L'itinérance à vélo, un outil de structuration des politiques cyclables

Nicolas Mercat
Chef de projet
Altermodal-Inddigo
[n.mercat@inddigo.com]

Le tourisme itinérant à vélo était jusque dans les années 2000 une pratique marginale, réservée à une clientèle étrangère, organisée pour l'essentiel par des opérateurs privés, avec un impact relativement faible sur l'organisation du tourisme à vélo en France. Le paysage a radicalement changé au cours des dix dernières années. Plusieurs enquêtes importantes réalisées sur EuroVelo 6, dans un cadre européen, en 2006, le Tour de Bourgogne, en 2009, La Loire à vélo et le canal des Deux Mers, en 2010, permettent d'avoir une bonne vue du phénomène. Après un éclairage sur l'évolution de ces clientèles, nous verrons en quoi cette nouvelle pratique contribue à structurer le tourisme à vélo en France et à quels défis les collectivités, l'État, les opérateurs privés et les acteurs associatifs seront confrontés dans les années à venir.

L'ITINÉRANCE À VÉLO EN FRANCE

La France, destination phare du tourisme à vélo itinérant européen… mais pas pour les Français

Les enquêtes réalisées de 1998 à 2001 dans de nombreux départements français[1] faisaient état d'une pratique itinérante faible, représentant de l'ordre de 2 % de la pratique totale. Cette pratique restait majoritairement étrangère, avec moins de 45 % de Français, et deux pays se dégageaient largement, l'Allemagne et les Pays-Bas.

Depuis de nombreuses années, la France est le pays le plus programmé par les tour-opérateurs spécialisés. Dans le recensement réalisé dans l'étude sur l'économie du vélo en France[2] et réactualisé par la Délégation au Tourisme en 2010, près d'une centaine de tour-opérateurs de toutes nationalités, dont moins de dix français, programmaient plus de 800 circuits en France. La variété paysagère, la richesse patrimoniale, la qualité gastronomique en font une destination rêvée pour les populations nord-européennes mais aussi les Américains, Canadiens, Australiens. Le nombre de régions touristiques programmées est

(1) Enquêtes (au nombre de 9 700) réalisées par Altermodal de 1998 à 2001 au sein de 30 départements (principalement 06, 29, 34, 43, 71, 73, 74, 83) et régions (notamment Aquitaine et Bourgogne) engagés dans des schémas directeurs cyclables.

(2) *L'Économie du vélo en France*, Odit France-Indiggo Altermodal, 2009.

très important et peu de secteurs restent totalement en dehors du phénomène. Plusieurs territoires touristiques, tous marqués par la culture du vin, sont proposés de façon quasi systématique : Val de Loire, Provence, Bourgogne, Aquitaine et Périgord mais aussi, de façon très régulière, l'Alsace, la Bretagne, la Normandie… Depuis une dizaine d'années, des tour-opérateurs nord-américains mais aussi européens se sont spécialisés dans les destinations de montagne, Alpes, Pyrénées, Massif central, Corse…, en développant des parcours très sportifs. Plusieurs TO européens, notamment néerlandais, viennent proposer des parcours plus originaux en programmant la Haute-Saône et la Franche-Comté, le Nord et la Lorraine.

Des enquêtes annuelles de clientèle sont réalisées chaque année par l'ADFC (Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club) sur les clientèles allemandes du tourisme à vélo[3], premier marché européen. Elles viennent régulièrement souligner le poids de la France dans les souhaits de destination, même si peu d'itinéraires précis sont généralement cités.

(3) Bertram GIEBELER et Thomas FROITZHEIM, *Die ADFC-Radreise-analyse 2010*, Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club, 2011.

Les grands itinéraires : complémentarités européennes, nationales et locales

En dehors de quelques opérateurs privés, pionniers du domaine, l'itinérance à vélo restait très peu connue en France. L'organisation en 1995 d'un voyage d'étude sur le Danube autrichien à vélo, à l'initiative de l'Afit et de plusieurs collectivités françaises, relatée à l'époque par la revue *Espaces,* a joué un effet déclencheur. La création en 1997 du projet EuroVelo, l'action d'un réseau associatif militant et actif avec l'AF3V (Association française de développement des véloroutes et voies vertes) ont permis de jouer un rôle d'alerte, de veille et d'impulsion pour sensibiliser les collectivités et l'État. Sur le terrain, la création en 1997 de l'Association des départements cyclables a eu un rôle de catalyseur politique et technique auprès des départements, principaux maîtres d'ouvrage des aménagements, en y diffusant une véritable culture vélo. Des premières initiatives locales voient ainsi le jour avec La Loire à vélo dès 1995, le Tour de Bourogne dès 1999, l'itinéraire du Léman à la Méditerranée (ViaRhôna) en 1998… Les projets français s'agrègent alors autour du schéma national de véloroutes et voies vertes, approuvé en 1998.

En une dizaine d'années, le schéma national s'est ainsi développé de façon spectaculaire, passant de moins de 1 000 km en 2000 à plus de 10 000 km en 2010, avec un effort financier important des collectivités, à hauteur de 330 millions d'euros investis par an.

