6e Club ITINÉRAIRES

MERCREDI 21 SEPTEMBRE 2016

COMPTE-RENDU

Le 6e Club itinéraires s'est tenu à Colmar le 21 septembre, accueilli par Alsace à vélo, permettant ainsi de conjuguer cet évènement avec les Rencontres des Départements & Régions Cyclables en Alsace. Le Club itinéraires est représentatif des itinéraires et dynamiques régionales en France : il incarne le partenariat entre les différents métiers qui interviennent dans le développement des itinéraires cyclables, ceux de l'infrastructure et ceux du tourisme. Deux composants essentiels pour la réussite des projets vélo.

Cette année, un document « Actualités du 6e Club itinéraires » a été produit et distribué aux participants pour diffuser les informations phares de l'année en complément des débats proposés au Club itinéraires. Ce document ne se veut pas exhaustif mais synthétique et a vocation à être alimenté et amélioré chaque année.

Journée animée par Olivier Razemon, journaliste.

1. Actualités | La demande du tourisme à vélo

Baromètre du Tourisme à vélo

Vincent OBERTO, DGE

Le « Baromètre 2015 du Tourisme à vélo en France » a été publié par la Direction générale des entreprises (DGE) dans le cadre du Comité national du Tourisme à vélo en mars 2016. Lien vers le support PPT de la présentation.

Le Comité national du tourisme à vélo et son groupe de travail dédié à l'observation effectuent un travail à la fois sur l'offre et sur la demande. Son objectif : mesurer de la manière la plus fine possible les retombées économiques liées à l'économie du vélo.

Evolution de la demande :

- Le vélo est la 2e activité pratiquée par les français après la randonnée et avant le ski
- +14,5% de fréquentation sur les véloroutes et voies vertes entre 2013 et 2015 d'après la Plateforme nationale des fréquentations (PNF)
- Des retombées économiques évaluées à l'échelle régionale : de 16 700€ de retombées estimées par an et par kilomètre en Bretagne à 27 900€ par an et par kilomètre pour La Loire à Vélo
- 40% des séjours avec pratique du vélo se concentrent sur le littoral

Evolution de l'offre :

- L'offre de tourisme à vélo sur internet est en plein essor
- Les TO programment également plus la France à vélo (298 TO en 2014)

Evolution de l'industrie du cycle :

- Retombées économiques globales du vélo : 4,5 Mds d'€ par an
- +7,5% de ventes de vélos, équipements et accessoires en 2014
- 80% des vélos sont importés

Prochaines étapes pour le groupe de travail sur l'observation :

- Actualisation du Baromètre du tourisme à vélo en 2016-2017
- Un travail à mener sur la mesure de l'emploi lié au vélo et son évolution
- Une actualisation du guide méthodologique EuroVelo 6 sur les évaluations qualitatives
- Actualisation de l'étude sur les TO programmant la France à Vélo

A titre d'information, Jérôme PICHONNIER est le nouveau chef de bureau des destinations touristiques à la DGE.

Fréquentation vélo 2015

Joseph D'HALLUIN, DRC

L' « Analyse des données de fréquentation vélo 2015 » a été publiée par les DRC en mai 2016. Une synthèse de cette analyse a été produite. Lien vers le support PPT de la présentation.

La Plateforme nationale des fréquentations (PNF) quantifie les fréquentations des itinéraires cyclables à l'échelle nationale en mutualisant les données des compteurs dont les collectivités sont propriétaires. En mai 2016, 520 compteurs sont partagés sur la PNF par 52 contributeurs (ils étaient 306 en avril 2015).

Evolution de la fréquentation entre 2014 et 2015 :

- +1,1% de fréquentation globale sur les 156 compteurs communs aux années 2014 et 2015
- Dans le rapport 2015, une distinction a pu être opérée entre les compteurs de type « loisirs » et les compteurs de type « utilitaire »
- +3% de fréquentation sur les compteurs de type « loisirs »
- -5,8% de fréquentation sur les compteurs de type « utilitaire », mais des compteurs peu représentatifs (uniquement 15 compteurs)
- +14,5% de fréquentation globale entre 2013 et 2015 sur 100 compteurs analysés
- Une saisonnalité relativement proche des années précédentes, mais un profil saisonnier différent selon le milieu d'implantation du compteur

Evolution de la fréquentation par itinéraire entre 2014 et 2015 :

