éco-responsabilité »*

**Alain Reboul,** Communauté de communes de la Petite Camargue

5

# Agir avec l'ambition d'être la "capitale mondiale du vélo" en Oisans

**ÉTAPE :**

## 4.3 : Développer une offre propre



### Territoire

**Communauté de communes de l'Oisans**

### Caractéristiques du territoire

Territoire de montagne, rural, situé à une quarantaine de kilomètres de Grenoble Alpes Métropole. Une renommée internationale dans le vélo sportif avec la montée de l'Alpe d'Huez et de nombreux grands cols (Lautaret, Croix de Fer...)

**La Communauté de communes de l'Oisans, qui se positionne comme l'une des « capitales mondiales du vélo » bénéficie d'une forte attractivité touristique liée aux sports d'hiver. Très clairvoyant des prévisions du GIEC qui assurent la fin de la neige d'ici 2050, le territoire doit opérer une transition de son modèle touristique et souhaite capitaliser sur sa renommée vélo. Le projet est de conforter l'Oisans comme leader du vélo, de faire du cyclisme sous toutes ses formes un axe fort du développement du territoire et de sortir d'une hyper saisonnalité touristique.**

### Action

L'Oisans cible les touristes sportifs et leur promet de trouver une verticalité qu'ils ne trouveront pas ailleurs. Les touristes sportifs ont de fortes exigences. Ils possèdent souvent un vélo très coûteux et accordent donc une forte vigilance pour le stationner de manière sécurisée voire surveillée. La stratégie de la communauté de communes est de qualifier les services à travers un classement des hébergements « accueil cyclo » en niveaux « 1, 2 ou 3 vélos » selon le niveau de service offert. De nombreux événements sont organisés pour les touristes sportifs, comme « Oisans Col Series », qui réserve les cols mythiques aux cyclistes tous les mardis matin en été. Pour attirer également un public non sportif, la collectivité valorise les pépites et le reste de ses itinéraires accessibles notamment au travers de la réalisation d'une voie verte de 23km dans ses vallées.

### Moyens humains

La promotion touristique est portée par Oisans Tourisme. Le vélo est un véritable enjeu pour le développement économique du territoire et se structure dans le Cycling Lab Oisans, projet monté en partenariat avec les acteurs économiques et les industriels du vélo. Au-delà du tourisme, le vélo peut structurer et diversifier l'économie du territoire.



©B. Chanas



*« Nous avons pâti du "tout neige" des années 1970 et devons, comme d'autres territoires, réinventer la destination. Il faudra veiller à ne pas tomber dans un autre pari exclusif, uniquement basé sur le vélo »*

**Benoît Chanas,** Communauté de communes de l'Oisans

### *Pour en savoir plus*

Un site internet est dédié au vélo en Oisans www.bike-oisans.com

6

# Guider le touriste au cœur de la stratégie de destination avec “Nantes en roues libres”




ÉTAPE :

## 5.1 : Élaborer sa stratégie de communication en fonction des types de pratique



### Territoires

**Nantes Métropole**

Collaborations avec les territoires voisins : Saint-Nazaire Agglomération, Clisson Sèvre et Maine Agglomération, communauté de communes Estuaire et Sillons, communauté de communes Sud Estuaire

### Caractéristiques du territoire

**Urbain, périurbain**

En 2021, Nantes Métropole est désignée territoire pilote pour déployer le label « Destination innovante durable ».

### Porteur

**Le Voyage à Nantes**

Société Publique Locale, « projet culturel pour la promotion de la destination Nantes Métropole »

**Dans un contexte de repositionnement touristique, la Métropole vise à mieux répartir les flux de touristes sur le territoire. La destination ne se veut plus une ville de city break*. Les visiteurs sont invités à prendre leur temps pour découvrir la ville et ses alentours et le vélo constitue un bon outil pour cela. Les frontières administratives sont volontairement dépassées : les touristes sont invités à emprunter des itinéraires vers Saint-Nazaire ou le vignoble nantais.**

### Action

Après une communication basée uniquement sur le web, Le Voyage à Nantes réalise pour la première fois en 2021 un document d'appel « Nantes en roues libres », guide à la fois papier et disponible sur le web. Son originalité ? Le guide met en avant les livraisons des artisans qui travaillent à vélo dans la Métropole autant que des échappées à vélo. Il est donc à la fois destiné aux touristes et aux habitants.

