



Feuille de route itinérance douce 2022-2024

Contexte



Tourisme durable



Itinérances douces



Nautisme



Patrimoines



L'itinérance douce : une des quatre thématiques du positionnement marketing acté en janvier 2021

Une écriture de feuille de route lancée en juin

A quelle problématique doit répondre la feuille de route ?

1. Itinérance douce :

Quelle acceptation retenir pour être en phase avec les cibles de l'Agence ?



Les partenaires de l'Agence



Habitants, touristes en séjour et résidence secondaire

2. Quelle sera la place de l'itinérance dans nos 4 ambitions ?



Observer



Accompagner



Mettre en réseau



Promouvoir

Philosophie des préconisations

1. Être cohérent avec le positionnement marketing et la feuille de route tourisme durable (*sobriété carbone, équité territoriale, accessibilité, retombées économiques locales, santé publique, favoriser les contacts Homme/Nature*)
2. S'inscrire en complémentarité avec le Département, la Région, l'ensemble des collectivités locales, les associations breilliennes et les fédérations très structurées (ex : Comité départemental de randonnée pédestre ou de cyclotourisme....)
3. Proposer une feuille de route en deux temps:
 - Temps 1 : définition des orientations pour les pratiques pédestres et cyclo
 - Temps 2 : définitions des orientations pour les pratiques équestres et nautiques
4. Faire des préconisations à ressources constantes

Définition retenue de l'itinérance

Définition officielle

Le tourisme itinérant consiste à parcourir un itinéraire en plusieurs étapes sur au moins **deux nuitées dans deux hébergements différents**. Faire du tourisme itinérant, c'est se déplacer sur un ou des itinéraires bien dessinés, en bénéficiant le soir, à l'étape, d'un hébergement, d'un accueil et de services adaptés.

Revue Espace

Préconisation pour l'Agence :

ne pas se restreindre à cette acception qui omet une grande part des pratiques de la cible
« habitants » et « corporate »

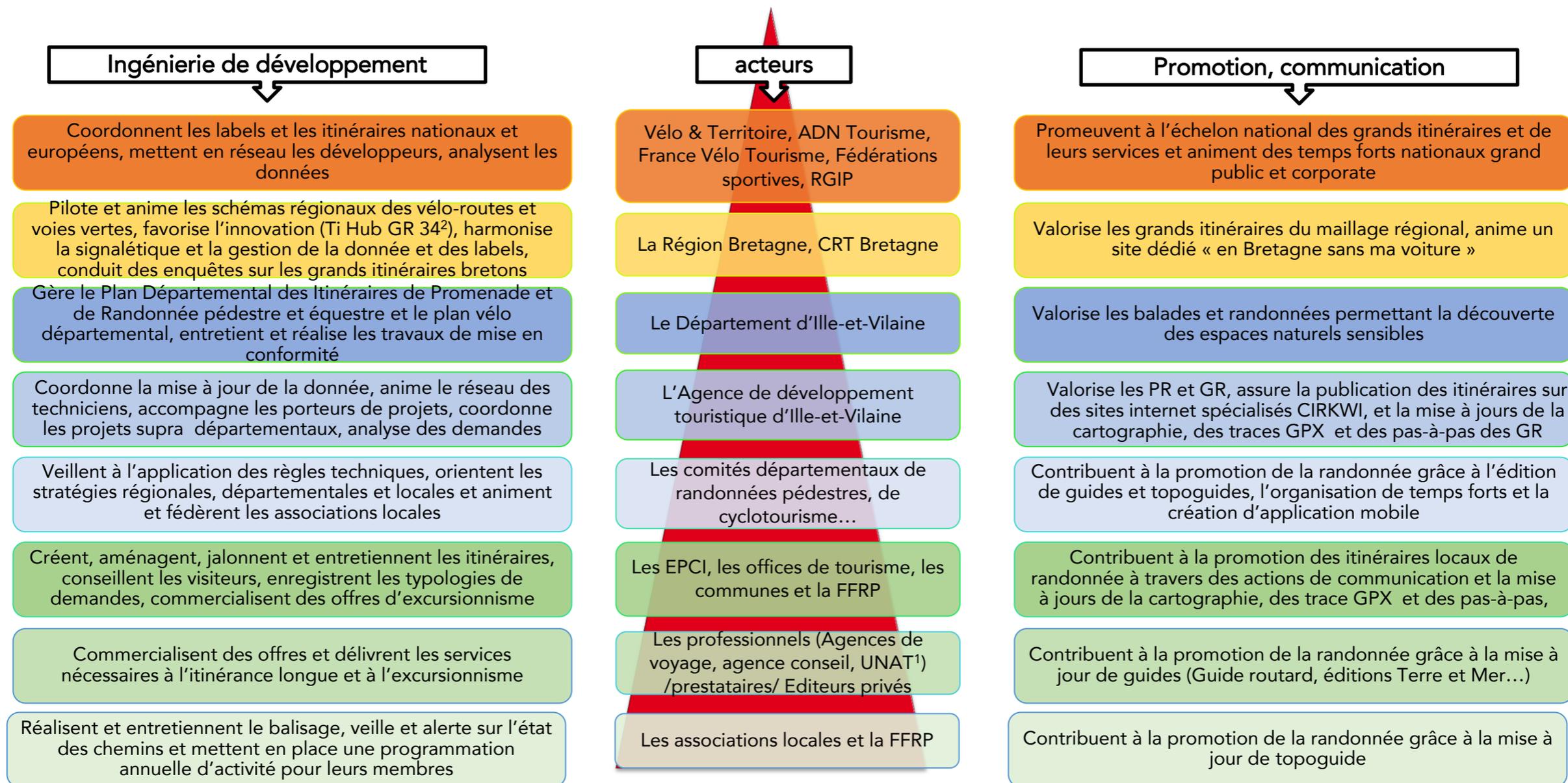
Définition proposée pour l'Agence :

