

Conférence nationale du tourisme à vélo 2024

12 & 13 juin à Grenoble



Ouverture

Olivier AMBLARD, président de France Vélo Tourisme

Nicolas MERCAT, vice-président de Vélo & Territoires

Christian MOURISARD, vice-président d'ADN Tourisme



Mot d'accueil

Christophe SUZYLO, président d'Isère Attractivité

Sylvain LAVAL, vice-président de Grenoble-Alpes Métropole et président du SMMAG, syndicat des mobilités



Stratégie

Destination France à vélo : cap vers 2030 !

Camille THOMÉ, directrice de Vélo & Territoires



Stratégie

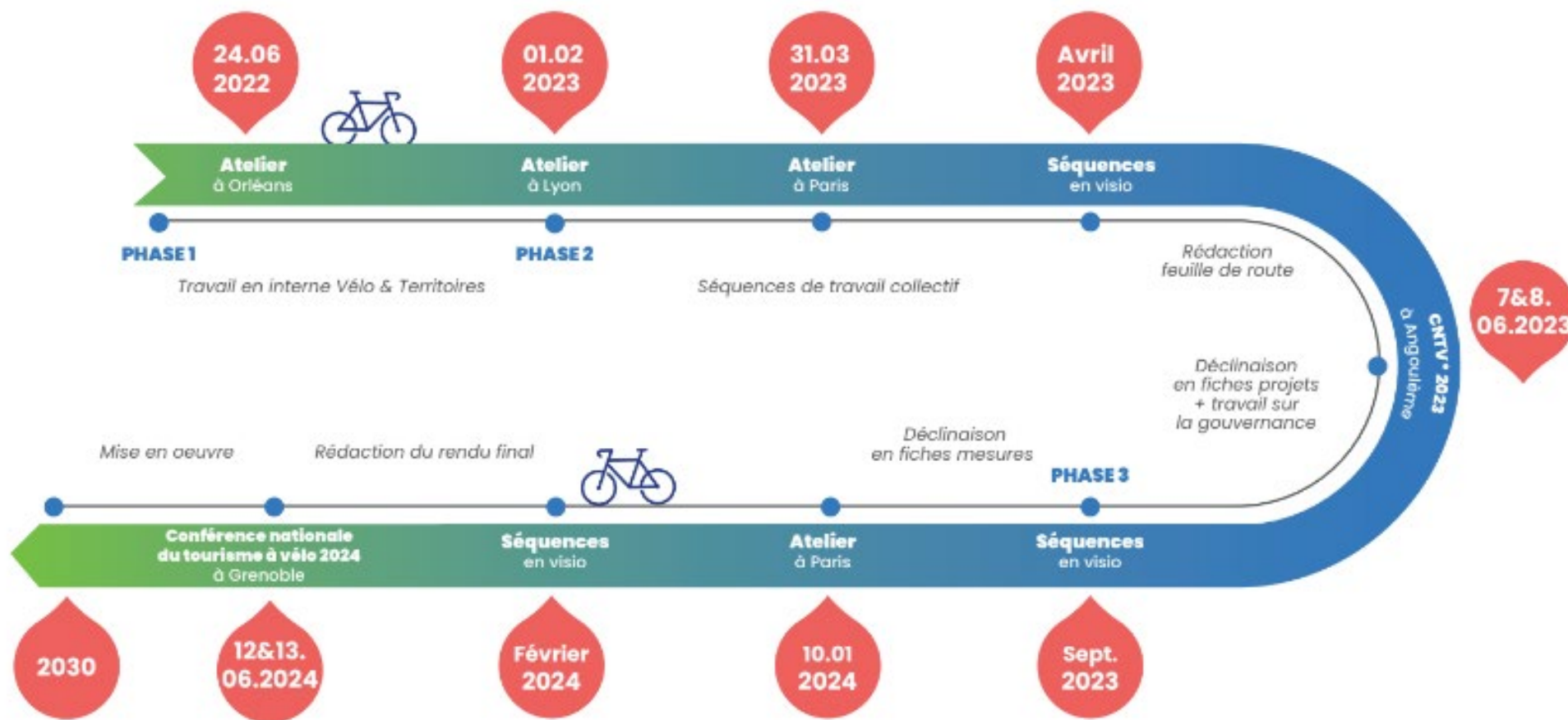


+1 000 h
de travail collectif cumulé



20 séquences de travail
dont 16 en visio et 4 en présentiel (Orléans, Lyon, Paris)

80 personnes
issues de 56 organismes publics et privés



Stratégie

8 axes clés

- Appréhender le tourisme à vélo au regard du changement climatique et des problématiques de tourisme **DURABLE**
- Développer un **MAILLAGE** de réseaux continu et attractif, avec une ambition touristique, pour une diversité des pratiques
- Fluidifier l'**INTERMODALITÉ** et l'**ACCÈS** au parcours et à l'offre touristique à vélo
- Offrir des **ÉQUIPEMENTS & SERVICES** structurés, qualifiés et adaptés aux attentes spécifiques des touristes à vélo dans leur diversité
- **ACCULTURER** au tourisme à vélo pour favoriser les apprentissages
- Offrir aux clientèles françaises et internationales une **INFORMATION** complète, uniforme, accessible et attractive sur la destination France à vélo
- Affiner la connaissance des profils clientèles et suivre dans le temps les retombées du tourisme à vélo (**OBSERVATION**)
- Structurer et piloter la stratégie nationale du tourisme à vélo (**GOUVERNANCE**)

Stratégie

Un manifeste en ligne

Soutenez la stratégie



FUTUR DU TOURISME : QUELLES TENDANCES D'ICI À 2030 ?

Conférence nationale
du tourisme à vélo 

12 Juin 2024



©Alfred Schrock

À TÉLÉCHARGER

SCAN ME



A glowing, wireframe brain with a central light burst and a horizontal beam of light passing through it. The brain is rendered in shades of blue and cyan, with a bright yellow and orange glow at the center. A horizontal beam of light, transitioning from white to yellow, passes through the center of the brain.

TRANSCENDANCE & HYBRIDATION

SE TRANSCENDER POUR MIEUX SE RÉINVENTER

Le secteur touristique = **assemblage de prestations**

Le tourisme a besoin de « **se transcender pour mieux se réinventer** »

Apparition de l'**hybridation**, devenue un **moyen de valoriser de nouveaux comportements**

La **gouvernance** au sein des destinations est un sujet central.



COMMENT VONT SE COMPORTEUR LES TOURISTES D'ICI À 2030 & QUELLES SONT LEURS ATTENTES ?