- Croissance forte pour La Vélodyssée / EV1 : +17%
- Croissance sensible pour l'EV6, l'EV17 / ViaRhôna et la V53 : entre +4 et +6%
- Evolution légèrement négative pour l'EV4, la V51 et la V63
- Un nouveau itinéraire étudié : l'EV15 / Véloroute Rhin

Perspectives de travail :

- L'augmentation du nombre de compteurs partagés améliorera la pertinence scientifique des analyses
- Travail à mener sur le partage de compteurs de profils urbains en agglomération
- Un travail également à mener sur le volet qualitatif de ces données

2. Tourisme à vélo en Allemagne : offres, marché et clientèles

Frank HOFMANN, Vice-président de l'ADFC Bade-Wurtemberg

Lien vers le support PPT de la présentation (traduit en français).

L'Allemagne est la 1ère destination mondiale pour le tourisme à vélo et le plus grand marché sur la filière. Que pèse le marché allemand du tourisme à vélo ? Comment fonctionne cette filière Outre-Rhin ? Qui sont les touristes à vélo allemands ? Le témoignage de Frank HOFMANN tente de répondre à ces questions et de livrer un éclairage franco-allemand sur le sujet.

Qui est l'ADFC ?

L'*Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club* a été fondé en 1979. Au cœur de son action : le lobbying autour du vélo à tous les niveaux et échelles politiques. Entre 2 et 42% de part modale vélo en Allemagne en fonction des villes, soit 13% en moyenne, mais 1% du budget public à l'échelle nationale. L'ADFC regroupe 500 associations sur 90 sites, organise des balades à vélo, des évènements, des formations. Il vend des cartes d'itinéraires (2,7 M/an), propose 430 000km d'itinéraires numérisés gratuits pour les adhérents, 2 500 bénévoles collectent et vérifient ces données. Il gère le label *Bett & Bike* et propose une certification de qualité des véloroutes avec un système d'étoiles et des points de mesure tous les 500 m.

Chiffres et faits : l'analyse du tourisme à vélo en Allemagne 2015

Depuis 2001, l'ADFC produit annuellement le *Radreiseanalyse* (site de l'ADFC en allemand).

La demande allemande :

- 5,7 millions d'Allemands ont réalisé un séjour à vélo de 3 nuitées minimum les 3 dernières années, soit 10% de la population
- Les séjours à vélo des Allemands durent en moyenne 7 jours
- 98% ont fait une excursion à vélo en 2015
- 65% des Allemands ont fait un week-end à vélo en 2015

70% des touristes à vélo sont itinérants, 28% sont des touristes en séjour et pratiquent le vélo en étoile. Peu de touristes à vélo allemands passent en partie ou totalement par des TO, 82% s'organisent eux-mêmes. Le besoin d'information est très fort : 300% des touristes à vélo achètent des documents de préparation (topoguides, cartes), contre 21% pour l'ensemble des touristes. Un touriste à vélo achète donc en moyenne 3 topoguides ou cartes par voyage.

Les itinéraires et régions cyclables les plus appréciés :

- Les cours d'eau attirent les touristes à vélo : le long des fleuves ou du littoral
- La Véloroute de l'Elbe : la plus appréciée depuis plusieurs années, 250 000 cyclistes/an
- Sur la Véloroute Rhin : la fréquentation a précédé la signalisation et l'infra
- Les régions préférées : Bavière, Pays de Munster, Mer baltique
- Les pays les plus appréciés : Australie, Nouvelle-Zélande, … la France arrive en 5e position.
- La France manque de structuration (par rapport à la Suisse, au Danemark, aux Pays-Bas) et de produits phares (il y a La Loire à Vélo, mais peu d'autres produits qui se démarquent)

La qualité de l'offre :

Un produit cyclotouristique est un produit marketing. Les points à améliorer : l'accessibilité en transports en commun et le rabattement (train et car essentiellement) ; la signalisation, c'est l'indication de direction et l'image de l'itinéraire ; la qualité du revêtement.

Qualification de l'offre d'hébergements (du camping à l'hôtel) : le label Bett & Bike. 5 500 hébergements sont référencés, soit 8% de l'offre à l'échelle nationale.