L'émergence de ces grands projets d'itinérance est éminemment partenariale. Le projet EuroVelo, porté par l'ECF (European Cyclists' Federation) et relayé par le réseau associatif, a permis de lancer cette grande idée de douze itinéraires traversant l'Europe, mais il ne joue ni un rôle de maître d'ouvrage, ni un rôle de financeur ou de coordinateur. Les régions ont pour beaucoup une fonction majeure de coordination et de financement de programme. C'est le cas, entre autres, des régions Centre et Pays de la Loire pour La Loire à vélo, de la Bretagne et de la Bourgogne sur leurs itinéraires, de la région Rhône-Alpes pour ViaRhôna du Léman à la Méditerranée. Elles assurent également, avec leur CRT, une fonction d'organisation touristique et de promotion essentielle. Les départements ont une mobilisation de long terme dans la réalisation des itinéraires et restent les principaux maîtres d'ouvrage et gestionnaires des aménagements. Plus récemment, de nombreux établissements publics de coopération intercommunale (EPCI) se sont engagés dans des réalisations ambitieuses, en relais ou en complément de l'action des départements. Plusieurs assurent un travail fin de maillage des grands itinéraires avec leur territoire et permettent, comme

nous le verrons plus loin, de démultiplier l'impact économique de la grande itinérance. Sur un produit type de 7 à 8 jours et de 350 à 400 km, les frontières administratives régionales et encore plus départementales sont vite franchies. Les difficultés de dialogue entre voisins pèsent encore souvent négativement dans l'émergence et le développement des itinéraires. La création récente de comités d'itinéraires permet de mettre en œuvre une gouvernance originale et efficace, en répartissant entre membres la coordination des thèmes de travail, sans nécessiter de structure formelle. La véloroute Atlantique (la Vélodyssée), la véloroute Paris - Mont Saint-Michel (la Véloscénie) en sont quelques bons exemples.

Des effets d'entraînement sur le développement local

Les nouvelles pratiques itinérantes ont de nombreux effets d'entraînement sur le développement local :

– **un effet d'image positif pour les territoires,** se traduisant par une augmentation très importante de la pratique du vélo en séjour, pratique qui dépasse même largement la seule pratique itinérante, en volume comme en retombées économiques ;

– **un effet d'allongement de saison et d'augmentation des durées de séjour** (*cf.* supra) ;

– **un effet d'entraînement sur la pratique d'activités physiques** en milieu urbain. Les grands itinéraires ouvrent de nouveaux espaces de pratiques douces en périphérie des grandes villes, avec des effets très positifs sur le développement d'une activité physique régulière et sécurisée parmi des sujets fragiles, personnes âgées, enfants. Cet effet reste cependant diversement présent : très fort le long du canal du Midi à Toulouse, du canal de Bourgogne à Dijon, à Bouchemaine à proximité d'Angers mais encore modeste à Tours, Nantes ou Orléans ;

– **un effet de sécurisation** de pratiques sportives péri-urbaines, ces nouveaux itinéraires permettant également de sécuriser des pratiques sportives fortement exposées au risque en sortie d'agglomération.

LES CLIENTÈLES ITINÉRANTES

À l'occasion du programme européen EuroVelo 6, rassemblant Allemands, Suisses et Français (cinq régions, treize départements, plusieurs EPCI) de 2004 à 2007, une méthode d'analyse de la fréquentation et d'impact économique des grands itinéraires cyclables a été élaborée à une échelle européenne. Elle permet aujourd'hui de bénéficier d'une comparaison fiable entre itinéraires. Cette méthode s'appuie sur une série de compteurs automatiques permanents et ponctuels, sur des comptages manuels de qualification des clientèles, des interviews brèves permettant de corriger les biais d'enquête et une série d'enquêtes approfondies. Après une première mise en œuvre sur EuroVelo 6, trois grandes enquêtes ont été réalisées sur le Tour de Bourgogne, La Loire à vélo et le canal des Deux Mers. Nous bénéficions à présent d'une base de données de 10 000 enquêtes, représentant plus de 25 000 personnes, et de plus de 60 000 observations d'usagers des grands itinéraires.

L'itinérance, une pratique devenue significative sur les grands itinéraires

Sur une fréquentation totale d'un million d'usagers – les chiffres sont très proches sur le Tour de Bourgogne et La Loire à vélo –, l'itinérance représente, en 2010, 37 % des touristes à vélo[4] sur le Tour de Bourgogne, 34 % sur La Loire à vélo ; 16,5 % de l'en-

(4) Données exprimées en nombre de sorties par jour.

semble des cyclistes (touristes et excursionnistes) sur La Loire à vélo, 16,6 % sur le Tour de Bourgogne ; 11,1 % enfin de l'ensemble des usagers (piétons et rollers compris) sur La Loire à vélo et 11,9 % sur le Tour de Bourgogne. Sur les données brutes, non encore extrapolées, du canal des Deux Mers, les itinérants représentent 27 % de l'ensemble des répondants. Il s'agit donc d'une pratique sans comparaison avec les quelque 2 % enregistrés dans les années 2000.
La pratique dominante sur les grands itinéraires reste une pratique loisir de faible intensité, comme le montre le schéma 1.
L'itinérance à vélo représente l'essentiel des pratiques itinérantes, même si, avec près de 7 %, la pratique pédestre n'est pas négligeable sur le canal des Deux Mers (*cf.* schéma 2).
La grande itinérance à pied reste cependant marginale au regard de l'itinérance à vélo sur La Loire à vélo et le Tour de Bourgogne. On note également, pour mémoire, une itinérance en rollers encore très confidentielle sur le Tour de Bourgogne.

Une pratique en couple ou entre amis, de jeunes seniors et de CSP+

La part des touristes français parmi les itinérants est devenue dominante sur La Loire à vélo et sur le canal du Midi, signe d'une véritable émergence de la pratique française. Les étrangers restent néanmoins majoritaires en Bourgogne (*cf.* schéma 3).
La provenance des clientèles étrangères varie de façon significative selon les itinéraires. Les Allemands, premier marché émetteur, sont très présents sur La Loire à vélo, les Suisses en Bourgogne. Les Belges et les Néerlandais représentent 40 % des clientèles étrangères sur le canal des Deux Mers. Les clientèles d'Europe du Sud et d'Europe de l'Est sont encore peu présentes (*cf.* schéma 4).
Le marché allemand du tourisme à vélo est estimé à 46 millions de nuitées, pour un impact de 2,3 milliards d'euros. 20 % de la population allemande de plus de 14 ans passe régulièrement des vacances en itinérance.
Le tourisme à vélo itinérant se pratique majoritairement en couple (une proportion de 45 à 50 %), avec des amis (autour de 25 %) et en famille (pour environ 15 % des pratiquants). Cette répartition est très stable d'un itinéraire à un autre (*cf.* schéma 5).
La pratique itinérante concerne principalement des clientèles de plus de 50 ans (32 %) et même de plus de 60 ans (18 %) et de 70 ans (5 %). Des différences assez sensibles sont enregistrées entre itinéraires (*cf.* schéma 6).
La Loire à vélo a la particularité d'accueillir une clientèle française de jeunes urbains (20 à 29 ans) pratiquant en groupe d'amis, mais également plus de familles avec enfants, phénomène plus rare sur les marchés nord-européens. Il s'agit là de deux catégories émergentes intéressantes pour l'avenir de la pratique en France.
La pratique itinérante est beaucoup plus le fait de catégories cadres et professions intellectuelles supérieures et professions libérales. Les profils sont très proches d'un itinéraire à un autre, avec une part un peu plus élevée de cadres en Bourgogne et un peu plus faible sur le canal des Deux Mers (*cf.* schéma 7).