TENDANCE #1 : LE PASSAGE D'UN TOURISME DE MASSE À UN TOURISME D'ESPACE

TENDANCE #1 : LE PASSAGE D'UN TOURISME DE MASSE À UN TOURISME D'ESPACE

Exemple - Tourisme virtuel de masse

→ **L'ascension virtuelle du Mont-Blanc**



TENDANCE #1 : LE PASSAGE D'UN TOURISME DE MASSE À UN TOURISME D'ESPACE

Exemples - Le tourisme d'espace

→ La protection des villages inscrits au patrimoine mondial de l'Unesco avec des quotas et des systèmes de réservation d'entrées

→ L'association de la région Sud avec Waze pour contrôler les flux touristiques



© Mike Swigunski



TENDANCE #2 : UN MONDE SANS FRICTION



TENDANCE #2 : UN MONDE SANS FRICTION

L'expérience globale de voyage sera **la plus fluide possible**, sans rupture de charge.

[64%](#) des consommateurs pensent que l'expérience client est plus importante que le prix.
[51%](#) des clients n'iront plus dans une destination ou n'utiliseront plus une marque après une seule expérience négative.

Facteur clé de succès : **la parfaite intégration des solutions au sein des infrastructures déjà présentes**. Ex : Gare ferroviaire > Départ à vélo

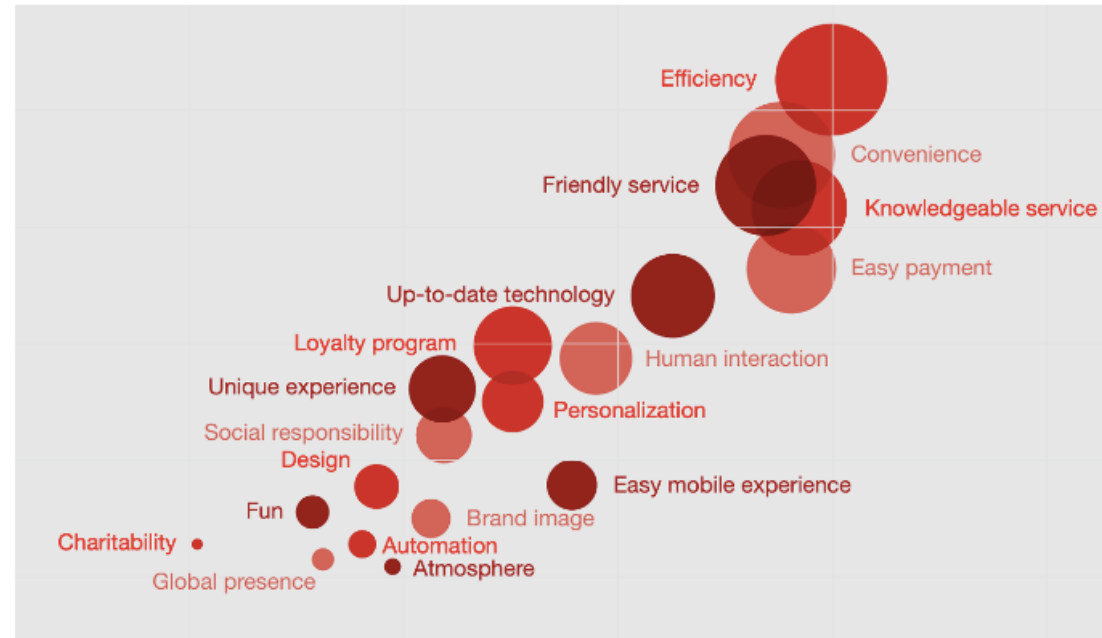


Schéma : « Ce que les consommateurs apprécient le plus dans leur expérience client »
- PwC, Experience is everything: Here's how to get it right, 2018

TENDANCE #2 : UN MONDE SANS FRICTION

Exemple de gestion du « dernier kilomètre » à **Zermatt** ou encore à **Saas Fee**





TENDANCE #3 : L'HYPER TOURISME

TENDANCE #3 : L'HYPER TOURISME

Exemple - « Hyper connexion »

