

# TOURISME À VÉLO

Enjeu du  
développement local



# Seigny

## Val de Loire

*Mercredi 11 décembre 2019 - Seigy*

# PROGRAMME

- Chiffres clés, étude de clientèle...

*Manuel De Voort - Office de Tourisme*

- Présentation du tracé de la VéloRoute : Cher et Canal de Berry à vélo  
&

«Cœur de France à Vélo» : un logo, une charte graphique, des ambitions

*Julien Beaudon - Pays de la Vallée du Cher et du Romorantinais*

- La marque Accueil Vélo avec le retour d'expérience  
du Camping Les Saules à Cheverny

*Anne Filippi - Agence de Développement Touristique 41*





TOURISME

# Chiffres clés, étude de clientèle...

*Manuel De Voort - Office de Tourisme*



# CONTEXTE

- Ces dix dernières années, la pratique du vélo en France est en plein essor et le **nombre d'adeptes ne cesse d'évoluer**
- Cet engouement pour le vélo se retrouve dans les **déplacements des Français**

**DANS CE CONTEXTE, IL EST IMPORTANT DE :**

- Proposer des aménagements et des équipements **sécurisants**
- Mettre en évidence la **qualité de l'accueil**
- **Valoriser les prestations et les animations vélo** proposées sur le territoire
- **Se distinguer** et **obtenir une reconnaissance** de leur investissement par un organisme agréé et partager des bonnes pratiques



# LES AVANTAGES DU VÉLO

*Ils sont multiples et chacun a sa raison d'en faire usage*

Ainsi, **les touristes considèrent** le vélo pendant les vacances comme :

- La possibilité de **se dépenser**, une façon d'entretenir sa **forme physique**
- Une façon d'**échapper** aux bouchons et **à la circulation**
- Une manière avant tout **économique de se déplacer**
- Un **complément** important des vacances
- Un moyen **utile** pour se déplacer
- Des moments de **partage avec les autres**



# LES AVANTAGES DU VÉLO

- Une manière de se **libérer l'esprit**, de redevenir soi même
- La capacité à **joindre l'utile à l'agréable**
- Un moyen **simple** de se déplacer
- La possibilité de se promener **à son rythme**
- Avant tout **une source de plaisir**
- Une manière agréable de **découvrir**, explorer une région
- Un **contact** intense avec la **nature**



# ÉTUDE DE CLIENTÈLES

## Profils de clientèles :

- **SPORTIF** : le but du séjour touristique est la pratique d'activités sportives dans une notion de **dépassement de soi**
- **ITINÉRANT, GRAND VOYAGEUR** : le but du séjour est la pratique d'itinérance à pied, à cheval, à vélo, en bateau dans une notion de **slow tourisme**
- **LOISIRS, PROMENEURS** : touriste pour lequel la pratique d'une **activité pleine nature** en est une parmi d'autres, notion de **découverte** mais aussi **culturelle**



# LES VÉLOS

## Les différents types de vélos :

➤ Le vélo hollandais



➤ Le vélo tout chemin (VTC)



➤ Le VAE (Vélo à assistance électrique)



➤ Le vélo tout terrain (VTT)



➤ Le vélo de route



➤ Le Gravel

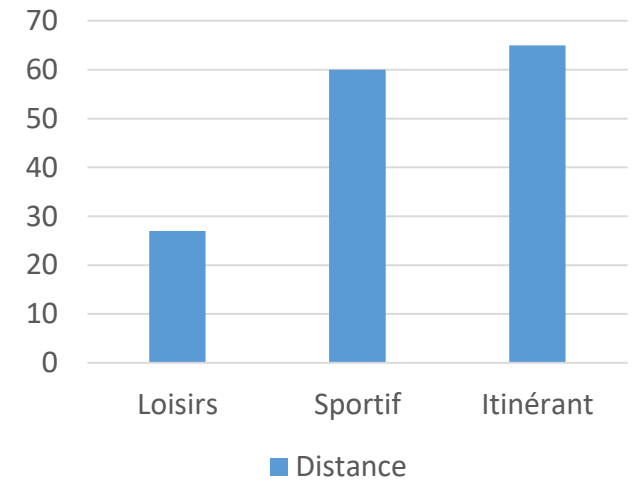




# CHIFFRES CLÉS

## LE MARCHÉ FRANÇAIS :

- **2<sup>ème</sup> destination mondiale** pour le tourisme à vélo
- **3 millions de vélos vendus** (dont 340 000 VAE)
- Fréquentations **en hausse** sur VV de 20% sur 6 ans
- Distance moyenne parcourue par jour : 27 km (loisirs), 60 km (sportif), 65 km (itinérant)
- 3 300 TO en 2019 / 2 800 en 2012
- **15 780 km de voie vélo aménagée** (23 330 prévue à l'horizon 2030)



# RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

*Retombées économiques du tourisme à vélo sur de grands itinéraires*  
*en quelques chiffres clés*

- Chiffre d'affaires de la filière nationale : **2 Mds €** (estimé) & **16 000 emplois**  
**générés**
- Retombées Territoires : **65€ à 105 € de dépense**





PAYS DE LA VALLÉE DU CHER  
ET DU ROMORANTINAIS

# Présentation du tracé de la VéloRoute : Cher et Canal de Berry à vélo

&

## «Cœur de France à Vélo» : logo, charte graphique, ambitions

*Julien Beaudon*

*Pays de la Vallée du Cher et du Romorantinais*

