

Chemins du Soleil - Saison 2013



L'itinérance VTT : un réel soutien à l'économie préalpine multi-saisons



SOMMAIRE

Introduction.....	1
1. DESCRIPTIF D'UN SEJOUR CHEMINS DU SOLEIL.....	2
1.1. Période de fréquentation	2
1.2. Les flux de fréquentation par territoires	4
1.3. Durée du séjour itinérant	5
1.4. Modes d'hébergement.....	5
2. PROFIL DE LA CLIENTELE CHEMINS DU SOLEIL.....	6
2.1. Une itinérance à partager en couples ou en groupes	6
2.2. Une clientèle jeune.....	7
2.3. Une clientèle européenne en forte progression	8
2.4. Un fort niveau de satisfaction	9
3. FREQUENTATION ET RETOMBEEES ECONOMIQUES DES CHEMINS DU SOLEIL.....	10
3.1. Retombées économiques sur les hébergements	10
3.2. Retombées économiques sur les territoires	11
3.3. Les autres retombées de l'itinéraire Chemins du Soleil.....	11
4. PISTES DE TRAVAIL POUR L'AVENIR	12
Conclusion	13

Introduction

Les Chemins du Soleil est un itinéraire de grande randonnée à VTT traversant les Préalpes sur plus de 1200 km de tracés balisés, de la vallée du Rhône aux Alpes provençales (Valence – Gap – Sisteron) et de Grenoble à la mer Méditerranée (Grenoble – Nice).

Objectifs de l'évaluation

Initiée en 2012, l'étude de fréquentation des Chemins du Soleil a pour objectif d'affiner les connaissances des pratiquants Chemins du Soleil et de dresser des tendances générales en termes de flux de fréquentation et de retombées économiques pour les territoires traversés par les itinéraires Chemins du Soleil.

En outre, ce dispositif d'évaluation permet à la GTA de justifier l'investissement consacré à l'itinérance alpine auprès de ses multiples financeurs et de prendre du recul sur les orientations données de façon à envisager des améliorations voire un repositionnement.

Méthodologie

Le réseau des professionnels de l'hébergement nous a confié sa perception de la clientèle accueillie ainsi que la part de cette clientèle dans son activité. [Un sondage en ligne](#) a été envoyé aux 68 hébergements référencés Chemins du Soleil ainsi qu'à 40 autres hébergements jalonnant l'itinéraire mais non référencés.

Les hébergements ont été classés par pôle, une zone de 10 km regroupant plusieurs hébergements, afin d'interpréter des « flux » de nuitées. Des entretiens avec les hébergeurs ont été effectués sur certaines zones définies en fonction de leur caractère incontournable pour l'itinéraire.

Au total, 56% du réseau d'hébergeurs Chemins du Soleil a répondu à l'enquête, soit un total de 38 hébergements, auxquels s'ajoutent 6 hébergements non référencés.

En outre, la clientèle Chemins du Soleil nous a dévoilé ses caractéristiques, ses motivations et ses modes de pratique par le biais d'un [sondage en ligne pratiquants](#). Néanmoins, compte tenu des faibles retours sur cette partie (17 répondants en 2012), les résultats n'ont pas été utilisés, à l'exception du niveau de satisfaction de la clientèle.

La mise en place d'un éco-compteur basé à Tartonne sur une zone où la pratique du VTT ne s'improvise pas a permis de compléter et de comparer les données quantitatives. Cet éco-compteur a été mis en place en partenariat avec la Fédération Française de Cyclisme.

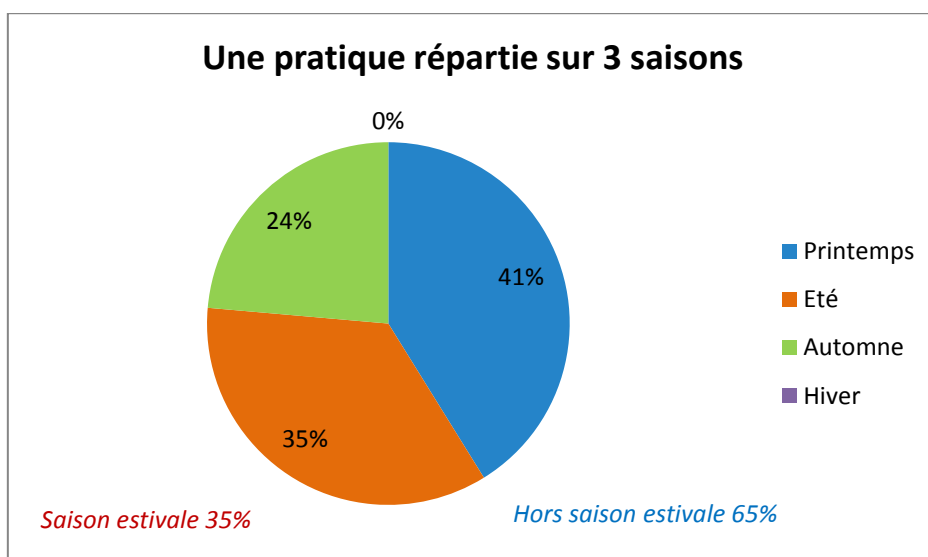
1. DESCRIPTIF D'UN SEJOUR CHEMINS DU SOLEIL

1.1. Période de fréquentation

Le printemps et l'été constituent les deux saisons de prédilection pour les vététistes, confirmant les résultats de l'année 2011. Elles représentent respectivement 41% et 35% de l'ensemble de la fréquentation annuelle, soit une baisse pour le printemps (-6%) au profit de l'été (+4%).

