

Feuille de route vers une stratégie nationale du tourisme à vélo

Destination France

à vélo



JUIN 2023

 **vélo&
territoires**

COORDINATEUR DU RÉSEAU NATIONAL CYCLABLE



Édito

Touché de plein fouet par des mois de Covid et de confinement, le secteur du tourisme a entamé sa mue pour devenir plus vertueux, responsable et durable. La levée progressive des restrictions s'est accompagnée d'une mutation profonde des comportements. Dans ce contexte en restructuration, le vélo de façon générale, bien au-delà du tourisme à vélo, s'est démarqué, offrant une expérience différente et unique de liberté et de découverte de notre patrimoine naturel et culturel. Ses chiffres de fréquentation ont enregistré un boom, aussi bien pour les déplacements du quotidien que pour le tourisme, le sport et les loisirs. Il est donc important de tirer parti de l'immense progression de la pratique du vélo et de l'appétence des Européens à des vacances durables pour conforter la France dans sa place de première destination touristique mondiale.

Reprenant ainsi l'un des axes stratégiques portés par Vélo & Territoires et ses partenaires, le plan destination France, présenté le 20 novembre 2021 par le Premier ministre, affichait pour la première fois l'ambition de l'État de **hisser le pays, à horizon 2030, au premier rang mondial des destinations du tourisme à vélo** et, in fine, du tourisme durable. Un an après, lors de la présentation du nouveau **Plan vélo et marche** à Matignon le 20 septembre 2022, la Première ministre Elisabeth Borne, entourée de cinq ministres, appuyait les propos de son prédécesseur, réaffirmant le rôle majeur du tourisme à vélo dans le développement d'une France cyclable. Des propos transformés en actes lors du **premier Comité interministériel vélo et marche** du 5 mai 2023, le développement du tourisme à vélo étant affiché comme un levier pour l'économie.

Cette volonté d'aller plus loin et d'accélérer sur le tourisme à vélo contribue à une dynamique engagée autour de la **filière économique du vélo en France** dont le Livre blanc, prémices au contrat de filière à venir, reprend, parmi **ses 9 engagements pour un avenir durable**, l'objectif de faire de la France la 1^{re} destination mondiale pour le tourisme à vélo en 2030. Considérant qu'un touriste à vélo réalise une dépense quotidienne de 24 % supérieure à celle d'un autre touriste et que les retombées économiques du secteur sont évaluées à 2,4 milliards d'euros en 2019, il est évident que le tourisme à vélo nourrit l'activité économique locale génératrice d'emplois non délocalisables et, ce faisant, l'économie nationale.

Et c'est sans parler de l'engagement au quotidien des acteurs locaux (publics et privés) pour répondre de façon qualifiée aux attentes et aux besoins des touristes à vélo : des collectivités aux stratégies cyclables de plus en plus ambitieuses, un secteur économique qui se structure et innove, des associations et des socioprofessionnels qui s'investissent. Le tourisme à vélo est aujourd'hui un véritable levier d'attractivité de nos territoires qui doit être conforté.

Pour autant, nous devons poursuivre et renforcer les efforts déjà déployés dans les territoires en faveur d'un tourisme plus durable, en agissant significativement sur le tourisme à vélo. Pour faire face au changement climatique, à la transformation des tendances touristiques et à la redynamisation de certains territoires, les défis à relever sont majeurs.

Or, la France à vélo ne pourra ravir la 1^{re} place à ses voisins allemands sans **disposer d'une stratégie globale** et nationale du tourisme à vélo. Pour cela, un cap national doit être clairement défini et renforcé. Il doit pouvoir mobiliser les acteurs traditionnels du tourisme à vélo, mais aussi du sport et des loisirs, de l'événementiel, de l'accueil, de l'information, des séjours, de la promotion, de l'encadrement, des transports, de l'ESS...

C'est dans ce contexte que Vélo & Territoires, avec le soutien de l'ADEME, a coordonné pendant plusieurs mois un groupe de travail collaboratif pour établir une feuille de route commune à différents acteurs publics et privés du tourisme à vélo en France. Les contours de la future stratégie nationale et le fruit intermédiaire des différents ateliers sont présentés dans cette feuille de route à vocation opérationnelle et concrète. Le collectif ayant pris part à la démarche a la volonté de voir tout ou partie de ses propositions détaillées, portées, relayées et financées pour une mise en œuvre et une prise en main au niveau national et dans les territoires. Avec toujours une même finalité : faire de la destination France le leader en matière de tourisme à vélo.



Le(s) tourisme(s) à vélo, définition	04
Le poids du tourisme à vélo en France	05
La démarche d'intelligence collective au service d'une stratégie nationale	06
Les 3 défis à relever pour le tourisme à vélo en France	08
Des enjeux aux mesures 5 axes clés pour répondre à l'ambition	10
Un maillage de réseaux adaptés à la multiplicité des pratiques	12
Miser sur l'intermodalité, maillon faible du tourisme à vélo	13
Vers une offre structurée d'équipements & de services	14
Rendre le tourisme accessible à tous	15
Mieux promouvoir et informer sur la destination France à vélo	16
Mesurer pour objectiver et ajuster la stratégie	17
Et après ? Gouvernance et fiches projets	18
Remerciements	19

Le(s) tourisme(s) à vélo, définition

Préalable indispensable à toute démarche collective : s'entendre sur la définition du sujet traité et les attentes communes pour viser juste et avancer dans la même direction.

Le(s) tourisme(s) à vélo, une pratique multiple

Un touriste est défini¹ par le fait qu'il séjourne au moins une nuit en dehors de son domicile principal. Les touristes à vélo se distinguent par la pratique du vélo pendant leur séjour, qu'elle soit ponctuelle ou plus intense.

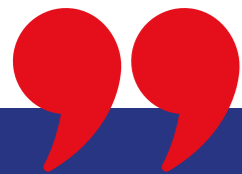
Les formes de tourisme à vélo sont d'ailleurs multiples (loisirs, sportif, itinérance, utilitaire). La plus emblématique, bien que non majoritaire, est l'itinérance : lorsqu'un touriste utilise le vélo pour voyager et découvrir une destination en changeant d'hébergement au fil de sa progression.

Le tourisme à vélo peut se pratiquer dans tous types de territoire (littoral, urbain, rural, périurbain, montagnard...) et avec tous types de vélo (VTC, vélo de route, VTT, gravel, avec ou sans assistance électrique, vélo-cargo...). Initialement concentré sur

la saison estivale, le tourisme à vélo évolue et s'étend de plus en plus sur les ailes de saison, prolongeant ainsi la saison touristique.

La multiplicité des formes de pratique, sans se limiter à l'itinérance, est l'un des points de vigilance de la stratégie nationale du tourisme à vélo. C'est en effet en abordant une vision plurielle et déjà à l'œuvre que la France à vélo parviendra à toucher une clientèle plus large et à tirer son épingle du jeu face à des acteurs historiquement investis tels que l'Allemagne ou la Suisse.

