### Schéma régional de l'itinérance touristique

de la Région Bourgogne-Franche-Comté

REGION BOURGOGNE FRANCHE COMTE

RAPPORT FINAL



### Schéma régional de l'itinérance touristique

### de la Région Bourgogne-Franche-Comté

### **SOMMAIRE**

FICHES DIAGNOSTIC PAR FILIÈRES	
VELO	3
ITINERANCE FLUVIALE	13
RANDONNEE PÉDESTRE	25
EQUESTRE	33
POSITIONNEMENT STRATÉGIQUE	40
RÉSEAU RÉGIONAL DES ITINÉRAIRES D'EXCELLENCE STRUCTURANTS ET DES ITINÉRAIRES MAILLÉS, ET FEUILLE DE ROUTE POUR SA MISE EN OEUVRE	46

### Conception graphique et réalisation 🚷 ATEMIA

### FICHE DIAGNOSTIC FILIÈRE VELO

REGION
BOURGOGNE
FRANCHE
COMTE

Schéma régional de l'itinérance touristique Bourgogne-Franche-Comté





Remarque : l'analyse porte ici sur les itinéraires d'intérêt régionaux et départementaux et écarte ainsi les itinéraires

<sup>2</sup> Vélo & Territoires, analyse des données de fréquentation vélo 2018

<sup>3</sup> source : Fiche filière cyclotourisme en BFC, 2018 La filière cyclo est la plus importante sur la région Bourgogne Franche-Comté en termes d'itinéraires (1 330 km), de sites de pratique et d'implication des acteurs. C'est aussi la mieux répartie entre les territoires, après la filière fluviale.

Les éléments majeurs de l'offre sont portés par des itinéraires inter-départementaux, balisés, qui s'adressent aux cyclistes et VTTistes. Des boucles locales viennent compléter l'offre régionale et départementale.

### LES PRINCIPALES VÉLOROUTES ET VOIES VERTES EN BOURGOGNE FRANCHE-COMTÉ SONT :

L'Eurovélo 6 traverse la région d'est en ouest : 570 km (tronçon de Nevers aux environs de Bâle).

Elle est inscrite au schéma européen et représente au total 4 450 km de de l'Atlantique à la Mer Noire « La Route des fleuves ». Elle démarre en France, à Saint-Brévin-les-Pins et emprunte jusqu'à Cuffy (à 15 km de Nevers) la Loire à Vélo pour se terminer à Constanta (Roumanie). Sur le territoire régional, elle emprunte quelques portions du Tour de Bourgogne à vélo. Sur son linéaire français, l'EV6 a observé + 5 % de fréquentation sur ses compteurs entre 2017 et 2018 et plus 15 % depuis 2014. Cet itinéraire enregistre cependant une fréquentation inférieure aux passages moyens des itinéraires vélos européens en France (157 passages contre 260 passages en moyenne par jour et par compteur²). Le poids de la fréquentation estivale y est plus important qu'ailleurs en France (34 % de la fréquentation annuelle, contre 25 % en moyenne en France sur les itinéraires européens).

**Le Tour de Bourgogne à vélo** : *V51 grande boucle et petite boucle : 853 km.* 

Il emprunte des véloroutes et voies vertes situées le long des canaux bourguignons (Canal de Bourgogne, Canal du Centre, Canal du Nivernais, Voies des Vignes, Voie verte du Sud Bourgogne). Il figure parmi les itinéraires les plus fréquentés de France, derrière la Vélodyssée ou la Loire à vélo. La Bourgogne figure en 3ème position des destination vélo les programmées des TO en France<sup>3</sup>. Il n'existe pas de site Internet propre à cet itinéraire, mis en avant sur la Plateforme France Vélo Tourisme. Sur l'ensemble de son linéaire, la V51 a observé + 4 % de fréquentation sur ses compteurs entre 2017 et 2018, les passages journaliers moyens observés sont de 58.

La V50 Moselle-Saône à vélo (précédemment Voie Bleue ou l'Échappée Bleue, anciennement « Charles Le Téméraire ») : 700 km de la frontière luxembourgeoise jusqu'à Lyon dont environ 380 km en BFC.

Il existe par ailleurs une liaison vélo permettent de relier la V50 à l'EV6 en passant par Vesoul. Sur l'ensemble de son linéaire, la V50 a observé + 16 % de fréquentation sur ses compteurs entre 2017 et 2018. C'est aussi l'un des itinéraires en France qui possède les fréquentations moyennes par compteur les plus importantes (832 passages).

La Grande Traversée du Jura (GTJ) à vélo : 360 km au total dont 261 km en BFC de Montbéliard à Mijoux.

Elle se poursuit ensuite jusqu'à Culoz dans l'Ain. Cet itinéraire propose également une variante en aller-retour vers le Mont d'Or sur la partie concernée. Ce parcours, à l'inverse d'autres véloroutes de la région, présente un niveau de difficulté important et s'adresse à des cyclistes sportifs (vélo de route).

La FrancoVéloSuisse: 40 km entre Belfort et Porrentruy.

Elle traverse l'EV6 (au sud de Bourogne).

La Voie Bressane : 67 km de la Lons-le-Saunier à proximité de Chalon-sur-Saône (symbole d'un lien entre les 2 anciennes régions). Cet itinéraire est en cours de développement.

La Compostelle à vélo (V56) : emprunte une portion du Tour de Bourgogne à vélo.

### AUTRES VOIES VERTES PERMETTANT DE MAILLER CERTAINS ITINÉRAIRES ENTRE EUX ET/OU DE COMPLÉTER LE RÉSEAU DES PRINCIPALES VÉLOROUTES :

- La Voie PLM : 42 km entre Lons-le-Saunier et Champagnole. Située sur l'ancien chemin de fer exploitée par la compagnie PLM Paris-Lyon-Méditerranée. .
- La voie des Salines : 35 km dans le Jura. Elle passe par les sites majeurs de la production de sel historique en Franche-Comté (Arc-et-Senans, Salins-les-Bains, ...).
- La V53 : de la partie nord-ouest de la Côte d'Or à Dijon, avec un tronçon longeant le Canal entre Champagne et Bourgogne.
- La V55 Chemin des flotteurs : du nord de l'Yonne, elle relie l'EV3 depuis le sud de Paris à la pointe nord du Tour de Bourgogne à vélo.
- La V71 : de Paray-le-Monial jusqu'au sud du département de Saône-et-l oire.

• La coulée verte : 13 km, entre Essert et Châtenois-les-Forges : située sur le territoire de Belfort et longe le canal de la Haute-Saône.

### 2 ITINÉRAIRES MAJEURS POUR LE VTT :

- La Grande Traversée du Morvan: 344 km soit 24 % du linéaire total, 7 710 mètres de dénivelé positif. Depuis Avallon jusqu'à Bourbon-Lancy, la GTM constitue le tronçon de départ de La Grande Traversée du Massif Central (GTMC). C'est le plus grand parcours d'itinérance VTT en France (1 380 km vers le Cap d'Adge). Itinéraire accessible aux VTTAE sur l'ensemble du parcours. Une programmation 2019 2022 est en cours pour la GTMC, organisée autour de 4 axes:
  - La qualification de l'itinéraire et son accessibilité (favoriser l'accès et le rendre accessible au plus grand nombre, transport de bagage, équipements, tronçon de l'itinéraire en 2 à 6 jours);
  - La promotion de l'itinéraire (travail en lien avec les tronçons, récit individuel, gestion numérique, salons);
  - L'observation qualité / quantité;
  - La gouvernance : enjeux de pérenniser l'organisation et apporter un nouveau modèle économique.
- La Grande Traversée du Jura VTT : 425 km, 7 710 mètres de dénivelé positif (dont 300 km environ en BFC).

### INFORMATION TOURISTIQUE

**GTMC**: www.la-gtmc.com

**GTJ:** www.gtj.asso.fr

FrancoVéloSuisse : francovelosuisse.com

Voie Bleue: www.moselle-saone-velo.fr

Le Tour de Bourgogne à vélo et l'EV6 : présentation et informations liées à l'itinéraire sur les plateformes de France Vélo Tourisme <u>francevelotourisme.com</u> et le site des itinéraires vélos Européens fr.eurovelo.com/ev6

## **ELLISATION**

### LES LABELS DES PRESTATAIRES TOURISTIQUES

- « Accueil vélo » : marque nationale, qui peut concerner un hébergement (environ la moitié des labellisés), un loueur ou un réparateur de cycles, un restaurateur, un office de tourisme, un site de visite ou bien un port fluvial. Ils doivent être situés à moins de 5 km d'un itinéraire vélo / VTT (inscrit à un schéma départemental, régional ou national), disposer d'équipements adaptés aux cyclistes : abri vélo sécurisé, kit de réparation, proposer des informations pratiques et conseils (itinéraires, météo etc., ...) et le cas échéant fournir des services dédiés aux voyageurs à vélo (transfert de bagages, lessive et séchage, location de vélo, lavage de vélo). Environ 4 0004 prestataires labellisés en France. La Nièvre, La Saône-et-Loire et la Côte d'Or représentent entre 1 à 2,5 % des labellisés au niveau national, les autres départements de la région se situant plutôt en dessous des 1 %.
- « Les Bonnes adresses FFVélo » : adhésion proposée depuis 2010 aux professionnels du tourisme qui s'engagent pour l'accueil des cyclotouristes en proposant des services adaptés (un accueil spécifique, avec la mise à disposition d'informations pratiques, kit de réparation, local vélo sécurisé, de quoi laver le vélo), référencés sur le portail interactif www.veloenfrance.fr (600 adresses en France). La visite de contrôle de la Fédération française de cyclisme (FFC) n'est pas systématique.
- « Établissement GTMC recommandé » : hébergements signataires d'une charte qualité et remplissant des critères d'ouvertures (d'avril à fin-octobre), de services (mise à disposition d'un local, kit de réparation VTT, nettoyage des vélos, prises électriques, transport de bagage vers l'étape suivante.
- Label « Etap'Loisirs » : crée par Yonne Tourisme, il recense et accompagne les hébergeurs touristiques dans l'accueil des pratiquants de loisirs itinérants afin de leur proposer des prestations et aménagements adaptés à la pratique de leur activité lors de leur séjour. 5 pratiques sportives sont concernées, dont le vélo / VTT. 57 prestataires le détiennent pour cette filière.
- Label « Rando Accueil » : regroupe différents types d'hébergements partout en France et garantit aux clients des services adaptés aux différentes pratiques de balade et de grande randonnée (dont le vélo et le VTT). 7 prestataires labellisés en BFC.

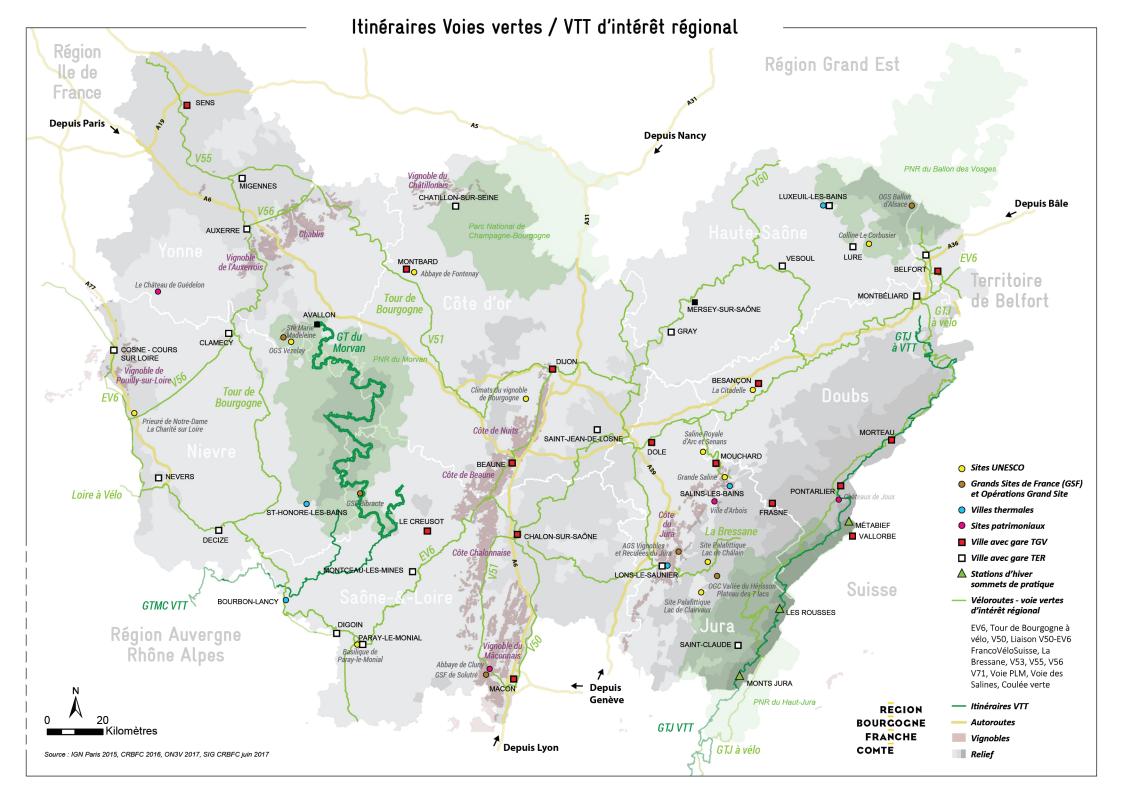


4 www.francevelotourisme.com



### LES LABELS DES ITINÉRAIRES ET TERRITOIRES

- Label « Grande Traversée VTT » (label de la Fédération Française de Cyclisme): attribué à la GTMC et la GTJ (13 itinéraires labellisés en France). Il met en avant de grands itinéraires, qui traversent des massifs entiers ou des départements et proposent un balisage spécifique (balise rouge) ainsi qu'un topo-guide.
- « Territoire Vélo » : le label est attribué par la Fédération Française de cyclotourisme. Une quarantaine de territoires sont labellisés en France et se doivent de proposer des aménagements sécurisés, des équipements techniques (stationnements, haltes vélo...) ainsi qu'un panel de services spécifiques au vélo (point d'information, d'alimentation, d'hébergement, de location et de réparation, intermodalité...). Plusieurs collectivités labellisées en BFC : la Communauté de Communes du Maconnais-Tournugeois et la ville de Bourbon-Lancy (71), la Communauté d'Agglomération de Vesoul (70), la ville de Belfort (90).
- « Vélo et Fromage » : label attribué à des itinéraires qui proposent à moins de 6 km des parcours de visites de fermes, de productions laitières, de caves d'affinage, haltes chez des crémiers fromagers, des pauses dans les marchés, etc. Haute-Saône, Doubs, I Jura, Nièvre, Côte d'Or, Saône-et-Loire et l'Yonne labellisés départements « Vélos et Fromages » sur les 45 en France (pour 87 itinéraires). Les 16 routes Vélos et Fromages de la région BFC s'appuient sur des itinéraires existants (ex : La Voie des Vignes (21), la coulée Gourmande, la montagne de Fromages, Liaisons douces vélo & fromages (25), le tour du Jura à vélo, version sportifs et version Loisirs, boucle n°21 Jura Monts Rivières, Boucle n°8 Saint Claude Hautes Combes, Boucle n°2 du Val d'Amour , n°17 de la Vallée de Suran (39), la boucle de l'Avant-Doubs, la boucle des Eaux, l'échappée Bleue en Haute-Saône (70), la Grande Boucle de bourgogne Sud (71), le Tour de Bourgogne à vélo dans l'Yonne).



