Parc naturel régional du Luberon

Réserve de BIOSPHERE LUBERON

Geoparks

Réserve Naturelle géologique LUBERON

Etude financée par :

Région PACA — CONSEIL GÉNÉRAL ALPES DE HAUTE-PROVENCE — Département de VAUCLUSE

ÉVALUATION DES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES DU TOURISME À VÉLO

Document de synthèse

au 13 décembre 2007

Etude réalisée par :

GéoSystème

ALTERID INGENIERIE & DEVELOPPEMENT

Carto-Graphic — La cartographie au service de vos projets

Partenaires techniques :

conseils & accompagnements pour un tourisme durable — érable

Vélo Loisir en Luberon

Contexte

Développement d'un tourisme durable :

La Charte du Parc naturel régional du Luberon prend en compte le vélo à la fois comme mode de déplacement « doux » et comme porteur de l'économie touristique.

Le Parc est membre de la Charte Européenne du Tourisme Durable (CETD) dans les espaces protégés depuis 2001. Il a pour stratégie d'organiser et de développer un tourisme à forte valeur touristique ajoutée, qui préserve et valorise l'environnement du territoire.

Luberon « destination vélo » :

De nombreux kilomètres d'itinéraires touristiques à vélo ont été mis en place depuis 1997. La mise en réseau des acteurs a favorisé la promotion du Luberon en tant que destination phare du tourisme à vélo.

Aujourd'hui, il y a nécessité de disposer de nouvelles données sur l'économie touristique du vélo, afin de **connaître le poids économique du tourisme à vélo et de prendre les décisions nécessaires à l'amélioration et à la réalisation d'équipements adaptés.**

Objectifs quantitatifs de l'étude :

- Mesurer le poids de la filière du tourisme à vélo dans l'économie locale et ses impacts économiques sur le territoire et chez les prestataires.
- Évaluer le poids des investissements publics en matière d'aménagement, d'équipements et de services pour le tourisme.

Objectifs qualitatifs de l'étude :

- Appréhender des clientèles actuelles et potentielles de la zone Luberon, compte tenu des études déjà réalisées et des évolutions récentes.
- Évaluer l'implication des collectivités locales, professionnels et acteurs locaux, dans l'orientation du tourisme à vélo (partenariat public/privé).

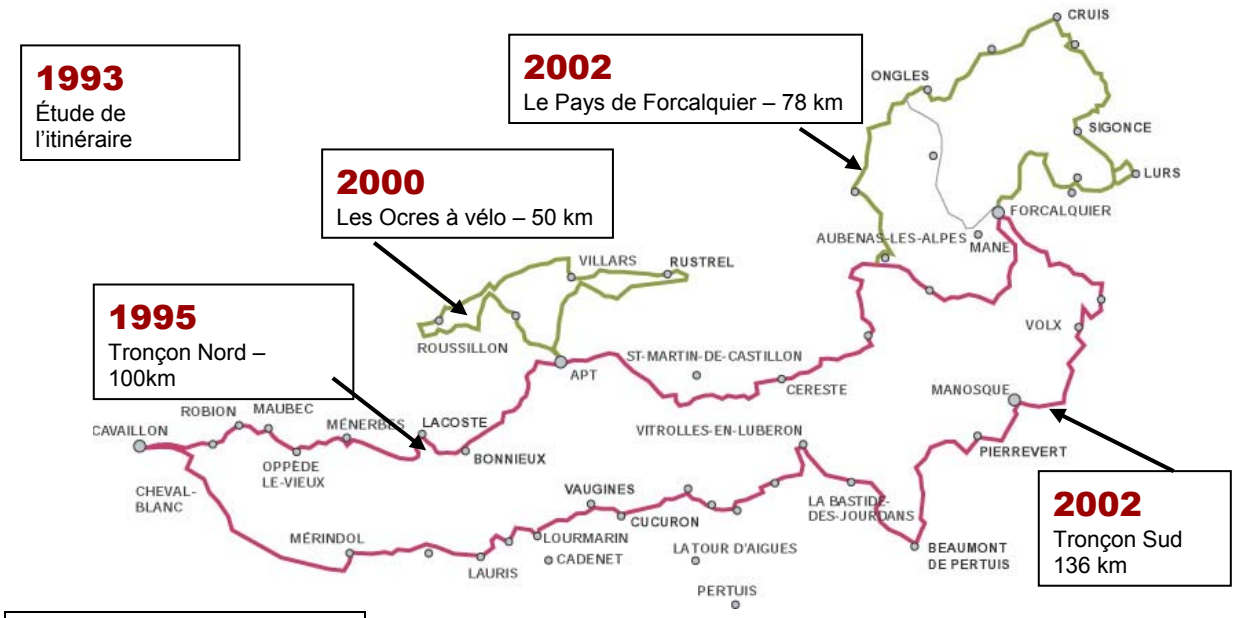
Les dispositifs (*du 1er juin au 31 octobre 2007)*

