

# Sommets — — du tourisme

*Auvergne-Rhône-Alpes* —



**Auvergne  
Rhône-Alpes**  
Tourisme



**La Région**  
Auvergne-Rhône-Alpes

# CONSTRUIRE ENSEMBLE LA STRATEGIE VELO

# LE TOURISME A VELO en AuRA : PRINCIPAUX CONSTATS



Une région réputée technique et difficile avec une offre remarquable sur plusieurs segments, théâtre d'évènements et de compétitions de premier plan



Un tissu de professionnels, de services et d'infrastructures très dense



Pratiquement tous les acteurs touristiques en AuRA développent une stratégie de tourisme à vélo



Un tourisme à vélo qui explose en terme de fréquentation (+86% sur la plateforme nationale FVT) et un budget moyen par touriste plus important



Une concurrence nationale et internationale très forte

# SOMMAIRE DE L'ATELIER :

## À partir de témoignages des acteurs

Exemple en Ardèche :

Le produit Dolce Via dans la stratégie départementale

Exemple dans l'Ain :

La stratégie vélo

Un opérateur :

Grand Angle, comment répondre ensemble aux clientèles de demain

Échanges autour du projet commun

# EXEMPLE DE L'ARDECHE ET DE LA DOLCE VIA



# La Dolce Via, voie douce d'Ardèche

90 km de voie douce  
3 territoires EPCI traversés  
Aménagée de 2006 à 2018  
Élue véloroute de l'année aux Pays-Bas en 2020  
Connexion Via Rhôna  
Projet de connexion Via Fluvia  
75 000 passages (éco compteur de référence)  
51 structures accueil vélo

Comité d'itinéraire depuis 2014  
Regroupe les EPCI, OT et partenaires  
Règles communes en matière d'aménagement  
Promotion et communication  
Plan d'action annuel  
1 poste de chargé de communication partagé

Mise en tourisme depuis 2015  
Itinéraire de loisirs vers un produit touristique  
Actions de promotion d'envergure avec l'ADT  
Professionnalisation des acteurs  
Emergence d'une offre d'hébergement, de services  
Commercialisation de l'itinéraire



# EXEMPLE DE L'AIN

# Aintourisme

**« l'Ain à Vélo » : une nouvelle stratégie de développement du tourisme à vélo**

## Éléments de contexte

**Filière vélo** : filière prioritaire inscrite dans le Livre Blanc du Tourisme 2016/2021

**Objectif** : développer le tourisme à vélo dans l'Ain en cohérence avec le Plan vélo 01 et la stratégie Montagne de l'Ain

**Enjeu** : faire de l'Ain une Destination Vélo

**Constat** : 1 réseau de boucles datant de plus de 20 ans (état des lieux & diagnostic en 2019)

- ne **répond plus aux profils des pratiquants d'aujourd'hui**
- présente des **difficultés en matière de sécurité**
- fait état d'une **signalétique manquante et/ou obsolète** sur 36 % du parc
- propose des **boucles relativement exigeantes** au regard des cibles visées

### Conséquence

Refondre « l'Ain à Vélo » pour répondre aux attentes du marché actuel et à l'ambition affichée

# Stratégie de développement du tourisme à vélo dans l'Ain



## Les grands principes

- **L'Ain à vélo**

- ↳ Une démarche globale visant à développer une offre cyclotouristique en lien avec les acteurs de la « filière »

- ↳ Une marque : **porte drapeau de la destination Vélo**

- Développement d'une **offre attractive pour les cyclotouristes** (itinéraires, services, POI...)

- ↳ associée à **une offre de services qualifiée** (Accueil Vélo)

- ↳ connectée aux **grands itinéraires structurants** (Viarhônga, la Voie Bleue, GTJ...)

