

Stratégie nationale du tourisme à vélo

# Destination France à vélo

## Cap vers 2030 !



JUIN 2024

 **vélo&  
territoires**

COORDINATEUR DU RÉSEAU NATIONAL CYCLABLE

# Édito

Dans un contexte en restructuration, accélérée par la crise de la Covid 19, le vélo de façon générale, bien au-delà du tourisme à vélo, s'est démarqué, offrant une expérience différente et unique de liberté et de découverte de notre patrimoine naturel et culturel. Ses chiffres de fréquentation ont enregistré un boom, aussi bien pour les déplacements du quotidien que pour le tourisme, le sport et les loisirs. Il est donc important de tirer parti de l'immense progression de la pratique du vélo et de l'appétence des européens à des vacances durables et plus éco-responsables pour conforter la France dans sa place de première destination touristique mondiale.

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

Cette volonté d'aller plus loin et d'accélérer sur le tourisme à vélo contribue à une dynamique engagée autour de la **filière économique du vélo en France** qui reprend, parmi **ses 9 engagements pour un avenir durable**, l'objectif de faire de la France la première destination mondiale pour le tourisme à vélo en 2030. Considérant qu'un touriste à vélo dépense quotidiennement 24 % de plus qu'un autre touriste et que les retombées économiques du secteur sont évaluées à 4,2 milliards d'euros en 2019, il est évident que le tourisme à vélo nourrit l'activité économique locale, génère des emplois non délocalisables et, ce faisant, participe à l'économie nationale.

Au quotidien, des acteurs locaux publics et privés s'engagent pour répondre de façon qualifiée aux attentes et aux besoins des touristes à vélo. Les collectivités conduisent des stratégies cyclables de plus en plus ambitieuses, le secteur économique se structure et innove, les associations et les socioprofessionnels s'investissent. Le tourisme à vélo est aujourd'hui un véritable levier d'attractivité de nos territoires qui doit être conforté.

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

Car la France à vélo ne pourra ravir la première place à ses voisins allemands sans **disposer d'une stratégie globale et nationale du tourisme à vélo**. Pour cela, un cap national devait être clairement défini et renforcé. Il doit mobiliser les acteurs traditionnels du tourisme à vélo, mais aussi du sport et des loisirs, de l'événementiel, de l'accueil, de l'information, des séjours, de la promotion, de l'encadrement, des transports, de l'économie sociale et solidaire...

C'est dans ce contexte que Vélo & Territoires a, pendant près de deux ans, coordonné un groupe de travail collaboratif composé d'acteurs privés et publics pour établir d'abord une feuille de route intermédiaire, puis pour aboutir à la stratégie nationale du tourisme à vélo et sa trentaine de mesures concrètes. Le collectif ayant pris part à la démarche a la volonté de voir ces propositions portées, relayées et financées pour une mise en œuvre et une prise en main au niveau national et dans les territoires. **Avec toujours une même finalité : faire de la destination France le leader en matière de tourisme à vélo.**



Le poids du tourisme à vélo en France	04
Le(s) tourisme(s) à vélo, définition	05
La démarche d'intelligence collective au service d'une stratégie nationale	06
Les 3 défis à relever pour le tourisme à vélo en France	08
Des enjeux aux mesures, des axes clés pour répondre à l'ambition	10
Vers un tourisme durable	12
Un maillage de réseaux adaptés à la multiplicité des pratiques	13
Miser sur l'intermodalité, maillon faible du tourisme à vélo	14
Vers une offre structurée d'équipements & de services	15
Rendre le tourisme à vélo accessible à tous	16
Mieux promouvoir et informer sur la destination France à vélo	17
Mesurer pour objectiver et ajuster la stratégie	18
Piloter et animer la stratégie dans le temps	19
Fiches mesures	20
Remerciements	76

## Le poids du tourisme à vélo en France

Les données disponibles à ce jour mettent en exergue le poids grandissant du tourisme à vélo en France :

Le chiffre d'affaires généré par le tourisme à vélo était estimé en 2019 à **4,2 Milliards d'euros\***



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



La fréquentation moyenne des itinéraires EuroVelo en France a progressé de **+4 %** entre 2022 et 2023\*\*



**22 millions de Français** pratiquent le vélo pendant leurs vacances\*



**En 5 ans**, l'impact économique du tourisme à vélo sur un itinéraire tel que La Loire à Vélo ou une destination telle que la Bretagne a été **multiplié par 2\***



Les 15 sites de l'écosystème France Vélo Tourisme enregistraient **6 millions de visites** en 2023



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

Au 1<sup>er</sup> janvier 2024, **21 530 km ouverts** au Schéma national des véloroutes et **48 900 km** de boucles cyclables \*\*



En 2023, la marque Accueil Vélo® propose **8 500 services**



**88 000 km de sentiers** VTT qualifiés et balisés  
**+ de 5 000 km d'itinéraires** gravel\*\*\*

**1 250 moniteurs-guides** cyclistes\*\*\*\*



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

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

\*\*\* Source : FFC

\*\*\*\* Source : enquête emploi filière vélo 2023

## Le(s) tourisme(s) à vélo, définition

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

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

Un touriste est défini<sup>1</sup> par le fait qu'il séjourne au moins une nuit en dehors de son domicile principal. Les touristes à vélo se distinguent par la pratique du vélo pendant leur séjour, qu'elle soit ponctuelle ou plus intense.

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

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

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

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

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



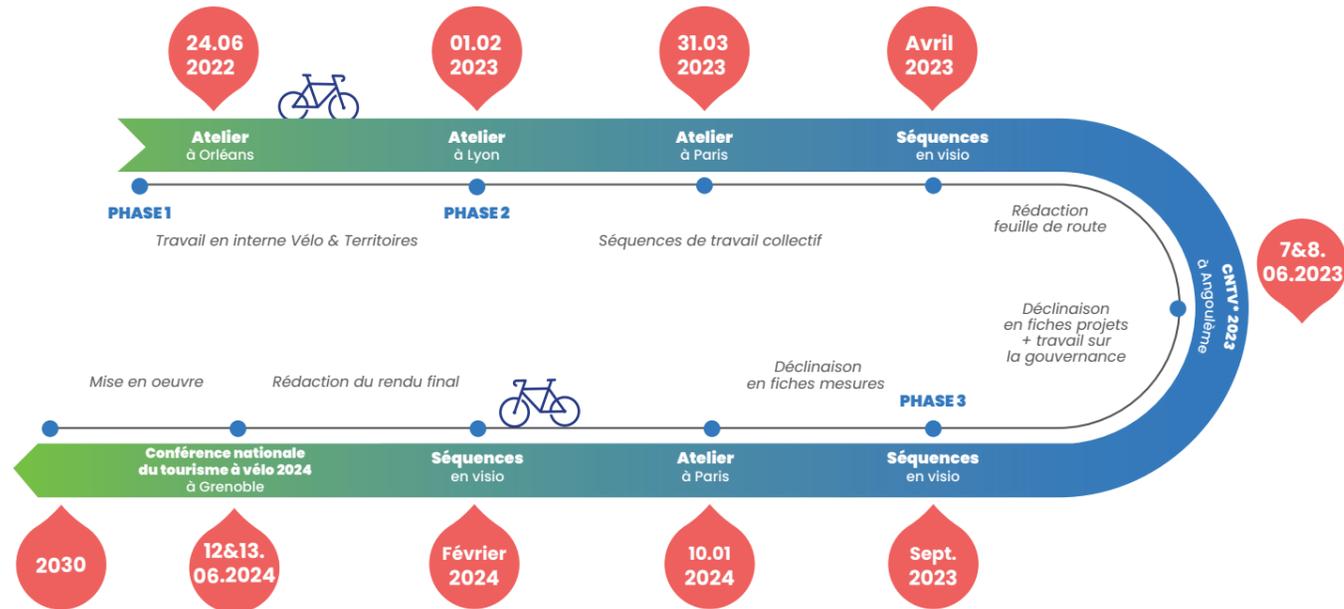
Le collectif a conduit ses travaux selon la « RAISON D'ÊTRE » suivante :

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



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

Atteindre la première marche des destinations vélo : challenge accepté ! Portée et coordonnée par Vélo & Territoires, la démarche dite d'« intelligence collective » autour de la stratégie nationale du tourisme à vélo a vu le jour à Orléans en juin 2022 et s'est poursuivie jusqu'en mars 2024, dans la continuité des travaux de la filière économique du vélo. Le travail a été mené en plusieurs phases :



\* Conférence nationale du tourisme à vélo

## Phase 1 : des freins et des atouts identifiés

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

### Capitaliser sur les singularités de la destination France à vélo

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

Le tourisme à vélo constitue en effet un vrai levier de développement économique pour l'ensemble des territoires, y compris les plus reculés, à condition de structurer davantage les réseaux de pratique du vélo, et de disposer d'équipements et de services « vélo friendly » pour l'ensemble des pratiques. Car le but est bien de rendre le tourisme à vélo facile et accessible à tous, en s'adressant aussi bien à une clientèle d'aventuriers expérimentés qu'à des néophytes à la recherche d'une expérience grâce au vélo.



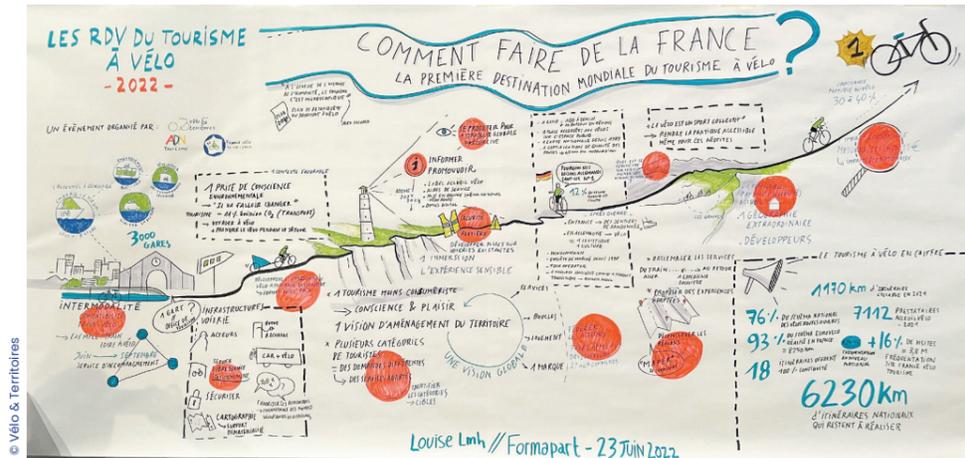
### Bien identifier les freins, pour mieux les dépasser

Pour autant, le pays devra lever quelques points de blocage pour aller plus loin et s'attaquer aux sujets de fond, parmi lesquels :

- doter l'ensemble du territoire d'un maillage cyclable cohérent, équilibré et de qualité ;
- travailler l'intermodalité ;
- proposer une offre d'équipements et de services plus étoffée et structurée ;

- offrir une information lisible, accessible et attractive ;
- disposer d'une connaissance fine des clientèles et des retombées économiques.

Pour proposer un service clé en main, simplifier le parcours client et laisser la part belle au plaisir et à la découverte, une implication collective de tous les acteurs, des institutionnels aux socioprofessionnels, doit s'opérer à l'échelle des destinations.



Frise réalisée par Louise le Marc'hadour, juin 2022

## Phase 2 : des attentes et des objectifs partagés

Au premier semestre 2023, un collectif d'une trentaine d'acteurs publics et privés poursuit la réflexion engagée à Orléans. Cette phase organisée et animée par Vélo & Territoires avec l'appui de l'ADEME :

- définit les attentes communes ;
- remet à plat les principaux freins et rêves de chacun, l'écosystème d'acteurs et les défis à relever ;
- valide et arrête les enjeux thématiques de transformation ;
- réfléchit aux leviers d'action possibles et pistes de mesures à creuser pour chaque thématique.

Cette nouvelle séquence, en présentiel, pose les bases d'objectifs à atteindre, impulsant ainsi une dynamique qui s'est poursuivie tout au long de l'année 2023.

Les membres du collectif ont ainsi été invités à se prononcer sur :

- la rédaction d'objectifs réinterrogés selon la méthode « SMART-D » : Spécifiques, Mesurables, Atteignables, Réalistes, définis dans le Temps et Durables ;
- l'avancée de **premières pistes de mesures** à intégrer dans la stratégie nationale.

Ce travail riche et dense a abouti à la formalisation d'une feuille de route, dévoilée à l'occasion de la Conférence nationale du tourisme à vélo à Angoulême les 7 et 8 juin 2023 et pose les premiers contours d'une stratégie, portée par Olivia Grégoire, ministre déléguée en charge du tourisme.

## Phase 3 : des mesures recentrées et clarifiées

Avec près de 80 pistes de mesures avancées dans la feuille de route, une **priorisation** s'avérait nécessaire. À l'automne 2023, le collectif ramène à une trentaine de mesures réalistes et réalisables, à court et moyen terme, duplicables dans les territoires.

Ces mesures ont par la suite été creusées, phasées, budgétées, à l'issue d'un long travail conduit début 2024 par un collectif élargi pour être les plus

opérationnelles et concrètes possible. Le but ? Entrer, à l'issue de cette séquence de rédaction, dans une phase de mise en œuvre. La publication du présent document, rendu public à l'occasion de la Conférence nationale du tourisme à vélo à Grenoble, place ainsi la stratégie sur une rampe de lancement, avec 2030 en ligne de mire.

## 3 défis à relever



Véritable politique transversale, la pluralité des problématiques posées par le tourisme à vélo amène à resituer la réflexion dans un cadre global et durable. Plus que des enjeux, les trois axes suivants se posent autant en challenges à relever qu'en valeurs à pousser pour faire progresser la cause en écho aux défis posés par le contexte actuel.

### Un défi environnemental et climatique

Alors que le tourisme est source de 11 % des émissions de gaz à effet de serre en France, dont les trois quarts liés aux transports, la mutation de l'économie touristique vers un modèle plus durable et éco-responsable est nécessaire face aux enjeux climatiques. En bousculant la vision du secteur et des attentes marquées pour un transport plus décarboné, le déploiement du tourisme à vélo s'impose alors comme un incontournable. Une étude de l'ADEME<sup>2</sup> révèle en effet que 100 % de part modale de vélo pendant le séjour réduirait de 60 % les émissions de CO<sub>2</sub> du secteur à horizon 2030, en plus de produire des externalités positives, grâce notamment à ses bienfaits sur la santé.

Mais **au-delà de la solution de mobilité qu'offre le vélo, le changement climatique interroge par ailleurs sur les mesures d'adaptation à prendre pour, si ce n'est atténuer les causes, en réduire**

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

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



### Un défi sociétal

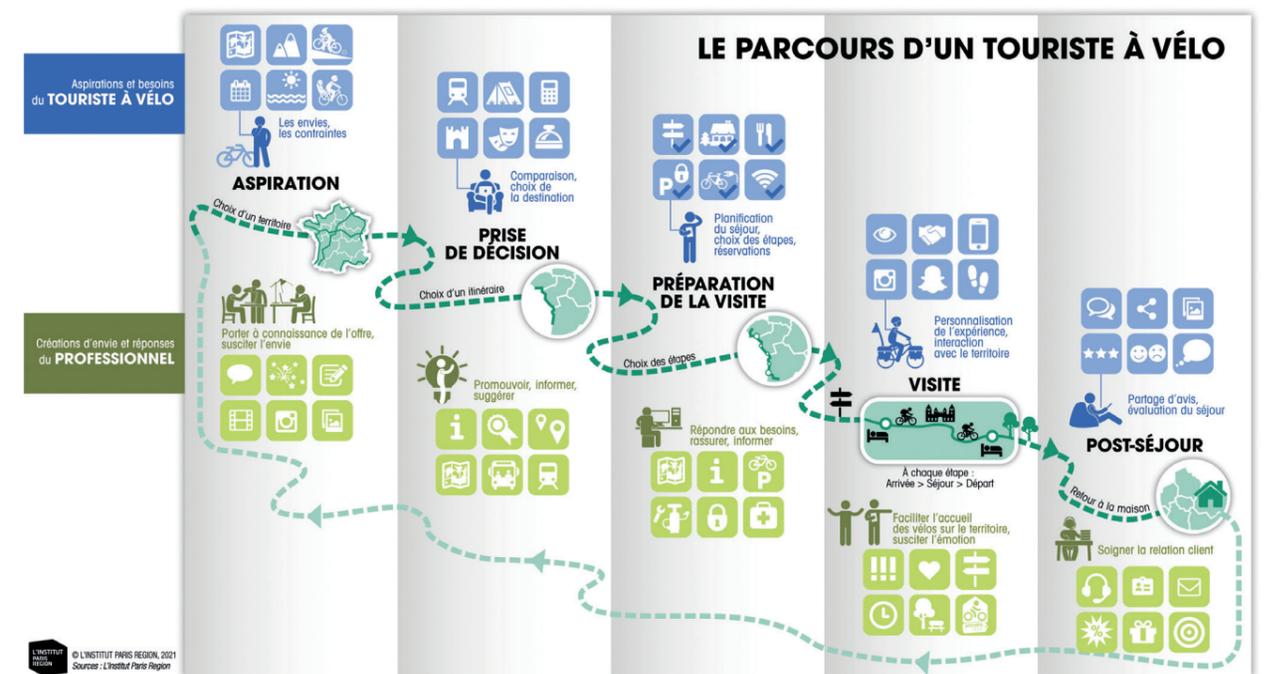
Plus que jamais, depuis la crise sanitaire, les touristes français et étrangers sont en quête d'évasion et de déconnexion ; ils aspirent à « vivre » leur voyage et non plus à le consommer. Ce constat plaide pour une **réinvention d'un tourisme plus vertueux, soutenable et solidaire** dans un contexte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

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

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

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

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



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

### Un défi économique

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

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



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

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

Les paragraphes suivants dévoilent les grandes lignes des enjeux thématiques

retenus, les objectifs et les mesures avancées par le collectif. Celles-ci sont présentées en annexe sous forme de fiches mesure venant préciser les modalités de mise en œuvre, les porteurs de projet potentiels, les acteurs à associer, les coûts estimatifs et financements mobilisables, les indicateurs à suivre, etc.

Le numérique et la data, enjeux majeurs, tant pour appréhender l'évolution du secteur que pour diffuser des informations fiables et actualisées à l'attention des touristes, sont abordés de manière transversale et plus particulièrement sur les thématiques INFORMATION et OBSERVATION.

## Ambition Faire de la France la 1<sup>re</sup> destination mondiale du tourisme à vélo



## Les 8 enjeux déclinés en 27 mesures

### Enjeu transversal

### Mesures

Privilégier un tourisme  
**DURABLE**

1. Rédiger un livre blanc d'adaptation au changement climatique des parcours et pratiques cyclotouristiques
2. Prévoir un dispositif de prévention des risques climatiques et de gestion de crise
3. Accompagner la mise en place de tarifs incitatifs pour les touristes à vélo
4. Recenser les bonnes pratiques en matière de gestion des flux en zones touristiques ou lors d'événements et les partager

### Enjeux

1

Offrir un **MAILLAGE** de réseaux adaptés à la multiplicité des pratiques

5. Qualifier et développer un maillage d'itinéraires et de destinations touristiques vélo
6. Identifier, développer et promouvoir des destinations fleurons du tourisme à vélo en France\*

2

Miser sur l'**INTERMODALITÉ**, maillon faible du tourisme à vélo

7. Délivrer une information claire sur l'ensemble des solutions, fiable et accessible à tous
8. Améliorer l'emport des vélos dans les transports collectifs publics et privés
9. Garantir un stationnement adapté sur les zones touristiques d'affluence
10. Faciliter la location de vélos touristiques en complémentarité avec les transports collectifs

3

Structurer une offre d'**ÉQUIPEMENTS &** de **SERVICES**

11. Approfondir et ouvrir le référentiel national des équipements et les programmes d'accompagnement à une diversité de pratiquants et de services
12. Professionnaliser les acteurs du tourisme et du vélo aux métiers du tourisme à vélo\*
13. Faire connaître la marque Accueil Vélo et la faire évoluer pour atteindre les 20 000 établissements labellisés\*
14. Proposer aux touristes à vélo, à leur arrivée sur un territoire, un haut niveau de services et d'accueil
15. Développer des solutions d'hébergement adaptées aux spécificités des territoires et aux attentes des touristes à vélo

4

Rendre le tourisme à vélo **ACCESSIBLE** à tous

16. Démocratiser le tourisme à vélo auprès des décideurs et prescripteurs nationaux
17. Sensibiliser et former les territoires (décideurs et acteurs économiques locaux) aux enjeux du tourisme à vélo
18. Promouvoir le tourisme à vélo dans le cadre d'événements grand public
19. Initier le public jeune au tourisme à vélo
20. S'appuyer sur la vitrine médiatique du Tour de France avec un focus sur le tourisme à vélo
21. Valoriser le patrimoine et les totems industriels du vélo en France

5

Mieux promouvoir et **INFORMER** sur la destination France à vélo

22. Faire de France Vélo Tourisme la marque de référence de la destination France à vélo en France et à l'international\*
23. Structurer, enrichir et centraliser les informations à diffuser aux touristes à vélo
24. Promouvoir la destination France à vélo à l'international

6

Mesurer pour objectiver et ajuster la stratégie (**OBSERVATION**)

25. Affiner les profils clientèles et les retombées du tourisme à vélo et suivre leur évolution dans le temps\*

7

Piloter et animer la stratégie dans le temps (**GOVERNANCE**)

26. Structurer et piloter la stratégie nationale du tourisme à vélo sur la durée
27. Structurer et piloter les démarches d'itinéraires et destinations vélo

\* Mesure inscrite dans le contrat de filière

## Enjeu transversal. vers un tourisme durable



Tourisme à vélo ne signifie pas forcément tourisme durable. Or, la prise en compte des enjeux climatiques, pour le vélo comme pour n'importe quelle activité, est un impératif pour minimiser les impacts environnementaux, répondre aux nouvelles pratiques des clientèles touristiques et se préparer aux situations extrêmes. La conception et l'adaptation des parcours cyclables, de leur environnement en lien avec les espaces de nature, mais également la sensibilisation du public et des parties prenantes au changement climatique sont un prérequis.

Cela nécessite une approche transversale et collective de la question du durable. « Anticipation, préparation, prévention et sensibilisation » constituent les maîtres-mots de cet axe visant à appréhender un tourisme à vélo plus responsable, conscient des évolutions climatiques et apporteur de solutions vis-à-vis des mobilités touristiques.

Il s'agira à la fois de prendre en compte le changement climatique pour concevoir et améliorer les itinéraires et parcours cyclables, mais aussi d'optimiser et d'inciter à la pratique du vélo sur son lieu de vacances / lors d'événements.

### Appréhender le tourisme à vélo au regard du changement climatique et des problématiques de tourisme **DURABLE**

#### Mesures

- Rédiger un livre blanc d'adaptation au changement climatique des parcours et pratiques cyclotouristiques**  
*Produire un guide déclinant l'ensemble des critères qualitatifs essentiels à la conception ou à l'adaptation d'un parcours cyclable et de son environnement, en accord avec les enjeux de durabilité et d'adaptation au changement climatique*
- Prévoir un dispositif de prévention des risques climatiques et de gestion de crise**  
*Concevoir, rédiger et disséminer un dispositif de bonnes pratiques pour anticiper les risques liés aux aléas climatiques et préparer les réponses adéquates*
- Accompagner la mise en place de tarifs incitatifs pour les touristes à vélo**  
*Recenser en France et au-delà les expériences de tarification incitative mises en place et encourager leur multiplication pour développer la pratique du vélo*
- Recenser les bonnes pratiques en matière de gestion des flux en zones touristiques ou lors d'événements et les partager**  
*Comprendre les enjeux autour de la fréquentation des itinéraires et des hauts-lieux du tourisme à vélo, quantifier les besoins lors des pics de fréquentation et réaliser un guide des pratiques inspirantes en matière de gestion des flux*



" L'enjeu « durable » pourrait presque sembler un pléonasme tant le tourisme à vélo est par essence une composante du tourisme durable. Ce qu'a souhaité le collectif ici, c'est que cette stratégie intègre des mesures qui répondent aux grands enjeux transversaux du secteur : l'adaptation au changement climatique, le report de la voiture individuelle vers des mobilités décarbonées, la gestion responsable des flux touristiques. Les mesures qui découlent de ce travail collectif permettent de mettre en évidence le rôle du tourisme à vélo comme une partie de la réponse à ces grands enjeux. "



Anne-Lise OLIVIER,  
directrice d'ATD  
Acteurs du  
Tourisme Durable

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

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



\* Mesure inscrite dans le contrat de filière

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

#### Mesures

- Qualifier et développer un maillage d'itinéraires et de destinations touristiques vélo**  
*Définir les composantes d'un réseau cyclable à vocation touristique et produire un guide pratique de préconisations et d'accompagnement des itinéraires et destinations*
- Identifier, développer et promouvoir des destinations fleurons du tourisme à vélo en France\***  
*Développer une offre attractive, reconnue et singulière d'itinéraires et de destinations pour en faire des « locomotives » de la destination France à vélo*



" Le tourisme à vélo continue son essor et se décline sous toutes les formes, de la visite touristique en passant par les grands cols du Tour de France, sans oublier les espaces naturels et les stations de montagne. La France a toutes les cartes en main pour devenir la destination touristique incontournable pour tous les amoureux de la petite reine. C'est en ce sens que nous avons travaillé afin d'identifier et de valoriser les destinations fleurons du tourisme à vélo d'aujourd'hui et de demain. "



Julien REBUFFET, directeur du Syndicat National des Moniteurs Cyclistes Français

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



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

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

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

- La **sensibilisation des autorités gestionnaires et organisatrices de transport (AOM)** aux besoins et aux attentes spécifiques des touristes à vélo ;
- La **qualité et la clarté de l'information** diffusée auprès des clientèles, gros point noir du système par sa complexité, l'hétérogénéité de l'offre et sa difficulté d'accès.