- **Enquête clientèle (1100 personnes touchées) en face à face sur site et par questionnaire auto-administré :**
  - **103 face à face sur site** ; 1 enquêtrice, 15 jours d'enquête entre Juin et Octobre 2007, 12 lieux
  - **223 questionnaires auto-administrés** ; à disposition des clients dans les Offices de Tourisme, les hébergements, loueurs du vélo, etc. : questionnaires.

- **Consultation de socioprofessionnels via Internet (58 établissements) :** questionnaires adressés tous les 15 jours via un logiciel libre sur Internet.

- **Relevé quantitatif de la fréquention sur site par écocompteurs® :** 2 dispositifs.

L'historique des aménagements



A partir de 2004 :
Projet Véloroute du Calavon
(Conseil Général de Vaucluse)

Trois itinéraires pour un total de **356 km :**

- **un réseau de voies secondaires à très faible fréquentation,** à partager avec les véhicules à moteur sur 90 % de sa longueur (espace sécurisé par endroits).

- **des itinéraires fléchés** dans les deux sens et ponctués de **Relais Information Services.**

1995 – 2007 : Quelques données clés (MO Parc)

- ✓ **1995 à 2006 :** aménagements structurants pour un coût global de 1 500 000 €
- ✓ **1996 :** contribution au développement du réseau Vélo Loisir en Luberon
- ✓ **1997 – 1998 :** enquête de fréquentation sur l'itinéraire « Cavaillon – Apt – Forcalquier » - 100 km
- ✓ **2005 :** réalisation de 24 fiches de parcours découvertes à vélo non fléchés par Vélo Loisir en Luberon pour étoffer l'offre à la journée
- ✓ **Mai 2005 :** forum « Aménager pour les déplacements à vélo » - Présentation d'équipements connexes aux itinéraires aux élus et techniciens du PNR
- ✓ **2005 – 2006 :** pré-étude pour le prolongement de la véloroute entre Saint Martin de Castillon et Rians (83) par les Alpes de Haute-Provence.
- ✓ **Mai 2006 :** étude sur la pérennisation et le développement des itinéraires

Pour mémoire

- **Décembre 1998 : Schéma National des Véloroutes et Voies Vertes**
- **Octobre 2001 : Schéma directeur des équipements cyclables de Vaucluse**
- **Mars 2007 : Schéma Régional d'Orientation des Véloroutes et Voies Vertes**

Les pratiquants interrogés

Un touriste à vélo qui est largement dominant et qui est **majoritairement masculin *(66 %)* mais qui se féminise *(34 %).***

Un tourisme à vélo qui attire une nombreuse clientèle étrangère dont la part est en augmentation ces dernières années : ***54 % des touristes à vélo sont étrangers.***

Des touristes à vélo à fort pouvoir d'achat de plus en plus nombreux : ***41 % des touristes sont des cadres supérieurs et professions libérales.***

Des touristes à vélo **très majoritairement en couple ou en petit groupe** et rarement accompagnés d'enfants.

Quelques enseignements

- Une clientèle atypique au regard des clientèles départementales : **un besoin de prestations de qualité et adaptées.**
- Une part importante de CSP + : **une clientèle à fort pouvoir d'achat.**
- **Une part importante de clientèle étrangère qui dépense plus** que la clientèle française.

Les motivations et l'organisation du séjour des pratiquants interrogés

Un touriste à vélo qui vient dans le Luberon d'abord pour faire du vélo en organisant lui-même son séjour. ***Pour 29 %, la pratique du vélo constitue la principale motivation de séjour en Luberon.***

Quelques enseignements

- Un touriste à vélo qui fonctionne beaucoup par le bouche-à-oreille : **un client à satisfaire pour en faire le meilleur vecteur de communication.**
- Un touriste à vélo qui organise lui-même son séjour grâce à Internet : **une communication Internet dédiée au voyage à vélo à développer.**

Les pratiques des usagers interrogés

Un touriste à vélo qui pratique très régulièrement le vélo et vient dans le Luberon en voiture avec son vélo : *57 % des pratiquants font du vélo plusieurs par semaine.*

Un touriste à vélo qui fait beaucoup de vélo lors de son séjour ; pour se promener *(54 %),* pour l'itinérance *(22 %),* pour faire du sport *(20 %).*

Une pratique qui contribue à l'étalement de la saison touristique avec une fréquentation assez forte à l'année.