# PRATIQUANTS

### **VOLUME / PROFIL / TYPE**

La France est la 2<sup>e</sup> destination mondiale à vélo, derrière l'Allemagne. 21 millions de français pratiquent le vélo durant leurs vacances, dont 5 % en itinérance. Le cyclisme est la 3ème activité sportive la plus pratiquée par les français (17,4 millions de pratiquants en 2018) avec 12,6 millions de pratiquant vélo uniquement et 4,7 millions de pratiquant VTT. En France, le profil des VTTistes se distingue des cyclistes par une part prédominante d'hommes (72%) ayant entre 30 et 49 ans (45%) et disposant de revenus supérieurs.

15 % des cyclistes rencontrés sur les lieux d'enquête étaient en itinérance (étude qualitative de terrain réalisée auprès des cyclotouristes en 2016 sur les voies vertes et véloroutes en Bourgogne)<sup>5</sup>. Une approche segmentée des pratiques a fait apparaître cinq principaux profils de clientèles au sein des pratiquants itinérants :



les couples, qu'ils soient expérimentés ou néophytes de l'itinérance à vélo : 50 % des pratiquants environ ;



les solitaires partant pour de longs périples environ 25 % des cyclistes itinérants;



les petits groupes :

environ 10 % des itinérants;



les familles:

moins de 10 % des pratiquants.

### PÉRIODE / SAISONNALITÉ DE LA PRATIQUE

Pratique toute l'année (avril à octobre), moins l'hiver, renforcement l'été. Présence sur les ailes de saison.

SUR LES VÉLOROUTES DE BOURGOGNE7

- · Majoritairement des clientèles étrangères (Pays-Bas puis Allemagne, Grande-Bretagne et Belgique).
- · Plus spécifiquement sur le Tour de Bourgogne à Vélo (étude clientèle 2009) : 50 % des clientèles étrangères dont 25 % de Néerlandais et 15 % d'Allemands (proportion largement plus importante que sur la Loire à vélo et la Via Rhôna).
- Parcours moyens : 13 jours, étapes de 75 km en moyenne.
- 5 % des cyclistes sont des néophytes, en général moins de 35 ans et très satisfaits de l'expérience qu'ils comptent renouveler.
- · Les réguliers de l'itinérance à vélo sont des fidèles, voire des exclusifs, de ce mode de découverte des territoires. Ils ont déjà en tête leur prochain voyage à vélo.

### CARACTÉRISTIQUES DE CONSOMMATION

Les grands itinéraires de découverte vélo sont fréquentés par une clientèle plus aisée que la moyenne, plus internationale, avec une durée de séjour plus importante :

Panier moyen: 70€/jour/personne pour un touriste à vélo en France (chiffre similaire pour les vététistes itinérants) contre 50 à 65€/jour pour un touriste moyen.

Pratique autonome : seuls 5 % des cyclistes font appel aux services d'agences spécialisées;

Camping: 70 % des nuitées.

Conception graphique et réalisation 🗞 ATEMIA

En complément des acteurs traditionnels publics, des associations nationales et plus locales investissent la filière :



**FRANCE VÉLO TOURISME** 



**FÉDÉRATION FRANÇAISE** DE CYCLOTOURISME



**FÉDÉRATION** FRANÇAISE DE VTT



### LES ASSOCIATIONS EN LIEN **AVEC LES ITINÉRAIRES**

(ex: l'association de la Grande Traversée du Jura, qui chapeaute l'ensemble des itinérances sur la massif Jurassien « GTJ » VTT, Vélo et autres)

### Réseaux et communautés :



www.vttour.fr

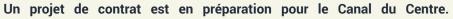


www.veloenfrance.fr

### PROJET

Consciente de l'étroit lien entre la pratique fluviale et la pratique cyclable sur certains linéaires ciblés, la Région Bourgogne a, dès 2014, mis en place des contrats de canal afin de développer une offre de services et d'activités adaptées le long de ses itinéraires navigables et cyclables principaux. Quatre contrats sont en cours de mise en œuvre ou s'achèvent :

- Le contrat de canal du Nivernais (2014 2019)
- Le contrat de la Seille navigable (2015 2020)
- Le contrat du canal de Bourgogne (2018 2022)
- Le contrat de développement fluvestre de l'Yonne navigable du canal de Bourgogne à la Seine (2019 – 2023): L'Yonne Nord



Une extension aux départements de l'ancienne région Franche-Comté s'opère avec des contrats en cours de réflexion sur la Petite Saône et sur le

Canal du Rhône au Rhin. Ces contrats permettent entre autres de renforcer le niveau d'équipement des linéaires en répondant aux besoins similaires des itinérants fluviaux et vélo (restauration, commerce, information touristique, alimentation en électricité bateau / vélo électrique, etc.).

**Itinéraire de Saint-Jacques à vélo** : projet lancé en lien avec Vélos et Territoires, et la région Centre val de Loire, l'Agence de Compostelle qui pourrait également être défini en Nouvelle-Aquitaine et BFC.

En 2016 le département de la Nièvre a inscrit au Plan départemental des espaces, sites et itinéraires (PDESI) la liaison Clamecy – La Charité sur Loire (V56), qui devait être un Compostelle à Vélo, à partir de Vezelay. En région Centre, cette duplication de l'itinéraire initial pédestre est à un stade avancé. Une réunion entre les deux Régions va être organisée en ce sens.

Itinéraire de la Via Francigena à vélo : réflexion en cours

Produit touristique « Vélo Jurassic Tours » : projet en cours du Pays Lédonien et du Parc naturel régional du Haut-Jura avec la conception et le développement d'une Route des Lacs 2.0. Cette éco-mobilité en VTTAE cible les familles et proposera notamment une traversée partant du Doubs, passant dans le Jura et se terminant dans l'Ain.



### **FORCES**

- Des itinéraires structurants créés (EV6, V50, GTMC, GTJ, Tour de Bourgogne à vélo) ou en passe de l'être et maillant le territoire vers d'autres grandes destinations.
- Une complémentarité de l'offre, avec des itinéraires en boucle ou en linéaire.
- Des contrats fluvestres mis en place ou en préparation : une opportunité pour l'itinérance à vélo et un bon exemple de **travail global à l'échelle** d'un linéaire fluvial / cyclo.
- · Des offres labellisées et adaptées à la pratique.
- · Des fréquentations en hausse.

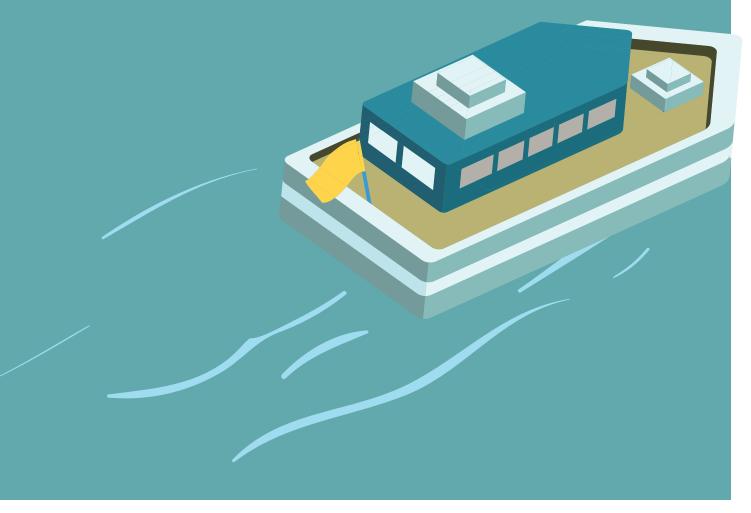
### **ENJEUX IDENTIFIES**

- Réussir à promouvoir l'ensemble de la nouvelle région comme une destination vélo et non plus uniquement la Bourgogne.
   La partie-francomtoise possède, au-delà de quelques sites techniques (GTJ à VTT, Planche des Belles filles), de nombreuses véloroutes. A l'inverse la Bourgogne est moins identifiée comme un terrain sportif pour le vélo alors même qu'elle possède le point de départ de la GTMC.
- Se démarquer dans un contexte concurrentiel important (autres vélo routes européennes /nationales telles que La Loire à Vélo, Vélodyssée, ViaRhôna, VéloFrancette,...).
- · Rendre visibles les labels pour la clientèle.

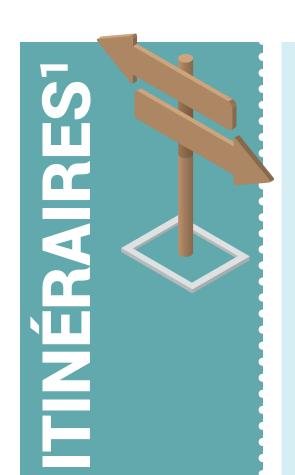
### FAIBLESSES .

- Une offre incomplète en ce qui concerne les produits et services permettant l'itinérance : services d'accueil, commerces, hébergements, sites, service de portage des bagages, etc.
- Un manque de différenciation des itinéraires. Les itinéraires vélos les plus structurants du territoire ne sont cependant pas encore pleinement identifiés comme de grandes destinations de séjour itinérant : une portion de l'EV6 qui reste moins connue que d'autres séquences de l'itinéraire dans sa globalité (Loire à vélo, Danube à vélo) : pas d'identité commune mise en avant...
- · Pas d'offre VAE / VTTAE clairement promue.
- Une mise en marché et communication autour des itinéraires parfois insuffisante.
- Des offres touristiques existantes à proximité de ces itinéraires parfois inadaptées à l'accueil des itinérants à vélo (pas de fléchage et d'éléments directionnels depuis les itinéraires, pas de continuités sécurisées, pas d'espaces de stockage sécurisés des vélos, ...).
- Une **démultiplication de labels** sans mutualisation (établissement GTMC recommandé, Accueil Vélo, ...).

### FICHE DIAGNOSTIC ITINERANCE FLUVIALE



REGION BOURGOGNE FRANCHE COMTE



<sup>1</sup> Remarque : l'analyse porte ici sur les itinéraires d'intérêt régionaux et départementaux et écarte ainsi les itinéraires locaux.

<sup>2</sup> 8 500 km en France (source : DGE, Le Tourisme Fluvial. 2018)

<sup>3</sup> Source : Contrat de canal du Nivernais

La filière fluviale est le point fort historique de l'offre régionale. Elle représente le premier bassin français pour la croisière fluviale avec 1 350 kilomètres<sup>2</sup> répartis sur 10 voies navigables.

La nouvelle région Bourgogne-Franche-Comté a inscrit le tourisme fluvial dans ses 31 chantiers touristiques prioritaires. La collectivité s'investit notamment dans des contrats de développement touristiques des voies d'eau aux cotés de Voie navigables de France (VNF), l'État et les territoires limitrophes.

### LES CANAUX:

Le Canal de Bourgogne (Migennes à Saint-Jean-de-Losne, avec une partie dans l'Yonne et une autre sur la Côte-d'Or) : 242 km. Contrat de canal sur la période 2018 à 2022. Des problématiques de niveau d'eau durant l'été 2019 avec une fermeture à la navigation (aux abords de Migennes jusqu'à Pouilly-en-Auxois).

Le Canal du Nivernais (d'Auxerre à Décize, principalement sur le département de la Nièvre et partiellement sur l'Yonne) : 174 km. 2° canal de France en termes de fréquentation pour la plaisance³. C'est sur ce linéaire qu'a été lancé le premier contrat de canal au niveau de la région (2014 – 2019). Il possède une gouvernance particulière et atypique au regard des autres canaux : c'est le seul disposant d'un syndicat mixte d'Équipement Touristique en charge de l'animation et la valorisation touristique de l'ensemble du linéaire. En termes d'offre, une thématisation des secteurs en « Escale » a été réalisée : escale vignoble, escale villages, escale nature, escale flottage du bois et escale confluence. En termes de promotion touristique, le canal du Nivernais possède son propre site Internet.

Le Canal du Centre (Digoin à Chalon-sur-Saône, sur la Saône-et-Loire) : 112 km.

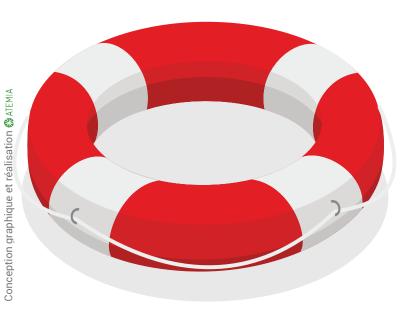
Un canal faisant le lien physique entre la Loire et la Saône. Des problématiques de niveau d'eau durant l'été 2019 avec une fermeture à la navigation (dès début août). Pas de mise en avant stratégique de la filière en Saône-et-Loire, à l'inverse du vélo. Des infrastructures qui se détériorent et un dynamisme moindre de la part des acteurs. Cependant, la mise en place d'un contrat de canal à l'automne 2020, avec notamment l'enjeu de créer une structure commune reliant les 4 EPCI concernés par l'itinéraire permet d'envisager de nouvelles perspectives (le Grand Charolais, la communauté urbaine Creusot Montceau, la communauté d'agglomération Le Grand Chalon et la communauté d'agglomération Beaune Côte et Sud).