Les indicateurs économiques :

- Véloroute de l'Elbe : 165 000 touristes à vélo l'ont parcouru sur 9 jours en 2015, avec une dépense quotidienne moyenne de 72€/personne soit 112 M d'€ de retombées économiques.
- En Rhénanie-Palatinat : le tourisme à vélo représente 12% des retombées du tourisme global.
- Un voyage à vélo en Allemagne représente un coût moyen de 1 189€.
- +11% = la croissance du marché du tourisme à vélo en Allemagne de 2014 à 2015.

L'offre de véloroutes

5% des itinéraires allemands sont certifiés 5 étoiles. La certification représente un coût entre 30 000 et 50 000€. Les itinéraires les mieux organisés sont l'objet d'un travail partenarial avec une structure chef de file mais ce n'est pas toujours le cas. La solidarité est fondamentale car un maillon faible pénalise l'ensemble. La structuration à l'échelle nationale est très importante et encore peu effective en Allemagne. Les sources de financements sont nombreuses et peu lisibles.

Les itinéraires cyclables sont soumis à une concurrence importante : il existe 87 000 km d'itinéraires dont 49 000 km de longue distance. De plus, le cycliste est toujours à la recherche de nouvelles routes. La qualité des itinéraires est donc fondamentale. Le schéma national vélo allemand comprend 12 véloroutes et 10 500 km. A ce jour, 34 itinéraires ont été certifiés : 4 avec 5 étoiles ; 19 avec 4 étoiles ; 11 avec 3 étoiles. Le schéma EuroVelo se développe en Allemagne.

Qui est le touriste à vélo allemand ?

- Age moyen : 52 ans. 27% ont plus de 60 ans, 17% moins de 40 ans
- Beaucoup de couples : 73% (sans enfants)
- 59% d'hommes / 41% de femmes
- 43% de fonctionnaires et d'employés
- Revenu moyen : 2 968€/mois

Ce qui est recherché au travers du tourisme à vélo : une activité de plein air (le vélo c'est un plaisir et pas un sport) ; l'authenticité ; de petits hébergements de type familial. Dans quel environnement ? 57% recherchent des régions avec peu de dénivelé, 40% recherchent des environnements vallonnés. Ces chiffres ne concernent pas uniquement les licenciés ADFC, mais sont représentatifs de la demande allemande.

QUESTIONS DE LA SALLE

Quel est le coût du label Bett & Bike pour un prestataire ?
Cela varie en fonction de la capacité d'accueil de l'établissement, en moyenne entre 200 et 300€/an avec une visite de contrôle annuelle.

Comment s'organise le travail avec les bénévoles ?
Le label Bett & Bike est géré par seulement 12 salariés avec l'aide de bénévoles pour les visites de terrain. L'ADFC compte actuellement 165 000 adhérents, dont 25 000 bénévoles très actifs.

Quel est le lien entre la réputation des itinéraires (itinéraires les plus appréciés) et la qualité des itinéraires (certification) ?
Il n'y a pas de relation directe mais beaucoup de facteurs émotionnels. La qualité intervient surtout au moment du choix final de l'itinéraire et de la planification du séjour. Les touristes à vélo souhaitent voir le côté positif de leur voyage, les mauvaises expériences sont un aveu d'échec dans le choix même du voyage et affectent donc directement le touriste. Les difficultés rencontrées sur le parcours peuvent aussi être tournées en avantage : une section sensible non revêtue au bord d'un ruisseau, si bien expliquée aux usagers, peut constituer une petite « aventure ».

Quel est l'impact des attentats en France sur l'image de la France pour les touristes à vélo allemands ?
Certains seront freinés par la situation en France et d'autres non, voire se diront « j'y vais surtout maintenant ». Les chiffres sont à la hausse sur les prévisions de voyages des cyclistes allemands en France.

Quelle est la proportion entre site propre et site partagé en Allemagne ? Quel type de voie est le plus demandé ?
Sans avoir de données précises sur le sujet, l'essentiel des véloroutes se trouvent à proximité des voies d'eau et donc en site propre. La sécurité des itinéraires en site propre est appréciée alors que les voies partagées peuvent parfois être dangereuses.

Quelle est la perception de la spécificité du VAE en Allemagne ?
532 000 VAE ont été vendus en Allemagne en 2015 (+11% par rapport à 2014). Les VAE ouvrent à une pratique intergénérationnelle et aux territoires de montagne. Il n'existe toutefois pas de produits spécifiques pour les VAE en Allemagne. Le VAE facilite la pratique du vélo et apporte plus de confort.

