










Les retombées économiques du Tourisme à vélo

Exemple du Tour de Bourgogne à Vélo

Sommaire

-  1. Le Tour de Bourgogne à Vélo
-  2. La méthode de travail
-  3. La fréquentation annuelle
-  4. Les profils d'usagers
-  5. Le déroulement et la préparation du voyage
-  6. Les impacts économiques
-  7. La synthèse des résultats

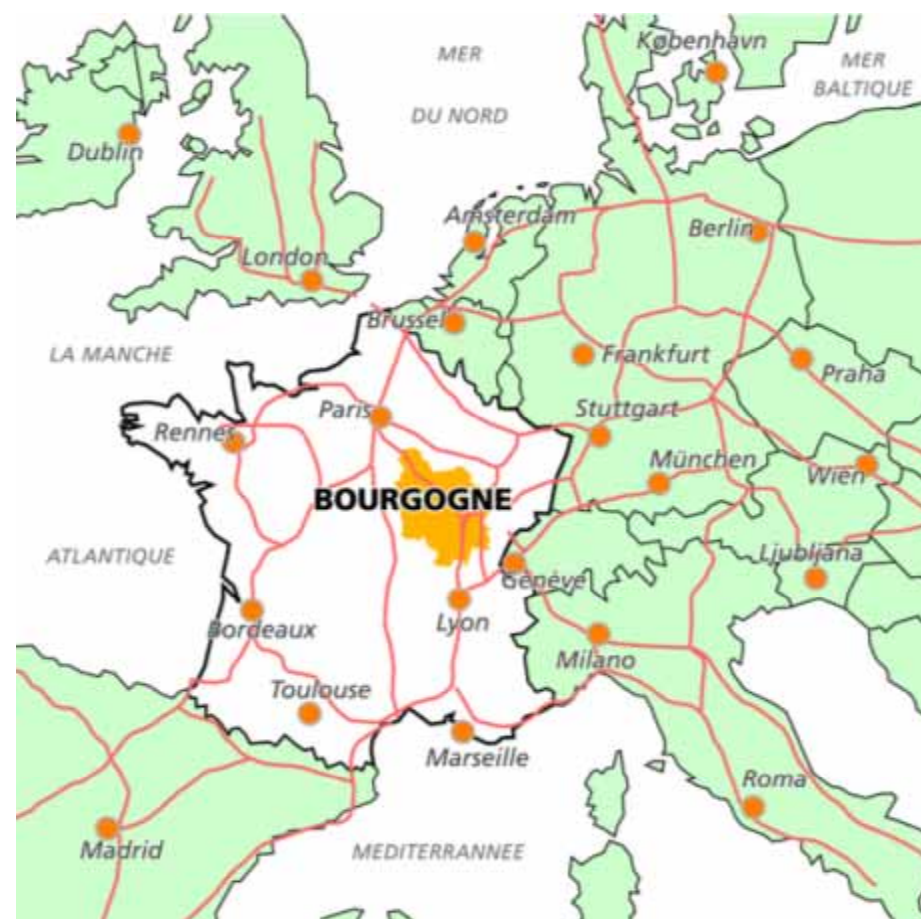


Le Tour de Bourgogne à Vélo



La Bourgogne en Europe, un espace rural

- **Superficie : 31 500 km²**
(6ème région française)
- **Population : 1,6 millions d'habitants** (2,6 % de la population française)
- **Densité : 52 hab/km²**
(moyenne française 100 hab/km²)
- **Peu de grandes villes**
(Dijon : 150.000 hab et 250.000 hab avec communes environnantes – 17ème plus grande ville de France)
- **2 grands fleuves et une rivière** : La Seine, la Loire et la Saône



Les chiffres clés du Tourisme en Bourgogne

- **513 000 lits dont 105 000 marchands**
- **34 millions de nuitées**
- dont 10 millions de nuitées étrangères
- **2,2 milliards de consommations touristiques**
6,3% du PIB
- **22 000 emplois salariés liés au tourisme**



Le Tour de Bourgogne à vélo

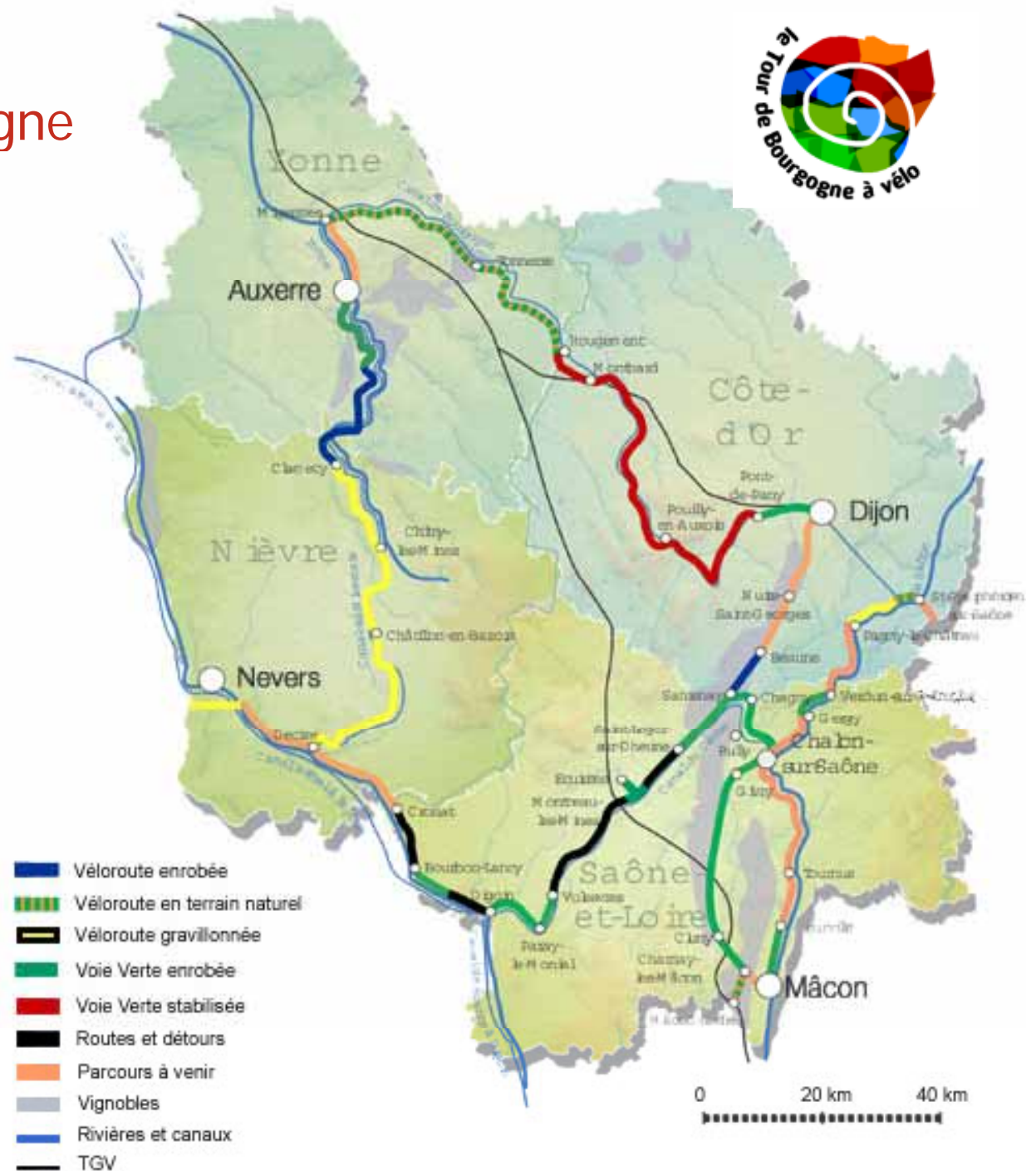
- **Projet initié en 1997, avec la création de la voie verte** (50 km entre Givry et Cluny).
- **Financement conseil régional, 4 conseils généraux et Europe**
- **Une partie importante intégrée à EuroVelo 6**
- **Dossier fortement lié au tourisme fluvial**
- **Le tourisme à vélo, mode de découverte de la Bourgogne :** vignobles, patrimoine architectural, gastronomie, produits locaux,... un bon moyen de s'approcher, de se plonger dans une culture régionale à forte identité,
- **Un programme complet :** aménagements vélo, haltes, parking, desserte train, édition de topo-guide, site internet...
- **Démarche qualité :** mise en réseau des professionnels hôtels, campings, gîtes, offices de tourisme...





Le Tour de Bourgogne à vélo

- 2009 : 680 km d'itinéraires réalisés
- A terme 1.200 km
- 60% de voies vertes
- 12 M€ d'investissement de 1996 à 2009







*Canal de
Bourgogne*

**MONTBARD
BUFFON**











**Vérifier que les objectifs
ont été atteints**

**Suivre la
rentabilité de
l'investissement**

**Pourquoi
évaluer ?**

**Améliorer l'offre
pour les
usagers**

**Mesurer l'efficacité de la
dépense publique**

**Mesurer les impacts +/-
collectifs indirects**

- **L'appui d'un bureau d'étude spécialisé (Altermodal)**
- **Une première en France par l'ampleur de l'étude : méthode, compteurs, nombre de journées d'enquêtes**

L'évaluation du Tour de Bourgogne

- **Le souhait de mesurer l'impact économique du Tour de Bourgogne et la « rentabilité » de l'investissement public**
- **L'appui d'un bureau d'étude spécialisé (Altermodal)**
- **Une première en France par l'ampleur de l'étude : méthode, compteurs, nombre de journées d'enquêtes**





La méthode de travail



Les données de base analysées

- **Une méthode réalisée dans un cadre européen EuroVelo 6**
- **24 « éco-compteurs » permanents**
- **3.2 M de passages** enregistrés dont 1 M en 2009
- **65 jours** d'enquête
- **20 points** de comptages et enquête
- **8 périodes** d'enquête dans l'année
- **19.700** observations
- **3.174 interviews brèves**
- **3.597 enquêtes approfondies** représentant **8.509 personnes**

- **> Une base très solide de travail**

Comment évaluer ?