### Contenu

Le guide propose des balades dans Nantes, des échappées autour de Nantes sur 1 ou 2 jours, dont un parcours artistique sur l'estuaire Nantes-Saint Nazaire.
La version web du guide, à travers le partenariat avec France Vélo Tourisme ainsi que sur le site de Nantes Tourisme préexistait à la version print. En ligne, les internautes peuvent y consulter l'ensemble de l'offre, comme sur la version papier avec tous les services utiles aux touristes à vélo et aux excursionnistes.

### Tirages et diffusion

Edité à 20 000 exemplaires, le guide répond aux demandes récurrentes des visiteurs qui souhaitent découvrir le territoire à vélo (stationnement, réparation, location de vélo, etc). Il est disponible dans les lieux d'accueil de Nantes Tourisme, dans les offices de tourisme concernés par les itinéraires présentés (Saint-Brevin-les-Pins, Mauves-sur-Loire, Ancenis, Saint-Nazaire), dans les guinguettes et chez tous les loueurs de vélo.

### Moyens humains

Le travail de cartographie, réalisé en interne, assemble et révèle des itinéraires existants et structurants sur le territoire.

### Moyens financiers

Forfait annuel et mise à jour des tracés pour France Vélo Tourisme : 6897 €

Création et impression du guide « Nantes en roue libre » : 5073 €

### RÉSULTATS

**Page vélo du site web Nantes Tourisme**
5400 pages vues

**Guide « Nantes en roue libre »**
3000 téléchargements d'avril à août 2021

**France Vélo Tourisme, Destination « Nantes vélo tourisme » :**
+ 99% par rapport à 2020
+ 596 % par rapport à 2019



*« Ce guide est un véritable document d'appel, qui positionne Nantes en tant que destination vélo »*

**Dorothée Laot**, Le Voyage à Nantes

### *Pour en savoir plus*

www.nantes-tourisme.com

**city break : Voyage de courte durée dans une destination urbaine*

7

# Créer un événement fédérateur qui lie les acteurs du territoire : le slowUp de la Route des Vins d'Alsace

**ÉTAPE :**

## 5.1 : Elaborer sa stratégie de communication en fonction des types de pratique



### Territoire
**Alsace**

### Forme juridique
Alsace Destination Tourisme a initié et porté l'événement pendant six ans pour ensuite créer une association locale dédiée à l'organisation en restant mobilisée et partie prenante.

### Caractéristiques du territoire
Territoire frontalier, jouissant d'une image solide pour le tourisme à vélo.

### Porteur
**Alsace Destination Tourisme**

**En mobilisant les acteurs alsaciens et en valorisant la découverte par des modes actifs, l'événement attire de nombreux habitants et touristes de proximité.**

### Contexte
En 2013, pour célébrer les 60 ans de la Route des Vins d'Alsace, Alsace Destination Tourisme impulse le slowUp, événement inspiré d'un concept suisse du même nom.

### Action
En 2013 pour la première édition, le slowUp a réuni un public multigénérationnel composé de plus de 15 000 participants. 3 circuits proposés sur 28 km.

En 2019 : 44 000 participants. 5 circuits de découverte avec un parcours étendu à 40 km. 12 places festives avec étapes gourmandes et 3 villages d'accueil, vitrines de l'offre touristique.

### Moyens humains
1 coordination

1 comité de pilotage

1 comité technique

1 commission de sécurité

### Moyens financiers
2013 : Budget de 162 000 € réparti entre les Départements du Haut-Rhin et du Bas-Rhin, la Région, les Fonds Européens et l'ADT d'Alsace.