L'itinérance douce englobe toutes les formes de tourisme et « **d'excursionnisme** » itinérant au moyen de mobilités douces, c'est-à-dire non motorisées. Il s'agit de partir à la découverte des territoires sur **un itinéraire défini**, en se déplaçant à pied, à vélo, à cheval, en kayak, en bateau à voile ou encore à dos d'âne, à trottinette, le temps **d'un après-midi, d'une journée ou de plusieurs jours**.



Etat des lieux

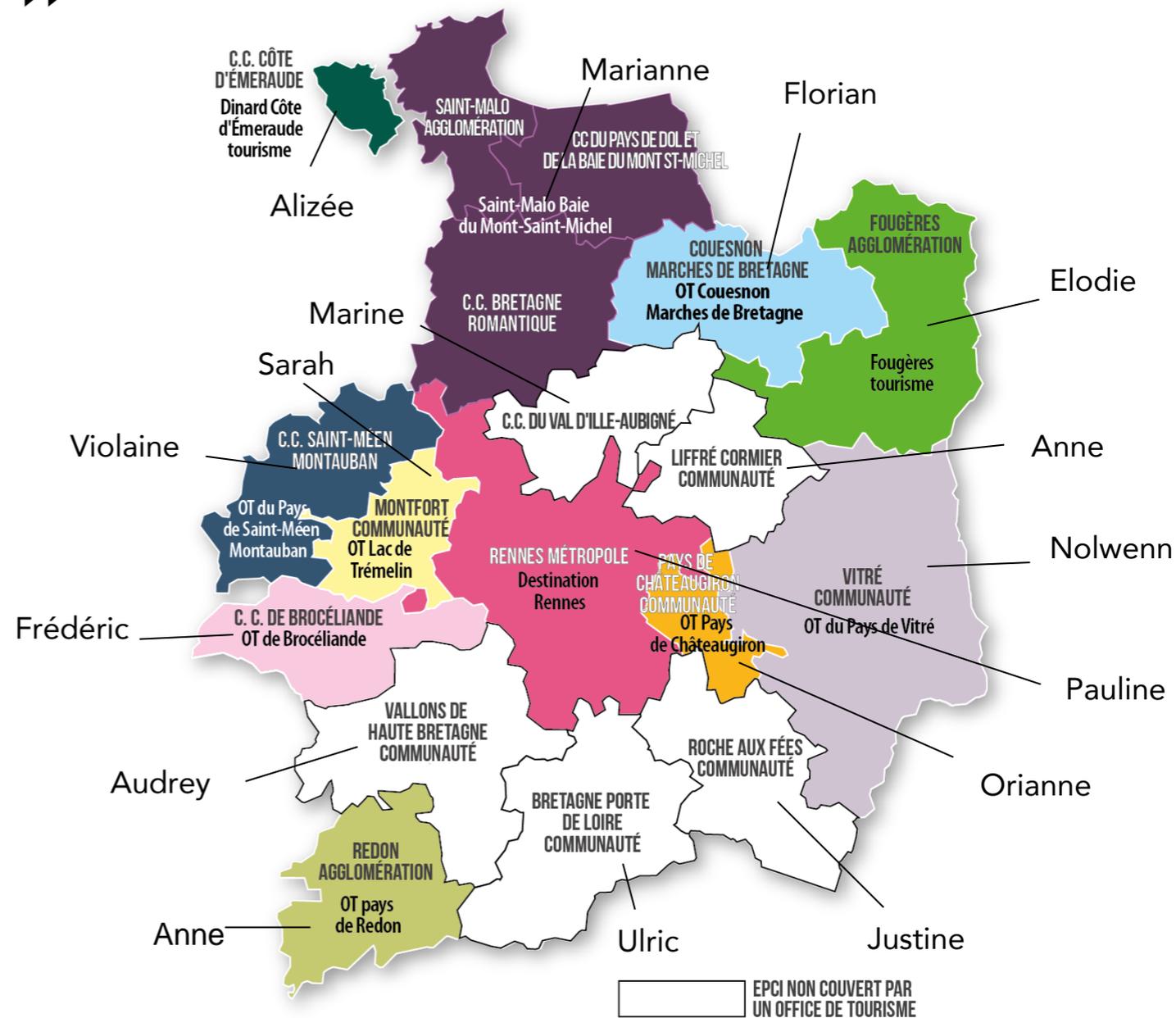
Définition retenue de l'itinérance



Référents « rando » des territoires

Des référents « rando » bien répartis sur l'ensemble du territoire au sein des EPCI mais un besoin de mise en lien

18 ÉTABLISSEMENTS PUBLICS DE COOPÉRATION INTERCOMMUNALE
11 OFFICES DE TOURISME





Des chiffres

2ème département français pour ses aménagements cyclables avec :

- 400 itinéraires de randonnée
- 3150 km d'itinéraires cyclables
- 4907 km de sentiers pédestres
- 4419 km de sentiers équestres

Un territoire disposant d'atouts pour favoriser les mobilité douces

- Une ligne et 3 gares TGV, 10 lignes de trains
- une gare portuaire européenne
- 162 communes desservies en bus