3. Actualités : L'offre du tourisme à vélo

Cotation de la difficulté des itinéraires de tourisme à vélo – référentiel national

Camille THOMÉ, DRC

Ce référentiel national a été publié en mars 2016 et a été élaboré dans le cadre du Comité national du tourisme à vélo, avec la participation de la DGE, des DRC, de France Vélo Tourisme, de la FFCT et de l'AF3V. Télécharger la fiche « Cotation de la difficulté des itinéraires de tourisme à vélo ».

Finalité de cette publication : homogénéiser les niveaux de difficulté des itinéraires en France par un système unique à mettre progressivement en place. Des grilles de critères ont été élaborées en distinguant les boucles cyclotouristiques et les véloroutes.

Les paramètres pour les boucles cyclotouristiques :

- Distance
- Dénivelé cumulé positif
- Type de voie (aménagements vélo, niveaux de trafic)
- Pente

Cette cotation peut se décliner dans la signalisation par un système de pastille de couleur à articuler avec la signalisation directionnelle.

Paramètres pour les véloroutes :

- Type de voie (aménagements vélo, niveaux de trafic)
- Pente
- Revêtement
- Ratio dénivelé cumulé positif par km

La cotation pour les véloroutes pourra être utilisée dans les outils d'information dédiés à la préparation du séjour et dans les outils de promotion.

QUESTION DE LA SALLE

Comment la cotation de la difficulté est-elle indiquée dans le cas de tronçons de véloroute dont la difficulté de dénivélé est différente dans un sens et dans l'autre ?

Lors des échanges relatifs à la réalisation du référentiel national, il a été proposé de coter des sections « homogènes » de véloroute dans les deux sens. Ainsi la section en montée continue sera cotée 1 étoile dans un sens et 4 étoiles dans l'autre. Il faudrait alors faire apparaître deux couleurs dans les outils de communication puisque les véloroutes ne sont pas concernées par une application du code couleur dans la signalisation.

Planification en régions et vélo

Camille THOMÉ, DRC

Suite à la loi NOTRe, les Régions sont appelées à définir leurs schémas de planification prescriptifs qui peuvent inclure le vélo. Il s'agit d'une opportunité pour maintenir l'action régionale en faveur du vélo dont les collectivités et citoyens peuvent se saisir.

Les Schémas régionaux de développement économique, d'innovation et d'internationalistation – SRDEII

A être livrés pour fin 2016 : peuvent inclure le vélo sous l'angle de la création économique à travers le tourisme ou l'industrie.

Exemple : la Région Auvergne-Rhône Alpes va inclure le tourisme dans son SRDEII, dont un volet sur l'itinérance.

Les Schémas régionaux d'aménagement, de développement durable et d'égalité des territoires – SRADDET
A être livrés pour fin 2018 : les schémas régionaux des véloroutes et voies vertes doivent y être inclus pour garantir le maintien d'une action régionale sur le sujet.
Exemple : la Région Centre-Val de Loire a inscrit son SR3V dans son SRADDET.

Comment agir ?
Collectivités et citoyens peuvent interpeller les Régions à travers différents outils :

- Interpellation directe des Régions
- Participation aux consultations et conférences territoriales de l'action publique en portant la voix du vélo
- Démontration du lien entre vélo et activité économique pour le SRDEII et entre vélo et aménagement durable du territoire pour les SRADDET
- Chaque Région a son propre calendrier : il faut être attentif aux échéances régionales

Témoignage d'un contrat de destination : Voyage dans les Alpes

Muriel FAURE, Grande Traversée des Alpes – GTA

Qu'est-ce que la GTA ?
Une association qui regroupe des acteurs publics et privés autour du développement de l'itinérance dans les Alpes. Opérateur touristique de 6 itinéraires et de 400 hébergements qualifiés avec une équipe de 11 personnes. Source d'expertise sur l'itinérance pédestre, cyclo et aussi motorisée.