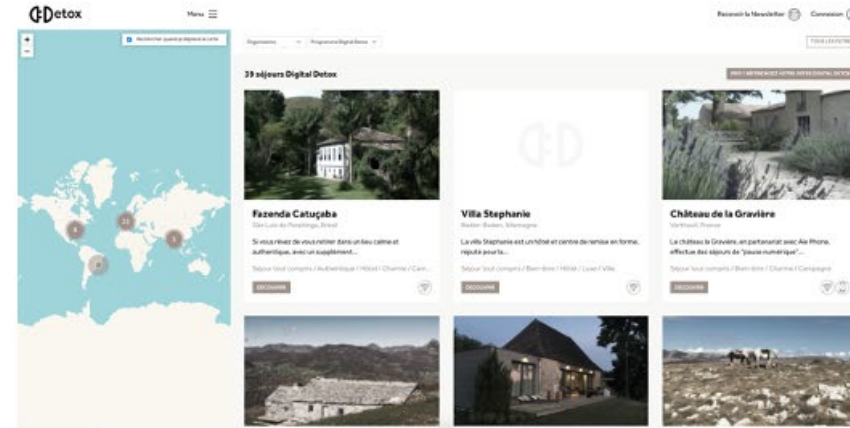
→ **Club Med**



TENDANCE #3 : L'HYPER TOURISME

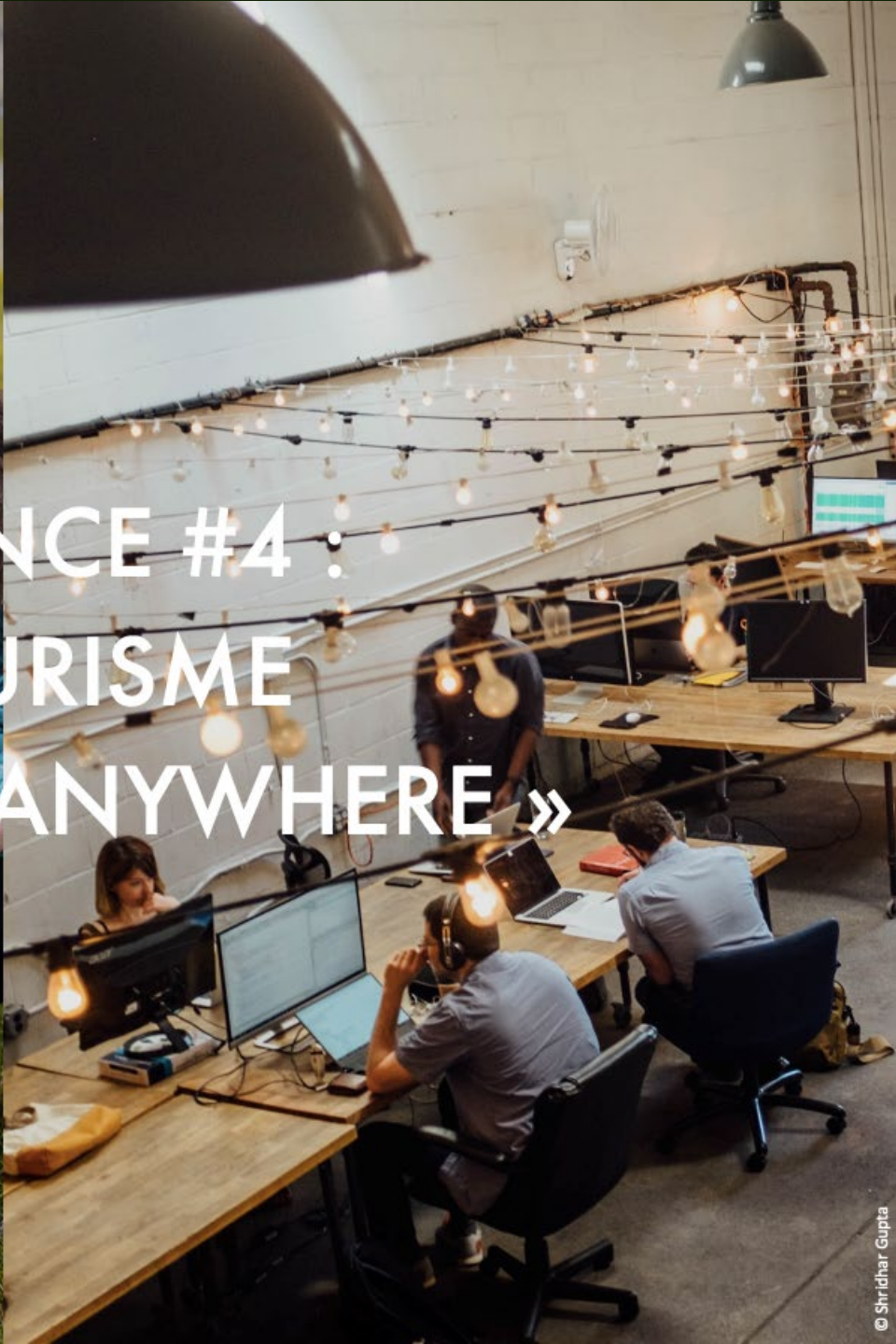
Exemples « Hyper déconnexion »

La plateforme en ligne [Digital Detox.Guide](#)
Hôtel La Vallée Blanche à Pralognan
Chalet Lavis-Trafford à Bramans

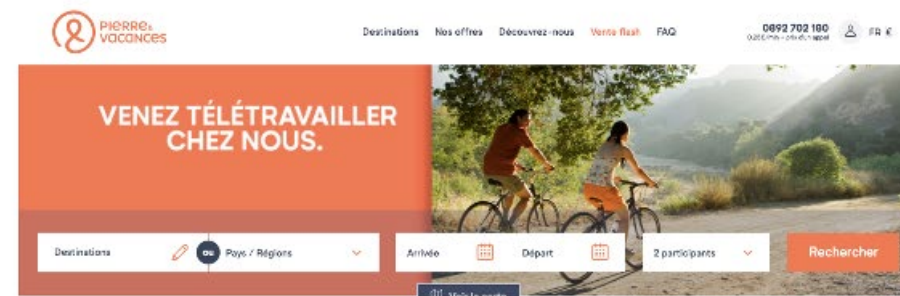




TENDANCE #4 :
LE TOURISME
« ANYTIME, ANYWHERE »



TENDANCE #4 : LE TOURISME « ANYTIME, ANYWHERE »



Exemple « Worldiday »

→ **Pierre & Vacances** + clé 4G (en partenariat avec GoBox).



An aerial photograph of a lush, green landscape featuring terraced rice fields. The terraces are arranged in a series of concentric, wavy patterns that follow the contours of a hillside. The fields are filled with water, reflecting the surrounding greenery. Numerous palm trees are scattered throughout the landscape, particularly in the foreground and along the edges of the terraces. The overall scene is vibrant and verdant, showcasing a harmonious blend of agriculture and nature.

TENDANCE #5 : LE « GREEN TOURISME »

TENDANCE #5 : LE « GREEN TOURISME » OU LE TOURISME UTILE POUR SATISFAIRE LA QUÊTE DE SENS

Exemples

- Habitat for Humanity
- Chaîne d'hôtels & resorts Outrigger



Small group travel that makes a difference



Travel experts

31 years, 7 continents, thousands of trips; we're the adventure travel experts.



B Corporation

The world's largest travel B Corporation, dedicated to being better.



Responsible travel

The leader in responsible, ethical small group adventures since 1989.



TENDANCE #6 :
LE « MICRO » TOURISME

TENDANCE #6 : LE « MICRO » TOURISME

Exemple « Micro musées »

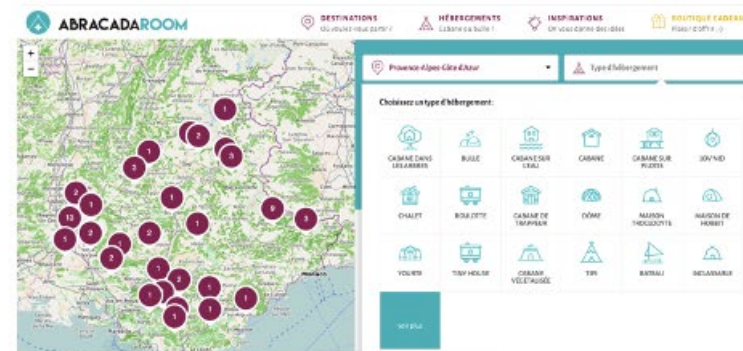
→ Les musées **Micro Folie**

Exemple « Micro maisons »

→ La plateforme de réservation [Abracadaroom](#)

Exemple « Micro festival »

→ Le Micro Festival de Liège (Belgique)



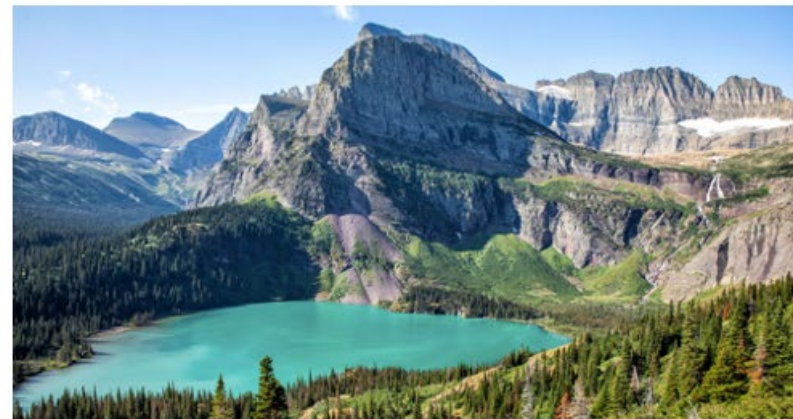
TENDANCE #7 : LE TOURISME « DE L'URGENCE »



TENDANCE #7 : LE TOURISME « DE L'URGENCE »

Exemples

→ Les îles Galápagos, la Grande Barrière de Corail en Australie, l'île de Pâques, le Parc National des Glaciers du Montana ou encore Venise sont autant d'endroits qui offrent une biodiversité ou une architecture unique et hors du commun. Ces sites sont menacés par les effets du changement climatique, mais aussi par le tourisme « de la dernière chance ».