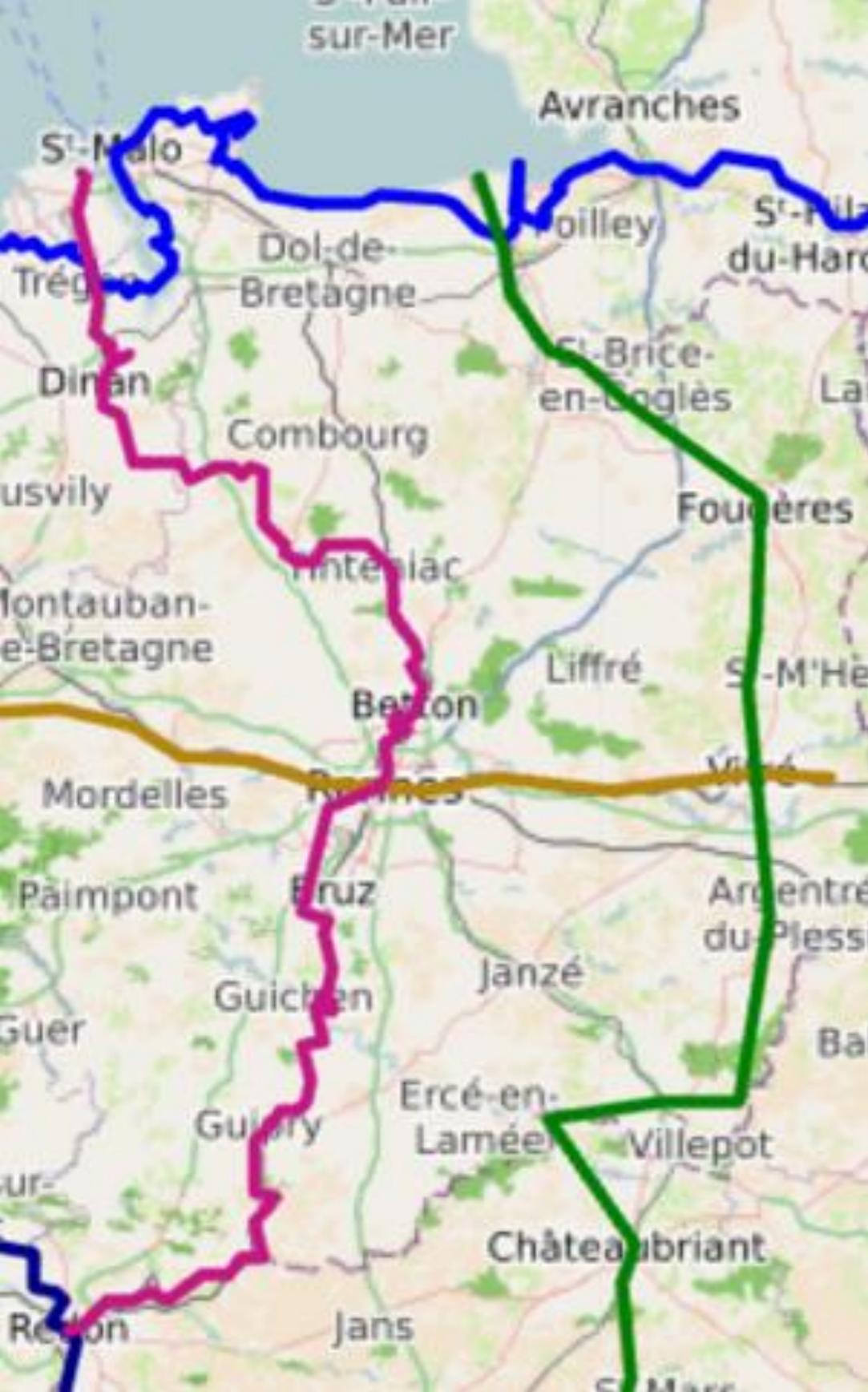


Des chiffres

Une labellisation encore trop timide, concentrée sur la frange littorale et les hébergements et des pôles de services innovants encore peu développés :

- 53 Accueil Vélo
- 39 hébergements Etape Rando Bretagne
- 5 Rando Accueil
- 1 circuit classé Tourisme et Handicap
- 3 bases de VTT labellisées par la FFC
- 7 itinéraires de Grandes Randonnées : GR®34, GR®37, GR®39, GR®38, GR® de liaison GR®34/GR®37, GR® du Pays Malouin, GR® du Pays de Brocéliande
- 83 associations de randonnée pédestre et de 5 800 licenciés avant la crise sanitaire
- 3 Territoires Vélo





Des points de repère : les grands itinéraires vélo d'Ille-et-Vilaine

De grands itinéraires homogènes sur l'ensemble du territoire de l'Ille-et-Vilaine.

Les EuroVélo : dimension européenne

- **La Vélomaritime** de Roscoff à Dunkerque : mise en tourisme à travers un comité d'itinéraire
- **La Vélodyssée** : mise en tourisme à travers un comité d'itinéraire

Les itinéraires inter-régionaux passant par l'Ille-et-Vilaine :

- **La V42** : Saint-Malo à Arzal
- **La V6** : Camaret à Vitré : ne dispose pas d'aménagement en Ille-et-Vilaine
- **La V9** : Mont-Saint-Michel à Nantes : mise en tourisme à travers un comité d'itinéraire coordonné par l'Agence