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

### Fluidifier l'**INTERMODALITÉ** et l'**ACCÈS** au parcours et à l'offre touristique à vélo

#### Mesures

- 7. Délivrer une information claire sur l'ensemble des solutions, fiable et accessible à tous**  
*Simplifier, uniformiser et délivrer une information fiable et de qualité à l'attention du grand public quant aux solutions existantes d'embarquement, de stationnement et de location de vélos en gare*

- 8. Améliorer l'emport des vélos dans les transports collectifs publics et privés**  
*Poursuivre, diversifier et pérenniser les expérimentations concernant l'emport des vélos et les réservations en ciblant en priorité les pics de fréquentation et les points noirs*

- 9. Garantir un stationnement adapté sur les zones touristiques d'affluence**  
*Réaliser une fiche pratique à destination des sites touristiques et des lieux d'accueil des publics pour les orienter vers des solutions de stationnement et de consigne adaptées*

- 10. Faciliter la location de vélos touristiques en complémentarité avec les transports collectifs**  
*Favoriser des solutions de location vélo comme alternatives crédibles à l'emport sur un parcours et à destination*

" Stationner un vélo de manière sécurisée et adaptée ; embarquer un vélo dans un train, un autocar ou un bateau ; louer un vélo à destination... Il est absolument primordial de penser à l'ensemble des solutions, car les attentes sont fortes. La priorité est avant tout de délivrer une information exhaustive, juste et actualisée, partout et tout le temps. Et le défi est grand ! Ensuite, adapter progressivement et avec beaucoup de pragmatisme les lieux, d'une part, ainsi que les matériels (roulants, flottants !). Pour ce faire, un mot clé revient : la modularité. Enfin, créer des partenariats avec les acteurs du transport d'un côté, mais aussi ceux présents dans les zones touristiques est un long processus à enclencher dès à présent. "



**Julien DE LABACA,**  
le Facilitateur de  
Mobilité, consultant  
et explorateur

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

La France ne pourra grimper sur la première marche du podium des destinations mondiales du tourisme à vélo sans améliorer la qualité de son offre d'accueil et de services. Malgré l'évolution du nombre d'établissements à vocation cyclotouristique, force est de constater que l'offre est déficitaire ou inégalement répartie sur le territoire et de qualité parfois hétérogène. Les personnels d'accueil sont parfois démunis pour apporter une réponse aux touristes à vélo, les hébergements adaptés ou à la nuitée peinent à se développer, les solutions de stationnement vélo restent insuffisantes et les consignes à bagages encore trop peu nombreuses aux abords des sites touristiques.

Ainsi, le travail de structuration de la filière doit se poursuivre et s'étoffer pour proposer des **ÉQUIPEMENTS & SERVICES** adaptés, qualifiés et accessibles au plus grand nombre. Pour atteindre cette ambition, il faudra :

- **Stimuler un environnement plus « vélo friendly »** afin de garantir un niveau de services qualifié à proximité des itinéraires et des spots incontournables de pratique.
- **Soutenir l'émergence et la structuration de services adaptés et concurrentiels.** La France devra renforcer son écosystème pour proposer des services diversifiés et un meilleur rapport qualité-prix, et faciliter l'interaction et la transversalité entre les différents acteurs.



\* Mesure inscrite dans le contrat de filière

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

#### Mesures

- 11. Approfondir et ouvrir le référentiel national des équipements et les programmes d'accompagnement à une diversité de pratiquants et de services**  
*Produire des outils de préconisations permettant de développer des équipements et des services utiles à l'ensemble des touristes, toutes pratiques confondues.*
- 12. Professionnaliser les acteurs du tourisme et du vélo aux métiers du tourisme à vélo\***  
*Proposer aux professionnels actuels et futurs du tourisme et du vélo des formations leur permettant d'appréhender les spécificités et les enjeux du tourisme à vélo*
- 13. Faire connaître la marque Accueil Vélo et la faire évoluer pour atteindre les 20 000 établissements labellisés\***  
*Adapter les référentiels Accueil Vélo et animer le réseau des chargés de labellisation pour faire évoluer la marque et davantage asseoir sa notoriété*
- 14. Proposer aux touristes à vélo, à leur arrivée sur un territoire, un haut niveau de services et d'accueil**  
*S'appuyer sur les portes d'entrée des territoires et sur les pôles d'informations et de services pour en faire des lieux d'accueil « vélo friendly » reconnus*
- 15. Développer des solutions d'hébergement adaptées aux spécificités des territoires et aux attentes des touristes à vélo\***  
*Innover pour pallier les manques d'hébergement à la nuitée, plus particulièrement en zone peu dense ou saturée ; lever les freins réglementaires, administratifs et techniques*

" Le développement d'équipements et services adaptés représente un point clé de la mise en tourisme des itinéraires cyclables, et concerne une importante diversité d'acteurs. Le groupe de travail a permis de prendre de la hauteur sur cette thématique en croisant les visions du secteur public, des associations et des professionnels. Des actions prioritaires ont dans ce cadre été mises en évidence, tout particulièrement sur les sujets des lieux d'interface et des hébergements d'appui à l'itinérance. "



**Yannis VIAL,** chef de produit  
tourisme fluvestre chez Voies  
navigables de France (VNF)

## Enjeu 4 . rendre le tourisme à vélo accessible à tous

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

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

" Le vélo est un formidable outil de découverte de nos territoires. Il connaît un développement sans précédent et génère en France plus de 4,2 Mds de retombées économiques et plus de 33 800 emplois. Reste à le faire savoir à toutes et à tous ! Et pour cela, diffuser une vraie culture vélo auprès de nos décideurs locaux et nationaux, susciter des envies auprès des non-initiés, aider ceux qui se lancent à faire les premiers tours de roue, à commencer par les enfants et mettre à profit notre incroyable patrimoine vélo, le Tour de France en tête. "



Nicolas Mercat,  
Maire du Bourget-du-Lac

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

### Mesures

- 16. Démocratiser le tourisme à vélo auprès des décideurs et prescripteurs nationaux**  
*Recenser les acteurs nationaux potentiellement concernés par les enjeux du tourisme à vélo afin de les informer, les sensibiliser et les fédérer autour du sujet*
- 17. Sensibiliser et former les territoires (décideurs et acteurs économiques locaux) aux enjeux du tourisme à vélo**  
*Référencer les outils d'animation existants et les compléter afin d'accompagner la sensibilisation des acteurs dans les territoires*
- 18. Promouvoir le tourisme à vélo dans le cadre d'événements grand public**  
*Recenser les événements grand public existants en France (festivals, salons...) et créer une banque d'idées de thématiques, de contenus et d'acteurs visant à démocratiser le tourisme à vélo*
- 19. Initier le public jeune au tourisme à vélo**  
*Repérer les expériences réussies d'organisation de séjours éducatifs à vélo, expérimenter et établir une boîte à outils à destination des établissements scolaires et des enseignants*
- 20. S'appuyer sur la vitrine médiatique du Tour de France avec un focus sur le tourisme à vélo**  
*Réaliser des pastilles vidéo quotidiennes, à diffuser sur France Télévision, valorisant le tourisme à vélo dans les territoires traversés par les étapes du Tour de France*
- 21. Valoriser le patrimoine et les totems industriels du vélo en France**  
*Mettre en tourisme des destinations disposant d'un patrimoine matériel ou immatériel à fort potentiel pour porter une culture vélo à la française*



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

Avec 21 grands itinéraires jalonnés, des parcours urbains, plus de 1 000 boucles vélo-loisirs, 300 sites / bases VTT et une dizaine de grandes traversées VTT, ou encore les cols mythiques du Tour de France, la France dispose d'atouts de poids pour explorer à vélo ses richesses géographiques, culturelles et patrimoniales. Du côté des itinéraires, le portail web France Vélo Tourisme (FVT) compilait en 2021, année record, près de 3,8 millions de vues. Un engouement particulièrement marqué depuis la fin du premier confinement, à accompagner pour optimiser les cinq étapes-clés du parcours client et éviter une rupture dans le service rendu : faire connaître et faire rêver, faire son choix, préparer son voyage, vivre une expérience, la partager.

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

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

### Mesures

- 22. Faire de France Vélo Tourisme la marque de référence de la destination France à vélo en France et à l'international\***  
*Faire évoluer l'écosystème numérique actuel de France Vélo Tourisme en intégrant de nouvelles fonctionnalités et de nouvelles offres de tourisme à vélo (en séjours, pratique sportive...)*
- 23. Structurer, enrichir et centraliser les informations à diffuser aux touristes à vélo**  
*Recenser, optimiser et faire connaître auprès des « diffuseurs » les datas et les dispositifs utiles aux touristes à vélo*
- 24. Promouvoir la destination France à vélo à l'international**  
*Collecter les connaissances sur les différents publics étrangers et leurs attentes pour définir les marchés cibles et mieux promouvoir la France à vélo à l'international*

\* Mesure inscrite dans le contrat de filière



" Informer sur la destination et la promouvoir : sur ce sujet qui mobilise tous les autres axes de la STRATAV, cette année a démontré une fois encore la pertinence des approches collectives et mutualisées de l'information sur une France à vélo adaptée à toutes les envies et toutes les pratiques et de sa promotion. Des échanges passionnants et passionnés au croisement du développement des offres vélo, du marketing territorial et des enjeux des datas publiques. "



Karine Dupuy, directrice  
de France Vélo Tourisme

## Enjeu 6 . mesurer pour objectiver et ajuster la stratégie

En 2019, les retombées économiques du tourisme à vélo étaient estimées à 4,2 milliards d'euros. Ce chiffre, nous ne sommes pas en mesure aujourd'hui de l'estimer de manière annuelle et permanente mais il est évident qu'il progresse, compte tenu de la massification du tourisme à vélo sous toutes ses formes.

Ces retombées locales, créatrices d'emplois non délocalisables, nous avons besoin de les quantifier et de les évaluer annuellement, pour mieux porter et structurer la politique du tourisme à vélo en France. De même, il est important de davantage connaître les profils clients des touristes à vélo en France pour mieux cibler leurs besoins et répondre à leurs attentes.

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



\* Mesure inscrite dans le contrat de filière

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

### Mesure

#### 25. Affiner les profils clientèles et les retombées du tourisme à vélo et suivre leur évolution dans le temps\*

##### Objectif 1

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

##### Objectif 2

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

##### Objectif 3

Identifier les freins à la pratique pour apporter de nouvelles solutions

##### Objectif 4

Recenser l'offre et sa répartition sur le territoire

##### Objectif 5

Se comparer entre destinations et pays pour mieux se situer



" L'observation est cruciale pour l'ensemble de la filière du tourisme à vélo. Prendre sa mesure nécessite d'observer les usages, mais aussi de comprendre les comportements et d'estimer le poids économique voire l'impact environnemental. Dans ce domaine plus que tout autre, la compatibilité européenne est clé pour permettre le partage et la comparaison. Même si les besoins et approches diffèrent d'un pays à un autre, les bases d'une observation européenne du tourisme à vélo sont proches d'être posées. Et dans ce domaine, la France a un pas d'avance et tout à gagner à conserver son statut de leader. "



Agathe Daudibon,  
EuroVelo and Cycling Tourism director  
à l'European Cyclists' Federation

## Enjeu 7 . la stratégie dans le temps

La feuille de route livrée en juin 2023 a constitué un cadre de travail pour avancer sur un plan d'actions opérationnel pour la période 2024-2030. Le collectif d'acteurs associés depuis le début de la démarche a poursuivi sa réflexion et s'est entouré d'autres experts de l'écosystème pour élaborer le présent document final et arrêter le contenu de la trentaine de fiches mesure qui composent la stratégie.

Il faut désormais faire vivre cette stratégie, la financer et mettre ses mesures en application afin d'atteindre l'ambition de faire de la France la première destination mondiale du tourisme à vélo. Sous réserve de moyens disponibles, une organisation spécifique, pilotée par Vélo & Territoires, sera ainsi mise en place, dans la continuité des travaux engagés par le collectif. Elle aura pour objectif

de piloter la démarche, de s'assurer du suivi de sa mise en œuvre et de réajuster le plan d'actions au regard de l'avancée des mesures, de l'évolution du contexte et des opportunités de financement.



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

### Mesures

#### 26. Structurer et piloter la stratégie nationale du tourisme à vélo sur la durée

Construire et animer une coordination nationale décloisonnée afin de piloter, suivre et évaluer la stratégie et sa mise en œuvre opérationnelle

#### 27. Structurer et piloter les démarches d'itinéraires et destinations vélo

Engager une réflexion collective afin de lever les freins à la gouvernance des itinéraires et destinations vélo



" La France est un des premiers pays à se doter d'une stratégie nationale du tourisme à vélo. Nous pouvons être fiers d'avoir élaboré ce cap stratégique avec les acteurs du terrain et leur en sommes très reconnaissants. Il nous faut à présent passer à la mise en œuvre opérationnelle. Pour cela, nous avons besoin de porter la stratégie, répartir le pilotage des mesures, faire que les acteurs se l'approprient, continuer à accompagner le collectif. Notre capacité à animer la stratégie du tourisme à vélo, qui compte pour la filière économique du vélo, dépendra évidemment du soutien alloué à la démarche que les territoires ne sauraient financer seuls. "



Camille Thomé,  
directrice de Vélo  
& Territoires

# Les fiches mesures



<b>Mesure 1.</b> Rédiger un livre blanc d'adaptation au changement climatique des parcours et pratiques cyclotouristiques	22
<b>Mesure 2.</b> Prévoir un dispositif de prévention des risques climatiques et de gestion de crise	24
<b>Mesure 3.</b> Accompagner la mise en place de tarifs incitatifs pour les touristes à vélo	26
<b>Mesure 4.</b> Recenser les bonnes pratiques en matière de gestion des flux en zones touristiques ou lors d'évènements et les partager	28
<b>Mesure 5.</b> Qualifier et développer un maillage d'itinéraires et de destinations touristiques vélo	30
<b>Mesure 6.</b> Identifier, développer et promouvoir des destinations fleurons du tourisme à vélo en France*	32
<b>Mesure 7.</b> Délivrer une information claire sur l'ensemble des solutions, fiable et accessible à tous	34
<b>Mesure 8.</b> Améliorer l'emport des vélos dans les transports collectifs publics et privés	36
<b>Mesure 9.</b> Garantir un stationnement adapté sur les zones touristiques d'affluence	38
<b>Mesure 10.</b> Faciliter la location de vélos touristiques en complémentarité avec les transports collectifs	40
<b>Mesure 11.</b> Approfondir et ouvrir le référentiel national des équipements et les programmes d'accompagnement à une diversité de pratiquants et de services	42
<b>Mesure 12.</b> Professionnaliser les acteurs du tourisme et du vélo aux métiers du tourisme à vélo*	44
<b>Mesure 13.</b> Faire connaître la marque Accueil Vélo et la faire évoluer pour atteindre les 20 000 établissements labellisés*	46
<b>Mesure 14.</b> Proposer aux touristes à vélo, à leur arrivée sur un territoire, un haut niveau de services et d'accueil	48
<b>Mesure 15.</b> Développer des solutions d'hébergement adaptées aux spécificités des territoires et aux attentes des touristes à vélo	50
<b>Mesure 16.</b> Démocratiser le tourisme à vélo auprès des décideurs et prescripteurs nationaux	52
<b>Mesure 17.</b> Sensibiliser et former les territoires (décideurs et acteurs économiques locaux) aux enjeux du tourisme à vélo	54
<b>Mesure 18.</b> Promouvoir le tourisme à vélo dans le cadre d'événements grand public	56
<b>Mesure 19.</b> Initier le public jeune au tourisme à vélo	58
<b>Mesure 20.</b> S'appuyer sur la vitrine médiatique du Tour de France avec un focus sur le tourisme à vélo	60
<b>Mesure 21.</b> Valoriser le patrimoine et les totems industriels du vélo en France	62
<b>Mesure 22.</b> Faire de France Vélo Tourisme la marque de référence de la destination France à vélo en France et à l'international*	64
<b>Mesure 23.</b> Structurer, enrichir et centraliser les informations à diffuser aux touristes à vélo	66
<b>Mesure 24.</b> Promouvoir la destination France à vélo à l'international	68
<b>Mesure 25.</b> Affiner les profils clientèles et les retombées du tourisme à vélo et suivre leur évolution dans le temps*	70
<b>Mesure 26.</b> Structurer et piloter la stratégie nationale du tourisme à vélo sur la durée	72
<b>Mesure 27.</b> Structurer et piloter les démarches d'itinéraires et destinations vélo	74

\* Mesure inscrite dans le contrat de filière

Enjeu transversal. Vers un tourisme durable

## Mesure 1

### Rédiger un livre blanc d'adaptation au changement climatique des parcours et pratiques cyclotouristiques



## Enjeux

- Développer un maillage de réseaux continu et attractif, avec une ambition touristique, pour une diversité des pratiques.
- Prendre en compte la dimension durable et les questions d'adaptation au changement climatique dans l'expansion du tourisme à vélo.

## CONTEXTE

Afin de répondre aux enjeux climatiques, il est impératif d'explorer les mesures à prendre dans le secteur du tourisme à vélo pour minimiser les impacts environnementaux, répondre aux nouvelles pratiques des clientèles touristiques et se préparer aux situations extrêmes.

Comment garantir aux touristes à vélo de demain, des parcours et une pratique adaptée au changement climatique ? Plusieurs leviers peuvent être activés : la conception tout comme l'adaptation des parcours cyclables, de leur environnement mais également la sensibilisation du public à ces enjeux climatiques.

Lors de la création de parcours, il s'agira de développer des itinéraires durables avec une approche adaptative, intégrée dans le territoire. Ils devront être dotés de services et d'équipements capables de répondre aux besoins évolutifs des cyclistes tout en anticipant les impacts du changement climatique.

Les parcours cyclables devront également mettre en œuvre un plan d'adaptation ; le GIEC définit l'adaptation comme « une démarche d'ajustement au climat actuel ou attendu, ainsi qu'à ses conséquences ». L'adaptation cherche à « gérer l'inévitable », il est donc primordial que les parcours cyclables existants et à venir puissent y contribuer.

## OBJECTIFS

- Prendre en compte le changement climatique pour concevoir et améliorer les itinéraires et parcours cyclables.
- Mettre à la disposition des territoires les clés pour concevoir et adapter les parcours cyclables dans le contexte climatique actuel et futur.

Cette fiche viendra alimenter la mesure sur la qualification et le développement de l'offre cyclotouristique (5) ainsi que les mesures relatives au référentiel équipements (11) et à l'hébergement (15).

## DESCRIPTION DE LA MESURE

Sur la base d'une évaluation de l'exposition aux risques climatiques et de l'impact que ces risques peuvent avoir sur un parcours cyclable, il s'agira à la fois d'accompagner les territoires sur les réflexions et les investissements à conduire, tant au niveau des infrastructures et des aménagements à réaliser, des services à proposer que sur la mise en place de dispositifs de sensibilisation ou de plans de communication.

6 axes de travail ont ainsi été identifiés :

- **Recenser les guides existants, les bonnes pratiques et des cas déjà survenus** pour illustrer le propos (ex. des phénomènes météorologiques désormais récurrents comme les fortes chaleurs ou les précipitations intenses). Le travail conduit dans le cadre de la mesure 2 sur la prévention des risques et la gestion de crise devra y être intégré.
- **Définir l'ensemble des thématiques à aborder** dans ce livre blanc (infrastructures, équipements et services, communication...).

- **Définir les critères qualitatifs** indispensables / nécessaires / facultatifs pour concevoir ou adapter un parcours cyclable et son environnement tout en répondant aux enjeux de durabilité.
- **Identifier clairement les contenus** (méthodologie, état des lieux, ressources, retour d'expérience...) et les étapes (diagnostic, exposition, plans d'actions, trajectoire...) à décrire dans le guide en s'appuyant notamment sur la démarche TACCT, développée par l'ADEME.
- **Produire le livre blanc.** Ce document pourra intéresser les territoires avec des parcours cyclables (existants ou en devenir) ou des socio-professionnels sur des territoires cyclables / susceptibles d'accueillir des touristes à vélo.
- **Disséminer le livre blanc** : communiquer et diffuser la publication à large échelle afin de faciliter son appropriation et la prise en compte des recommandations formulées. La diffusion de l'outil en ligne pourra s'accompagner de webinaires de vulgarisation.



### Questionnements, freins & verrous éventuels

- Les activités de pleine nature étant également concernées par ces enjeux, envisager de s'associer à des démarches existantes sur le sujet (ex. : PRNSN, USC...).
- Réflexion à relier aux travaux conduits par le groupe de travail Aménagement et Infrastructures de la filière économique France Vélo.
- Sur ce sujet d'adaptation, les stations de montagne sont sûrement des exemples inspirants.

## PORTEUR DE PROJET

Vélo & Territoires (sous réserve de moyens mobilisables).

## PARTENAIRES À ASSOCIER

ADEME, ADN Tourisme, Acteurs du tourisme durable, Confédération des acteurs du tourisme, Atout France, Vélo & Territoires, FVT, Union Sport & Cycle, les CRTs, ADTs et itinéraires engagés dans une démarche similaire, Centre des Monuments Nationaux, Réseaux d'hébergements et de socioprofessionnels, Agences de voyages spécialisées vélo, SNCF...



## BUDGET

- Réalisation du livrable estimé à 80 000 € HT.
- Réalisation de l'outil d'évaluation et de mesure des risques et impacts à évaluer.
- Accompagnement par un cabinet spécialisé.



## CALENDRIER DE RÉALISATION

- 2025-2026 : recenser l'existant, définir les thématiques, les critères, les contenus.
- S1-2027 : produire le livre blanc.



## INDICATEURS

- Dissémination du livre blanc : espaces de diffusion, webinaires de formation / vulgarisation.
- Indicateurs de performance : nombre de téléchargements et cibles atteintes lors des webinaires.
- Expérimentations & adaptations menées dans les territoires.
- Intégration d'un volet "durabilité" dans les études de fréquentation et enquêtes utilisateurs.

## Mesure 2

### Prévoir un dispositif de prévention des risques climatiques et de gestion de crise



#### Enjeu

Accompagner les acteurs dans la prévention et la gestion de situations d'urgence face aux aléas climatiques.

#### CONTEXTE

Les itinéraires à vélo et les destinations touristiques sont de plus en plus touchés par des événements climatiques extrêmes. Afin de limiter la vulnérabilité des touristes à vélo face aux risques climatiques, les acteurs engagés dans cette stratégie ont fait de ce sujet une cause à part entière.

En effet, pour répondre aux enjeux climatiques, il est impératif d'explorer les mesures à prendre dans le secteur du tourisme à vélo pour minimiser les impacts environnementaux de l'activité, répondre aux nouvelles pratiques des clientèles touristiques et se préparer aux situations extrêmes.

Les incendies de l'été 2022 dans le sud-ouest de la France ont par exemple conduit à la fermeture d'une section de La Vélodyssée pendant plus de dix mois. D'autres itinéraires cyclables ont été affectés par les effets des inondations, des glissements de terrains ou l'impact des tempêtes sur les massifs. Au-delà d'une mise en danger potentiel de la sécurité des biens et des personnes, ces situations inédites par leur ampleur et leur durée entraînent des conséquences notamment financières et en termes d'attractivité dans le secteur du tourisme à vélo, en plein développement.

À noter que les deux tiers des 36 000 communes françaises sont exposées à au moins un risque naturel et que le changement climatique en renforce déjà la fréquence et l'intensité. Il est par conséquent essentiel de travailler, dès aujourd'hui, à la prévention et à la préparation de la gestion des aléas climatiques extrêmes, parmi lesquels en premier lieu les orages, les inondations, les canicules, le recul du trait de côte et les feux de forêt.

La mesure devra non seulement prendre en compte la préparation à la gestion de situations d'urgence, mais également la préparation et l'anticipation des risques liés à ces aléas climatiques.

#### OBJECTIFS

- Permettre à tous les pratiquants de profiter des itinéraires cyclables, en toute sécurité, face aux aléas climatiques et à leur intensification liée au changement climatique.
- Permettre aux territoires d'anticiper les risques liés aux aléas climatiques (en lien avec la mesure 1)<sup>3</sup>.
- Accompagner les territoires à mieux se préparer à la gestion de crise.

#### DESCRIPTION DE LA MESURE

Cette mesure vise la conception, la rédaction et la dissémination d'un dispositif de bonnes pratiques pour anticiper les risques liés aux aléas climatiques et préparer les réponses adéquates.

Ce dispositif s'adresse à la fois aux itinéraires, aux destinations et à tout acteur du tourisme à vélo souhaitant se préparer aux aléas climatiques. Il se base sur :

- 1. La simplicité de la démarche.** Le dispositif devra être opérationnel et simple afin d'en faciliter la prise en main, y compris par des acteurs qui n'ont pas été exposés à des crises.
- 2. L'autonomie dans la mise en œuvre.** Le dispositif devra être duplicable et adaptable à chaque territoire.
- 3. L'adaptabilité aux territoires.** Le dispositif sera subdivisé par type de risques afin d'en faciliter la prise en main par les territoires selon leur exposition aux différents aléas.

Cette mesure prend la forme de :

- Un **outil méthodologique.** Ce guide décrira la démarche globale de gestion de crise à destination de l'ensemble des acteurs et propose des principes généraux, pour aborder des situations complexes. Il contiendra également des fiches prêtes à l'emploi afin de cartographier les autorités et parties prenantes sur chaque territoire et de préparer la réponse globale, par exemple la constitution de la cellule de crise.
- **Une fiche pratique par type de risque** visant à décrire les bonnes pratiques et les ressources pour faire face à une

situation spécifique : orage, inondation, feu de forêt, etc. Elle pourra également intégrer quelques témoignages et des exemples inspirants. Chaque fiche sera divisée en trois parties :

- Se préparer au risque / à la crise (comportant les actions allant jusqu'à la sensibilisation du grand public).
- Répondre à la crise (bons réflexes, recommandations pratiques par type d'aléa climatique...).
- Rebondir et revenir à la normale (à la fois pour la reprise d'activité et la réalisation d'un retour d'expérience).

La mise en œuvre de la mesure nécessite une **phase d'étude et d'ingénierie** visant à fournir les éléments concrets pour la réalisation des documents mentionnés ci-dessus :

- Identifier les risques.
- Identifier les acteurs et les circuits d'échanges et de partage de l'information.
- Définir les ressources pour intervenir en direct et les alternatives.

Elle se complétera par des **actions de sensibilisation** à destination :

- Des parties prenantes pour faciliter la diffusion des informations et l'acceptation de la situation et de ses conséquences.
- Du grand public afin de disséminer la culture du risque (acculturer, principe de subsidiarité, empowerment).

Cette phase d'ingénierie débutera par la réalisation d'un retour d'expérience auprès des acteurs du tourisme à vélo ayant déjà été confrontés à des situations de crise, des autorités potentiellement impliquées dans la gestion de la crise et des collectivités territoriales ayant déjà préparé leurs plans (DICRIM, PICS, etc.).

La démarche alternera entre un échantillonnage des territoires et le suivi d'un ou plusieurs territoires pilotes (itinéraires ou destinations) pour l'opérationnalité des fiches pratiques.

#### PORTEURS DE PROJET

Vélo & Territoires et le cabinet spécialisé Element (expertise gestion de crise).

#### PARTENAIRES À ASSOCIER

La réussite du projet nécessite l'implication de l'ensemble des acteurs de façon à maximiser l'exhaustivité des livrables et leur diffusion. Des moyens humains à tous les niveaux devront être mobilisés aux différentes étapes de la mise en œuvre de la mesure.

- Territoire pilote : La Vélodyssée®.
- Acteurs locaux : collectivités confrontées aux aléas climatiques, OT, Services Départementaux d'Incendie et

de secours (SDIS), acteurs économiques à l'échelle des territoires pilotes...