Une pratique durable

L'itinérance à vélo s'intègre bien dans une logique de développement durable. Moins de la moitié des accès à l'itinéraire se font en voiture. Une grande partie des accès se font en transport en commun, principalement en train, ou directement à vélo. Le train permet de partir d'un endroit et de revenir facilement d'un autre (*cf.* schéma 8).

Schéma 1

Répartition de la fréquentation annuelle (en nombre de sorties/jour par types d'usagers)

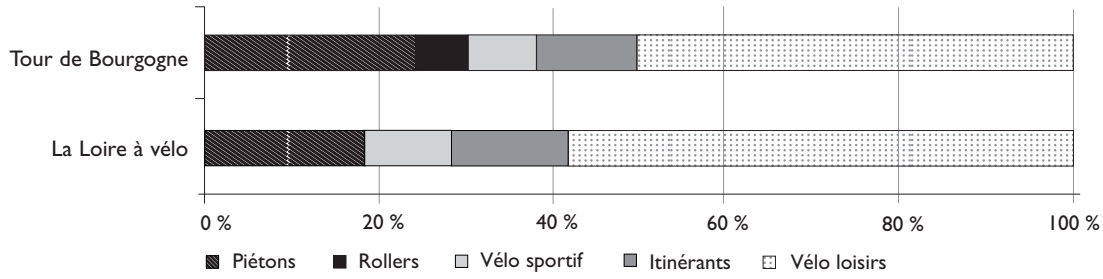


Schéma 2

Part des différents modes dans les pratiques itinérantes

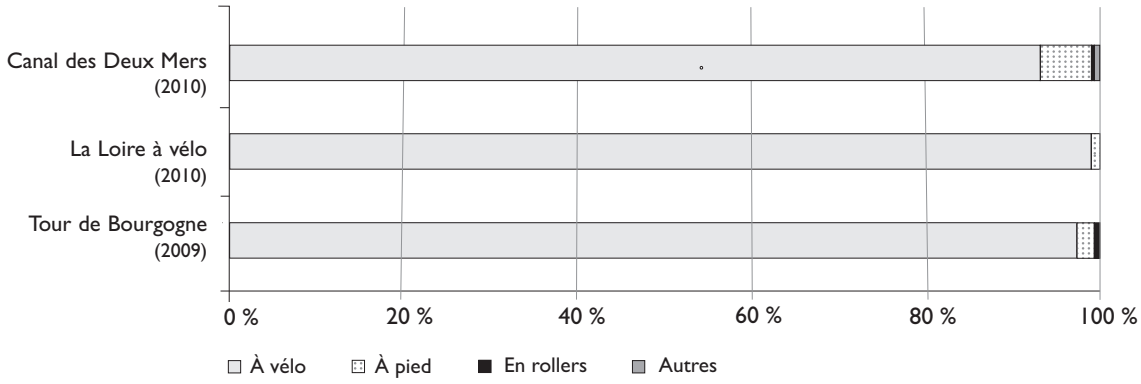


Schéma 3

Part des Français et des étrangers dans les clientèles itinérantes

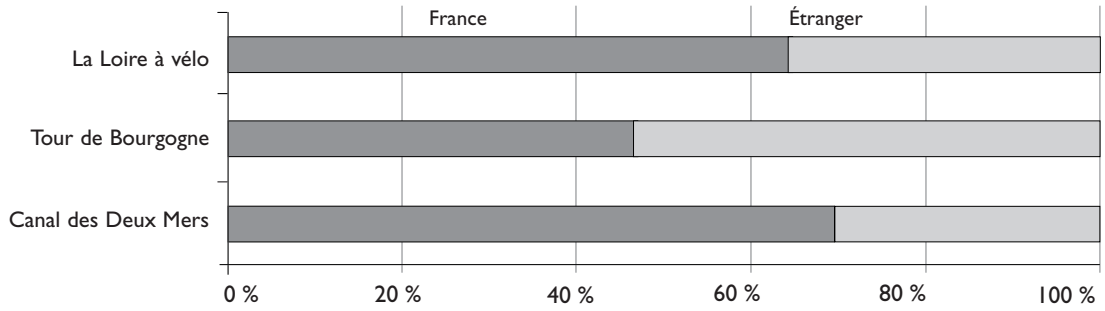


Schéma 4

Répartition des cyclistes itinérants par nationalité

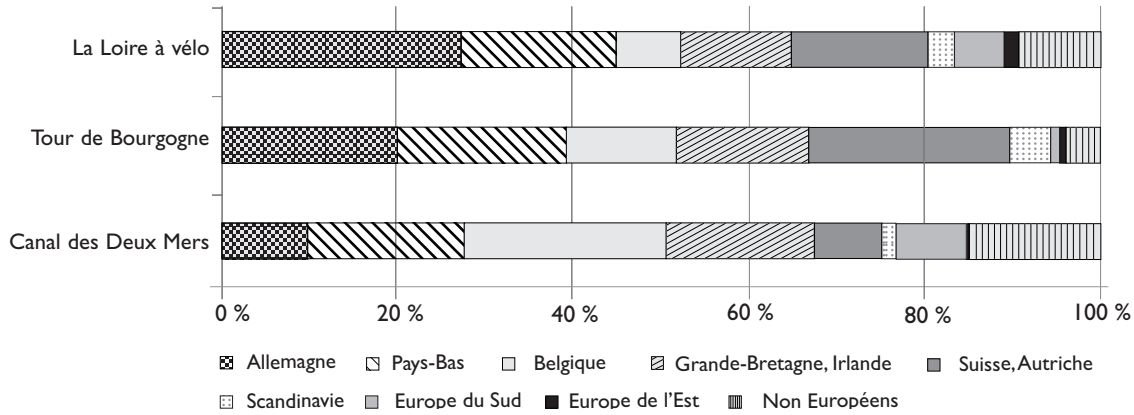


Schéma 5

Types de convivialité de la pratique itinérante

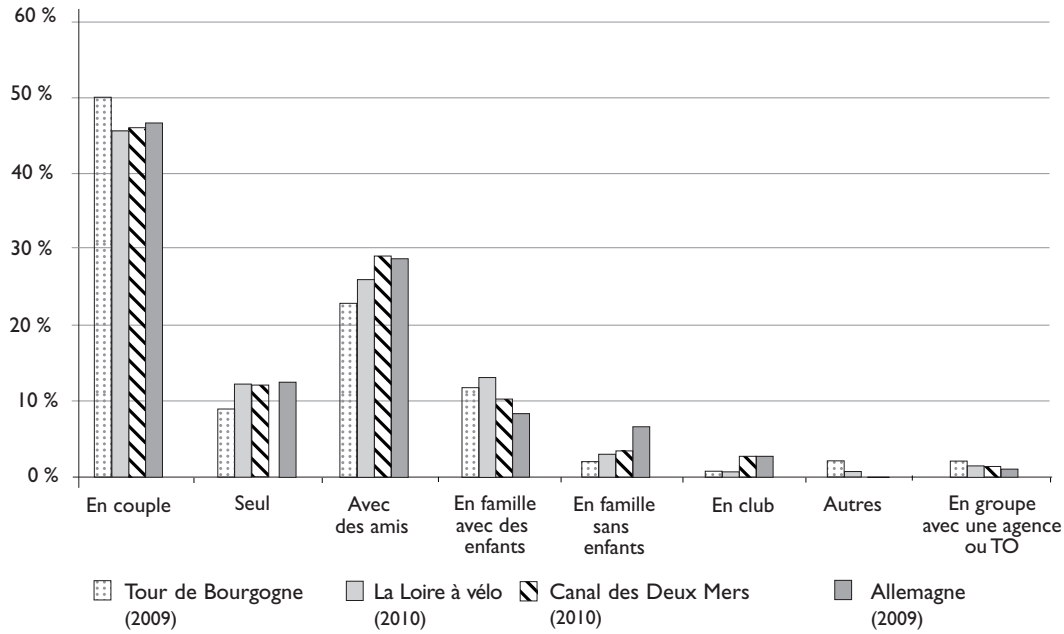


Schéma 6

Répartition par âge des cyclistes itinérants

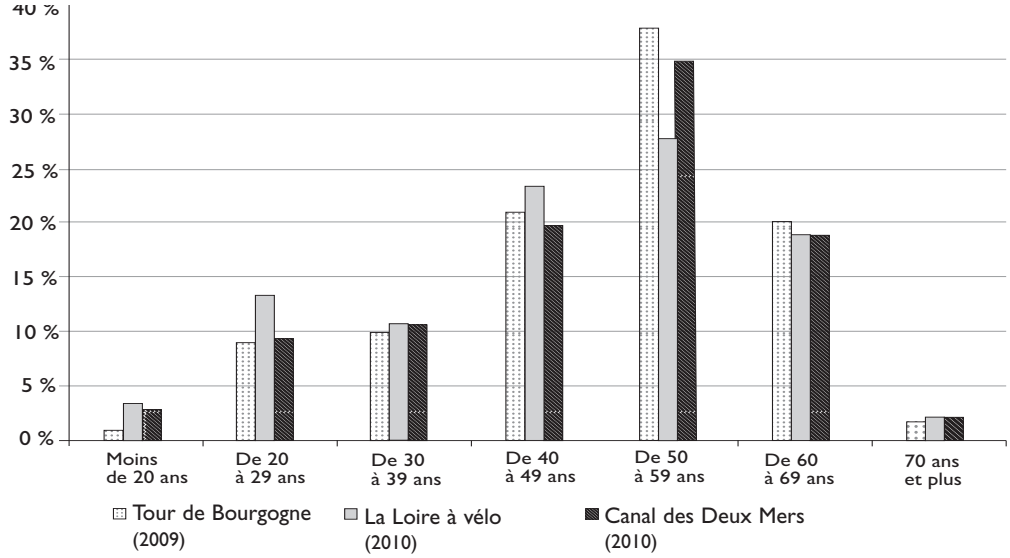


Schéma 7

CSP des cyclistes itinérants

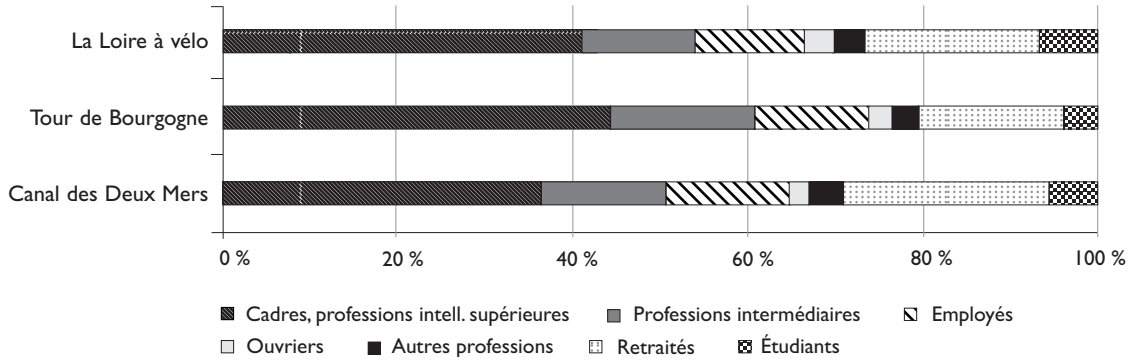
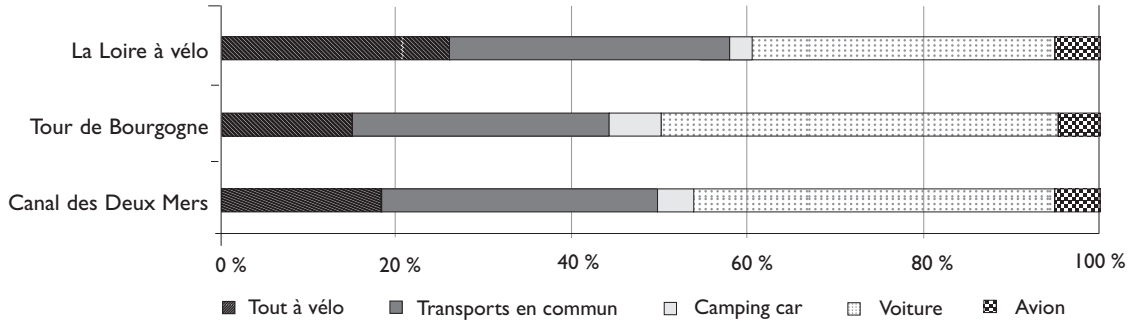


Schéma 8

Modes d'accès à l'itinéraire



De fait, l'itinérance est majoritairement pratiquée en aller simple, avec retour par un autre mode, le plus souvent le train, à l'exception du Tour de Bourgogne pratiqué à 40 % en boucle (*cf.