2019 : Budget de 73 000 €

### Partenariat
+ de 90 associations mobilisées et 1 000 bénévoles

10 partenaires cyclos

Étapes cadeaux et jeux par des sponsors sur le parcours : Carola, Leclerc...



©J. Sarago



*« À travers l'évènementiel, on fait vivre une dynamique »*

**Marie-Jo Simon,**
Alsace Destination Tourisme

8

# Diffuser des cartes papier dans la Vallée du Lot, au service d'un projet qui se structure au fil de l'eau




ÉTAPE :

## 5.2 : Les outils pour valoriser les destinations et les itinéraires



### Territoire
**Vallée du Lot**

### Caractéristiques du territoire
**Rural et fluvestre**

Structuré autour de plusieurs collèges :

- Le collège des 5 départements : Aveyron, Cantal, Corrèze, Lot, Lot-et-Garonne.
- Le collège des EPCI, constitué de 6 EPCI n'ayant pas saisi la compétence GEMAPI (gestion des milieux aquatiques et prévention des inondations)
- Le collège des sous-bassins

### Porteur
**Syndicat Mixte de la Vallée du Lot**

**La remise en navigabilité de la rivière s'est accompagnée du développement du tourisme à vélo, « projet fédérateur pour un territoire ». Néanmoins, la construction d'un itinéraire à l'échelle du bassin est complexifiée par la dense gouvernance du Syndicat Mixte. L'itinéraire n'est pas encore continu. Pour fédérer les acteurs et faire avancer le projet, une carte papier a été conçue et diffusée pour les deux tronçons continus.**

### Action
En 2016/2017, 5000 exemplaires ont été diffusés sur la partie Aiguillon-Cahors.
En 2020, 13 000 exemplaires ont été diffusés sur la même portion.
En 2021, 8 300 exemplaires ont été diffusés pour la carte Capdenac-La Canourgue.
Ces deux cartes représentent l'ensemble de l'itinéraire ouvert. Elles sont gratuites.

### Moyens humains
Environ 1,2 ETP sur deux mois, représentant la mobilisation du personnel du Syndicat Mixte pour le recueil des informations sur les sites, la mise à jour de l'itinéraire, les réunions avec les partenaires, le lien avec le graphiste...

### Moyens financiers
- Conception de la carte (cartographie avec le tracé aux format et échelle requis, incluant les pictogrammes et les légendes) : 1800 €
- Création graphique la première année : 2500 €
- Création graphique pour les éditions suivantes : 990 €
- Impression : 3000 €

### Partenariat
La carte papier est un support complémentaire d'autres outils digitaux. L'itinéraire de La Vallée du Lot à vélo est également disponible sur le site de France Vélo Tourisme. La carte cycliste y est téléchargeable.

### Point de vigilance
À l'heure du tourisme durable, l'objectif n'est pas de distribuer allégrement des supports papier. A l'inverse, en 2016/2017, si certains offices de tourisme laissaient la carte en libre accès, elle n'est aujourd'hui distribuée qu'aux touristes qui en expriment la demande. Par ailleurs, la carte est mise en avant lors des opérations de promotion dans les salons. Sa diffusion, en offices de tourisme sur le territoire ou lors de salons, est impérativement pensée en amont : elle doit être calculée et limitée.






*« La carte est un outil de promotion mais avant tout un outil pédagogique, pour à terme appréhender l'itinéraire dans sa globalité »*

**Marie-Hélène Privat**,
Syndicat Mixte de la Vallée du Lot

9

# Rassembler le collectif “Alsace à vélo” au service d’une gouvernance élargie



©J. LEY

ÉTAPE :

## 6.1 : Animer son réseau local et l’articuler à une gouvernance élargie



### Territoire
**Alsace**

### Forme juridique
Groupe multipartenarial, piloté par une personne de la Collectivitée européenne d’Alsace. Alsace à vélo ne dispose pas de statut particulier, mais d’une convention de partenariat pluriannuelle.