Quelques enseignements

- Une importance des séjours hors saison : **une fréquentation plus étalée sur l'année.**
- Une clientèle qui vient principalement en voiture : **un potentiel à développer autour des transports combinés** (ex: train + bus ou taxi + vélo).

Les motivations et l'organisation du voyage à vélo des pratiquants interrogés

Un touriste à vélo qui consulte de plus en plus **Internet pour organiser lui-même son itinéraire *(18 %).***

La Provence, une destination majeure du tourisme à vélo en France **commercialisée par 40 Tours-Opérateurs** *(22 hors Europe, 17 Français et 11 européens).*

Quelques enseignements

- Internet qui devient le principal outil d'informations : **une communication Internet dédiée au voyage à vélo à renforcer.**
- Des AV et TO qui misent de plus en plus sur l'activité « tourisme à vélo » : **une démarche commerciale à renforcer** pour positionner la destination Luberon en Provence sur le marché du tourisme à vélo.

Les satisfactions et insatisfactions exprimées par les pratiquants interrogés

Un touriste à vélo **satisfait des tracés des itinéraires** *(90 %)* **et des paysages** *(96 %).*

Un touriste à vélo **insatisfait des équipements sur les itinéraires** :
points d'eau 62 %, panneaux d'informations 30 %, qualité de revêtement 25 %.

Quelques enseignements

- Un sentiment d'insécurité : **des aménagements de mise en sécurité et des actions de sensibilisation à faire.**
- Un niveau de services dédiés satisfaisant mais **des services aux publics à développer** : points d'eau, petits équipements, transport public…
- Des parcours bien définis mais **une qualité des revêtements et des dispositifs d'information à améliorer.**

Les consommations des pratiquants interrogés

Un touriste à vélo qui utilise essentiellement **l'hébergement marchand** ***(85 %)*** :
47 % en camping, 19 % en hôtel et 15 % en chambres d'hôtes.

Un touriste à vélo qui consomme beaucoup de **produits locaux le midi** ***(24 %)***
et qui n'hésite pas à aller au **restaurant le soir** ***(36 %).***

Un touriste à vélo qui découvre le territoire **en dégustant les produits locaux** ***(16%)***
et **en réalisant des achats** ***(14%).***

Un touriste à vélo qui n'hésite pas à **acheter des services : *24 % location de vélos, 16% de portage de bagages.***

Un touriste à vélo qui profite de son séjour pour **visiter des sites culturels payants : *12% monuments, 7% musées.***

Les retombées économiques annuelles directes et indirectes *(premières estimations d'après les données actuelles)*

Ensemble des touristes à vélo : 8 031 624 €
dont **4 497 710 €** par les touristes qui sont venus spécialement pour faire du vélo.

Ensembles des autres pratiquants vélo* : 866 429 €
** résidents du territoire du Parc et excursionnistes (pratiquants qui passent une journée sur le territoire sans hébergement)*

Quelques enseignements

- Une pratique à vélo qui engendre des retombées économiques importantes : **près de 8,9 millions d'euros de retombées annuelles directes et indirectes.**
- Un touriste à vélo qui dépense plus que la moyenne : **61,80 € par jour et par touriste à vélo** contre 44,60 € de dépense touristique moyenne.
- Une pratique à vélo qui concerne aussi la population locale : **une activité qui contribue à la qualité de vie des habitants du Luberon.**

Les axes possibles d'intervention

Équipements et infrastructures
- ✓ Mise en sécurité des itinéraires
- ✓ Qualité du revêtement
- ✓ Équipements locaux : points d'eau…
- ✓ Signalétique (départ et jalonnement)

Communication, promotion et sensibilisation
- ✓ Développement d'un site Internet dédié au vélo
- ✓ Sensibilisation des publics (pratiquants, scolaires, automobilistes…)
- ✓ Développement des offres de séjours vélos

Développement de services
- ✓ Démarche qualité : accueil adapté et sur mesure
- ✓ Renforcement du réseau de professionnels
- ✓ Transports combinés (train + bus ou taxi + vélo)

Évaluation et prospective
- ✓ Pérennisation de l'outil d'évaluation
- ✓ Étude tendance clientèle
- ✓ Veille économique