* schéma 9). La pratique de grandes boucles permet de limiter les contraintes logistiques liées à un retour. À noter également une pratique non négligeable, et plus étonnante, celle d'un aller-retour par le même itinéraire. Il s'agit cependant pour l'essentiel de pratiques en aller-retour observées le jour de l'enquête, au sein d'un voyage effectué en itinérance. Les distances moyennes parcourues par jour vont de 57 à 63 km selon les itinéraires (*cf.* schéma 10). La dispersion des résultats est cependant importante en raison des profils de cyclistes très différents. Le Tour de Bourgogne est marqué par une proportion plus importante de distances faibles, de 20 à 40 km. Le canal des Deux Mers a une pointe plus marquée entre 40 et 70 km, et peu de distances très longues.

LES IMPACTS ÉCONOMIQUES DE L'ITINÉRANCE

Un outil d'allongement de la durée de séjour

L'itinérance s'avère un outil d'allongement des durées de séjour. La durée de séjour des touristes itinérants est très supérieure à la moyenne de séjour de l'ensemble des touristes. Dans la vallée de la Loire, caractérisée par une durée moyenne courte (5 jours en région Centre), l'itinérance a bien atteint son objectif de devenir un véritable outil d'allongement des séjours, leur durée moyenne s'élevant aujourd'hui à plus de 8 jours (*cf.* schéma 11). Ce phénomène joue également pleinement auprès des clientèles touristiques en séjour, avec une moyenne de 7,5 jours.

Comme pour les distances, la durée des séjours est très dispersée. Le canal des Deux Mers est caractérisé par une grande proportion de courts et très courts séjours (moins de 3 jours), dont une part importante au départ de Toulouse. L'itinérance est vécue comme un moyen simple d'évasion de proximité. La part des séjours semaine est également élevée.