Données locales

Comptages automatiques

Relevés de fréquentation

Découpage temporel

Comptages Manuels

Découpage cibles

Enquêtes

Analyse SIG

Découpage spatial

Ratios clés

Type usager / type de période

Dépenses /J /type
Distances /J /type

Densité en lits et en habitants /site

Données TNS Sofres
Données offre

Calculs

Fréquentation par période

Fréquentation /an /type d'usager

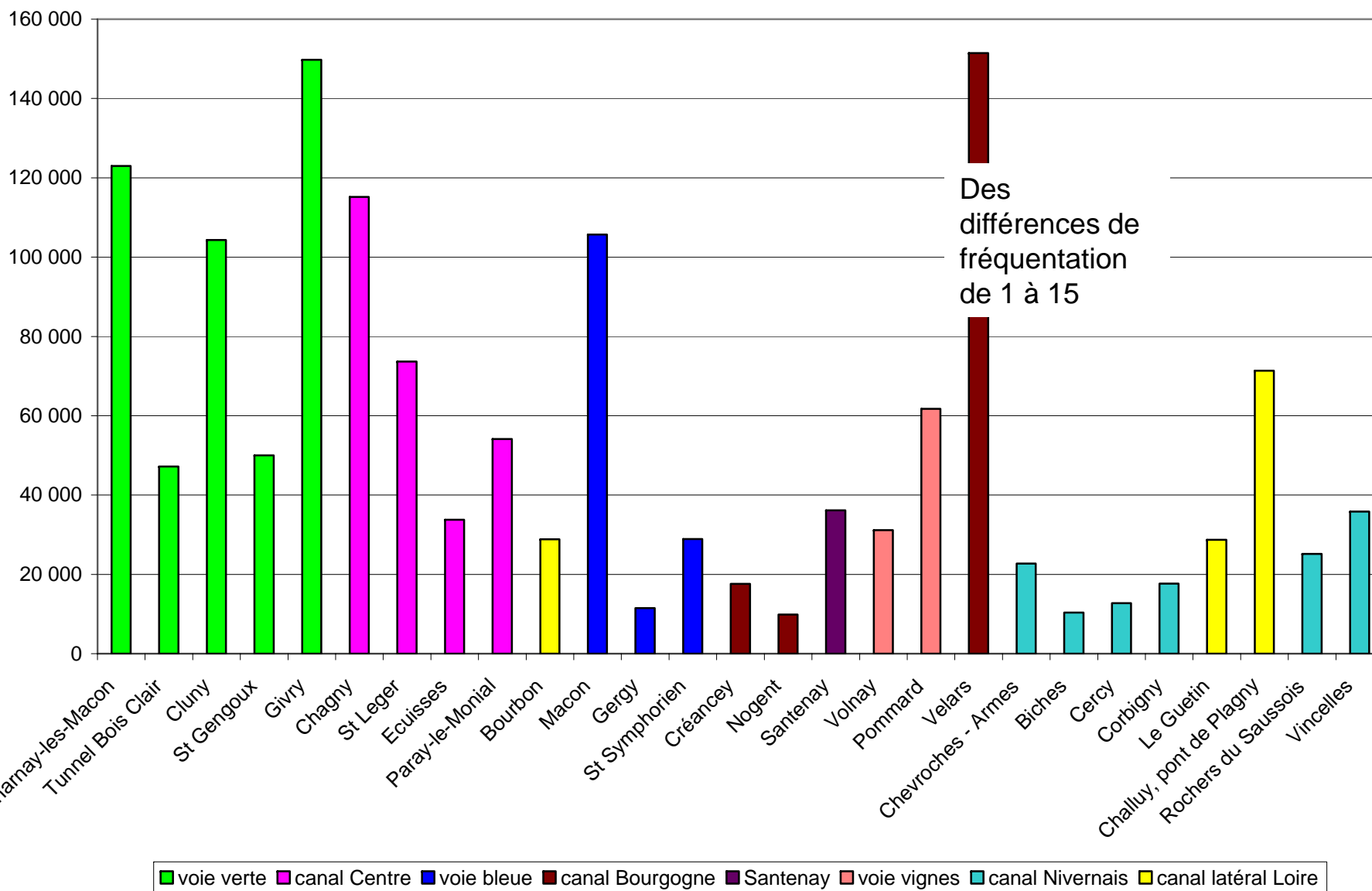
Ratio dépense /km /type d'usager /site

Extrapolation



La fréquentation annuelle

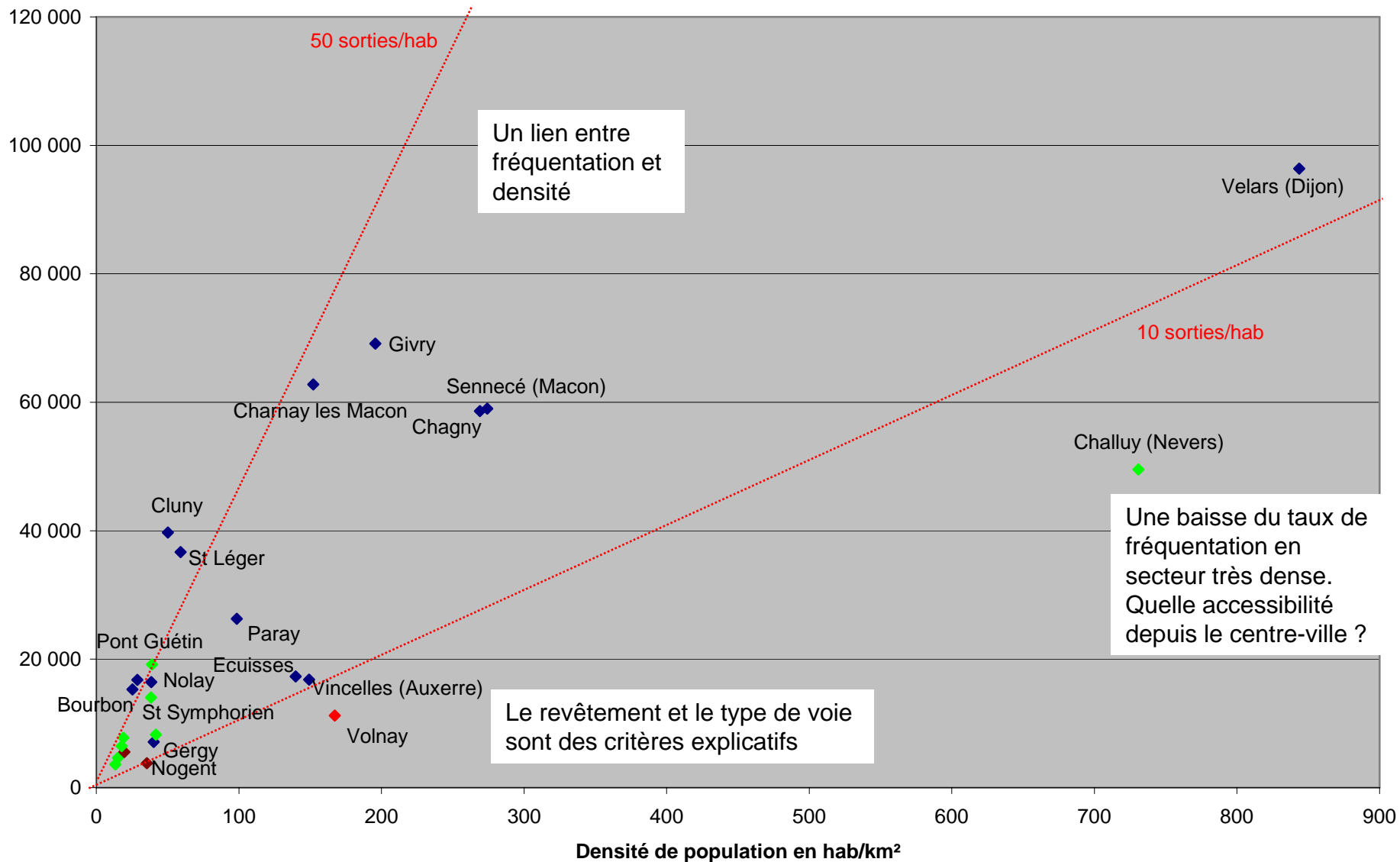
Fréquentation annuelle de 10.000 à 150.000 passages /an



Données de passages 2009 tous modes



Fréquentation résidente et densité de population : 10 à 50 sorties/an /hab



Une fréquentation plus faible sur les sites en stabilisé (marron), bi-couche (vert) ou sur route (rouge)

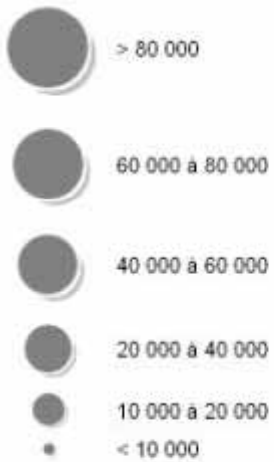




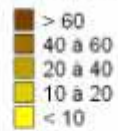
Excursions par an et par habitant



Excursionnistes

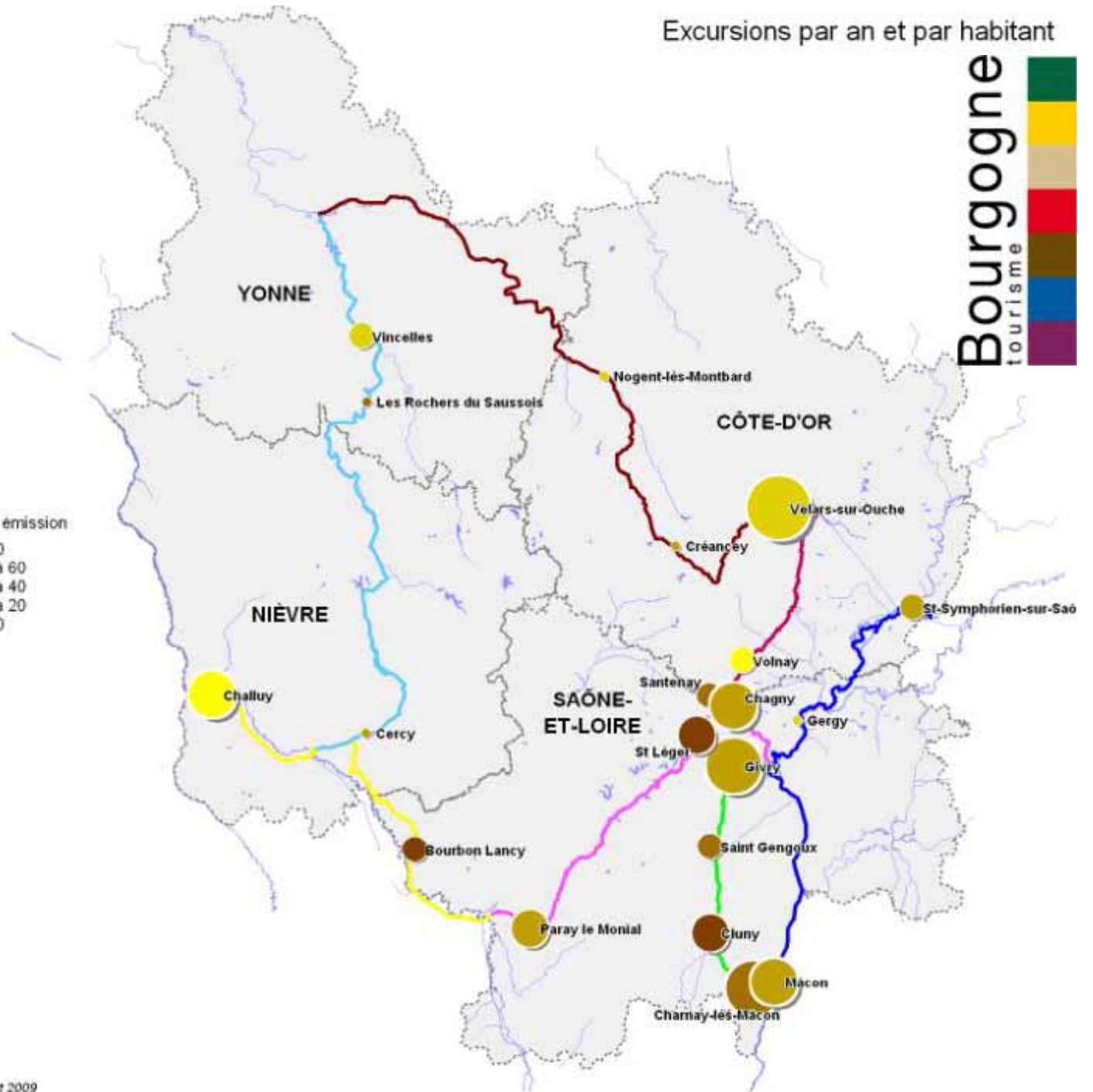


Ratios émission



Itinéraires

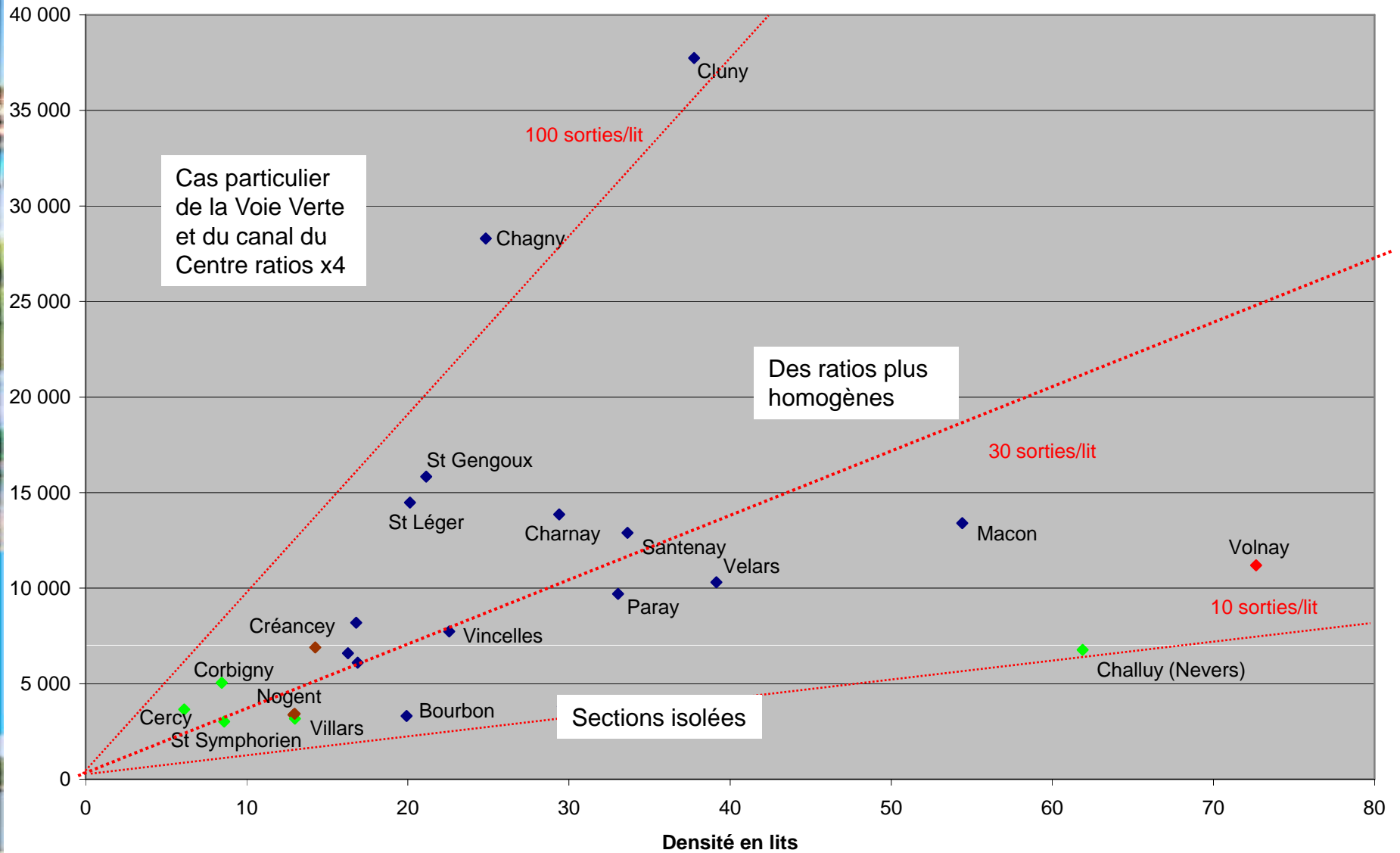
- Canal de Bourgogne
- Canal du Centre
- Canal du Nivernais
- Canal Lateral à la Loire
- La voie bleue
- La voie des vignes
- La voie verte
- Santenay-Nolay