© Damiano Baschiera, Simon Berger, Sophie The Laya Yogis, Arterra/UIG via Getty Images

The background image shows the Supertrees at Gardens by the Bay in Singapore during sunset. The sky is a mix of orange, pink, and blue. The Supertrees are illuminated with a purple and pink light. A walkway is visible in the foreground, curving around the trees.

TENDANCE #8 : LE TOURISME « RÉGÉNÉRATIF »

TENDANCE #8 : LE TOURISME « RÉGÉNÉRATIF »

Exemples

Annecy : La charte du voyageur

Nouvelle-Zélande & la promesse Tiaki

Finlande et les Îles Palau (près de 255 000 serments pris à ce jour) : « serment écologique »

Islande : 8 principes essentiels de son serment sur un ton humoristique



CONCLUSION

*« La production touristique se résume trop souvent à une production logistique. Or, mettre la composante humaine au cœur de l'offre touristique n'est pas inclure du service dans de la logistique, c'est **construire la logistique autour du service** »*.*

La **satisfaction des nouvelles attentes des visiteurs** est la seule garante de la pérennité et de la rentabilité des entreprises, et ultimement de l'avenir de l'industrie touristique !

* Source : Christian Delom, Senior Vice President Strategy chez Eventiz Media Group

QUID DU FUTUR DU TOURISME À VÉLO ?

Table ronde

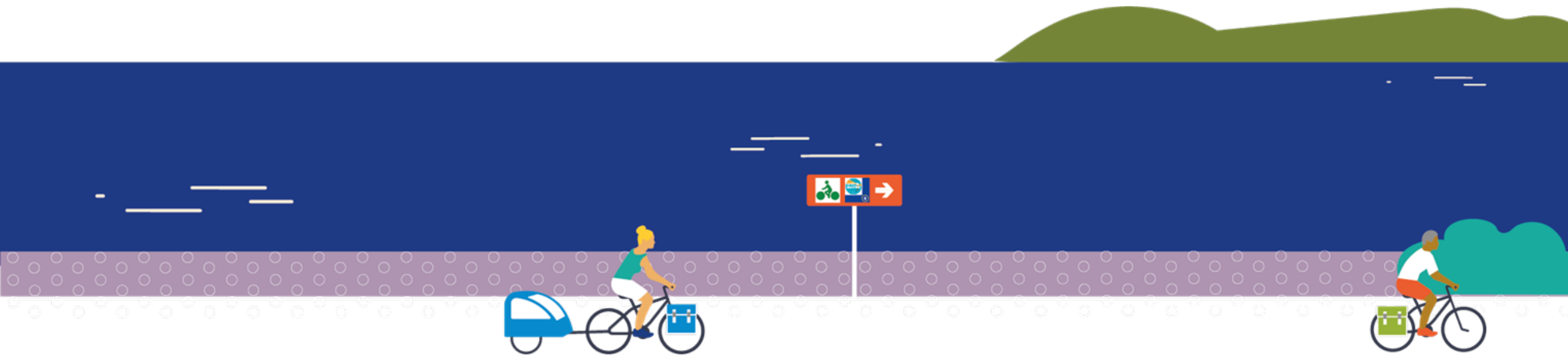
Le futur du tourisme à vélo, gage d'un tourisme durable ?

Intervention et animation : **Armelle SOLELHAC**, conférencière experte en tourisme et outdoor, Switch Consulting

- **Jennifer CHICOYNEAU de LAVALETTE**, chargée de projets « filières touristiques », Région Normandie
- **Thomas HONORÉ**, co-gérant d'Altebike
- **Fabien FERDINANDY**, président de Loopi
- **Mathieu ROCHEBLAVE & Pierre MAYADE**, Parc Naturel Régional du Vercors

Pause ravito 

RDV dans 15' pour la suite !



En rayon

Comment développer une offre de tourisme à vélo adaptée aux enfants/adolescents ?

Animation : **Karine DUPUY**, directrice de France Vélo Tourisme

- **Konstanze MEYER**, experte en tourisme à l'ADFC (en visio depuis l'Allemagne)
- **Benoît TAILLARD**, Conseiller développement filière Cycles à l'UCPA

Agenda

1. Introduction
2. Les différents groupes cibles
3. L'infrastructure adaptée aux enfants cyclistes
4. Marketing & communication
5. Bonnes pratiques
6. Questions



© Yaopey Yong/Unsplash

À propos de l'ADFC

Représentation des intérêts



Savoir-faire en vélotourisme



Produits et services



Pourquoi est-il important de développer une offre de vélotourisme adaptée aux enfants?

- les enfants = les cyclistes de demain
- Les vacances – le temps...
... de changer d'habitudes
... d'apprendre et de découvrir
... De faire de nouvelles expériences



© Tourismus NRW e.V.

**NORD
RHEIN
WEST
FALEN**

Tourismus NRW e.V.

Les différents groupes cibles

Les groupes cibles

Mini
(1 à 3 ans)



Midi
(4 à 9 ans)



Maxi
(10 à 13 ans)



Mini (1 à 3 ans)

Les enfants sont transportés dans leur siège/rémorque/vélo utilitaire. S'ils pédalent eux-mêmes, les distances ne sont que très courtes.

Motifs

- Les intérêts des parents sont au premier plan
- Les enfants observent
- Logistique/escales pour boire/manger, toilettes, découvrir



Cadre légal – Questions

- Y a-t-il un âge minimum pour les personnes qui transportent les enfants ?
- Est-ce que les personnes qui transportent les enfants ont le droit d'emprunter les trottoirs ?
- Conditions requises à l'équipement (casques, ceinture de sécurité, nombre et poids maximum d'enfants, ...) ?

Midi (4 à 9 ans)

Les enfants de ce groupe parcourent les distances avec leur vélo adapté. La distance parcourue varie fortement selon l'âge et la condition physique.