En Bourgogne, le produit 4 jours est le plus répandu. Sur La Loire à vélo, le profil des séjours est très varié : le court (4 jours) et très court (1 à 2 jours), l'hebdomadaire, le 10 jours et 15 jours sont en nombre quasi égal.

Un outil d'allongement de la saison

En Bourgogne, la pratique du vélo joue un rôle avéré d'allongement de la saison. Ainsi, la pratique touristique du vélo s'étend de Pâques à la Toussaint, avec une pratique maximale enregistrée lors des ponts du mois de mai et une absence de pointe estivale. Cet allongement de saison est moins net sur La Loire à vélo, marquée par une pointe estivale forte. La saison véritablement creuse reste limitée de la mi-novembre, après les vacances de Toussaint, à début mars.

Un poids important de l'itinéraire dans le choix du séjour

Le poids de l'itinéraire dans le choix de la destination est très important. La quasi-totalité des cyclistes itinérants sont venus pour parcourir l'itinéraire. Le phénomène le plus intéressant noté dans ces trois enquêtes reste le poids déterminant de l'itinéraire dans le choix de la destination, y compris pour les clientèles touristiques en séjour : près de 90 % des touristes à vélo en hébergement fixe ou itinérant jugent très importante ou importante l'existence de l'itinéraire dans le choix du séjour (*cf.* schéma 12).

Les touristes à vélo ne viennent pas par hasard. De fait, plus de 80 % des touristes en séjour