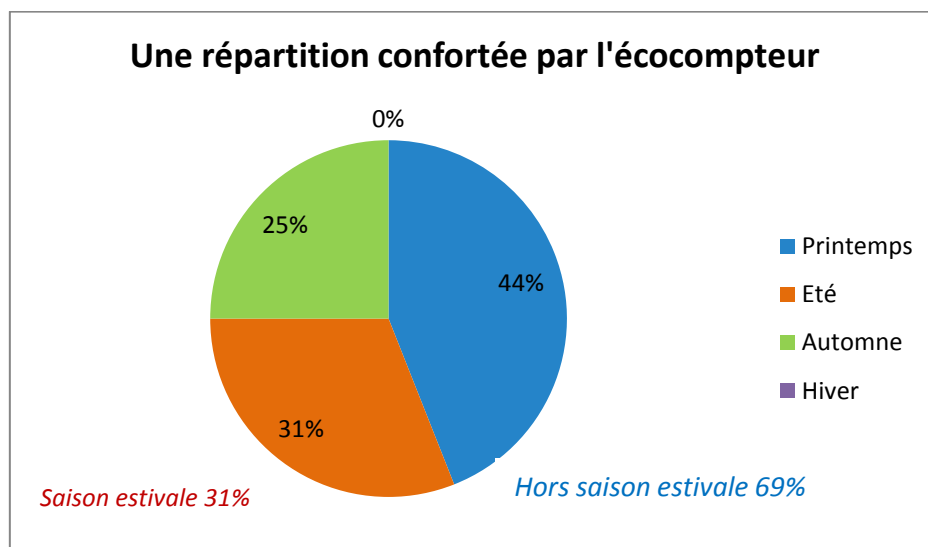
L'automne conserve sa place avec tout de même 24% de la fréquentation et une hausse de 3 points par rapport à 2011.

Ainsi, la pratique en intersaison totalise à elle-seule 65% du total de nuitées, la fréquentation hivernale étant, quant à elle, nulle.

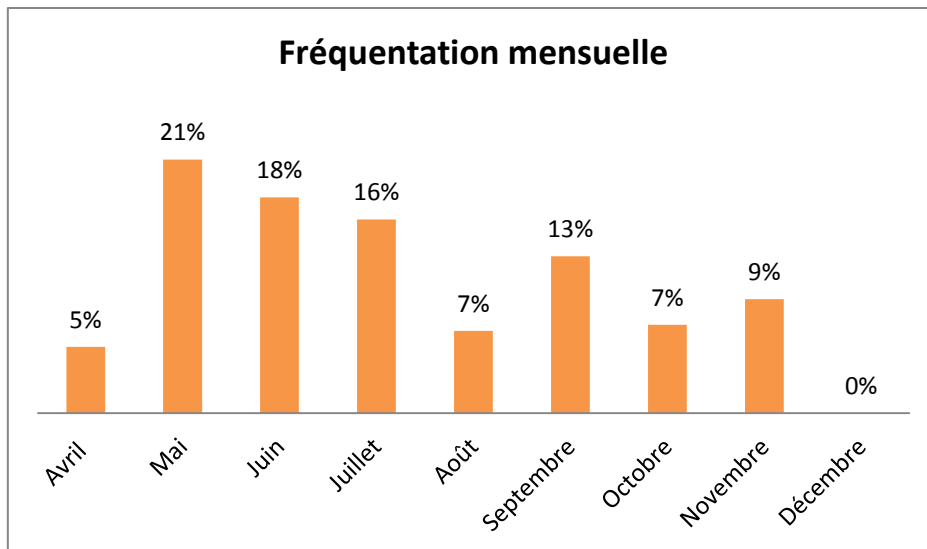


Source : enquête hébergeur – saison 2012

L'éco-compteur révèle des résultats assez similaires avec toutefois des saisons printanière et automnale un peu plus importantes (respectivement +3% et +1%) au détriment de l'été (-4%).



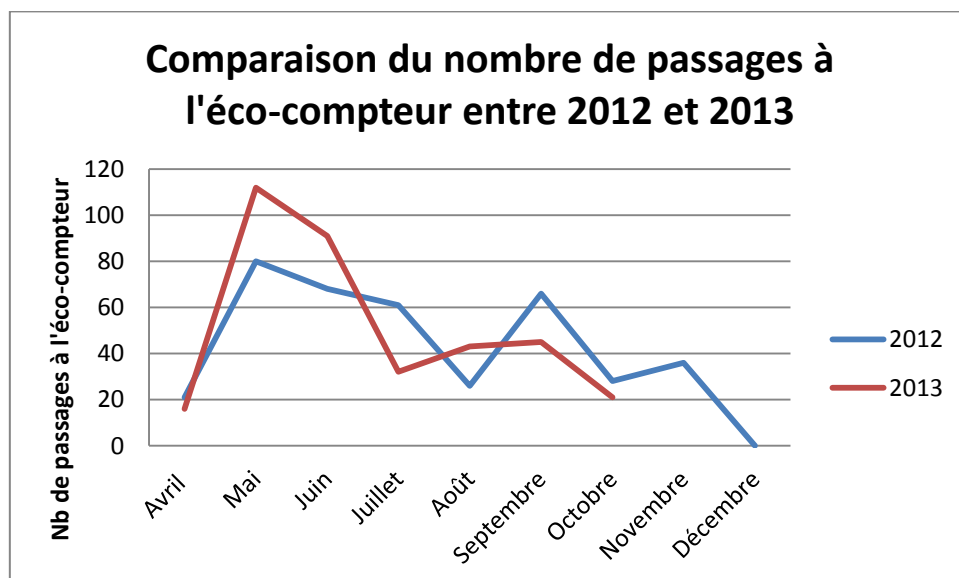
Source : éco-compteur 2012



Source : éco-compteur 2012

L'analyse de la fréquentation par mois permet de voir l'importance des mois de mai, juin et juillet ainsi que septembre. Le mois d'août correspond quant à lui à une chute de la fréquentation, phénomène qui peut s'expliquer par les fortes chaleurs liées à cette période ainsi qu'un temps culturellement réservé aux vacances en famille. Les chiffres des mois d'octobre et de novembre sont quant à eux très satisfaisants pour la saison aux vues des conditions météorologiques plus instables qui la caractérisent.