- Acteurs nationaux : ADEME, Acteurs du tourisme durable (ATD), ministère de l'Intérieur - Direction générale de la sécurité civile et de la gestion des crises (DGSCGC), ministère de la Transition Écologique, Office National des Forêts (ONF), FNHPA, FFC, FFVélo, SNMCF, IGN...
- TO spécialisés dans les voyages à vélo.



#### BUDGET

- Accompagnement par un cabinet spécialisé estimé à 40 000 € HT.

Des financements pourraient être sollicités auprès du ministère de la Transition écologique (DGPR), de l'ADEME et potentiellement de la DGSCGC grâce à l'appel à projets mené dans le cadre de la Journée Nationale de la Résilience (JNR).



#### CALENDRIER DE RÉALISATION

- D'ici octobre 2024 : Appel à projets, dépôt du dossier et action dans le cadre de la JNR.
- S2-2024 / S1-2025 : Identification des risques et des acteurs, définition des ressources pour intervenir en direct + les alternatives.
- S1-2025 / S2-2025 : Livraison des outils méthodologiques (guide + fiches pratiques).
- À partir du S2-2025 : Sensibilisation des parties prenantes et du grand public.



#### INDICATEURS

- Nombre d'établissements touristiques diffusant des messages de prévention.
- Cartographie des territoires ayant adapté les livrables relatifs aux risques auxquels ils sont exposés.
- Nombre d'actions de sensibilisation menées et nombre de personnes touchées (webinaire, campagne communication, réseaux sociaux...).

<sup>3</sup>Cette mesure n'a pas pour objectif d'évaluer le risque, mais d'anticiper les actions à mettre en œuvre une fois qu'il est appréhendé.

Enjeu transversal . Vers un tourisme durable

## Mesure 3

### Accompagner la mise en place de tarifs incitatifs pour les touristes à vélo



## Enjeu

Prendre en compte la dimension durable dans l'expansion du tourisme à vélo.

### CONTEXTE

Au même titre que les autres formes de tourisme, l'option vélo doit pouvoir être une solution, voire un automatisme. Cela passe par une acculturation, une sensibilisation et une « démythification » du voyage à vélo pour le rendre accessible à tous (en termes de capacité physique, numérique et financière), sans appréhension. La France est une terre de cyclisme et dispose d'une histoire, d'une culture vélo, magnifiée notamment à travers les grandes épopées du Tour de France, à exploiter davantage pour attirer de nouvelles clientèles, sans pour autant intimider. L'initiation au voyage à vélo dès le plus jeune âge, à travers des séjours éducatifs à vélo (mesure 19), tout comme la formation et la certification des acteurs concernés (mesure 12), sont des axes de travail.

Par ailleurs, au-delà de la notion même de voyage, le vélo peut concerner toutes les formes de tourisme (œnotourisme, thermalisme et bien-être, etc.) lorsqu'il est utilisé comme un mode de déplacement à part entière pendant ses vacances. Il constitue un levier pour optimiser les flux et peut aussi apporter une réponse à la problématique du dernier kilomètre, enjeu primordial en zones tendues, et minimiser l'impact des déplacements des habitants et des touristes sur les espaces naturels et les sites touristiques qui connaissent des pics de fréquentation.

Cet accompagnement vers une mobilité plus vertueuse passera par une meilleure information des touristes et la mise en place de politiques incitatives (nudge) par les acteurs du tourisme pour les visiteurs se déplaçant à vélo.

### OBJECTIFS

- Inciter à la pratique du vélo sur son lieu de vacances / lors d'événements.
- Participer à la conversion de la voiture vers le vélo.

### DESCRIPTION DE LA MESURE

La finalité est de permettre aux pratiquants du tourisme à vélo de profiter d'offres tarifaires ou d'autres avantages (passeport, coupe file, accès à la location de vélo / VLS...) lors de leur séjour, qu'ils soient itinérants ou non.

La mesure nécessite dans un premier temps de :

- **Définir** ce qu'est un tarif incitatif vélo, en lien avec les territoires ayant engagé une réflexion sur le sujet (ex. de la Normandie). Une mention plus générale à la notion de tarifs incitatifs vélo pour les « itinérances » (randonnées et fluvestres) pourrait être envisagée.
- **Recenser**, en France et au-delà, les expériences mises en place. Disposer d'une observation plus large permettrait de maximiser la mise en place du tarif en agissant comme un levier économique envers un mode de déplacement vertueux. Un pont sera fait avec les réflexions menées sur la problématique du dernier kilomètre.

Cette cartographie devra aboutir à une **note de synthèse** incluant :

- Les différentes options de mise en œuvre d'une tarification incitative vélo.
- Les impacts (+/-) sur les business models en fonction des structures porteuses.
- Les bénéfices pour les pratiquants.
- Pour les territoires : les engagements réciproques entre acteurs publics / privés et l'appréhension de la démarche dans un environnement globalisé (politique régionale, stratégie RSE, etc.).

Des **moyens humains** doivent être mobilisés pour recenser, échanger avec le terrain et rendre compte.

Un **temps de restitution**, de vulgarisation et de diffusion des bonnes pratiques est à prévoir afin de favoriser le développement à grande échelle de ce type d'initiative.

### PORTEUR DE PROJET

DGE

### PARTENAIRES À ASSOCIER

ADEME, ADN Tourisme, Acteurs du tourisme durable, Confédération des acteurs du tourisme, Atout France, Vélo & Territoires, FVT, Union Sport & Cycle, les CRTs, ADTs et itinéraires engagés dans une démarche similaire, Centre des Monuments Nationaux, Réseaux d'hébergements et de socioprofessionnels, Agences de voyages spécialisées vélo, SNCF...



### BUDGET

- Mobilisation de temps RH côté DGE, appui nécessaire sur la partie vulgarisation.



### CALENDRIER DE RÉALISATION

- Fin S1-2025 : Livraison de la cartographie + synthèse.
- Valorisation à l'occasion de la Conférence nationale du tourisme à vélo 2025.



### INDICATEURS

- Nombre d'établissements proposant une tarification spécifique pour les clientèles / populations « bas-carbone ».
- Proportion de clients ayant bénéficié du tarif dans les établissements participants (à suivre dans le temps).
- Retombées des campagnes de communication mises en œuvre.

## Mesure 4

### Recenser les bonnes pratiques en matière de gestion des flux en zones touristiques ou lors d'évènements et les partager

#### Enjeu

Prendre en compte la dimension durable dans l'expansion du tourisme à vélo.

#### CONTEXTE

Au même titre que les autres formes de tourisme, l'option vélo doit pouvoir être une solution, voire un automatisme. Cela passe par une acculturation, une sensibilisation et une « démythification » du voyage à vélo pour le rendre accessible à tous (en termes de capacité physique, numérique et financière), sans appréhension. La France est une terre de cyclisme et dispose d'une histoire, d'une culture vélo, magnifiée notamment à travers les grandes épopées du Tour de France, à exploiter davantage pour attirer de nouvelles clientèles, sans pour autant intimider. L'initiation au voyage à vélo dès le plus jeune âge, à travers des séjours éducatifs à vélo (mesure 19), tout comme la formation et la certification des acteurs concernés (mesure 12), sont des axes de travail.

Par ailleurs, au-delà de la notion même de voyage, le vélo peut concerner toutes les formes de tourisme (œnotourisme, tourisme de mémoire, thermalisme et bien-être, etc.) lorsqu'il est utilisé comme un mode de déplacement à part entière pendant ses vacances. Il constitue un levier pour optimiser les flux et peut aussi apporter une réponse à la logique du dernier kilomètre, enjeu primordial en zones tendues. Il constitue également un moyen de minimiser l'impact des déplacements des habitants et des touristes sur les espaces naturels et les sites touristiques qui connaissent des pics de fréquentation. Le sujet est d'autant plus majeur que 80 % de l'activité touristique en France se concentre sur 20 % du territoire.

Cet accompagnement vers une mobilité plus vertueuse passera par une meilleure information et la mise en place de politiques incitatives (nudge) pour les visiteurs utilisant des solutions de mobilité active.

#### OBJECTIFS

- Encourager un rééquilibrage territorial ou temporel des pratiques afin de limiter la concentration des flux : assurer une gestion durable des pics de fréquentation, pousser à une "désaisonnalité" du tourisme à vélo, l'accès à des sites reculés et peu connus sans augmenter les externalités négatives...
- Optimiser et inciter à la pratique du vélo sur son lieu de vacances / lors d'évènements : s'appuyer sur la solution vélo pour fluidifier l'accès à des sites touristiques (plages, Grands Sites, etc.) ou des événements.

#### DESCRIPTION DE LA MESURE

Le tourisme à vélo dispose d'un immense potentiel en matière de diffusion des flux sur le territoire français. La bonne structuration des réseaux d'itinéraires et la présence croissante d'infrastructures sur l'ensemble des territoires permettent en effet de mettre en avant des potentiels touristiques parfois sous-estimés du pays, tout en diffusant largement les cyclistes dans l'espace et dans le temps.

Cependant, certains territoires phares du tourisme à vélo commencent à subir des pics de fréquentation (La Loire à Vélo, La Véloodyssée et le Mont Ventoux en tête), qui nuisent sur une période courte à l'expérience usager voire parfois aux habitants de ces mêmes territoires, et qui imposent de réagir.

La **feuille de route pour une meilleure gestion des flux touristiques** annoncée par la ministre chargée du tourisme en 2023 pose les bases du travail à réaliser, sans évoquer particulièrement le tourisme à vélo comme problématique ou comme une opportunité. Dans ce sens, un focus particulier sur l'activité vélo-touristique pourra être mené, avec les équipes chargées de la mise en œuvre de la feuille de route.

Le focus consistera en une meilleure compréhension des enjeux autour de la fréquentation des itinéraires et des hauts-lieux du tourisme à vélo, de la quantification des besoins lors des pics de fréquentation (points compilés

dans un guide), et d'une prospective autour de destinations, d'itinéraires et de parcours à forts potentiels de croissance, voire de saturation. Les solutions proposées à ce stade par les sites recensés ainsi que les pistes à étudier, qu'elles soient pérennes ou provisoires / modulables, viendront alimenter le guide à produire.

Livrables attendus :

- **Prospective** des destinations, itinéraires et parcours à forts potentiels.
- **Guide des pratiques** inspirantes pour une meilleure gestion des flux.



Ce sujet pose la question de la modération et de la responsabilité des diffuseurs, que ce soit au niveau des destinations ou des applications suggérant des parcours. Il interroge également les problématiques de partage de l'espace entre pratiquants et / ou habitants et de respect des espaces naturels.

#### PORTEUR DE PROJET

DGE (sous réserve de l'enveloppe financière mobilisable).

#### PARTENAIRES À ASSOCIER

Atout France, FFC, Fédération Française de Randonnée pédestre, Vélo & Territoires, collectivités-itinéraires et destinations (dont ENS, Régions et CRT, OT & mobilité...), Parcs Naturels Nationaux ou Régionaux, Réseau des Grands Sites de France (programme « Escapade nature sans voiture »), Plus Beaux Villages de France, SNCF, Organismes d'évènements (A.S.O., Nature is Bike...), opérateurs de VLS, plateformes outdoor, etc.



#### BUDGET

Pour la réalisation d'un guide : minimum 0,5 ETP sur une durée de 3 à 6 mois, en fonction de l'enveloppe financière mobilisable.



#### CALENDRIER DE RÉALISATION

2025 - 2026.



#### INDICATEURS

- Étalement des flux touristiques à vélo (vers des cartes de chaleur par ex.).
- Mise en place et utilisation des systèmes de stationnement vélo (pérennes ou modulables) aux abords des sites touristiques ou lors d'évènements.

## Enjeu 1. Un maillage de réseau adapté à la multiplicité des pratiques

### Mesure 5

## Qualifier et développer un maillage d'itinéraires et de destinations touristiques vélo



## Enjeu

Développer un maillage d'itinéraires et de destinations touristiques pour une diversité des pratiques.

### CONTEXTE

Le vélo connaît un engouement sans précédent. Il est dopé par une pratique au quotidien en plein essor et une clientèle française qui redécouvre les vertus et le plaisir du vélo, sous toutes ses formes (loisir, sport, tourisme), pour découvrir un territoire. Prendre en compte cette multiplicité des pratiques et des pratiquants (y compris les personnes à mobilité réduite), mailler le territoire pour offrir des opportunités de tourisme à vélo aussi bien en itinérance qu'en marguerite, sur routes ou sur sentiers, telle est l'ambition fixée par la présente stratégie.

L'offre de tourisme à vélo en France est actuellement structurée autour de véloroutes inscrites dans les schémas nationaux, régionaux ou locaux des véloroutes, aux côtés de boucles cyclables, de stations et grandes traversées VTT. Le modèle français d'organisation et de développement des véloroutes est d'ailleurs un exemple de réussite. Or, pour aller plus loin, la France à vélo doit dépasser l'approche monolithique de l'itinérance longue distance sur véloroute, pour englober l'ensemble des disciplines cyclables valorisables touristiquement à l'échelle d'un territoire.

Il existe un savoir-faire et un grand nombre de supports (cahier des charges, fiches pratiques, retours d'expériences...) développés par différents acteurs pour chaque pratique et appréhendés différemment par les organisations touristiques locales (OT, ADT, CRT). Ces outils nécessitent aujourd'hui une mise à jour et une mise en cohérence pour faire face à la multiplicité des pratiques, des acteurs et à d'autres problématiques spécifiques (adaptation au changement climatique, cohabitation, respect de l'environnement, etc.).

Cette richesse d'information et d'expérience doit servir de socle au développement réfléchi et progressif de nouveaux réseaux et de destinations vélotouristiques reconnues, en France et à l'international (futurs destinations fleurons du tourisme à vélo). La valorisation vers le haut de l'offre existante et à venir devra se faire avec un minimum commun de qualification pour la porter en promotion.

### OBJECTIFS

- Définir les composantes d'un réseau cyclable à vocation touristique qualifié, hiérarchisé, ciblé, mono ou multi pratique et intégré au territoire de niveau national.
- Développer et promouvoir un réseau cyclable national ambitieux et attractif.
- Adopter une approche "réseau" et plus uniquement une approche "linéaire".
- Maintenir et évaluer la qualité du réseau dans la durée en intégrant les nouvelles tendances (technologies, usages...).

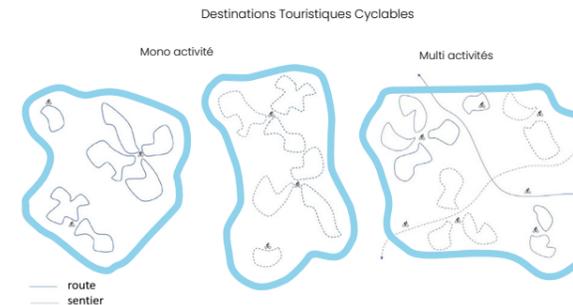
### DESCRIPTION DE LA MESURE

Il est proposé de constituer un groupe projet composé d'experts des différentes pratiques cyclables sur sentiers et sur routes, spécialisés en aménagement, signalétique, entretien et de référents en matière de développement et promotion touristique à des échelles touristiques différentes (CRT, ADT, OT) issus de territoires de plaine, de relief et de littoraux. Ce groupe sera animé par Vélo & Territoires, porteur du projet. Il aura pour mission de :

**Étape 1 : Recenser les doctrines** d'aménagement et de développement des disciplines cyclables valorisables touristiquement (route, VTT, Gravel...) :

- Identifier et agréger l'ensemble des doctrines techniques à jour qui s'appliquent actuellement en France dans chaque discipline vélo en linéaire, en boucles ou sur sites aménagés (ex. pumptrack, piste de VTT descente et enduro, vélodrome...).
- Repérer quelques exemples de bonnes pratiques territoriales éclairantes : mono ou multi pratique en plaine ou montagne.
- Partager les études de fréquentation et retombées économiques par filière et territoires exemplaires.

**Étape 2 : Définir les composantes** d'un réseau cyclable et / ou d'une destination vélo à vocation touristique qualifiée, hiérarchisé, ciblé, mono ou multi pratique et intégré au territoire de niveau national.



### Étape 3 :

- **Produire un guide pratique de préconisations et d'accompagnement** à vocation touristique sur sentiers et sur routes (cahier des charges, charte de signalétique, normes et réglementation, fiche technique, modèle de convention partenariale, labellisation cyclable des prestataires touristiques, bonne pratique...), à destination des aménageurs de réseaux d'itinéraires et de boucles cyclables et de sites aménagés, et des acteurs de la promotion touristique. Il s'agira de proposer un outil inclusif à toutes les pratiques qui intègre les boucles et liaisons sécurisées, dépasse les limites administratives, et clarifie les questions de signalétique, de sécurisation, d'entretien et de gestion, etc.
- **S'assurer de la pérennisation dans les destinations** pouvant aller jusqu'à un conventionnement / contrat entre acteurs locaux s'engageant mutuellement et collectivement sur la maintenance des infrastructures cyclables et des services, l'animation des prestataires touristiques, la gouvernance et la promotion active du tourisme à vélo.

**Étape 4 : Développer et promouvoir** un réseau cyclable et de destinations vélo ambitieux et attractif :

- Mise à niveau progressive des destinations touristiques vélo existantes et création de nouvelles destinations en intégrant les différentes pratiques dans le respect du guide pratique préalablement établi.
- Promotion des destinations (cf. mesures 22 et 24) en France et à l'international.

**Étape 5 : Assurer un suivi de la qualité** des réseaux et des aménagements cyclables :

- En s'appuyant sur les démarches existantes (certification EuroVelo, label AF3V, cotation des difficultés...) et les acteurs locaux (associations d'usagers et clubs) (ex. : diagnostic en pédalant).
- En développant les outils de signalement dans les territoires et sur l'ensemble des réseaux.

### PORTEUR DE PROJET

Vélo & Territoires (sous réserve de moyens mobilisables).

### PARTENAIRES À ASSOCIER

Organisation d'un collectif d'acteurs mixant partenaires publics et privés autour de la chaîne de valeur du tourisme à vélo sur un espace bénéficiant d'infrastructures et de services qualifiés : acteurs privés, acteurs publics (Collectivités locales et l'ensemble de leurs organes touristiques, Parcs naturels régionaux...), Cerema, FVT, FFVélo, FFC, DGE, ADEME, Syndicat national des moniteurs cyclistes français (SNMCF), Union Sport & Cycle, Decathlon Pro, ECF et homologues européens, etc.



### BUDGET

Coût global estimé à 55 000 € HT.



### CALENDRIER DE RÉALISATION

- S1-2025 : étape 1 - État des lieux de la doctrine existante.
- S2-2025 / S1-2026 : étapes 2 et 3 - Mise à jour et rédaction de nouveaux supports.
- 2026 : étape 4 - Développement & diffusion.



### INDICATEURS

- Montage et suivi du groupe projet.
- Réalisation du support.
- Déploiement des réseaux de boucles et de sites aménagés (sur sentiers et sur routes).
- Nombre de conventionnements.

## Enjeu 1. Un maillage de réseau adapté à la multiplicité des pratiques

### Mesure 6

## Identifier, développer et promouvoir des destinations « fleurons » du tourisme à vélo en France\*

### Enjeu

Développer un maillage d'itinéraires et de destinations touristiques pour une diversité des pratiques.

#### CONTEXTE

Avec 4,2 milliards de retombées économiques directes générées en 2019, le tourisme à vélo contribue considérablement à l'économie du vélo en France. À l'échelle locale, considérant qu'un touriste à vélo réalise une dépense quotidienne de 24 % supérieure en moyenne à celle d'un autre touriste, le secteur est indéniablement un levier de développement territorial et de création d'emplois non délocalisables. Le tourisme à vélo offre par ailleurs une opportunité unique, et inscrite dans une démarche durable, de découvrir les richesses géographiques, culturelles et patrimoniales de la France. Il participe donc largement à l'attractivité des territoires et de la destination France.

Pour autant, les constats et les chiffres avancés plus haut ne prennent pas en considération la diversité des pratiques cyclables. Si l'itinérance est parfaitement identifiée comme l'un des moteurs du tourisme à vélo en France, et bénéficie à ce titre d'un regard expert en matière de promotion et d'observation, les pratiques plus sportives et le tourisme à vélo en séjours ou en marguerite sont moins dans le spectre de la destination France à vélo. Ainsi, contrairement à certains de ses voisins européens (les Flandres en Belgique, la Catalogne ou les Baléares en Espagne, etc.), la France peine à valoriser des destinations fleurons du tourisme à vélo et ce malgré des atouts indéniables en la matière, à travers des sites bien identifiés par des publics avertis et d'autres restant à structurer.

Ce sont ces destinations singulières que cette fiche entend identifier, développer et promouvoir. Dans cette perspective, il s'agira de développer une offre attractive et reconnue d'itinéraires et de destinations vélo visant les différentes formes de pratiques, accessible au plus grand nombre et s'appuyant sur un patrimoine cyclable, matériel ou immatériel, existant ou en devenir. Ces territoires « locomotives » ont vocation à mettre en avant la destination France à vélo, en direction des clientèles à la fois nationales et internationales.

#### OBJECTIFS

- Mettre en avant des sites emblématiques et singuliers du tourisme à vélo en France, au-delà des itinéraires reconnus.
- S'appuyer sur les patrimoines du vélo en France insuffisamment exploités dans la valorisation de la destination France à vélo.
- Valoriser la diversité des territoires et des sites de pratiques proposés.
- Aller sur l'excellence pour la promotion de sites singuliers en France et à l'international.

#### DESCRIPTION DE LA MESURE

La mesure vise à compléter le maillage de réseaux cyclables par le déploiement, sur un territoire à vocation touristique, de destinations emblématiques pour une pratique mono ou multi-activités du vélo, que ce soit dans un but récréatif ou sportif, pour enrichir l'offre de tourisme à vélo auprès des différents types de clientèle et de pratiquants. Ces « fleurons » devront concentrer des activités / expériences et des produits / services reconnus, singuliers et de qualité, que ce soit sur une ou plusieurs formes de pratiques. Ils pourront se déployer à l'échelle d'une vallée, d'un massif, d'un département ou d'une région, à condition de partager une stratégie de développement et de promotion ambitieuse. Cette offre premium a vocation à constituer une vitrine de la destination France à vélo et à la positionner sur le marché concurrentiel national et / ou international du tourisme à vélo pour tous.

L'action est envisagée selon plusieurs phases :

**Étape 1 : Réaliser un benchmark de plusieurs destinations / territoires singuliers en France et à l'étranger**, proposant des activités cyclables reconnues, de différentes formes, avec des services complémentaires, pour une expérience touristique vélo répondant aux besoins et attentes des clientèles et pratiquants.

**Étape 2 : Rédiger un cahier des charges pour accompagner**

**les sites pilotes.** Préciser les ingrédients nécessaires à ces destinations vélo (patrimoine, singularité, notoriété, parcours, écosystème, infrastructures et services qualifiés, prestataires spécialisés, culture vélo, accessibilité multimodale et intermodale, dynamique de projets, développement durable, économie circulaire...).

**Étape 3 : Accompagner la structuration et conduire des expérimentations** sur des sites pilotes (territoires déjà structurés + territoires en cours de structuration) via par exemple un appel à manifestation d'intérêt (AMI). Ces sites pourront notamment bénéficier d'une expertise en ingénierie du tourisme à vélo pour réussir leur transformation.

**Étape 4 : Intégrer ces destinations « fleurons » du vélo dans l'axe promotion de la destination France** (en France pour un tourisme de proximité et à l'international), en capitalisant sur la marque France.



Une vigilance sera portée sur :

- L'accessibilité des sites (à vélo, en train, navette...).
- Les aménagements et infrastructures nécessaires à la création de nouveaux sites, ainsi que l'interconnexion des itinéraires et des parcours (au national voire en transfrontalier).
- L'ingénierie nécessaire pour accompagner la structuration des sites et animer les acteurs publics et privés du territoire.
- La singularité des sites : ne pas se limiter à reproduire ce qui se fait déjà dans les territoires en termes de positionnement destination vélo.

#### PORTEUR DE PROJET

Vélo & Territoires (sous réserve de moyens mobilisables).

#### PARTENAIRES À ASSOCIER

Organisation d'un collectif d'acteurs mixant partenaires publics et privés autour de la chaîne de valeur du tourisme à vélo sur un espace bénéficiant d'infrastructures et de services qualifiés : acteurs privés, acteurs publics (Régions, Départements, Collectivités locales et l'ensemble de leurs organes touristiques, Parcs naturels régionaux...), filière économique France vélo, FFVélo, FFC, DGE, ADEME, SNMCF, Union Sport & Cycle, Decathlon Pro, FVT, ECF et homologues européens, etc.



#### BUDGET

- Réalisation de l'étude estimée à 125 000 € HT
- Non chiffré à ce stade dans l'hypothèse d'un AMI.



#### CALENDRIER DE RÉALISATION

- Démarrage de l'étude (benchmark) en année N (2025 ?) pour disposer d'un cahier des recommandations à l'automne N.
- Accompagnement de territoires pilotes via un potentiel AMI dans la structuration de leur destination vélo en N+1.
- Promotion des nouvelles destinations en N+2.



#### INDICATEURS

- Nombre de destinations / territoires étudiés dans le cadre du benchmark.
- Nombre de lieux de pratiques existants et développés grâce à l'AMI.
- Évolution de la fréquentation de ces lieux.
- Évaluation des retombées économiques et emplois locaux.
- Implantation / Développement de services en lien avec le tourisme à vélo.

## Enjeu 2. Miser sur l'intermodalité, maillon faible du tourisme à vélo

### Mesure 7

#### Délivrer une information claire sur l'ensemble des solutions, fiable et accessible à tous



## Enjeu

### Fluidifier l'intermodalité et l'accès au parcours et à l'offre touristique à vélo.

#### CONTEXTE

Des solutions durables pour accéder aux parcours et à l'offre touristique à vélo dans sa globalité existent, mais restent opaques et hétérogènes sur toute la France. On pense notamment aux possibilités d'emport de vélos non démontés dans certains transports collectifs (trains régionaux, cars...) ainsi qu'aux zones de stationnement sécurisées ou autres solutions alternatives.

En parallèle de ces infrastructures de transport indispensables au développement du tourisme à vélo, il est essentiel d'améliorer l'accès à l'information les concernant et de les rendre lisibles, que ce soit sous format digital pour préparer le voyage, ou une fois sur place grâce à un balisage suffisamment visible. Les cyclotouristes doivent pouvoir accéder facilement aux modalités d'emport et à la réservation de places vélo à bord de transports publics, ainsi qu'aux possibilités de stationnement vélo sécurisés tout au long de leur voyage ou aux services annexes qu'ils pourront trouver sur leur lieu de destination (ex. : consignes, locations de vélo, etc.).

Les autorités organisatrices de mobilité (AOM) investissent progressivement et sérieusement le vélo du quotidien pour les transports régionaux (train et cars). Que ce soit sur le stationnement sécurisé ou sur l'embarquement de leur vélo non démonté, les spécificités des cyclotouristes sont en revanche peu ou mal traitées.