INDDIGO, janvier 2010

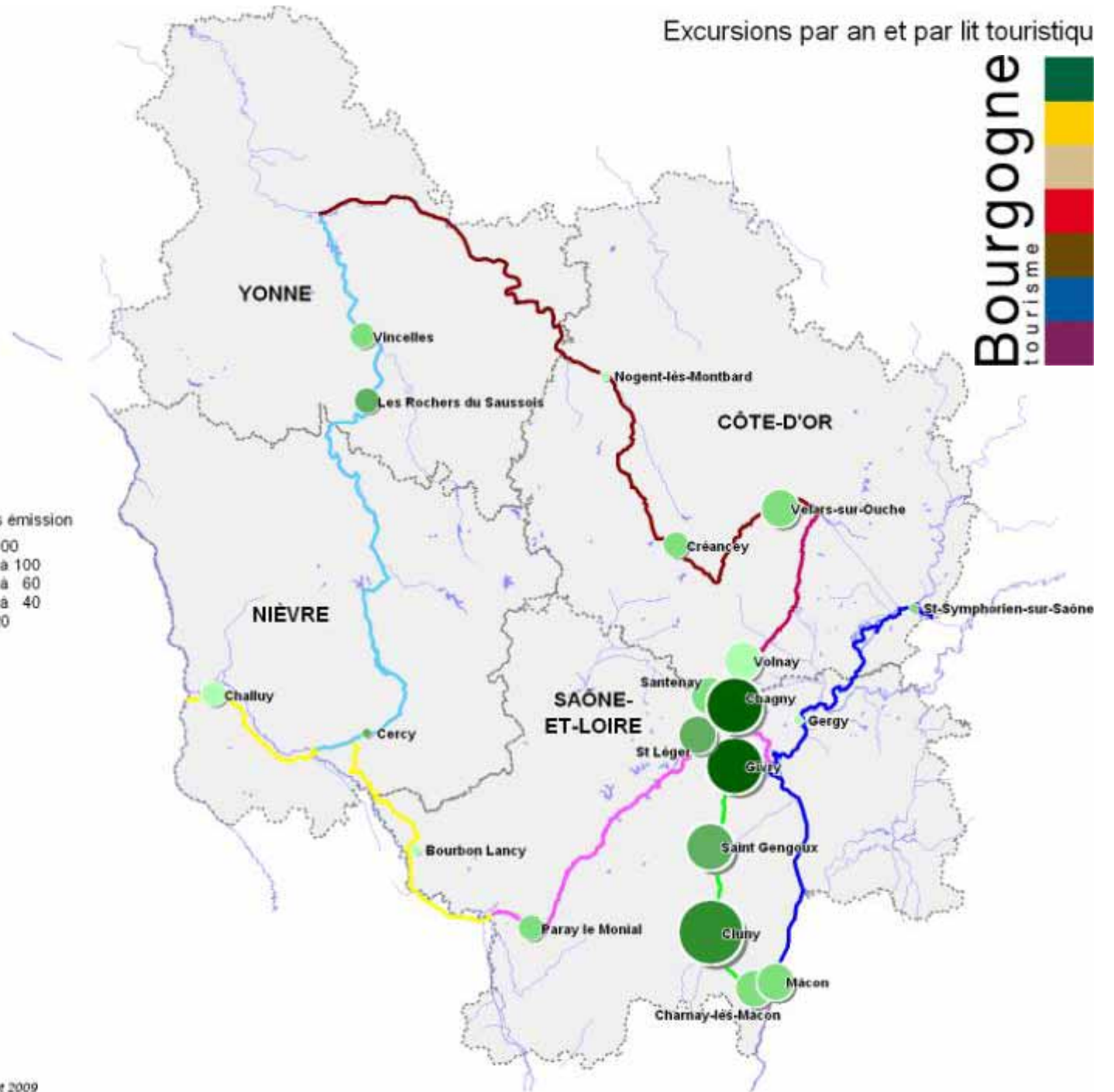
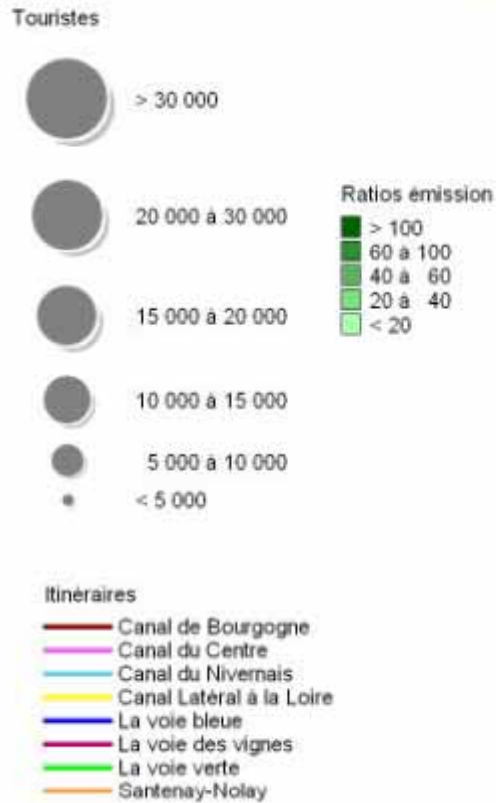
Source : enquête de fréquentation réalisée entre 2008 et 2009

Fréquentation touristique et densité en lits 10 à 100 sorties /an /lit





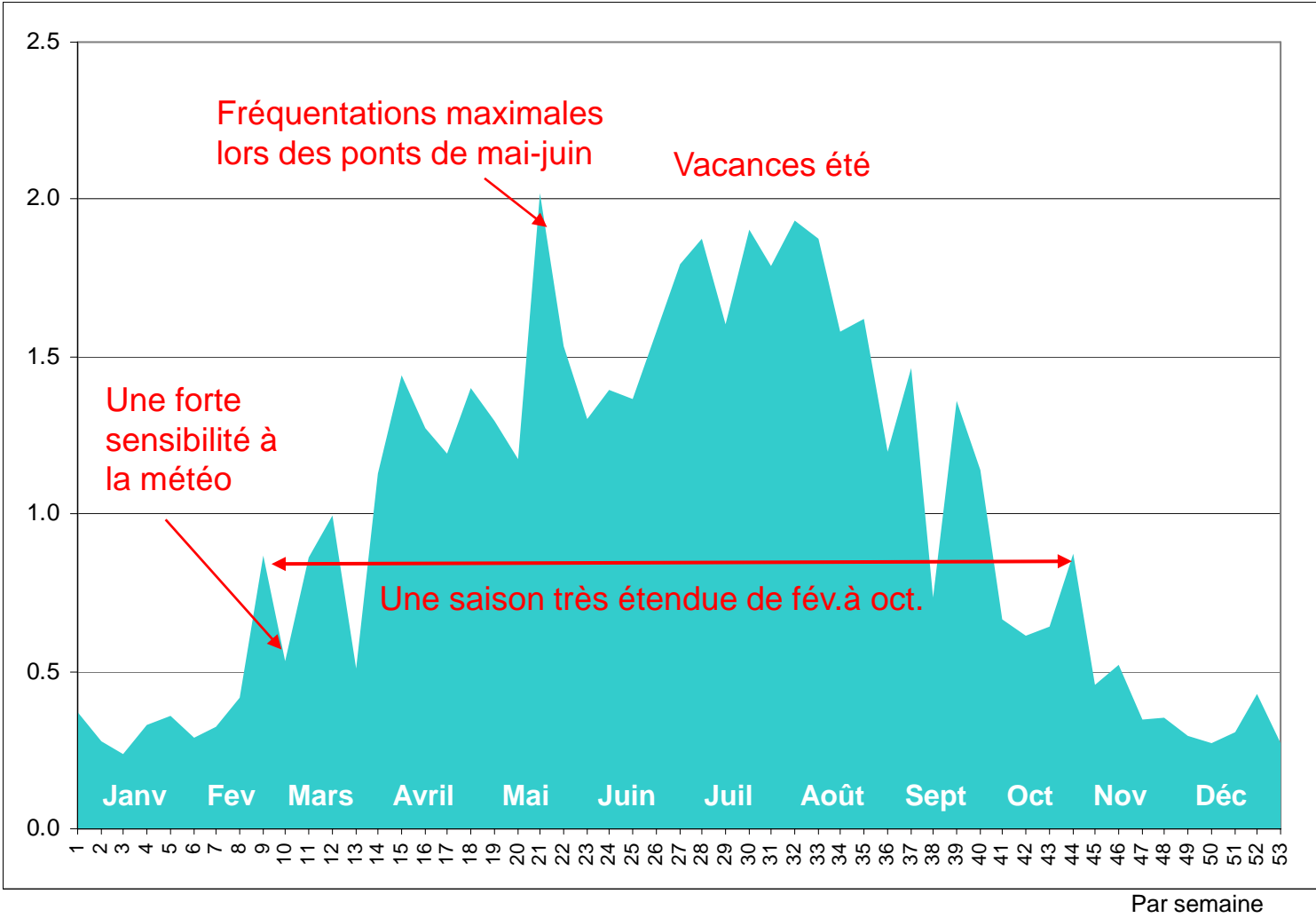
Excursions par an et par lit touristique



IDDIGO, janvier 2010
 source : enquête de fréquentation réalisée entre 2008 et 2009