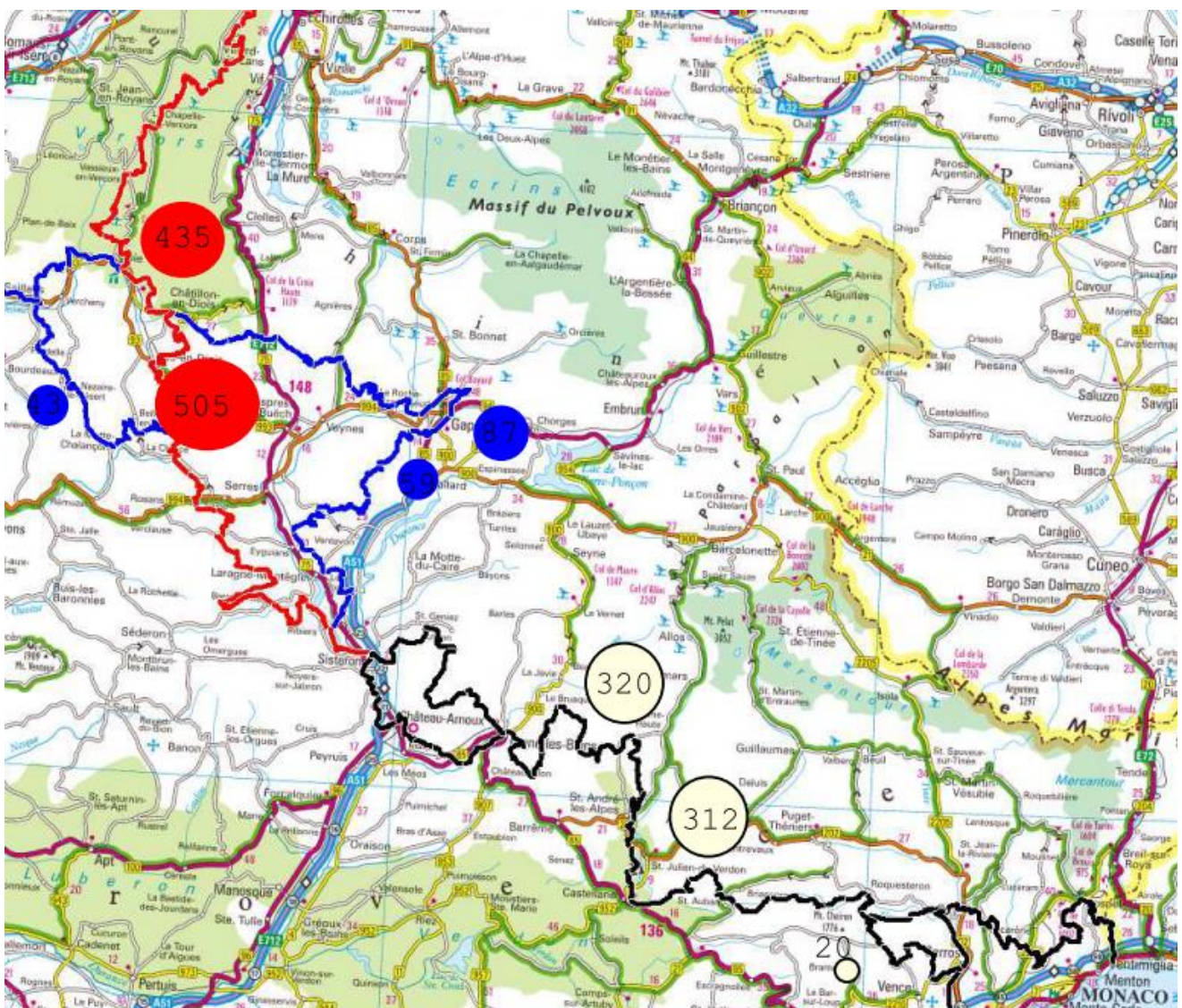
Les données obtenues en 2013 confortent la place du printemps, avec des résultats remarquables malgré une météo exécrable en mai. Si le tourisme français subit les aléas climatiques en cette saison, au regard notamment des tendances générales engendrées par la crise, les vététistes présentent quant à eux l'avantage de ne pas se laisser décourager par une météo peu favorable ! Les autres mois sont pour leur part un peu en deçà mis à part le mois d'août.



Source : éco-compteur 2012

1.2. Les flux de fréquentation par territoires

L'analyse des flux est fortement dépendante du taux de réponses sur un secteur géographique donné. Les données ont pu être récoltées précisément sur les secteurs de Vassieux-en-Vercors, Luc-en-Diois, Valdrôme, le Gapençais, Savournon, la variante de Saillans, Tartonne et Castellane. A contrario, le taux de réponse sur la portion Valence - Gap n'est pas satisfaisant. Le questionnaire n'a pas été lancé sur la partie Nord de l'itinéraire, cette portion n'étant pas encore à ce jour complètement finalisée.