Motifs

- Les intérêts des enfants et des adultes ont la même importance
- Aventure et découvertes
- Escales: terrains de jeu, les informations accompagnant le tour sont transmises de façon ludique



Cadre légal - questions

- Jusqu'à quel âge les enfants peuvent-ils emprunter les trottoirs?
- Où est-ce les adultes accompagnant ont-ils le droit de rouler?
- Quelles sont les exigences quant à l'équipement?

Maxi (10 à 13 ans)

La condition physique permet de parcourir des distances plus longues. L'éducation à la sécurité routière a lieu.

Motifs

- Les intérêts des enfants gagnent en importance/arrivent au premier plan. Ils commencent à planifier des circuits eux-mêmes.
- Les défis sportifs sont de plus en plus importants.
- Escales: activités sportives, informations et interaction digitales



Cadre légal – Questions

- À partir de quel âge les enfants doivent-ils emprunter la rue/piste cyclable au lieu du trottoir?

L'infrastructure adaptée aux enfants cyclistes

Sécurité et trafic

- Itinéraire sur des voies sans voitures ou à faible trafic
- en ville ou sur des voies avec un trafic élevé: parcours sur des pistes cyclables indépendantes ou, si cela n'est pas possible, sur des pistes cyclables séparées, pas d'utilisation de la route.
- Traversées sûres: en cas de traversée avec un îlot central, celui-ci doit avoir la taille adéquate.
- pas d'escaliers ni de marches
- accès sans barrière aux gares/quais de gare



Heidelandschaft Elbe-Elster © TMB Fotoarchiv Julia Nimke

Largeur du chemin

- Largeur minimale de 2 mètres
- Possibilité de circuler en continu avec des remorques pour enfants (pas d'ornières, pas de virages serrés ou à angle aigu).
- Renoncer aux barrières de circulation et aux bornes d'accès



© ADFC Berlin



© Mark Stosberg/Unsplash

Surface



© Gesundland Vulkaneifel GmbH/ Helmut Gassen

- Bonne ou très bonne qualité de la surface: sans dommages dangereux, nids de poule, surfaces glissantes
- Les sections sur les chemins à sable ou pavées de pierres sont à éviter

Itinéraire & distances

- Idéalement en circuit avec le même point de départ et d'arrivé
- Prévoir les possibilités de terminer l'itinéraire avant la fin avec les transports en commun
- Peu de pentes, pas de descentes rapides
- Parcours rectiligne
- Itinéraire varié avec caractère d'aventure et points d'intérêt

Mini



20-30
km

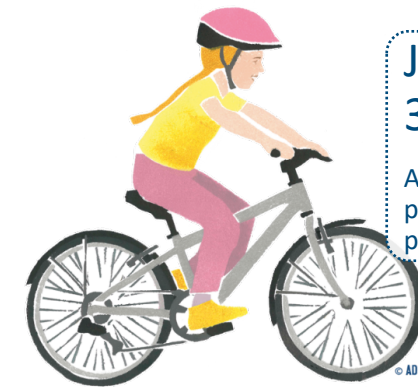
Individuelle-
ment variable

Midi



10-15
km

Maxi



Jusqu'à
30 km

Adolescents:
plus de 30 km
possibles

Infrastructure accompagnante & services

- Inclure des restaurants/café, possibilités d'approvisionnement et aires de repos à l'itinéraire
- Les aires de repos et terrain de jeu devraient être en bon état et idéalement raconter une histoire accompagnant l'itinéraire (mise en scène thématique)
- Toilettes avec un équipement adapté aux enfants: table à langer, siège pour enfants, lavabo bas
- Transports en commun adaptés aux besoins des familles, possibilités de transport de vélos, gare sans barrières
- Panneaux d'informations adaptés aux enfants



Images :

© Andreas Kirschner/ Serfaus Fiss Ladis Marketing GmbH

© Kurverwaltung Bad Bodenteich

© Sauerland Tourismus/ Sabrinity

Marketing et communication

Intégrer la diversité à l'offre et à la communication

Lors de la conception de l'offre il faut garder les besoins des différentes constellations familiales à l'esprit. Les familles se distinguent entre autres par:

- L'âge
- L'état civil
- L'identité et orientation sexuelle (des adultes responsables et des enfants)
- La taille de la famille
- Les capacités physiques et mentales
- Le budget
- Les influences culturelles



© Children Nature Network

Conception de l'offre

- Créer une dramaturgie, raconter une histoire le long du circuit
- Intégrer différents points d'intérêt selon le groupe d'âge

Mini



Aires de jeux et de repos

© Zillertal Arena/Johannes Sautner

Midi



Sites de baignade, aire de jeux, salon de crème glacé, possibilités d'escalade en nature, ...

© Zillertal Arena

Maxi



Offres sportives, offres des transmission de connaissances

© Zillertal Arena/Johannes Sautner

Communication

- Tarification favorable aux familles, tickets familiaux, rabais sur les cartes d'hôtes, etc.
- Communiquer les offres dans les hôtels, blogs, médias adaptés aux familles
- Matériel d'information uniforme, séparé et adapté aux enfants dans la presse écrite et en ligne

Mini



Pages complémentaires pour les enfants dans les dépliants et guides

© Andreas Kirschner/Serfaus Fiss Ladis Marketing GmbH

Midi



matériel d'information spécifique pour ce groupe

© Serfaus Fiss Ladis Marketing GmbH

Maxi



approche moins enfantine, offres numériques et des possibilités pour la planification autonome

© Sauerland Tourismus/Sabrinity

Bonnes pratiques: Heilbronner Land

Screenshot @
Heilbronnerland.de

Familienausflug Neckartal-Radweg

Je nach Kondition und "Pausenprogramm" eignet sich der Abschnitt von Lauffen bis Gundelsheim für 1-2 aktive Familienausflüge auf dem Rad.

▼ mehr Info

↔ 37,19 km ↗ 30 m ↘ 50 m

GPX-Track



KR5 Familientour - von Affen und anderem Getier

↔ 29,93 km ⌚ 2h 5m
↗ 115 m ↘ 115 m ○ Rundtour

Eine gemütliche Radelrunde im Leintal mit zahlreichen Park- und Spielanlagen an der Strecke. Highlights für Kids sind der Leintalzoo und die experimenta.



N4 Genießertour rund um Neckarsulm

↔ 15,04 km ⌚ 1h 5m
↗ 134 m ↘ 134 m ○ Rundtour

Diese familientaugliche Radtour bietet Blick auf Ausläufer des Kraichgaus und die eindrucksvolle Schichtstufenlandschaft mit Ausläufern der Löwensteiner Berge.



N6 Sportliche Familienausfahrt im Neckartal und Sulmtal

↔ 24,59 km ⌚ 2h
↗ 188 m ↘ 188 m ○ Rundtour

Abwechslungsreiche Landschaften, coole Einkehrtipps und einige Aktivitäten wollen auf dieser "Flussrundfahrt" entdeckt werden.