Variation de la fréquentation dans l'année



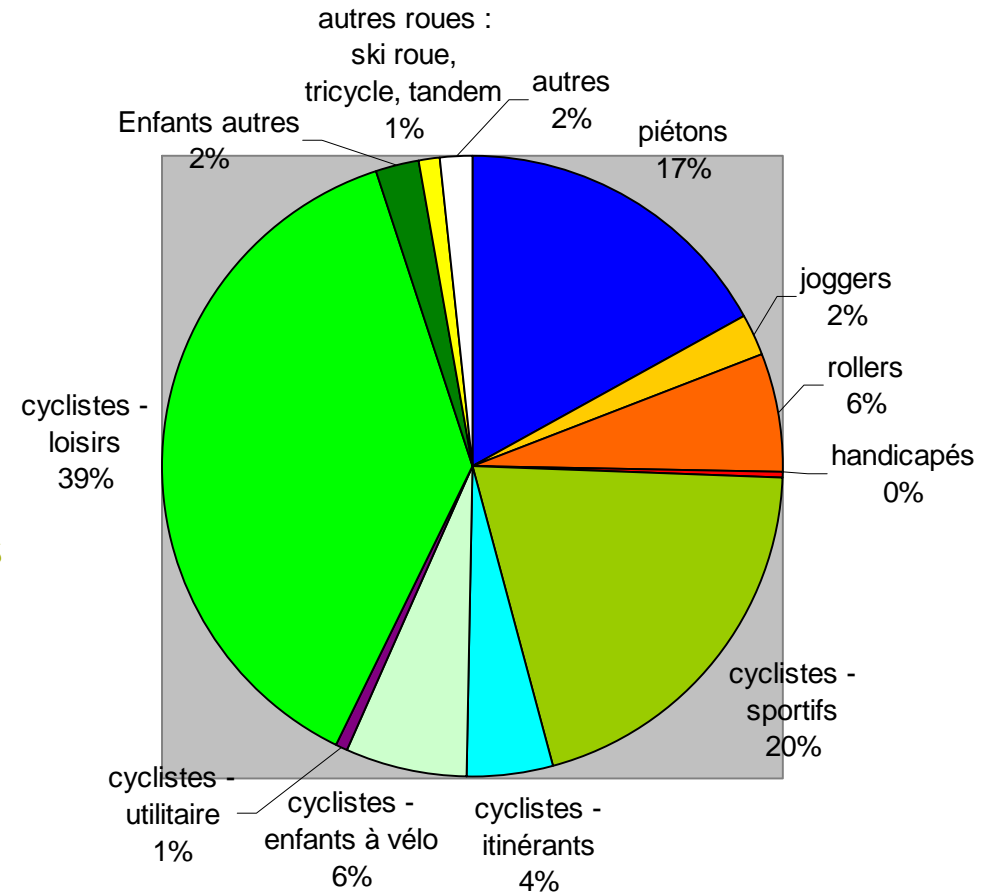


Les types d'usagers

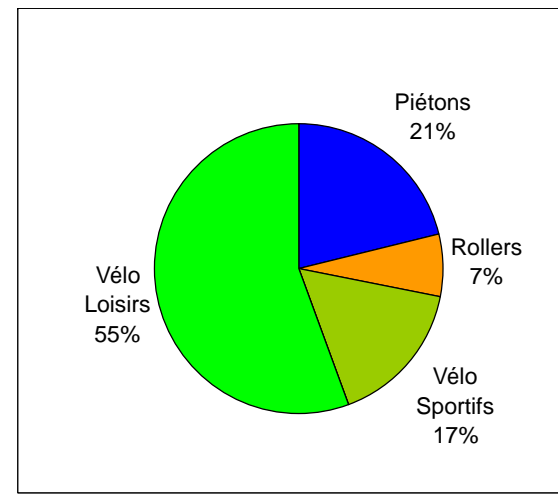
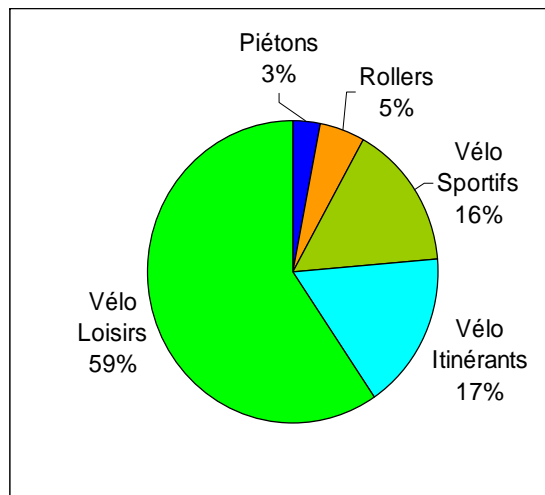


Répartition des usagers

- 3/4 de cyclistes
- Une majorité de cyclistes loisirs
- 4% d'itinérants
- 8% d'enfants



Touristes

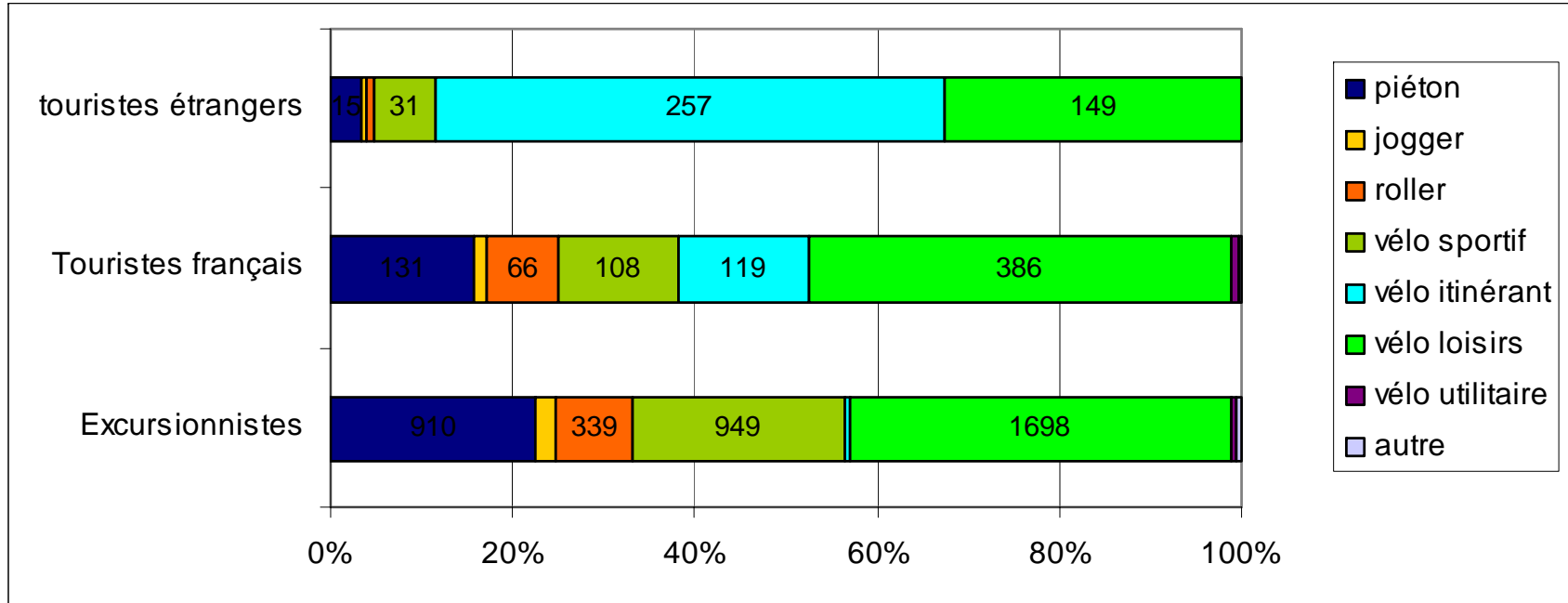


Excursionnistes



Typologie d'usagers

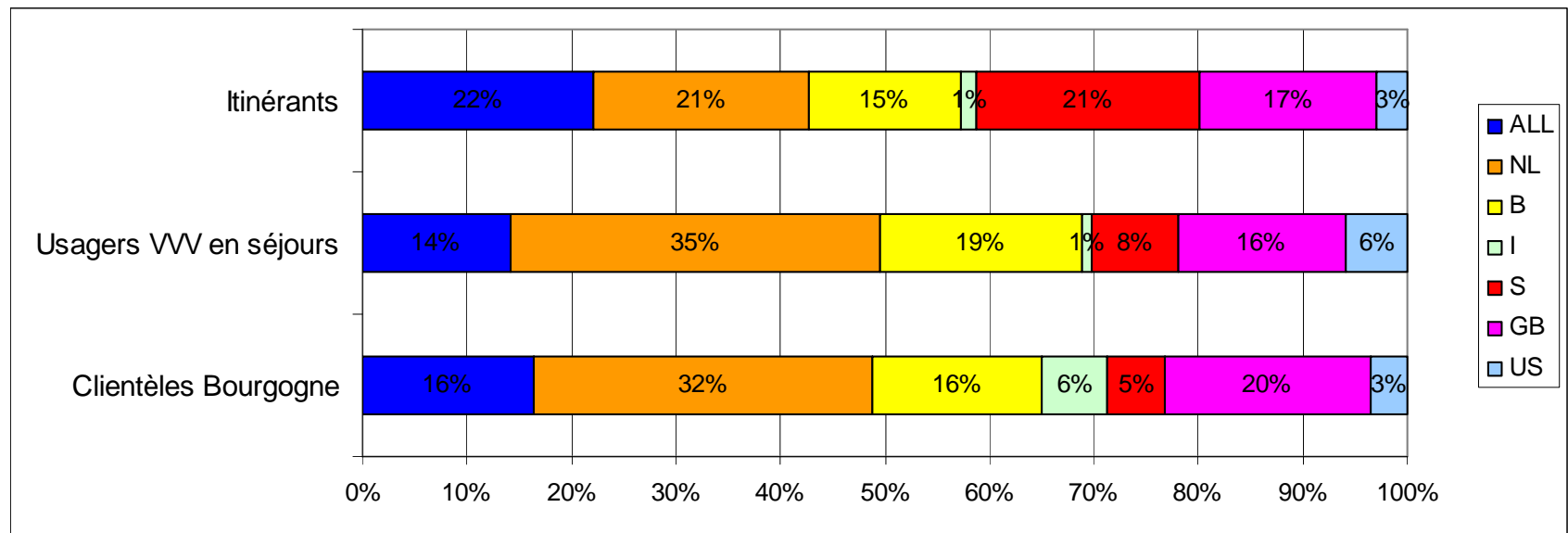
- Une majorité d'itinérants parmi les clientèles étrangères (près de 60%), très peu de piétons et rollers
- 15% d'itinérants parmi les clientèles françaises
- Les cyclistes = 2/3 des excursionnistes, 3/4 des touristes français et 95% des touristes étrangers





Les principales nationalités des cyclistes étrangers

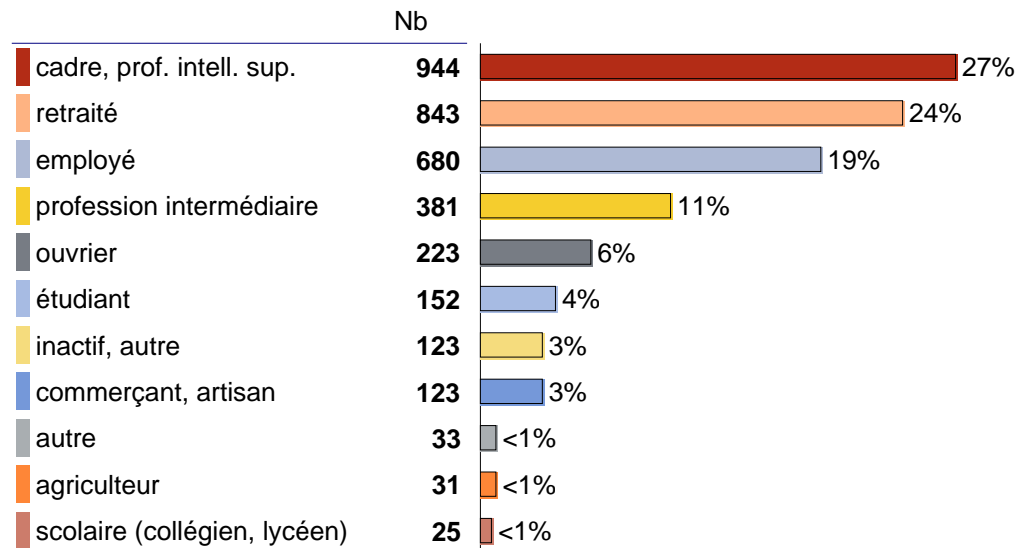
- Une concentration des clientèles étrangères sur 5 nationalités
- Des clientèles en séjour proches des autres clientèles de Bourgogne
- Une très nette surreprésentation des Suisses au global, surtout en itinérance
- Une forte part des Allemands dans l'itinérance
- Une faible part des Italiens



Profil des usagers

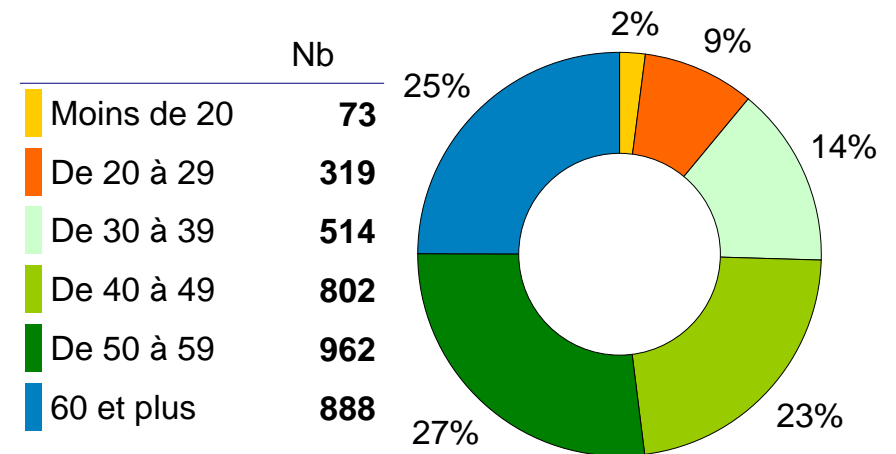
- 52% ont plus de 50 ans
- Part plus faible des jeunes (enfants non interviewés)
- 41% de femmes
- Part importante de CSP+