La fréquentation se maintient au même niveau qu'en 2011 avec 400 à 500 personnes par tronçon, entre 50 et 100 personnes sur les « variantes » plus difficiles et moins de 50 personnes sur la section traversant le Cheiron dans les Alpes-Maritimes. La partie Grenoble - Sisteron semble avoir gagné en fréquentation tandis que la portion Sisteron - Nice connaît une baisse. L'offre s'étant éteffée sur ce secteur avec deux autres traversées, on peut penser à un transfert de fréquentation sur la TransVerdon et l'Alpes-Provence.

1.3. Durée du séjour itinérant

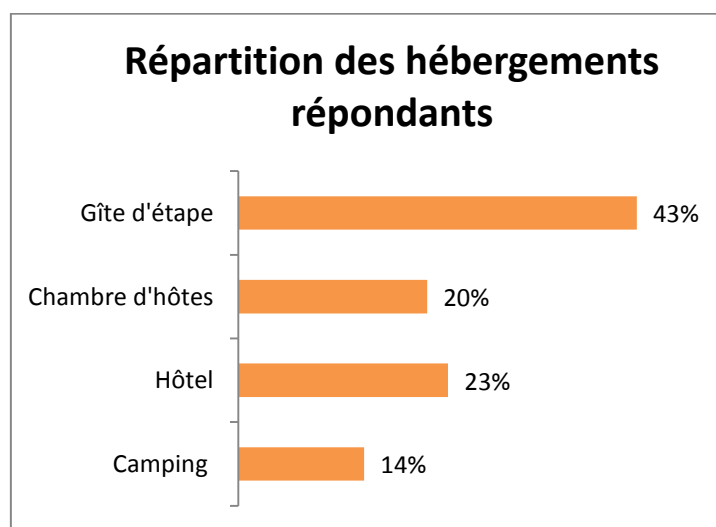
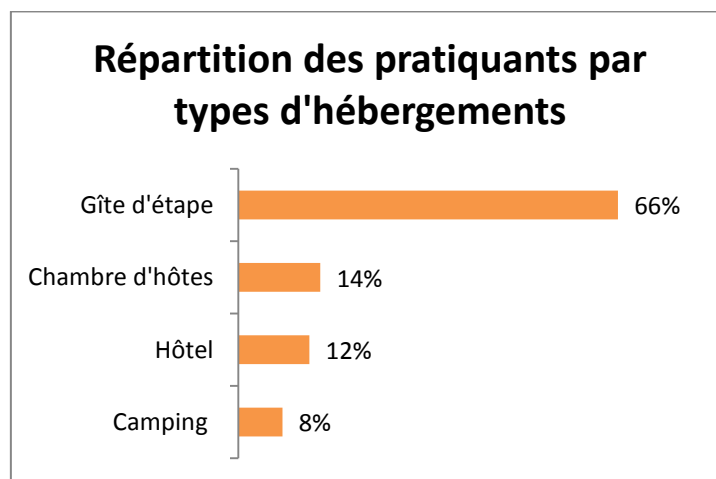
La durée moyenne d'un séjour sur cet itinéraire est de 4,5 jours. Les longs week-ends et les voyages d'une semaine sont les plus observés.

1.4. Modes d'hébergement

La place de l'hébergement marchand dans le cadre d'une itinérance à VTT est incontestable du fait des spécificités liées à la pratique. En effet, une telle traversée de territoires ruraux s'effectue en changeant chaque jour de lieu d'hébergement, ce qui est difficilement compatible avec la visite d'amis et de la famille. La pratique du bivouac, si elle existe, est difficilement quantifiable dans ce type d'études sans une enquête terrain.

L'hébergement en gîtes est privilégié par 66% des pratiquants Chemins du Soleil, un chiffre stable par rapport à 2011. Les chambres d'hôtes et les hôtels constituent également les hébergements privilégiés par cette clientèle (respectivement à 14% et 12%) devant les campings (8%).

Notons toutefois que le choix d'un hébergement est souvent lié à l'offre disponible et parfois à l'absence de choix sur les territoires ruraux traversés (cf. graphique ci-dessous).