Des points de repère : les grands itinéraires pédestres d'Ille-et-Vilaine



- Sentiers labellisés par la Fédération Française de Randonnée Pédestre :
 - 5 Grandes Randonnées (800 km) : GR®34, GR®37, GR®39, GR®38, GR® de liaison GR®34/GR®37
 - 2 Grandes randonnées de Pays (200 km): GR® du Pays Malouin, GR® du Pays de Brocéliande
- Autres sentiers
 - Les chemins de Saint-Jacques de Compostelle

- GR®34
- GR®39
- GR®37
- GR Pays Tour du pays Malouin
- GR Pays Marches de Bretagne
- GR Pays Brocéliande
- Liaisons

Vélo & Territoires

1330 compteurs

1. Totem 73 boulevard de Sébastopol	2 671 421
2. Totem 64 Rue de Rivoli	2 261 048
3. Bordeaux Pont de Pierre	1 941 815



Des comptages déjà partiellement disponibles

137 éco-compteurs sont installés en Ile-et-Vilaine par l'entreprise Eco-compteur.

La capitalisation des données est en cours avec les multiples propriétaires.

Usages

- Une pratique tout au long de l'année
 - Un marché en pleine expansion
 - Des clientèles de proximité
- Des retombées économiques significatives (50€ à 90€ par personnes pour l'itinérance longue)
 - Une activité de plus en plus concurrentielle
- Des clientèles autonomes pour réserver et planifier leur séjour en itinérance (5 à 10% des itinérants ont recours à un TO ou agences)

Marketing de l'offre

- Valoriser le caractère vertueux de la mobilité douce
 - Avoir une communication pragmatique
- Profiter des temps de loisirs pour démontrer la facilité de l'usage, y compris pour les trajets utiles

Le numérique

- Orienter la communication en répondant aux besoins des usagers
 - Rendre le contenu et les services accessibles à tous pour consulter, réserver, acheter, partager via les nouveaux outils et plateformes



Préconisations



Observer

Objectif 1 : Mettre en œuvre les conditions d'observation de l'itinérance et d'évaluation de la stratégie



- Profiter de l'étude de fréquentations et des profils de clientèles reconduite par le CRT en 2023 pour appréhender les freins et les besoins de la clientèle sur le territoire breillien
- Mettre en place une plateforme d'observation globale à l'échelle de l'Ille-et-Vilaine sur la base de données consolidées sur les itinéraires identifiés comme prioritaires et ainsi :
 - Analyser et comparer la donnée des compteurs
 - Former les propriétaires d'éco-compteurs à la n'analyse de leurs données
 - Valoriser l'analyse globale de la donnée dans le cadre de notes de conjoncture trimestrielles
 - Informer les propriétaires en cas d'anomalie
- Accompagner ainsi la stratégie des territoires et des porteurs de projet grâce à la maîtrise d'une donnée fiable



Accompagner

Objectif 2 : Coordonner la mise en tourisme des itinéraires supra départementaux



- Accompagner et coordonner la mise en tourisme de l'itinéraire V9
- Poursuivre la mise en œuvre de la convention EV4 Vélomaritime
- Accompagner la déclinaison pédestre et cyclable de la traversée moderne d'un vieux pays de Nantes au Mont saint-Michel - PEDESTRE et CYCLABLE et plus globalement la mise en tourisme de la V42



Accompagner

Objectif 3 : Renforcer le déploiement des labels qualités et contribuer aux bonnes pratiques des territoires



Définir une stratégie de labellisation pour chaque territoire et la mettre en œuvre

- Objectif Accueil Vélo : 20 nouveaux labellisés en 2 ans, notamment dans la catégorie « site touristique/de loisirs »
- Objectif Etape rando : développer l'offre le long des grands itinéraires de randonnées
- Identifier les services répondants aux cahiers des charges des labels mais ne souhaitant pas rentrer dans une démarche de classement/référencement

Accompagner les territoires dans le déploiement de services et de pôles de services innovants en s'appuyant sur l'expertise interne, les outils de veille nationaux et la cellule d'innovation régionale « Ti Hub »



Accompagner

Objectif 4 : Proposer des services innovants en adéquation avec la stratégie 2019-2024 de l'Agence



- Concevoir et déployer une déclinaison du dispositif « Trésors de Haute Bretagne » aux pratiques du cyclotourisme
- Favoriser les dialogues et les synergies entre la feuille de route « itinérance » et la feuille de route « tourisme pour tous » en cours d'écriture.
- Développer la labellisation « Tourisme et Handicap » des petites boucles ou le concept « balades à roulettes » de la FFRP
- Multiplier les partenariats innovants avec toutes les sociétés de transport pour favoriser les pratiques intermodales moins polluantes : exemple partenariat avec Breizh Go

Mettre en réseau

Objectif 5 : Animer, conseiller et accompagner un réseau de partenaires (partenaires institutionnels, prestataires, agences de voyage...)