Statut

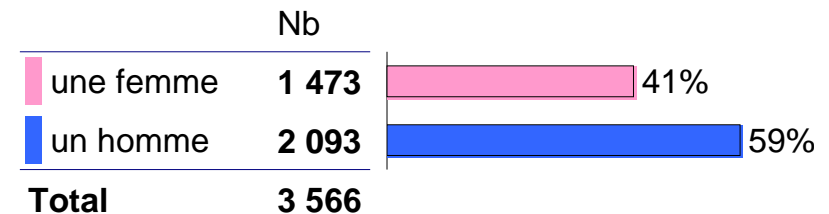


Age

Moyenne = 48,7 Ecart-type = 13,9



Sexe





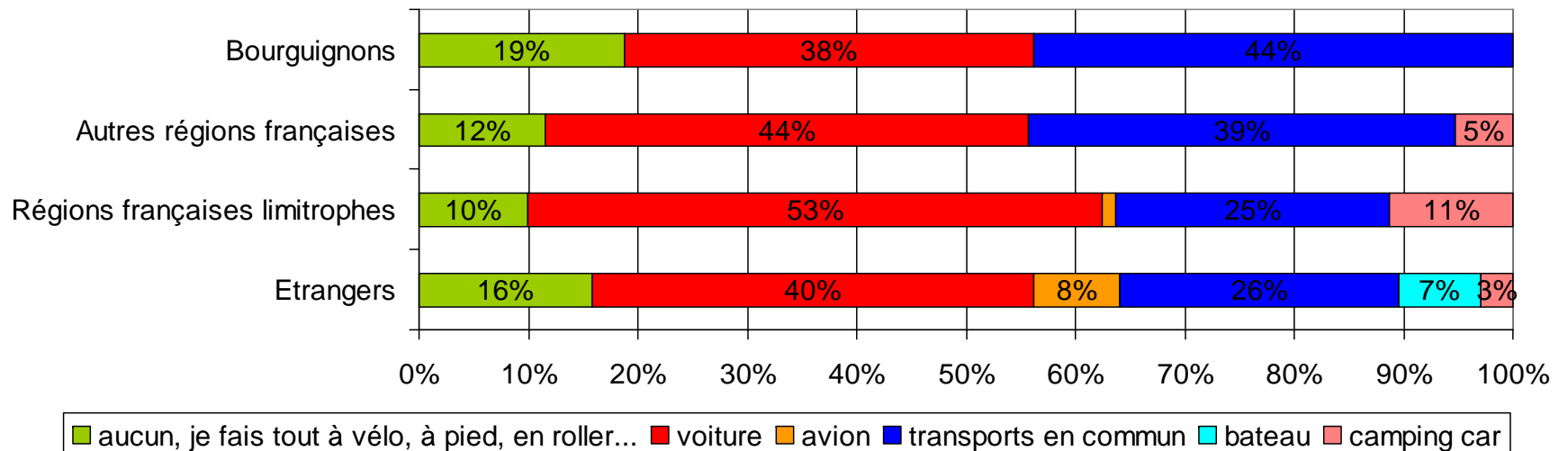
La déroulement et la préparation du voyage

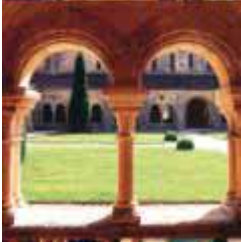


Mode de transport des usagers

- 80% des Bourguignons partent directement de chez eux
- 55% de l'ensemble des touristes viennent en voiture et près de 20% des touristes étrangers viennent en train
- 10% de camping cars surtout chez les Français, les Belges et les Anglais
- 30% des cyclistes itinérants prennent le train pour venir ou repartir

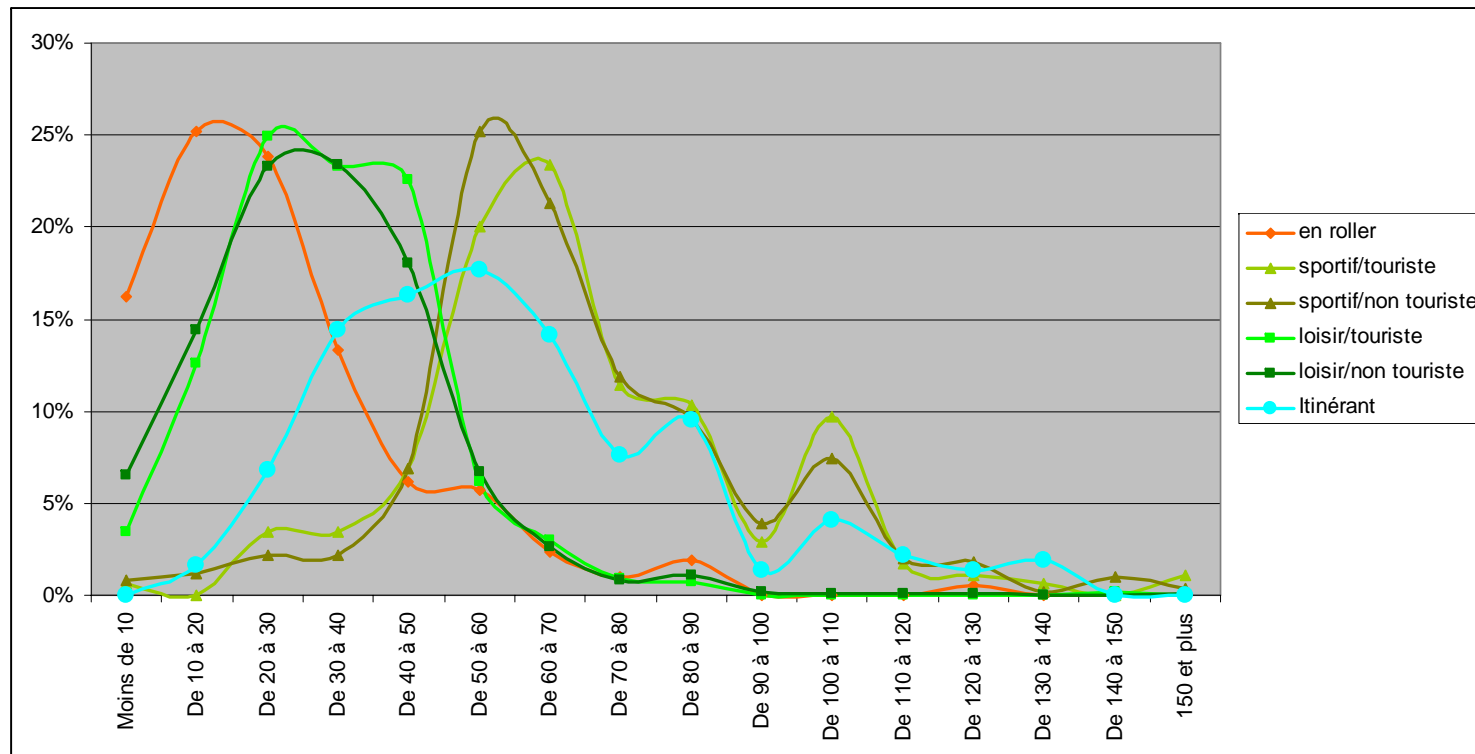
Cyclistes itinérants





Distances parcourues

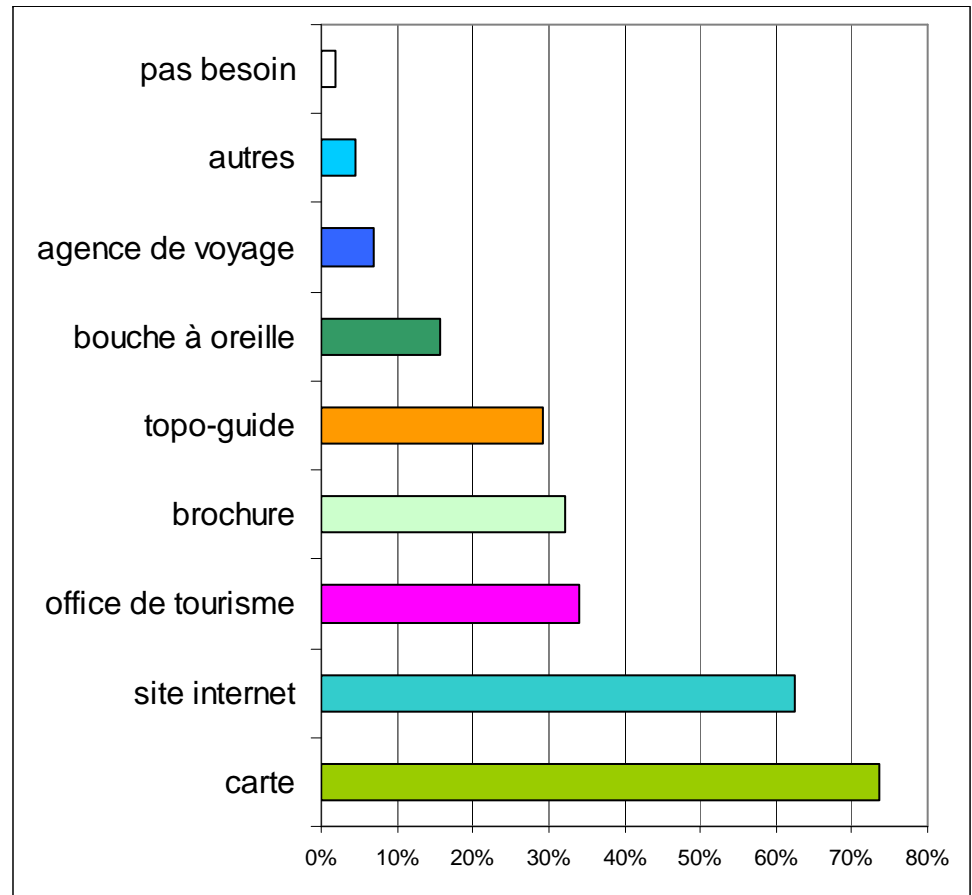
- Roller : 10 < 30 km
- Famille, loisirs : 20 < 50 km
- Sportifs : 50 < 80 km
- Itinérants 30 < 70 km





Préparation du voyage par les itinérants

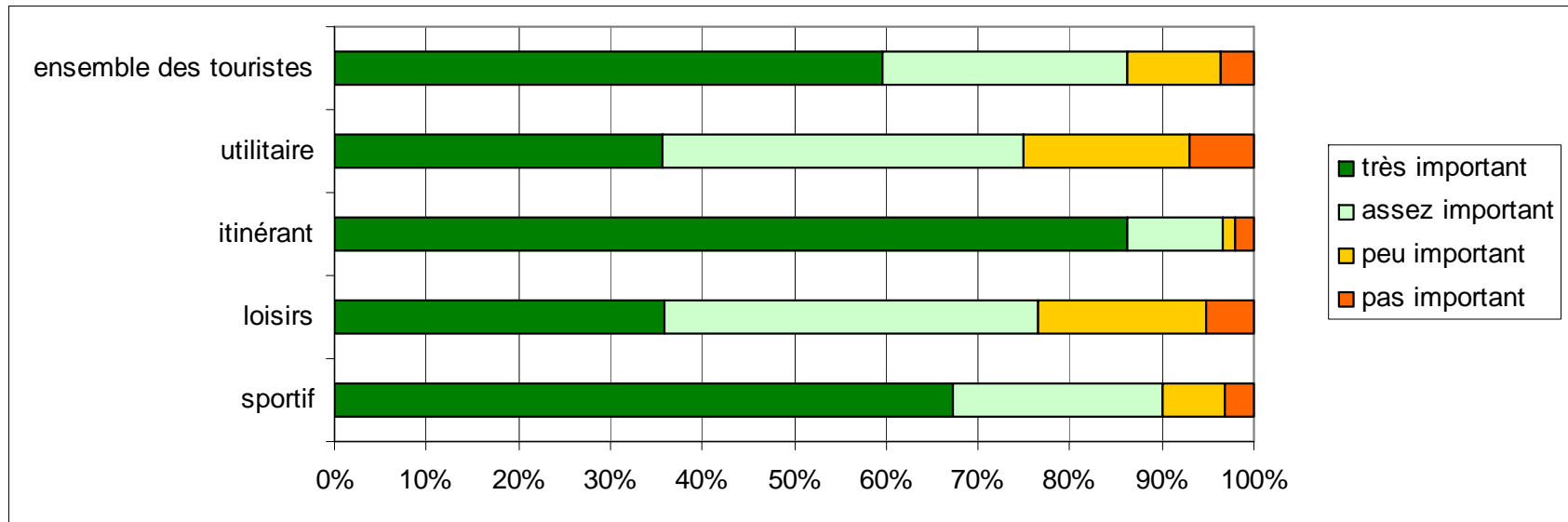
- 62% des itinérants préparent leur voyage sur internet
- 30% avec un topo-guide
- 7% avec un tour opérateur
- 8% des itinérants utilisent le GPS
- L'importance des offices de tourisme est soulignée : 34% en préparation + 23% sur le terrain