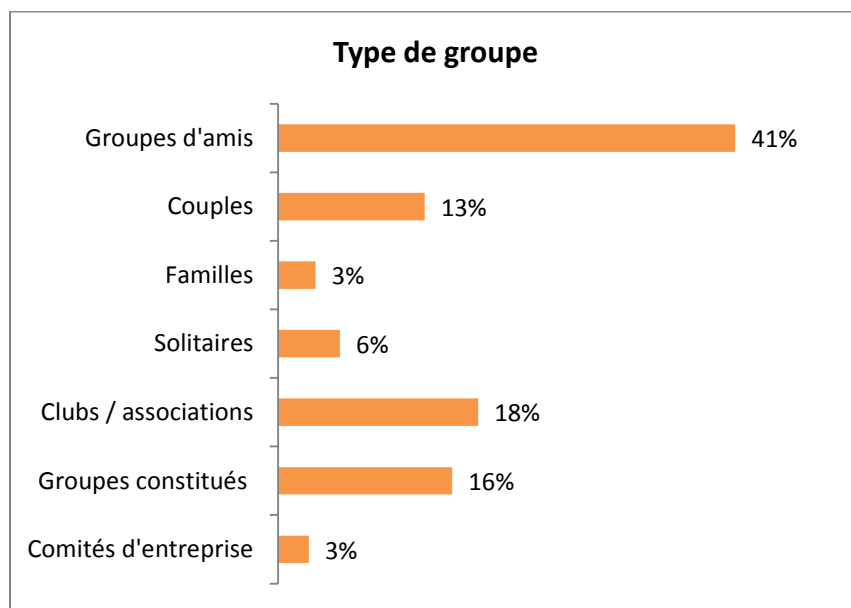


Source : enquête hébergeurs – saison 2012

2. PROFIL DE LA CLIENTELE CHEMINS DU SOLEIL

2.1. Une itinérance à partager en couple ou en groupe

Concernant le type de groupes qui parcourent les Chemins du Soleil, si les groupes d'amis représentent une grosse majorité d'entre eux, des évolutions sont à noter depuis 2011. En effet, les couples sont de plus en plus nombreux (+ 5%) tandis que les clubs/associations connaissent une très forte baisse (-16 %). Les groupes constitués, les familles, les individuels et les comités d'entreprises sont stables.



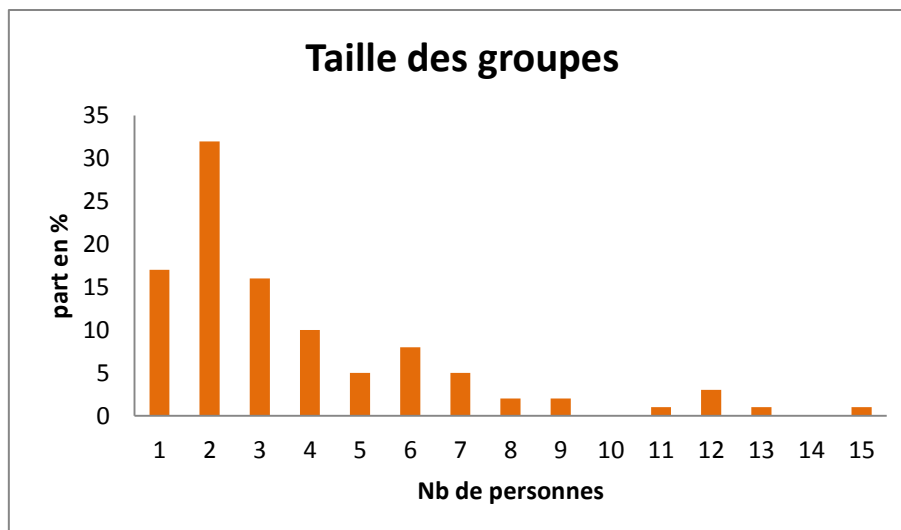
Source : enquête hébergeurs - saison 2012

**Taille moyenne des groupes :
5 personnes**

La taille moyenne des groupes est estimée à 5 personnes. En réalité, ce chiffre est à relier directement à la composition des clientèles qui se répartit en 3 grandes catégories : les couples/duos, les petits groupes d'amis (4 à 6 personnes) et les clubs et groupes constitués (4 à 12 personnes).

L'éco-compteur révèle quant à lui une taille moyenne de 3.7 personnes. Au-delà de ce chiffre, l'information la plus importante dévoilée par cet outil concerne la part représentée par les petits groupes de une à quatre personnes, et en particulier les couples ou duos. En effet, ces derniers constituent 31% de l'ensemble des groupes, une tendance qui se confirme avec les résultats de l'année 2013 (33%).

« Des clients très satisfaits, un balisage et un itinéraire parfait ! Une grosse augmentation de la clientèle VTT cette année. » Le gîte le Clair Logis, à Saint André les Alpes



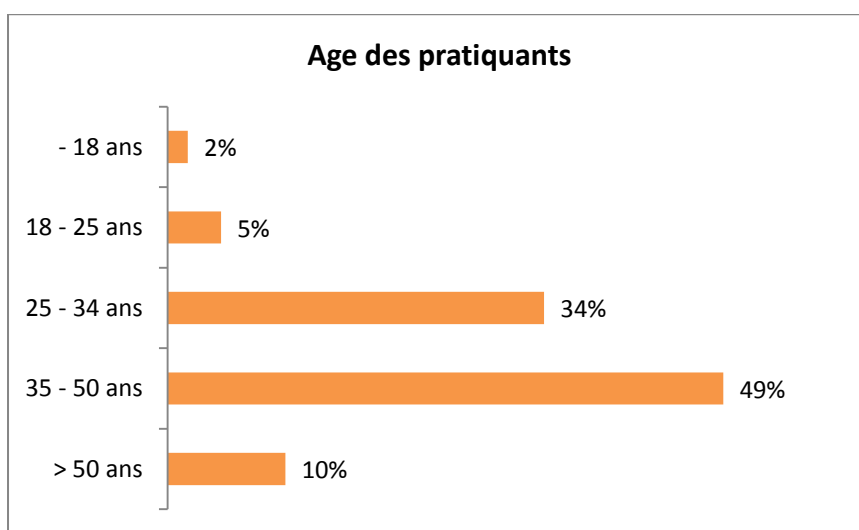
Source : éco-compteur 2012

2.2. Une clientèle jeune

Concernant l'âge de la clientèle, deux chiffres sont à retenir :

- Un tiers des pratiquants est âgé de 25 à 34 ans (34%)
- un pratiquant sur deux est âgé de 35 à 50 ans (49%).