Sur le stationnement, les touristes à vélo auraient pourtant eux aussi besoin de tirer parti des équipements sécurisés existants dans les gares et pôles d'échanges multimodaux (PEM), pour stationner leur vélo lors d'arrêts prolongés, de visites et haltes urbaines. Aujourd'hui, le plus souvent, les équipements de stationnement sécurisé qui se développent largement, boostés par les obligations de la loi d'orientation des mobilités (LOM) et des financements au rendez-vous (collectivités + programme Alvéole), sont inaccessibles aux touristes de passage. D'autres solutions émergent (lecture de billets de train, achat d'un code numérique journalier, édition d'un QR code temporaire) mais restent diffuses, peu communiquées, et difficilement appréhendables pour un touriste.

Sur l'emport, il n'est pas souhaitable que tous les utilisateurs de vélo, et notamment ceux du quotidien, puissent embarquer leur vélo non démonté à bord de tous les trains ou cars, à tout moment et à n'importe quelles conditions. Toutefois, il est attendu que les touristes à vélo se voient proposer ce service lorsqu'il existe et qu'ils disposent d'une information fiable, claire et accessible en origine-destination. C'est un point clé du parcours client, de l'expérience touristique et de la réussite de vacances / loisirs décarbonés.

L'information devra pouvoir décrire l'offre disponible et y associer le niveau de qualité pour les cyclistes.

#### OBJECTIFS

- Recenser, standardiser, et cartographier de manière exhaustive l'ensemble de l'offre d'emport, stationnement, location et leurs modalités (disponibilité, prix, réservation...).
- Mettre cette donnée à disposition pour être diffusée aux informateurs auprès du grand public.
- Uniformiser les exigences de systèmes d'information relatifs aux transports, quel que soit l'opérateur de transport, et permettre l'intégration des informations vélo dans les solutions digitales existantes (Geovelo, Komoot, Google Maps...).
- Actualiser l'ensemble de ces informations aussi souvent que possible (idéalement plusieurs fois par an).

#### DESCRIPTION DE LA MESURE

##### Concernant les capacités d'emport :

L'objectif est d'offrir aux touristes français et internationaux une information progressivement plus fiable, claire et actualisée concernant l'embarquement des vélos non démontés à bord de TOUS les modes de transport (TER, cars, bateaux...). L'information sur la capacité d'emport et les règles d'embarquement (tarifs, potentiels horaires d'interdiction) doit être valide, exhaustive et interopérable pour que les plateformes qui existent aujourd'hui et demain

puissent s'en emparer. Il s'agira avant tout de définir la donnée à fournir et son unicité.

**Étape 1.1 :** Lorsque des solutions de réservation d'emplacements vélo à bord des transports collectifs régionaux existent, inviter les AOM à homogénéiser l'accès à ces dernières à l'échelle nationale. En tant qu'AOM régionale, les Régions doivent pouvoir homogénéiser leurs CCTP lorsqu'elles lancent des plateformes de réservation (travail en cours).

**Étape 1.2 :** Rendre obligatoire le partage de renseignements sur la capacité et les règles d'emport pour tous les transporteurs circulant sur le réseau national pour une utilisation par tous les distributeurs de billets. Pour cela, porter l'obligation d'ouverture de ces données en open data via le versement au point d'accès national (PAN).

##### Concernant le stationnement :

Il s'agit d'utiliser les stationnements sécurisés existants en gares et PEM y compris pour les touristes à vélo, pour lutter contre le vol des vélos et faire office, lorsque cela est possible, de consignes à bagages. L'objectif est que, lorsque ces points de stationnement sécurisés existent, chaque touriste à vélo français et international trouve facilement l'information et les modalités d'accès. Celles-ci doivent être transparentes, accessibles, compréhensibles par tous (ex. : langues, paiement en ligne...).

**Étape 2.1 :** Cartographier les solutions de stationnement vélo sécurisé existantes via les régions, les métropoles et les villes (propriétaires de ces solutions aujourd'hui) et en utilisant le schéma stationnement vélo existant (sur le PAN).

- Difficulté éventuelle : parvenir à entrer en contact avec tous les acteurs.
- Livrable attendu : base de données actualisable de tous les espaces de stationnement avec leur localisation, leur propriétaire et les modalités et conditions d'accès au service (tarification, nécessité d'avoir un support spécifique, etc.).

**Étape 2.2 :** Créer des connexions et importer de la donnée sur transport.data.gouv pour une accessibilité en open data au niveau national dans l'objectif que la donnée puisse être utilisée par les plateformes connues du grand public (Geovelo, Komoot, Google Maps...).

##### Concernant la location des vélos en gare :

L'idée est de proposer une information fiable et la plus exhaustive possible sur les loueurs situés à proximité des PEM, gares ferroviaires ou maritimes, autres hubs de mobilité. Cette offre de location depuis les lieux de transports doit être mise à disposition de manière ouverte et standardisée, avec a minima les informations suivantes :

- Localisation exacte (X, Y) du lieu ;
- Amplitude d'ouverture à l'année ;
- Amplitude horaire chaque jour, y compris le week-end ;
- Types de vélos à disposition ;
- Types de prestations associées ;
- Types d'accessoires ;
- Modes de paiement...

Cette information doit être disponible en amont du trajet et à destination sur tous les supports, numériques et physiques (promotion, signalisation, etc.).

#### PORTEURS DE PROJET

À identifier.

#### PARTENAIRES À ASSOCIER

- Transporteurs et propriétaires de solutions mobilité : SNCF Voyageurs, SNCF Gares & Connexions, Transdev, Keolis, Régions et Régions de France, Métropoles, Municipalités.
- Hébergeurs et producteurs de données : Data Tourisme (ADN Tourisme, Atout France, ministère de l'Économie et des Finances), transport.data.gouv (DGITM), Apidae, Tourinsoft.
- Consommateurs de données : France Vélo Tourisme, Komoot, Geovelo, Google Maps, FFVélo, MaaS...
- Autres acteurs : FFC, filière France Vélo, Fédération des Acteurs du Vélo en Entreprise.



#### BUDGET

Dissémination des principes et temps RH d'animation pour la mise en œuvre opérationnelle.



#### CALENDRIER DE RÉALISATION

- 2024 : étape 1.1.
- 2025 : étapes 1.2 et 2.1.
- 2026 : étape 2.2.



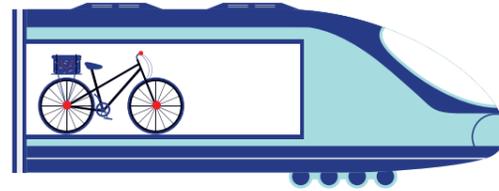
#### INDICATEURS

- Suivi annuel des places vélo mises en réservation dans les transports (trains, cars, bateaux), sur des lignes régulières ou saisonnières.
- Suivi des réservations effectives.
- Informations mises à disposition pour le stationnement et la location.

## Enjeu 2. Miser sur l'intermodalité, maillon faible du tourisme à vélo

### Mesure 8

## Améliorer l'emport des vélos dans les transports collectifs publics et privés



### Enjeu

Fluidifier l'intermodalité et l'accès au parcours et à l'offre touristique à vélo.

#### CONTEXTE

Point noir du tourisme à vélo, l'emport des vélos dans les transports collectifs est à repenser de manière globale avec les acteurs publics et privés. Les conditions d'embarquement hétérogènes et complexes à comprendre pour les voyageurs peuvent rendre leur périple difficile, allant parfois jusqu'à démotiver un accès à un itinéraire ou à une destination en transport collectif au profit de la voiture par exemple. Les solutions pratiques d'embarquement d'un vélo dans les transports collectifs (au-delà des objectifs de la loi d'orientation des mobilités – LOM – à bord des cars Macron par exemple) doivent donc être généralisées, repensées, clarifiées et développées, et ce de manière globale sur tous les modes de transports (car, train, bateau...) et tous les types d'offres (publique et privée).

Pour autant, si une évolution est nécessaire, il faut distinguer l'emport de vélos à vocation touristique, d'un transport des vélos au quotidien. Bien que des solutions soient expérimentées en période estivale dans certains territoires, il est important de prendre conscience qu'il ne sera pas possible d'embarquer l'ensemble des vélos dans les trains, les cars ou les bateaux. C'est pourquoi les transporteurs doivent être sensibilisés aux attentes des usagers, particulièrement sur certains lieux et pics d'affluence, afin d'envisager, si nécessaire, des solutions alternatives (stationnements sécurisés, services de location, etc.).

#### OBJECTIFS

- Aller au-delà de la mise en conformité avec les objectifs de la LOM sur certaines lignes de trains et de cars prioritaires.
- Faciliter la réservation pour l'emport des vélos non démontés à l'origine-destination.
- Sensibiliser l'ensemble des transporteurs à la problématique d'emport des vélos non démontés.
- Généraliser la modularité de l'ensemble du matériel afin d'augmenter ponctuellement les capacités d'emport de vélos (vacances, saison estivale...).

#### DESCRIPTION DE LA MESURE

- **Analyser et anticiper les lieux**, corridors et périodes de haute et faible affluence pour mieux anticiper les points noirs et apporter des solutions spécifiques / adaptées sur l'emport des vélos.
- **Poursuivre, diversifier et pérenniser** les expérimentations concernant l'emport des vélos et les réservations en ciblant en priorité les creux de fréquentation et les points noirs. La question de la sécurité du vélo et de la responsabilité dans les transports collectifs devra être posée.
- **En lien avec la mesure 7**, généraliser une information la plus précise et la plus circonstanciée possible sur l'ensemble des conditions d'emport, pour tous types de vélos et de publics.
- **Diffuser et partager les bonnes pratiques des expérimentations réalisées**, pouvant aller jusqu'à la proposition de produits combinés (ex. : bateau + vélo).
- **Sensibiliser puis former le personnel, à bord ainsi que dans les gares (routières, ferroviaires, maritimes...)** sur les conditions d'embarquement des vélos (pédagogie, guide pratique...).
- **Harmoniser les conditions d'emport et les dimensions d'acceptation de vélo** – et de VAE – à bord (au national d'abord, à l'euro péen ensuite).

- **Lancer un groupe de travail transversal** (associations, utilisateurs, agents du service commercial trains, constructeurs, designers...) sur la modularité des matériels afin d'anticiper au mieux les futurs cahiers des charges lors de l'achat par les autorités organisatrices de la mobilité (AOM) et transporteurs / exploitants.

Si la question de l'emport des vélos dans les trains, les cars et les bateaux apparaît comme une évidence, il sera également important d'intégrer dans la réflexion le transport des vélos sur les voitures et leur stationnement sur les sites de départ, ou encore les navettes et transports privés en ciblant quelques itinéraires et destinations.

Cette mesure sera menée en lien avec les mesures 7 (pour délivrer une information claire, fiable et harmonisée sur l'offre d'emport) et 10 (sur les solutions alternatives).



Remarque : sans évincer la question de l'adaptation du matériel roulant et de la modularité des rames à la problématique d'emport, il a été décidé de reporter ce sujet à horizon 10-15 ans, car il dépend des calendriers de rénovation ou de commande de nouveaux matériels des AOM et transporteurs. Une sensibilisation sera menée afin que le sujet vélo soit intégré au mieux dans la stratégie des acteurs concernés.

#### PORTEURS DE PROJET potentiels

Les Régions avec Régions de France + Intercommunalités de France + GART.

#### PARTENAIRES À ASSOCIER

Privés et publics : SNCF, Transdev, VNF, Autocaristes, Flixbus, Blablacar, Régions de France, navettes privées, ATD, RÉUNIR, AGIR, UNECTO (Union des exploitants de chemins de fer touristiques et de musées), DGITM...



#### BUDGET

Temps RH d'animation pour la mise en œuvre opérationnelle.



#### CALENDRIER DE RÉALISATION

À définir avec les porteurs de projet.



#### INDICATEURS

- Évolution de la capacité d'emport des vélos dans les transports (par type de transport).
- Évolution des systèmes de réservations lorsqu'ils existent (en lien avec la mesure 7).

## Mesure 9

### Garantir un stationnement adapté sur les zones touristiques d'affluence



#### Enjeu

Fluidifier l'intermodalité et l'accès au parcours et à l'offre touristique à vélo.

#### CONTEXTE

Bien que les moyens dédiés au stationnement vélo évoluent, l'absence de solutions adaptées pour les touristes à vélo reste un véritable frein à la pratique et peut nuire à l'expérience touristique des voyageurs par crainte du vol. Les touristes à vélo auraient pourtant besoin de tirer parti des équipements sécurisés existants pour stationner leur vélo (et leur matériel de voyage) lors d'arrêts prolongés, de visites et de haltes. Or, le plus souvent, les équipements de stationnement sécurisé qui se développent largement, boostés par les obligations de la LOM et des financements au rendez-vous (collectivités + programme Alvéole), restent inaccessibles aux touristes de passage.

Les places nouvellement créées aux abords des gares et pôles d'échanges multimodaux (PEM) voient progressivement le jour et vont être multipliées, mais elles restent inaccessibles aux touristes à vélo. La question se pose également à proximité des sites touristiques, dont l'accès pourrait être fluidifié par la mise à disposition d'aménagements cyclables et de parkings à vélo, en solution provisoire ou permanente, pour répondre à une demande parfois saisonnière. Certains établissements se sont équipés en ce sens et vont jusqu'à proposer des tarifs incitatifs pour les visiteurs accédant au site à vélo, mais l'offre reste bien trop confidentielle pour entraîner un changement des comportements à plus grande échelle.

#### OBJECTIFS

- Aller au-delà de la mise en conformité avec les objectifs de la LOM en matière de stationnement au droit des PEM.
- Stimuler le déploiement de stationnements vélo et de consignes adaptés aux abords des sites touristiques, PEM, gares et offices de tourisme, à travers des dispositifs pérennes ou saisonniers.
- Accompagner les sites touristiques pour mieux appréhender les besoins.
- Déployer des **stationnements sécurisés associés à des casiers**, accessibles aux visiteurs et visibles, avec la **simplicité d'une consigne**.

#### DESCRIPTION DE LA MESURE

- **Analyser et anticiper les lieux et les pics d'affluence pour mieux cibler les points noirs et apporter des solutions pour gérer les volumes** : repartir des flux généraux pour inviter les points d'intérêt touristique à diversifier les propositions d'accès aux sites en question, encourager les initiatives (permanentes ou modulaires) et communiquer sur les dispositifs mis en place.
- **Impulser une dynamique de très court terme de mutualisation et de réutilisation de lieux existants** lorsque cela est possible, afin de limiter les coûts. Par exemple, dans des offices de tourisme qui possèdent de vastes espaces fermés, dans des bâtiments voyageurs qui n'utilisent plus une partie de leurs espaces de stockage, des parkings en ouvrage existants, etc.
- S'assurer que les espaces de stationnement vélo sécurisés existants et créés ultérieurement soient accessibles à tous sans abonnement via une solution de paiement (borne de paiement ou paiement en ligne par exemple).
- **Réaliser une fiche / guide pratique à destination des sites touristiques et des lieux d'accueil des publics** pour les orienter vers des solutions de stationnement et de consigne adaptées et faire connaître les dispositifs

existants permettant de financer du stationnement vélo ; pourront y être adjoints des exemples de territoires et de sites ayant mis en place des dispositifs ad hoc (ex. : gare, musée, plage, etc.). Le travail devra être conduit en cohérence avec la réflexion sur l'évolution d'un écosystème plus "vélo friendly" et de la marque Accueil Vélo (mesures 11 à 14).

- Relayer au maximum cette fiche auprès des lieux de mobilité, des points d'intérêt et des sites touristiques concernés.
- Faire en sorte que les offices ou directions du tourisme soient intégrés aux COTECH / COPIL lors de nouveaux projets de PEM et de gares.
- **Réfléchir à la mise en place d'une tarification homogène entre régions pour l'accès au stationnement**, tant pour la clientèle fréquente qu'occasionnelle / touristique.

Cette action sera menée en lien avec la mesure 7 relative à la diffusion de l'offre de stationnement de manière standardisée et actualisée chaque année.

#### PORTEURS DE PROJET

Groupe de travail animant : AOM + Directions du Tourisme (Gares & Connexions, régions, métropole, intercommunalités...).

#### PARTENAIRES À ASSOCIER

FUB, gestionnaires de parkings publics (ex. : IndigoPark, Effia...), fournisseurs de solutions de stationnement (Altinnova, AbriPlus...) autres BE spécialisés (Inddigo...), SNELAC (Syndicat National des Espaces de Loisirs, d'Attractions et Culturels) pour questionner leurs attentes et contraintes, ANETT (Association Nationale des Élus des Territoires Touristiques), Réseau des Grands Sites de France, ANCT (Agence nationale de la cohésion des territoires), Centre des monuments nationaux, etc.



#### BUDGET

Budget non estimé à ce stade

Financements mobilisables :

- Nationaux : Programme de l'ADEME « Développer le vélotourisme » (prolongé jusqu'en 2025) et « Alvéole + » porté par la FUB (jusqu'à fin 2024).
- Locaux : DSIL (dotation de soutien à l'investissement local), DETR (dotation d'équipement des territoires ruraux), etc.



#### CALENDRIER DE RÉALISATION

Nécessité d'une mise en œuvre rapide en motivant l'implantation de stationnements (2024-2025) et en profitant des deux dispositifs de financement identifiés sur l'espace public.



#### INDICATEURS

- Nombre de places de stationnement vélo sécurisé accessibles aux touristes à vélo.
- Nombre de sites touristiques équipés.
- Diffusion du guide pratique.

**Enjeu 2. Miser sur l'intermodalité, maillon faible du tourisme à vélo**

## Mesure 10

### Faciliter la location de vélos touristiques en complémentarité avec les transports collectifs



## Enjeu

Fluidifier l'intermodalité et l'accès au parcours et à l'offre touristique à vélo.

### CONTEXTE

La question de l'intermodalité avec les transports collectifs est régulièrement mise en avant comme l'un des principaux freins du tourisme à vélo en France. Si les transporteurs prennent de plus en plus en considération le sujet, il ne sera jamais possible d'embarquer tous les vélos, de tous gabarits, démontés ou non, de tous les touristes dans l'ensemble des trains, cars ou autres bateaux.

D'autres solutions décarbonées sont dès lors à envisager afin de proposer des alternatives à la combinaison transport collectif + vélo sur certains axes prioritaires ou encore des solutions de location et services vélos à proximité immédiate des points d'entrée stratégiques dans les territoires. Deux sujets sont ainsi évoqués :

- Les questions d'acheminement de vélos personnels sur les destinations touristiques, ou comment mutualiser des offres de transport existantes, publiques ou privées.
- La location de vélo à destination, posant la question du modèle économique d'une activité souvent saisonnière, et de fait des besoins de mutualisation et de mise à disposition de moyens RH, de locaux, de services pour d'autres fonctions (ex. : stockage, location one-way...) mais aussi d'adéquation avec les désirs du public.

### OBJECTIFS

- Apporter des solutions décarbonées en impliquant les AOM, transporteurs, gestionnaires des lieux ciblés.
- Réfléchir à de nouveaux produits et services touristiques intégrant la problématique du vélo + transport collectif répondant à la fois aux enjeux économiques de l'utilisateur et de viabilité du professionnel.
- Systématiser les offres de location vélo aux destinations reliées par le train et / ou le car en ciblant les principaux points d'entrée et les pics de fréquentation.

### DESCRIPTION DE LA MESURE

- **Identifier les nœuds de transport prioritaires, les portes d'entrée, les lieux très prisés et les lieux saturés**, là où il y a un intérêt touristique.
- **Valoriser les services de location de vélo touristique existants à proximité de ces sites et éventuellement proposer une expérimentation** pour une possibilité de location de vélo touristique de proximité (et des équipements spécifiques utiles) dans des hubs de mobilité, là où une pratique saisonnière est à adresser et où la location vélo est souhaitable (cf. initiative Place de la gare de SNCF Gares & Connexions, projet Vacances à vélo sur la Véloscénie, etc. ; en lien avec la mesure 14), en envisageant des mutualisations avec l'offre de location existante (y compris les VLS) et la valorisation d'offres combinées entre loueur, destination / itinéraire et transporteur.
- **Stimuler le développement de services de location en aller simple, sur une origine destination**, combinant vélo (aller) et transport collectif (retour) (cf. exemple de l'AMI Pays de la Loire avec Atout France sur le one-way). Définir deux gares / PEM / sites comme points de départ et d'arrivée.

### PORTEURS DE PROJET potentiels

À identifier : ADEME en régions (SPOT) ? Les Régions en direction de leur territoire ? SNCF Gares & Connexions ?

### PARTENAIRES À ASSOCIER

- Gestionnaires de PEM.
- Transporteurs de biens et de personnes : SLO (Service Librement Organisé, dont Transdev, Keolis...), SNCF, La Poste, etc.
- Loueurs de vélo privés / parapublics.



### BUDGET

Temps RH d'animation pour la mise en œuvre opérationnelle.



### CALENDRIER DE RÉALISATION

2026-2027



### INDICATEURS

- Expérimentations conduites.
- Services mis à disposition.
- Utilisation et appréciation du service rendu.

Enjeu 3. Vers une offre structurée d'équipements & de services

## Mesure 11

### Approfondir et ouvrir le référentiel national des équipements et les programmes d'accompagnement à une diversité de pratiquants et de services



## Enjeu

Offrir des équipements & services structurés, qualifiés et adaptés aux attentes spécifiques des touristes à vélo dans leur diversité.

### CONTEXTE

En matière d'équipements et de services, le touriste à vélo a des attentes spécifiques. Lors de son parcours à vélo, plus particulièrement en itinérance, il a besoin de trouver des équipements de base (point d'eau, sanitaires, table de pique-nique, stationnement) ainsi que des équipements complémentaires (borne de recharge, station de gonflage ou totem de réparation, points wifi...). Par ailleurs, il est important qu'il puisse trouver des points pour se restaurer et un lieu pour dormir ; il peut également avoir besoin de services de location ou de réparation de vélo ou de transports de bagages.

Si la France vise la première marche des destinations mondiales de tourisme à vélo, il est indispensable que les touristes à vélo, quelle que soit leur pratique, soient accueillis dans un pays « vélo friendly ». Cela sous-entend d'être irréprochable en matière de services, d'équipements et d'information de leur existence (digitale et in situ).

Vélo & Territoires, en concertation avec les territoires, a publié en 2021 un référentiel national commun des équipements vélo. À ce jour, ce référentiel se concentre uniquement sur les équipements et concerne avant tout la pratique de l'itinérance à vélo. Or, on observe aujourd'hui une hybridation des pratiques, notamment avec le développement du VAE et un engouement plus prononcé pour le tourisme « sportif » et les micro-aventures. Tourisme de loisirs, tourisme sportif, tourisme itinérant, l'enjeu est de donner aux territoires les clés pour développer des équipements et des services répondant à l'ensemble des pratiques. Il sera également essentiel de développer ou de s'appuyer sur des espaces pouvant être utiles aux populations locales, l'objectif étant de mutualiser et de rentabiliser des équipements et services sans se limiter à un usage saisonnier par des touristes à vélo.

### OBJECTIFS

- Accompagner les territoires dans le déploiement de services et d'équipements adaptés à la pluralité des cyclistes et à la complémentarité des pratiques.
- Faire connaître les services et les équipements mis à la disposition des touristes à vélo.
- Pérenniser et / ou développer des programmes d'aides visant le développement de services et d'équipements.

### DESCRIPTION DE LA MESURE

La mesure vise à améliorer la quantité et la qualité des services et des équipements proposés mais également à les rendre plus visibles auprès des usagers. Il existe en effet un enjeu de balisage, de jalonnement et de valorisation de ces aires de services, dans l'esprit du travail mené sur les aires d'autoroute.

**Étape 1 : Établir avec exhaustivité une liste des équipements et des services répondant aux différentes pratiques.**

Cela permettra d'adapter la fiche-action n° 8 dédiée aux équipements, aires de services et haltes-repos (source : Vélo & Territoires, janvier 2022) en l'élargissant à la diversité des pratiquants et à une pluralité de services. Pour chaque équipement et service, le support apportera un descriptif précis, des préconisations, des exemples et des illustrations.

Une attention particulière sera portée sur la complémentarité des équipements et des services proposés à l'ensemble des usagers d'un territoire (habitants, randonneurs, en lien avec d'autres pratiques telles que le tourisme fluvial, les espaces naturels...).

La valorisation de ces équipements et services sera également prise en compte. En effet, l'implantation des points d'intérêt touristiques, des sanitaires, des établissements de restauration ou d'hébergement ne permet pas aujourd'hui aux usagers de les

repérer facilement. A minima, il s'agira d'intégrer des préconisations et des exemples en matière de signalisation mais également en termes de promotion (via le digital, les lieux d'interface avec le public, les RIS ou des supports print tels que des cartes). La base de données nationale des équipements est un outil de référencement qui pourra être exploité pour la valorisation digitale.

Un autre point de vigilance porte sur l'impact de l'évolution du référentiel sur les outils de référencement et de promotion des aires de services (de Vélo & Territoires et FVT). Le référent Accueil Vélo devra également être associé à la définition des préconisations sur les services.

**Étape 2 : Prévoir un recensement (avec une mise à jour annuelle) et un élargissement des programmes de financement / accompagnement** d'ampleur nationale, sur du pluriannuel, pour le développement d'équipements et services, en concordance avec le nouveau référentiel national adopté, afin d'accompagner la mise en œuvre des préconisations.

Le rôle des collectivités, dans l'animation et le soutien au déploiement des services et des équipements, devra également être interrogé. Les dispositifs d'aides à l'attention des collectivités ou des entreprises (par exemple les plateformes **aides territoires** ou **mission transition écologique**) pourront également être mis en avant. Les possibilités de partenariat public-privé pour l'implantation de mobilier urbain, d'achats groupés d'équipements par un itinéraire ou une collectivité territoriale devront également être étudiées.

### PORTEUR DE PROJET

Vélo & Territoires (sous réserve de moyens mobilisables).

### PARTENAIRES À ASSOCIER

- Territoires : destinations et itinéraires engagés, villes ayant accueilli des événements sportifs et ayant expérimenté des services éphémères, PNR...
- Instances nationales : ADN Tourisme, ATD, ADEME, ANCT (Petites villes de demain, Cœur de ville, Avenir montagne, Villages d'avenir...), Plus beaux villages de France, Petites cités de caractère, Stations Vertes, Sites et Cités remarquables, SNECAC, fédérations des Tiers Lieux, VNF, AF3V, Grands sites de France...
- Représentants des autres pratiques : FFRP, FFC, FFVélo, SNMCF, Mountain Bikers Foundation
- Autres acteurs : FNHPA, Bistrot de pays, Accueil Paysan, opérateurs de services privés, lieu de pratiques vélo multiples type Fise Farm, prestataires d'équipements, France Tourisme Lab, Gares & Connexions...



### BUDGET

- Support de référencement des services et équipements et production de référentiels estimé à 45 000 € HT.
- Pour les programmes d'accompagnement : Développer le Vélotourisme ? Petites Villes de Demain ? Action Cœur de Ville ?...