SB5 Familienausfahrt



Besonderheiten der Tour



Einkehrmöglichkeit



öffentliche
Verkehrsmittel



für Familien
geeignet

En haut à droite © anzock
photography | Gemeinde
Nordheim

En bas à droite ©Ulrich Seidel
| Stadtverwaltung Lauffen am
Neckar





Obstacles au développement d'une offre adaptée aux enfants



Des questions?

Nous rejoindre



Till Palme
responsable du département
tourisme |
Bureau national de l'ADFC
till.palme@adfc.de
0049 30-209 14 98-59



Konstanze Meyer
consellière en tourisme |
Bureau national de l'ADFC
Konstanze.meyer@adfc.de
0049 30-209 14 98-479

Notre
partenaire:
Tourismus NRW
e.V.

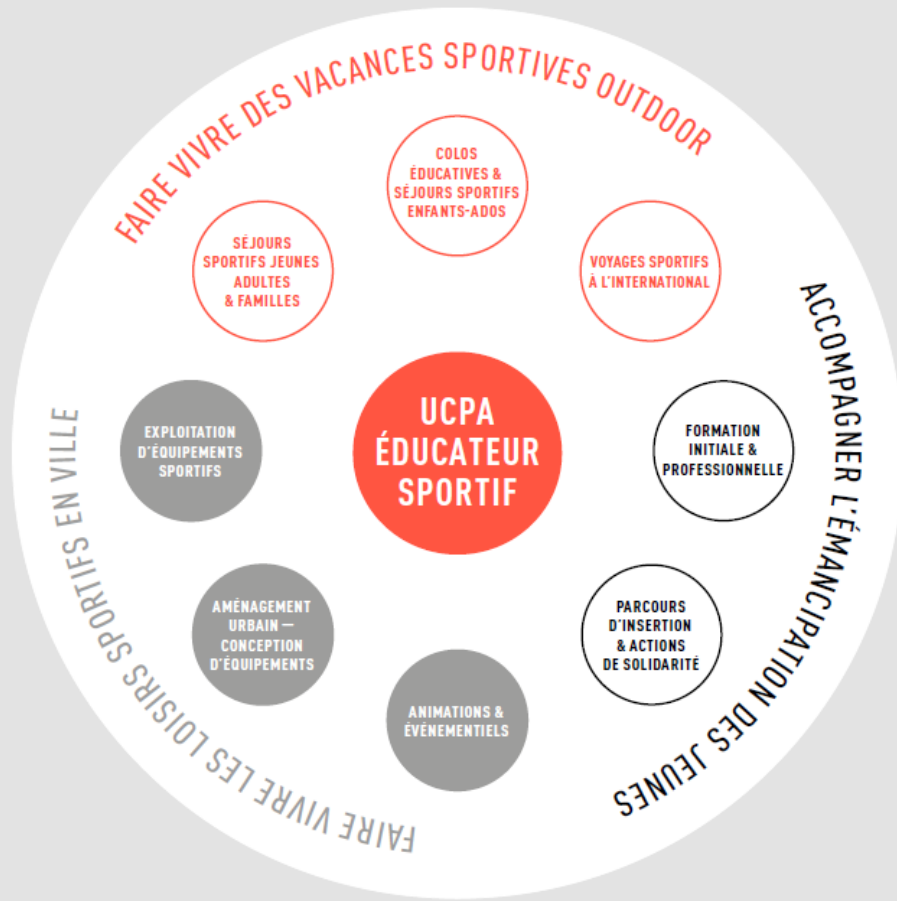


Nina Dahlhaus
responsable du département
tourisme de nature et
d'aventure | Tourismus NRW
e.V.
dahlhaus@nrw-tourismus.de

LE PROJET UCPA

“Créée en 1965, l’UCPA est une association qui a pour objectif de permettre au plus grand nombre de jeunes, sans discrimination, de s’initier aux pratiques sportives et de s’y perfectionner, développer la solidarité et l’autonomie de ses usagers et œuvrer dans le sens de l’émancipation de la personne.”

UCPa



LES ACTIVITÉS

LE PROJET

CE PROJET EXPRIME LES BUTS ÉDUCATIFS ET LA DÉMARCHE PÉDAGOGIQUE DE NOTRE ASSOCIATION POUR ACCOMPAGNER L'ÉPANOUISSEMENT DES PERSONNES, LEURS RELATIONS AVEC LES AUTRES ET AVEC LE MONDE ENVIRONNANT.

DÉVELOPPER SON AUTONOMIE_

L'UCPA propose à chacun(e) l'opportunité de comprendre, d'agir et de progresser pendant les séances d'activités et la vie quotidienne avec les autres. Les activités sportives sont adaptées au milieu et aux conditions de pratique, ainsi qu'au niveau de chacun(e). L'équipe UCPA accompagne chacun(e) dans l'acquisition de capacités de confiance, de maîtrise et d'engagement pour être autonome.

PARTAGER EN COMMUN_

L'UCPA propose des activités et un mode de vie partagés, dans des espaces et temps communs. Dans le respect mutuel des différences, chacun(e) participe, est intégré(e) et acteur(rice) de la vie collective. L'entraide, la coopération et la convivialité donnent l'énergie pour progresser, chacun(e) et ensemble. Accompagné(e) par l'équipe UCPA, chacun(e) révèle ses capacités à être attentif(ve), à l'écoute et dans l'échange pour mieux vivre en commun.

PRENDRE SOIN DE CHACUN(E)_

L'UCPA propose des activités et un mode de vie équilibrés dans leurs rythmes et leurs intensités. En prenant le temps de se libérer du quotidien, chacun(e) apprend à prendre soin de soi et des autres, et prend mieux conscience de ce qu'il(elle) vit pour donner du sens à son expérience. L'équipe UCPA guide chacun(e) dans la connaissance de ses capacités, à reconnaître celles des autres et à cultiver ensemble un regard positif pour le bien-être de tous.

AGIR AVEC LA NATURE_

L'UCPA propose des activités en pleine nature et des destinations urbaines, dans une démarche responsable. L'expérience du lien avec la nature conduit à faire des choix plus cohérents, respectueux du vivant et participant au bien commun. Face aux limites de la planète, avec l'équipe UCPA, chacun(e) développe sa créativité, sa capacité à agir sur son impact et sa résilience pour générer de nouveaux équilibres.