Animer un réseau des partenaires de l'itinérance et de techniciens référents des territoires :

- Instituer des rendez-vous réguliers pour connaître les besoins des territoires, favoriser les retours d'expériences et faire le bilan annuel de la stratégie itinérance
- Faciliter l'accès à des formations aux prestataires labellisés et référencés : cultiver leurs connaissances et les sensibiliser à la communication des labels
- Accompagner la saisie, la mise à jour de la donnée « itinérante » via le système d'information touristique Tourinsoft et la maintenance technique pour disposer d'une information exhaustive, à jour et de qualité





Mettre en réseau



- Favoriser l'interconnaissance : renforcer les liens et la cohérence des actions entre les stratégies nationales, régionales et départementales
- Renforcer la collaboration avec les comités et fédérations départementales, régionales et nationales
- Connaître et favoriser le dialogue avec les professionnels en collaboration avec les offices de tourisme



Mettre en réseau

Objectif 6 : Amplifier la communication « corporate » pour accompagner la mise en tourisme des grands itinéraires



L'Agence est un acteur clé pour permettre l'appropriation et la connaissance des grands itinéraires auprès des offices de tourisme, des sites et lieux de visite, des prestataires de services (hébergements, restauration).

Il est donc proposé de :

- Fournir des outils pour permettre aux socio-professionnels de valoriser et donner une plus-value de leur offres commerciales à proximité des grands itinéraires avec la collaboration des partenaires

Promouvoir

Objectif 7.1 : déployer une communication valorisant les itinéraires départementaux auprès des habitants : consolider les process actuels



L'Agence poursuit actuellement la refonte de la promotion des balades et randonnées à budget constant (print et web). L'Agence promeut les PR et GR du Département via son système d'information touristique. Il convient à court terme d' :

- Optimiser et sécuriser les process de gestion de données en coulisse et accentuer la synergie de l'écosystème garantissant sa bonne mise en œuvre

Promouvoir

Objectif 7.2 : déployer une communication valorisant les itinéraires départementaux auprès des habitants : prendre un temps de recul



L'Ille-et-Vilaine dispose d'atouts réels mis en exergue dans le présent état des lieux. Les objectifs préconisés ci-avant donnent à l'écosystème la possibilité de consolider les conditions d'une maturité collective.

Une fois ces actions réalisées, la promotion de l'itinérance douce gagnerait à se transformer radicalement en Ille-et-Vilaine (voir objectif 7,3 ci-après). Pour s'assurer de la maturité collective à ce faire, il est proposé, dans un calendrier prévisionnel de 2 ans, de :

- Dresser le bilan de l'impact de la conduite des diverses actions qui auront été retenues
- Statuer sur l'enclenchement de l'objectif 7.3 ci-après

Promouvoir

Objectif 7.3 : déployer une communication valorisant les itinéraires départementaux auprès des habitants : décider ou non de redimensionner pleinement le marketing dédié



- Tenir des Assises de l'itinérance pour acter le bilan évoqué en 7.2 et décider entre partenaires des suites à donner
- Se faire accompagner par une AMO innovante et conduire ce travail **en cofinancement et en collaboration avec les territoires** et à l'appui des études qualitatives et quantitatives qui auront été menées en 2023
- Au vu de l'aide à la décision, décider de :
 - Mettre l'Ille-et-Vilaine en tourisme via une « storytelling » itinérance chargée de sens et de contenus
 - Moderniser et donner une identité et un panache à l'offre
 - Transformer totalement les outils de promotion et de communication bretonne
 - Offrir une information plus adaptée aux différentes pratiques et plus adaptée à l'organisation de séjour