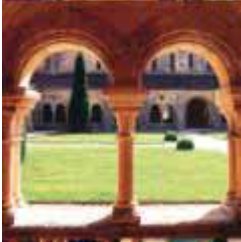




Un poids très important des itinéraires dans le choix du séjour

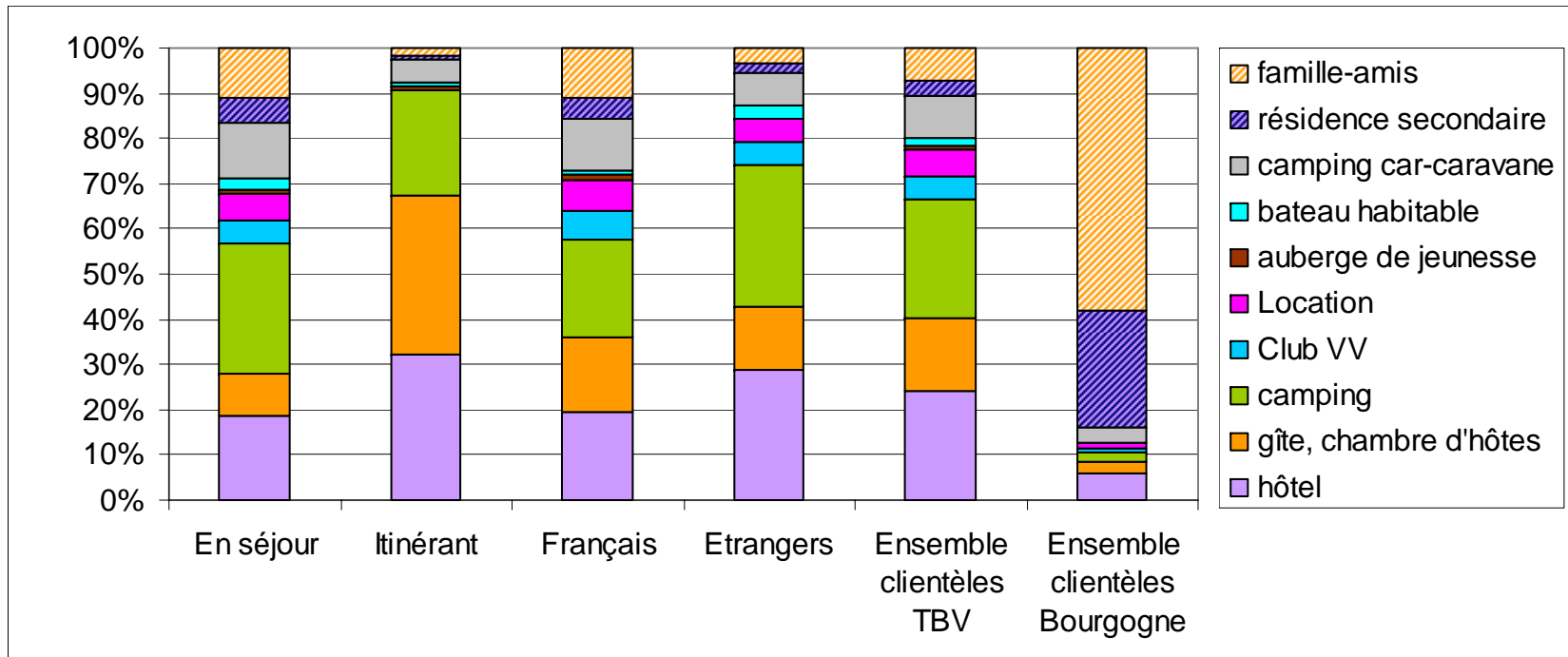
- Pour 60% des touristes, le Tour de Bourgogne est un élément très important dans le choix de la destination, important pour 25%
- Très important pour 86% des itinérants et 67% des sportifs
- Très important pour 36% des pratiquants loisirs





Les principaux modes d'hébergement des cyclistes

- **88% d'hébergement marchand** contre une moyenne de **15% de l'ensemble des touristes en Bourgogne**
- Une sur-représentation des **Chambres d'hôtes et gîtes x 4**
- Une pratique importante parmi les usagers du **bateau**
- 25% d'hébergement en hôtel et 25% en camping



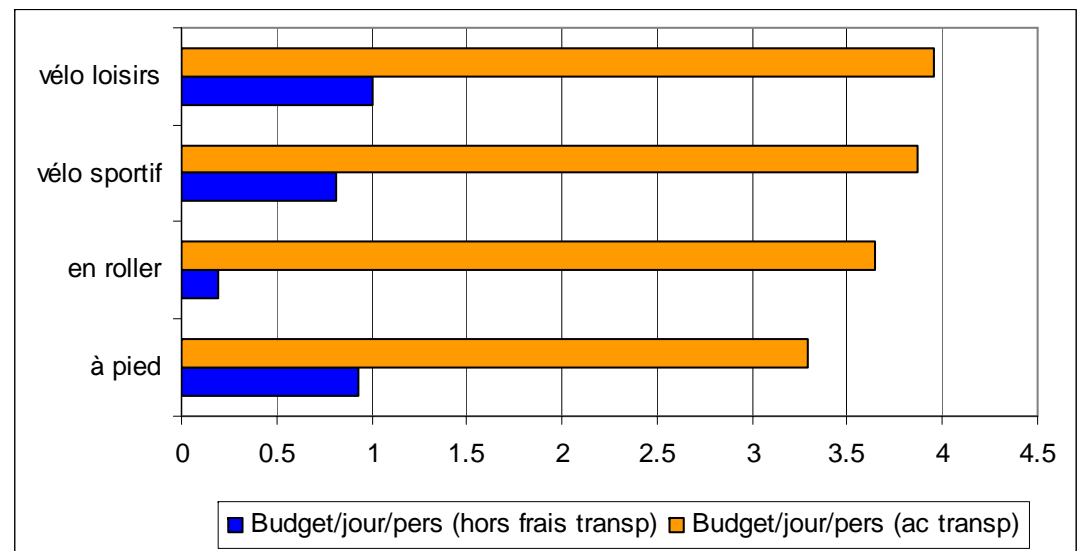
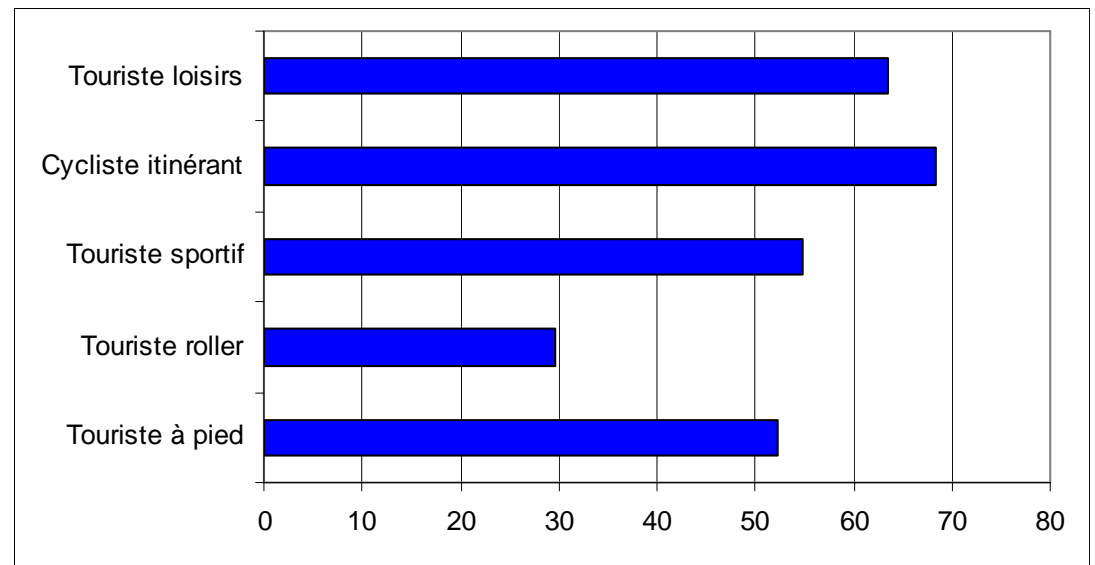


Les impacts économiques

Dépenses par jour

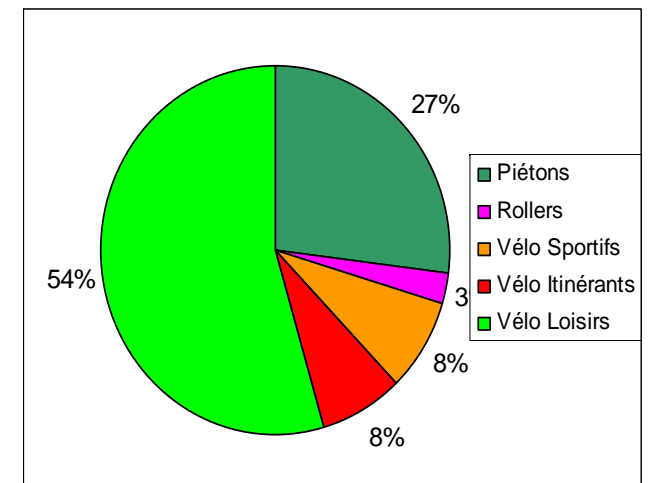
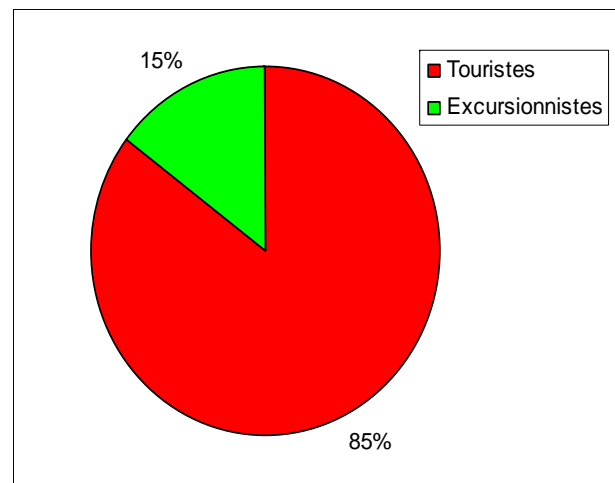
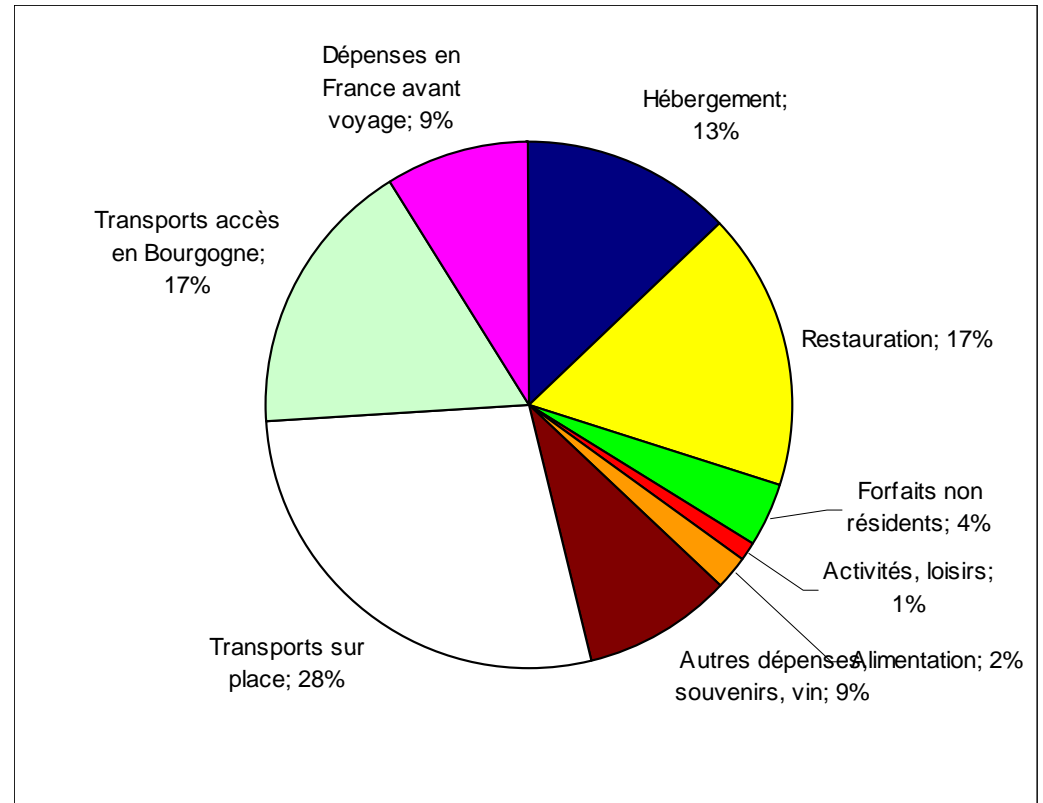
- Une dépense moyenne de **68 €/j** parmi les cyclistes itinérants, **64€** parmi les cyclistes loisirs, **55 €** les touristes à pied, **30 €** les rollers