¹ Guide « Développer le tourisme à vélo dans les territoires », Vélo & Territoires, Octobre 2021



Le collectif a ainsi retenu comme " RAISON D'ÊTRE " le positionnement suivant :

" Faire du vélo un incontournable du tourisme de la destination France, reconnu auprès des opérateurs économiques, des acteurs publics et du grand public, accessible à tous, pour toutes les pratiques, offrant une expérience de qualité et de bien-être. L'intégrer dans une démarche d'économie de proximité, de tourisme durable, mesurable et profitable à tous les territoires. "



Le poids du tourisme à vélo en France

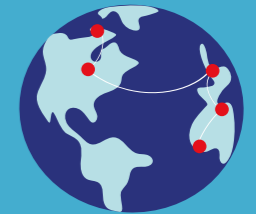
Les données disponibles, bien qu'incomplètes ou « datées », mettent en exergue le poids grandissant du tourisme à vélo en France :

Le chiffre d'affaires généré par le tourisme à vélo était estimé en 2019 à **4.2 Milliards d'euros***

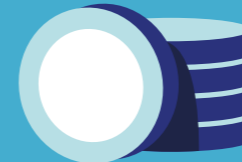


22 millions de Français pratiquent le vélo pendant leurs vacances*

Plus de 20 % des touristes à vélo viennent de l'étranger*



Un touriste à vélo dépense en moyenne **68 €/jour** contre 55 € tous types de touristes confondus (soit 24 % de plus)*

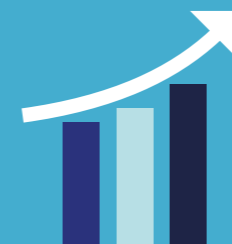


En 5 ans, l'impact économique du tourisme à vélo sur l'itinéraire de La Loire à Vélo ou en Bretagne a été **multiplié par 2***

Au 1^{er} janvier 2023, **20 755 km** ouverts au Schéma national des véloroutes (SNV) et **48 900 km** de boucles cyclables**

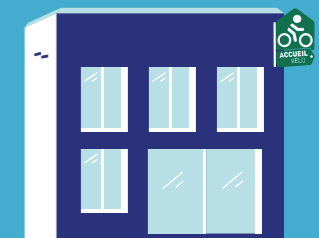


La fréquentation moyenne des itinéraires EuroVelo en France a progressé de **+11 %** en 2022 par rapport à 2021**



Les 15 sites de l'écosystème France Vélo Tourisme enregistraient **7 millions de visites** en 2022

En 2022, la marque Accueil Vélo a été déployée dans **6 400 établissements** qui proposent **8 010 prestations**



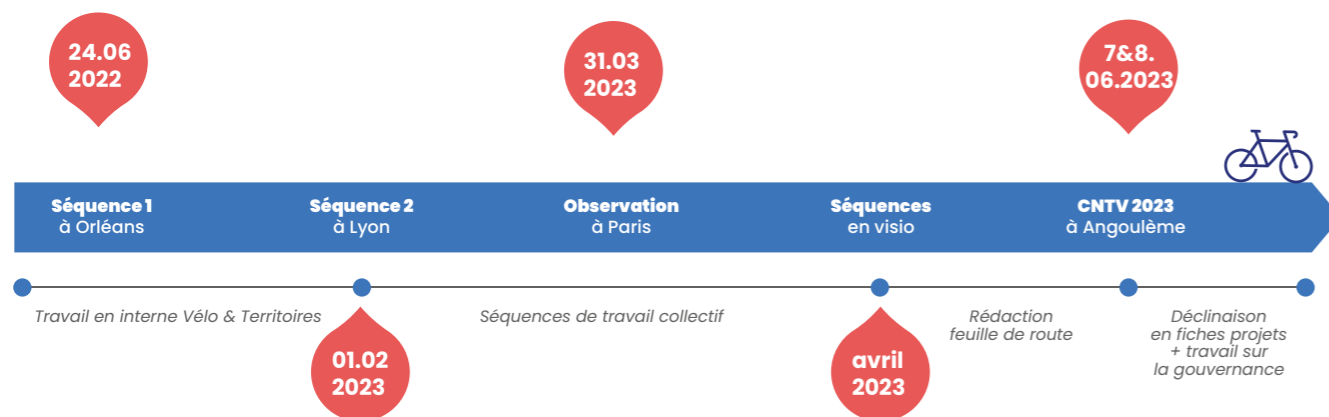
* Source : Étude « Impact économique et potentiel des usages du vélo en France en 2020 »

** Source : Vélo & Territoires, Observatoire national des véloroutes, Web SIG et Plateforme nationale des fréquentations

La démarche d'intelligence collective au service d'une stratégie nationale

Atteindre la première marche des destinations vélo : challenge accepté !

Portée et coordonnée par Vélo & Territoires, la démarche dite d'« intelligence collective » autour de la stratégie nationale du tourisme à vélo a vu le jour à Orléans en juin 2022 et s'est poursuivie durant l'hiver 2022-23, avec le soutien de l'ADEME et dans la continuité des travaux de la filière économique du vélo. Le travail a été mené en plusieurs phases tel que décrit ci-dessous.



Phase 1 à Orléans : identification des freins et des atouts

Les 22 et 23 juin 2022, plus de 200 acteurs institutionnels et socioprofessionnels du tourisme à vélo s'étaient donnés rendez-vous à Orléans, à l'occasion de la Conférence nationale du tourisme à vélo, pour définir les contours de l'avenir du tourisme à vélo en France. Parmi les messages clés affichés : la nécessité de « jouer collectif » et de se donner les moyens de lever quelques freins... et d'activer les bons leviers.

Capitaliser sur les singularités de la destination France à vélo

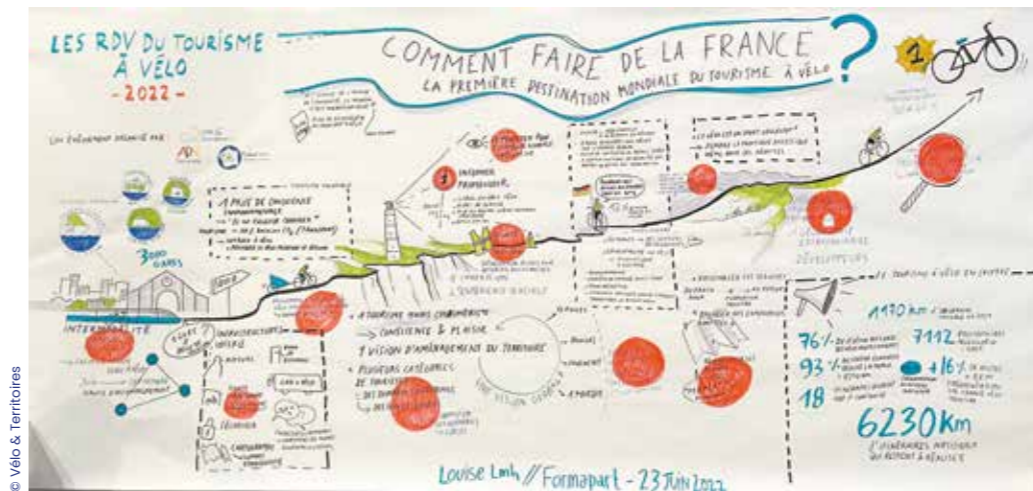
Le constat sur les atouts du territoire est unanime : la France a tout pour devenir la destination phare du tourisme à vélo ! En plus d'un vaste littoral, de plusieurs massifs montagneux et d'une grande diversité de paysages, la « destination France » bénéficie également de facilités d'accès avec un large potentiel d'infrastructures existantes et plus de 400 gares, mais aussi d'une culture vélo, avec le Tour de France en étendard, sur laquelle s'appuyer.

Le tourisme à vélo constitue en effet un vrai levier de développement économique pour l'ensemble des territoires, y compris les plus reculés, à condition de structurer davantage ce « chevelu de voiries » qu'est le réseau français et d'« hybrider » à la fois les pratiques, les services et les équipements à travers une approche intégrée. Car le but est bien de rendre le tourisme à vélo facile et accessible à tous, en s'adressant aussi bien à une clientèle d'aventuriers expérimentés qu'à des néophytes à la recherche d'une expérience grâce au vélo.