Le Canal du Rhône au Rhin (de Montreux-Château à Saint-Symphorien-sur-Saône): environ 180 km.

Un projet de contrat de canal est en cours de finalisation sur la partie nord (avec les acteurs de l'Alsace) et à venir sur la partie sud (qui concerne la Bourgogne-Franche-Comté). Les conditions de navigation sur ce canal sont moins aisées que sur les canaux cités précédemment.

Plusieurs canaux sont également présents en partie sur la région, sur un kilométrage réduit :

- Le Canal entre Champagne et Bourgogne ;
- Le Canal Latéral à la Loire, faisant office de « frontière » entre le Cher et la Nièvre (projet de contrat de canal) ;
- Le Canal de Roanne à Digoin (projet de contrat sur le canal) ;
- Le Canal des Vosges, dans la continuité de la Petite Saône, au nord de la Haute-Saône.



### **RIVIÈRES NAVIGABLES :**

**La Saône** (de Corre en Haute-Saône à la ville de Lyon) : 480 km de linéaire dont 365 km navigables.

Sur la région, on distingue la Saône (de Saint-Jean-de-Losne à Mâcon avec navigation possible des grands-gabarit) et La Petite Saône (au nord de Saint-Jean-de-Losne, essentiellement en Haute-Saône) qui ne peut accueillir que des bateaux de petits gabarits. La rivière offre une navigation en courbes qui représente un atout (moins linéaire que les canaux) mais compliquant parfois la navigation (méandres en amont de Chalon-sur-Saône). Elle observe des crues fréquentes et longues et un manque d'équipement pour amarrer les bateaux transportant des passagers lors de ces crues. Si la place de la Saône marque un certain recul dans ses fréquentations, les collectivités sur place s'avèrent dynamiques avec une volonté de développer la filière. La Petite Saône est un marqueur fort pour la Haute-Saône, mais le territoire manque aujourd'hui d'opérateurs. Un contrat fluvestre est en préparation pour ce tronçon de la Saône, piloté par le département.

L'Yonne navigable (de Villeneuve-la-Guyard à Auxerre) : 72 km.

Elle fait l'objet d'un contrat de canal « l'Yonne navigable du Canal de Bourgogne à la Seine » et permet de relier la région parisienne à la Bourgogne.

La Seille Navigable (de La Truchère à Louhans) : 39 km.

Le contrat fluvestre mis en place pour la période 2015 – 2020 s'oriente vers une stratégie de visite à la journée, en favorisant toutefois les liens en itinérance Cluny, Tournus, Mâcon, etc.

Le Doubs (de Mouthe à Verdun-sur-le-Doubs) 430 km.

C'est est une rivière complexe, sujette aux variations rapides. Ses paysages montagneux la distinguent d'autres rivières. Ses principaux ports sont établis à Besançon et Montbéliard. Un contrat fluvestre est en cours avec la Région. La destination Bourgogne est particulièrement bien commercialisée par les opérateurs étrangers, en comparaison avec d'autres destinations fluviales françaises. Un site dédié à la destination Bourgogne pour la filière fluviale existe www.bourgogne-rivages.com.

- <sup>4</sup> De l'ordre de 82 bases de location en France en 2018 pour 1 480 bateaux, soit en BFC 30 % de la flotte de location existante (source: VNF, les chiffres du tourisme fluvial. 2018)
- <sup>5</sup> 97 péniches-hôtels en France en 2018 (source : VNF, les chiffres du tourisme fluvial, 2018)
- <sup>6</sup> 188 paquebots fluviaux en France en 2018 (source : VNF, les chiffres du tourisme fluvial, 2018)
- <sup>7</sup>Source: DGE, Le Tourisme Fluvial, 2018

### ÉQUIPEMENTS / INFRASTRUCTURES :

- Une cinquantaine de ports et haltes de plaisance ;
- 416 bateaux habitables à la location / coches de plaisance, proposés par 14 loueurs sur 33 bases<sup>4</sup>;
- 33 péniches-hôtels, dont la moitié sur le canal de Bourgogne<sup>5</sup>;
- 17 paquebots fluviaux<sup>6</sup>. En BFC, ces embarcations naviguent essentiellement sur la Saône (7 paquebots). Elles disposent de la capacité d'accueil la plus importante en passagers (50 à 190 passagers);
- Des activités liées à la plaisance privée (qui peut se comptabiliser sur le réseau confié à VNF par le péage et l'achat de vignette).



C'est historiquement en Bourgogne que se sont développées les premières péniches-hôtels et location de bateaux habitables en France  $(1960 - 1970)^7$ . Les gabarits pouvant être accueillis sur la région sont essentiellement des petits gabarits, sauf sur deux sections : la Saône, de Saint-Jean-de-Losne à Mâcon (grands gabarits) et l'Yonne navigable, au nord de Sens et jusqu'à Auxerre (gabarits intermédiaires).

Les écluses présentes le long des canaux constituent un moment à part entière de la navigation (technicité, temps d'attente, échange avec les éclusiers le cas échéant). Plusieurs points sont à prendre en compte :

- Un accueil des éclusiers pas toujours dans une logique touristique (moins de personnels donc plus d'attente pour les usagers, difficultés à informer les touristes navigants, méconnaissance des langues étrangères);
- Une réflexion à avoir sur la présentation d'un moment contraint (passage des écluses) en une véritable expérience.

### SERVICES SPÉCIFIQUES À LA FILIÈRE :

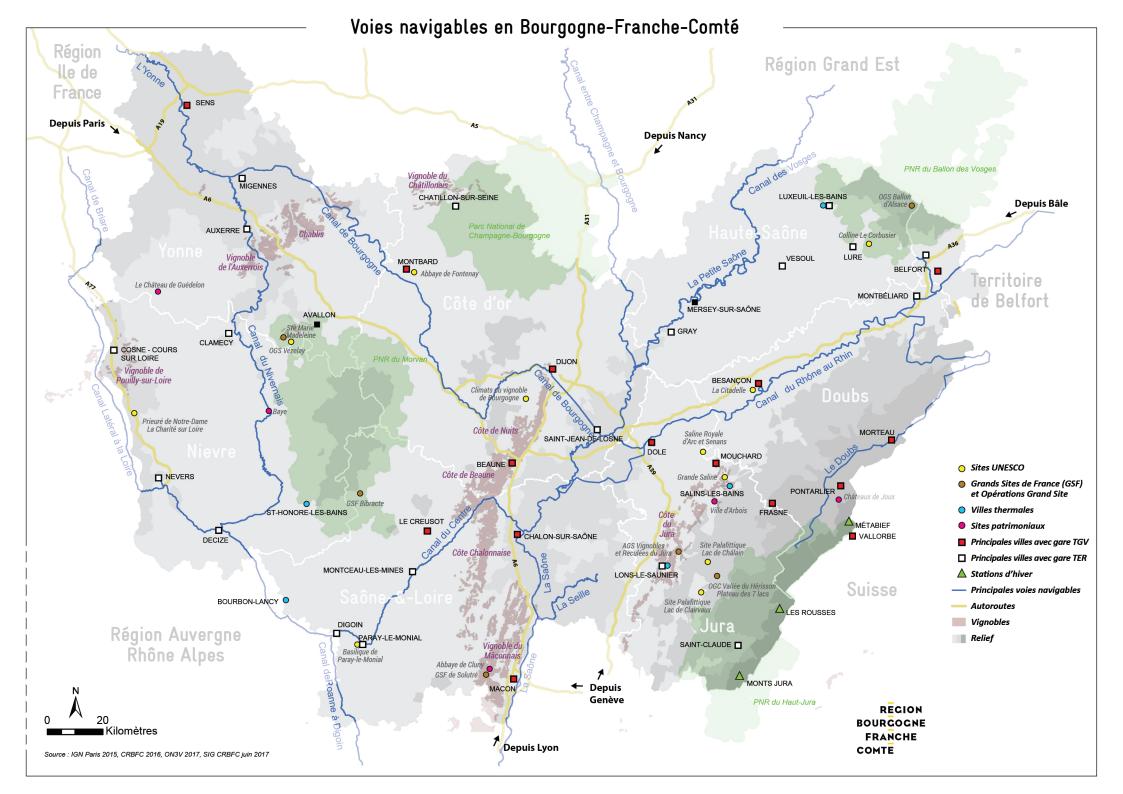
Hivernage: sur la Saône, 12 places sont disponibles (sur les 39 du bassin Rhône-Saône) dont une à Saint-Jean-de-Losne et neuf à Chalon-Port Nord, qui est par ailleurs un site apprécié car il permet d'effectuer tous types de travaux contrairement aux autres sites où les travaux de grande envergure sont interdits (impossible techniquement ou pas envisageable d'un point de vue des nuisances sonores ou visuelles). L'importante capacité d'accueil du site rend possible le regroupement des bateaux par compagnies ce qui permet de faciliter les visites et travaux.

Amarrage et sécurité en période de crues : En cas de crues, les armateurs sont demandeurs de mise à disposition de sites permettant de garder les passagers à bord. La Saône ne possède que peu de sites sécurisés de ce type : Saint-Jean-de-Losne (1 place), Chalon-sur-Saône (10 places) et Mâcon (3 places mais sans passagers). Il n'y a pas de places passagers disponibles sur le tronçon depuis Chalon-sur-Saône et jusqu'au sud de la région (jusqu'à Lyon exactement), offrant la possibilité de rester amarré.

Plus spécifiquement pour l'activité des croisières fluviales, les ports doivent permettre les accès pour le ravitaillement des paquebots, les accès pour les autocars, l'eau ou encore l'électricité.

### LABELLISATION:

- Pavillon bleu: les critères de ce label environnemental portent sur 4 thématiques: l'éducation à l'environnement (mise en œuvre d'au moins 3 activités en lien dont 2 durant la saison estivale, sensibilisation du personnel, diffusion de la charte des plaisanciers Pavillon bleu, etc.), la gestion des déchets, la gestion du milieu (disposer d'une pompe de récupération des eaux usées, ...) et la gestion du site (affichage d'un plan du port, accès PMR facilité, règlementation de la circulation, etc.). 3 sites sont labellisés en Bourgogne-Franche-Comté: le port de Decize, la halte de Besançon Moulin Saint-Paul et la halte fluviale de Deluz.
- Label Accueil Vélo: depuis 2019, les ports de plaisance, au même titre que les sites touristiques, peuvent accéder à ce label. Ils doivent être situés à moins de 5 km d'un itinéraire vélo et proposer des services spécifiques pour les cyclistes (recharge, rack, ...). Savoyeux, seul port Accueil Vélo de la région, fut également le 1er port de plaisance fluviale labellisé en France.



# PRATIQUANTS

<sup>89 10</sup> Source : CRT, observatoire du tourisme fluvial, bilan 2018

### **OBSERVATIONS**

- Des clientèles principalement étrangères, (à l'exception des bateaux promenade) du Nord de l'Europe et pouvant parfois venir de très loin (Amérique du Nord, Australie).
- Un faible renouvellement des clientèles qui sont dans le même temps « vieillissantes ».
- Un marché français peu réceptif à l'itinérance fluviale.
- Un marché concurrentiel tendu en France et en Europe avec l'émergence de destinations s'étant particulièrement structurées (Bretagne pour les bateaux habitables, Seine pour les paquebots) ou historiquement compétitives (l'Alsace et le Rhin, Canal du Midi, Belgique, Pays-Bas, Allemagne).
- Des opérateurs privés en recherche de nouvelles destinations à proposer aux clientèles et des clientèles également très volatiles (en particulier pour les paquebots et les péniches-hôtels). Une distinction à opérer avec les loueurs de coche d'eau, plus ancrés à un territoire en particulier.

### PÉNICHES HÔTELS :

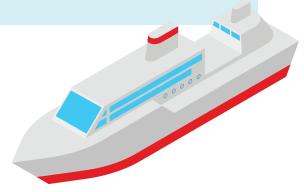
- 97 % des passagers transportés sont étrangers<sup>8</sup> (Américains, Australiens puis Britanniques), plutôt âgés et avec un fort pouvoir d'achat.
- Ils circulent principalement en Bourgogne, sur certaines portions du Canal du Centre (notamment les secteurs très imprégnés par l'œnotourisme).
- Les opérateurs commercialisant la Saône ont plus de difficulté à vendre la Petite Saône car cela ne parle pas aux clientèles qui ne connaissent que la Bourgogne. Ce secteur de niche représente cependant un poids important en termes d'image et de notoriété touristique pour la destination.

### PAQUEBOTS FLUVIAUX (AXE DE LA SAÔNE UNIQUEMENT CONCERNÉ) :

- Principalement des clientèles étrangères, seniors et catégories socio-professionnelles (CSP+).
- Mâcon et Chalon-sur-Saône accueillent le plus grand nombre d'escales (respectivement 323 et 293 escales en 2018<sup>9</sup>), suivis de Tournus (185), Saint-Jean-de-Losne (23) et Seurre (1).
- En 2017, Chalon-sur-Saône accueillait un nombre quasi-identique d'escales à Mâcon (379 contre 368 pour Mâcon). Saint-Jean-de-Losne constitue pour ces croisières une tête ou fin de ligne, à l'inverse de Chalon, Tournus et Mâcon qui sont des escales de transit. Seurre représente une fonction de délestage en cas de forte fréquentation sur Chalon. En volume, cette activité est la plus importante des pratiques fluviales analysées.

### **LOCATION DE BATEAUX HABITABLES:**

- Les principales clientèles sont étrangères à 65 % (dans l'ordre Allemands, Suisses et Britanniques, beaucoup de seniors et de familles), 35 % sont françaises.
- En 2018, 29 520 passagers ont été transportés, 6 560 contrats vendus<sup>10</sup>
- La durée moyenne des séjours sur l'eau est d'une semaine (données nationales).



### **PLAISANCE PRIVÉE:**

- Peu de données relatives à cette clientèle, mais un volume important pour la région (47 % des clientèles sur le bassin Centre-Bourgogne).
- Les navigants étrangers représentent 38 % des navigants en France pour 58 % des retombées économiques.
- En France, un plaisancier navigue en moyenne 48 jours par an.