### CALENDRIER DE RÉALISATION

- 2025 : concertation pour définir les équipements et les services à intégrer.
- 2025-2026 : rédaction du support et publication.
- 2026-2030 : reconduction et / ou lancement de programmes d'accompagnement adaptés.



### INDICATEURS

- Nombre d'aires de services et d'équipements affichés sur Velodatamap et France Vélo Tourisme.
- Nombre d'aires de services et d'équipements financés via les dispositifs d'aides ainsi que leur répartition géographique.
- Amélioration des retours des touristes à vélo dans les enquêtes EVA-vélo.

### Enjeu 3. Vers une offre structurée d'équipements & de services

## Mesure 12

### Professionnaliser les acteurs du tourisme et du vélo aux métiers du tourisme à vélo\*



## Enjeu

Offrir des équipements & services structurés, qualifiés et adaptés aux attentes spécifiques des touristes à vélo dans leur diversité.

### CONTEXTE

En 2019, le tourisme à vélo générait 4,2 milliards d'euros de retombées économiques directes ; un chiffre qui atteindrait désormais les 4,6 milliards. **Selon l'État**, la filière engendrerait par ailleurs 33 800 emplois, dont la moitié dans l'hébergement et la restauration, mais aussi dans les commerces locaux, dans les professions du cycle et chez les opérateurs de tourisme. En intégrant les impacts indirects et induits, les retombées économiques seraient de 11,4 Md€ pour 76 200 emplois (ETP).

Si le tourisme à vélo constitue donc une véritable manne économique, ses enjeux restent souvent mal connus des professionnels du secteur touristique mais également de ceux de « l'univers vélo ». La formation initiale ou continue, aujourd'hui dispensée en matière de tourisme, ne permet pas aux professionnels des deux secteurs d'appréhender le tourisme à vélo, de connaître les différents profils de touristes à vélo et leurs besoins, et, de fait, d'offrir un accueil « vélo friendly » dans les territoires.

Dans le cadre de la présente stratégie, l'objectif est de mieux intégrer le sujet du tourisme à vélo dans les cursus de formation initiale ou continue. Cette mesure est complémentaire des actions conduites sur la thématique Acculturation (notamment mesures 16 et 17) visant davantage à sensibiliser qu'à offrir une formation qualifiante.

### OBJECTIFS

- Stimuler un écosystème du tourisme plus « vélo friendly ».
- Donner aux professionnels actuels et futurs du tourisme et du vélo, les moyens de mieux accueillir les touristes à vélo et de mieux répondre à leurs besoins spécifiques.
- Clarifier les besoins et délivrer des modules de formation dédiés au tourisme à vélo dans les cursus de formation initiale ou continue.

### DESCRIPTION DE LA MESURE

Proposer des **modules de formation** et du matériel pédagogique à intégrer dans :

- Les formations initiales ;
- Les formations continues (présentiel, webinaire, MOOC).

Ces modules viseront plus particulièrement, dans un premier temps, les professionnels du tourisme et notamment ceux de l'accueil (Offices de tourisme, hébergeurs, restaurateurs, sites touristiques, espaces de loisirs, guides touristiques, etc.). Ce travail pourrait être ensuite diffusé, à moyen-long terme, aux autres professionnels de « l'univers vélo » (moniteurs-guides, vélocistes, réparateurs, loueurs...).

Plusieurs étapes ont été définies :

**Étape 1 : Identifier les formations** initiales et continues à cibler et les cartographier (BTS, licence professionnelle, DUT, etc.) ; ce travail pourra s'appuyer, pour la partie acteurs du vélo, sur le mapping réalisé par le GT emploi formation de la filière France Vélo et le panorama des métiers du Job Vélo.

**Étape 2 : Interroger un panel de professionnels** pour connaître les besoins / manques identifiés sur le terrain et enrichir le socle de connaissances et de compétences spécifiques à l'accueil, au sens large, des touristes à vélo. Il s'agira, par ailleurs, de clarifier la réglementation, les modalités d'encadrement et d'accompagnement et la qualification des acteurs du tourisme à vélo (ex. : norme ISO sur les séjours à vélo, tolérance sur les visites à vélo, CQP, BPJEPS, carte professionnelle...).

**Étape 3 : Retranscrire** ces besoins en connaissances et en compétences ; un regard sera porté sur les opportunités de développement d'emplois pour la filière.

**Étape 4 : Élaborer le contenu** des modules (présentiel, webinaires, MOOC, etc.), valider leur pertinence. Suggérer des intervenants potentiels, identifier des ambassadeurs territoriaux pour également faire de la formation "in situ" et rencontrer les différents types d'acteurs locaux. Les modules pourront être adaptés selon si la formation est proposée en parcours initial ou en formation continue.

**Étape 5 : Établir un catalogue des formations** certifiantes pour les faire connaître.

En parallèle, il s'agira, pour la formation continue, de solliciter les pouvoirs publics pour faire évoluer le contenu de la formation, voire intégrer des spécialistes des programmes de formation. La formation des encadrants et des formateurs est un sujet majeur pour une prise en compte pérenne de ces sujets.

Pourrait également être proposé, dans l'esprit de l'expérience conduite dans le Centre-Val de Loire, un module à intégrer dans les CQP Cycle. L'idée serait d'informer sur le tourisme à vélo, les outils de communication existants, la marque Accueil Vélo, etc. sans pour autant que le module fasse partie de l'évaluation des élèves. Des échanges sont à prévoir avec les directeurs des instituts une fois les modules, les compétences et les intervenants identifiés.

### PORTEURS DE PROJET

En tant qu'organisme de formation pour les métiers du tourisme, et en particulier les personnels des OT, avec des relais régionaux, et certifié qualiopti, ADN Tourisme pourrait mettre en place une formation continue pour former au tourisme à vélo.

Un MOOC Tourisme à vélo pourrait être travaillé rapidement avec la FNHPA, agréé organisme de formation.

### PARTENAIRES À ASSOCIER

À adapter en fonction des différentes phases et besoins du projet :

ADN Tourisme, Atout France, ATD, Offices de tourisme, FNHPA, Confédération des acteurs du tourisme, Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie, Chambres de Commerce et d'Industrie, Grands sites de France, Parcs Naturels Régionaux, ministère de l'Éducation nationale, ministère de l'Économie et des Finances (Mon emploi Tourisme), enseignants du niveau de formation requis, spécialistes des contenus de formation dans le tourisme, opérateurs de compétences (OPCO), PRNSN, FFVélo, FFC, SNMCF, FUB (Contrat de Qualification Professionnel animateur mobilité vélo et autre CQP), BPJEPS Activités du Cyclisme CREPS de Nantes, CNFPT, Cerema, ADMA, etc.



### BUDGET

Estimé à 10 000 € (temps RH non inclus) pour la co-construction et / ou une journée de rencontres entre les différents types d'intervenants, l'élaboration d'outils pédagogiques (documentation, MOOC, etc.), des supports de communication auprès des établissements qui dispensent les formations ciblées...



### CALENDRIER DE RÉALISATION

Entre 12 et 24 mois, selon le temps ETP dédié au projet.



### INDICATEURS

- Nombre et contenu des modules ouverts.
- Type de diplômes ciblés.
- Nombre de formations délivrées en continu par an.
- Nombre de personnes formées par an.

### Enjeu 3. Vers une offre structurée d'équipements & de services

## Mesure 13

### Faire connaître la marque Accueil Vélo et la faire évoluer pour atteindre les 20 000 établissements labellisés\*



## Enjeu

Offrir des équipements & services structurés, qualifiés et adaptés aux attentes spécifiques des touristes à vélo dans leur diversité.

### CONTEXTE

Dans le cadre des démarches nationales convergentes (Plan Vélo, filière économique, plan Destination France), Accueil Vélo est reconnue comme "La" marque de référence pour les services aux touristes à vélo et donc identifiée comme un pilier important de l'ambition de devenir la première destination mondiale du tourisme à vélo.

Cette reconnaissance des partenaires fait écho à celle des utilisateurs : les études de fréquentation et de retombées économiques des itinéraires présentées depuis septembre 2023 démontrent, chez les adeptes du voyage et de l'itinérance à vélo, un bon niveau de notoriété de la marque. Par ailleurs, l'enquête menée auprès de 3 300 utilisateurs de France Vélo Tourisme (FVT) à l'été 2023 a permis d'identifier les informations les plus attendues par les voyageurs à vélo. L'offre d'hébergement arrive en tête, juste avant l'information sur les points de ravitaillement le long d'un itinéraire. Ces deux informations sont plébiscitées par les cyclistes français comme par les étrangers.

Accueil Vélo est actuellement déployée sur des itinéraires inscrits aux schémas cyclables de niveau national, régional ou départemental, ayant pour point commun un haut niveau qualitatif et de fait un sentiment de sécurité pour les pratiquants. Avec l'explosion des pratiques multiformes et l'apparition de nouvelles clientèles désireuses de pratiquer le vélo pendant leurs vacances, les standards qualitatifs et la capacité de réassurance de la marque deviennent encore plus centraux dans l'argumentaire de communication de la marque.

### OBJECTIFS

Face à la croissance du nombre de touristes à vélo, à la différenciation des pratiques et aux besoins des touristes à vélo, il s'agira de :

- Développer le maillage des prestataires labellisés et l'étendre au-delà des seuls grands itinéraires : objectif 20 000 labellisés en 2030.

\* Mesure inscrite dans le contrat de filière

- Conforter la notoriété de la marque auprès des touristes à vélo itinérants français et étrangers.
- Installer la marque auprès des touristes à vélo en séjour, qu'ils pratiquent un vélo de découverte et de balade ou un vélo plus sportif.

### DESCRIPTION DE LA MESURE

Pour atteindre cet objectif, la marque doit être généralisée au-delà du réseau des EuroVelo et des grands itinéraires régionaux et nationaux. Pour cela elle doit pouvoir se décliner sur les territoires disposant d'une offre vélo qualifiée y compris des territoires peu denses et des zones de montagne.

Dans ce développement, la qualité de réassurance de la marque et la notion d'accueil spécifique des clientèles vélo sont prioritaires. Les entreprises touristiques candidates à la labellisation doivent être porteuses d'un véritable engagement pour accueillir les touristes à vélo et répondre à leurs besoins spécifiques. Cette promesse client doit être le socle des référentiels et de la communication.

**Les référentiels Accueil Vélo seront donc actualisés en ce sens et de nouvelles catégories de services labellisés pourront être développées** pour continuer à qualifier les services destinés à tous les types de touristes à vélo. À titre d'exemple, les référentiels "hébergements" pourraient demain être adaptés à de nouveaux types d'hébergement développés dans les territoires peu denses (mesure 15).

Même si les configurations territoriales d'animation de la marque sont très diverses, **le rôle phare des Offices de tourisme dans la structuration de l'offre locale** Accueil Vélo et plus largement d'une offre liée au développement du tourisme à vélo sur leur territoire doit être plus lisible et davantage mis en valeur - en lien avec l'actualisation du processus actuel de labellisation. Le rôle des animateurs territoriaux de la marque sera également précisé dans le cadre de ces travaux ; l'ensemble des outils nécessaires au pilotage et à la gestion de la marque seront créés.



## BUDGET

**Coût total 2024-2030 = 750 000 €.**

- Création d'un ETP chargé du déploiement de la marque à FVT : 290 000 € sur 7 ans.
- Gestion de la marque : 30 000 €.
- Déploiement de la marque : 30 000 €.
- Création d'une plateforme de valorisation de la marque : 40 000 €.
- Communication / marketing : 50 000 € / an.

**Co-financements mobilisables 2024-2030 : 70 000 €.**

- 2024 : 15 000 € de l'AMI destinations digitales.
- 2024-2025 : 50 000 € du programme Développer le vélotourisme de l'ADEME.
- À compter de 2024 : montée en puissance de la quote-part de la redevance de marque payée par les entreprises labellisées à FVT (de 25 000 € en 2024 à 60 000 € en 2030).



## CALENDRIER DE RÉALISATION

- 2024 : refonte des référentiels thématiques, extension à de nouveaux services, mise en place des outils de gestion de la marque, recrutement chargé(e) de mission, séminaires de mobilisation, actions de sensibilisation...
- 2025 : premières campagnes d'acquisition de notoriété et création d'une plateforme de valorisation de la marque.
- 2026 et suivantes : installation de la marque auprès des nouvelles clientèles françaises et sur les marchés étrangers prioritaires via 5 canaux (presse, campagnes numériques, réseaux sociaux, influenceurs, partenariat d'édition).



## INDICATEURS

- Nombre d'établissements labellisés Accueil Vélo : passer de 7 100 en 2023 à 20 000 en 2030.
- Fréquentation des pages Accueil Vélo de l'écosystème FVT : de 798 000 affichages de fiches en 2022 à 1 000 000 en 2030.
- Nombre de clics vers les sites web des prestataires Accueil Vélo : de 330 000 clics en 2022 à 500 000 en 2030.
- Taux de notoriété spontané et assisté d'Accueil Vélo auprès des touristes à vélo lors des études de fréquentation : progression attendue de 3 points.
- Nombre de formations Accueil Vélo dispensées aux relais territoriaux.
- Nombre de réunions de travail avec les référents locaux pour finaliser les outils de déploiement de la marque.

Enfin, si la marque Accueil Vélo est aujourd'hui connue des voyageurs à vélo, son déploiement auprès des nouvelles clientèles du tourisme à vélo va impliquer un investissement conséquent dans des outils de promotion : adaptation de la plateforme de marque aux évolutions, création d'un portail de valorisation de la marque, initiation d'une stratégie de communication et de promotion BtoB et BtoC en direction des marchés français et des marchés internationaux de proximité.

### LIVRABLES ATTENDUS

- Gestion de la marque : refonte des référentiels thématiques Accueil Vélo, création de nouveaux référentiels, création des outils de gestion de la marque, honoraires conseil juridique.
- Déploiement de la marque : élaboration / mise à jour des supports d'accompagnement du développement territorial de la marque, actualisation du processus territorial de labellisation, création de modules de formation des chargés de labellisation, création et animation d'un centre de ressources pour les référents / les candidats au label.
- Création d'un portail numérique de valorisation de la marque.
- Communication / marketing : création de contenus, campagnes acquisition de notoriété.

### PORTEURS DE PROJET

France Vélo Tourisme et CRT Centre-Val de Loire en tant que co-propriétaires de la marque, ADN tourisme et son réseau territorial de référents et d'animateurs de la marque.

### PARTENAIRES À ASSOCIER

Vélo & Territoires, Animateurs et référents territoriaux Accueil Vélo, FNHPA, UMIH, Gîtes de France, Bienvenue à la ferme, Autres réseaux d'hébergeurs (Villages Vacances, Résidences de tourisme...), VNF, FFC, FFVélo, SNCF, UNAT...



#### Freins et verrous

- Délais liés à la concertation nationale nécessaire aux évolutions proposées.
- Niveau de sécurité du trajet entre l'itinéraire vélo et la localisation du prestataire candidat à la labellisation.
- Constriction des moyens des OGD fléchés sur les dispositifs de labellisation et de qualification de l'offre.

### Enjeu 3. Vers une offre structurée d'équipements & de services

## Mesure 14

### Proposer aux touristes à vélo, à leur arrivée sur un territoire, un haut niveau de services et d'accueil



### Enjeu

Offrir des équipements & services structurés, qualifiés et adaptés aux attentes spécifiques des touristes à vélo dans leur diversité.

#### CONTEXTE

Les profils clientèles / usagers du tourisme à vélo sont pluriels : habitants, excursionnistes, touristes, itinérants, sportifs, loisirs, utilitaires... Dans le cadre de son parcours visiteur, un usager est amené, lors de sa phase de « visite », à avoir des besoins spécifiques : recherche d'information sur l'offre de location de vélos, de parcours à vélo (en marguerite ou en itinérance), de services et d'équipements adaptés à sa pratique vélo, qui peuvent exister ou non, être dispersés dans les territoires et / ou plus ou moins visibles.

Les principaux lieux d'interface sur un territoire pour un touriste à vélo peuvent être divers :

- Les portes d'entrée principale sur le territoire : sachant qu'une majorité de touristes arrivent sur un territoire en voiture individuelle, la porte d'entrée, pour un touriste à vélo, est généralement son hébergement, qu'il réserve pour une ou plusieurs nuitées.
- Les portes d'entrée secondaire, en pleine progression : lors d'une arrivée en train, en bus, en car, en covoiturage ou en bateau sur une destination, les Pôles d'Échanges Multimodaux, les gares ferroviaires et routières, les parkings relais, les aires de covoiturage sont considérées comme des portes d'entrée secondaire.
- Les pôles centraux d'informations et de services : il s'agit principalement des offices de tourisme.
- Les acteurs touristiques positionnés sur la thématique « vélo », formés, volontaires et engagés dans la structuration d'une offre « vélo » sur leur territoire, comme les loueurs de cycles.

#### OBJECTIFS

- Stimuler un écosystème du tourisme plus « vélo friendly » dans les lieux d'interface avec le public.
- Définir un niveau / une charte de qualité pour déployer un lieu « vélo friendly ».
- Orienter les usagers / touristes à vélo depuis leur point d'entrée sur le territoire vers un pôle central d'informations, de services et d'équipements adaptés à leurs besoins.

#### DESCRIPTION DE LA MESURE

**Étape 1 : Définir le périmètre de chaque lieu d'interface et en affiner les missions :**

- Le pôle central d'informations et de services doit offrir des informations complètes sur l'offre « vélo » du territoire et pouvoir orienter les touristes / usagers à vélo vers des services et équipements adaptés à leurs besoins. Dans le cas d'un office de tourisme, cela se concrétise par une évolution de leurs missions. Ils deviennent ainsi des « offices de tourisme, de loisirs et de mobilité » (cf. modèle soutenu par ADN Tourisme dans le cadre de l'évolution des missions des OT et déjà testé en Occitanie via le CRTL). En complément, en tant qu'espace labellisé Accueil Vélo, il accompagne les acteurs de son territoire pour devenir « vélo friendly » : fourniture de documentation / cartographie, temps de découverte des infrastructures & services, AAP & soutien au déploiement d'équipements et de services, ambassadeurs ++ de la marque Accueil Vélo, partenariats ++ avec acteurs Accueil Vélo du territoire.
- Les portes d'entrée sur le territoire (principale ou secondaire) et autres acteurs touristiques identifiés doivent apporter un premier niveau de conseil et orienter vers les pôles centraux d'informations et de services.

**Étape 2 : Consolider et faire évoluer les rôles des acteurs fléchés :**

Cette démarche sera menée en lien avec l'évolution de la marque Accueil Vélo (mesure 13) et la démarche initiée

par Gares & Connexions sur une politique de labellisation des gares (réflexion autour de la préparation du voyage, l'accès à la gare, le stationnement et les services dédiés, le cheminement dans la gare, etc.). Une réflexion pourra être menée sur les niveaux de qualité à offrir (accès, accueil, information, services, etc.).

**Étape 3 : Sensibiliser, informer et former les acteurs considérés comme des points d'entrée sur le territoire, mettre en mouvement et animer le réseau d'acteurs :**

En fonction des besoins, un lien sera fait avec la mesure 12 sur les modules de formation proposés en formation continue.

#### PORTEURS DE PROJET

ADN Tourisme en lien avec FVT, des animateurs ou référents Accueil Vélo et les animateurs du dispositif de labellisation Gares & Connexions.

#### PARTENAIRES À ASSOCIER

Un CRT / ADT / OT très engagé (ex. CRTL Occitanie ou Nouvelle-Aquitaine), un CRT / ADT / OT moins engagé (pour déceler les freins potentiels), des prestataires engagés (ex. OuiBike, Bike'N Tour Nantes, un hébergeur, etc.), des têtes de réseaux (ex. Petites cités de caractère...).



#### BUDGET

- Coût à estimer.
- Financements mobilisables : programme « Développer le vélotourisme » ? Autres ?



#### CALENDRIER DE RÉALISATION

À préciser avec les porteurs de projets.



#### INDICATEURS

- Suivi de l'évolution de la fréquentation des OT par les touristes à vélo.
- Suivi des nouveaux équipements vélo financés pour des OT par les programmes nationaux.
- Suivi du développement des équipements et services vélo développés dans les PEM.
- Évolution du temps RH dédié au tourisme à vélo dans les OT (et plus particulièrement du temps dédié à l'animation de la marque Accueil Vélo).
- Enquêtes sur le niveau de satisfaction des touristes à vélo.

### Enjeu 3. Vers une offre structurée d'équipements & de services

## Mesure 15

### Développer des solutions d'hébergement adaptées aux spécificités des territoires et aux attentes des touristes à vélo



## Enjeu

Offrir des équipements & services structurés, qualifiés, et adaptés aux attentes spécifiques des touristes à vélo dans leur diversité.

### CONTEXTE

Avec 444 millions de nuitées touristiques enregistrées en 2022 dans les hébergements collectifs, la France s'affiche comme la première destination touristique mondiale. Pour autant, les touristes à vélo, et plus particulièrement en itinérance, se retrouvent régulièrement confrontés à la problématique du manque d'hébergement à la nuitée. Trois typologies de secteurs ont été identifiées avec chacune des problématiques distinctes :

- Les zones urbaines, où l'offre d'hébergement existe mais n'est pas toujours adaptée aux besoins des touristes à vélo (stationnement en particulier) ni référencée sur les canaux habituels des pratiquants (applications, plateformes collaboratives...);
- Les zones rurales, où l'offre d'hébergement est plus rare et certaines zones blanches viennent limiter la continuité de l'offre de séjour ;
- Les zones touristiques subissant des pics de fréquentation, où l'offre d'hébergement est souvent saturée ou inadaptée pour les voyageurs en itinérance (notamment en période estivale et sur les ponts du printemps) voire fermée hors saison.

Il existe ainsi une palette d'attentes en fonction des typologies de cyclistes, de pratique ou encore des territoires traversés. L'hébergement marchand en dur ne pourra pas systématiquement y répondre en raison de la saisonnalité du tourisme à vélo et de la nécessité d'un équilibre économique à trouver. Des solutions alternatives, marchandes ou non, devront être envisagées (hôtellerie de plein air, camping à la ferme, bivouac, logement chez l'habitant, offre collaborative, etc.) posant un enjeu fort de réglementation.

### OBJECTIFS

- Identifier des solutions d'hébergement flexibles ou alternatives en fonction des spécificités géographiques et touristiques des territoires.

- Lever les freins réglementaires en matière d'hébergement léger ou de plein air.
- Accompagner le développement de la pratique du bivouac et anticiper la demande d'hébergements légers pour éviter le camping sauvage.
- Accompagner le déploiement de ces nouvelles solutions dans un souci de développement de modèles économiques pérennes.

### DESCRIPTION DE LA MESURE

**Étape 1 : Identifier des solutions innovantes pour pallier les manques d'hébergement à la nuitée, plus particulièrement en zone peu dense.**

Réaliser un benchmark au niveau national et européen, voire international, pour identifier des expériences inspirantes d'hébergement, pérenne ou temporaire, en itinérance, en s'intéressant particulièrement aux conditions de transférabilité de ces expériences et en identifiant les freins réglementaires et / ou administratifs et / ou techniques à une diffusion à plus grande échelle.

Ce benchmark devra faire remonter des solutions locales en France et à l'étranger (ex. des shelters au Danemark, espaces libres aux Pays-Bas, free campsite & honesty box en Nouvelle-Zélande...) et s'appuyer sur l'European Federation of Camping Site Organisation et Holiday Park Association. Il pourra faire un pas de côté sur les initiatives menées sur la randonnée pédestre et le bivouac (en montagne par exemple), confrontées aux mêmes problématiques en itinérance.

L'appui extérieur d'un juriste pourrait s'avérer utile pour étayer les réflexions sur les freins réglementaires et les évolutions envisageables.

**Étape 2 : Lever les freins réglementaires, administratifs et techniques en fonction des solutions identifiées.**

- Faire évoluer les réglementations régissant certains secteurs (ex. : hôtellerie de plein air), via notamment les fédérations professionnelles.

- Travailler avec les ministères concernés pour harmoniser le traitement des Directions Départementales des Territoires sur les aménagements nécessitant des autorisations d'urbanisme (ex. mise en œuvre d'aires de bivouac ou de refuges).
- Créer des guides méthodologiques à destination des élus locaux et / ou des porteurs de projets privés pour faciliter le déploiement de solutions innovantes. Sensibiliser touristes et hébergeurs sur les périodes de voyages et d'ouverture des établissements.
- Identifier les financements publics et privés mobilisables pour déployer ces solutions. Sensibiliser les financeurs pour les rendre éligibles aux futurs programmes.
- Développer ou renforcer des partenariats avec des solutions innovantes ou des acteurs du tourisme pour faciliter l'accès à une offre qualifiée pour les itinérants, notamment en secteur urbain.
- Concevoir un argumentaire destiné à apaiser les inquiétudes des établissements d'hébergement marchand face à la concurrence émanant des offres d'hébergement communautaires ou alternatives (bivouac, refuge).
- Sensibiliser les touristes à vélo au respect des lieux qu'ils pratiquent (cf. charte du randonneur).

**Étape 3 : Diffuser les solutions et accompagner les porteurs de projet.**

- Sensibiliser les gestionnaires des structures d'hébergement aux évolutions réglementaires et aux nouvelles opportunités offertes pour mieux accueillir les clientèles itinérantes.
- Sensibiliser les communes, EPCI, comités d'itinéraires et les acteurs privés aux opportunités offertes par l'installation de ces solutions et les possibilités de financement.
- Soutenir les porteurs de projets intéressés en fournissant une expertise technique afin de réduire les taux d'abandon de projets (financements, appel à projets...).
- Lancer un AAP ou un AMI qui permettra des expérimentations.



Attention à l'intégration des enjeux de transition écologique de ces habitations légères de loisirs ou du bivouac.

### PORTEURS DE PROJET

- Étape 1 : Vélo & Territoires (sous réserve de moyens mobilisables).
- Étape 2 : selon les solutions identifiées lors de la phase 1.
- Étape 3 : État et ses opérateurs et / ou collectivités.

### PARTENAIRES À ASSOCIER

- Territoires : via le Club des Itinéraires et Destinations Vélo, IPAMAC et Parcs Naturels, Destinations ayant mené des expérimentations (Bordeaux Rive Droite sur des refuges urbains, Espaces nordiques du Jura et Département des Ardennes sur le bivouac...).
- Fédérations d'hébergeurs (FNRT, FNHPA, Confédération des acteurs du tourisme), Réseau Accueil Vélo (dont labellisateurs), Prestataires hébergements légers, gestionnaires de foncier public (dont VNF), GroupAVélo, Accueil Paysan, Bienvenue à la ferme, Agences de voyages, etc.
- Plateformes numériques : Couchsurfing, Airbnb, Booking, Warmshowers...
- DGE, Atout France, Tourisme Lab, ADEME.
- ECF, Réseau des Grands Itinéraires Pédestres, Réseau des Grands Sites de France, FFVélo (Bonnes adresses).