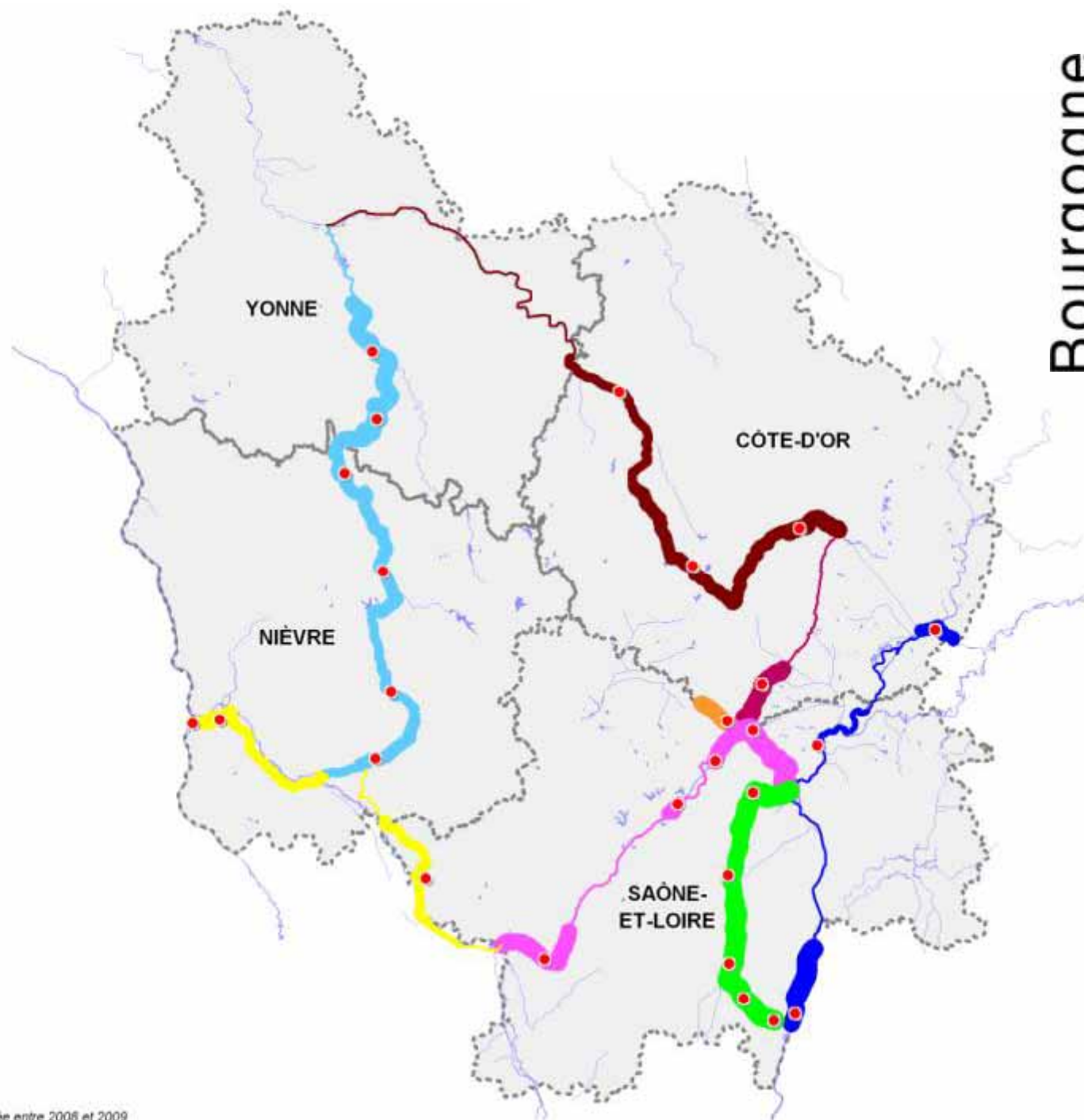
- **92% des excursionnistes ne dépensent rien**
- Une dépense excursionnistes faible avec moins de **1 € /personne** en dehors des transports



Total des impacts

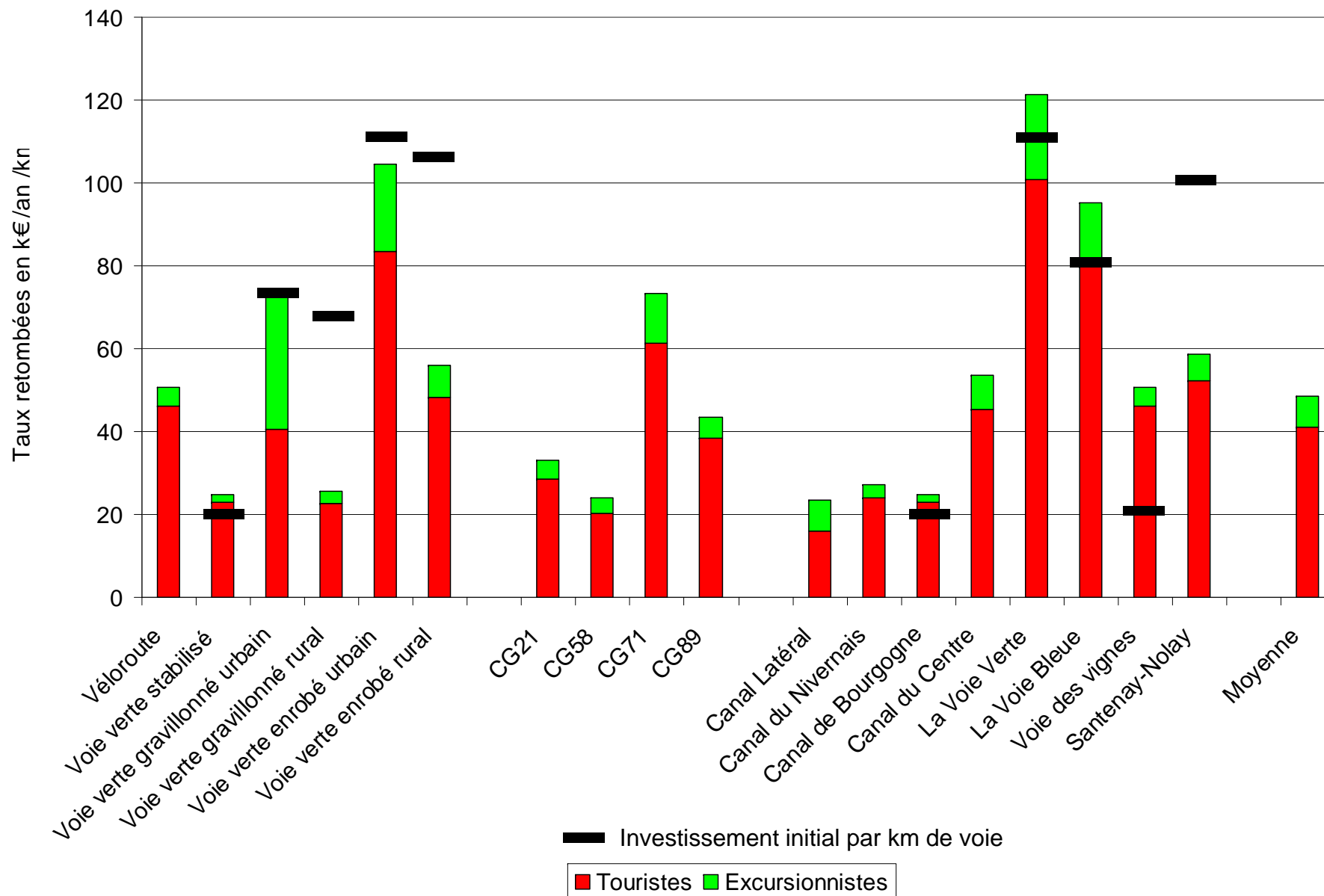
- Dépenses totales de 34.3 M€
- Moyenne de 50 k€/km /an
- Impacts santé (1.2 €/km) et sécurité (0.2 €/km) : 12.8 M€
- 85% de l'impact lié aux touristes
- 70% lié aux cyclistes





INDDIGO, janvier 2010
 Source : enquête de fréquentation réalisée entre 2008 et 2009

Dépenses des usagers k€/an et /km et investissement initial k€





Synthèse des résultats



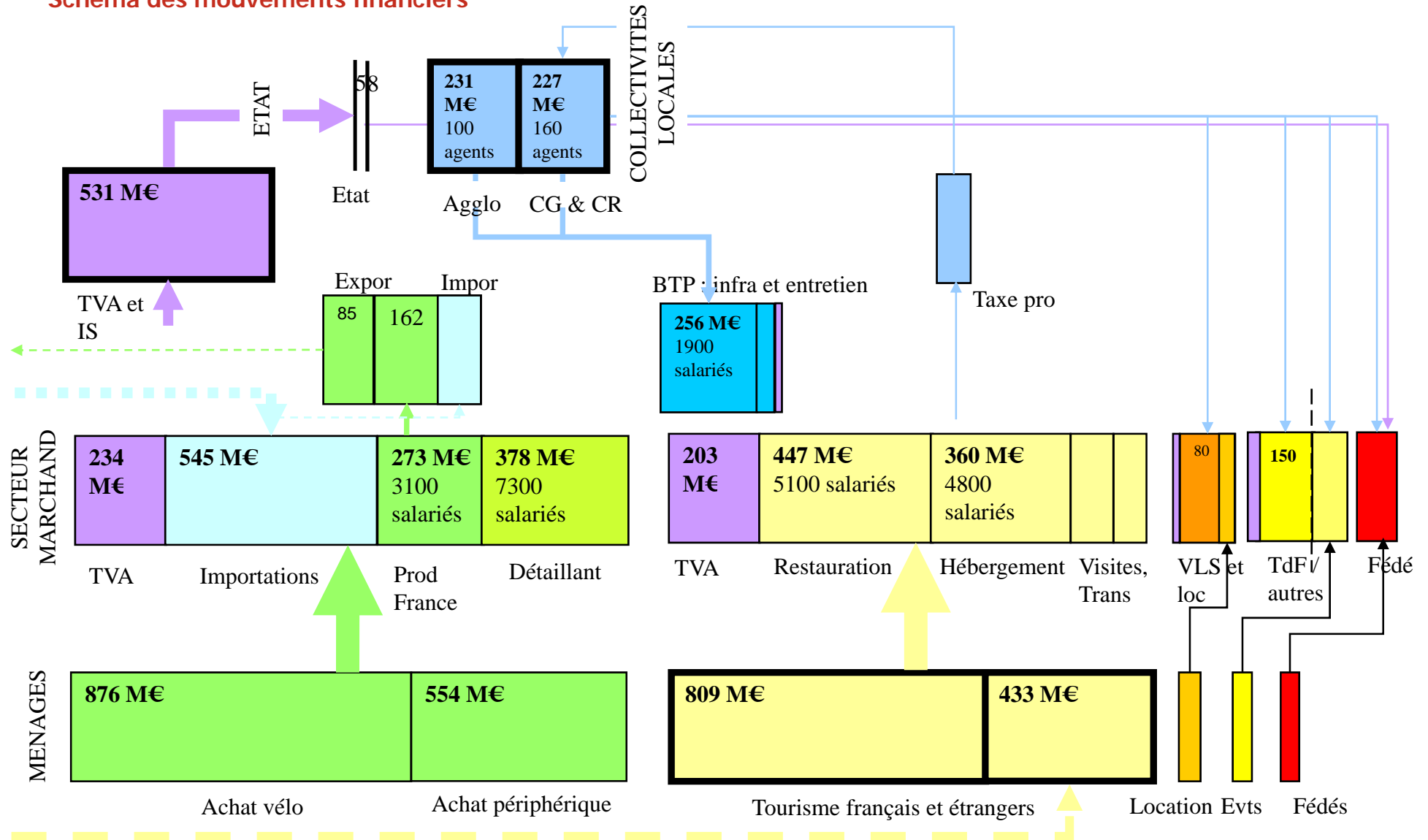
Données de synthèse

- Les usagers du Tour de Bourgogne ont dépensé en 2009 **34.9 M€**.
- 50 k€ de dépenses par km d'itinéraire : **un retour en 1 an**
- **12.8 M€ de retombées indirectes santé et sécurité**
- 25 M de km par an
- 1M d'usagers identifiés /an
- 75% de cyclistes parmi les usagers
- 27% de touristes sur l'ensemble de l'année
- **64 à 68 € /jour** de dépense par les cyclistes
- Poids important de la pratique dans le choix du séjour : 50% très important, 25% important
- **60% d'itinérants parmi les cyclistes étrangers**
- Un niveau de satisfaction élevé, sauf pour les services, commerces, toilettes, points d'eau
- 85% des excursionnistes ne dépensent rien

