



LA VÉLOSCÉNIE : UN ITINÉRAIRE D'EXCEPTION, TREMPLIN POUR UN TOURISME DURABLE ET DE PROXIMITÉ

Une étude inédite menée en 2023 sur la Véloscénie, l'itinéraire cyclable de 450 km reliant Paris au Mont-Saint-Michel, révèle son caractère exceptionnel et son potentiel de développement pour un tourisme durable et de proximité.

Un itinéraire vélo à portée de 12.4 millions d'habitants

Parmi les études menées sur les véloroutes, La Véloscénie se distingue par son cadre inédit. À ce jour, c'est le seul itinéraire exclusivement rural partant de la capitale française ayant été analysé, offrant une expérience cyclotouristique unique à proximité immédiate de 12,4 millions de Franciliens, soit 1/6 de la population française. Cette particularité en fait un terrain d'étude sans précédent dans le paysage cyclotouristique français.

La Véloscénie est un itinéraire d'initiation qui mobilise un tourisme de proximité. 35% des itinérants sont des néo-pratiquants, un taux record par rapport aux autres véloroutes. *"Nous avons l'ambition de rendre désirable le voyage au vélo en décomplexifiant ce type de voyage auprès d'une cible néophyte."* **explique Isabelle Mesnard, Présidente de La Véloscénie.**

La fréquentation record de l'itinéraire en Ile-de-France par des cyclistes quotidiens présente le grand potentiel de développement de La Véloscénie.

Un nouveau rapport au voyage

L'étude objective l'émergence de nouvelles tendances touristiques post-Covid :

- ❖ Un désir de ralentissement : La Véloscénie offre une "ode à la flânerie" par excellence.
- ❖ Un recentrage sur les destinations locales : L'itinéraire permet de découvrir des petites communes souvent ignorées des circuits touristiques traditionnels.
- ❖ Une aspiration à un tourisme plus durable : La Véloscénie propose une expérience de voyage décarboné au départ de chez soi.

Une clientèle diversifiée et rajeunie

La Véloscénie attire une clientèle plus jeune que d'autres itinéraires similaires :

- ❖ 28% des groupes sont des familles avec enfants, notamment sur les sections normandes dotées de voies vertes sécurisées.

- ❖ L'itinéraire s'adapte à diverses clientèles : cyclotouristes expérimentés, jeunes parisiens, ou familles.
- ❖ Des événements comme les "Mad Jacques" sont organisés pour attirer une jeune cible urbaine en quête d'aventure.

“Notre objectif est de porter un message adapté à différentes cibles en proposant des escapades de 2-3 jours à destination des familles, de groupes d'amis, etc... au-delà de l'itinérance classique au long court. Le voyage à vélo place le touriste en tant qu'acteur de ses vacances. Aujourd'hui, il est nécessaire de proposer un tourisme de « précision », d'individualiser les propositions à chaque profil. La Véloscénie est un excellent terrain de jeu pour proposer diverses escapades adaptées à différents profils : fans de nature VS de patrimoine, micro-aventure et bivouac VS hôtels de charme et bons restaurants, etc...” **explique Ketty Vaillant-Lambert, directrice de l'Office de tourisme Mont Saint-Michel Normandie.**

Zoom sur les retombées économiques et investissements

- ❖ 17.4 millions d'euros de retombées économiques par an, soit 31 800€ / km / an
- ❖ Le panier moyen des itinérants (68€/jour) est légèrement supérieur à la moyenne des véloroutes étudiées en 2023. Ils représentent presque 20% des retombées économiques parmi les autres catégories de cyclistes observés.
- ❖ Dans certains campings communaux, jusqu'à 50% des nuitées sont attribuées aux cyclistes.
- ❖ Coût d'aménagement estimé à environ 30 millions d'euros, avec un retour sur investissement de moins de 2 ans pour les collectivités territoriales.

Les cyclistes apportent beaucoup sur les territoires. Certaines communes ont diversifié leurs offres d'hébergement pour améliorer l'accueil des cyclistes et attirer plus de clientèles. D'autres structurent leur offre et accompagnent leurs commerçants pour faire de leur village une véritable étape de La Véloscénie et générer de la consommation. Le cycliste est un consommateur local par excellence puisqu'il ne peut pas trop se charger lors de son voyage.

“On estime le coût d'aménagement de La Véloscénie à environ 30 millions d'euros. Un retour sur investissement de moins de 2 ans pour les collectivités territoriales. ” **conclut Isabelle Mesnard.**

Les axes de développement envisagés par la Véloscénie

1. Renforcement des services et augmentation des établissements labellisés "Accueil Vélo" : 245 en 2024 contre 97 en 2018.

“Le référencement d'équipements le long de l'itinéraire : points d'eau, toilettes, bornes de réparation, aires de pique-nique, etc... est en cours depuis presque 3 ans pour établir un état des lieux. Il faut maintenant accompagner et convaincre les communes d'investir, déposer des dossiers (fond Ademe), etc. Un travail au peigne fin orchestré par l'équipe de coordination et les Départements.” **explique Rémi Salaün, Chargé de mission Itinérance douce à Essonne Tourisme**

2. Amélioration de l'offre : création d'aires de bivouac pour s'adapter aux nouvelles pratiques.

3. Communication ciblée : déploiement de panneaux d'information (RIS) le long de l'itinéraire.

En matière de communication, le levier des habitants et cyclistes quotidiens est très important pour accroître le nombre de touristes et d'itinérants sur La Véloscénie. Chaque échelon territorial a un rôle à jouer pour faire connaître La Véloscénie à ses habitants.

4. Développement international : focus sur le marché allemand avec des actions de référencement et de promotion.

La clientèle étrangère semble encore peu présente le long de La Véloscénie malgré des actions menées à l'étranger. Effet post-covid avec des clientèles domestiques qui se recentrent sur le niveau national ? ou manque d'actions à l'étranger ? Inscrire l'itinéraire comme un incontournable de la France à vélo est un travail de longue haleine en termes de référencement dans la presse étrangère ou les sites web de référence. Des efforts sont encore à mener sur ce volet dans un contexte assez concurrentiel (nombreux itinéraires vélo en France). *“Nous concentrons actuellement nos moyens sur l'Allemagne : référencement sur des plateformes outdoor, actions presse et d'influence, partenariat avec un éditeur allemand, salon...”* **explique Ketty Vaillant-Lambert, directrice de l'Office de tourisme Mont Saint-Michel Normandie.**

La Véloscénie s'affirme ainsi comme un acteur majeur du tourisme durable, offrant une expérience unique de découverte du patrimoine français à vélo. Son positionnement comme itinéraire d'initiation au voyage à vélo, combiné à sa proximité avec Paris, en fait un outil formidable pour démocratiser le cyclotourisme et inventer un nouvel imaginaire autour du voyage.

A propos de la Véloscénie :

La Véloscénie Paris Le Mont-Saint-Michel est un itinéraire balisé de 450 km, développé et promu par un réseau de collectivités territoriales et leurs institutions touristiques. Leur ambition est de proposer une offre touristique durable qui valorise des territoires principalement ruraux et redynamise le tissu économique local. Faciliter l'organisation d'un voyage à vélo est leur maître mot afin de faire vivre une expérience mémorable aux touristes qui souhaitent enfourcher la petite reine en quête de grand patrimoine et nature d'exception. Le parcours est ouvert à différents niveaux de difficulté avec de longues portions de voies vertes reliées par des routes calmes. Plus d'infos sur veloscenie.com.

Contact presse : Agence OXYGEN

Aude Jasaron et Elodie Volant

06 75 50 20 67 - elodiev@oxygen-rp.com