Si les 18-25 ans restent difficiles à toucher sur ce type d'itinéraires nécessitant un certain niveau d'expertise de la pratique du VTT, tant au niveau physique que technique, il n'en reste pas moins que l'itinéraire – et de manière plus générale l'itinérance à VTT – attire une clientèle relativement jeune. A titre de comparaison, les pratiques de randonnée pédestre et du cyclotourisme attirent bien davantage les tranches d'âge au-delà de 50 ans. Là encore, l'aspect élitiste de la traversée est un élément d'explication.



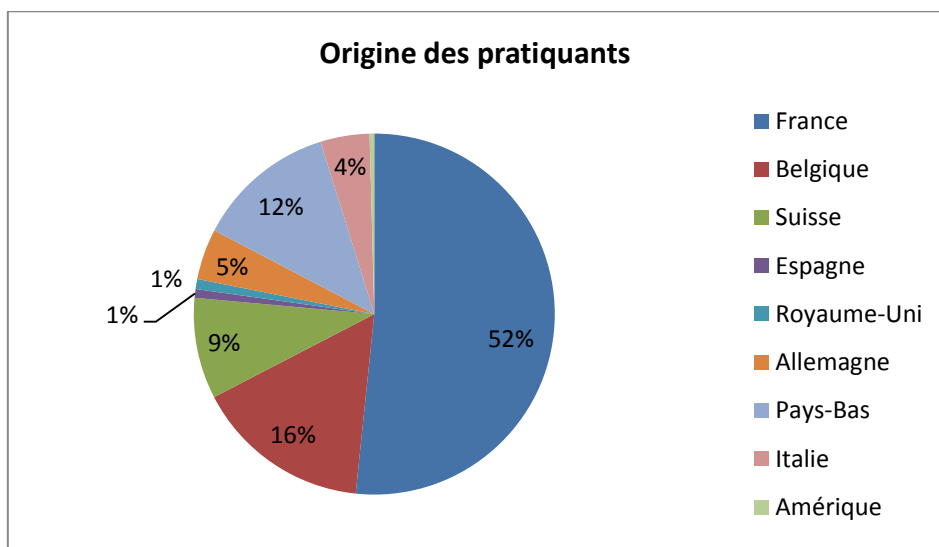
Source : enquête hébergeurs – saison 2012

2.3. Une clientèle européenne en forte progression

L'origine des pratiquants Chemins du Soleil est le domaine où les plus grandes évolutions sont à constater par rapport aux résultats de la saison 2012. Si 3 pratiquants sur 4 étaient de nationalité française en 2011, ce ratio passe à 50% en 2012. Les vététistes européens sont donc largement venus découvrir les territoires des Préalpes avec par ordre d'importance : la Belgique, les Pays-Bas, la Suisse et l'Allemagne.

L'augmentation significative de la clientèle étrangère peut être mise en relation avec les travaux effectués au niveau du Raid VTT des Chemins du Soleil (communication, retours presse, etc.). D'une façon générale, des efforts de communication ont été réalisés pour faire le lien entre l'événement et l'itinéraire touristique auprès du public, ce qui n'était pas spécialement le cas auparavant.

Par ailleurs, la quote-part des étrangers pourrait encore augmenter durant les années à venir avec la traduction du site Internet en 2013 et les orientations envisagées dans le cadre d'une stratégie « produits » menée avec les agences de voyage. Il est à noter que la clientèle étrangère la plus friande d'itinérance, d'après les études de la DGCS, est constituée des anglo-saxons et des allemands. Nous pouvons considérer qu'il y a là encore une marge de progression potentielle non négligeable.



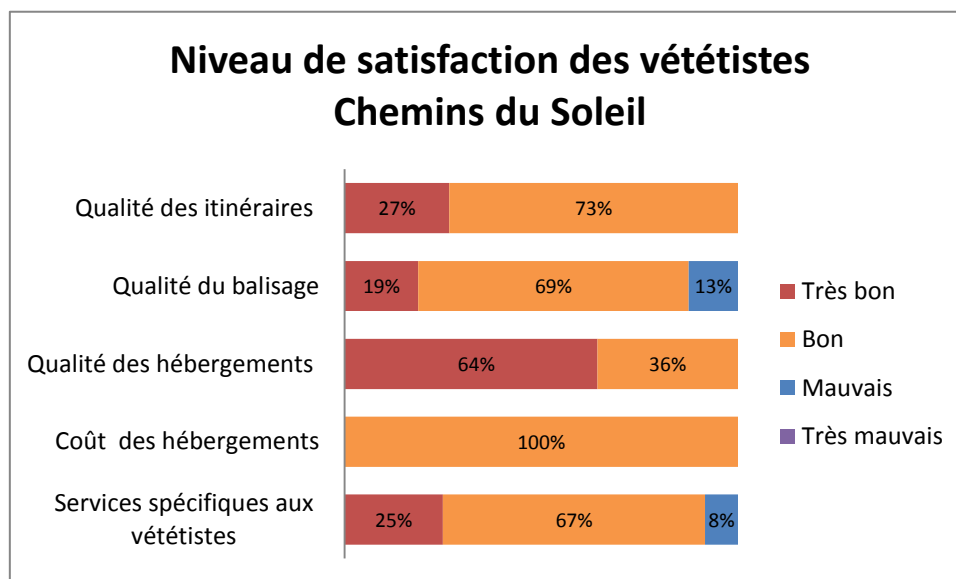
Source : enquête hébergeurs – saison 2012

« Des gens calmes, simples, ayant une bonne mentalité, et qui consomment ! »
Gîte les Carlines, à Vassieux-en-Vercors

« Que du positif parmi ces sportifs ! »
G. Pognet, Gîtes Pognet à Thorame-Basse

2.4. Un fort niveau de satisfaction

Les résultats issus du sondage pratiquants invitent à la prudence du fait du faible nombre de répondants (17 en 2012). Toutefois, les retours sur la qualité de l'itinéraire méritent d'être soulignés, comme le montre le graphique ci-dessous. La qualité du balisage et les services spécifiques aux vététistes semblent être les deux points à travailler, selon les secteurs pour ce qui est du premier et en raison de l'entretien en continu que cette action nécessite.