### Caractéristiques du territoire
Bénéficie d’une image installée de « territoire vélo »

### Porteur
**Collectivité européenne d’Alsace et Alsace Destination Tourisme**

**L’étude de positionnement touristique de la destination Alsace, menée en 2010, confirme la qualité de l’infrastructure cyclable. Elle est aussi le déclencheur d’une prise de conscience : une infrastructure dense peut entraîner d’importantes retombées économiques. Pour ce faire, mettre en tourisme l’offre cyclotouristique alsacienne est nécessaire. La démarche collective « Alsace à Vélo » naît en 2010 pour coordonner et animer cette destination cyclable à la manière d’un comité de destination.**

### Partenariat
En 2021, le collectif rassemble 9 partenaires : la Région Grand Est, la Collectivité européenne d’Alsace, l’Eurométropole de Strasbourg, les Agglomérations de Colmar, Mulhouse, Saint-Louis et Haguenau, l’Agence régionale du Tourisme Grand Est et Alsace Destination Tourisme.

### Gouvernance
Les actions sont déterminées annuellement par le comité de pilotage. Elles sont déployées par chacun des neuf partenaires en fonction de ses compétences : l’intermodalité est traitée par le niveau régional, le jalonnement des itinéraires par les départements et les agglomérations, la promotion et la communication par l’ADT…

### Moyens humains
La coordination technique de la démarche est assurée par la Collectivité européenne d’Alsace (0,5 ETP). À noter : 1 ETP dédié à l’ADT sur la filière vélo.

Le collectif s’appuie sur un comité de pilotage et sur un comité technique, dont l’originalité est de mobiliser deux techniciens par partenaire : l’un du secteur de l’infrastructure et l’autre du tourisme.

### Moyens financiers
Aucun budget spécifique dédié : les actions arrêtées par le comité de pilotage sont mises en œuvre par chaque partenaire en fonction de ses compétences.

Le budget global consacré à Alsace à Vélo, pour la période 2012/2016 s’élève à 586 000 €.

### Action
De nombreuses réalisations concrètes :

- Déploiement d’une signalisation cyclotouristique indiquant l’offre de service le long des canaux ainsi que des Relais Informations Services (RIS)
- Site Internet quadrilingue
- Accompagnement du réseau européen de location à vélo à assistance électrique (Movelo)
- Évaluation de la fréquentation et des retombées économiques dès 2012
- Une cinquantaine de boucles locales a été créée à partir des itinéraires EuroVelo (EV5, EV6 et EV15) et les agglomérations, la promotion et la communication par l’ADT…

### Point de vigilance
Sans budget spécifique dédié, le collectif repose sur un fort volontarisme politique.



*« Lors du COPIL et des COTECH, il y a un très fort taux de participation, ce qui montre bien que tous les partenaires ont envie de jouer le jeu »*

**Stéphanie Leibel-Thépot,**
Collectivité européenne d’Alsace

10

# Conduire une stratégie marketing pour mobiliser les partenaires de La Méditerranée à Vélo en Région Sud

**ÉTAPE :**

## 6.1 : Animer son réseau local et l'articuler à une gouvernance élargie



### Territoire

**L'itinéraire de la Méditerranée à vélo,** partie française de l'EuroVelo 8, long de 850 km, traverse les régions Sud et Occitanie.

### Caractéristiques du territoire

La Méditerranée à vélo constitue un axe structurant pour la Région Sud : il traverse la région d'ouest en est, entre paysages de côteaux et littoral urbanisé. L'itinéraire relie 5 Parcs naturels régionaux qui comportent des boucles cyclotouristiques.

### Porteur

**Le comité d'itinéraire rassemble 24 partenaires, dont la Région Sud, son chef de file.**

Vélo Loisir Provence est assistant à maîtrise d'ouvrage pour la Région Sud sur la coordination de La Méditerranée à vélo.