### PÉRIODE / SAISONNALITÉ DE LA PRATIQUE

Pratique qui se fait principalement sur la saison estivale et ses ailes de saison, la majorité des bateaux naviguant entre mars / avril et octobre / novembre.

En dehors de cette période, les bateaux sont dits en hivernage. Les opérateurs profitent de ces quelques mois sans croisière pour réaliser des travaux sur les bateaux.

<sup>&</sup>lt;sup>13</sup> 15 870 vignettes vendues (source: VNF, les chiffres du tourisme fluvial, 2018)



### CARACTÉRISTIQUES DE CONSOMMATION

Des retombées économiques importantes : estimées à 50 millions d'euros en 2014 (achats divers, visites, activités...)<sup>11</sup>.

En 2019, la région bénéficierait de 74 millions d'euros de retombées économiques générées par an et de 780 emplois liés directement au fluvial<sup>12</sup>.

Les ventes de vignettes VNF en 2018 sur l'ensemble du réseau national<sup>13</sup> se répartissent comme suit :

- 63,7 % en forfait annuel
- 16,4 % en forfait 30 jours
- 10,4 % en forfait journée
- 9,5 % en forfait une semaine

Paquebots fluviaux : c'est la filière fluviale qui pèse le plus en termes de retombées économiques directes (en France). La clientèle est très fidèle (64 % de repeaters en moyenne en France).

**Péniches-hôtels** : un produit haute gamme puisqu'un client dépense en moyenne 1 200 à 5 000 euros par semaine

Bateaux habitables à la location : 49€ / jour hors location du bateau (moyennes nationales). Ce chiffre est plus élevé chez les étrangers, qui tendent à aller plus régulièrement au restaurant et sur des établissements plus onéreux que les clientèles françaises

Plaisance privée : les dépenses journalières sont variables et diminuent plus la période de navigation est longue. Ces dépenses sont un tiers plus importantes chez les étrangers (qui vont plus fréquemment manger au restaurant ou visiter les sites à entrées payantes). 89 % des plaisanciers sont des repeaters (en moyenne en France).

<sup>11</sup> CRT BFC

<sup>&</sup>lt;sup>12</sup> Source : Tourisme fluvial, portraits de filières, synthèse 2020, VNF

### Conception graphique et réalisation 🚷 ATEMIA

### **ES ACTEURS**

### REGION BOURGOGNE FRANCHE COMTE

BOURGOGNE FRANCHE COMTE

**TOURISME** 



La Région : initiatrice des contrats fluvestres.

**Le Comité régional du tourisme (CRT)** : mise en place d'un collectif d'acteurs du fluvial sur la région.

**Voies Navigables de France (VNF)**: le principal gestionnaire des voies d'eau en Bourgogne-Franche-Comté. Deux délégations de VNF couvrent le territoire de la Bourgogne-Franche-Comté dans sa quasi globalité :

- · La direction territoriale Rhône-Saône ;
- · La direction territoriale Centre-Bourgogne.

La majorité des sites est gérée par VNF (aspect amarrage). Parmi les quelques exceptions, Chalon Port-Nord se trouve dans la concession portuaire gérée par la Chambre de commerce et d'Industrie de Saône-et-Loire.

Les associations ou syndicats mixtes des voies d'eau : ils déclinent la stratégie régionale sur leur territoire, animent et coordonnent les voies d'eau.

La gouvernance des rivières et canaux s'opère par des Syndicats Mixtes sur l'ensemble du linéaire ou se répartie par entité administrative (collectivité traversée par la voie d'eau).

Les associations nationales, avec par exemple l'Association Nationale des Plaisanciers en Eaux Intérieures.

Les acteurs privés : les bases de locations sont majoritairement exploitées par les 4 loueurs nationaux (Le Boat, Locaboat, les Canalous, Nicols) avec une disparition progressive des loueurs régionaux. La société Les Canalous possède d'ailleurs son siège à Digoin tandis que Locaboat Holidays est basé à Joigny. Sur le marché des péniches hôtel, CroisiEurope démocratise les séjours avec des tarifs plus attractifs.

### **RÉSEAUX ET COMMUNAUTÉS**

www.fluviacarte.com

### PROJETS

Plusieurs projets d'ampleurs variables sont en cours sur la filière fluviale :

Une convention-cadre VNF / Région d'une durée de cinq ans (2017-2021), intégrant une programmation concertée avec les territoires et d'une dotation annuelle de 1 million d'euros pour la Région et 4 millions d'euros pour VNF.

### Le contrat de canal / de développement fluvestre

Cet outil permet de décliner les objectifs stratégiques régionaux à l'échelle d'une voie d'eau, pour une période de 5 ans, par une réflexion commune et la réalisation de projets concrets, coordonnés et partagés. Véritable outil partenarial, il donne les priorités d'action pour une valorisation touristique concertée. Quatre contrats ont déjà été signés et plusieurs sont en cours d'élaboration et de



Le Plan Rhône permet un soutien actif et des financements. Depuis 2007, les 10 partenaires du plan Rhône travaillent conjointement pour le financement des projets de développement du tourisme fluvial. Il a permis notamment de financer les travaux de Mâcon, et des études pour Tournus.

Les Appels à Projets sur les maisons éclusières du Canal du Bourgogne (Projet Open Canal) ou de l'axe Rhône Saône, ont pour objectifs de proposer à des initiatives privées comme publiques d'investir les maisons éclusières, symbole du patrimoine fluvial, pour y développer une activité touristique (hébergement, restauration, lieu d'exposition artistique...).

Les travaux ou études d'aménagement sur les ports (port d'Auxerre, port de Digoin, ...).

4 www.francevelotourisme.com

### **FORCES**

- Une proximité avec l'Ile-de-France, le Grand Est, l'Auvergne Rhône-Alpes et la Suisse et plus globalement un point de connexion central en Europe, avec des liens vers les navigations du nord, de l'est et du sud de l'Europe.
- Un réseau **navigable** bien développé et présentant des ressources patrimoniales (patrimoine, gastronomie, culture).
- Des paysages remarquables sur les itinéraires avec des sites patrimoniaux de grande envergure (villes d'escales ou d'excursion) et un terroir identitaire.
- Une offre fluviale variée proposant tous les produits existants en termes de navigation (bateau-promenade, péniche-hôtel, etc.).
- Une destination fluviale identifiée notamment par les clientèles étrangères.
- Des plans de gestion d'envergure (Plan Rhône-Saône, contrats fluvestres) avec une culture partenariale plutôt bien structurée.



### FAIBLESSES .

- **Problématiques d'infrastructure** : des besoins importants de remise en état ou aux normes des voies d'eau et des ouvrages pour assurer la poursuite de l'activité et son développement.
- **Problématique d'entretien** : faucardage / arrachage des algues, berges, arbres et végétation qui tombent sur les cours d'eaux.
- Pas d'interconnexion visuelle permettant d'observer certains pôles de patrimoine (ville) depuis les voies d'eau (rideaux végétaux).
- Des voies d'eau encore parfois dans une logique de concurrence (communication).
- Encore trop peu de lien entre **VNF et les collectivités** qui œuvrent au développement fluvial et fluvestre (partage des données).
- Des aléas climatiques impactant fortement l'activité (fermetures anticipées liées à l'assèchement des canaux, crues, ...) et générant une mauvaise presse pour les canaux concernés par des fermetures estivales (2019) : pas de gestion de la relation client (aucun remboursement des vignettes malgré l'impossibilité de naviguer et rejoindre les sites d'hivernage).
- Une inadéquation de la filière fluviale aux enjeux du développement durable
   : impact carbone important des bateaux de location, une gestion des eaux noires / grises pas performante, récurrence de la collecte des déchets...
- Un coût du carburant en augmentation (raccourcissement des distances parcourues).
- Un essoufflement du marché de la location de coches d'eau.
- **Une fragilité** du socle de clientèle (se renouvellent pas ou peu, sont lointaines, faible intérêt des clientèles françaises pour ce type de pratique).
- Des zones blanches sur les itinéraires en termes de connexions Internet / Réseau.
- Une forme de dépendance de la filière aux opérateurs privés.

# **JEUX IDENTIFIE**

Le développement de l'activité nécessiterait de régler des problématiques d'équipements et de services mais aussi des questions d'infrastructures (qui ne relèvent cependant pas de la compétence régionale mais de la coopération avec VNF).

« Fidéliser » les acteurs privés : il y a actuellement une forme de dépendance de la filière aux opérateurs privés. Ces derniers, ne dépendent pas des pouvoirs publics pour leur commercialisation. Dans le même temps, leur stabilité d'implantation sur le territoire n'est pas garantie (volatilité importante). La dépendance des territoires à ces prestataires démontre une fragilité de l'offre et pose la question de la place d'autres opérateurs économiques (plus locaux). La culture du partenariat est un atout à conforter pour le développement des activités fluvestres d'une manière générale (entre les acteurs publics, privés, etc.).

Se différencier d'un marché fortement concurrentiel : l'activité régionale est menacée par le développement de nouvelles destinations qui risquent d'entrainer des re-localisations de bateaux sur d'autres cours d'eau (en particulier des paquebots fluviaux).

Réussir à symboliser une destination plus « verte » et en cohérence avec les valeurs que peuvent incarner le tourisme fluvial.

Prendre le bon virage en termes d'innovation : s'appuyer sur les nouvelles plateformes pouvant permettre de renouveler la clientèle et pour certaines, d'accéder au tourisme fluvial (prêt de bateaux entre particuliers, Airbnb, Clickandboat), dévlopper les produits mixtes (ex : « paquebot -vélo »), se prêtant plutôt bien à certains linéaires et pouvant renouveler l'offre.

Créer les chemins qui tracent vers la voie d'eau : rendre visible la voie d'eau depuis les villes / stations / nœuds de connexion.

Se positionner davantage sur les clientèles locales et régionales, aujourd'hui peu exploitées : la nouvelle région et son périmètre agrandi propose de nombreuses opportunités de découverte (micro-aventure).

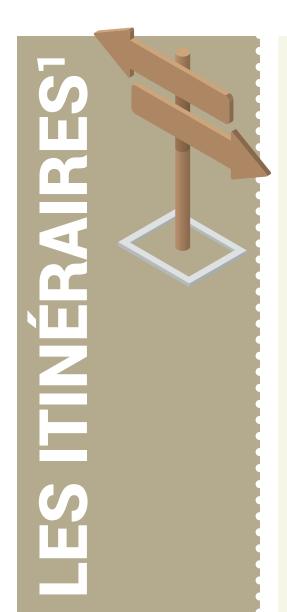
Faire vivre les canaux même en cas de diminution des niveaux d'eau freinant la navigation des bateaux : développement d'activités de navigation plus légères type canoë – kayak.

### FICHE DIAGNOSTIC LA RANDONNEE PÉDESTRE

REGION BOURGOGNE FRANCHE COMTE

Schéma régional de l'itinérance touristique Bourgogne-Franche-Comté





### 12 000 km de sentiers de randonnée sont référencés en Bourgogne-Franche-Comté :

Le Chemin de pèlerinage de Saint-Jacques-de-Compostelle (de Quincerot à Nevers, GR ® 654) : 180 km.

La voie de Vézelay, identifiée comme l'un des 4 points de départ principaux du Chemin de Compostelle en France, est la plus fréquentée parmi les itinéraires Compostelle en Bourgogne Franche-Comté (1 000 à 1 500 cheminants / an). Malgré cela, le Puy-en-Velay (Haute-Loire) reste le point de départ principal en France avec près de 2/3 des fréquentations.

L'itinéraire bénéficie d'une inscription au patrimoine mondial de l'Unesco depuis 1998. Le territoire régional possède une richesse importante en sanctuaires et édifices religieux (« colline éternelle » et la basilique de Sainte Marie Madeleine à Vézelay, le Prieuré Notre-Dame à la Charité-sur-Loire, ...). Plus au nord de Vézelay, le GR 654, partant de Namur (Belgique) et allant jusque Montréal-du-Gers (Gers), traverse la région en passant par Tonnerre et Auxerre. Les itinéraires de Compostelle en BFC restent globalement peu connus et faiblement fréquentés, bien que les passages augmentent de manière constante.

**La Grande Traversée du Jura à pied** (de Mandeure à la Chapelle-des-Bois, GR®5, GR®509, GR®9) : 300 km (sur 397 km d'itinéraire au total).

Il existe une version de la GTJ hivernale, en raquette ou ski de fond. Ce type d'itinérance est unique en France et une offre majeure en Europe :

- En ski de fond (Villers-le-Lac à Giron) 180 km (quasi en totalité sur la région). Deux secteurs sont irrégulièrement damés (Les Hôpitaux-Neuf et Verrières-de-Joux).
- En raquette (Métabief dans le Doubs à Giron dans l'Ain) : 110 km en Bourgogne-Franche-Comté (150 km au total).

### La Via Francigena (de Leffond à Les Fourgs, GR® 145) : 185 km.

Cet itinéraire européen relie Canterbury à Rome sur plus de 2 000 km. C'est une voie importante de pèlerinage dès le Moyenâge. Il est reconnu depuis 1994 par le Conseil de l'Europe comme « grand itinéraire culturel du Conseil de l'Europe ». Il présente, de par sa structuration progressive, un intérêt de nouveauté pour les pèlerins d'Europe, en recherche d'autres itinéraires à parcourir.

Parmi les régions traversées en France, la Bourgogne-Franche-Comté dispose du plus petit linéaire. Ce tronçon se distingue par des paysages plus vallonnés qu'au début de l'itinéraire. C'est la première partie qui présente cet intérêt en France (sur les autres régions, relief très plat). Dès Langres, puis vers Besançon et le Jura, l'effort physique est plus important et aussi plus attractif. Les départs de la région BFC se font principalement depuis Besançon.

<sup>&#</sup>x27; Hemarque : l'analyse porte lci sur les itinéraires d'intérêt régionaux et départementaux et écarte ainsi les itinéraires locaux.

Le Tour du Morvan (en boucle au départ d'Ouroux-en-Morvan, GR® de Pays) : 232 km.

Le tour du Morvan, au cœur du parc Naturel régional du Morvan, bénéficie d'une notoriété qui augmente depuis son homologation en GR. C'est le seul itinéraire pédestre de la région proposant une itinérance en boucle.