Identifier les freins, pour mieux les dépasser

Si la France a des atouts et si le tourisme à vélo coche les cases des nouvelles formes et aspirations touristiques, elle va devoir lever quelques points de blocage pour aller plus loin et s'attaquer aux sujets de fond, parmi lesquels : doter l'ensemble du territoire d'un maillage cyclable cohérent et équilibré ; développer des infrastructures de qualité ; travailler l'intermodalité vélo + transports collectifs ; proposer

une offre d'équipements et de services plus étoffée et structurée ; offrir une information lisible, accessible et attractive ; disposer d'une connaissance fine des clientèles et des retombées économiques. Pour proposer un service clé en main, simplifier le parcours client et laisser la part belle au plaisir et à la découverte, une implication collective de tous les acteurs, des institutionnels aux socioprofessionnels, doit s'opérer à l'échelle des destinations.



Frise réalisée par Louise le Marc'hadour, juin 2022

Phase 2 à Lyon : une définition partagée des attentes et des objectifs

Le 1^{er} février 2023, une trentaine d'acteurs publics et privés, désignés par le terme de « collectif », ont poursuivi la réflexion engagée à Orléans. Cette journée lyonnaise, organisée et animée par Vélo & Territoires avec l'appui de l'ADEME, a permis de travailler sur :

- La définition d'**attentes communes** ;
- Une remise à plat des **principaux freins et rêves** de chacun, de l'écosystème d'acteurs et des défis à relever pour répondre à l'ambition ;

- Une validation des **enjeux thématiques** de transformation ;
- Une **réflexion en sous-groupes** autour des objectifs, des leviers d'action possibles et des pistes de mesures à creuser pour chaque enjeu thématique.

Les enjeux thématiques retenus et les objectifs travaillés sont détaillés dans les paragraphes suivants. Au vu de ses spécificités, la thématique observation a fait l'objet d'un atelier organisé en parallèle, le 31 mars 2023, à la Direction générale des entreprises à Paris.

Phase 3 : rendre les objectifs « SMART » et réfléchir sur les pistes de mesures

En raison des grèves nationales, les réunions suivantes, initialement prévues en mars, ont été reportées en avril, en distanciel. Les membres du collectif ont ainsi été invités à se prononcer sur :

- La rédaction d'objectifs réinterrogés selon la **méthode « SMART-D »** : Spécifiques, Mesurables, Atteignables, Réalistes, définis dans le Temps et Durables.

- L'avancée de **premières pistes de mesures** à intégrer dans la stratégie nationale ; au vu du foisonnement d'idées apportées lors de cette phase, une **priorisation** s'avère nécessaire afin de conserver les actions réalisables, à porter à court et moyen terme, compatibles avec une stratégie nationale et duplicables dans les territoires.

3 défis à relever



Les différents temps d'échanges ont amené à resituer la réflexion dans un cadre global, et à considérer la pluralité et la transversalité des problématiques posées par le tourisme à vélo. Plus que des enjeux, les trois axes suivants sont des challenges à relever et des valeurs à pousser pour faire progresser la cause en écho aux défis posés par le contexte actuel.

Un défi environnemental et climatique

Alors que le tourisme est source de 11 % des émissions de gaz à effet de serre en France², dont les trois quarts liés aux transports, la mutation de l'économie touristique vers un modèle plus durable et responsable est nécessaire face aux enjeux climatiques. En bousculant la vision du secteur et des attentes marquées pour un transport plus décarboné, le déploiement du tourisme à vélo s'impose alors comme un incontournable. Une étude menée par l'ADEME révèle en effet que 100 % de part modale de vélo pendant le séjour réduirait de 60 % les émissions de CO₂ à horizon 2030, en plus de produire des externalités positives, grâce notamment à ses bienfaits sur la santé.

Mais au-delà de la solution de mobilité offerte par le vélo, le changement climatique pose par ailleurs la question des mesures d'adaptation à prendre pour, si ce n'est atténuer les causes, en réduire les impacts

sur l'environnement et les clientèles touristiques. Les questions d'intermodalité vélo + transports collectifs, ainsi que la gestion des risques climatiques seront plus particulièrement étudiées et prises en compte dans la stratégie globale.

² Source : Bilan des émissions de gaz à effet de serre du secteur du tourisme en France, Avril 2021



Un défi sociétal

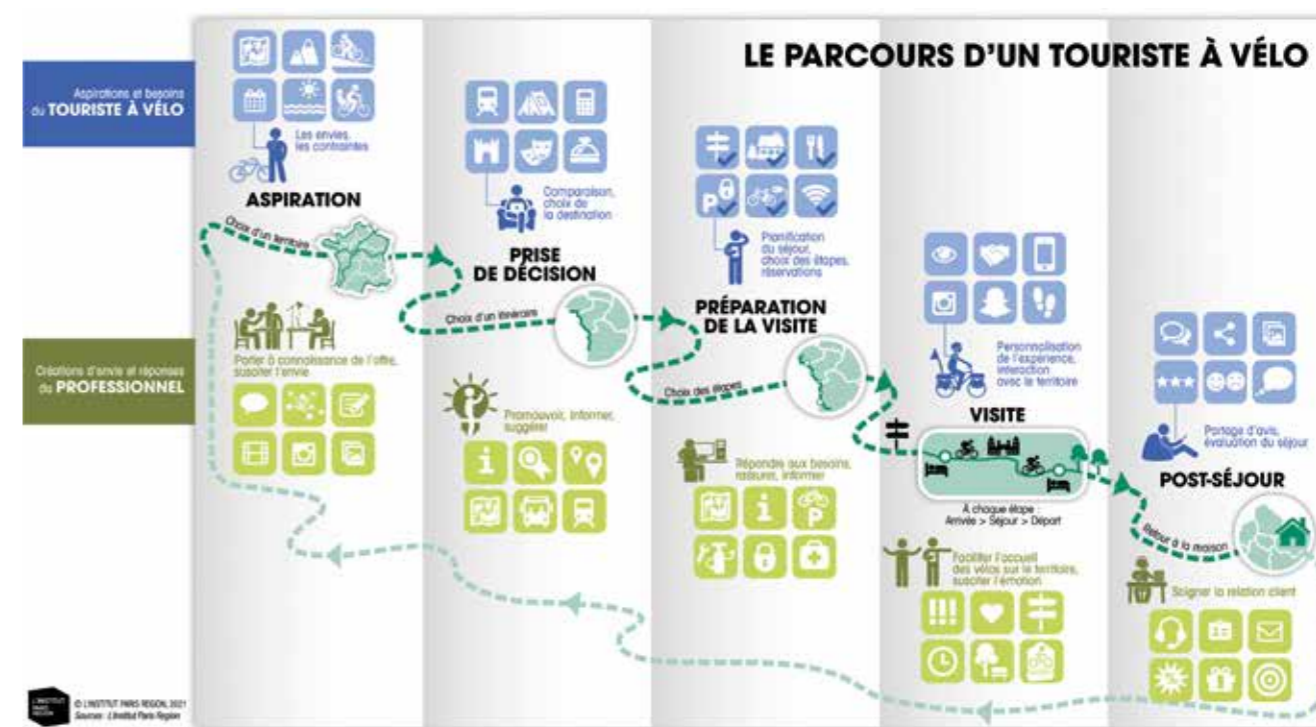
Plus que jamais, depuis la crise sanitaire, les touristes français et étrangers sont en quête d'évasion et de déconnexion ; ils aspirent à « vivre » leur voyage et non plus à le consommer. Ce constat plaide pour une **réinvention d'un tourisme plus vertueux, soutenable et solidaire** dans un contexte climatique, environnemental et politique en profonde mutation. À cette recherche d'expérience dans un environnement proche, s'ajoute une notion d'hybridation ou de porosité des pratiques. Les frontières autrefois très cloisonnées entre « vélotisseurs », « cyclistes sportifs », « pédaleurs du

dimanche » et « touristes à vélo » se distendent, et le vélo à assistance électrique (VAE) en fait sauter les derniers verrous. Le désir grandissant de slow tourisme oriente de plus en plus de Français, et de touristes en général, à envisager la solution vélo pendant leurs vacances, sous toutes ses formes (VTC, VTT, gravel, vélo de route...), que ce soit pour des séjours en itinérance, une découverte du territoire « en marguerite » ou pour se déplacer au quotidien pendant leur séjour. L'ensemble des acteurs du voyage, du transport à l'hébergement en passant par la restauration, la location ou autres services,

devra accentuer sa capacité à travailler ensemble et à se professionnaliser afin de fluidifier le parcours client.