Le Contrat de destination Le Voyage dans les Alpes
Les Contrats de destination ont pour but d'accélérer le développement international des destinations touristiques et renforcer l'attractivité des territoires. La GTA et le Comité de massif des Alpes ont candidaté avec un contrat consacré à l'itinérance. Il s'agit d'un partenariat public-privé qui regroupe des collectivités, des CCI, des syndicats de professionnels, des agences de voyage…

Pourquoi un Contrat de destination consacré à l'itinérance ?
Les touristes itinérants dépensent en moyenne 20% plus que les touristes en séjour. Ces touristes ont besoin de services d'autant plus qualifiés et complets qu'ils sont en itinérance. Les clientèles itinérantes sont fidèles et allongent la saison touristique : c'est un défi pour les Alpes.

Les actions envisagées à travers le Contrat de destination :

- Qualification et montée en puissance des services (par exemple, le besoin de wifi dans les hébergements, jusque dans la chambre, est très important pour les clientèles itinérantes)
- Définir des référentiels
- Accompagner les prestataires et leur professionnalisation
- Créer de véritables produits phares et les promouvoir à l'international
- Mailler les territoires à partir de ces produits phares

Un enjeu : la commercialisation et la vente en ligne. Un projet est en cours avec « Mon Tour de France », la Caisse des dépôts, Michelin et Alliance réseaux pour offrir un service de commercialisation en ligne dédié aux produits d'itinérance.

4. Table ronde : Comment mieux satisfaire les touristes à vélo ?

Comment et pourquoi mieux satisfaire les touristes à vélo ? Le touriste à vélo est-il roi ? Quels outils de communication, quels services, quelle promotion ou quels outils de suivi peuvent être mis en place pour mieux satisfaire les touristes à vélo ? Témoignages et débats.

Qu'est-ce que l'Alsace à vélo et comment cela fontionne-t-il ?

Stéphanie LEIBEL-THÉPÔT, coordinatrice d'Alsace à vélo, Département du Bas-Rhin

Suite à une étude de 2010, il est ressorti que l'Alsace avait une offre d'itinéraires vélo importante mais des carences en termes de mise en tourisme et de communication. D'où la création d'Alsace à vélo. Il s'agit d'un partenariat entre 10 partenaires institutionnels : Région, Départements, 3 agglos, les agences régionales et départementales de tourisme et la Direccte. Les actions menées dans le cadre de ce projet se répartissent en 3 thématiques : infrastructure et signalisation ; services ; promotion et communication dont un évènement phare, le SlowUp. En 2016, s'est tenue la 4e édition du SlowUp d'Alsace qui consiste à proposer un parcours de 30 à 40 km sur l'EuroVelo 5 / Véloroute du Vignoble le long d'un itinéraire entièrement réservé aux modes doux pendant une journée. Organisé le 1er dimanche du mois de juin, le SlowUp propose aux participants des dégustations locales, gastronomiques et œnologiques, des animations et locations de VAE. En 2016, 37 000 personnes y ont participé.
Depuis 2010, le partenariat a permis la mise en place d'un site internet Alsace à vélo, la réalisation d'outils de communication, la valorisation de services adaptés, la création de boucles cyclotouristiques locales, l'installation de Relais Information Services (RIS), l'expérimentation d'une signalisation touristique et le travail sur les itinéraires à l'échelle européenne. Une étude sur la fréquentation et les retombées économiques a également eu lieu en 2013 et une nouvelle enquête, prévue pour 2017 ou 2018, permettra d'observer les évolutions.
Les résultats : Alsace à vélo capitalise sur l'investissement de chaque partenaire et les savoir-faire des techniciens. Aujourd'hui, entre le monde du tourisme et de l'infrastructure, on se parle et on se comprend. La difficulté reste de mobiliser et de fédérer les prestataires privés. Mais les premiers succès d'Alsace à vélo et du SlowUp permettent de convaincre, notamment les vignerons. Une conférence annuelle est organisée sur l'actualité de la démarche et réunit l'ensemble des acteurs d'Alsace à vélo.

Pouvez-vous nous présenter la plateforme Velocomotion ?