Schéma 9

Types d'itinéraires pratiqués en itinérance

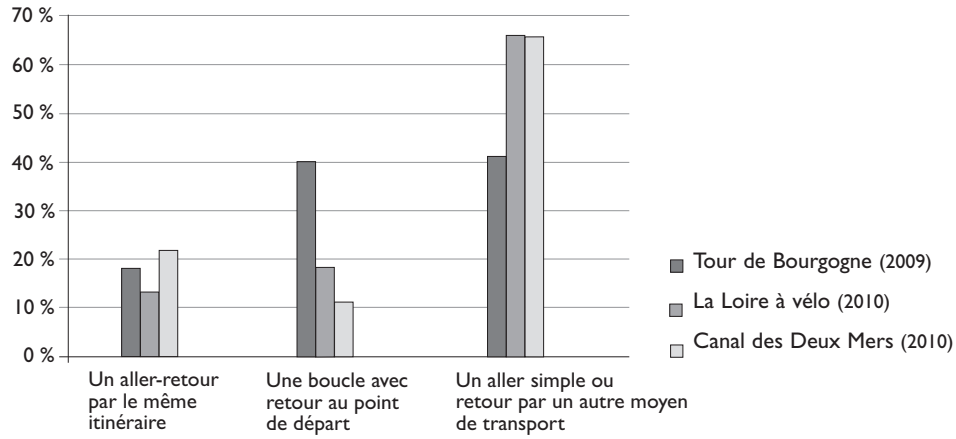


Schéma 10

Distances moyennes effectuées par jour par les itinérants

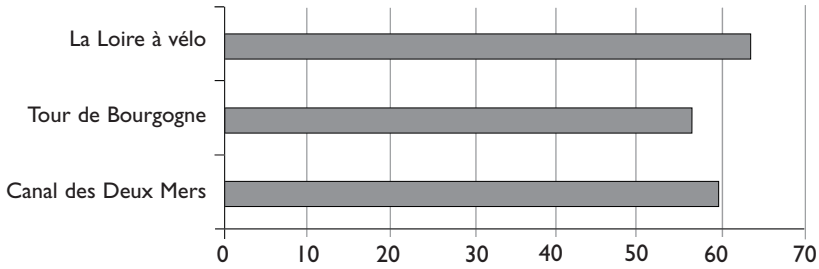


Schéma 11

Durée moyenne de séjour des cyclistes itinérants

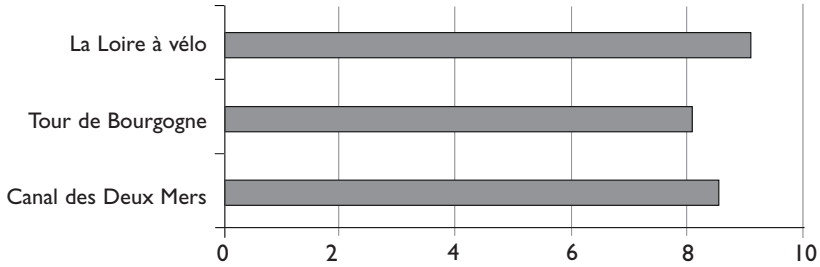


Schéma 12

Poids de la pratique du vélo dans le choix de la destination, pour l'ensemble des touristes à vélo

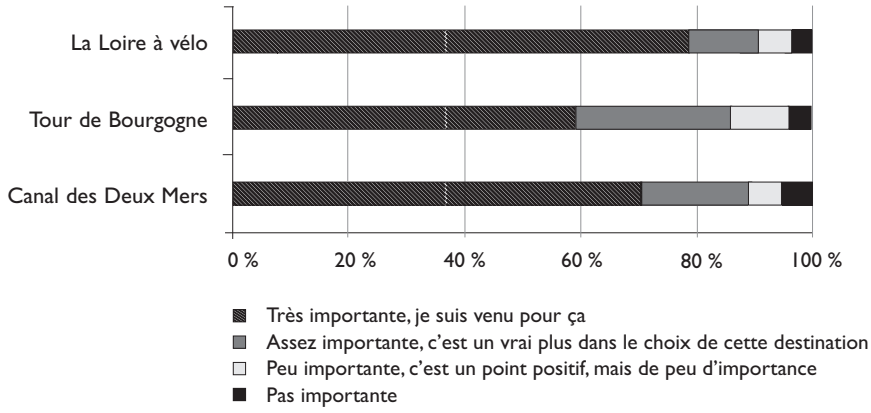


Schéma 13

Dépense moyenne des cyclistes itinérants par jour (en euros)

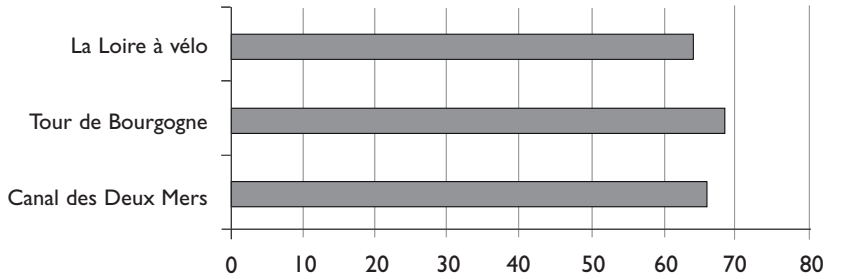
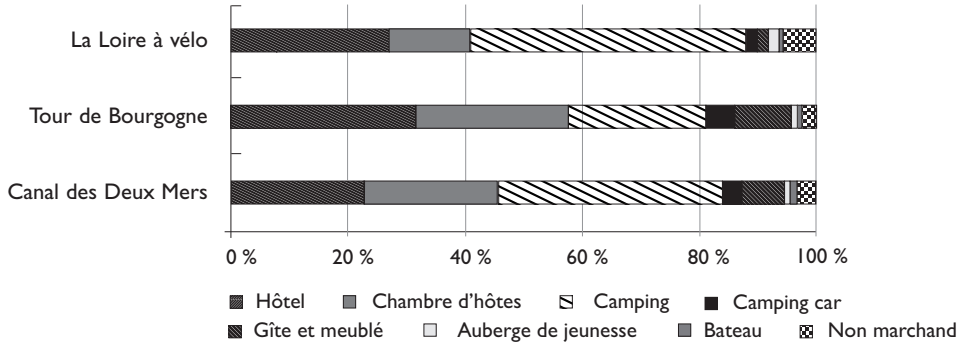


Schéma 14

Répartition des cyclistes itinérants en fonction du mode d'hébergement déclaré le jour de l'enquête



fixe préparent leur randonnée à vélo avant de venir. La grande itinérance donne au territoire traversé un bénéfice image incontestable.