UCPa

Sport Vacances



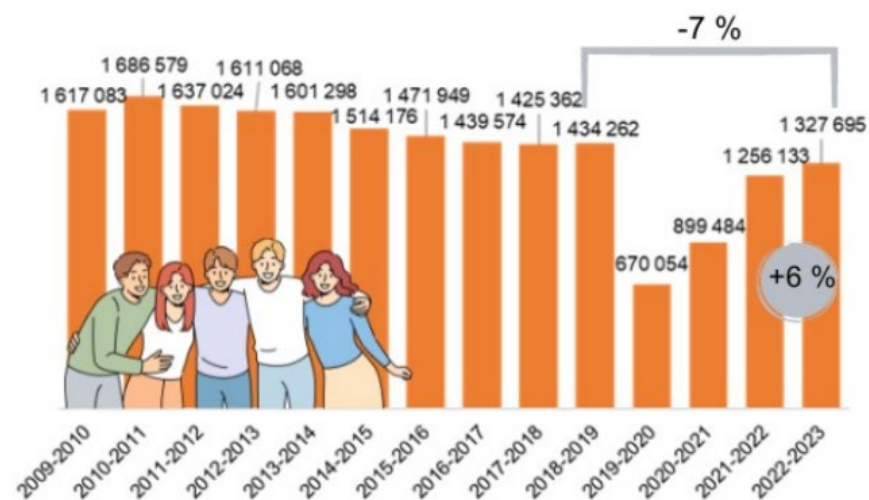
Quelques Chiffres

Évolution des colonies de vacances en France.

Tableau 1 : Effectifs de départs de mineurs en séjours collectifs selon le type de séjours et l'année (toutes périodes et toutes destinations confondues)

	2018-2019	2021-2022	2022-2023	Évolution 2022-23 par rapport à l'avant crise
Séjours de vacances	845 203	786 272	809 425	-4 %
Séjours courts	69 527	59 652	67 961	-2 %
Séjours spécifiques	148 014	133 433	158 103	+7 %
Séjours « activité accessoire »	371 518	276 776	292 206	-21 %
Ensemble des séjours	1 434 262	1 256 133	1 327 695	-7 %

Graphique 2 : Effectifs de départs de mineurs en séjours collectifs selon l'année (toutes périodes, toutes destination et tous types de séjours confondus)



Vocabulaire

Séjours de vacances : séjours non spécifiques de cinq jours ou plus (à minima quatre nuits).

Séjours courts : séjours non spécifiques de moins de cinq jours (de une à trois nuits).

Séjours spécifiques : séjours sportifs, linguistiques, artistiques ou culturels, rencontres européennes de jeunes, chantiers de jeunes bénévoles, séjours OFAJ (Office franco-allemand pour la jeunesse), séjours de cohésion organisés dans le cadre du SNU (Service national universel, s'adressant aux 15-17 ans). Ces séjours spécifiques sont destinés à des mineurs âgés d'au moins 6 ans (à partir d'une nuit).

Séjours « activité accessoire » aux accueils de loisirs et de jeunes, nommés aussi « mini-camps » (de deux à cinq jours / de une à quatre nuits).

Effectifs de départs de mineurs : Si au cours d'une année, un mineur participe à plusieurs séjours, il sera comptabilisé plusieurs fois. Les données ne portent donc pas sur le nombre de mineurs partis mais bien sur les effectifs de départs de mineurs.

UCPA Secteur enfant - adolescent.

SITES FRANCE - Saison estivale 2023

52 563 PAX

(+0,9% evo vs S2-22)

37 086 PAX Indiv part
+ 2,2 % Evol Indiv part
vs S2-22

39 617 Pax en Adultes
pour 28 sites

72 SITES OUVERTS

- TX de remplissage saison Nb de lits ouverts / période :
 - Juin : 86% - Nbre de lits 4 150
 - Juillet : 94% - Nbre de lits 27 900
 - Août : 83% - Nb de lits 21 750
 - Octobre : 73%

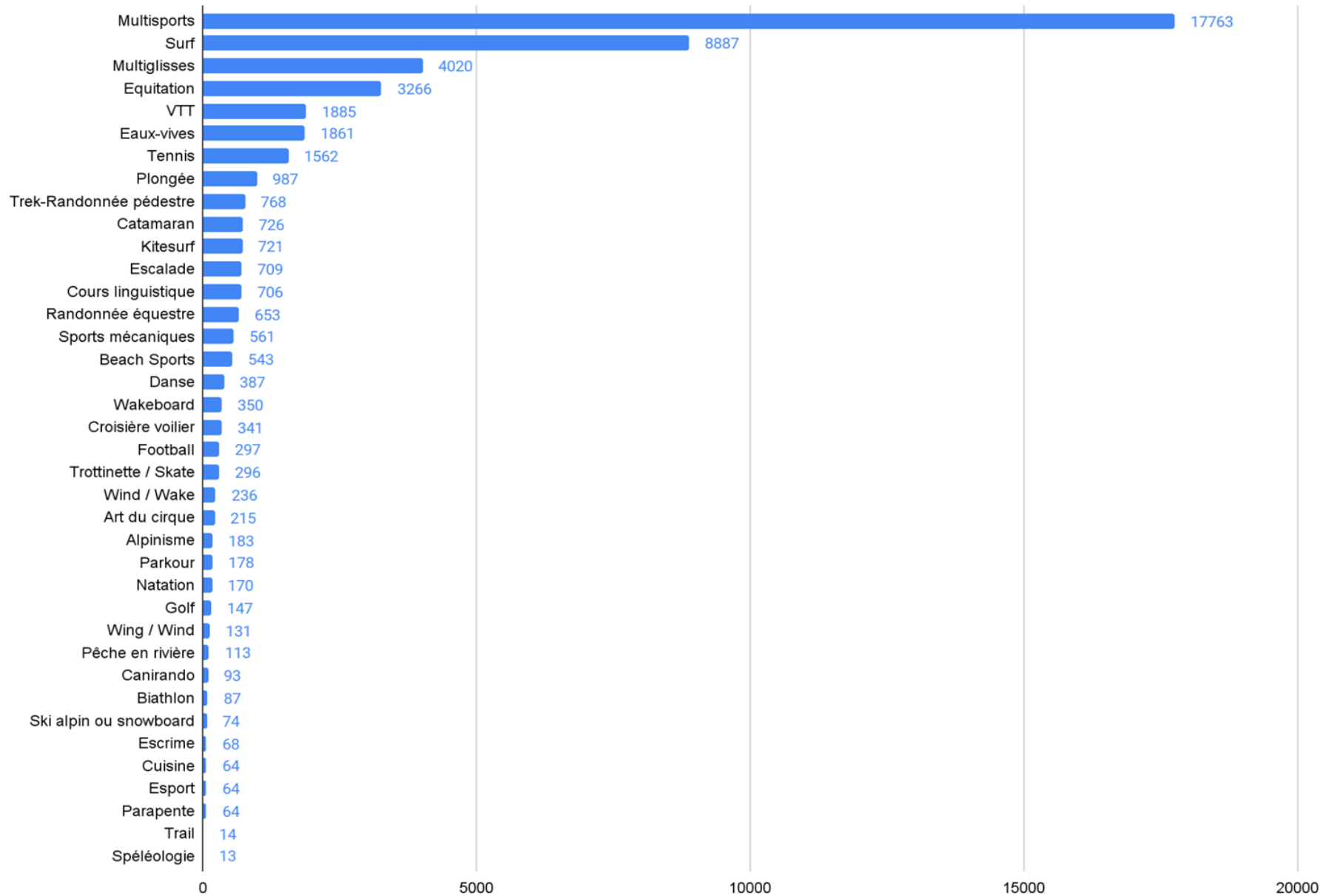
RANKING DES VENTES PAR TERRIT.