Philippe LEGRAND, directeur de Velocomotion

Velocomotion est une plateforme de location de vélo lancée en juin 2016. Le projet est à son début mais Velocomotion regroupe déjà 200 loueurs (pas encore en Alsace). Le concept est né d'un constat : il existe une offre de location de vélo riche en France mais sans référencement, sans visibilité de l'offre et d'outils numériques adaptés. La location est

parfois une activité annexe d'hébergeurs, sans qu'une communication soit faite sur ce service. L'intérêt de cette plateforme : géolocaliser les points de location, donner une information sur les types de vélo à louer, la disponibilité et permettre une réservation en ligne. La plateforme permet de faciliter la location de vélo par les usagers finaux.
Velocomotion valorise également les offres proposées par les loueurs, comme la livraison de vélo à domicile ou la location en « one way ». La prospection faite par Velocomotion permet à la fois de convaincre les loueurs et de les sensibiliser. Il existe une attente forte de la part des clients vis-à-vis de la flexibilité horaire pour le retrait et le dépôt des vélos loués. En conséquence, Velocomotion travaille à un projet d'antivol intelligent pour permettre le retrait ou retour des vélos à n'importe quelle heure de façon sécurisée.

Quels services offre Bagafrance et d'où est venue cette idée ?

Bertrand CHANDOUINEAU, co-fondateur de Bagafrance

Le constat de départ a été la demande de livraison de bagages sur La Loire à Vélo entre Tours et Blois. La société a été créée en 2013 pour offrir un service de soutien logistique à tout type de randonnées (vélo, pédestre, canoë). Pour répondre à la demande, le service s'est d'abord développé sur La Loire à Vélo entre Tours et Angers. Depuis 2015 le service est proposé sur le Canal des 2 Mers et depuis 2016 sur la totalité de La Loire à Vélo et jusqu'aux Sables-d'Olonne sur La Vélodyssée. Bagafrance travaille pour les TO spécialisés, les loueurs de vélo qui offrent leurs services à des itinérants pour assurer leur logistique et pour les particuliers (25% de l'activité). Il a fallu 4 saisons pour faire connaître Bagafrance avec des progressions de +15 à +20% par an en volume. Aujourd'hui, les loueurs de vélo deviennent de plus en plus demandeurs car ce service facilite la rotation de leur flotte.
Beaucoup de clients demandent un service de livraison à domicile ou à partir de la gare. Bagafrance ne se limite pas dans les lieux desservis, mais il faut qu'une personne puisse accueillir les bagages au départ et à l'arrivée. Est-ce que le client est roi ? Bagafrance constate très peu d'annulation ou d'abandon sur le parcours ou pour des raisons climatiques, mises à part les innondations de 2016 sur La Loire à Vélo. Bagafrance s'engage à répondre au mieux aux besoins des clients. Ses services sont un plus pour les touristes et pour la qualité de l'itinéraire.

Une enquête qualité a été menée sur La Vélodyssée, de quoi s'agit-il ?

Sophie RAPINEL, chargée de mission filière vélo, Charente-Maritime Tourisme

Voir la synthèse de l'enquête.
En 2013, les Landes ont initié une enquête qualité sur leur territoire suite à l'ouverture de La Vélodyssée en 2012. La Charente-Maritime les a rejoint en 2014, puis la Vendée et la Loire-Atlantique en 2015. Ces enquêtes s'appuient sur des questionnaires auto-administrés et diffusés par les prestataires Accueil Vélo sur le parcours. Il s'agissait de récolter des premières données sans lien avec les compteurs automatiques avant de pouvoir mener une enquête qualitative plus importante suivant la méthodologie nationale. Cela a permis de conforter les perceptions et de confirmer le fait que La Vélodyssée suit la tendance des autres itinéraires nationaux, avec une dépense journalière de 65€/jour et le même nombre de kilomètres moyen parcourus. Les villes d'origine et d'arrivée des cyclistes, qui pratiquent l'itinéraire plutôt du nord au sud, ont été aussi observées. Les usagers sont plutôt français, principalement de l'ouest de la France, et privilégient l'hébergement en camping. La balade

à vélo est associée à d'autres activités comme la baignade, la visite de villes, la découverte de la gastronomie, et la recherche de boucles cyclotouristiques à proximité de l'itinéraire , … Les touristes à vélo voyagent beaucoup en couple, en famille, entre amis et sont pour la plupart des CSP+ et des retraités. L'enquête complète peut être diffusée sur demande.
A quoi l'enquête sert-elle ? Outre le positionnement conforté de La Vélodyssée parmi les itinéraires vélo nationaux, elle permet de justifier les actions menées auprès des élus pour assurer la continuité du travail. L'enquête a utilisé une méthodologie partielle pour des raisons de budget et devra être confirmée par une étude de plus grande ampleur qui est prévue pour 2018-2019.

Vous avez fait le Tour de Charente à vélo en mai, quel a été le sens de cette démarche ?