- ↳ s'appuyant sur **les évènements cyclo-sportifs**

- **Accompagnement des territoires** au développement d'une offre de **boucles vélo loisirs** à destination des touristes

# Stratégie de développement du tourisme à vélo dans l'Ain

## Les 4 principaux axes de développement

- 1- créer **une offre complémentaire revue sur 2 niveaux** (départemental et local) pour proposer une offre cyclotouristique et de loisirs à vélo attractive et diversifiée
- 2- **jalonner les cols** sur le secteur montagne pour les chasseurs de cols et cycloportifs
- 3- déployer **la marque Accueil vélo** pour qualifier une offre d'accueil et de services de qualité adaptés aux besoins de la clientèle vélo
- 4- s'appuyer sur **les évènements vélo** pour asseoir la notoriété du département comme destination vélo  
(*Le Tour de France, Le Tour de l'Ain, les épreuves cycloportives, les montées du Grand Colombier...*)

## Mise en œuvre de la stratégie – Comment ?

1. Travail en concertation pour construire ensemble et atteindre les objectifs fixés
2. Impulsion d'une dynamique de réseau avec les acteurs de la filière



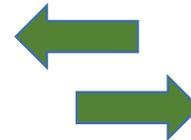
**Implication & fédération** des acteurs autour du projet commun

Partage & **appropriation** du projet

**Animation** du réseau d'acteurs

**Même niveau d'information**

**Accompagnement** des acteurs



### **Réseau d'acteurs de 84 interlocuteurs**

EPCI + OT = 1 référent vélo / territoire

Référents qualité AV + CHR

Représentants des itinéraires structurants

Département 01 : Services Routes,

Environnement, Tourisme, sport

CODEP de cyclotourisme 01

...

# Aintourisme

## Etat d'avancement

# Un maillage sur 2 niveaux



Un maillage

## départemental = offre dédiée à la pratique du cyclotourisme

- réparti sur environ **1 100 km** + connexions avec les itinéraires structurants
- destiné aux séjours axés sur l'**itinérance et les circuits cyclo-touristiques** à la journée



© Can Stock Photo

**Cibles** : amateurs confirmés, cycloportifs, de + en + néo-pratiquants :  
les **voyageurs à vélo**

## local = boucles vélo loisirs

- proposé par les EPCI
- destiné aux séjours non dédiés à la pratique : **découverte du territoire**