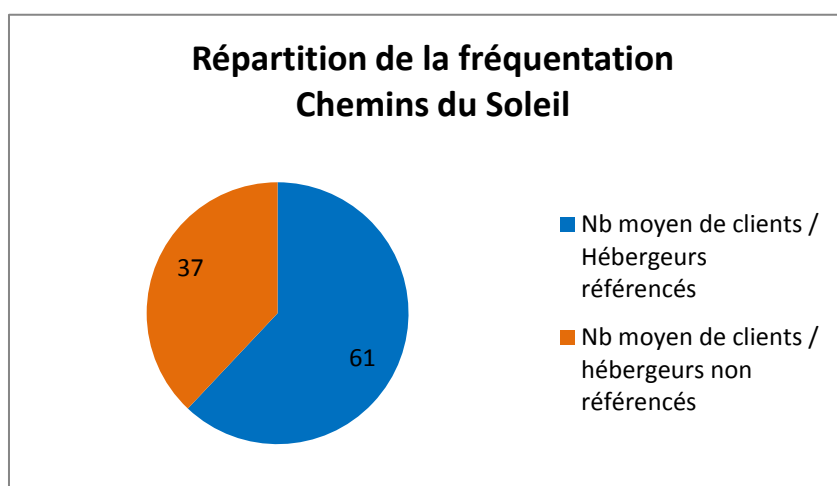
« J'ai adoré mon séjour. L'essentiel est au rendez-vous : beauté des paysages, parcours ludiques, hébergements de qualité » L. Dufetel

« Un tracé superbe : mono trace et très peu de route. Parfait ! », un passionné de VTT grenoblois

« Que du bonheur ! » R. Baumgartner, vététiste Suisse

3.1. Retombées économiques sur les hébergements

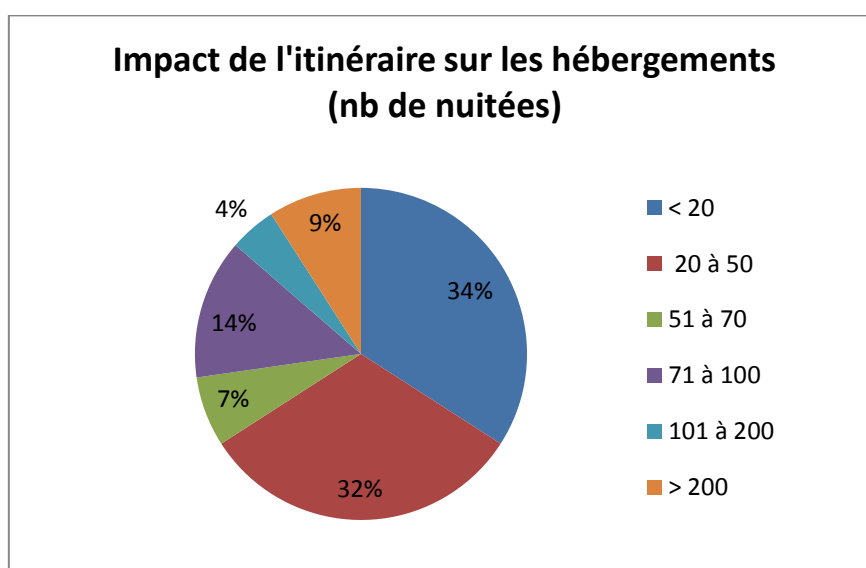
En 2012, les hébergeurs ayant répondu à l'enquête, qu'ils soient référencés ou non référencés, ont accueilli en moyenne 58 vététistes Chemins du Soleil. Une légère baisse est à constater par rapport à la saison 2011, lors de laquelle la moyenne était de 64.



Source : enquête hébergeurs – saison 2012

Les hébergements référencés Chemins du Soleil bénéficient d'un plus fort impact lié à l'itinéraire du fait des services spécifiques au VTT qu'ils proposent (kit de réparation, etc.) et d'une communication ciblée assurée par la Grande Traversée des Alpes en complément de la leur.

L'estimation du nombre de nuitées par hébergements permet de voir que pour 1/4 des hébergements, les Chemins du Soleil ont apporté entre 70 et plus de 200 nuitées supplémentaires sur l'année. Au vu de la taille de certains hébergements en territoires ruraux, cet apport n'est donc pas négligeable.



Source : enquête hébergeurs 2012

2.2. Retombées économiques sur les territoires

L'évaluation quantitative des flux de fréquentation liés aux Chemins du Soleil et des retombées économiques a été calculée grâce à différents outils de manière à comparer les résultats obtenus.

- **Evaluation des retombées économiques locales via les résultats de l'enquête hébergeurs**

Les données issues de l'enquête auprès des hébergeurs permettent de montrer que :

2541 nuitées passées dans 44 hébergements en 2012 nous amènent :

$2541 * 40 = 101\ 640\text{€}$ de retombées sur la moitié du réseau.

Le cout moyen d'un hébergement Chemins du Soleil en demi-pension est de 40€. Il varie de 35 à 90€.