La Loire Sauvage à pied (de Nevy-sur-Loire à Saint-Aubin-sur-Loire, GR®3) : 145 km.

Le GR® 3 est le premier sentier de Grande Randonnée officiel balisé en France. Il traverse 3 régions et 12 départements sur 1 243 kilomètres, le long des châteaux de la Loire. Sur la section de ce GR traversant le territoire régional (dans la Nièvre et la Saône-et-Loire), l'itinéraire ne semble pas satisfaisant dans la mesure où il est éloigné du fleuve de la Loire (il ne respecte pas sa promesse de départ). L'absence de topoguide et les faibles efforts de promotion menés ne favorisent pas sa reconnaissance par les randonneurs. Les acteurs estiment qu'il n'est pas ou peu fréquenté (même si aucun éco-compteur ne peut l'attester). La section régionale de la fédération française de randonnée étudie actuellement une déviation possible pour le rapprocher de sa thématique d'origine (sur Nevers – La Charité). Au nord, l'itinéraire est plus satisfaisant.

L'échappée Jurassienne (de Dôle à Saint-Claude, GR®59, 559 et 509) : 300 km.

Crée en 2013, cet itinéraire traverse les plus grands sites naturels et patrimoniaux du Jura. C'est un parcours accessible aux itinérants d'un niveau débutant à intermédiaire (dénivelés et difficultés accessibles), avec des étapes journalières modulables (possibilité de ne réaliser facilement qu'une partie du parcours de 2 à 16 jours).

- 110 hébergements sont références à proximité, un TopoGuides® dédié et un service de transport de bagages.
- Cet itinéraire s'inscrit comme une offre complémentaire à celle de la GTJ à pied mais peut également porter à confusion auprès des pratiquants.

La Via Salina touristique (de Dôle ou Arc-en-Senans à Berne en Suisse) : 200 km (sur l'ensemble du linéaire). Un intérêt patrimonial réel mais une offre et des services qui restent encore à construire afin de le structurer comme un réel sentier de randonnée connu et reconnu par les clientèles.



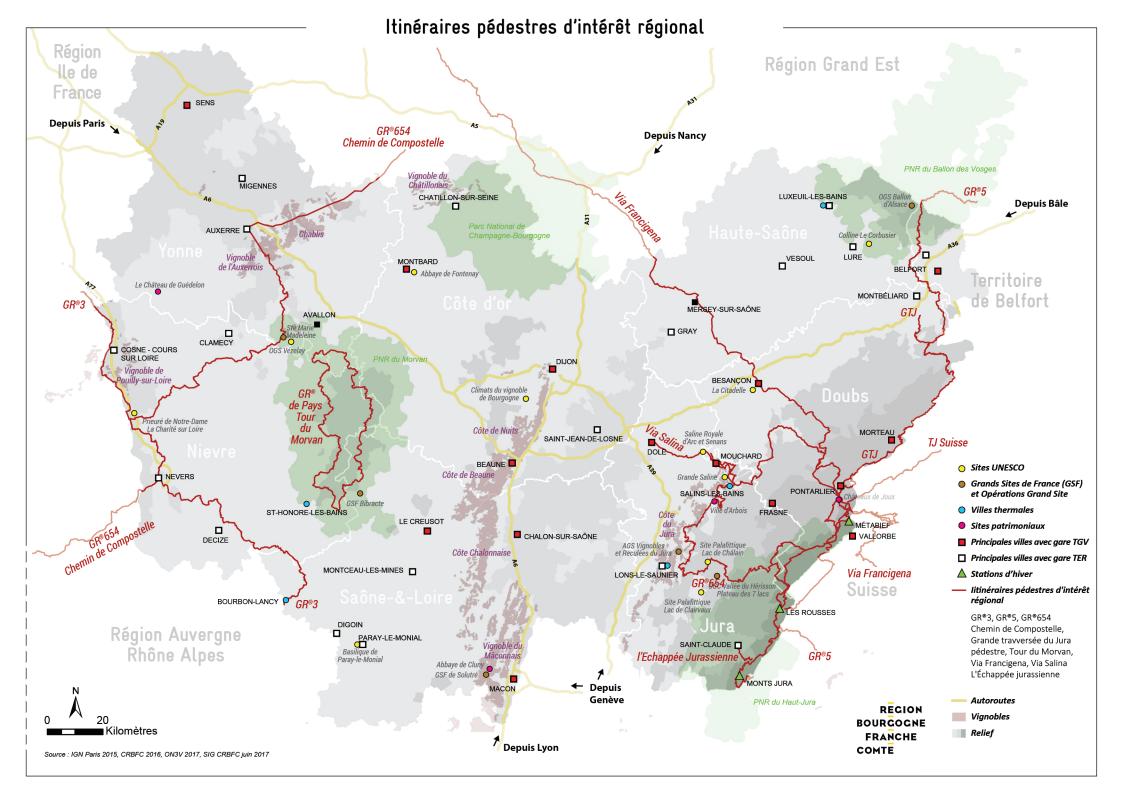
### RANDO ACCUEIL

- Label national qui regroupe différents types d'hébergements partout en France et garantit aux clients des services adaptés aux différentes pratiques de balade et de grande randonnée (dont le pédestre, le ski, la raquette).
- En Bourgogne-Franche-Comté, 7 prestataires sont labellisés. Le quart-nord est de la France est peu intégré dans ce réseau, particulièrement ancré dans l'Ouest (Bretagne et Pays-de-la-Loire).

### ETAP'LOISIRS

- Le département de l'Yonne dispose d'un label, crée par Yonne Tourisme et qui recense et accompagne les hébergeurs touristiques dans l'accueil des pratiquants de loisirs itinérants afin de leur proposer des prestations et aménagements adaptés à la pratique de leur activité lors de leur séjour.
   5 pratiques sportives sont concernées, dont la randonnée pédestre.
- 46 prestataires le détiennent pour cette filière.





### VOLUME / PROFIL / TYPE

Bien qu'il soit encore aujourd'hui difficile d'observer le volume de pratiquants itinérants, la randonnée pédestre représente la première activité sportive des Français en vacances<sup>2</sup>.

### Zoom clientèle sur l'Echappée Jurassienne :

- Seuls 12,5 % des randonneurs font l'intégralité de l'itinéraire et la randonnée moyenne est de l'ordre de 6,5 jours<sup>3</sup>.
- Dépense moyenne : 64 €/jour et par personne.
- 61,6 % des randonneurs ont plus de 56 ans.

### Zoom clientèle sur le Chemin de Compostelle :

Depuis Vézelay, on observe plutôt des marcheurs au long cours et qui ont déjà fait la voie du Puy (plus identifiée médiatiquement, avec le plus de services et d'aménagements, chambres d'hôtes, hôtels, portage de bagage, transports : n'existe pas sur les autres itinéraires).

Les pratiquants des Chemins de Compostelle en France sont en recherche d'un tourisme de nature, patrimonial, un besoin de se déconnecter ou de changer de rythme, envie de rencontrer des gens ou quête spirituelle et parfois religieuse.Les motivations sont multiples :

- La moitié des cheminants : ressourcement, reconnexion, démarche spirituelle. Dans ces 50 %, 20 % le font pour motif religieux, et le reste pour une quête de sens;
- Les randonneurs touristes : prennent le temps, découvrent le patrimoine et la gastronomie.
- · Les randonneurs sportifs : défi physique.

Ce sont beaucoup des seniors, avec une proportion importante des clientèles étrangères (Belges, Néerlandais, Allemands).

### Zoom clientèle de la GTJ<sup>4</sup>:

Des clientèles principalement seniors et masculines (52 % hommes dont 75 % ont plus de 50 ans), ayant déjà pratiqué l'itinérance pédestre souvent plusieurs fois dans l'année.

- Près de 60 % randonnent en couple.
- · La période privilégiée se situe en mai-juin.
- Les motivations principales sont la beauté des paysages, le calme et le ressourcement, l'offre en hébergements et services adaptée le long de l'itinéraire.

### CARACTÉRISTIQUES DE CONSOMMATION

- Une étape à pied représente 20 à 25 km par jour pour un itinérant, avec un panier moyen de 50 à 70 € / jour<sup>5</sup>.
- Demande croissante pour l'intérêt culturel de la marche et la découverte de l'offre culturelle et patrimoniale (boucles et itinéraires thématisés, ludique, géocaching, etc.).
- La tendance concerne également des étapes plus courtes ou des itinéraires à la « carte ».

### PÉRIODE / SAISONNALITÉ DE LA PRATIQUE

Pratique toute l'année, renforcement l'été.

Source · Atout France

source : Enquête de satisfaction et de fréquentation 2017 - Jura Tourisme

4 source : enquête clientèle dans le cadre de l'AMI

Moyenne nationale, source : FFF

Les départements, les collectivités locales (EPCI, ...): certains départements disposent d'un Plan départemental des itinéraires de promenade et de randonnée (PDIPR), devant favoriser la découverte de sites naturels et de paysages ruraux en développant la pratique de la randonnée.

Les EPCI peuvent faire la démarche d'inscription de leur sentier au PDIPR.

La Fédération Française de Randonnée (FFR) et ses antennes régionales et départementales : elle créé, balise et entretient les chemins de randonnée. En Bourgogne Franche-Comté, 190 clubs adhèrent à la fédération régionale, ce qui représente 11 800 adhérents.

Les associations locales de randonnée (clubs) ou les associations autour d'un itinéraire (Agence des chemins de Compostelle, GTJ) sont bien souvent adhérentes à la FFR et relaient ses missions fédérales à l'échelle locale.

Les acteurs privés : les tour-opérateurs, les guides de randonnée, ....

### **RÉSEAUX ET COMMUNAUTÉS**

· Suricate: sentinelles.sportsdenature.fr

• Mon GR : www.mongr.fr

• Forum pour Compostelle : www.aucoeurduchemin.org

• Trek Magazine : www.trekmag.com



Développement franco-suisse de l'échappée jurassienne : en cours depuis 2018 (relier le Jura au Lac Léman en passant par Nyon) avec également le souhait de développer des circuits en étoile et du lien avec des circuits thématiques.

Mise en place d'un plan d'actions pour le développement d'hébergements adaptés à l'itinérance sur la GTJ et la Via Francigena (pilotage par Doubs Tourisme, l'association de la GTJ, collaboration avec le commissaire au Massif du Jura).

Étude clientèle avec l'agence des chemins de Compostelle et la région Bourgogne-Franche-Comté : les objectifs sont de connaître qui sont les publics en BFC (cf. enquête), de déterminer des itinéraires d'intérêts régional (priorisation de 2 ou 3 axes sur lesquels seront fléchés quelques moyens humains et financiers). L'agence française des chemins de Compostelle va également travailler, au niveau national, sur le déploiement d'une charte d'accueil.

### **FORCES**

- Une offre régionale importante avec des itinéraires emblématiques (Chemins de Saint-Jacques, les Grandes Traversées du Jura...) ainsi qu'une forte densité de circuits locaux.
- Des itinéraires thématisés pour certains, en phase avec les attentes des randonneurs amateurs de culture ou en quête spirituelle (Via Salina, Saint-Jacques de Compostelle, Via Francigena, Chemins Clunisiens, Paray-le-Monial, etc.).

### **FAIBLESSES**

- Thématisation des itinéraires: une difficulté à proposer une appellation commune et évocatrice sur l'ensemble d'un itinéraire (possibilité de donner des noms par tronçons: ex: GR59, des Vosges du sud aux contreforts du Jura. / GR3: La Loire Sauvage).
- Organisation : une gestion des sentiers pas toujours uniformisée entre les territoires.

### **ENJEUX IDENTIFIES**

- · Réussir la mise en tourisme des itinéraires en construction (Via Salina, ...)
- Optimiser les outils en ligne pouvant faciliter l'entretien des sentiers (Suricate), actuellement sous-exploités.
- Apporter une réponse aux évolutions climatiques pouvant impacter la possibilité de pratiquer les itinéraires, notamment ceux en lien avec la pratique hivernale sur neige.

FICHE DIAGNOSTIC FILIÈRE EQUESTRE

REGION BOURGOGNE FRANCHE COMTE

Schéma régional de l'itinérance touristique Bourgogne-Franche-Comté





Les itinéraires équestres en Bourgogne Franche-Comté sont relativement étoffés, mais la réalité concrète de la pratique et l'entretien ne sont pas au niveau des autres filières itinérantes douces.

Deux départements se distinguent des autres en termes d'offres : le Jura (élu 10<sup>e</sup> meilleure destination française du tourisme équestre en France en 2012) et La Saône-et-Loire.

### LES GRANDS ITINÉRAIRES :

La Grande Traversée du Jura à cheval : de Crosey-le-Petit dans le Doubs à Arbignieu dans l'Ain : 500 km dont 380 km en BFC. Créée plus récemment que les autres traversées, c'est la seule itinérance GTJ proposant une descente vers les plateaux et un passage dans les vignobles du Jura (permettant à cette section d'être ainsi accessible à l'année). Elle s'appuie partiellement sur le réseau du Jura du Grand 8.

**Le Jura du Grand 8** (réseau d'itinéraire en boucle sur le département du Jura) 1 500 km.

Ces itinéraires sont portés par l'association du Jura du Grand huit (créée en 1987), spécialisée dans la randonnée équestre. Elle regroupe des hébergements de randonnée, des professionnels équestres proposant des séjours cheval (dont des randonnées accompagnées) et des adhérents-bénévoles indépendants. Les itinéraires balisés sont également accessibles aux itinérants pédestres.

Le Tour équestre du Morvan (réseau d'une dizaine d'itinéraire en boucle dans le Morvan) 600 km.

L'association de randonnée équestre en Morvan (l'AREM) est à l'initiative de ces boucles et fédère les hébergements situés à proximité. Des problématiques de balisages existent sur cet itinéraire.

La Route d'Artagnan (en projet – reliera Lupic (Gers) lieu de naissance de d'Artagnan à Maastricht (Pays-Bas)) son lieu de décès. La gouvernance de cette future route se fait via une association créée en 2015, avec pour objectif de créer la 1ère route équestre européenne sur les traces du Mousquetaire à travers 6 pays. En BFC, la route traversera la Saône-et-Loire et la Côte d'Or. 2 haltes importantes sont identifiées en Saône-et-Loire : Champlécy et Sainte-Croix.