Une fiscalité qui n'encourage pas les investissements des collectivités

- 3.9 Md € /an
- 34.500 personnes
- 600 M€ recettes fiscales

Schéma des mouvements financiers





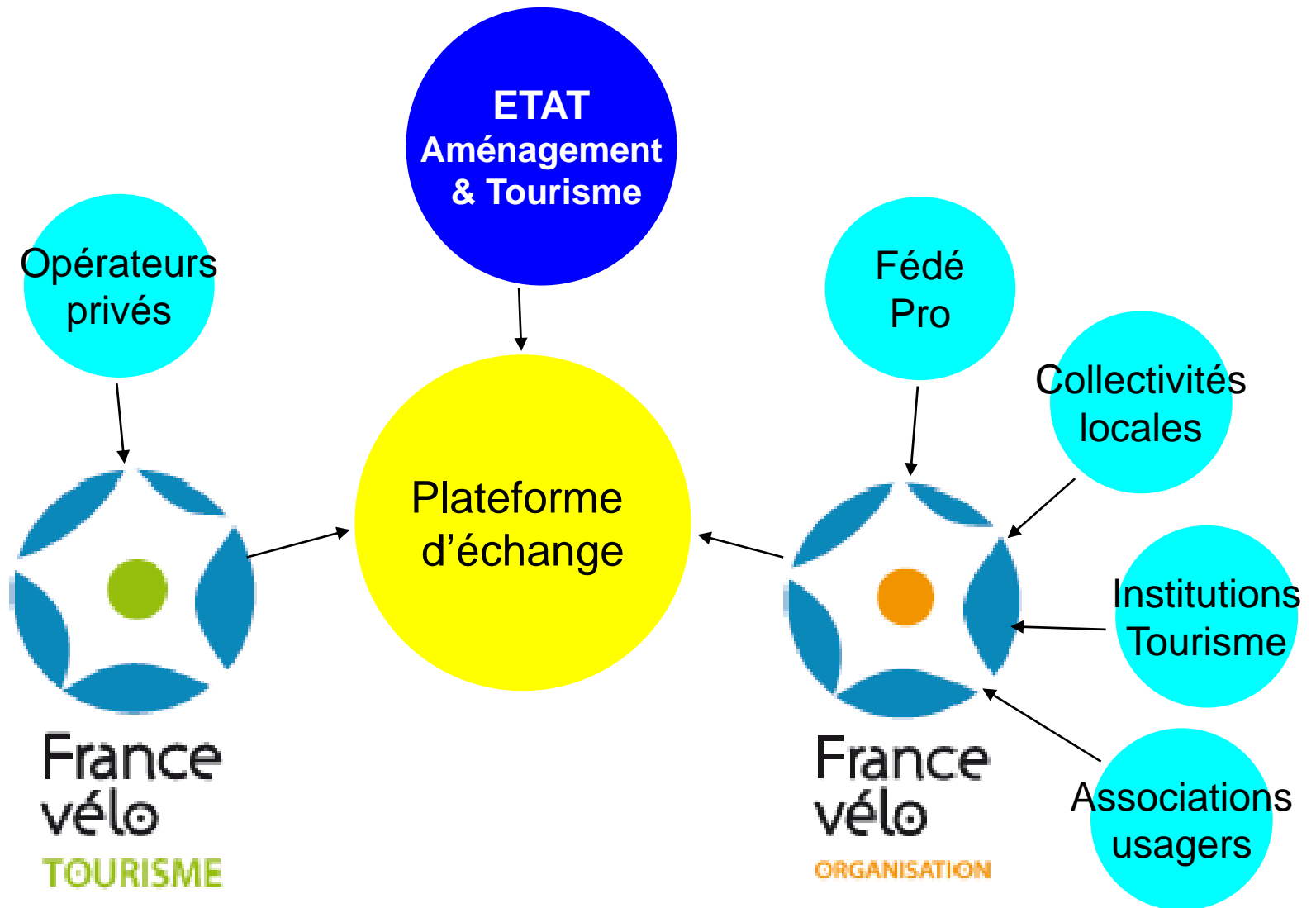
Conclusions

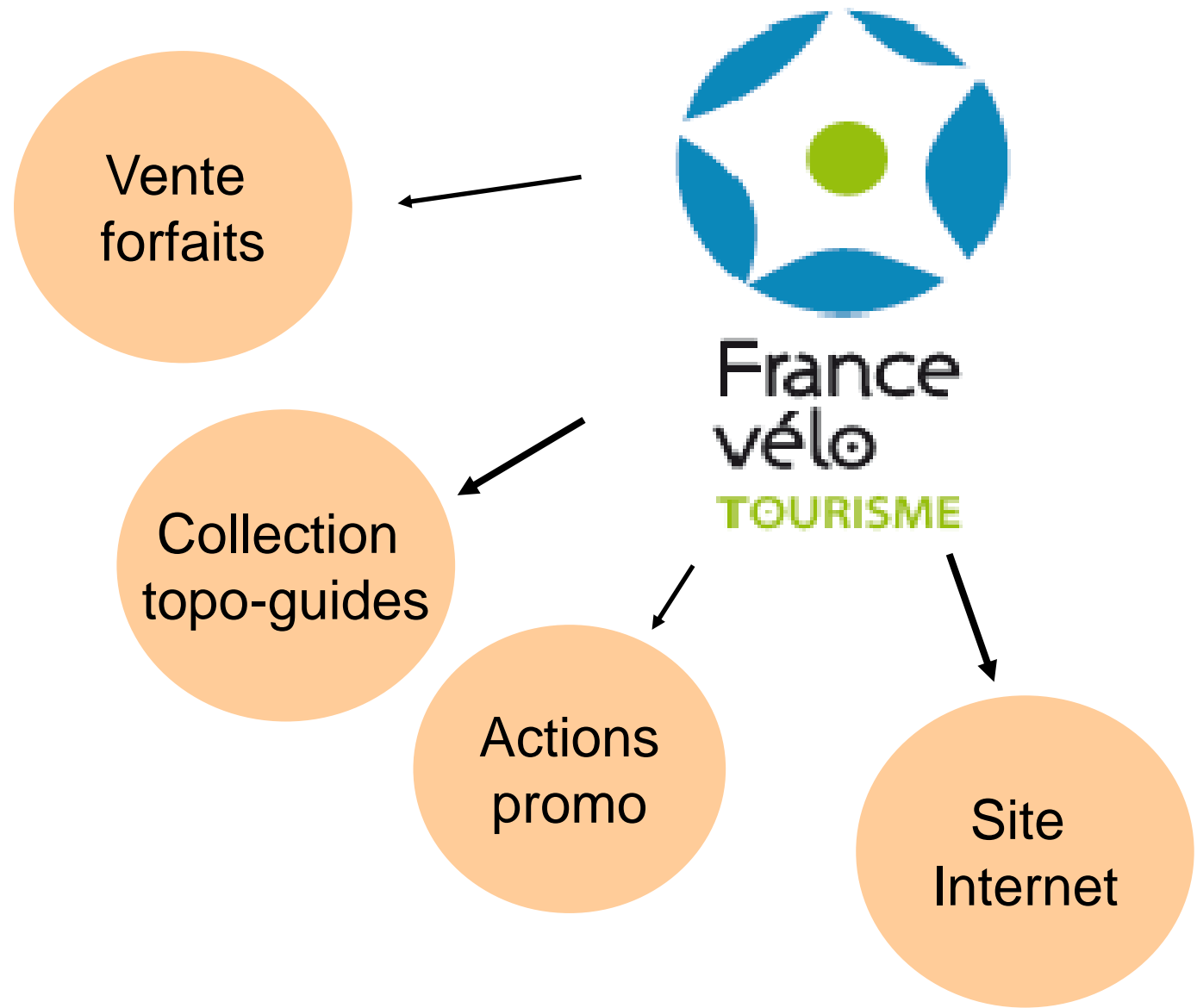


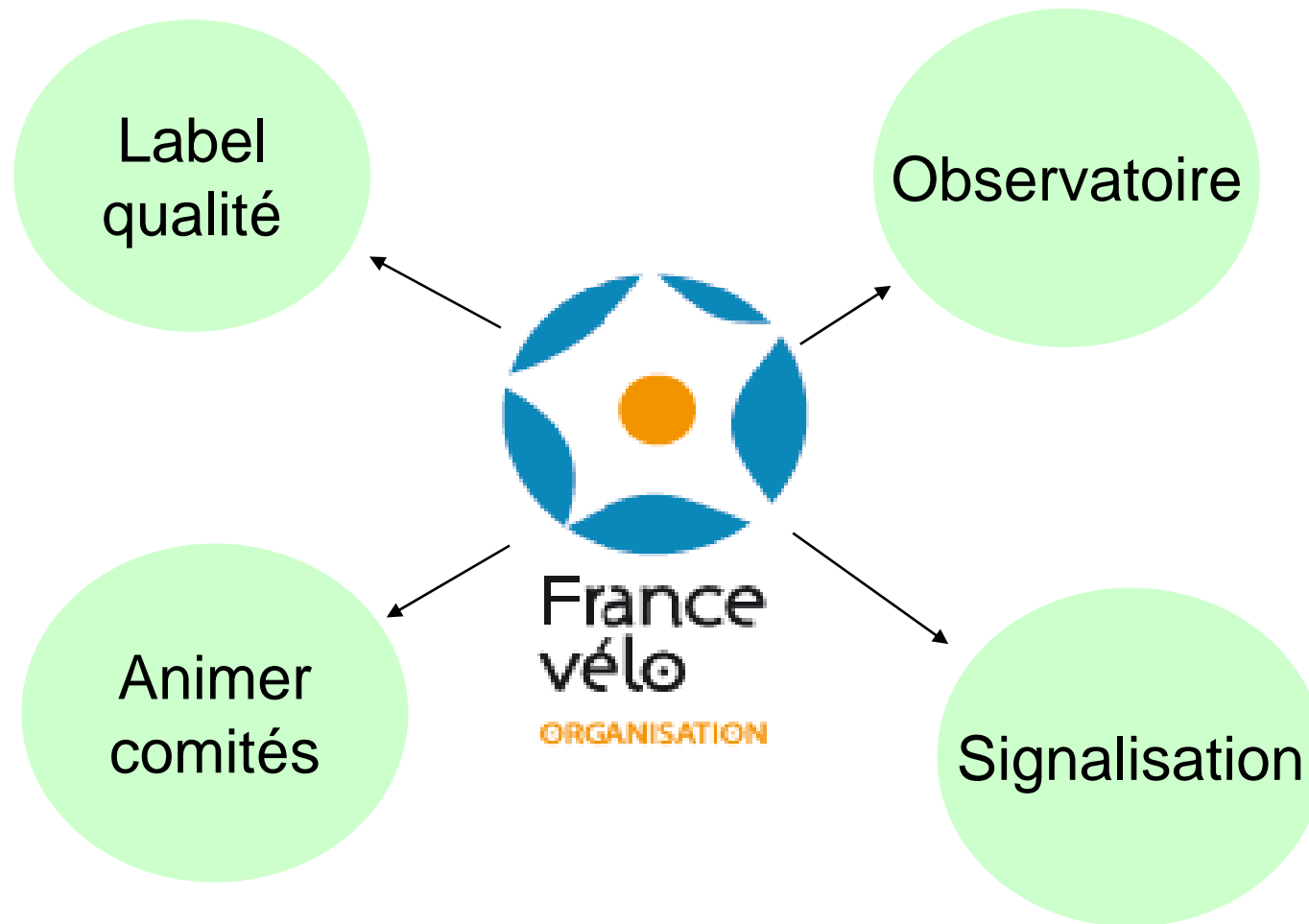
Synthèse

- Des résultats de fréquentation et des retombées importants, **un retour sur investissement d'un an.**
- ... Mais encore insuffisants, notamment sur l'excursion. L'économie créée autour du vélo est encore fragile
- Une attractivité touristique très liée au vignoble
- L'enjeu du succès du TBV : proposer un produit vélo et des services de qualité - Améliorer l'accueil des clientèles touristiques à travers une démarche de qualité
- Le rôle des collectivités : amorcer la pompe en injectant de l'argent public sur les territoires ruraux – Ce n'est jamais gagné.
- Il reste des zones sans commerces, même des commerces de base (boulangerie, café, ...) : **sans clientèles, pas de nouveaux services et commerces**, sans commerces, pas de nouvelles clientèles
- L'avenir du Tour de Bourgogne et du tourisme fluvial passe par **une volonté des acteurs locaux** de donner une image positive, dynamique et ambitieuse du monde rural bourguignon avec une belle qualité de vie

La nécessité d'une structure de promotion nationale







Quelles voies vertes dans la crise économique ?

- Quel risque de voir disparaître les financements de véloroutes et voies vertes jugées « accessoires » ?
 - Quelle place pour le vélo dans les plans de relance ?
 - **Stiglitz, 5 conditions pour un bon plan de relance :**
 1. **Des effets immédiats** : des projets d'aménagement prêts
 2. **Un effet multiplicateur élevé** localement : une économie qui crée de l'économie
 3. **Une intensité en emploi élevée** : tourisme 10 emplois/M€ contre 3 dans l'industrie automobile
 4. **Des économies publiques à long terme** : les effets santé 0.8 à 1.2 €/km
 5. **Répondre aux enjeux de long terme de demain** : le réchauffement climatique, la santé publique
- ... Un rôle de lobbying pour l'AEVV et l'ECF





Merci de votre attention.

Pour toute information :

Jean-Philippe PERRUSSON

Chargé d'études

Tél : 03 80 280 288 - E-mail : jp.perrusson@crt-bourgogne.fr

Nicolas MERCAT

France Vélo Tourisme, Altermodal-Inddigo

Tél : 04 79 96 46 65 – E-mail : n.mercat@altermodal.fr

La Bourgogne unique et multiple

Bourgogne
tourisme