Cette évolution des tendances sociétales, sans avoir totalement bouleversé les comportements des clientèles touristiques, impose aux destinations d'ajuster leurs stratégies dans une logique de redécouverte de son territoire, de valorisation du terroir et d'appropriation locale, à contre-courant du tourisme de masse, dans lequel le vélo prend

tout son sens et peut faciliter une réorientation des flux touristiques. Le travail en lien avec le tissu local et les populations sera majeur afin de mutualiser les équipements et services existants ou à venir au-delà des seules clientèles touristiques, dans un souci d'économie d'échelle, de viabilité économique des structures, voire de mise en tourisme.

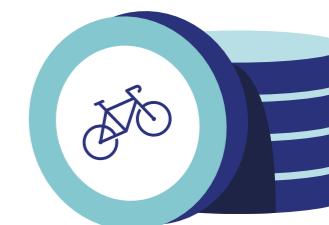


Parcours d'un touriste à vélo, Institut Paris Région, 2021

Un défi économique

Dans ce contexte en mutation, le secteur voit émerger de nouveaux modèles économiques et un foisonnement d'acteurs issus de l'univers des loisirs. Avec 4,2 milliards de chiffres d'affaires en 2019 et des **emplois non délocalisables**, le secteur du tourisme à vélo s'affirme comme un important pourvoyeur d'activités et un moteur de la transformation de l'économie touristique. Les nouveaux usages du vélo, le boom du VAE et le développement d'itinéraires cyclables réinventent une économie de proximité, bas carbone et vertueuse socialement.

Les travaux de la **filière économique du vélo** s'inscrivent dans cette ambition. La thématique « Sports, loisirs et tourisme à vélo » a été traitée dans le cadre de la présente démarche, afin de mutualiser l'engagement des acteurs mis à contribution. Une part des mesures suggérées dans cette feuille de route seront proposées dans le cadre du contrat de filière (actions marquées d'un astérisque *).



Des enjeux aux mesures, 5 axes clés pour répondre à l'ambition

La stratégie a été coconstruite de façon à asseoir et renforcer la position du tourisme à vélo au sein de l'ambition touristique nationale, tout en prenant en considération l'évolution des pratiques et les défis précités. Le travail a consisté à analyser, évaluer et ajuster les leviers de développement pour proposer une feuille de route nationale ambitieuse, déclinable et duplicable dans les territoires, sans s'interdire des expérimentations à l'échelle de territoires tests.

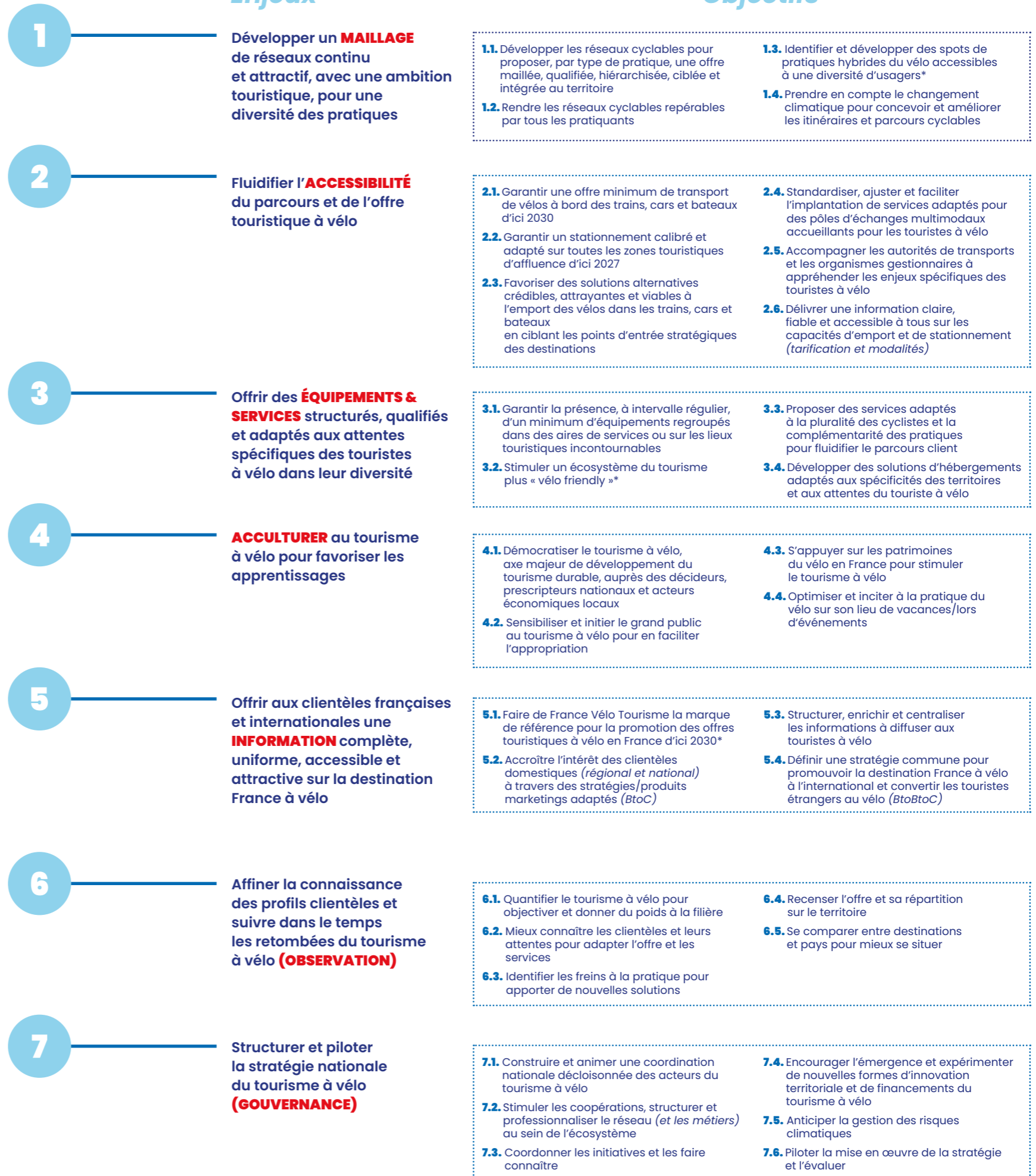
Les paragraphes suivants dévoilent les grandes lignes des enjeux thématiques retenus; les objectifs et les mesures avancées par le collectif sont présentés en illustration de chaque partie. Celles-ci feront l'objet, dans les prochains mois, d'une déclinaison sous forme de fiches projet afin de définir les porteurs de projet, les acteurs à associer, les modalités de mise en œuvre, de financement, les indicateurs à suivre, etc. Ces mesures seront priorisées, triées et détaillées. Elles sont donc susceptibles d'évoluer avant d'aboutir à la stratégie nationale validée.