Un niveau de dépenses élevé

Le niveau de dépense des clientèles itinérantes s'établit autour de 65 euros par jour. Cette valeur est très proche d'un itinéraire à un autre, mais très supérieure aux moyennes constatées chez les clientèles non itinérantes et non cyclistes (*cf*. schéma 13).

Le niveau de dépense des clientèles itinérantes étrangères est supérieur à celui des clientèles itinérantes françaises. Ce dernier est lui-même nettement supérieur à la moyenne des clientèles françaises. Cet écart s'explique pour l'essentiel par le recours quasi exclusif à l'hébergement marchand par les itinérants, une dépense de restauration et d'achats de produits du terroir plutôt élevée. Nous observons néanmoins une gamme très large de séjours, allant de 15 euros par jour en formule camping à une pratique haut de gamme en relais château à 3 500 euros par semaine.

Ces dépenses ne sont que les dépenses directement faites sur place pendant le séjour. Les dépenses d'équipement ne sont pas prises en compte. Si la dépense moyenne d'équipement (vélo, matériel, maintenance) est faible en France (autour de 55 euros par an et par pratiquant), le niveau de dépense des cyclistes itinérants est probablement très supérieur, mais n'a pas été mesuré.

L'hébergement marchand représente entre 90 et 95 % de l'hébergement total *(cf*. schéma 14). La part de l'hébergement hôtelier parmi les cyclistes itinérants correspond globalement à sa part dans l'offre, exprimée en lits.

Les chambres d'hôtes sont très fortement surreprésentées dans les hébergements des touristes itinérants, dans la mesure où elles ne représentent le plus souvent que 2 à 3 % de l'offre de lits. Ce mode d'hébergement correspond bien aux attentes des cyclistes et au besoin de rencontres. En Bourgogne, hôtels, chambres d'hôtes et campings sont à parts quasi égales. Sur La Loire à vélo, le camping est dominant.

Un retour sur investissement en moins de deux ans

L'impact économique total des itinéraires – entendu de façon minimaliste, c'est-à-dire en ne tenant compte que des dépenses réalisées sur place sur les itinéraires (non compris les distances réalisées sur les boucles) par les seules clientèles déclarant être venues pour l'itinéraire – représente un montant de 14,3 millions d'euros sur le Tour de Bourgogne et de 15,3 millions d'euros sur La Loire à vélo. Le total des dépenses locales de l'ensemble des clientèles, quelle que soit leur motivation, sur l'itinéraire et les boucles est à peu près double.

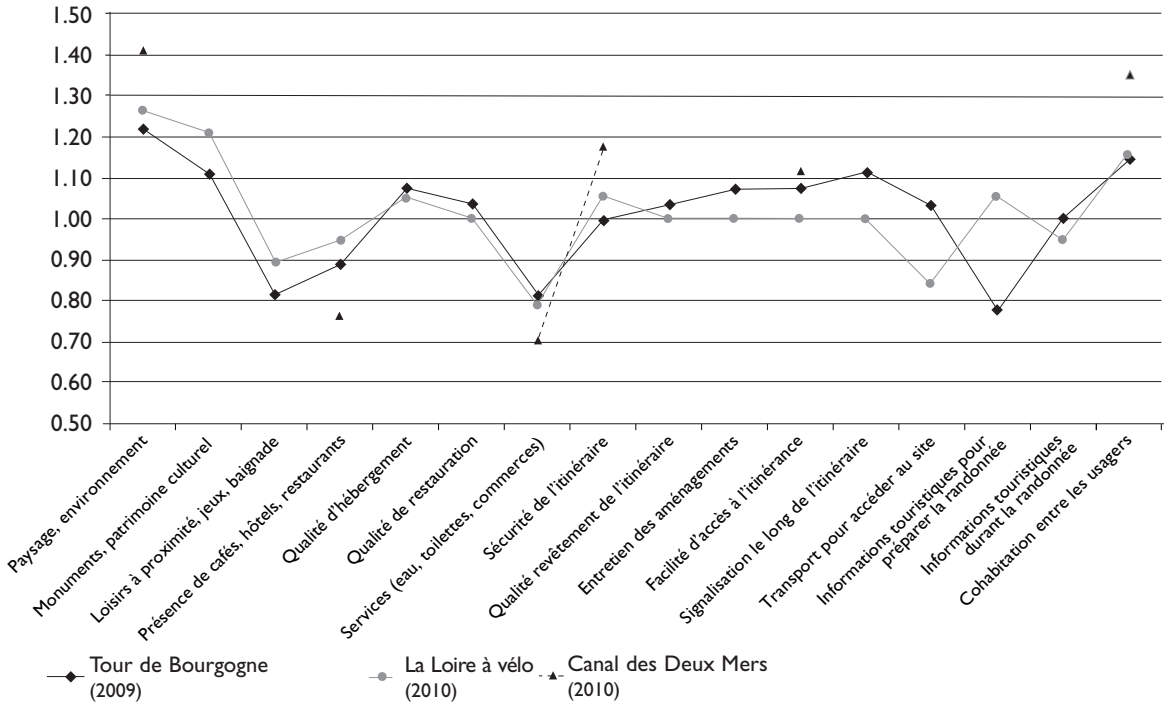
L'impact économique (au sens minimaliste) annuel ramené au kilomètre d'itinéraire aménagé se monte à 23 000 euros par km et par an, soit un amortissement moyen des dépenses en deux ans.

Sur les sections les plus anciennes (Tours-Saumur par exemple), l'impact économique annuel dépasse les 50 000 euros par km, soit le montant de l'investissement de départ chaque année. Ce montant est évalué à 31 000 euros par km pour le canal des Deux Mers.