Le secteur du Clunisois est reconnu comme un site de pratique et d'élevage des chevaux avec le pôle hippique de Cluny et son haras national. Le site internet de l'Office de tourisme du territoire met particulièrement en avant les randonnées à cheval. En Saône-et-Loire, Chalon-sur-Saône et Cluny ont accueilli, depuis sa création en 1961, l'Equirando, événement hippique biennal changeant de lieu tous les ans, tout comme Nevers.

Nota : le GR3 à cheval (sur la Nièvre, et basé sur le GR3 pédestre) ne figure plus dans les références de la Nièvre. Son origine reste méconnue des acteurs interrogés. Cet itinéraire n'apparait pas comme un itinéraire d'intérêt régional pour la filière équestre.

La destination Bourgogne dispose d'un site Internet dédié à l'itinérance à cheval : www.bourgogne-tourisme.com/itinerances/a-cheval

<sup>1</sup> Remarque : l'analyse porte ici sur les itinéraires d'intérêt régionaux et départementaux et écarte ainsi les itinéraires locaux.

## **ABELLISATION**

La FFE a développé plusieurs labels fédéraux, dont deux sont en lien avec l'itinérance touristique à cheval :

- > le label Centre de Tourisme Equestre permet d'identifier les établissements équestres spécialisés dans l'organisation d'activités de tourisme équestre : promenade, randonnée, séjour... (27 en Bourgogne-Franche-Comté et 350 en France);
- > le label Cheval Étape concerne les établissements accueillant des poneys et chevaux à l'étape pour au moins une nuit, en hébergement intérieur ou extérieur (32 en Bourgogne-Franche-Comté dont 13 en Saône-et-Loire).

### « RANDO ACCUEIL » :

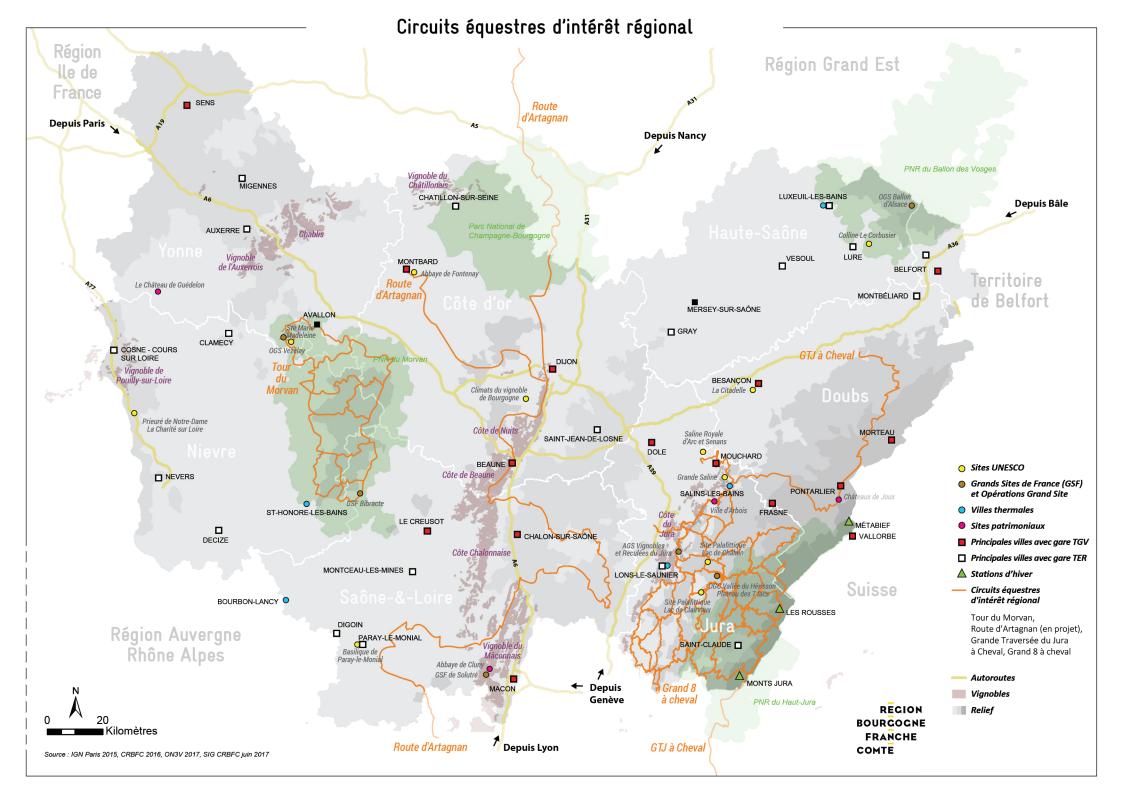
Ce label regroupe différents types d'hébergements partout en France et garantit aux clients des services adaptés aux différentes pratiques de balade et de grande randonnée, dont la randonnée équestre (7 prestataires sont labellisés en Bourgogne-Franche-Comté). Le quart-nord est de la France est peu intégré dans ce réseau, particulièrement ancré dans l'Ouest (Bretagne et Pays-de-la-Loire).

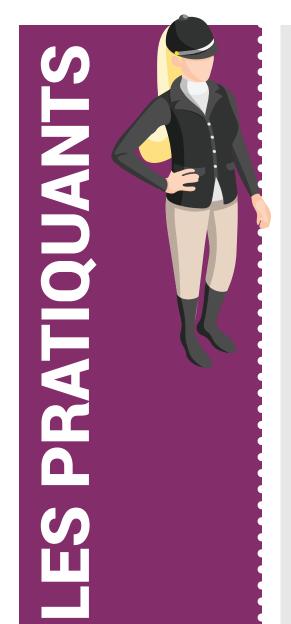
### « ETAP'LOISIRS »:

le détiennent pour cette filière).

Le département de l'Yonne dispose d'un label crée par Yonne Tourisme et qui recense et accompagne les hébergeurs touristiques dans l'accueil des pratiquants de loisirs itinérants afin de leur proposer des prestations et aménagements adaptés à la pratique de leur activité lors de leur séjour. 5 pratiques sportives sont concernées, dont la randonnée équestre (8 prestataires







# **VOLUME / PROFIL / TYPE**

Tout comme l'offre, il n'existe pas ou peu de chiffres sur la demande liée à la pratique équestre dans un cadre d'itinérance de loisirs / tourisme. Quelques indicateurs permettent toutefois d'avoir des clefs de lecture au niveau national. La randonnée équestre reste une pratique plutôt confidentielle, en comparaison avec la randonnée pédestre ou vélo. Elle concerne toutefois 1 million de pratiquants et 2 500 établissements et associations de cavaliers.

#### Des cavaliers randonneurs moins « endurants » ...

Le tourisme équestre ne revêt plus aujourd'hui son caractère très marqué par la grande randonnée. Des pratiques plus douces et accessibles telles que les promenades à la journée ou les itinéraires courts sur plusieurs jours sont davantage pratiqués.

Dans le cadre de la pratique en randonnée itinérance, les clientèles sont en recherche de boucles. Les prestataires accompagnants s'attachent ainsi à créer des itinéraires, avec des gîtes – équestres - tous les 20 km. La pratique en étoile, depuis un camp de base, est également appréciée.

De manière générale, l'approche est aujourd'hui plus récréative et s'attache davantage à la découverte du patrimoine et à la contemplation (prendre le temps).

# Et de plus en plus exigeants ...

- · Recherche de plus de confort pour les randonneurs (tendances observées depuis quelques années);
- Forte exigence sur les services proposés dans les relais éguestres avec un confort élevé attendu pour les équidés (douche pour les chevaux, local sécurisé pour mettre le matériel);

- En ce qui concerne les attentes spécifiques aux hébergements et à la restauration, elles varient selon les budgets. Plusieurs types d'offres existent : les gîtes, les chambres d'hôtes, les campings;
- Les cavaliers sont en demandes de demi-pension : repas le soir, petit-déjeuner, éventuellement pique-nique pour le lendemain, et de tarif à la nuitée (cavalier + cheval).

Comme les autres clientèles itinérantes, les cavaliers sont en attente de services tels que le portage des bagages d'un gite à l'autre.

Des pratiques mixtes : les prestataires remarquent également plus de mixité dans les clientèles, avec des groupes composés de cavaliers et VTT ou randonneurs. Ces groupes peuvent randonner ensemble à la demi-journée ou pratiquent des activités autres.

# CARACTÉRISTIQUES DE CONSOMMATION

Présence de Parisiens, de Suisses ou encore de clientèles du Grand-Est.

Faible présence de clientèle en provenance du nord et de l'ouest de la France, et de l'Auvergne. Ceci s'explique d'une part par l'offre, suffisamment mature dans leurs régions et d'autre part par le fait que les cavaliers randonneurs possédant des chevaux tentent de réduire les distances de route pour transporter leurs chevaux.

Les cavaliers viennent généralement randonner à plusieurs. La clientèle jeune est également accueillie. Celle-ci reste en revanche très locale. Les cavaliers en itinérance / séiour de découverte de randonnée équestre génèrent à la fois des nuitées, des retombées liés à la restauration, mais également de l'encadrement s'ils font appel à un quide.

PÉRIODE / SAISONNALITÉ DE LA PRATIQUE Pratique toute l'année (avril à octobre) sauf l'hiver, renforcement l'été.

# **ES ACTEURS**

Au niveau fédéral, la **fédération française d'équitation (FFE)** est le principal interlocuteur. Ses organes déconcentrés sont les Comités Départementaux du Tourisme Equestre ainsi que le Comité Régional de Tourisme Équestre de la région Bourgogne Franche-Comté.

Dans son ancrage plus local, la filière est principalement portée par le **secteur associatif**. Plusieurs associations sont effectivement à l'initiative d'événements équestres, ou de la création, du balisage et de l'entretien des itinéraires :

- L'association Jura du Grand 8
- L'association de Randonnée équestre en Morvan (l'AREM)
- L'association Européenne de la Route d'Artagnan (l'AERA)

Les prestataires privés sont essentiellement les clubs équestres et gîtes équestres.

# **RÉSEAUX ET COMMUNAUTÉS**

- Fédération française de tourisme équestre (FFE) www.ffe.com/tourisme
- Plateforme Geocheval geocheval.com



# **PROJETS**

Projet de la Route d'Artagnan, mais aucune visibilité sur l'avancement de sa structuration (pas de connaissance de la part des acteurs interrogés).



# **FORCES**

- Quelques itinéraires majeurs avec des destinations départementales bénéficiant d'une visibilité nationale (Jura notamment).
- Des boucles sur plusieurs jours, en phase avec les attentes des randonneurs équestres et proposant une réelle découverte (paysages, histoire).

# **ENJEUX IDENTIFIES**

Une gouvernance globale de la filière à repenser :

- Des structures bénévoles fragiles et avec peu de renouvellement : quid de l'animation de la filière dans les décennies à venir ?
- Amplifier les liens entre les acteurs équestres et les collectivités / favoriser les échanges avec les associations).

Améliorer la connaissance de la pratique et des clientèles par des indicateurs uniformisés au niveau de la région.



# **FAIBLESSES**

- Un manque de communication entre les acteurs privés (entre eux) et du lien privés/publics : pas de porteparole réellement identifié, des acteurs majoritairement associatifs et bénévoles, ne pouvant être pleinement investis.
- Peu de liens entre les acteurs équestres et les collectivités.
- Absence de **politiques** et de **structures porteuses** au niveau de la filière équestre.
- Quelques itinéraires thématisés et historiques mais qui tombent en désuétude par manque d'entretien
- L'absence de projets témoigne du faible dynamisme de la filière.
- · Aucune donnée de fréquentation existante

# Conception graphique et réalisation 🗞 ATEMIA

# POSITIONNEMENT STRATÉGIQUE









REGION BOURGOGNE FRANCHE COMTE

Schéma régional de l'itinérance touristique Bourgogne-Franche-Comté

# ception graphique et réalisation 🗞 ATEMIA

# I. L'AMBITION REGIONALE

En 2025-2030 : la Bourgogne Franche-Comté, terre d'excellence d'une itinérance touristique de sens, de diversité et éco-responsable.

# LA PROMESSE CLIENT :

« Prendre le temps de la découverte de paysages exceptionnels aux identités multiples, de vivre des expériences et des rencontres inoubliables, proches de la nature et en cohérence avec vos aspirations d'un mode de vie sain ».





# LE POINT DE DÉPART :

- Une région de très haut potentiel pour l'itinérance : des paysages variés, des pratiques multiples, des filières d'excellence complémentaires (patrimoine, gastronomie, œnotourisme);
- Des infrastructures globalement présentes et de qualité cependant insuffisamment reliées et mises en scène ;
- Des clientèles aux nombreux profils et aux attentes diverses, mais dont les besoins spécifiques sont encore souvent méconnus par les acteurs professionnels;
- Les défis de l'innovation et de la transition écologique à relever, tant en matière de services aux clientèles que d'évolutions dans les pratiques ;
- De nombreux acteurs engendrant une multiplicité de vecteurs et outils de communication, finalement peu lisibles pour les clientèles.

# Conception graphique et réalisation 🚷 ATEMIA

# I. L'AMBITION REGIONALE

# LES BASES DU POSITIONNEMENT :

### **UNE ITINÉRANCE DE SENS:**

- Cheminer à son rythme à la découverte d'un territoire qui se préoccupe de la santé des hommes et de l'environnement ;
- Avoir la patience d'observer et se laisser surprendre par des richesses insoupçonnables;
- Partir à la rencontre des acteurs qui font le territoire et dont les qualités d'accueil, d'amabilité, de bienveillance sont reconnues au-delà des frontières régionales;
- Contribuer à rendre les habitants encore plus fiers de leur territoire et à créer de la valeur non délocalisable.
- >> L'itinérance est bien plus qu'un linéaire parcouru, l'itinérance EST le VOYAGE...