Nicolas LEMEUNIER, chargé de mission aménagement, Charente Tourisme

Le Tour de Charente à Vélo.
Le constat de départ : un réseau d'itinéraires important en Charente mais peu connu et valorisé, notamment un manque d'information sur la sécurité et la circulation sur les itinéraires. En parallèle, un travail sur le déploiement d'Accueil Vélo sur le territoire venait d'être lancé, avec 30 hébergeurs labellisés. D'où l'idée d'effectuer un Tour de Charente à Vélo et de s'appuyer sur cette opération pour capitaliser l'information, la mettre à disposition sur internet, et sensibiliser les prestataires et acteurs du territoire. Au final, le Tour de Charente à Vélo a eu lieu en mai pendant une semaine. Les enseignements ? Un accueil très positif par les acteurs du territoire, le constat d'une bonne signalisation sur le terrain, des niveaux de difficulté variés et une faible perception de risques ou de contraintes liés aux voies partagées. En termes de mise en tourisme, le besoin est fort de valoriser l'offre de consommation sur le territoire et de mettre en valeur les sites de visite et produits du terroir. Lors du Tour, la fréquentation sur les réseaux sociaux de Charente Tourisme a été multipliée par 3 par rapport à la normale. S'y ajoutent de bonnes retombées médias et un retour positif de la presse allemande. Au final, l'outil-blog pourrait se pérenniser en intégrant la plateforme départementale dédiée à la randonnée. La volonté du Département de mieux connaître la clientèle et de développer les compteurs vélo est forte.

QUESTIONS DE LA SALLE

À Velocomotion : comment le recrutement des loueurs s'effectue-t-il et avec quel modèle économique ?
Au démarrage, Velocomotion a démarché les loueurs selon des critères de qualité. Aujourd'hui, le recrutement fait l'objet de sollicitations directes de la part de loueurs. Il n'y a pas de coût pour le loueur mais une commission sur la réservation.

Parfois les loueurs ne sont pas très favorables à la location de vélos pour l'itinérance. Comment les convaincre ?
Velocomotion : c'est le choix du loueur mais Velocomotion tente de les sensibiliser.
Bagafrance : il existe une forte demande liée à la location de vélos pour l'itinérance, notamment de la part des clientèles étrangères. La plupart des TO passent également par des loueurs. Sur La Loire à Vélo en 2016, les loueurs n'ont pas pu assumer toute la demande avec un refus de 10% des commandes. Il y a un manque de flotte et de loueurs aujourd'hui

pour valoriser les itinéraires, ainsi qu'un maillage et une logique de distribution entre les loueurs.

Quels sont les résultats de l'extension des services de Bagafrance sur La Vélodyssée en 2016 ?
Cette extension a très peu fonctionné avec uniquement 2 clients sur 4 mois d'activité. Ce tronçon va être certainement arrêté l'année prochaine. Les explications sont qu'il y a peu de circuits organisés par des TO sur ce tronçon de La Vélodyssée et que la majorité des cyclistes en Loire-Atlantique et Vendée sont des touristes en séjour.

Quelle valorisation des loueurs labellisés Accueil Vélo est faite sur Velocomotion ?
Une valorisation spécifique des loueurs Accueil Vélo est prévue via les fiches profil des loueurs.

Cette logistique mise en place pour assister des pratiques de mobilités douces est motorisée. Comment garder un esprit de développement durable ?
La vision macro-territoriale et l'organisation en réseau des services sont peut-être une solution.

Sur la question de l'intermodalité vélo+train : est-ce que la location ne serait-elle pas une réponse à ce sujet épineux ?
L'intermodalité vélo+train est un défi et correspond à deux usages : le pendulaire et le touristique. Ces deux usages correspondent à des périodes différentes dans la journée. Pour le pendulaire, une des réponses est le stationnement sécurisé. Pour l'usage touristique, peut-être que la hausse de la demande pemettra de faire évoluer la prise en compte du vélo dans les trains et les cars.

Quelle est la zone de chalandise de Bagafrance, le nombre de rotations et de kilomètres moyens ?
Nos véhicules peuvent circuler de 8h à 18h, en général de 9h30 à 16h30. Pour gérer 4 véhicules sur 400 km, nous avons mis au point un concept logistique avec une base de données géolocalisée, une réservation en ligne, un devis automatique, le paiement en ligne et un récapitulatif de randonnées. Il y a entre 300 et 400 bagages par jour par véhicule en saison, jusqu'à 90 bagages à la fois par véhicule.