1. **SUD-OUEST 29,5%**
2. **ALPES 26%**
3. **MED 14%**
4. BRET/PDL 10%
5. IDF 9%
6. Massif central 6%
7. Pyrénées 2%
8. AVFR 2%
9. Croisières 1%
10. Antilles 0,3%

600 PRODUITS ouverts à la vente

- **PLEIN-TEMPS: 241 produits = 46% des MEV**
- **MI-TEMPS : 325 produits = 54% des MEV**
- **AVFR : 31 produits**
- **Croisières : 20 produits**

RANKING DES ACTIVITÉS (ODYSSEE FRANCE)



Stage Sportif tout compris

Colonie de vacances

Stage de 5 à 7 jours comprenant:

- **Transport**
- **Hébergement**
- **Restauration**
- **Activité**
- **Prêt du matériel**
- **Encadrement**

Accueil Collectif de Mineurs - Déclaration Jeunesse et Sport

Public Varié:

Enfant adolescent 6 -17 ans

Niveau: Débutant - initié - Expert

Format de stage:

- **Spécifique, Activité "Vélo" pratiquée tous les jours**
- **Multisport, une activité sportives différentes tous les jours (dont le Vtt)**
- **L'itinérance, voyage.**

Focus Stage Spécifique VTT

Semaine Type

- **Dimanche** Equipement + Installation dans les chambre (17/22h Activités + veillées tt les jours)
- **Lundi** Harmonisation + Découverte des niveaux + **Prendre soin de chacun**
S'adresser à tout le monde, connaître les prénoms, harmoniser les groupes, vérifier que le matos est adaptés à tous
- **Mardi** Technique + Vidéo + Mise en situation péda + **Rendre autonome** et lucide sur leur niveau
Définir les objectifs de la semaine pour évoluer en sécurité sur le bike Park et respecter son niveau pour ne pas se mettre en danger
- **Mercredi** Break + ½ journée Vtt + Jeux **Favoriser le partage** (Chill Ride - Test figure - Tchou - Tchou)
Créer des souvenirs mémorable, la piste ensemble, le saut incroyable, générer des effets Whaou en groupe
- **Jeudi** Technique + Prépa Niveaux (Validation des objectifs technique de la semaine)
Selon les envies du groupe
- **Vendredi** Validation de la progression - Chrono - Partage Sensation - Restitution du Matos - **Agir avec la nature**
Accorder de l'importance à l'entretien du matériel pour améliorer sa durabilité et limiter notre consommation.



Focus VTT

SITES FRANCE - Saison estivale 2023

→ Stage Spécifique VTT

- Volume en légère hausse.
- 82% de remplissage sur les produits vendus.

Dominante Bike Park - Station de ski aménagée - Utilisation des remontées mécaniques

Destination “hors périmètre montagne” - **Lacanau - Etampes - Bois le Roi** - Utilisation d'infrastructures différentes.

Axé sur le ludisme

→ Stage multisports (Initiation). Volume important, difficile à définir. 7k pax env.

Découverte de l'activité - Fidélisation - Futur stage spécifique

→ Stage Itinérance, Remplissage poussif pour ces stages sans valeur ajoutée.

Voyage à vélo: SURF TRIP Complet dès la 1ere année

Programme d'activité en complément du voyage à vélo.

14 jr - Alternance de journée de voyage et de journées d'activités

Les projets: Stage Ebike pour les kid's



Les clés de la réussite :

Stage tout compris "Hôtellerie" - Ambiance conviviale - L'importance des activités

→ **Stage Spécifique Vélo**

- Utilisation de parcours aménagés
- Prêt de matériel spécifique
- Progression pédagogique, et encadrement adapté
- Mise en avant du ludisme - du jeu - du plaisir - Vitesse - Saut
- Vigilance sécurité



→ **Stage Multisports**

- Séance très progressive

Exemple: Séance plateau + utilisation d'aménagement adaptés

- Recherche de plaisir

→ **Stage "Voyage à vélo" Juniors**

- Appellation Surf trip Vélodyssée - Trek Vél'eau
- Voyage + activités nautiques
- Construction d'un programme d'activité en complément de l'itinéraire.

Comment déployer la pratiques dans des territoires à plus faible relief ?

Favoriser les aménagements “vélo ludique” pour tous.

- Plateau d'initiation
- Espace maniabilité
- Pumptrack
- Pistes Vtt descendantes
- Airbag

Création de Trail Center

[Exemple: Projet](#)



Les services:

- Encadrement
- Location
- Restauration
- Vestiaires
- Base loisirs
- Station (nettoyage, réparation, recharge)
- Logements, Camps, ACM

Proposer des activités lors de voyage à vélo



*Le voyage à vélo ne suffit plus pour les jeunes...
Favoriser l'accès à diverses activités sur les itinéraires.*

- *Recensement des possibilités*
- *Collaboration*
- *Communication*
- *Marketing*
- *Intégration de picto / activité sur les cartes?*
- *Proposition d'itinéraire "clé en main"?*

Activités de loisirs pour familles / enfants

- Accrobranche
- Base de loisirs
- Activités nautiques
- Découverte
- Spot Glisse



MERCI

CONTACT

TAILLARD Benoit

Tél. 06 87 28 43 93

btaillard@ucpa.asso.fr

UCPa
SPORT YOUR NATURE

À vos questions !



RDV demain



Dès 8h30

Accueil café et 2 séries d'**ateliers simultanés**

- Atelier 1 : Accueil Vélo
- Ateliers 2 & 4 : Structurer une destination vélo
- Atelier 3 : Schémas de gouvernance
- Atelier 5 : Hébergement à la nuitée
- Atelier 6 : Gravel

Dès 14h

Stratégie nationale du tourisme à vélo et **Table ronde** sur la diversité du tourisme à vélo

Votre soirée

Dès 17h30

Visites organisées par



À partir de 19h

Accueil **soirée festive** – RDV au téléphérique de Grenoble-Bastille