# POURQUOI CE POSITIONNEMENT PEUT PERMETTRE DE RÉPONDRE À « L'APRÈS COVID-19 » ET À LA TRANSFORMATION DU TOURISME ?

- Un tourisme de proximité qui vise la sobriété carbone.
- Un tourisme de sens, rassurant, qui privilégie les découverte(s) locale(s) et inédite(s).
- Un tourisme qui favorise les retombées économiques locales et qui bénéficie au territoire.
- Des pratiques de pleine nature qui respectent la distanciation sociale sans en altérer l'authenticité et le plaisir.
- Des protocoles de qualité et de sécurité sanitaire qui font sens avec le positionnement régional « territoire au mode de vie sain » et qui peuvent s'inscrire dans le cadre d'une démarche éco-responsable ambitieuse.

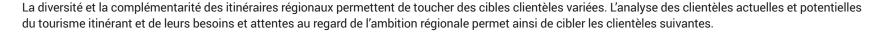
# UNE ITINÉRANCE DE *DIVERSITÉ* :

- Découvrir au fil des chemins les trésors du patrimoine régional : lacs, cascades, cours d'eau, forêts, montagnes, vignobles, gastronomie, sites patrimoniaux ;
- S'offrir à toutes les envies : en famille, en amoureux, entre amis, en mode défi sportif ou hédoniste, un territoire qui se prête aux petits et grands défis de l'itinérance ;
- Combiner les pratiques sur tout ou partie d'un itinéraire ;
- S'immerger dans une histoire, un lieu, un paysage... grâce à des outils ludiques et innovants.
- >> A pied, à vélo, à cheval, à ski, en bateau ...l'itinérance est une AVENTURE inoubliable qui permet une AUTRE DECOUVERTE des pépites touristiques régionales.

# UNE ITINÉRANCE ÉCO-RESPONSABLE :

- S'adresser à une clientèle actrice de son séjour, et non spectatrice ;
- Développer une offre complète « sans ma voiture » : pour rejoindre les itinéraires, les pratiquer puis revenir à son point de départ ;
- Proposer une gamme complète de services à faibles émissions carbone : hébergements innovants, restauration en circuits courts, réduction des déchets...
- >> Avant, pendant, après, l'itinérance est un TOURISME DE TRANSITION qui minimise ses impacts environnementaux.

# II. APPROCHE CLIENTÈLES ET MARCHÉS







#### LES AFFINITAIRES

PROFIL & ATTENTES : pratiquants « classiques » des chemins de randonnée (clientèle aujourd'hui vieillissante et à renouveler) mais également clientèles plus jeunes en recherche de vacances à la fois « actives » (préoccupation de bien-être et santé) et de découverte d'un territoire et de ses acteurs.

#### Sous-segmentations:

- Les grands itinérants: réalisent plutôt des longs-séjours (touristes fluviaux, cyclistes, randonneurs / pèlerins).
- Les sportifs : ne recherchent pas nécessairement à réaliser un record en termes de kilomètres parcourus mais surtout à relever un défi, de par satechnicité ou sa renommée. Clientèles de niche : VTTistes, cavaliers, randonneurs aguerris.

### LES TOURISTES RESPONSABLES

<u>PROFIL & ATTENTES</u>: clientèles dotées d'une sensibilité écologique très marquée, qui souhaitent diversifier leurs vacances mais les mener en cohérence avec leurs convictions personnelles:

- Sens: minimisation de l'impact environnemental du séjour, valorisation des acteurs citoyens, participation à des actions locales (sciences participatives, chantiers collaboratifs...).
- Santé: fervents partisans des loisirs sains qui contribuent au bien-être (activités sportives de pleinenature et douces), découverte des productions locales, etc.
- Frugalité: à l'encontre du tourisme de masse, privilégient des destinations peu exposées avec des offres simples, accessibles, sobres. Intéressés par des offres plus confidentielles.

#### LES MICRO-VACANCIERS (LES VACANCIERS CHEZ EUX)

<u>PROFIL & ATTENTES</u>: à l'instar du manger local, clientèle qui souhaite voyager local, ses destinations de vacances sont proches de celles de son territoire de vie.

- En recherche d'authenticité et d'une découverte de leur territoire, d'expériences à la fois dépaysantes et sportives pour répondre à leurs besoins quotidiens d'évasion.
- Proches de l'offre, peuvent y accéder rapidement, être réactifs en fonction des conditions météorologiques, des animations ou évènements proposés, des tarifications et disponibilités...

#### Sous-segmentations:

- Les repeaters : reviennent plusieurs fois dans un intervalle court, sont déjà venus et souhaitent découvrir le territoire d'une autre manière.
- Les « micro-aventuriers » : jeunes urbains actifs adeptes d'aventures courtes, simples, locales et en pleine-nature.

Les micro-vacanciers sont par ailleurs de potentiels ambassadeurs des itinéraires auprès des clientèles « externes ».



<u>PROVENANCE</u>: France – Étranger (Europe ainsi que les marchés internationaux plus lointains tels que les Etats-Unis, l'Australie)

<u>PROVENANCE</u>: France – Étranger (nord de l'Europe: Pays-Bas, Belgique, Allemagne, ...)

<u>PROVENANCE</u>: Intra-région, ou grandes villes proches en ce qui concerne les microaventuriers (Paris / Lyon / Genève)



<u>TYPOLOGIE DE SÉJOURS</u>: Court-séjour – Long-séjour – Entre amis – En couple (notamment seniors) - Solo

<u>TYPOLOGIE DE SÉJOURS</u> : Long-séjour – En famille – En couple - Solo

TYPOLOGIE DE SÉJOURS : Plutôt des court-séjours. En famille – Entre amis – En couple – Solo



<u>PÉRIODE</u>: Tout au long de l'année avec une tendance affirmée sur les ailes de saison ou la saison hivernale (pour les affinitaires en lien avec l'itinérance sur neige)

**PÉRIODE**: Vacances scolaires

<u>PÉRIODE</u>: Week-ends et longs week-ends tout au long de l'année, hors saison estivale (printemps, automne, hiver)

# III. AXES STRATÉGIQUES

# DU POSITIONNEMENT AUX AXES STRATÉGIQUES

Un positionnement visant à faire de la Bourgogne Franche-Comté, à horizon 2025-2030, la terre d'excellence d'une itinérance touristique de sens, de diversité et éco-responsable.

L'incarnation de cette ambition nécessite de mobiliser différents leviers détaillés ci-après :

- Un préliminaire autour de la priorisation des itinéraires d'intérêt régional ;
- La mobilisation de l'intelligence collective au service de l'itinérance touristique ;
- · La structuration d'un réseau d'itinéraires ;
- · L'innovation autour de l'offre ;
- · L'excellence de l'accueil.

# ETAPE PRÉPARATOIRE

Une action préparatoire au schéma : **le maillage régional des itinéraires.** Elaboration de critères et d'une méthode de travail permettant de définir les itinéraires d'excellence d'intérêt régional, ainsi que les "nœuds" entre itinéraires.

# Objectifs:

- Définir les itinéraires éligibles au schéma régional de l'itinérance touristique.
- Orienter la structuration des infrastructures et des itinéraires vers un niveau d'excellence homogène.
- · Garantir la qualité globale des aménagements.
- · Accompagner le développement des services.



# MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE :

01

Elaboration d'une **grille de critères sélectifs** permettant un ciblage des itinéraires les plus emblématiques de l'offre régionale au regard du positionnement : sens, diversité, éco-responsabilité.

=> Animation d'un atelier de travail (septembre 2020) avec les départements et les EPCI.

# **EXEMPLES DE CRITÈRES:**

- Caractéristiques intrinsèques : structure et kilométrage, maillage avec d'autres itinéraires, aménagements existants, entretien, possibilité de multi-pratique ...
- Environnement global : accessibilité, diversité des paysages traversés et des sites touristiques à proximité, maturité de la gouvernance en place, etc.

02

Appel à candidature auprès des territoires pour identifier les itinéraires éligibles au titre d'itinéraires d'excellence d'intérêt régional et les nœuds entre itinéraires.

Les itinéraires identifiés comme des itinéraires d'excellence pourront être à la fois des itinéraires déjà bien structurés mais également des itinéraires en devenir ou émergents.

La sélection des itinéraires sera proposée par la Région, en lien avec ses partenaires, suite à l'analyse des grilles de critères fournis par les territoires ayant candidaté. 03

**Engagement triennal** de la Région auprès de ces itinéraires : le contrat d'itinéraire d'excellence régionale (axe stratégique 2 du plan d'action) et les réglements d'intervention.

MAITRISE D'OUVRAGE :

Région, pilote auprès des Départements et EPCI.

# RÉSEAU RÉGIONAL DES ITINÉRAIRES D'EXCELLENCE STRUCTURANTS ET DES ITINÉRAIRES MAILLÉS ET FEUILLE DE ROUTE POUR SA MISE EN ŒUVRE

Ce document constitue la troisième partie du schéma régional de l'itinérance touristique (SRIT).

Après le diagnostic par filières et le positionnement stratégique, il a pour objectifs de présenter :

- Le réseau régional des itinéraires d'excellence structurants et des itinéraires maillés ;
- La feuille de route permettant la mise en œuvre opérationnelle du schéma

REGION BOURGOGNE FRANCHE COMTE

Schéma régional de l'itinérance touristique Bourgogne-Franche-Comté

# onception graphique et réalisation 🙈 🗚 🖽

# I. LE RÉSEAU RÉGIONAL DES ITINÉRAIRES

# PREMIER NIVEAU D'ITINÉRAIRES

Un maillage d'itinéraires avec des possibilités de combinaisons et d'échappées multiples, développées autour de filières régionales, et de « hubs » touristiques.

= des itinéraires à **potentiel, en devenir**, que la Région souhaite soutenir dans le cadre de ses dispositifs d'intervention et du cluster régional de l'itinérance.

Ces itinéraires représentent des opportunités pour :

- Choisir son point de départ.
- Combiner les itinéraires / composer son propre parcours.
- Adapter les kilométrages en fonction des capacités/motivations/intérêts de chacun.
- Thématiser les parcours.

ITINÉRAIRE	ТҮРЕ	ENTRÉE			
V53	vélo	Variante Tour de Bourgogne à vélo (TBV), jonction TBV, Voie bleue			
V55 Voie des Flotteurs / Yonne	Vélo / fluvial				
Jurassic vélo tours	vélo	Multi-itinérance massif du Jura			
Tour du Jura vélo loisirs ou sport	vélo				
Jura du Grand 8	équestre				
GR59 (Vosges – Jura)	pédestre	Massif des Vosges			
Tour du Morvan à vélo / à cheval	vélo / équestre				
Sentier Bibracte-Alésia	pédestre	Multi-itinérance Morvan			
GR3	pédestre	Multi-itinérance Loire			
Loire-Allier en canoé-kayak					
Seille	Fluvial	Saône			
Chemins de Compostelle (hors GR654)	pédestre	Spiritualité			
Chemins de Cluny	pédestre				
GRP des Grands Crus	pédestre	Œnotourisme			
Via salina	pédestre	Patrimoine			
Route Européenne d'Artagnan	équestre				
+ autres itinéraires structurants d'intérêt régional inscrits dans le SRDTL					

Les outils pour le 1<sup>er</sup> niveau d'itinéraires : les dispositifs régionaux d'investissement et de fonctionnement (règlements d'intervention itinérance et valorisation voies navigables)

# réalisation 🚷 ATEMIA et Conception graphique

# DEUXIÈME NIVEAU D'ITINÉRAIRES

Niveau d'excellence : une armature d'itinéraires, développés autour d'éléments identitaires majeurs du territoire (et différenciants).

Canaux: Rhin-Rhône, Centre, Bourgogne, Nivernais

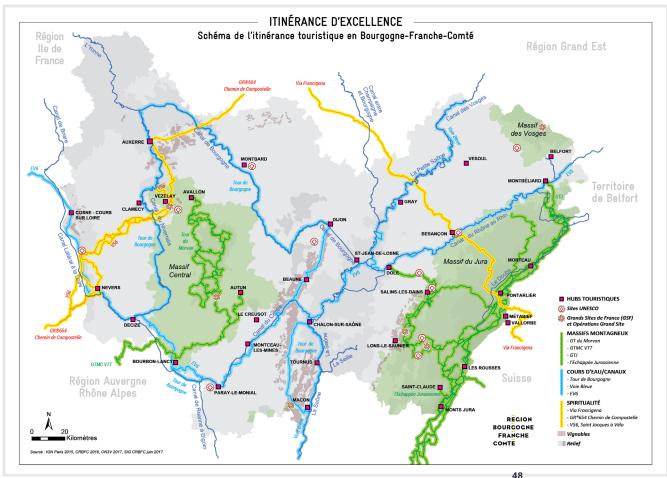
Cours d'eau : Loire, Saône, Yonne, Seille

Massifs: Jura, Morvan, Vosges

= des itinéraires d'excellence, emblématiques, que la Région s'engage à soutenir de manière privilégiée dans le cadre d'un contrat.

Ces itinéraires représentent des opportunités pour :

- Découvrir un massif / un cours d'eau en multi-activités (vélo, fluvial, pédestre, équestre) et dans le cadre d'une véritable « expérience » touristique (objectif à terme).
- Contribuer à l'attractivité globale du territoire régional en offrant des possibilités variées aux clientèles cibles (des affinitaires les plus « aguerris », aux touristes responsables et micro-vacanciers).
- · Accentuer les liens entre itinérance touristique et mobilité afin de minimiser les impacts environnementaux des déplacements.



L'outil pour les itinéraires d'excellence : le contrat d'itinéraire (cf. feuille de route ci-après)

EV6 en lien avec le canal Rhin-Rhône, le Canal du Centre et Loire Itinérances

Voie Bleue (V50) en lien avec la Saône

Tour de Bourgogne à vélo, en lien avec le Canal de Bourgogne, le Canal du Nivernais et le Canal du Centre

Montagnes du Jura : les GTJ (VTT, vélo, pédestre, équestre, nordiques) et l'Echappée jurassienne

Massif central: GTMC VTT et Tour du Morvan (GR13-E13)

De grandes traversées entre nature et spiritualité (en longeant cours d'eau, traversant massifs) : la Via Francigena (GR145) et le Compostelle (GR654 pédestre, V56 Saint-Jacques à vélo)

# II. LA FEUILLE DE ROUTE POUR LA MISE EN ŒUVRE DU SCHÉMA

Aux côtés du **contrat d'itinéraire**, ce plan d'actions doit permettre d'incarner l'ambition régionale en matière d'itinérance touristique en agissant sur plusieurs leviers :

- L'intelligence collective au service de l'itinérance : définition d'une gouvernance spécifique ;
- Une offre innovante et visible : excellence des outils de communication et de promotion ;
- Un client itinérant reconnu dans ses spécificités : excellence de l'accueil.