Le numérique et la data s'affirmant comme un enjeu majeur tant pour appréhender l'évolution du secteur que pour diffuser des informations fiables et actualisées à l'attention des touristes (en amont et pendant le séjour), ils seront abordés de manière transversale et plus particulièrement sur les thématiques information et observation.



Ambition

Faire de la France la 1^{re} destination mondiale du tourisme à vélo



Axe 1. un maillage de réseaux adaptés à la multiplicité des pratiques

Prendre en compte la multiplicité des pratiques et des pratiquants (y compris les personnes à mobilité réduite), mailler le territoire pour offrir des opportunités de tourisme à vélo en itinérance ou en marguerite autour de spots incontournables, s'adapter au changement climatique : telle est l'ambition fixée pour développer un **MAILLAGE** de réseaux continu et attractif pour une diversité des pratiques. Il s'agira, par cette approche plurielle et la synergie des parcours (existants ou à créer), de « valoriser les différentes cartes dans notre jeu que les autres pays n'ont pas ». Le Ventoux, l'Oisans, etc., ces « hotspots » cyclotouristiques déjà mis en scène localement, connus pour la diversité des pratiques qu'ils proposent (vélo de route, VTT, gravel...), doivent contribuer à la vitrine de la destination France à vélo et constituer des locomotives pour inciter d'autres territoires à s'aligner sur la qualité de l'offre, en complémentarité des itinéraires cyclables.



Enjeu

Développer un **MAILLAGE** de réseaux continu et attractif, avec une ambition touristique, pour une diversité des pratiques

Objectif 1

Développer les réseaux cyclables pour proposer, par type de pratique, une offre maillée, qualifiée, hiérarchisée, ciblée et intégrée au territoire

Mesures envisagées³

- | | |
|--|--|
| 1.1. Définir les composantes de réseaux cyclables par type de pratique | 1.3. Assurer un suivi de la qualité des réseaux |
| 1.2. Poursuivre la réalisation du SNV et de schémas vélo intégrant les différentes pratiques | 1.4. Suivre et réaliser la doctrine documentaire utile |

Objectif 2

Rendre les réseaux cyclables repérables par tous les pratiquants

- | | |
|---|--|
| 2.1. Homogénéiser la signalétique à l'échelle nationale en démarrant par les portes d'entrée et de sortie des itinéraires et destinations | 2.3. Établir un cahier des charges de l'information minimale à destination des usagers |
| 2.2. S'appuyer sur des axes structurants (<i>grands itinéraires</i>) et décliner autour le réseau cyclable du territoire | |

Objectif 3

Identifier et développer des spots de pratiques hybrides du vélo accessibles à une diversité d'usagers

- | | |
|--|--|
| 3.1. Définir un cahier des charges national et lancer un AMI pour conduire des expérimentations sur des sites pilotes* | 3.2. Enrichir/diversifier/consolider l'offre des véloroutes avec des destinations cyclotouristiques rayonnantes (<i>réseaux de boucles multipratiques</i>) |
|--|--|

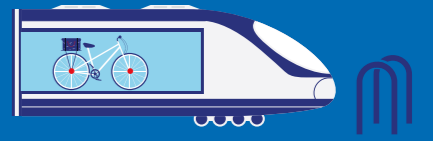
Objectif 4

Prendre en compte le changement climatique pour concevoir et améliorer les itinéraires et parcours cyclables

- | | |
|---|---|
| 4.1. Définir les modes d'adaptation des itinéraires et parcours cyclables | 4.2. Développer des équipements et des services innovants en lien avec le changement climatique |
|---|---|

³ Ces mesures seront priorisées, triées et détaillées. Elles sont donc susceptibles d'évoluer avant d'aboutir à la stratégie nationale validée.

Axe 2. miser sur l'intermodalité, maillon faible du tourisme à vélo



Régulièrement mise en avant comme l'un des principaux freins du tourisme à vélo, la question de l'**INTERMODALITÉ** avec les transports collectifs et de l'accessibilité au sens large est naturellement apparue comme un enjeu primordial. Conditions d'embarquement lisibles et uniformes, informations aux voyageurs, réservations fiables, rabattements, locations et services en gare..., cette fluidité de service est capitale. Une ambition qui repose sur différents niveaux :

• Les **solutions pratiques**, que ce soit via l'embarquement d'un vélo dans les transports collectifs (au-delà des objectifs de la loi d'orientation des mobilités - LOM), l'amplification du stationnement vélo dans les principaux pôles d'échanges multimodaux (PEM) et aux abords

des grands sites touristiques, ou encore les solutions alternatives de type location *one way* ;

• La **sensibilisation des autorités gestionnaires et organisatrices de transport** (AOM) aux besoins et aux attentes spécifiques des touristes à vélo ;

• La **qualité et la clarté de l'information** diffusée auprès des clientèles, gros point noir du système par sa complexité, l'hétérogénéité de l'offre et sa difficulté d'accès.

Par ailleurs, la répartition des flux touristiques, la mobilité à vélo sur son lieu de vacances ou lors d'événements, contribuera, si bien traitée, à désengorger des zones saturées par la circulation automobile.

Enjeu Fluidifier l'ACCESSIBILITÉ du parcours et de l'offre touristique à vélo

Objectif 1

Garantir une offre minimum de transport de vélos à bord des trains cars et bateaux d'ici 2030

Mesures envisagées³

- | |
|---|
| 1.1. Répertoire et diffuser de façon harmonisée les conditions d'emport de vélo dans les trains, cars et bateaux |
| 1.2. Analyser et anticiper les lieux et les pics de fréquentation pour mieux cibler les points noirs et apporter des solutions alternatives en lien avec les AOM locales et les transporteurs |

Objectif 2

Garantir un stationnement calibré et adapté sur toutes les zones touristiques d'affluence d'ici 2027

- | |
|---|
| 2.1. Stimuler le déploiement de stationnements vélo et les consignes adaptés aux touristes aux abords des sites touristiques et PEM |
| 2.2. Recenser, rendre compte et diffuser l'offre de stationnement de manière standardisée et actualisée chaque année |

Objectif 3

Délivrer une information claire, fiable et accessible à tous sur les capacités d'emport et de stationnement (tarification et modalités)

- | |
|--|
| 3.1. Favoriser l'intégration des questions d'accessibilité dans les outils de guidage |
| 3.2. Disposer d'un recensement exhaustif & cartographié des possibilités d'embarquement et des services de substitution existants (<i>one way</i>) |
| 3.3. Intégrer dans une charte qualité des destinations/itinéraires un volet sur leur niveau d'accessibilité/les notions d'intermodalité |
| 3.4. Intégrer le vélo dans un système de « mobilité servicielle » (<i>Maas</i>) |

Objectif 4

Favoriser des solutions alternatives crédibles, attrayantes et viables à l'emport des vélos dans les transports en ciblant les points d'entrée stratégiques des destinations

- | |
|--|
| 4.1. Identifier des « nœuds de transport prioritaires » pour conduire des expérimentations |
| 4.2. Développer, soutenir les partenariats et favoriser la mutualisation entre acteurs (<i>publics et/ou privés</i>) pour offrir des solutions de transport de vélos (<i>livraison, retour...</i>) |
| 4.3. Développer de nouveaux produits et services touristiques pour pallier les problèmes d'accessibilité en transports collectifs |

Objectif 5

Standardiser, ajuster et faciliter l'implantation de services adaptés pour des PEM accueillants pour les touristes à vélo

- | |
|--|
| 5.1. Créer un standard national de « services PEM » accueillant pour les cyclistes et touristes à vélo |
|--|

Objectif 6

Accompagner les autorités de transports et les organismes gestionnaires à appréhender les enjeux spécifiques des touristes à vélo

- | |
|---|
| 6.1. Informer - Faire connaître les besoins et les freins des clientèles aux autorités de transports |
| 6.2. Poursuivre et multiplier les expérimentations régionales d'emport (<i>et de réservation</i>) des vélos dans les trains/bus/bateaux |
| 6.3. Former les organismes de transports |
| 6.4. Favoriser l'échange entre acteurs des différents secteurs pour ouvrir la réflexion |

³ Ces mesures seront priorisées, triées et détaillées. Elles sont donc susceptibles d'évoluer avant d'aboutir à la stratégie nationale validée.