### BUDGET

Budget estimatif :

- Benchmark : 40 000 € HT.
- Accompagnement juridique : 10 000 € HT, si externalisé.
- Guides méthodologiques : 20 000 € HT.

Financements mobilisables : Programme Développer le Vélotourisme ? Fonds Tourisme Durable ? Subventions régionales ?



### CALENDRIER DE RÉALISATION

- Étape 1 : 2025.
- Étape 2 : travail au long cours.
- Étape 3 : à partir de 2026 + accompagnement continu et au regard de l'AAP / AMI qui pourrait être lancé.



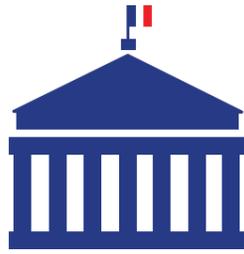
### INDICATEURS

- Retours des touristes à vélo dans les enquêtes EVA-VÉLO sur les services.
- Retours des collectivités et des socios professionnels sur les difficultés liées à l'hébergement (enquête qualitative, retombées économiques...).
- Évolutions réglementaires.
- Nombre et type de solutions d'hébergement à la nuitée financées.
- Suivi de réservation des hébergements à la nuitée, (selon la capacité à assurer ce suivi).

## Enjeu 4. Rendre le tourisme à vélo accessible à tous

### Mesure 16

## Démocratiser le tourisme à vélo auprès des décideurs et prescripteurs nationaux



### Enjeu

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

#### CONTEXTE

En 2019, le tourisme à vélo générait 4,2 milliards d'euros de retombées économiques directes ; un chiffre qui atteindrait désormais les 4,6 milliards, voire au-delà. Selon l'État, la filière engendrerait par ailleurs 33 800 emplois, dont la moitié dans l'hébergement et la restauration, mais aussi dans les commerces locaux, dans les professions du cycle et chez les opérateurs de tourisme. En intégrant les impacts indirects (consommations de biens et services des opérateurs auprès de leurs fournisseurs) et induits (consommation de revenu par les salariés de la filière), les retombées économiques seraient de 11,4 Md€ pour 76 200 emplois (ETP).

Si le tourisme à vélo constitue donc une véritable manne économique, ses enjeux restent cependant peu connus d'un grand nombre de décideurs et prescripteurs nationaux, toute échelle confondue. Depuis plusieurs années, Vélo & Territoires, France Vélo Tourisme et ADN Tourisme œuvrent auprès des collectivités et des partenaires publics et privés pour promouvoir le tourisme à vélo. En 2021, Vélo & Territoires a notamment publié, avec le soutien de l'ADEME, le guide « **Développer le tourisme à vélo dans les territoires** ». Ce guide a pour objectif de donner les clés pour comprendre les enjeux du tourisme à vélo et les leviers à mobiliser pour contribuer à son développement, le tout illustré par des retours d'expérience inspirants. Outil riche et pratique, la portée de ce guide est cependant limitée aux collectivités territoriales, laissant tout le pan d'acteurs nationaux et économiques de côté. Dans le cadre de la présente stratégie l'objectif est d'élargir la diffusion des enjeux du tourisme à vélo auprès des décideurs et prescripteurs nationaux.

#### OBJECTIFS

- Mieux appréhender l'ensemble des acteurs de l'écosystème tourisme à vélo au sens large.
- Proposer des réponses et des outils adaptés en fonction des typologies d'acteurs à sensibiliser.

#### DESCRIPTION DE LA MESURE

Le panel des acteurs publics et des opérateurs privés potentiellement concernés étant très large, il est d'abord important de disposer d'un recensement précis et exhaustif des acteurs à sensibiliser. Il faudra ensuite, en fonction de leur niveau de connaissance du tourisme à vélo, déterminer les informations et les supports à diffuser avant de programmer les rencontres auprès des décideurs et des prescripteurs.

**Étape 1 :** Réaliser un **mapping précis et exhaustif des décideurs et prescripteurs nationaux** à sensibiliser au tourisme à vélo. Un premier travail a été engagé par Vélo & Territoires et les membres du collectif STRATAV. Il devra être poursuivi et approfondi.

**Étape 2 :** Définir des enjeux en fonction de chaque catégorie d'acteurs et de leur niveau actuel de proximité avec le tourisme à vélo : sont-ils familiers du sujet avec des besoins d'expertise précis ? Sont-ils nouveaux dans le domaine, avec des attentes plus larges pour mieux appréhender la thématique et les attentes spécifiques de touristes à vélo ? Une fois les enjeux identifiés par typologie d'acteurs ("confirmés" ou "débutants"), il s'agira de « hiérarchiser » les acteurs à rencontrer en priorité puis de recenser, et le cas échéant de produire, les réponses / outils à apporter à chacun d'entre eux.

**Étape 3 :** Rencontrer ces décideurs et prescripteurs nationaux en leur présentant les outils nationaux pour **les informer, les sensibiliser et les fédérer** autour des enjeux du tourisme à vélo. Une répartition des acteurs à rencontrer devra être réalisée dans un calendrier à établir de façon très opérationnelle.



Certains des éléments à transmettre aux décideurs et prescripteurs nationaux devront s'appuyer sur des indicateurs, des données de retombées économiques et de fréquentation qui ne sont aujourd'hui pas disponibles. Les délais de mise en œuvre des étapes 2 et 3 pourraient être impactés.

#### PORTEURS DE PROJET

- Vélo & Territoires pour le réseau de collectivités.
- ADN Tourisme et France Vélo Tourisme pour les acteurs publics et privés du tourisme.

#### PARTENAIRES À ASSOCIER

Groupe SNCF, FNTV (Fédération Nationale des Transports de Voyageurs) et SLO (FlixBus, BlablaBus...), ADEME, AF3V, DGE, DGITM, FFVélo, FFC, Union Sport et Cycle, Atout France, Acteurs du Tourisme Durable, UNAT (Union nationale des associations de tourisme), FUAJ (Fédération unie des auberges de jeunesse), Confédération des Acteurs du Tourisme, ANETT (association nationale des élus des territoires touristiques), etc.



#### BUDGET

- Production d'un mapping des acteurs et des nouveaux outils de dissémination nécessaires : estimé à 15 000 € HT.
- Estimation pour une quinzaine de rencontres individuelles par an : 15 000 € / an.



#### CALENDRIER DE RÉALISATION

- 2025 :
  - Réalisation du mapping précis et exhaustif des acteurs à sensibiliser au tourisme à vélo.
  - Réponses / outils à apporter aux décideurs en fonction de leur niveau de connaissance.
- À partir de 2026 : sensibilisation des acteurs (à échelonner).



#### INDICATEURS

- Nombre d'acteurs sensibilisés.
- Nature des partenariats initiés en faveur du tourisme à vélo.

## Enjeu 4. Rendre le tourisme à vélo accessible à tous

## Mesure 17

## Sensibiliser les territoires (décideurs et acteurs économiques locaux) aux enjeux du tourisme à vélo



## Enjeu

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

## CONTEXTE

En 2019, le tourisme à vélo générait 4,2 milliards d'euros de retombées économiques directes ; un chiffre qui atteindrait désormais les 4,6 milliards, voire au-delà. **Selon l'État**, la filière engendrerait par ailleurs 33 800 emplois, dont la moitié dans l'hébergement et la restauration, mais aussi dans les commerces locaux, dans les professions du cycle et chez les opérateurs de tourisme. En intégrant les impacts indirects (consommations de biens et services des opérateurs auprès de leurs fournisseurs) et induits (consommation de revenu par les salariés de la filière), les retombées économiques seraient de 11,4 Md€ pour 76 200 emplois (ETP).

Si le tourisme à vélo constitue donc une véritable manne économique, ses enjeux restent souvent mal connus des décideurs et acteurs économiques locaux. Depuis plusieurs années, Vélo & Territoires, France Vélo Tourisme et ADN Tourisme œuvrent auprès des collectivités et des partenaires publics et privés pour promouvoir le tourisme à vélo. En 2021, Vélo & Territoires a notamment publié, avec le soutien de l'ADEME, le guide « **Développer le tourisme à vélo dans les territoires** ». Ce guide a pour objectif de donner les clés pour comprendre les enjeux du tourisme à vélo et les leviers à mobiliser pour contribuer à son développement, le tout illustré par des retours d'expérience inspirants. Outil riche et pratique, il est indispensable aujourd'hui qu'il soit complété par d'autres outils permettant à l'ensemble des acteurs publics et privés de s'emparer davantage du sujet.

## OBJECTIFS

- Mettre à la disposition des territoires et des acteurs économiques locaux des outils d'animation, faciles à prendre en main, leur permettant de mieux appréhender les contours et les enjeux du tourisme à vélo.
- Diffuser et promouvoir largement ces outils à destination des élus et des acteurs économiques locaux.

## DESCRIPTION DE LA MESURE

Il s'agira de **produire des outils d'animation** répliquables et modifiables, faisant la promotion du tourisme à vélo à l'échelle locale : diaporamas type, webinaires, mais aussi éductours (séjours apprenants), fresque thématique du tourisme à vélo, vidéos, etc. Le porteur de projet devra en premier lieu définir, prioriser et répartir la production nécessaire de nouveaux livrables, au regard des outils existants et des productions à venir (ex. d'Accueil Vélo). Ces outils devront être faciles d'utilisation, adaptables selon les territoires et la cible visée (par ex. élus ou techniciens). Ils pourraient être mis à disposition sur les sites web de plusieurs têtes de réseaux identifiés en amont ou au sein d'un **centre de ressources en libre accès** de façon à encourager leur diffusion à grande échelle, lors de réunions locales par exemple. Ce centre documentaire pourrait aussi bien intégrer des outils existants (ex. des vidéos ADEME) que de nouveaux outils à créer dans le cadre de la présente mesure.

**Étape 1 :** Référencer les outils existants (cahier des charges, kit de communication...) et identifier les outils à créer.

**Étape 2 :** Développer les outils manquants.

**Étape 3 :** Diffuser les outils à tous les partenaires et réaliser, au besoin, des formations à l'utilisation des outils (par ex. en cas d'outil type Fresque du climat adapté au tourisme à vélo).

**Étape 4 :** Étudier la faisabilité d'un centre de ressources en ligne.



Certains éléments à transmettre aux décideurs et prescripteurs nationaux devront s'appuyer sur des indicateurs, des données de retombées économiques et de fréquentation qui ne sont aujourd'hui pas disponibles. Les délais de mise en œuvre des étapes 2 et 3 pourraient être impactés.

## PORTEURS DE PROJET

ADN Tourisme, France Vélo Tourisme, Vélo & Territoires.

## PARTENAIRES À ASSOCIER

- Élus locaux aux différents échelons.
- Offices de tourisme.
- Réseau d'animateurs et de référents Accueil Vélo.
- Autres acteurs locaux : CCI, etc.
- Atout France (en lien avec la plateforme France Tourisme Durable).



## BUDGET

Coût variable, estimé entre 15 000 et 20 000 € HT en fonction des outils proposés :

- Webinaires, Diaporamas.
- Fresque du tourisme à vélo (ex. de la Fresque du vélo proposée par l'agence AzoCO2).
- Eductours : envisager un outil dans l'esprit des éductours proposés par la Dutch cycling embassy, ouverts à tous, pour « vivre l'expérience » néerlandaise. Pourrait permettre de monter des éductours à l'échelle nationale comme européenne.
- Centre de ressources : vers une plateforme digitale ?
- Autres livrables ?



## CALENDRIER DE RÉALISATION

- S2-2025 : référencement des outils existants.
- 2026 : production des outils d'animation (à échelonner en fonction des outils à créer).
- À partir du S1-2027 : sensibilisation et formation des acteurs locaux.



## INDICATEURS

- Nombre d'outils créés.
- Prise en main des outils et nombre d'acteurs sensibilisés.
- Nombre de contenus du centre de ressources mis en ligne et téléchargés.

Enjeu 4. Rendre le tourisme à vélo accessible à tous

## Mesure 18

### Promouvoir le tourisme à vélo dans le cadre d'événements grand public



#### Enjeu

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

#### CONTEXTE

Chaque année de nombreux événements s'organisent autour de thématiques liées aux loisirs, aux activités de pleine nature, au tourisme, au sport. Salon du tourisme, fête du vélo / Mai à Vélo, randonnée cyclo, festival du film... Ces événements rassemblent des publics diversifiés qui présentent une appétence plus ou moins forte pour le tourisme à vélo, parfois par méconnaissance ou par crainte d'une organisation difficile. À ce titre, ces rendez-vous avec le grand public constituent de réelles opportunités pour sensibiliser au tourisme à vélo et informer sur le champ des possibles. Qu'il s'agisse de festivals ou de salons, ces événements sont en effet le lieu idéal pour inspirer et ainsi capter de nouvelles clientèles en démystifiant cette forme de voyage ou d'aventure, parfois même à deux pas de chez soi (le rendre accessible à tous). Dans le cadre de la présente stratégie, l'objectif de cette mesure est de pousser à franchir le cap du voyage et / ou des vacances à vélo.

#### OBJECTIFS

Deux niveaux d'ambitions sont appréhendés :

- Donner envie, amener de l'intérêt par rapport au sujet :
  - Toucher une cible de non-initiés lors d'événements grand public.
  - Faire connaître le tourisme à vélo auprès d'un public déjà sensibilisé au voyage, à l'aventure / micro-aventure et / ou à l'outdoor.
- Passer à l'acte : capter des publics qui n'osent pas.

#### DESCRIPTION DE LA MESURE

**Étape 1 : Recenser les événements grand public existants en France (festivals, salons...),** en priorité sur les thématiques vacances, loisirs, activités de pleine nature puis vélo. L'objectif n'est pas en effet de démultiplier les événements (modèle économique) mais bien de s'appuyer sur l'existant. Ce travail sera mené avec les Comités Régionaux du tourisme, les Agences Départementales du

Tourisme, l'AF3V, ainsi que les réseaux et clubs nationaux et locaux tels que la FFVélo (premier réseau d'organisation de randonnées de cyclotourisme en France avec plus de 3 000 randonnées locales ouvertes à tous et pour tous niveaux). Les organisateurs d'événements peuvent également être une source d'information intéressante.

**Étape 2** (en parallèle) : **Créer une banque d'idées de thématiques, de contenus et d'acteurs** qui pourraient être intégrés et mobilisés dans la programmation de ces événements. L'objectif est de proposer des contenus différents selon les cibles, mais surtout utiles aux novices et débutants pour déclencher l'envie de franchir le cap du voyage à vélo.

Par ailleurs, plusieurs festivals de voyage à vélo, dont Vél'osons à Chambéry, ont engagé l'écriture d'un cahier des charges détaillé de montage d'un festival de voyage à vélo à des échelles régionales et locales. De même, différents clubs ou associations affiliées à l'AF3V ou la FFVélo proposent des randonnées d'initiation dont le format et les modalités de montage pourraient être diffusés. Ainsi, la FFVélo dispose d'un règlement type des organisations de cyclotourisme en France. Ces différents outils pourront venir enrichir la banque de données à destination des potentiels organisateurs d'événements à l'échelle régionale ou locale.

**Étape 3 : Diffuser largement cette banque d'idée aux organisateurs d'événements** pour les inciter à les intégrer à leur programmation. En avançant par étapes, l'objectif final est :

- D'insuffler du tourisme à vélo dans tous ces événements grand public outdoor.
- De disséminer, à terme, de nouveaux événements à l'échelle régionale (nécessité d'un outil méthodologique pour essayer).

#### PORTEURS DE PROJET

AF3V, associations locales, organisateurs de salons / festivals...

#### PARTENAIRES À ASSOCIER

- Organismes de Gestion des Destinations (CRT, ADT, OT...).
- Réseaux et clubs nationaux (FFVélo, FFC, AF3V, CCI, associations locales, clubs...).
- Organisateurs d'événements : Destination Nature (Comexposium), Vélo in Paris, Roue Libre (Vél'osons), AF3V (Osez le voyage à vélo), France vélo événement, Tous en Selle, Roc d'Azur (A.S.O.), Vélo vert festival, Nature is bike (Anjou Tourisme), French Divide, Mad Jacques, festival de films d'aventure, Chilowé, Carnets d'Aventure pour la diffusion...
- Partenaires médias.
- Agences de voyages.



#### BUDGET

Budget estimatif :

- Mobilisation RH ou externalisation : 15 000 € HT.
- Livrable : 30 000 € HT.
- Diffusion : 15 000 € HT.

Co-financements mobilisables : en partie dans le cadre du Métaprogramme ?



#### CALENDRIER DE RÉALISATION

prévisionnel (à ajuster avec les porteurs de projet)

- S1-2025 : recensement des acteurs et des événements dans un calendrier national.
- S2-2025 / S1-2026 : identifier les contenus manquants + produire les contenus.
- À partir de septembre 2026 : diffusion des contenus de manière continue auprès des organisateurs d'événements.
- 2027-2030 : déploiement d'événements à l'échelle régionale.



#### INDICATEURS

- Nombre de contenus créés et diffusés aux organisateurs.
- Nombre d'événements qui reprennent les contenus dans leur programmation.
- Nombre de personnes sensibilisées au tourisme à vélo (diffusion d'un questionnaire d'évaluation post-événement).

## Enjeu 4. Rendre le tourisme à vélo accessible à tous

### Mesure 19

#### Initier le public jeune au tourisme à vélo



#### Enjeux

- **Acculturer au tourisme à vélo pour favoriser les apprentissages et capter de nouvelles clientèles<sup>4</sup>.**
- **Rajeunir les clientèles du tourisme à vélo.**

#### CONTEXTE

D'après une enquête menée en 2023 par France Vélo Tourisme auprès des utilisateurs de la plateforme et d'après les récentes études de fréquentation conduites sur une dizaine d'itinéraires en France, les résultats font apparaître un profil de touriste à vélo de type masculin et de plus de 50 ans.

Dans un même temps, et plus particulièrement dans la période qui a suivi les confinements, les activités outdoor, la randonnée et le vélo en tête, ont enregistré un boom de pratiquants, d'autant plus marqué chez des publics urbains, en mal de nature. Ces tendances d'un tourisme de proximité, de ( micro- )aventures à deux pas de chez soi, tendent à se démocratiser auprès des jeunes générations.

Pour autant, par méconnaissance ou par crainte d'une aventure complexe, pas à sa portée, l'organisation d'un voyage à vélo peut constituer un frein. Aussi, afin de rajeunir les cibles clientèles, il sera important d'illustrer toutes les palettes offertes par les différentes formes de tourisme à vélo, de changer les imaginaires du voyage à vélo et de donner envie aux jeunes générations de tenter l'aventure à vélo, en démarrant par une expérience encadrée, dans un environnement (mé)connu, à redécouvrir à travers le vélo.

#### OBJECTIFS

##### En direction des jeunes :

- Changer le regard sur le tourisme à vélo auprès des jeunes générations, les initier au tourisme à vélo.
- Lutter contre la sédentarité des jeunes.
- Faciliter leur prise d'autonomie.
- Sensibiliser aux vacances bas-carbone.

##### En direction des adultes :

- Convaincre les adultes d'accompagner les enfants sur plusieurs jours à vélo, pour y trouver du sens et de l'intérêt (le vélo devient un prétexte, permet d'ouvrir vers d'autres sujets et matières tels que la biodiversité).
- Accompagner les enseignants et encadrants dans l'organisation d'un séjour éducatif à vélo : faciliter le montage d'opération pour que les enseignants se concentrent sur la dimension pédagogique.

#### DESCRIPTION DE LA MESURE

Il est proposé dans un premier temps de mener des expérimentations de séjours éducatifs à vélo dans quelques territoires tests, en s'inspirant des démarches existantes et en analysant les conditions de réussite du projet afin d'envisager, dans un second temps, un développement à l'échelle de la France entière. Ces expérimentations pourront être menées, selon les opportunités, auprès de :

- Collégiens (classes de 6<sup>e</sup> - 5<sup>e</sup>), en lien avec les Départements participants.
- Primaires de niveau CMI-CM2, avec les agglomérations et l'USEP (Union sportive de l'enseignement du premier degré).
- Centres de loisirs en extrascolaire.

Dans la mesure du possible, il sera préférable de s'appuyer sur des établissements ayant déjà bénéficié du dispositif SRAV (Savoir Rouler à Vélo). Ces séjours éducatifs pourraient ainsi s'inscrire en prolongement de l'apprentissage SRAV mais sans faire l'objet d'évaluation.

Plusieurs temps sont ainsi envisagés :

- **Repérer les expériences** réussies d'organisation de séjours éducatifs et / ou voyages à vélo pour les publics d'âge scolaire : actions en milieu scolaire ou extrascolaire et périscolaire (ex. Objectif vélo de la Gironde, Étoile cyclo du Loir-et-Cher, Drôme à Vélo, Dolce Via en Ardèche...). Observer ce qui se fait en Europe en direction des publics jeunes (ex. de l'ADFC en Allemagne). Recenser les initiatives, récolter les témoignages de professeurs, d'élèves, de centres de loisirs, s'appuyer sur les éducateurs fédéraux et clubs FFVélo ou les structures qui proposent des séjours clés en main / un accompagnement (ex. : UNAT Pays de la Loire, Agence Écomobilité Savoie Mont Blanc, GroupaVelo...).
- **Mener des expérimentations** auprès de publics scolaires dans 2 ou 3 départements ou intercommunalités volontaires : identifier les territoires expérimentateurs et établir une méthodologie pour un lancement à la rentrée scolaire 2026. Un lien est à opérer avec la FFVélo, les écoles de jeunes pour la partie encadrement & matériel, les moniteurs (MCF) et l'UNAT sur l'hébergement. Établir une méthode de suivi et d'évaluation de l'expérimentation.

- Produire une vidéo rapportant les clés de réussite d'un séjour éducatif à vélo afin de convaincre de l'intérêt du projet et l'essayer à terme.
- **Établir une boîte à outils** (fiches pratiques, argumentaire vidéo...) à destination des établissements scolaires et des enseignants avec toutes les informations utiles pour convaincre (temps, organisation, responsabilité...) et des contacts pour faciliter le montage d'un séjour éducatif à vélo (par ex. : Comment choisir l'itinéraire adapté ? Sur quels événements s'appuyer ? Quelles sont les étapes clés du projet ? Les modalités pratiques ? Le cadre réglementaire ?). Cette boîte à outils sera alimentée au fil des différentes phases. La Gironde et le PRNSN pourraient travailler sur ces fiches pratiques, en complémentarité du guide déjà établi par l'USEP ou du travail mené en 2016 par Vélo & Territoires et la FUB (fiche action n° 7).
- **Diffuser** la boîte à outils et communiquer sur les initiatives lors de journées d'étude / colloques nationaux / événements organisés par l'Éducation Nationale.
- **Déployer** le dispositif au national (dans le cadre de Mai à vélo ?).



- Prendre en compte le calendrier scolaire et prévoir des événements hors vacances scolaires.
- Identifier l'ensemble des acteurs concernés au sein d'un Département ou d'une Intercommunalité.

#### PORTEURS DE PROJET

- Vélo & Territoires sur le recensement et la boîte à outils.
- Collectivités et fédérations pour les expérimentations.

#### PARTENAIRES À ASSOCIER

- Ministère de l'Éducation nationale et de la Jeunesse, ministère des Sports et des Jeux olympiques et paralympiques ou DASEN (directeurs académiques des services de l'éducation nationale), chefs d'établissements...
- ACM (association centre de mineurs) : Centres de loisirs, centres aérés, CÉMEA (Centres d'Entraînement aux Méthodes d'Éducation Active), colonies apprenantes, réseau Canopé pour des projets pédagogiques extrascolaires...
- FFVélo, FFC, SNMCF, UNAT, USEP, UNSS, UNAPEI, UCPA, CNSA, PRNSN.
- Autres acteurs : FUB (Génération Vélo), Associations d'usagers (AF3V, clubs...), CVTCM.



#### BUDGET

Budget estimatif :

- Mobilisation RH (ou externalisation) à prévoir pour la réalisation du benchmark, la coordination de l'expérimentation et la réalisation des outils pédagogiques : 30 000 € HT.
- Livrable : 30 000 € HT.
- Diffusion : 15 000 € HT.

Financements mobilisables : sans doute davantage du côté des collectivités, programmes CEE à étudier (en partie Métaprogramme ?), AAP pour les expérimentations, voire fonds européens...



#### CALENDRIER DE RÉALISATION

- Étape 1 : recensement des initiatives existantes et des points des blocages chez les acteurs non investis (6 mois environ, 2025) et identification des territoires expérimentateurs.
- Étape 2 : expérimentation sur 2-3 territoires volontaires (année scolaire 2026-2027).
- Étape 3 : retour d'expériences et diffusions des conditions de réussite (2027).
- Étape 4 : développement des classes vertes à l'échelle nationale.



#### INDICATEURS

- Outils mis à disposition des établissements.
- Nombre de voyages à vélo organisés.
- Nombre de jeunes touchés.

<sup>4</sup> Dans un souci d'efficacité des mesures à mettre en place et dans un cadre contraint d'ici 2030, le collectif a fait le choix de centrer son action en direction des jeunes générations ; les autres publics (actifs, PMR, seniors...), bien que prioritaires, pourront faire l'objet d'un regard plus approfondi à plus long terme.

## Enjeu 4. Rendre le tourisme à vélo accessible à tous

### Mesure 20

## S'appuyer sur la vitrine médiatique du Tour de France avec un focus sur le tourisme à vélo



### Enjeu

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

#### CONTEXTE

Depuis sa première édition en 1903, le Tour de France n'a de cesse de mettre en avant les meilleurs coureurs du peloton cycliste international et les territoires traversés. Reconnue comme la plus grande course cycliste au monde, la Grande Boucle bénéficie d'une renommée et d'une couverture médiatique exceptionnelles. La retransmission de l'épreuve, en direct et en intégralité sur France Télévisions (plus de 4 millions de téléspectateurs en moyenne), diffusée dans 190 pays, offre aux territoires un formidable espace d'exposition.

Or, si les joyaux naturels et patrimoniaux de la France sont parfaitement relayés sur les antennes, le lien entre la pratique des champions et le vélo du quotidien n'apparaît que très récemment dans le traitement éditorial de l'épreuve. Le Tour de France exprime en effet, dans le cadre de sa politique RSE, la volonté de développer le vélo pour toutes et tous, à travers notamment son programme « L'Avenir à Vélo ». Pourtant, le terrain de jeu des cyclistes professionnels est parfois commun ou à proximité immédiate de sites et d'itinéraires reconnus en matière de tourisme à vélo.