# DU POSITIONNEMENT AUX AXES STRATÉGIQUES

# **4 AXES STRATÉGIQUES**

AUTOUR DE LA GOUVERNANCE, DE L'OFFRE ET DES AMÉNAGEMENTS, DE LA COMMUNICATION ET DE L'ACCUEIL.

**DÉCLINÉS DANS 11 AXES OPÉRATIONNELS** qui donnent corps à la promesse de l'itinérance touristique en Bourgogne Franche-Comté.



# LES AXES STRATÉGIQUES ET OPÉRATIONNELS

	AXES STRATEGIQUES	AXES OPERATIONNELS		OPERATIONS
1	L'INTELLIGENCE COLLECTIVE AU SERVICE DE L'ITINÉRANCE: définition d'une gouvernance spécifique	Gouvernance régionale	1.1	Création et mise en œuvre du cluster régional de l'itinérance touristique
		Gouvernance spécifique par itinéraire	1.2	Appui à la création, mise en œuvre et suivi des comités d'itinéraires
		Observation spécifique à l'itinérance : suivi de la performance et des clientèles	1.3	Observation de l'itinérance touristique
		Appui au développement de solutions innovantes	1.4	Création et mise en œuvre d'un "itinérance lab"
2	UN RÉSEAU STRUCTURÉ D'ITINÉRAIRES	Des contrats de développement pour les itinéraires d'excellence	2.1	Contrats d'itinéraires
3	UNE OFFRE INNOVANTE ET VISIBLE excellence des outils de communication et de promotion	Un outil pour une itinérance innovant et visible : excellence des outils de communication et de promotion	3.1	Création d'un site web régional recensant l'ensemble des itinéraires d'excellence
		Un outil pour chaque itinéraire d'excellence	3.2	Centralisation des données sur l'application web progressive régionale pour chaque itinéraire d'excellence
		Un réseau d'ambassadeurs publics de l'itinérance	3.3	Mise en place d'un programme de parrainage des itinéraires
4	UN CLIENT ITINÉRANT RECONNU DANS SES SPÉCIFICITÉS : excellence de l'accueil	Une charte d'accueil pour les itinérants	4.1	Élaboration et diffusion de la charte d'accueil
		Formation des professionnels du tourisme à l'accueil des clientèles itinérantes	4.2	Mise en œuvre de formations à destination des acteurs
			4.3	Élaboration d'un guide de communication sur l'itinérance touristique à l'usage des acteurs du tourisme
		Culture de l'itinérance touristique chez les habitants du territoire	4.4	Élaboration de challenges autour de l'itinérance pour le grand public
			4.5	Élaboration d'offres à destination des scolaires

L'INTELLIGENCE
COLLECTIVE
AU SERVICE DE
L'ITINÉRANCE:
DÉFINITION D'UNE
GOUVERNANCE
SPÉCIFIQUE



# 1.1 - UNE GOUVERNANCE SPÉCIFIQUE AU NIVEAU RÉGIONAL : UN CLUSTER DE L'ITINÉRANCE TOURISTIQUE

### **SES OBJECTIFS:**

- Favoriser la rencontre de l'ensemble des acteurs de la chaîne de valeurs autour d'objectifs partagés et d'un référentiel commun :
  - Ancrer les partenariats publics / privés et le soutien aux prestataires;
  - · Offrir une offre complète et fluide aux clientèles.
- Impulser une **réflexion collective** pour faire évoluer l'itinérance touristique en Bourgogne-Franche-Comté.
- Développer les réseaux et les liens inter-filières.

#### **MISSIONS DU CLUSTER:**

- Leadership, animation, représentation de la filière, pilotage des sujets transversaux.
- Partage des bonnes pratiques et démarches en cours, en lien avec les comités d'itinéraires.
- Formation des acteurs et des filières et de liens publics / privés et échanges d'expérience.
- Appui à la performance de services et à la recherche d'innovation (structuration et accompagnement de l'offre)
- Structuration de l'observation territoriale (veille et information).
- Organisation de la communication et de la promotion avec l'appui technique du CRT.
- Suivi de la mise en œuvre du plan d'actions du schéma de l'itinérance touristique.

#### **SA COMPOSITION:**

 Un cercle de pilotage: une vingtaine de personnes représentant les différents membres du cercle opérationnel. La Région, les Départements, les ADT et le CRT sont membres de droit;

Un cercle opérationnel: CRT, ADT, VNF, acteurs publics et privés (prestataires de services et d'activités, hébergeurs, restaurateurs, agences de voyage, offices de tourisme, ...), les chefs de file des comités d'itinéraires, les associations (têtes de réseaux de l'itinérance, associations patrimoniales et culturelles...)

= le « nouveau » collectif de l'itinérance du CRT.

# 1.2 - APPUI À LA CRÉATION, MISE EN ŒUVRE ET SUIVI DES COMITÉS D'ITINÉRAIRES

### LEUR RÔLE :

- Pilotage de l'itinéraire: définition d'une stratégie de développement, d'un positionnement, d'objectifs partagés, de délais, de moyens, suivi des actions réalisées...
- Animation de l'itinéraire : organisation des groupes de travail, animation des instances, planification des évènements...
- Mise en œuvre du plan d'actions: suivi des réalisations et coordination des différentes thématiques (aménagements, services, promotion, communication...).
- Représentation de l'itinéraire : participation au cluster régional de l'itinérance touristique.

#### **LEURS MISSIONS:**

Les comités d'itinéraire ont en charge la gestion des contrats de développement sur les thématiques suivantes (cf. axe 2 / action contrat de développement des itinéraires) :

- Aménagements
- Services
- · Thématisation et expérience touristique
- · Promotion / communication.

## **LEUR COMPOSITION:**

- Chef de file : à définir parmi les membres.
- Comité de pilotage : Régions, Départements, intercommunalités (et leurs organismes satellites). Au sein du COPIL seuls les financeurs sont décisionnaires.
- Comités techniques: Aménagements / Services / Thématisation et expérience touristique – promotion. Composés de représentants « compétents » parmi les différents membres et pilotés par un responsable technique de la collectivité chef de file.
- · Autres partenaires: associations, UE, Etat

# 1.3 - OBSERVATOIRE DE L'ITINÉRANCE TOURISTIQUE

#### **SES OBJECTIFS:**

Dans le cadre de l'observation touristique régionale, **renforcement des données** relatives à l'itinérance touristique, répondant à un impératif de simplicité, lisibilité, utilité et adaptation aux spécificités du territoire.

Au-delà de la connaissance des caractéristiques principales des clientèles (fréquentation des itinéraires, nuitées en itinérance, typologie des clientèles, satisfaction, notoriété des itinéraires...), il s'agit également d'identifier et comprendre les attentes des clientèles, les tendances afin de pouvoir anticiper les changements et proposer une offre d'itinérance qui permette à la Bourgogne-Franche-Comté de conforter son ambition de leadership et de maximiser les retombées pour le territoire.

# 1.4 - CRÉATION ET MISE EN ŒUVRE D'UN « ITINÉRANCE LAB »

#### **SES OBJECTIFS**:

En lien avec le cluster régional, création d'un réseau d'innovation dédié à l'itinérance touristique :

- Favoriser le **partage d'expériences** (essaimer des projets vertueux venus d'ailleurs, booster les projets existants);
- Faire émerger de nouveaux projets innovants à fort potentiel ;
- Accompagner les porteurs de projets (territoires et entreprises) au travers de méthodes créatives;
- Etablir des **partenariats** avec les entreprises locales, les universités, le monde de la recherche ;
- Organiser des **ateliers techniques**, des **conférences** qui permettent aux start-ups et aux professionnels du secteur de se rencontrer régulièrement.

UN RÉSEAU STRUCTURÉ D'ITINÉRAIRES



Un contrat entre la Région et la gouvernance des itinéraires (chef de file plus collectif d'acteurs) dont les objectifs sont :

- De préciser les interventions permettant d'arriver à un niveau de conformité maximal ainsi que le soutien apporté sur le plan financier et de l'ingénierie.
- D'engager des **actions d'amélioration des points forts** ou de **résorption des points noir**s prioritaires (sur les opérations éligibles).
- De définir les **engagements** de chacune des parties prenantes pour l'atteinte des objectifs, dans une logique « gagnant-gagnant ».

Exemples d'opérations à engager (en complément des opérations aidées au 1er niveau ) :



#### **AMÉNAGEMENTS**

Continuité des itinéraires

-

**Entretien** 

-

Portes d'accès et de départ



#### **SERVICES**

Hébergement et restauration

-

Services spécifiques à l'itinérance

-

Eco-responsabilité



# THÉMATISATION ET EXPÉRIENCE TOURISTIQUE

Conception d'expériences touristiques et mise en tourisme générique de l'itinéraire

-

Gamme de supports novateurs



#### **PROMOTION**

Site web

-

Animation

-

Communication évènementielle



UNE OFFRE
INNOVANTE
ET VISIBLE:
EXCELLENCE
DES OUTILS DE
COMMUNICATION
ET DE PROMOTION

3.1 - CRÉATION D'UN SITE WEB RÉGIONAL RECENSANT L'ENSEMBLE DES ITINÉRAIRES D'EXCELLENCE - UN OUTIL POUR UNE ITINÉRANCE « CLÉ EN MAIN POUR LE VISITEUR »

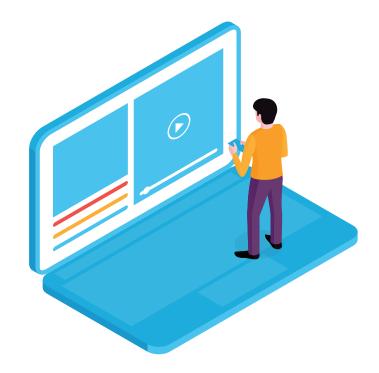
#### **SES OBJECTIFS:**

- Centraliser les informations relatives aux possibilités de pratiques itinérantes et ainsi faciliter l'organisation du séjour pour les clientèles(avant, pendant et après leur itinérance sur le territoire régional).
- Optimiser les outils numériques marchands existants permettant une itinérance touristique fluide.
- Disposer d'une réelle visibilité numérique via des plateformes reconnues (une « porte d'entrée » se faisant le relais des campagnes de promotion).

# 3.2 - CENTRALISATION DES DONNÉES SUR L'APPLICATION WEB PROGRESSIVE RÉGIONALE POUR CHAQUE ITINÉRAIRE D'EXCELLENCE

### **SES OBJECTIFS**:

- Promouvoir et apporter de l'information de manière fluide et coordonnée sur les itinéraires d'excellence via tous les supports (ordinateurs, tablettes, smartphones).
- Rendre visibles numériquement les itinéraires au travers d'un seul univers graphique et sur un lieu centralisé.
- Décloisonner les informations relatives aux possibilités de pratiques et ainsi faciliter l'organisation du séjour.



# 3.3 - MISE EN PLACE D'UN PROGRAMME DE PARRAINAGE DES ITINÉRAIRES

#### **SES OBJECTIFS:**

Assurer la promotion de l'itinérance en Bourgogne Franche-Comté et ses bonnes pratiques auprès des néopratiquants et des affinitaires :

- rendre visible auprès du grand public l'itinérance en Bourgogne-Franche-Comté;
- séduire les clientèles régionales ne pratiquant pas encore l'itinérance mais sensibles aux positions et modes de vie des personnalités /influenceurs sélectionnés.

UN CLIENT ITINÉRANT RECONNU DANS SES SPÉCIFICITÉS :

EXCELLENCE DE L'ACCUEIL

# 4.1 - UNE CHARTE D'ACCUEIL POUR LES ITINÉRANTS

## **SES OBJECTIFS:**

- Incarner l'hospitalité comme valeur identitaire du territoire sur toutes les strates de l'activité touristique.
- Homogénéiser l'accueil des clientèles par les prestataires au contact direct des itinérants.
- Promouvoir les valeurs d'un tourisme en transition auprès des professionnels.
- Éveiller les professionnels du tourisme à accueillir de manière privilégiée les itinérants.

# 4.2 - MISE EN ŒUVRE DE FORMATIONS À DESTINATION DES ACTEURS

#### **SES OBJECTIFS:**

- Favoriser l'accueil qualitatif, l'humain, le partage, les échanges entre les professionnels touristiques et de l'itinérance (BtoB) et leurs clientèles (BtoC).
- Améliorer la connaissance du territoire par les professionnels.
- Proposer des formations s'adaptant aux différents niveaux de connaissance de l'itinérance par les pros.

# 4.3 - ÉLABORATION D'UN GUIDE DE COMMUNICA-TION SUR L'ITINÉRANCE TOURISTIQUE À L'USAGE DES ACTEURS DU TOURISME

#### **SES OBJECTIFS:**

- Homogénéiser les communications relayées par les professionnels auprès des clientèles touristiques pour garantir la cohérence des messages.
- Faciliter le travail des acteurs en charge de la communication / promotion.
- · Améliorer la lisibilité de l'itinérance régionale.

# 4.4 - ÉLABORATION DE CHALLENGE AUTOUR DE L'ITINÉRANCE POUR LE GRAND PUBLIC

#### **SES OBJECTIFS**:

- Séduire les clientèles régionales ne pratiquant pas encore l'itinérance et développer une culture de l'itinérance touristique chez les habitants du territoire.
- Développer une culture vélo / rando / bateau chez les Bourguignons-Franc-Comtois.
- Sortir des discours institutionnels avec des supports et programmes d'animation innovants pour favoriser la connaissance des itinéraires par les habitants de la région : placer les usagers au cœur des opérations de sensibilisation et communication pour en faire des ambassadeurs de la destination.

# 4.5 - ÉLABORATION D'OFFRES À DESTINATION DES SCOLAIRES

#### **SES OBJECTIFS:**

- Favoriser la connaissance des itinéraires par les habitants de la région (scolaires).
- Séduire les clientèles régionales ne pratiquant pas encore l'itinérance.

# **CONTACT RÉGION**

contact. tour is me@bourgognefranchecomte. fr

REGION
BOURGOGNE
FRANCHE
COMTE