Au sujet de La Vélodyssée, existe-t-il des informations sur l'évolution de la fréquentation ?
Des compteurs automatiques vélo sont placés sur l'itinéraire et montrent une augmentation. En Bretagne, une enquête qualitative a eu lieu en 2013. Les comptages montrent une fréquentation de +10% en 2015. Des loueurs se sont installés sur l'itinéraire et une offre émerge notamment sur Roscoff-Hendaye. C'est très positif, mais il faudrait une offre encore plus importante de loueurs.

Comment s'organise concrètement le travail d'Alsace à vélo ? Quel est le statut juridique du partenariat et quels sont les moyens humains et financiers mis au profit du partenariat ?
Alsace à vélo n'a pas d'existence juridique propre, il s'agit d'une convention de partenariat. Un plan d'action pluriannuel est validé par les partenaires financiers avec un budget moyen de 70 000€ par an (communication, promotion, animation, services). Il n'y a pas d'ETP dédié

à ce projet. Le temps de travail est réparti entre les agents des partenaires, en fonction de leurs compétences, et mis au profit des actions communes.

Quel est le statut de Bagafrance ?
Il s'agit d'une société par action simplifiée avec capacité de transport de personnes et de marchandises de moins de 3,5 tonnes. Il y a une réglementation à respecter en la matière.

Contribution d'un représentant de la Direccte
L'Etat peut être un partenaire important des projets des territoires en matière de tourisme à vélo. En Alsace, la Direccte est partenaire d'Alsace à vélo et a ainsi participé au financement de son étude préalable, à la production de cartes sur les véloroutes et voies vertes et au cofinancement d'aménagements cyclables. Aujourd'hui, un nouveau dispositif peut être mobilisé : l'action collective, dont une est ciblée sur le tourisme à vélo pour fédérer les professionnels en Alsace.

Comment assurer un suivi de la qualité et de l'entretien des itinéraires cyclables ?
Sur le site d'Alsace à vélo et son application, il est possible de déposer un signalement lié à l'entretien et l'infrastructure pour faire intervenir les équipes. Des signalements remontent aussi pour les acteurs de La Vélodyssée via le site internet. En Charente-Maritime, la question de l'entretien fait l'objet d'un partenariat avec les collectivités locales. Un outil a également été développé à l'échelle nationale par le Pôle Ressource National Sports de Nature, Suricate. Cet outil permet de faire remonter des signalements sur les véloroutes et voies vertes. Il fait l'objet d'un partenariat avec le portail Loisirs d'IGN et la FFRP entre autres.

Afin de favoriser la consommation touristique des itinérants à vélo, la mise en place de « box » vélo sécurisés pour les vélos et les sacoches peut être utile. Est-ce que cela existe ailleurs que sur le Canal de Nantes à Brest ?
Sur La Loire à Vélo, un nombre croissant de sites de visite proposent du stationnement sécurisé et des consignes sous la responsabilité des usagers à cause du plan vigipirate. On manque d'initiatives privées sur le sujet.

Afin de structurer la filière, est-ce que la gestion des itinéraires cyclables ne pourrait pas inclure des partenariats publics-privés ?
L'avenir du tourisme à vélo nécessite un soutien aux initiatives privées. Aujourd'hui, les projets vélo ne sont pas toujours soutenus par les banques et les investisseurs. Le tourisme à vélo a besoin du soutien d'initiatives privés pour croitre et ces dernières ont besoin du soutien des banques et des investisseurs pour se développer. Cela appelle à un soutien politique fort à ce genre de projet. France Vélo Tourisme, en tant que partenariat public-privé s'inscrit dans cette logique.

© Club itinéraires 2016, « Compte-rendu »
Rédaction et réalisation : Agathe DAUDIBON, Départements & Régions Cyclables.
Participations et relectures : Véronique BRIZON et Claire BOURGEOIS, Tourisme & Territoires ; Sylvie BANOUN, Coordination interministérielle pour le développement de la marche et de l'usage du vélo ; Vincent OBERTO, Direction générale des entreprises ; Camille THOMÉ, Etienne COUVREUR et Dorothée FRANKE, Départements & Régions Cyclables.