Axe 3. vers une offre structurée d'équipements & de services



Les parties prenantes sont unanimes : la France ne pourra grimper sur la première marche du podium des destinations mondiales du tourisme à vélo sans améliorer la qualité de son offre d'accueil et de services. Aujourd'hui, malgré l'évolution du nombre d'établissements à vocation cyclotouristique, force est de constater que l'offre est déficitaire ou inégalement répartie sur le territoire et de qualité parfois hétérogène. Les hébergements adaptés ou à la nuitée peinent à se développer, les solutions de stationnements vélo restent insuffisantes et les consignes à bagages encore trop peu nombreuses aux abords des sites touristiques, etc.

Ainsi, le travail de structuration de la filière doit se poursuivre et s'étoffer pour proposer des **ÉQUIPEMENTS & SERVICES** adaptés, qualifiés et accessibles au plus grand nombre. L'atteinte de cette ambition passe ainsi par le fait de :

- **Stimuler un environnement plus « vélo friendly »** afin de garantir un niveau de services qualifié à proximité des itinéraires et des spots incontournables de pratique. Pour y parvenir, il faudra notamment prévoir le déploiement, l'adaptation et la promotion d'Accueil Vélo, ainsi que la sensibilisation et la formation aux métiers et aux enjeux du tourisme à vélo. Objectif : 20 000 établissements labellisés d'ici 2023.
- **Soutenir l'émergence et la structuration de services adaptés et concurrentiels** : gamme diversifiée de location de vélos dont en *one way*, consignes et transport pour les bagages, hébergements légers, mutualisation de services à destination des habitants et des touristes à vélo, etc. La France devra renforcer son écosystème pour proposer des services diversifiés et un meilleur rapport qualité-prix, faciliter l'interaction et la transversalité entre les différents acteurs pour englober l'environnement vélotouristique.

Enjeu Offrir des **ÉQUIPEMENTS & SERVICES** structurés, qualifiés et adaptés aux attentes spécifiques des touristes à vélo dans leur diversité

Objectif 1

Garantir la présence, à intervalle régulier, d'un minimum d'équipements regroupés dans des aires de services ou sur les lieux touristiques incontournables

- 1.1. Définir un « cahier » national des préconisations (*flexible sur l'identité, le lieu implantation, etc.*)
- 1.2. Analyser et anticiper les lieux et les pics de fréquentation. Suivre le déploiement des aires de services et le faire savoir.

Objectif 2

Stimuler un écosystème du tourisme plus « vélo friendly »

- 2.1. Professionnaliser les acteurs du vélo et du tourisme aux métiers du tourisme à vélo*
- 2.2. Faire connaître la marque Accueil Vélo et la faire évoluer pour atteindre les 20 000 établissements labellisés à horizon 2030*

Objectif 3

Proposer des services adaptés à la pluralité des cyclistes et la complémentarité des pratiques pour fluidifier le parcours client

- 3.1. Mettre en place des programmes d'accompagnement pour le développement et l'optimisation de services dédiés
- 3.2. Veiller et établir un dispositif de suivi des attentes et des pratiques des touristes à vélo pour évaluer la satisfaction et les besoins clients

Objectif 4

Développer des solutions d'hébergements adaptés aux spécificités des territoires et aux attentes du touriste à vélo (dimension attractivité touristique)

- 4.1. Faciliter les conditions d'accueil d'hébergements légers ou d'aires d'accueils équipées
- 4.2. Proposer des solutions flexibles dans les zones surfréquentées
- 4.3. Déployer une offre adaptée en milieu urbain
- 4.4. Mettre en réseau des hébergements (*mutualisation de frais de communication, partage d'expériences, renvoi de clients...*)
- 4.5. Accompagner les porteurs de projets dans le développement de modèles économiques viables et pérennes

* Ces mesures seront priorisées, triées et détaillées. Elles sont donc susceptibles d'évoluer avant d'aboutir à la stratégie nationale validée.

Enjeu

ACCULTURER au tourisme à vélo pour favoriser les apprentissages et capter de nouvelles clientèles

Objectif 1

Démocratiser le tourisme à vélo, axe majeur de développement du tourisme durable, auprès des décideurs, prescripteurs nationaux et acteurs économiques locaux

Mesures envisagées³

- 1.1. Sensibiliser et former les territoires (*décideurs et acteurs économiques locaux*) aux enjeux du tourisme à vélo
- 1.2. Démocratiser le tourisme à vélo, axe majeur de développement du tourisme durable, auprès des décideurs et prescripteurs nationaux

Objectif 2

Sensibiliser et initier le grand public au tourisme à vélo pour en faciliter l'appropriation

- 2.1. Mener une campagne nationale « Je pars en voyage, à vélo »
- 2.2. Mettre en place des initiations au tourisme à vélo adaptées à chaque public

Objectif 3

S'appuyer sur les patrimoines du vélo en France pour stimuler le tourisme à vélo

- 3.1. Définir les patrimoines du vélo en France et les mettre en récit
- 3.2. S'appuyer sur la vitrine du Tour de France pour mettre en avant les patrimoines vélo tricolores
- 3.3. Capitaliser sur Paris 2024 pour stimuler le tourisme à vélo (*ex. : design actif autour des sites olympiques et paralympiques*)

Objectif 4

Optimiser et inciter à la pratique du vélo sur son lieu de vacances / lors d'événements

- 4.1. Inciter les professionnels à différencier leurs offres à destination des touristes à vélo
- 4.2. Travailler la logique du dernier kilomètre à vélo vers les sites touristiques ou les événements
- 4.3. Informer et promouvoir auprès du grand public la solution vélo
- 4.4. S'appuyer sur la solution vélo pour maîtriser et organiser les flux en zones touristiques tendues et protégées

³ Ces mesures seront priorisées, triées et détaillées. Elles sont donc susceptibles d'évoluer avant d'aboutir à la stratégie nationale validée.

Axe 4. rendre le tourisme à vélo accessible à tous

Au même titre que les autres formes de tourisme, l'option vélo doit pouvoir être une solution, voire un automatisme. Cela passe par une **ACCULTURATION**, une sensibilisation et une « démystification » du voyage à vélo pour le rendre accessible à tous (accessibilité physique, numérique et financière), sans appréhension.