Par extrapolation sur l'ensemble du réseau d'hébergements :

$5082\text{ nuitées} * 40 = 203\ 280\text{€}$ de retombées directes sur les hébergements.

Considérant que la dépense moyenne par jour et par personne pour un itinérant de ce type de pratique en liberté est de 70€ (moyenne des résultats des différentes études menées sur le sujet entre 65 et 75€/jour).

$5082 * 70\text{€} = 355\ 740\text{€}$ de retombées économiques locales (toutes dépenses confondues)

L'investissement de la GTA est de 116 000€.

1€ investi par la GTA pour 3€ de retombées économiques locales

- **Evaluation des retombées économiques locales via les résultats de l'éco-compteur**

386 personnes ont été comptabilisées en 2012 grâce à l'éco-compteur placé à Tartonne.

Selon l'étude menée en 2012, nous savons que la durée moyenne d'un séjour est de 4.5 jours et que la dépense moyenne journalière s'élève à 70€.

Les retombées économiques entre Sisteron et Nice sont ainsi estimées à 121 600€.

Considérant une fréquentation similaire sur l'ensemble du tracé, soit 3 fois supérieure à cette estimation, nous obtenons un total de 364 770€, soit :

1€ investi par la GTA pour 3.1€ de retombées économiques locales.

2.3. Les autres retombées de l'itinéraire Chemins du Soleil

Cette évaluation ne tient pas compte de l'effet vitrine de l'itinéraire qui reste l'objectif principal des itinéraires GTA :

- Les pratiquants Chemins du Soleil peuvent revenir sur les territoires après avoir découvert l'offre.
- Certaines sollicitations ne peuvent aboutir à des séjours Chemins du Soleil du fait de son caractère très sportif. Dans ce cas, la GTA réoriente la clientèle vers l'offre locale.
- L'action GTA ne doit pas s'évaluer uniquement en termes de retombées économiques : la mise en réseau d'acteurs est une forte valeur ajoutée apportée aux territoires, le développement de grands itinéraires contribuent à la diversification du tourisme alpin.

4. PISTES DE TRAVAIL POUR L'AVENIR

De l'évaluation Chemins du Soleil se dégagent plusieurs pistes d'actions pour l'amélioration de l'itinéraire, une diversification de la clientèle et ainsi une augmentation de la fréquentation.

Aussi, les différents champs d'actions sur lesquels la GTA peut s'orienter sont les suivants :

- ➡ Réaliser une étude des clientèles potentielles permettant de connaître les potentialités de développement vis-à-vis d'une clientèle élargie de pratiquants et en particulier la clientèle vététiste non itinérante mais aussi la clientèle féminine.
- ➡ Mettre en place des actions de communication et de promotion axées sur les clientèles européennes voire internationales, en lien avec les partenaires de la promotion touristique (Comités Départementaux et Régionaux du Tourisme)
- ➡ Développer des contenus web en lien avec les attentes de la clientèle et les messages Move Your Alps : tourisme expérientiel, ludique, état d'esprit du voyage, web séries, etc.
- ➡ Proposer des produits adaptés à la clientèle vététiste, que ce soit en liberté ou accompagnés, favorisant les courts séjours, l'accès en transport en commun et la proximité des grandes villes du massif. Renforcer la commercialisation via les agences de voyage.
- ➡ Assurer la qualité du balisage et conforter l'offre d'hébergements en certains points
- ➡ Travailler davantage avec les clubs cyclos
- ➡ Animer le réseau d'hébergements, notamment en lien avec les questions d'évaluation et la grille d'évaluation de la fréquentation créée en 2013.

Conclusion

L'itinérance à VTT sur les Chemins du Soleil est caractérisée par :

- Une fréquentation qui s'étire de façon équivalente sur 3 saisons avec une forte affluence au printemps
- Un fort recours à l'hébergement marchand
- Un hébergement en gîte fortement privilégié par la clientèle du fait de l'offre présente sur le territoire mais aussi de ses services proposés
- Une itinérance partagée en petits groupes (en duos majoritairement)
- Un client sur 2 est âgé de 35 à 50 ans
- Un client sur 2 est d'origine étrangère avec en tête des nationalités la Belgique, la Suisse et les Pays-Bas.
- Pour 1/4 des hébergements, les Chemins du Soleil ont apporté entre 70 et plus de 200 nuitées supplémentaires sur l'année.
- 1€ investi par la GTA engendre 3€ de retombées économiques locales.

Après deux ans d'évaluation sur les Chemins du Soleil, les données sur la clientèle sont relativement stables. Cette clientèle élitiste, qui se révèle tout à la fois exigeante et conviviale est considérée comme une clientèle haut de gamme du fait de son niveau de dépenses. Si le nombre de pratiquants est restreint au regard des autres pratiques (cyclo, pédestre), les vététistes sont ceux qui vont avoir tendance à dépenser le plus, d'autant plus s'ils sont en itinérance.

Finalement, les résultats témoignent d'un fort potentiel pour accroître et renouveler la clientèle. Le défi consiste notamment à se tourner vers une clientèle élargie, certes moins élitiste, pour laquelle le pas vers l'itinérance demande à être facilité par de l'information, des services et de la « sécurisation ». La notoriété doit ainsi être développée aussi bien en direction des clientèles de proximité que des clientèles européennes, à condition toutefois pour ces dernières que les partenariats avec les structures de promotion touristiques (Comités Régionaux du Tourisme) le permettent. Les efforts de communication en lien avec le Raid Chemins du Soleil doivent également être poursuivis, afin que la marque soit davantage associée à l'itinéraire.