Dans ce contexte, Vélo & Territoires propose depuis deux éditions, des textes valorisant les destinations vélo proches du parcours, sur chacune des étapes. Publiés sur les sites internet des Tour de France hommes et femmes et intégrés dans les *books* commentateurs de France TV, ils marquent une première avancée pour inscrire le tourisme à vélo parmi les patrimoines à explorer dans l'hexagone. Certains territoires proposent également une mise en avant des boucles et itinéraires dans le cadre des espaces de communication réservés aux collectivités partenaires du Tour de France lors du passage de la course (Village Départ). L'objectif dans le cadre de la présente stratégie est d'aller plus loin à travers une promotion télévisuelle de ces atouts touristiques pouvant intéresser une pluralité de publics.

#### OBJECTIFS

- S'appuyer sur les patrimoines du vélo en France et un monument tel que le Tour de France pour stimuler le tourisme à vélo et promouvoir la destination France à vélo.
- Mettre en avant la diversité de l'offre touristique cyclable en France (récréative et sportive, itinéraires et boucles cyclables, à la journée ou en itinérance, sur route, chemins ou gravel, en plaine ou en montagne...).
- Créer du lien entre le « vélo des champions » et le vélo du quotidien.
- Soumettre des idées d'exploration à vélo locales en lien avec le parcours des étapes pour prolonger l'expérience touristique des spectateurs et téléspectateurs du Tour de France.

#### DESCRIPTION DE LA MESURE

Il s'agira de porter sur les supports de communication du Tour de France (site internet et réseaux sociaux), des pastilles éditorialement chartées valorisant le tourisme à vélo. Des opportunités de diffusions complémentaires via France Télévision seront à étudier au cas par cas selon les conditions demandées.

À l'occasion de certaines étapes des éditions hommes et femmes du Tour de France, une pastille vidéo pourrait ainsi mettre à l'honneur un patrimoine remarquable du tourisme à vélo / une singularité de la destination du jour : boucles et itinéraires à proximité du parcours (angle sportif ou récréatif), lieu emblématique de la culture vélo (musée, café-vélo, etc.), c'est toute la diversité des territoires et des pratiques qui sera mise en avant à travers un storytelling à travailler.

Cette vitrine médiatique nécessitera des images de qualité et homogènes. **Le nombre de capsules produites dépendra de l'intérêt des destinations traversées à cofinancer ce projet en lien avec Atout France.** La diffusion sur les supports digitaux du Tour de France (site internet et réseaux sociaux) sera gratuite dans le cadre d'un plan de

communication adapté. Les contenus chartés devront être adressés à A.S.O. qui en validera la pertinence ainsi qu'à France TV pour étudier la possibilité de diffuser les contenus créés à l'antenne (à valider selon conditions budgétaires).

Au-delà des supports de communication A.S.O., la diffusion des pastilles pourrait se faire sur le Signal Super Inter (SSI) du Tour de France, directement produit par A.S.O. Il s'agit là du signal international de la course enrichi de contenus, interviews, archives, portraits de coureurs, etc. à destination des diffuseurs du monde entier. Les pastilles pourront également être mises à disposition des diffuseurs réalisant leur propre habillage privatif de l'épreuve.

Cette action à terme pourrait être élargie aux autres partenaires médias du Tour de France tels que le groupe Radio France selon les conditions budgétaires.



Remarques :

- Les étapes courues en intégralité à l'étranger (3-4 maximum) pourraient donner lieu à des contenus faisant la promotion de véloroutes européennes connectant la France au pays étranger concerné (sous réserve de cofinancement par les véloroutes concernées).
- Les contenus réalisés en français pour le compte de France TV pourraient être traduits et sous-titrés en anglais (et dans d'autres langues), moyennant un financement complémentaire, pour être proposés aux diffuseurs TV étrangers du Tour de France.
- Un appui sur un « influenceur » / ancien cycliste pour valoriser les sites pourrait donner plus de poids à l'image et au message.

#### PORTEUR DE PROJET

Atout France en lien avec les CRT des destinations traversées souhaitant participer et **sous réserve d'enveloppe financière mobilisable pour cette opération**, pourra piloter ce projet.

À noter qu'Atout France est déjà moteur sur les Grands Départs à l'étranger (dispositif terrain + campagnes TDF à l'étranger).

#### PARTENAIRES À ASSOCIER

- Créer une convention de partenariat avec Amaury Sport Organisation et France Télévisions.
- Associer France Vélo Tourisme, Vélo & Territoires, les CRT des destinations traversées, le cas échéant FFC et FFVélo, Radio France...



#### BUDGET

A.S.O. a les capacités de production nécessaires et est en mesure de réaliser un devis pour la production de pastilles. Il faudra évaluer la possibilité de récupérer des images existantes pour les associer à de la création via des tournages.

Le nombre de pastilles à produire et le budget de production associé restent à préciser tout comme le coût d'une médiatisation complémentaire via France Télévision. Toutefois le dispositif fonctionne sans ce levier complémentaire grâce aux audiences naturelles présentes sur l'écosystème d'A.S.O. / Tour de France (site et RS).

Il serait important d'imaginer un traitement FR mais aussi EN dans les sous-titrages et / ou voix off.

NB : pas de financement possible par les partenaires sponsors du Tour de France (vigilance ARCOM).



#### CALENDRIER DE RÉALISATION

- TDF 2024 : poursuite de la mise en ligne des textes valorisant le tourisme à vélo sur chaque étape.
- S1-2024 : rencontre de France TV pour étudier les modalités de mise en œuvre (uniformisation et périmètre budgétaire) et le cas échéant l'intérêt éditorial du diffuseur ; recherche de financements ; si accord : convention à rédiger entre les partenaires engagés dans l'opération.
- Octobre 2024 : travail à mener en lien avec les territoires sur la base du parcours du TDF 2025 dévoilé par A.S.O. pour valider la participation des partenaires et repérer avec ceux qui souhaitent prendre part à la démarche les sites / sujets à relayer sur leurs territoires.
- En parallèle : consultation pour retenir un vidéaste (un seul pour un traitement homogène et qualitatif) en capacité de réaliser les 21 pastilles pour le TDF hommes (et idéalement 8 pastilles pour le TDF femmes)..
- S1-2025 : réalisation des vidéos pour une diffusion à l'occasion du TDF 2025.
- Action à renouveler sur les années suivantes.



#### INDICATEURS

- Nombre de pastilles réalisées.
- Audiences sur les antennes de France TV le cas échéant.
- Audiences sur les supports digitaux du Tour de France (réseaux sociaux et site internet).
- Relais sur les réseaux sociaux : visibilité et interactions.

## Enjeu 4. Rendre le tourisme à vélo accessible à tous

## Mesure 21

## Valoriser le patrimoine et les totems industriels du vélo en France



## Enjeu

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

## CONTEXTE

Le patrimoine matériel et immatériel du vélo en France est riche et varié. Hormis le Tour de France, événement annuel cohérent de trois semaines dont on connaît et mesure l'impact planétaire, il apparaît dispersé au plan local, parfois un peu « perdu » si on se réfère à l'étendue du territoire. On ne trouve pas par exemple en France d'entité géographique à la superficie inférieure à celle d'un département présentant une densité de « culture vélo » (routes, lieux, histoire et fierté locales) comparable à celle des Flandres belges où a pu se développer un concept touristique *Cycling in Flanders*, conséquent et attractif en tant que tel.

En regard, patrimoine et culture vélo français semblent difficiles à « mettre en tourisme » afin d'attirer un public non captif, puisque les potentiels produits existants sont le plus souvent isolés au cœur d'un territoire.

Ce patrimoine matériel (musées, totems industriels, vélodromes, cafés-vélos, réseaux cyclables remarquables – ex. des ouvrages d'art en Belgique ou à Copenhague, bike parks, etc.) et immatériel (« marques » et concepts souvent issus de la culture compétitive, tel l'exemple Roubaix ci-dessous) a toutefois pleinement sa place au cœur des offres touristiques locales et mérite d'être valorisé.

Son impact pourrait être renforcé par des initiatives de parcours d'exploration à vélo, mettant en lien les richesses locales « cyclistes », là où elles existent, avec d'autres éléments plus généralistes, déjà mis en lumière par les offices de tourisme. Celles-ci présenteraient l'avantage d'encourager, par la même occasion, aux mobilités douces une partie des nouveaux accédants à cette culture.

Dans la même veine, il serait profitable de miser sur des événements sportifs prestigieux (championnats du monde de cyclisme 2027 en Haute-Savoie, JO d'hiver 2030) ou grand public (L'Étape du Tour, MB Race, Roc d'azur...) pour

une « mise en tourisme à vélo » affirmée sur les mêmes principes. En effet, d'après la récente **étude menée sur les évolutions du tourisme sportif**<sup>5</sup>, les grands événements sportifs laissent un héritage de lieux emblématiques, correspondant à une forme matérielle (stades, musées...) ou immatérielle (cols du Tour de France) du patrimoine sportif. Ces lieux vont ainsi venir « déclencher » la pratique et stimuler l'offre de tourisme sportif. D'après l'étude, tous sports confondus, le succès de ce tourisme sportif dit de visite toucherait 5 millions de Français.

## DESCRIPTION DE LA MESURE

**Étape 1 : Identifier 2 à 3 destinations** faciles d'accès susceptibles de mettre en valeur au moins un élément fort de la culture et du patrimoine cyclistes au cœur d'une offre touristique plus généraliste à découvrir à vélo.

Peuvent être cités par exemple : Roubaix (cf. encadré p. 62), Saint-Étienne (Parcours cycle du musée d'art et d'industrie), Nice (Musée National du Sport), Alençon (musée La Belle Échappée de Villeneuve-en-Perseigne), Tours (futur Pôle industriel vélo), Annecy (société Mavic), mais aussi les clusters vélo : Vélo Valley en Occitanie et l'espace Véloscope de L'Isle-Jourdain ; la CARA, Cluster vélo et Grand Plateau, pépinière d'entreprises de vélo à Lyon rassemblant de nombreux acteurs de la fabrication de vélos et des nouvelles mobilités ; le cluster CYGO dans l'Ouest avec notamment Arcade et MFC deux acteurs importants de l'assemblage...

À titre d'exemple, la ville de Roubaix (100 000 habitants, au cœur de la métropole lilloise comptant 1,2 million d'habitants) illustre cette « mise en tourisme » d'un patrimoine vélo au cœur d'une offre locale généraliste fournie, réputée pour son musée iconique La Piscine, son histoire textile et sa ferveur pour les cultures urbaines, street art notamment, abritée par des friches industrielles réhabilitées. Roubaix est aussi une « marque » vélo fortement reconnue à l'international grâce à la notoriété de la course cycliste annuelle Paris-Roubaix et son « Enfer du nord ». Ses secteurs pavés (l'emblématique carrefour de l'Arbre est à moins de 10 km du centre-ville), son vélodrome en plein air André Pétrieux, où a lieu l'arrivée de « la Reine des classiques », et le vélodrome indoor voisin, le Stab, sont autant de lieux où l'on respire, au même titre qu'en se promenant à travers l'ancienne cité industrielle ou dans les estaminets, l'âme de la ville. La politique cyclable dynamique de la métropole lilloise permet d'y envisager différents itinéraires touristiques à vélo sans danger ni difficulté.

**Étape 2 : Accompagner les acteurs** du tourisme local à la structuration et la promotion de cette nouvelle offre. Ce travail pourra prendre appui sur des expériences réussies à l'étranger (exemple des Flandres) ; un voyage d'études pourra être organisé en ce sens afin d'inspirer les destinations françaises engagées dans la démarche.

**Étape 3 : Promouvoir** les sites retenus en tant que destinations fleurons du tourisme à vélo en France (voir mesure 6).

## PORTEUR DE PROJET

À identifier dans le cadre des expérimentations décrites dans la mesure 6.

## PARTENAIRES À ASSOCIER

Entreprise & Découverte, les CRTs, la DGE, la filière France Vélo, A.S.O., les établissements privés concernés, voire à terme les marques de fabricants et équipementiers vélo.



## BUDGET

À rattacher au benchmark et à l'accompagnement menés dans le cadre de la mesure 6.

Coût éventuel à prévoir pour le voyage d'études en Belgique.



## CALENDRIER DE RÉALISATION

Calendrier à corréliser avec la mesure 6 :

- Automne 2025 : étape 1.
- 2025-2026 : étape 2.
- 2026-2027 : étape 3.



## INDICATEURS

- Nombre de sites engagés dans la démarche.
- Fréquentation des sites et des établissements vélo.
- Valorisation des sites et fréquentation des pages web.

<sup>5</sup> Étude conduite à l'initiative du Ministère des Sports et des Jeux Olympiques et Paralympiques, du Ministère de l'Économie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique et du Pôle Ressources National Sport-Innovations (PRNSI), réalisée par Olbia Conseil et Média Filière, livrée en février 2024.

## Enjeu 5. Mieux promouvoir et informer sur la destination France à Vélo

### Mesure 22

## Faire de France Vélo Tourisme la marque de référence de la destination France à vélo en France et à l'international\*



### Enjeu

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

#### CONTEXTE

Avec 21 grands itinéraires balisés, des parcours urbains, des boucles cyclables, des sites VTT ou les cols mythiques du Tour de France, la France dispose d'atouts de poids pour explorer à vélo ses richesses géographiques, culturelles et patrimoniales.

Aujourd'hui, la promotion de 25 000 km d'EuroVelo et d'itinéraires inscrits aux schémas nationaux et régionaux des véloroutes est assurée par le portail numérique de France Vélo Tourisme (FVT). En 2022, cet écosystème digital compile près de 7 millions de visites, qui traduisent d'une part l'intérêt croissant pour le tourisme à vélo et d'autre part l'identification de FVT comme la plateforme de référence pour le voyage à vélo.

Les enquêtes de fréquentation réalisées en 2022 sur certaines EuroVelo ont confirmé l'engouement des Français pour le vélo. Plus de 1,8 million de cyclistes ont ainsi emprunté la Loire à Vélo en 2022. La fréquentation (en volume) de cette portion de l'EuroVelo 6 a ainsi doublé par rapport à l'étude de fréquentation de 2015 et des évolutions identiques sont constatées sur les autres grands itinéraires tels que la Via Rhôna. Néanmoins sur ces grands itinéraires, si le nombre de cyclistes itinérants connaît la même progression, leur part reste voisine de 7 %.

Aussi, pour offrir une information complète sur la France à vélo, FVT doit accueillir de nouvelles offres vélo mettant en lumière la richesse, la diversité et la qualité de la destination en conservant la même exigence de qualité, de complétude et les mêmes standards de présentation et de valorisation que pour les propositions d'itinérance à vélo.

#### OBJECTIFS

- Consolider la place de leader de FVT pour l'itinérance à vélo en France et à l'international.
- Proposer aux clientèles françaises et internationales le portail de référence pour l'ensemble des offres de la destination France à Vélo.

#### DESCRIPTION DE LA MESURE

Pour permettre aux clientèles françaises et internationales de se projeter sur la destination France à Vélo grâce à une information complète, uniforme, accessible et attractive, FVT doit intégrer de nouvelles offres vélo répondant à toutes les pratiques du tourisme à vélo pour les itinérants comme pour les touristes en séjour.

Le maillage de ces offres est constitué par les itinéraires EuroVelo et ceux des schémas nationaux et régionaux, des boucles autour des itinéraires ou d'un camp de base vélo, des barreaux de liaison entre les itinéraires comme par les itinéraires plus sportifs autour du VTT et du Gravel. La qualité des aménagements cyclables qui constituent ces offres et leur sécurité sont deux des critères principaux d'intégration au sein de l'écosystème FVT.

Pour répondre au besoin d'information de toutes les clientèles du tourisme à vélo sur les cinq étapes-clés du parcours client (faire connaître et faire rêver, faire son choix, préparer son voyage, vivre une expérience, la partager), une forte évolution de l'écosystème numérique est nécessaire.

**Adresser de nouveaux segments de pratiquants**, dont des novices, **et proposer un panel plus large d'offres vélo**, va nécessiter de facto une grande clarté dans la présentation comme une grande différenciation dans le parcours utilisateur : du libre-service pour les plus aguerris au pas-à-pas pour les néo-cyclistes.

L'ajout de données touristiques et la consolidation d'informations spécifiquement qualifiées pour les clientèles cyclistes sont deux autres attendus. Cela implique une forte évolution :

- En termes d'ergonomie du parcours-utilisateur, de performances techniques et d'optimisation des fonctionnalités.
- Pour permettre un usage terrain et un usage sur mobile.

Ces évolutions technologiques permettront d'une part de conforter la place de leader de FVT sur l'itinérance à vélo via un calculateur libre, un carnet de voyage et une solution

numérique permettant l'usage en mobilité ; d'autre part, de valoriser au mieux les nouvelles offres vélo de la destination France. Celles-ci pourraient représenter 40 000 km d'offres supplémentaires en 2030.

Pour gagner en visibilité et accroître le spectre des cibles de clientèles (en France et à l'international), le travail sur la notoriété de FVT ciblera les clientèles plus jeunes que les pratiquants actuels du voyage à vélo. Pour ce faire, FVT devra accélérer la production de contenus digitaux pour accompagner la stratégie de marque et les décliner selon cinq canaux : presse, campagnes numériques, réseaux sociaux, influenceurs, partenariats d'édition.



- Contraintes technologiques et techniques liées à l'agrégation des données et à la dette technologique actuelle.
- Temps du développement.
- Superposition / déroulement des 3 chantiers.

#### PORTEUR DE PROJET

France Vélo Tourisme.

#### PARTENAIRES À ASSOCIER

Atout France, Vélo & Territoires, ADN Tourisme, FFC, FFVélo, applications de planification et de guidage, agences de voyages à vélo, sélection de territoires et d'itinéraires moteurs et exemplaires sur la diversité des pratiques.



#### BUDGET

Coût estimatif : 1 100 000 €.

Co-financements mobilisés :

- 140 000 € en 2024 au titre de l'AMI destinations digitales d'Atout France.
- 430 000 € en 2024-2025 au titre du programme « Développer le vélotourisme » - renforcement de l'outil digital national du tourisme à vélo de l'ADEME.
- 360 000 € en 2024-2025 de France Vélo Tourisme.



#### CALENDRIER DE RÉALISATION

Quatre chantiers vont se dérouler en parallèle :

- 2024-2025 : conduite du plan d'intégration des nouveaux itinéraires dédiés au voyage à vélo et des plans de développement web et de promotion socle.
- Mai 2024 - été 2025 : développement du nouvel écosystème numérique.
- Été 2024-2029 : intégration progressive des nouvelles offres et création des contenus éditoriaux.
- 2024-2030 : redéfinition de la stratégie de communication et promotion.
  - Avril-septembre 2024 : création de nouveaux contenus et communication sur le voyage à vélo auprès des clientèles plus jeunes et sur les marchés du Benelux.
  - 2025 : lancement de la campagne de présentation du nouvel écosystème en France et sur un marché étranger test.
  - 2026-2030 : déclinaison des campagnes de promotion de la destination France à Vélo sur les marchés étrangers et la France.



#### INDICATEURS

- Évolution de la fréquentation des pages itinérance de l'écosystème web.
- Évolution de la fréquentation des futures pages tourisme à vélo et pratiques sportives.
- Couverture / impression / interactions / taux de clic des campagnes françaises et sur les marchés internationaux.

\* Mesure inscrite dans le contrat de filière

## Mesure 23

### Structurer, enrichir et centraliser les données et contenus à diffuser aux touristes à vélo



#### Enjeu

Offrir aux clientèles françaises et internationales une information complète, uniforme, accessible et attractive sur la destination France à Vélo.

#### CONTEXTE

Aujourd'hui, la promotion de l'offre de tourisme à vélo en France est assurée par différents relais : la plateforme France Vélo Tourisme (33 000 km d'itinéraires et 8 000 offres Accueil Vélo), les sites web de destinations et d'itinéraires, d'autres sites internet (FFC, FFVélo via veloefrance.fr, etc.), des applications mobiles, des topoguides, des agences de voyages, des influenceurs ou de la presse spécialisée. En complément de ces différents supports, le touriste à vélo doit souvent s'appuyer sur d'autres outils (plateforme d'hébergement avec disponibilité en temps réel, plateforme de transporteurs...).

La source des données alimentant ces outils est disparate et peut parfois conduire à une confusion dans les informations délivrées aux touristes à vélo.

Afin de proposer plus facilement des informations fiables, uniformes et complètes, il semble indispensable de travailler à l'optimisation des données et de leur partage.

#### OBJECTIFS

- Faciliter la diffusion de l'information utile aux touristes à vélo auprès de l'ensemble des acteurs valorisant la destination France à Vélo.
- Éviter la démultiplication des sollicitations sur les jeux de données et une disparité en termes de diffusion de données.
- Disposer de données actualisées et mises à jour et favoriser le partage de données entre les différentes échelles territoriales (moyens techniques et humains).

#### DESCRIPTION DE LA MESURE

Pour parvenir à recenser, optimiser et faire connaître auprès des « diffuseurs » les datas et les dispositifs utiles aux touristes à vélo (tracés, services et leur disponibilité, équipements et leur référencement, horaires et réservations de transports...), la mesure pourra se décliner selon les étapes suivantes :

##### Étape 1 : Réaliser un mapping :

- Des informations nécessaires aux touristes et voyageurs à vélo, en itinérance et en séjours (focus groupe ou autre moyen pour consulter les principaux concernés) ;
- Des sources d'information existantes : officielles et communautaires ;
- Des acteurs privés (centrales, plateformes collaboratives type OSM, plateformes d'hébergement, services...).

L'objectif de ce mapping sera d'identifier l'ensemble des acteurs (producteurs et diffuseurs) et les besoins concernés par le partage de données. Il sera important ici d'identifier les cibles des données (BtoB, BtoC), les datas à récolter et leur traçabilité (à qui appartient-elle, à quoi et à qui elle va servir) et le suivi précis de leur mise à jour.

**Étape 2 : Définir, via une charte commune, les données (chaudes ou froides) et contenus à diffuser** par les comités d'itinéraires et les destinations auprès d'éditeurs / d'applications / d'agences.

**Étape 3 : Nouer des partenariats** entre producteurs et diffuseurs de contenus sur le digital et le print (ex. : proposer un atlas (ex. de l'Allemagne) et une carte (ex. IGN, Michelin...) répertoriant l'ensemble des parcours français).

**Étape 4 (en option en fonction des besoins exprimés) : Vérifier l'opportunité de centraliser**, sur une plateforme unique, l'intégralité des données et des contenus qualifiés pour mieux diffuser l'information. Centraliser les données nationales utiles à diffuser aux touristes à vélo permettrait de faciliter leur suivi ainsi que leur utilisation, leur diffusion sur les plateformes digitales, les applications, les éditeurs, les agences de voyages...

L'opportunité de s'appuyer sur les plateformes existantes avant d'envisager la création d'une nouvelle plateforme sera étudiée. Cette base devra pouvoir être alimentée par l'ensemble des parties prenantes (acteurs du tourisme, État...) et leur permettra de produire, de stocker et d'assurer un suivi de la donnée. La mise en place de passerelles entre les différentes plateformes de diffusion (SIT mais également plateformes privées et / ou collaboratives) devra être étudiée si une telle plateforme est mise en place.

#### PORTEURS DE PROJET

France Vélo Tourisme, Vélo & Territoires et ADN Tourisme.

#### PARTENAIRES À ASSOCIER

Collectivités, destinations utilisant différents SIT, Transport Data Gouv, SNCF Gares & Connexions, SNCF Voyageurs, agences de voyages vélo, éditeurs de topoguides, loueurs de vélo, applications de guidage outdoor, contributeurs OSM, Outdoorvision, plateformes collaboratives, plateformes d'hébergement, France Tourisme Observation, etc.



#### BUDGET

- Temps RH à évaluer pour les étapes 1 à 3.
- Pour la plateforme (en option) : mutualiser fonds publics (collectivités et organes touristiques) et fonds privés (diffuseurs des contenus).



#### CALENDRIER DE RÉALISATION

- 2025-2026 : étapes 1 à 3.
- 2027-2028 : plateforme (selon besoin).



#### INDICATEURS

- Quantité (et qualité, homogénéité) de données partagées.
- Partenariats noués entre acteurs publics et/ou privés.
- Taux de concordance entre les SIT et OSM (objectif de faire évoluer le % au fil des années).

## Enjeu 5. Mieux promouvoir et informer sur la destination France à Vélo

### Mesure 24

## Promouvoir la destination France à vélo à l'international



### Enjeu

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

#### CONTEXTE

Positionner la France comme la première destination mondiale du tourisme à vélo implique de renforcer et d'accélérer la promotion nationale en direction d'une clientèle étrangère. Si la France demeure la première destination touristique au monde avec 75 millions de touristes internationaux accueillis en 2022, elle n'occuperait que la deuxième position en matière de tourisme à vélo derrière son voisin allemand.

Pourtant, avec 21 grands itinéraires balisés, des parcours urbains, plus de 1 000 boucles cyclables, 300 bases / stations VTT et une quinzaine de grandes traversées VTT, la France dispose d'atouts de poids pour explorer à vélo ses richesses géographiques, culturelles et patrimoniales. Et ce sans compter les cols mythiques du Tour de France, l'émergence de parcours gravel ou le « chevelu de voiries » qui maillent l'hexagone et offrent une possibilité infinie de découvrir le pays à vélo.

Parmi la multiplicité de l'offre existante, il s'agira de mettre en avant des itinéraires et des destinations fleurons du tourisme à vélo pour attirer une clientèle étrangère avide de découvrir différemment une France authentique, plurielle, empreinte de culture vélo dans la nation qui a vu naître la Grande Boucle et d'autres épopées mythiques. L'objectif est de faire émerger cette destination France à vélo à l'international, en itinérance et tourisme de séjour, face à d'autres pays bénéficiant d'une forte visibilité tels que l'Espagne (Zona zero pour le VTT, Baléares et Calpe pour le cycloport hors saison, Gérone pour le gravel), la Belgique (les monts des Flandres), les Pays-Bas (les réseaux points nœuds), etc. La France devra apparaître comme une nation singulière du tourisme à vélo riche de sa diversité et d'un panel d'équipements et de services de qualité, ce quel que soit le profil de cycliste (débutant / confirmé, électrique / musculaire, amateur de montagne / campagne / littoral, randonneuse / route / VTT / gravel...).

#### OBJECTIFS

- Faire émerger la destination France à vélo à l'international.
- Définir une stratégie commune pour promouvoir la destination France à vélo à l'international.
- Inscrire le tourisme à vélo dans une stratégie d'ensemble de valorisation de la destination France.
- Donner de la visibilité à la destination France à vélo à travers les grands itinéraires et les destinations fleurons.
- Convertir les clientèles touristiques étrangères au vélo.

#### DESCRIPTION DE LA MESURE

- Collecter auprès des acteurs de la filière les différentes connaissances marchés (études existantes, informations à croiser, mapping à réaliser...) et s'appuyer sur ces données pour définir les marchés cibles, les segments visés, les canaux de communication.
- À partir de la connaissance des différents marchés internationaux, Atout France élaborera un plan d'actions auquel seront associés France Vélo Tourisme, ADN Tourisme, Vélo & Territoires et ECF. L'objectif sera de promouvoir la pratique du vélo à l'international, ses différents usages à travers la destination France.
- Travailler sur le parcours client digital de sorte à fluidifier l'accès à l'information et sa lisibilité auprès du grand public, en créant des passerelles entre les communautés des différents acteurs.
- Développer les synergies européennes en intégrant la dynamique EuroVelo via ECF.