La France est une terre de cyclisme et dispose d'une histoire, d'une culture vélo, magnifiée à travers les grandes épopées du Tour de France, à davantage exploiter pour attirer de nouvelles clientèles, sans pour autant intimider. L'initiation au voyage à vélo dès le plus jeune âge, dans l'esprit d'un « Savoir voyager à vélo » ou de classes vertes à vélo, tout comme la formation et la certification des acteurs concernés, sont des axes de travail. Et au-delà de la notion même de voyage, le tourisme à vélo peut concerner toutes les formes de tourisme (œnotourisme, thermal, etc.) lorsqu'il est perçu comme une mode de déplacement à part entière pendant ses vacances. Il permet ainsi d'optimiser les flux, enjeu primordial en zones tendues, et de minimiser l'impact des déplacements des habitants et des touristes sur les espaces naturels et les sites touristiques sur-fréquentés. Cet accompagnement vers une mobilité plus vertueuse passera par une meilleure information et la mise en place de politiques incitatives (nudge) pour les visiteurs utilisant des solutions de mobilité active.



Axe 5. mieux promouvoir et informer sur la destination France à vélo

Avec 21 grands itinéraires balisés, des parcours urbains, plus de 1 000 boucles cyclables, une centaine de stations VTT et une dizaine de grande traversée VTT, ou encore les cols mythiques du Tour de France, la France dispose d'atouts de poids pour explorer à vélo ses richesses géographiques, culturelles et patrimoniales. Du côté des itinéraires, le portail web France Vélo Tourisme (FVT) compilait en 2021, année record, près de 3,8 millions de vues. Un engouement particulièrement marqué depuis la fin du premier confinement, à accompagner pour optimiser les cinq étapes-clés du parcours client et éviter une rupture dans le service rendu : faire connaître et faire rêver, faire son choix, préparer son voyage, vivre une expérience, la partager.

Promouvoir la France à vélo, c'est inscrire le tourisme à vélo dans une stratégie d'ensemble, programmer la destination auprès des tours opérateurs, lui donner de la visibilité à travers de nouvelles offres et via divers canaux de diffusion. Mais c'est aussi renforcer la maîtrise et la remontée de la donnée utile pour s'assurer d'une **INFORMATION** fiable, transparente et de qualité en direction des touristes à vélo actuels et futurs. Enclencher le virage serviciel, agréger les données d'usage, créer des passerelles entre producteurs et diffuseurs de contenus, engager des collaborations, faciliter la transmission d'information..., autant de mesures pour simplifier le discours et amener les touristes à se projeter.



Enjeu

Offrir aux clientèles françaises et internationales une **INFORMATION** complète, uniforme, accessible et attractive sur la destination France à vélo

Objectif 1

Faire de France Vélo Tourisme la marque de référence pour la promotion des offres touristiques à vélo en France d'ici 2030*

Mesures envisagées³

- 1.1. Travailler le positionnement de France Vélo Tourisme pour améliorer sa mise en récit et mieux inclure la diversité des pratiques
- 1.2. Engager une stratégie de marque ambitieuse pour France Vélo Tourisme (FVT)
- 1.3. Proposer une plateforme web augmentée à horizon 2025

Objectif 2

Accroître l'intérêt des clientèles domestiques à travers des stratégies/produits marketings adaptés (BtoC)

- 2.1. Proposer des offres adaptées à la pratique régionale ou nationale du tourisme à vélo, à la journée ou itinérante
- 2.2. Orchestrer les stratégies de marque (FVT, itinéraires et destinations) afin de mobiliser les acteurs sous une même bannière, en cohérence et complémentarité

Objectif 3

Structurer, enrichir et centraliser les informations à diffuser aux touristes à vélo

- 3.1. Identifier l'information utile et les habitudes de consommation des touristes à vélo
- 3.2. Centraliser, sur une plateforme unique, l'intégralité des données et des contenus qualifiés pour mieux diffuser l'information
- 3.3. Proposer un atlas (ex. de l'Allemagne) et une carte (ex. : EuroVelo ; IGN/AF3V) répertoriant l'ensemble des itinéraires français
- 3.4. Définir, via une charte commune, les données et contenus à diffuser par les comités d'itinéraires et les destinations auprès d'éditeurs/d'applications/d'agences
- 3.5. Nouer des partenariats entre producteurs et diffuseurs de contenus

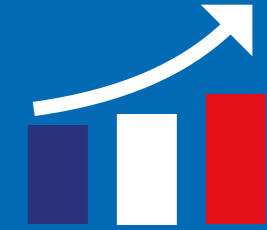
Objectif 4

Définir une stratégie commune pour promouvoir la destination France à vélo à l'international et convertir les touristes étrangers au vélo (BtoCtoC)

- 4.1. Réaliser un état des lieux de l'existant : évaluer objectivement la position de la France à vélo à l'international
- 4.2. Proposer un portail officiel qui recense l'offre existante traduite en différentes langues (EN/D/ESP)
- 4.3. Assurer la promotion de la destination France à vélo à l'international

³ Ces mesures seront priorisées, triées et détaillées. Elles sont donc susceptibles d'évoluer avant d'aboutir à la stratégie nationale validée.

Mesurer pour objectiver et ajuster la stratégie



En 2019, les retombées économiques du tourisme à vélo étaient estimées à 4,2 milliards d'euros. Bien qu'il ne soit pas possible aujourd'hui d'estimer ce chiffre de manière annuelle et permanente, il semble évident qu'il progresse, compte tenu de la massification du tourisme à vélo sous toutes ses formes.

Ces retombées locales, créatrices d'emplois non délocalisables, doivent être quantifiées et évaluées annuellement, pour mieux porter et structurer la politique du tourisme à vélo en France. De même, il est important de davantage connaître les profils clients du touriste à vélo en France pour mieux cibler leurs besoins et répondre à leurs attentes.

Ainsi, il s'avère nécessaire de structurer une démarche d'observation et d'évaluation de long terme sur ce secteur, a fortiori dans un contexte de développement de la filière économique du vélo en France. De nombreux jalons techniques et opérationnels ont été posés par le collectif, via une consultation large par questionnaire et un atelier en présentiel. Mais pour engager ce travail pérenne, d'intérêt général, un engagement financier pluriannuel est indispensable.

Enjeu Affiner les profils clientèles et les retombés du tourisme à vélo et suivre leur évolution dans le temps (**OBSERVATION**)

Objectif 1

Quantifier le tourisme à vélo pour objectiver et donner du poids à la filière

Mesures envisagées³

- 1.1. Estimer le niveau et l'évolution de la fréquentation à l'échelle nationale et par maille infra-territoriale (itinéraire, territoires)
- 1.2. Estimer les dépenses des touristes à vélo et par rebond les retombées économiques liées au tourisme à vélo
- 1.3. Évaluer les emplois créés ou maintenus grâce au tourisme à vélo

Objectif 2

Mieux connaître les clientèles et leurs attentes pour adapter l'offre et les services

- 2.1. Mettre en place une étude récurrente permettant d'identifier les profils, comportements, attentes et satisfaction des clientèles à l'échelle nationale
- 2.2. Agréger les données des études de fréquentation EVA-VÉLO pour construire une vision nationale des touristes à vélo fréquentant les grands itinéraires

Objectif 3

Identifier les freins à la pratique pour apporter de nouvelles solutions

- 3.1. Mettre en place une enquête par sondage pour identifier l'ensemble des freins à la pratique
- 3.2. Mettre en place un 'focus groupe' qui réagira aux différents freins recensés pour les hiérarchiser et trouver les solutions adaptées

Objectif 4

Recenser l'offre et sa répartition sur le territoire

- 4.1. Suivre l'avancement du réseau cyclable national (Schéma national des véloroutes, schémas régionaux des véloroutes) [Enjeu 1]
- 4.2. Recenser l'offre de stationnement [Enjeu 2 - Objectif 2]
- 4.3. Recenser l'offre d'emport des vélos à bord des trains et/ou des services de substitution (one way) [Enjeu 2 - Objectif 3]
- 4.4. Suivre l'offre d'équipement (aires de services, aires de repos) [Enjeu 3 - Objectif 1]
- 4.5. Suivre l'offre Accueil Vélo [Enjeu 3 - Objectif 2]
- 4.6. Recenser l'offre liée au tourisme à vélo au sens plus large

Objectif 5

Se comparer entre destinations et pays pour mieux se situer

- 5.1. Recenser les données et les méthodes existantes en Europe, voire à l'échelle mondiale
- 5.2. Travailler en concertation avec la Fédération européenne des cyclistes et les pays européens à la définition de méthodes communes d'observation
- 5.3. Mettre en place un tableau de bord comparatif des chiffres clés à l'échelle européenne, voire mondiale

³ Ces mesures seront priorisées, triées et détaillées. Elles sont donc susceptibles d'évoluer avant d'aboutir à la stratégie nationale validée.