© Can Stock Photo

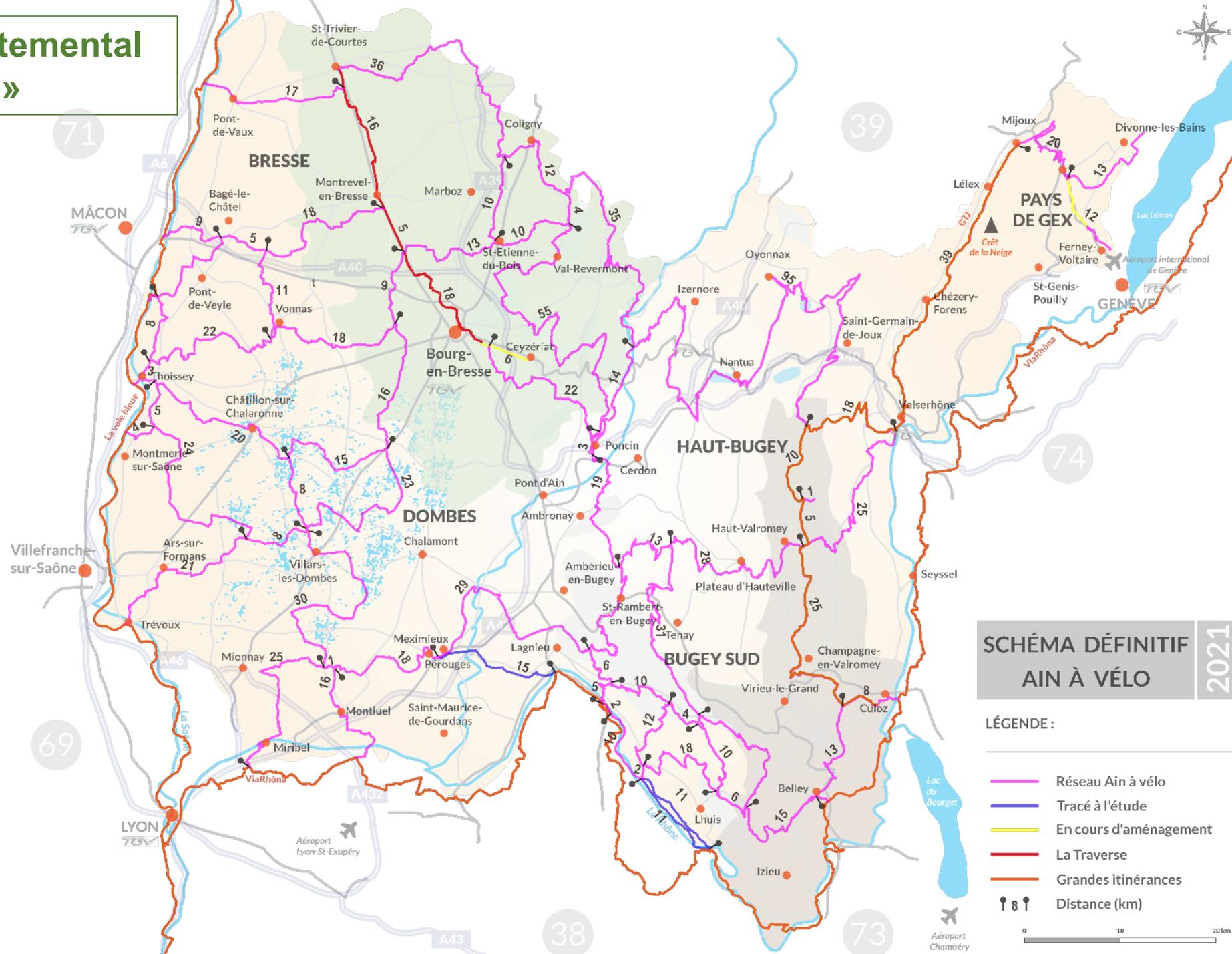
### Cibles

- les **touristes « découvreurs »** : une **offre de loisir** au sein du séjour
- les habitants et excursionnistes : une **offre de proximité**



familles, couples, séniors, tribus, entre amis...

# Le réseau départemental de « l'Ain à vélo »



## Le bornage des cols de l'Ain

- **18 cols et montées remarquables** jalonnés en 2020 et 2021
- Réalisé en collaboration avec le CODEP de Cyclotourisme 01, le Services des Routes du Département, le B.E



## La qualification d'une offre de services

### Les démarches Accueil Vélo et Chambre d'Hôtes référence

**Pilote / animateur :** Aintourisme

**Interlocuteur EPCI / ADN Tourisme :** Aintourisme

**Référents Qualité / Organismes évaluateurs :** EPCI / OT



100 % des territoires déploient AV  
16 référents qualité  
1 cinquantaine de labellisés depuis  
septembre 2020



93 % des territoires déploient CHR  
17 référents qualité  
3 hébergeurs certifiés depuis 2022

# La valorisation de l'offre vélo

## Les actions de promotion communication réalisées

**Digital** : Appli mobile [www.ain-outdoor.com](http://www.ain-outdoor.com) : tracés des parcours cyclo & VTT

**Print** : carte vélo : offre cyclo & VTT

**OP en face à face** : salon Roc d'Azur à Fréjus en partenariat avec AURAT

**Produit vélo** : challenge des 40 cols de l'Ain by Daniel BERNARD, produit créé par un cycloportif mordru de vélo : 650 km, D+ 14 000 m



# Aintourisme

**La suite...**

## Les prochaines étapes

Développement



Structuration



Qualification



Mise en tourisme



Mise en marché

- Finalisation 1er niveau de maillage
- Accompagnement EPCI 2<sup>e</sup> niveau de maillage

- Déploiement AV
- nvx itinéraires Ain à Vélo
  - boucles vélo loisir
  - accompagnement des référents qualité

- Création produits vélo / vitrine de l'offre
- *séjours individuels*
  - *séjours groupes*

- Actions de promotion & communication

Aintourisme

**Merci de votre attention**

Sommets  
—  
— du tourisme

Auvergne-Rhône-Alpes

# GRAND ANGLE

# Grand Angle

Trek & Vélo

## Qui sommes nous ?

### ○ L'agence

- 39 ans d'existence
- Spécialiste France et Europe
- Séjour pied, vélo, ski de fond et raquette
- Voyages alliant nature et culture

### ○ Notre clientèle

- Clients seniors à fort pouvoir d'achat
- Recherche la qualité de service et d'hébergement
- Panier moyen entre 850€ et 900€
- Pas représentative de l'ensemble du marché vélo