#### PORTEUR DE PROJET

Atout France.

#### PARTENAIRES À ASSOCIER

ADN Tourisme, FVT, FFVélo, FFC, Vélo & Territoires, ECF, applications de guidage outdoor, SNMCF, Agences de voyages, éditeurs de guides étrangers, applications digitales implantées sur les marchés étrangers...



#### BUDGET :

2024

#### Campagne Explore France 2024

Plan d'action grand public :

- Campagne de notoriété et de vente OTA avec Tripadvisor et Lastminute avec mise en avant du vélotourisme.
- Conférence de presse lors des Rendez-vous en France où les 13 Régions ont pu présenter leur territoire au prisme du tourisme durable et du vélotourisme.
- Création de reels vélotourisme co-signés avec FVT : mise en lumière des différents usages (sportif, itinérance et loisirs).
- Médiatisation des 3 reels via Publicis.
- Contenus éditoriaux : 79 articles déjà publiés sur l'écosystème France.fr et des articles spécialisés par marchés cibles. 12 articles dédiés vont venir enrichir la landing page dédiée (avril - mai 2024).
- Dossier de presse #ExploreFrance : une double page dédiée à la mobilité douce, rando, vélo, fluvial...

Budget 2024 : environ 600 000 € investis par Atout France et ses partenaires

2025

Atout France intégrera autant que possible dans ses campagnes la dimension vélotourisme. La mobilisation dépendra de l'enveloppe financière mobilisable



#### CALENDRIER DE RÉALISATION

2024-2025



#### INDICATEURS

- Bilan de la campagne 2024 avec les retombées des différentes opérations.
- Mapping des sources et acteurs concernés.
- Cette mesure est à mettre en regard avec la mesure Observation (25), afin d'évaluer la situation au national et d'envisager, à terme, une comparaison à l'échelle européenne.

## Enjeu 6. Mesurer pour objectiver ajuster la stratégie

### Mesure 25

## Affiner les profils clientèles et les retombées du tourisme à vélo et suivre leur évolution dans le temps\*



### Enjeu

Affiner les profils clientèles et les retombées du tourisme à vélo et suivre leur évolution dans le temps.

#### CONTEXTE

En 2019, les retombées économiques du tourisme à vélo étaient estimées à 4,2 milliards d'euros. Bien qu'il ne soit pas possible aujourd'hui d'estimer ce chiffre de manière annuelle et permanente, il semble évident qu'il progresse, compte tenu de la massification du tourisme à vélo sous toutes ses formes. Ces retombées locales, créatrices d'emplois non délocalisables, doivent être quantifiées et évaluées régulièrement, pour mieux porter et structurer la politique du tourisme à vélo en France. De même, il est important de davantage connaître les profils clients des touristes à vélo en France pour mieux cibler leurs besoins et répondre à leurs attentes.

Or, le tourisme à vélo est un sujet transverse, son observation et évaluation également. À ce titre, la réflexion sur le dispositif idéal s'inscrit dans la démarche globale de définition d'une stratégie nationale pour le tourisme à vélo. Ainsi, il s'avère nécessaire de structurer une démarche d'observation et d'évaluation de long terme sur ce secteur, a fortiori dans un contexte de développement de la filière économique du vélo en France.

Dans ce cadre, une interrogation des parties prenantes sur le sujet (comités d'itinéraires, collectivités, têtes de réseaux (FFC, FFVélo...), France Vélo Tourisme, État, ADEME, réseau des organismes de tourisme...) a été menée au début du printemps 2023 pour identifier les besoins et les attentes de chacun. De nombreux jalons techniques et opérationnels ont été posés par le collectif, via une consultation large par questionnaire et un atelier en présentiel. Ces échanges ont permis de valider ou invalider les éléments remontés et de les hiérarchiser. Mais pour engager ce travail pérenne, d'intérêt général, un engagement financier pluriannuel est indispensable.

#### OBJECTIFS

Le projet d'observation du vélo, tel que défini à ce jour s'articulerait autour de 5 objectifs et de sous-mesures.

**Objectif 1 :** Quantifier le tourisme à vélo pour objectiver et donner du poids.

**Objectif 2 :** Connaître les clientèles et leurs attentes pour adapter l'offre et les services.

**Objectif 3 :** Connaître les freins à la pratique pour apporter de nouvelles solutions.

**Objectif 4 :** Connaître l'offre et sa répartition sur le territoire.

**Objectif 5 :** Se comparer entre destination et pays pour mieux se situer.

#### DESCRIPTION DE LA MESURE

La couverture de ces objectifs et sous-mesures passe par deux volets : capitalisation sur l'existant et mise en place de nouveaux outils.

##### Volet 1 : Capitalisation sur l'existant

De nombreux éléments sont déjà disponibles et disséminés. Il convient de les regrouper, les renforcer et les valoriser encore plus qu'aujourd'hui.

##### Exemples (liste non exhaustive) :

- Suivi de la fréquentation cyclable (nombre de passages) via la Plateforme nationale des fréquentations (PNF).
- Suivi du développement de la marque Accueil Vélo.
- Suivi de l'avancement du Schéma national.
- Études de fréquentation et de retombées économiques (méthode ÉVA-VÉLO).

**Portage :** Vélo & Territoires en collaboration avec les parties prenantes et propriétaires de données (FVT, SNCF, Comités d'itinéraires, Union Sport & Cycle, fédérations...).

**Financement :** une partie du travail est aujourd'hui réalisée sur des fonds propres à Vélo & Territoires. Son renforcement et sa pérennisation nécessiteront de repenser le modèle. À titre d'exemple, le volet agrégation des données ÉVA-VÉLO pour analyse nationale est à lui seul chiffré à 60 000 € / an hors frais d'études portés par les territoires / itinéraires. La pérennisation de la PNF est chiffrée à 70 000 € / an. À noter que les données sont exploitées pour une pluralité

de finalités et permettent de produire des indicateurs et d'apporter de la visibilité pour différents pans de la filière vélo.

##### Volet 2 : Mise en place de nouveaux outils

###### 2.1. Connaissance des clientèles

**Méthode :** la méthode précise reste à définir mais s'inspirera des dispositifs existants sur des sujets similaires ou liés, par exemple l'étude allemande portée par l'ADFC ou l'enquête française (suivi de la demande touristique des Français – SDT) menée par Kantar. Elle devra permettre de répondre à la fois aux besoins identifiés en France et d'assurer une comparabilité des résultats à échelle européenne.

**Contenu :** profils, comportements, itinéraires / territoires fréquentés...

**Territorialisation des résultats :** possible avec système d'extension d'échantillon à faire financer par les demandeurs.

**Portage potentiel :** Vélo & Territoires, sous réserve de financements mobilisables.

**Coût :** environ 30 000 € à 60 000 € pour l'enquête + 40 000 € pour le pilotage, l'animation et la valorisation.

Périodicité : tous les 2 ou 3 ans.

###### 2.2. Enquête type focus groupe sur les freins à la pratique

**Méthode :** deux dispositifs sont recommandés :

- Un « quantitatif » peut être adjoint au dispositif précédent pour les non-pratiquants afin d'identifier les freins à la pratique, les quantifier et les hiérarchiser.

- Un « qualitatif » sous forme d'un ou plusieurs 'focus group' qui permettront de travailler sur les principaux freins et d'identifier les actions / recommandations visant à les lever.

**Portage potentiel :** Vélo & Territoires, sous réserve de financements mobilisables.

**Coût :** pour le volet focus group, pas de chiffrage confirmé par les BE spécialisés à ce jour mais compter 30 000 à 40 000 € et environ 15 000 € pour le pilotage et la valorisation.

**Périodicité :** 1 fois et à voir ensuite.

###### 2.3. Estimation des emplois

Travail à mener en relation avec les travaux qui seront conduits dans le cadre de la filière.

###### 2.4. Champs d'explorations complémentaires

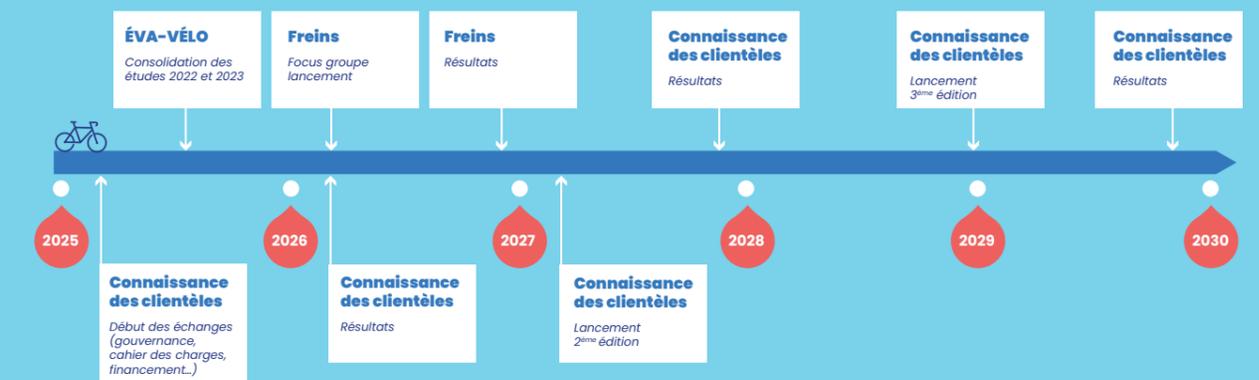
Les travaux 2.1 à 2.3 pourraient conduire à identifier le besoin de conduire des explorations économiques complémentaires utiles selon les milieux ou les pratiques, sous réserve de financements mobilisables.

#### PARTENAIRES À ASSOCIER

Vélo & Territoires, ADEME, Direction Générale des Entreprises (DGE), Atout France, APIC / Filière Vélo, France Vélo Tourisme, ADN Tourisme, Fédération Européenne des Cyclistes (ECF), Union Sport & Cycle, FFVélo, FFC, Pôle Ressources National des Sports de Nature (PRNSN)...



#### CALENDRIER DE RÉALISATION



#### INDICATEURS

Des indicateurs sont formulés pour chaque mesure ; l'objectif est de disposer d'une vision multipratiques du tourisme à vélo en France sur une année de référence et de suivre son évolution dans le temps afin d'estimer sa progression et de la comparer aux autres destinations européennes voire mondiales à terme.

## Enjeu 7. Piloter et animer la stratégie dans le temps

### Mesure 26

## Structurer et piloter la stratégie nationale du tourisme à vélo sur la durée



### Enjeu

#### Structurer et piloter la stratégie nationale du tourisme à vélo (gouvernance).

#### CONTEXTE

Le travail initié autour de la stratégie nationale du tourisme à vélo (nommé « STRATAV ») s'inscrit dans la continuité des annonces du Plan de reconquête du tourisme Destination France, du Plan vélo 2023-2027 et du lancement de la Filière France Vélo. La stratégie constitue l'un des pans de cette même filière économique pour tout ce qui relève du tourisme à vélo ; une partie des actions figure dans le futur contrat de filière.

Depuis juin 2022, Vélo & Territoires a mobilisé une quarantaine d'acteurs publics et privés dans l'élaboration de la stratégie nationale du tourisme à vélo. Une première feuille de route a été livrée en juin 2023, constituant un cadre de travail pour avancer sur un plan d'actions opérationnel pour la période 2024-2030. Le collectif d'acteurs associés a poursuivi sa réflexion et a été élargi à d'autres experts de l'écosystème pour élaborer le document final et le contenu des présentes fiches mesures concrètes et réalistes. Celles-ci figurent dans la stratégie nationale du tourisme à vélo dévoilée le 13/06/2024 lors de la Conférence nationale du tourisme à vélo à Grenoble. Il s'agit désormais de faire vivre cette stratégie, l'animer, la financer et la mettre en œuvre afin d'atteindre l'ambition de faire de la France la 1<sup>re</sup> destination mondiale du tourisme à vélo.

#### OBJECTIFS

- Construire et animer une coordination nationale décloisonnée des acteurs du tourisme à vélo.
- Stimuler les coopérations, structurer et professionnaliser le réseau (et les métiers) au sein de l'écosystème.
- Coordonner les initiatives et les faire connaître.
- Encourager l'émergence et expérimenter de nouvelles formes d'innovation territoriale et de financements du tourisme à vélo.
- Piloter la mise en œuvre de la stratégie et l'évaluer.

#### DESCRIPTION DE LA MESURE

Afin d'animer et mener à bien la mise en œuvre de la stratégie sur la durée, il est proposé de mettre en place une gouvernance selon le modèle suivant :

- Un **comité de pilotage restreint** qui se réunit au moins une fois par an. Son rôle sera de s'assurer du suivi de la mise en œuvre et du financement des mesures de la stratégie nationale. Il réajustera le plan d'actions au regard de l'avancée des mesures, de l'évolution du contexte et des opportunités de financement. Ce comité de pilotage est constitué de Vélo & Territoires, la DGITM, la DGE, l'ADEME, France Vélo Tourisme, ADN Tourisme, Atout France et les deux fédérations de cyclisme et de cyclotourisme. Il pourra associer des personnes expertes et qualifiées, comme les pilotes des groupes de travail thématiques par exemple. Il suivra les indicateurs clés définis et issus de l'observatoire du tourisme à vélo progressivement mis en place (idéalement premier livrable en 2026).
- Un **comité de suivi opérationnel** qui se réunit deux fois par an. Son rôle est de mettre en action les mesures inscrites dans la stratégie, d'activer les partenariats, de suivre les tendances et de suggérer des ajustements au regard du contexte et des opportunités. Il devra rendre compte des avancées et des éventuels points de blocage auprès du comité de pilotage. Le comité de suivi est composé de l'ensemble des acteurs du collectif STRATAV volontaires. Son travail s'articulera avec les rendez-vous de la Filière France vélo et les différents temps nationaux en matière



#### BUDGET

- Coût RH estimé à 15 000 € HT par an (soit environ 40 jours répartis entre les différentes personnes de l'équipe Vélo & Territoires engagées dans la démarche), soit un total de 105 000 € sur la période 2024-2030.
- Frais de réception et de déplacements estimés à 4 000 € HT / an.

L'ADEME, mobilisée sur la phase de co-construction de la stratégie, pourrait être à nouveau sollicitée pour financer le pilotage.



#### CALENDRIER DE RÉALISATION

Dès 2024 et jusqu'à 2030 inclus.



#### INDICATEURS

- Suivi de la mise en œuvre des actions.
- Nombre et qualité d'acteurs mobilisés / nombre de réunions tenues.
- Effets induits sur la position de la France à vélo sur le marché des destinations touristiques.
- Degré d'impact par rapport aux défis initiaux (environnemental et climatique, sociétal, économique).

de tourisme à vélo (Conférence nationale du tourisme à vélo, Assises nationales de la FFC, Congrès de la FFVélo, présentation des Chiffres clés de l'USC, etc.).

- En complément du comité de suivi, les **groupes de travail thématiques** se réuniront autant que de besoin, pour suivre et piloter la mise en œuvre de chaque mesure. Leur mobilisation sera vraisemblablement plus importante au lancement de la stratégie, afin d'accompagner la mise en œuvre des premières mesures. Ces groupes de travail seront composés d'un pilote, par ailleurs membre du comité de suivi, du / des porteur(s) et du / des financeur(s) de l'action et, le cas échéant, de partenaires extérieurs.

Une plateforme est mise à disposition du collectif afin de suivre l'avancée des projets. Un document de synthèse des avancées sera produit annuellement.

#### PORTEUR DE PROJET

Vélo & Territoires ayant coordonné l'élaboration de la stratégie depuis le démarrage, il est proposé de maintenir la gouvernance et le pilotage de la stratégie au sein de la structure, sous réserve de financements pour le faire, avec l'appui des acteurs du collectif.

#### PARTENAIRES À ASSOCIER

L'ensemble des organisations et acteurs du collectif « STRATAV ».

## Enjeu 7. Piloter et animer la stratégie dans le temps

## Mesure 27

## Structurer et piloter les démarches d'itinéraires et destinations vélo



## Enjeu

Piloter et animer les démarches d'itinéraires et de destinations vélo dans le temps.

## CONTEXTE

Démultiplication des parcours, évolution des pratiques, contraintes budgétaires et logistiques, enjeux autour du tourisme durable... Le secteur du tourisme à vélo est en pleine mutation, et avec lui son organisation. Le modèle du comité d'itinéraire est une réponse pour optimiser l'utilisation de moyens humains et financiers mais cette solution, longtemps identifiée comme idéale, amène aujourd'hui à poser des questions de gouvernance, d'ingénierie voire de mutualisation.

Depuis la création du premier comité d'itinéraire en 2012 de La Vélodyssée-EuroVelo 1, le modèle s'est dupliqué et l'on dénombre aujourd'hui une trentaine de comités d'itinéraires à l'échelle nationale, fédérant les acteurs. Le modèle est aussi parfois décliné à l'échelle locale (itinéraires ou destinations).

Dès lors, la multiplicité des démarches de comités d'itinéraires interroge régulièrement la mobilisation des ressources financières et humaines, dans un contexte de restrictions budgétaires des collectivités et de leurs organismes de tourisme. Pour y répondre, la mutualisation d'actions, la recherche de nouveaux financements sont au centre des préoccupations des acteurs du tourisme à vélo.

La mobilisation des partenaires et le maintien de leur engagement dans le temps sont un second défi auquel sont confrontées les dynamiques d'itinéraires. Une tendance accentuée lorsque l'animation et la mise en œuvre du plan d'actions sont assurées par des ressources humaines dédiées au projet. Il est essentiel que les partenaires soient associés au projet pour éviter l'essoufflement, voire le désengagement des partenaires sur le temps long. Le Club des itinéraires et destinations vélo animé par Vélo & Territoires depuis 2020 et qui réunit deux fois par an les coordonnateurs d'itinéraires et de destinations vélo, permet d'animer les échanges entre les acteurs sur ce sujet à l'échelle nationale.

## OBJECTIFS

- Disposer d'outils pour accompagner les territoires vers des évolutions du modèle « classique », facilitatrices et adaptées selon les contextes.
- Favoriser la mutualisation des actions et des moyens à l'échelle locale et nationale pour donner davantage de portée à la destination France à vélo.

## DESCRIPTION DE LA MESURE

Il est proposé de poursuivre le travail engagé dans le cadre du Club des itinéraires et destinations vélo à travers :

- La création d'un **groupe de travail** au sein du Club des itinéraires et destinations vélo pour valider collectivement les difficultés rencontrées et identifier les pistes d'évolutions.
- L'animation d'un **atelier** lors de la Conférence nationale du tourisme à vélo à Grenoble les 12 et 13 juin 2024, pour explorer les évolutions concrètes et leurs modalités de mise en œuvre pour éventuellement les dupliquer sur d'autres territoires.
- La réalisation et la mise à disposition d'un **livrable** de réponses pouvant être apportées aux nombreuses interrogations que les itinéraires et les destinations se posent.
- Le **suivi des expérimentations** des itinéraires et destinations en termes d'évolution de gouvernance.

## PORTEUR DE PROJET

Vélo & Territoires, dans la continuité des travaux engagés dans le cadre du Club des itinéraires et destinations vélo.

## PARTENAIRES À ASSOCIER

Coordonnateurs d'itinéraires et destinations vélo ; ECF ; acteurs engagés dans d'autres gouvernances partagées (contrat de canaux, VNF, contrat de destinations, ANCT, Atout France...).



## BUDGET

Temps RH Vélo & Territoires.



## CALENDRIER DE RÉALISATION

Dès 2024.



## INDICATEURS

- Mise en œuvre d'actions mutualisées (ou autres modèles) à l'échelle nationale et à l'échelle des destinations.
- Réalisation d'économies d'échelle.
- Nombre d'itinéraires ayant bénéficié de financements annexes (privés, européens...) à évaluer dans le temps.
- Itinéraires parvenus à optimiser les ressources RH et financières (avec économie réalisée) à évaluer dans le temps.
- Nombre de renouvellements de convention de partenariat par les itinéraires (avec un suivi des engagements, départs...).

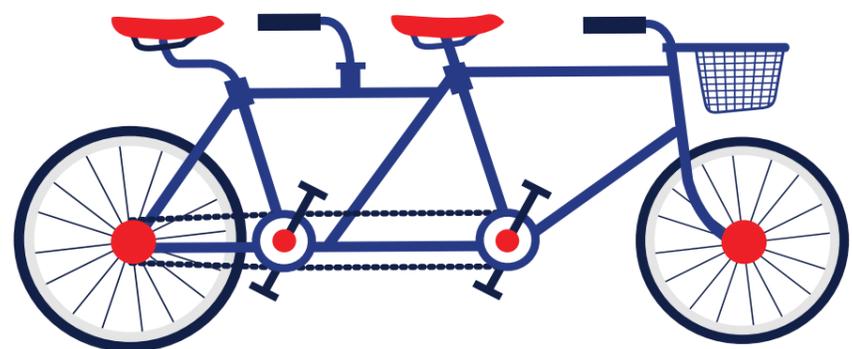
## Remerciements

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

Un remerciement également à l'ADEME pour le soutien humain et financier apporté à la démarche ainsi qu'à la Direction générale des entreprises et à Voies Navigables de France pour nous avoir accueillis dans leurs locaux à l'occasion des deux rendez-vous parisiens.



© Pierre Pichon



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

**AUBIGNAT Julien**, Union Sport & Cycle

**AMBLARD Olivier**, France Vélo  
Tourisme /Charentes Tourisme

**BARRE Olivier**, Decathlon Pro

**BARBIER TRAUCHESSEC Élodie**, ADEME

**BÉCHU Claude**, Comité régional du  
tourisme du Centre-Val de Loire

**BELLIN Sophie**, Vélo Loisir Provence

**BERLINGUÉ Christel**, ADN Tourisme

**BERNARD François**, Le Vélo Voyageur

**BLANCARD Brice**, Union Sport & Cycle

**BOUQUET Ronan**, Geovelo

**BOURGEOIS Claire**, ADN Tourisme

**BOURGEON Pierre**, Traces TPI

**BRESSON Pascal**, La Voie Bleue

**BRIZON Véronique**, ADN Tourisme

**BUNEL Thomas**, Agence nationale de  
la cohésion des territoires (ANCT)

**CARDET Raphaël**, Direction générale  
des entreprises (DGE)

**CARIOU Thomas**, Amaury Sport  
Organisation (A.S.O.)

**CHLIEH Aziz**, Pôle ressources national  
sports de nature (PRNSN)

**CUNCHINABÉ Romain**, Bicybags

**DAUDIBON Agathe**, European Cyclists'  
Federation (ECF)

**DE LABACA Julien**, Le Facilitateur  
de Mobilité

**DESBOS François**, Atout France

**DROUSSENT Claude**, Journaliste

**DU CREST Thierry**, DGITM

**DUPUY Karine**, France Vélo Tourisme

**FAVEREAU Clémence**, Fédération  
nationale des Résidences de  
Tourisme, appart'hôtels et des  
Villages de Vacances (FNRT)

**FLORIN Bérangère**, Le Vélo Voyageur

**GALL Florence**, France Vélo

**GAUTHIOT Yoann**, La Voie Bleue

**GERBAUX Diane**, Komoot

**GIGUELAY Mélissa**, Région Bretagne

**GRISOT Muriel**, Direction générale  
des entreprises (DGE)

**GUÉRIN Aurélie**, ADEME

**HABASQUE Lionel**, Terres d'Aventure

**HÉMON Pierre**, AF3V

**HOUILLOU Bertrand**, Fédération  
française de vélo (FFCT)

**JACQUESSON Laurent**, SNCF  
Voyageurs TER

**KUSTERS Gé**, Fédération Nationale de  
l'Hôtellerie de Plein Air (FNHPA)

**LAMBIN Pierre**, Cheverny Voyages

**LAYMARD Christine**, APIC

**LEBORGNE Etienne**, Inddigo

**LE CONTE Emma**, La Véloscénie

**LE GUILLOU Pierre**, GTMC / IPAMAC

**LE HOUEROU Maud**, Tourisme  
Bretagne

**LOMBARD Joaquim**, Fédération  
française de cyclisme (FFC)

**MARCHAIS Christophe**, ADN Tourisme

**MAROUN Natalie**, Element

**MARY Patrick**, Decathlon

**MERCAT Nicolas**, Le Bourget du Lac

**MOREAU Adeline**, Comité régional du  
tourisme du Centre-Val de Loire

**OLIVIER Anne-Lise**, Acteurs du  
Tourisme Durable

**PALPANT Sylvie**, Vélo Loisir Provence

**PERRIN Olivier**, Alkhos

**PERROUD Pascal**, Agate Territoires

**PIERROT Alisée**, Mollow

**PINSON Nicolas**, France Vélo Tourisme

**PUJOL Sébastien**, Parc naturel  
régional des Grands Causses

**RATY Mathieu**, Gares & Connexions

**REBUFFET Julien**, Syndicat national  
des moniteurs cyclistes français

**RENAULT Antoine**, OuiBike

**RICHET Marc**, Comité régional du  
tourisme du Centre-Val de Loire

**ROGER Alban**, Loire Valley Travel

**SANCHEZ Loïc**, En immersion

**SAVIGNAC Laurent**, Région  
Centre-Val de Loire

**STEPHAN Marie**, ADEME

**THIERRÉE Margaux**, La Clacyclo /  
Mai à vélo

**TIJOU Florent**, France Vélo Tourisme

**VAN DER ZALM Jacqueline**, Gironde  
Tourisme

**VIAL Yannis**, Voies navigables  
de France (VNF)

**VIALIN Maxime**, ADI / Tourisme Lab  
Nouvelle-Aquitaine

**VOLDOIRE Thomas**, Direction générale  
des entreprises (DGE)

Et une mention spéciale à **Camille THOMÉ** et au **pôle tourisme à vélo** de l'équipe **Vélo & Territoires** fortement mobilisés dans l'animation et l'adaptation des séquences : **Armelle BOQUIEN**, **Sophie RAPINEL**, **Noémie ROUSSET**, **Élodie SAUZE**.  
À **Stéphanie MANGIN**, responsable de l'Observation de Vélo & Territoires pour la conduite des travaux thématiques

À **Antoine COUÉ**, chargé d'études de Vélo & Territoires pour son expertise sur les questions d'intermodalité

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

*En 2023, les travaux relatifs à la stratégie nationale du tourisme à vélo ont été conduits grâce à un soutien de l'ADEME.*

Rédaction : **Karine LASSUS**

Conception graphique :

**Pirate, l'Atelier Graphique**

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

© Vélo & Territoires – 2024

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

 Vélo & Territoires

 @VeloTerritoires

 Vélo & Territoires

---

Document réalisé par Vélo & Territoires,  
en partenariat avec un collectif d'acteurs  
du vélo et du tourisme.