### Action

L'itinéraire est en service à 90% : ses cibles sont donc prioritairement les clientèles urbaines de 25 à 45 ans. Trois ateliers ont été menés à Avignon, Draguignan et Montpellier pour construire la stratégie, afin de réunir un maximum de partenaires. Une plateforme d'expression en ligne a permis à ceux qui ne pouvaient pas se déplacer de s'exprimer.

La stratégie marketing est ambitieuse et fait l'objet d'un plan d'actions pluriannuel. Elle rassemble plusieurs destinations touristiques disposant elles-mêmes de stratégies marketing très marquées. L'enjeu est donc de déployer une stratégie homogène pour tout l'itinéraire qui cohabite avec la stratégie marketing de chacune des destinations.

### Moyens humains

Altimax/Indigo : 39,5 jours.

Pour suivre l'étude marketing, organiser les réunions et valider les livrables, les ressources humaines mobilisées relevaient de la coordination de Vélo Loisir Provence : environ 5 jours.

### Moyens financiers

Stratégie marketing externalisée à un bureau d'étude pour un montant de 35 000 € HT.

### Livrable

La stratégie, échelonnée de 2019 à 2022, a permis de disposer d'outils (intentions photographiques, mini charte éditoriale) qui sont utilisés comme base de travail pour la commande des supports de communication élaborés dans le cadre du plan d'actions « communication-promotion ».



*« La déclinaison de la stratégie marketing mobilise de très nombreux partenaires. Il est essentiel de réunir les représentants des collectivités territoriales (notamment infrastructures, transports) et les professionnels du tourisme pour que ces outils servent à promouvoir les investissements, attentes et objectifs territoriaux de tous »*

**Ségolène Chignard et Camille Perretta,**
Coordinatrices de La Méditerranée à vélo



©Apache

### *Pour en savoir plus*

*Page pro de La Méditerranée à vélo :*
*www.lamediterraneeavelo.org/pros-presse/pros*

*Page de La Méditerranée à vélo :*
*www.lamediterraneeavelo.com*

11

# Mobiliser les prestataires Accueil Vélo à travers l'évaluation : la filière vélo de la Région Sud

**ÉTAPE :**

## 6.2 : Évaluer, un incontournable avec des outils adaptés



### Territoire

**Région Sud**

Trois destinations (Provence, Alpes et Côte d'Azur) articulent leurs travaux à travers des contrats de filière (sur le vélo, le nautisme, le tourisme d'affaires, etc.). Le contrat de filière vélo est coordonné en mode projet autour de 4 axes de développement : la structuration de l'offre, la promotion-communication, la synergie des acteurs et l'évaluation.

### Caractéristiques du territoire

La variété de paysages (zones montagneuses, littorales, rurales, urbaines) permet une diversité de pratiques cyclables (découvertes urbaines, VTT, Gravel, loisirs, sportif, itinérance...)

**L'approche par filière donne lieu à un travail approfondi avec les socio-professionnels. A l'automne 2020, la Région a mené une enquête en ligne auprès des partenaires labellisés Accueil Vélo, sur les trois destinations touristiques afin de mieux connaître les attentes des clientèles vélo par leur intermédiaire ainsi que leurs propres attentes. Deux tiers d'entre eux ont répondu au questionnaire.**

L'étude a permis de constater la grande variété de typologie de clientèles, la satisfaction sur les services (hébergement, restauration, location) et d'enregistrer les attentes d'amélioration sur l'accessibilité, les équipements et la signalisation. Les retours ont en outre témoigné du souhait des socio-professionnels d'avoir une connaissance approfondie de l'écosystème vélo en Région Sud et de sa gouvernance.

Afin de répondre aux besoins exprimés lors de cette démarche, la Région a mis en place un corpus d'actions et d'informations destiné aux partenaires marqués Accueil Vélo : webinaires, éductours, autodiagnostic et fiches techniques.