Et après ? Gouvernance & fiches projets

Cette feuille de route constitue un cadre de travail. Elle nécessite d'être creusée pour prioriser les mesures à retenir et les rendre opérationnelles afin d'envisager et accompagner leur mise en œuvre entre 2023 et 2030. La suite du travail consistera en :

- **L'organisation d'un échange** pour définir la gouvernance de la stratégie nationale du tourisme à vélo, sur la base du mapping présenté ci-contre
- **La rédaction de contrats de filière** pour les mesures retenues à ce titre dans le cadre de la démarche de la filière vélo
- **La maturation des mesures et l'élaboration de fiches-projets** pour toutes les autres mesures affichées dans la stratégie, en identifiant : un porteur de projet, des partenaires à associer, une méthodologie de travail, un coût estimatif, des financeurs potentiels, un calendrier de mise en œuvre, des indicateurs de suivi, etc.

Ce travail sera engagé suite à la Conférence nationale du tourisme à vélo (7 et 8 juin 2023 à Angoulême) et réalisé au cours du second semestre 2023, pour une finalisation espérée d'ici décembre 2023.



Enjeu

Structurer et piloter la stratégie nationale du tourisme à vélo
(GOUVERNANCE)

Objectif 1

Construire et animer une coordination nationale décloisonnée des acteurs du tourisme à vélo

Objectif 2

Stimuler les coopérations, structurer et professionnaliser le réseau (et les métiers) au sein de l'écosystème

Objectif 3

Coordonner les initiatives et les faire connaître

Objectif 4

Encourager l'émergence et expérimenter de nouvelles formes d'innovation territoriale et de financements du tourisme à vélo

Objectif 5

Anticiper la gestion des risques climatiques

Objectif 6

Piloter la mise en œuvre de la stratégie et l'évaluer

Remerciements

Vélo & Territoires tient à remercier les acteurs particulièrement engagés du collectif ayant permis de décortiquer, de creuser, de phosphorer et de produire la matière contenue dans le présent document.

En premier lieu, un remerciement à l'ADEME pour le soutien humain et financier apporté à la démarche. Merci également à la Direction générale des entreprises pour nous avoir accueillis dans leurs locaux à Paris.



© Vélo & Territoires

Merci aux personnes ayant consacré du temps et de l'engagement sur la démarche :

AUBIGNAT Julien, Union Sport & Cycle
AMBLARD Olivier, France Vélo Tourisme/Charentes Tourisme
BARRE Olivier, Decathlon Pro
BECHU Claude, Comité régional du tourisme du Centre Val de Loire
BERLINGUE Christel, ADN Tourisme
BLANCARD Brice, Union Sport & Cycle
BOURGEOIS Claire, ADN Tourisme
BOURGEON Pierre, Traces TPI
BRESSON Pascal, La Voie Bleue
BRIZON Véronique, ADN Tourisme
CARDET Raphaël, Direction générale des entreprises (DGE)
CARIOU Thomas, Amaury Sport Organisation (A.S.O.)
CUNCHINABÉ Romain, Bicybags
DAUDIBON Agathe, European Cyclists' Federation (ECF)
De LABACA Julien, Le facilitateur de Mobilité
DESBOS François, Atout France
DROUSSENT Claude, Journaliste
DUPUY Karine, France Vélo Tourisme
FLORIN Bérangère, Le Vélo Voyageur
GALL Florence, APIC
GAUTHIOT Yoann, La Voie Bleue
GIGUELAY Mélissa, Région Bretagne
GRISOT Muriel, Direction générale des entreprises (DGE)

GUERIN Aurélie, ADEME
HABASQUE Lionel, Terres d'Aventure
HEMON Pierre, AF3V
HOUILLOIN Bertrand, Fédération française de vélo (FFCT)
LAMBIN Pierre, Cheverny Voyages
LAYMARD Christine, APIC
LEBORGNE Etienne, Inddigo
LE CONTE Emma, La Véloscénie
LE HOUEROU Maud, Bretagne Tourisme
LOMBARD Joaquim, Fédération française de cyclisme (FFC)
MERCAT Nicolas, Le Bourget du Lac
PALPANT Sylvie, Vélo Loisir Provence
PERRIN Olivier, Alkhos
PERROUD Pascal, Agate Territoires
PINSON Nicolas, France Vélo Tourisme
REBUFFET Julien, Syndicat national des moniteurs cyclistes français
RENAULT Antoine, OuiBike
RICHET Marc, Comité régional du tourisme du Centre Val de Loire
ROGER Alban, Loire Valley Travel
SANCHEZ Loïc, En immersion
SAVIGNAC Laurent, Région Centre Val de Loire
THIERRÉE Margaux, La Clacyclo/ Mai à vélo

TIJOU Florent, France Vélo Tourisme
VAN DER ZALM Jacqueline, Gironde Tourisme
VIAL Yannis, Voies navigables de France (VNF)
VOLDOIRE Thomas, Direction générale des entreprises (DGE)

Et une mention spéciale à **Camille THOMÉ** et au pôle tourisme à vélo de l'équipe **Vélo & Territoires** fortement mobilisé dans l'animation et l'adaptation des séquences : **Armelle BOQUIEN, Adeline JANNETEAU, Sophie RAPINEL, Noémie ROUSSET, Elodie SAUZE**

À la responsable de l'Observation de Vélo & Territoires pour la conduite des travaux thématiques correspondants : **Stéphanie MANGIN**

À **Karine LASSUS**, pour le pilotage global des travaux relatifs à la stratégie nationale du tourisme à vélo et pour la rédaction et la réalisation de ce document.

Les travaux relatifs à la stratégie nationale du tourisme à vélo sont conduits grâce au soutien de l'ADEME

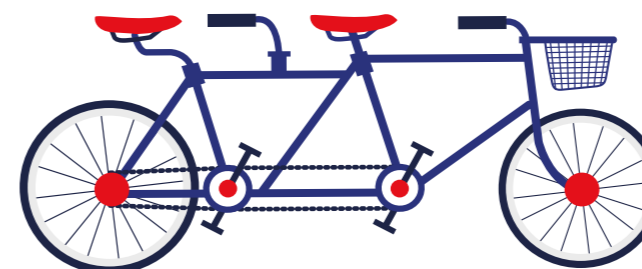
Rédaction : **Karine LASSUS**

Conception graphique :

Pirate, l'Atelier Graphique

Crédits photos : **Vélo & Territoires, Institut Paris Région**

© Vélo & Territoires – 2023



2 Allée de Lodz
69007 Lyon
tél. +33 (0)9 72 56 85 05
www.velo-territoires.org
info@velo-territoires.org

 Vélo & Territoires

 @VeloTerritoires

 Vélo & Territoires

Document réalisé par Vélo & Territoires,
en partenariat avec un collectif d'acteurs
du vélo et du tourisme et avec le soutien
de l'ADEME