### ○ Nos voyages à vélo

- Etoile ou itinérance
- Format privilégié : 7 jours 6 nuits
- Séjours liberté (sans accompagnateurs)
- Catalogue ou sur-mesure

## ○ Le marché du vélo en France

- 10 ans de forte augmentation
- Dans le sillage du marché étranger allemand
- Modèles type du Danube et Lac de Constance
- En France encore au stade de développement mais émergence de gros volumes et renforcement de la « culture du vélo »
- Contexte économique et social qui invite à la « mobilité douce »
- Développement très fort du VAE

## ○ Les itinéraires principaux en France chez GA

### Les itinéraires classiques et en développement

- Canal de la Garonne
- La Flow vélo
- Vélo Francette

### Les grands itinéraires Eurovélo

- Vélodyssée (1)
- Vélomaritime (4)
- La Loire à Vélo (6)

## ○ Les besoins clients

- 25 à 55 km par jour
- Pas de difficulté technique, peu de dénivelé
- Proposition VAE indispensable
- Hébergements de qualité (3\* ou 4\*) ou très bons 2\*
- Bon balisage ou application de guidage
- Transferts de bagages

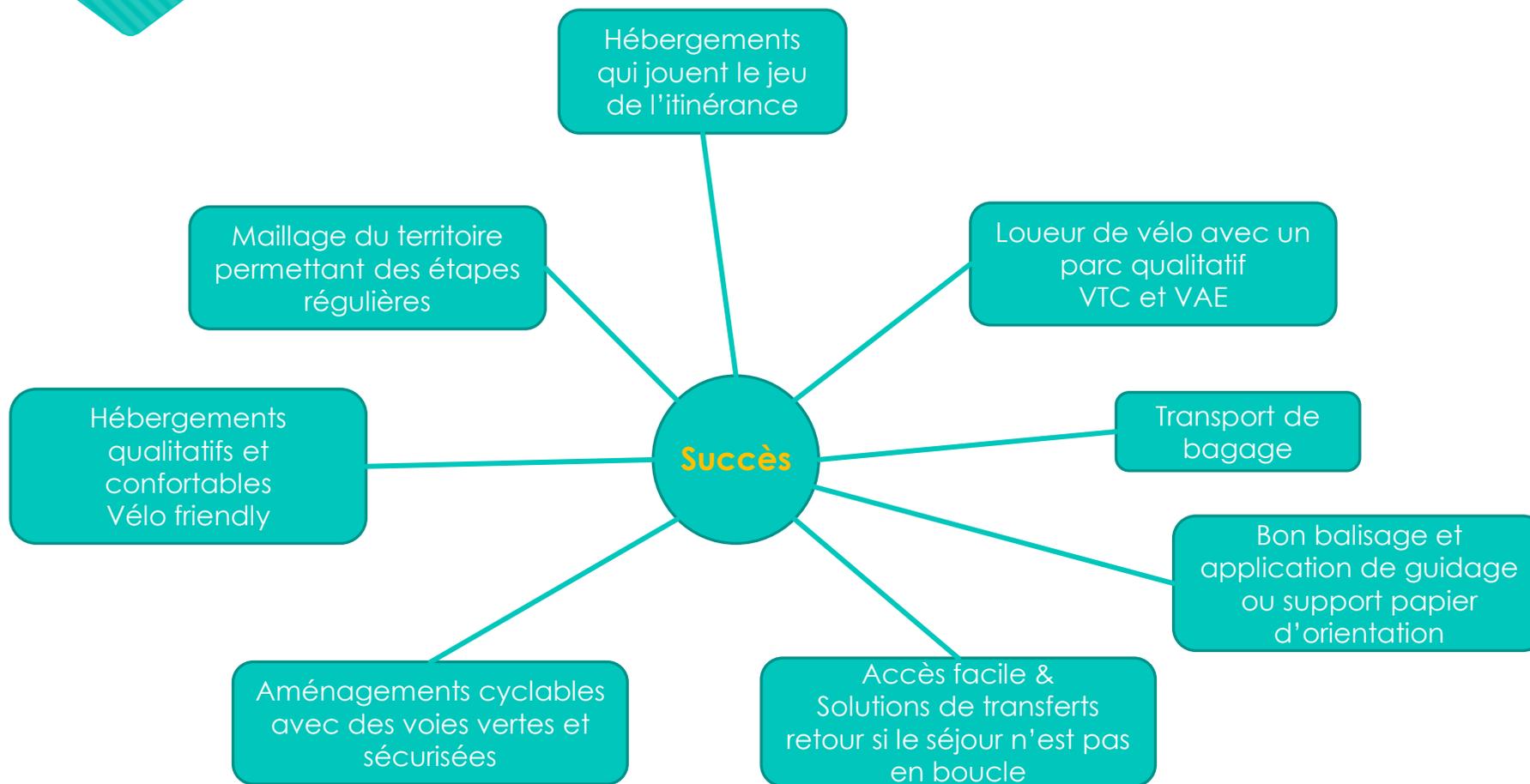
## ○ L'évolution du vélo chez Grand Angle