### Moyens humains

Étude externalisée

### Moyens financiers

Montant de 5000€



©Clotilde ARNAUD



*« L'étude nous permet de tisser des liens entre acteurs privés et acteurs publics de notre région »*

**Émilie André**, Vaucluse Provence Attractivité

### *Pour en savoir plus*

vaucluseprovence-attractivite.com

# Remerciements

**Un grand merci à l'ensemble des techniciens du comité de pilotage pour leurs précieux retours et à leurs structures porteuses pour le temps accordé.**

Par ordre alphabétique :

Emilie ANDRÉ (Vaucluse Provence Attractivité), Aude ANDRUP (ADEME), Claire BARBANCEYS (Syndicat Mixte de la Vallée du Lot), Elodie BARBIER-TRAUCHESSEC (ADEME), Claire BOURGEOIS (ADN Tourisme), Benoît CHANAS (Communauté de communes de l'Oisans), Pauline GATAULT (Nantes Métropole), Dorothée LAOT (Le Voyage à Nantes), Charline MARCHÉ (Communauté de communes de l'Oisans), Adeline MOREAU (CRT Centre-Val de Loire), Elodie PELLET (Vaucluse Provence Attractivité), Nicolas PINSON (France Vélo Tourisme), Gaël PONDARD (Destination Bretagne Sud Golfe du Morbihan), Marie-Hélène PRIVAT (Syndicat Mixte de la Vallée du Lot), Ségolène RICART-VANPOUILLE, Laure RIGAUD (Voies Navigables de France), Laurent SAVIGNAC (CRT Centre-Val de Loire) et Yannis VIAL (Voies Navigables de France).

**Remerciements également aux personnes qui ont témoigné pour les retours d'expérience :**

Ségolène CHIGNARD (Région SUD), Carole COLENSON (Communauté de communes de la Petite Camargue), Aude JAVELAS (Syndicat Mixte de la Camargue Gardoise), Stéphanie LEIBEL-THEPOT (Collectivité européenne d'Alsace), Fabienne LEMAIRE (Région SUD), Dimitri LETT (Alsace Destination Tourisme), Delphine MANZI (Syndicat Mixte de la Camargue Gardoise), Lucie MORIN (Pays des châteaux à vélo), Camille PERRETTA (Vélo Loisirs Provence), Alain REBOUL (Communauté de communes de la Petite Camargue), Marie-Jo SIMON (Alsace Destination Tourisme).

# Crédits

Ce document est réalisé par Vélo & Territoires
avec le soutien technique et financier de l'ADEME.

**Rédaction** : Myriam BOSSARD

**Directeur de publication** : Camille THOMÉ

**Création maquette :** Atelier J-Ph Germanaud

**Mise en page** : Benjamin DÉAL

**Date de publication :** Octobre 2021

**Numéro de version :** 1.0

## Résumé

**Le tourisme à vélo est une politique publique transversale, qui mobilise les secteurs du tourisme et de la mobilité. Son développement sur un territoire contribue au développement économique local.**

Les collectivités territoriales et les intercommunalités, en tant qu'autorités organisatrices de la mobilité (AOM) et compétentes dans le secteur du tourisme disposent de nombreux leviers pour développer le tourisme à vélo sur leur territoire. Territoires débutants ou expérimentés trouveront dans ce guide les six étapes à suivre pour devenir une destination vélo : aménager des infrastructures, desservir la destination, développer des services, communiquer, animer son réseau local et évaluer. Illustré par onze retours d'expériences, il valorise des pratiques inspirantes issues de territoires qui, à leur échelle, développent le tourisme à vélo. Le guide veille également à représenter une grande variété de typologies de territoires : urbains, ruraux, littoraux, fluviaux, montagnards.

Vélo & Territoires

Vélo & Territoires

@VeloTerritoires

Tél. +33 (0)9 72 56 85 05
info@velo-territoires.org

**www.velo-territoires.org**

vélo & territoires

COORDINATEUR DU RÉSEAU NATIONAL CYCLABLE