Satisfactions et insatisfactions : d'abord les services

Les thèmes de satisfaction et d'insatisfaction sont relativement homogènes entre itinéraires. La qualité patrimoniale et paysagère est unanimement appréciée sur les trois

Schéma 15
ÉCART DE SATISFACTION DE CHAQUE THÈME À LA SATISFACTION D'ENSEMBLE DE L'ITINÉRAIRE
(TOUS LES ITEMS N'ONT PAS ÉTÉ ÉVALUÉS SUR LE CANAL DES DEUX MERS)



itinéraires, avec des notes très supérieures à la moyenne globale. De même, la qualité technique des itinéraires, l'entretien, la signalisation, la sécurité sont généralement appréciés, à l'exception de quelques secteurs problématiques bien identifiés. Les difficultés supposées de cohabitation entre usagers ne ressortent pas du tout en revanche des enquêtes. Les principaux sujets d'insatisfaction tournent autour du manque de services (eau, toilettes, commerces), du manque d'équipements de loisirs (baignade, jeux…), de restaurants et cafés à proximité immédiate des itinéraires. Il s'agit là d'insatisfactions majeures (*cf.* schéma 15).

LES DÉFIS À RELEVER POUR OPTIMISER LES EFFETS DE STRUCTURATION DES GRANDS ITINÉRAIRES

La difficile organisation de la gouvernance partenariale

Les grands itinéraires correspondent rarement à une entité administrative unique, clairement définie et sont par essence des projets partenariaux. Le client final n'a généralement cure du découpage administratif. L'émergence des itinéraires a longtemps souffert de la faiblesse du dialogue entre collectivités. La mise en œuvre actuelle de comités d'itinéraires, sous l'impulsion des collectivités locales ou de services de l'État, va clairement dans le bon sens.

Sur le terrain, une articulation fine entre régions, départements, EPCI et acteurs privés commence à voir le jour de façon efficace. La structuration de l'offre touristique en région Centre entre les entités régionales (région et CRT), départementales (conseils généraux et CDT) et locales (pays, agglomérations, acteurs privés) porte visiblement ses fruits. Le Pays des châteaux comme plusieurs territoires de Touraine ont su pleinement tirer parti du passage de La Loire à vélo pour développer des réseaux de boucle, une labellisation des hébergements, une stratégie coordonnée de promotion. Les résultats de l'analyse économique montrent clairement que ce sont ces territoires qui tirent le mieux parti de l'itinéraire, avec une clientèle itinérante élevée mais des touristes à vélo en séjour fixe majoritaires.

D'une logique de promotion territoriale à une logique de marque

Passer d'une logique de promotion territoriale à une véritable logique de marque d'un itinéraire n'est pas toujours chose aisée pour les collectivités. Ce passage est pourtant indispensable pour permettre une promotion efficace auprès des clientèles itinérantes et des clientèles en séjour fixe. La région Centre, pionnière en matière de tourisme à vélo, a réorganisé en profondeur son offre touristique autour de marques clairement identifiées, dont La Loire à vélo fait intégralement partie.

Une meilleure visibilité de l'offre

Le troisième défi tient à la visibilité de l'offre française de grands itinéraires. Quelques grands itinéraires comme les routes de Saint-Jacques, le canal du Midi ou La Loire à vélo parviennent à émerger auprès des clientèles étrangères. Il manque néanmoins cruellement une lisibilité de l'offre française pour faire véritablement décoller la pratique itinérante parmi les Français. La connaissance des grands itinéraires reste confidentielle, réservée à un petit cercle d'initiés. Le lancement en 2009, à l'initiative d'Atout France et de la Délégation au Tourisme, d'un groupe de travail rassemblant acteurs privés, représentants de l'État, des collectivités, des structures institutionnelles du tourisme et du monde associatif va bien dans le sens d'une meilleure visibilité de l'offre. Si l'organisation de la gouvernance du dispositif n'est pas un long fleuve tranquille, les réalisations sur le terrain avancent avec la création de France Vélo Tourisme. Un site internet de présentation et de vente du tourisme à vélo en France est en cours de préparation. Son architecture permettra d'articuler une approche nationale, régionale et locale des itinéraires sous un même dispositif.

L'importance des services de proximité

Les services restent, au vu de l'enquête, le principal point faible de l'offre française. Une mobilisation locale des collectivités est indispensable pour réaliser certains services de base, comme des points d'eau, toilettes, aires de repos encore insuffisantes, mais aussi pour travailler à une offre de baignades. Un travail de sensibilisation des opérateurs privés – présentation du marché, des impacts économiques, des exigences qualité, du planning de réalisation des équipements par les collectivités ; organisation d'éductours – est également important pour faire émerger des projets de cafés et restaurants et adapter l'offre aux critères qualité. À l'occasion de plusieurs programmes partenariaux ou à l'initiative de collectivités, des référentiels de qualité ont été définis et partagés sur

l'accueil des itinérants dans les hébergements, les sites touristiques, les offices de tourisme. D'autres sont encore à créer sur la location et le transport.

Structurer l'offre territoriale autour des grands itinéraires

L'impact économique et la fréquentation des grands itinéraires peut être nettement amélioré en les complétant d'un réseau fin de boucles cyclables, dans un corridor de 10 à 20 km autour de ces grandes itinéraires. Ces boucles, fortement sécurisées, sur petites routes, voies vertes ou chemins (l'acceptabilité de revêtements rustiques est plutôt bonne parmi les clientèles loisirs touristiques), de faible longueur (15 à 40 km) et présentant peu de relief, répondent à une demande de loisirs en séjours et profitent à plein de l'image forte du grand itinéraire. La réussite du programme des châteaux à vélo, porté par le Pays des châteaux en Loir-et-Cher, illustre bien ce cinquième défi.

▼ ▼

Niveau de dépenses élevé, bon retour sur investissement, allongement de la durée de séjour, augmentation de la saison touristique, effet d'entraînement sur les clientèles en séjour, faible impact en matière de transport et effets importants pour la santé publique…, l'itinérance à vélo possède de nombreux atouts dans ses sacoches. Ces dix dernières années ont été déterminantes dans le décollage de la pratique. Beaucoup reste néanmoins à faire pour amener la France au niveau de pratique de nos voisins européens : amélioration des services, meilleure visibilité de l'offre, maintien des efforts d'investissement et déploiement d'une gouvernance efficace. Les défis sont lancés pour ces dix prochaines années. ❍