	2000	2005	2010	2015	2022
Voyages vélo / séjours liberté	4 %	5 %	22 %	40 %	40 %

### ➤ Evènements

- 2005 : environ 15 séjours vélo
- 2010 : environ 35 séjours vélo
- 2022 : + de 130 séjours

# Clefs du succès



# Intérêt de la collaboration entre les destinations et les agences de voyage



- Relation pro active entre les institutions et l'opérationnel
- Développement des itinéraires en accord avec les réalités du terrain et du besoin logistique
- Harmonisation de l'offre
- Promotion de la destination
- Exemple de la Velodysee (plateforme professionnelle pour le suivi quotidien de l'itinéraire / mail aux professionnels / réunion annuelle avec les acteurs)

Sommets  
—  
— du tourisme

Auvergne-Rhône-Alpes

# LES ACTIONS DE AUVERGNE- RHÔNE-ALPES TOURISME



Auvergne  
Rhône-Alpes  
Tourisme



La Région  
Auvergne-Rhône-Alpes

# ACTIONS DE PROMOTION DEDIÉS VELO

## CAMPAGNES DIGITALES:

- Campagnes sur les réseaux sociaux
- Insertions sur sites spécialisés
- Habillages de sites
- Placement de contenus auprès de sites affinitaires  
Voyages et Micro-aventures : Forclaz, Outdoor Active, Chilowe

## MEDIAS

- Achat de Publi-rédactionnels
- Partenariat avec cycloguides
- Dossiers spéciaux vélos sur supports spécialisés

## RELATIONS PRESSE ET INFLUENCE

- Dossier presse vélo
- Accueils journalistes / bloggeurs

## EVENEMENTS

- Participation au salon Roc d'Azur (BtoC)
- Organisation / participation à des workshop dédiés: GreenFrance / CycleSummit / Adventure Connect (BtoB)
- Participation aux salons Fardaht et Fiets

## OUTILS

- Carte vélo
- Landing web dédiée
- Partir Ici

## ANIMATION de 2 commissions marketing

- ViaRhôna
- Via Allier

## Accompagnement au DESIGN DE L'OFFRE

- Accompagnement pour une meilleure mise en scène de l'offre et l'assemblage des offres

# DEMAIN UN COLLECTIF REGIONAL ?



# CONTRUIRE ENSEMBLE LA STRATEGIE VELO EN AURA

## UN COLLECTIF AXE CLIENTS POUR ....

- Mettre en œuvre un plan d'actions concerté et ambitieux
- Définir les cibles de clientèles à privilégier
- Définir les marchés prioritaires
- Optimiser la commercialisation

## AUTRES OBJECTIFS A PARTAGER

- **Garder une longueur d'avance et stimuler l'innovation :**  
Veille, analyse, évaluation
- **Consolider les offres socles et les itinéraires à vélo**  
Poursuivre la qualification des itinéraires et les connecter à l'offre touristique
- **Développer les services autour des itinéraires**  
Travailler le lien avec les hébergements  
Développer et qualifier les services



# Sommets du tourisme

Auvergne-Rhône-Alpes

# Merci de votre attention



**Auvergne  
Rhône-Alpes**  
Tourisme



**La Région**  
Auvergne-Rhône-Alpes