



Visit  
PARIS  
REGION



**Groupe de travail francilien  
sur le Vélotourisme  
Vendredi 17 avril 2026**

# Sommaire

## 1. Présentation

## 2. Participants

## 3. Développement du Vélotourisme

*constats/idées/actions*

## 4. Coopération inter-territoriale

*positifs/potentiels/contraintes/opportunités*

## 5. Etudes et observations

*existants/manques/besoins/freins*

## 6. Professionnalisation et formations

*Outils/besoins/freins*



# PRESENTATION

**Le vélotourisme est un axe majeur du Schéma régional de développement du tourisme et des Loisirs**

**Un groupe de travail francilien sur le vélotourisme a été lancé par Visit Paris Region afin de :**

- Réunir les professionnels en charge du développement du vélotourisme pour leur structure ou leur territoire
- Partager les problématiques du vélotourisme en Île-de-France

**Il s'est déroulé le 17 avril 2026 dans les locaux de la Région à Saint-Ouen**



## PARTICIPANTS

## Participants

- **Agnès Legat** – Département des Hauts-de-Seine
- **Remy Salaün** – Essonne tourisme
- **Cloé Balistreri** - Ville de Sceaux
- **Berta Lechartier** - Seine-et-Marne Attractivité
- **Caroline Ventura** – Office de tourisme de Rambouillet Territoires
- **Noémie Barbier** – Office de tourisme de Rambouillet Territoires
- **Armelle Nicoud** – OTI Terres de Seine
- **Thomas Deschamps** – Paris Je t’aime Office de Tourisme
- **Théo Hubert** – Paris Je t’aime Office de Tourisme
- **Fabrice Moulin, Gwenn Jully et Elisa Chanon** – Visit Paris Region

# DEVELOPPEMENT DU VELOTOURISME



# Constats : Ce qui existe, fonctionne ou bloque aujourd'hui

## Points

**Bassin émetteur, pas récepteur**

**Crise des Comités d'Itinéraire**

**Manque d'implication régionale**

**Manque de données régionales**

**Aménagements insuffisants**

**Engagement limité des partenaires**

**Accessibilité économique**

**Développement inégal**

**Frontières territoriales marquées**

## Description

L'Île-de-France est un territoire qui émet des vélotouristes, mais en accueille peu.

Modèle en difficulté, manque de coordination et de moyens.

Besoin d'un animateur de réseau et d'un référent vélotourisme fort.

Absence d'observatoire ou de données consolidées sur la fréquentation.

Grands tronçons de véloroutes mal aménagés, surtout hors Paris.

Peu d'adhésion des acteurs labellisés "Accueil Vélo".

Coût élevé pour les usagers et les professionnels.

Fort développement des véloroutes à Paris, mais déséquilibre territorial.

Peu de continuité entre les territoires et les offres.

# Idées : Pistes pour améliorer, transformer ou réinventer

## Pistes

**Référencement unique**

## Description

Un seul outil (SIT/Apps) pour toute la région, incluant Géovélo.

**Promotion ciblée**

Mieux communiquer auprès des TO (Tour Opérateurs) et des clientèles.

**Offre longue durée**

Développer des séjours d'une semaine pour faire de l'IDF une destination.

**Offre intégrée**

Croiser hébergements, sites touristiques et services (réparation, location).

**Observatoire régional**

Créer un observatoire du cyclotourisme pour collecter données et fréquentation.

**Mutualisation**

Mutualiser contributions et ressources humaines pour les comités d'itinéraire.

**Intermodalité**

Combiner vélo, fluvial et fluvestre (ex : Marne).

**Formation des pros**

Sensibiliser les OT et pros traversés par des véloroutes et aux abords

**Expertise clientèles**

Étudier les attentes des différents publics (nationaux, internationaux).

# Actions : Premières actions concrètes à lancer rapidement

<u>Action</u>	<u>Description</u>
<b>Itinérance thématique</b>	Créer des parcours thématiques (ex : vélo & fromages, vélo & châteaux).
<b>Cartographie régionale</b>	Réaliser une carte des circulations, loueurs et services vélo en IDF.
<b>Mutualisation des locaux</b>	Partager des espaces dédiés au vélo entre acteurs.
<b>Étude des financements</b>	Identifier les sources de financement disponibles.
<b>Boucles locales</b>	Créer des boucles autour des grands itinéraires et les promouvoir.
<b>Communication ciblée</b>	Utiliser l'appli "Ma Rando" et autres supports pour diffuser l'offre.
<b>Valorisation des bases VTT/Gravel</b>	Mettre en avant les infrastructures existantes (ex : Iles-de-Loisirs).
<b>Calendrier des événements</b>	Recenser et promouvoir les randonnées et courses organisées.
<b>Veille sur le Gravel</b>	Étudier les pratiques émergentes (ex : boucles autour du canal de l'Ourcq).

## Ambitions de Visit Paris Region pour 2026

- **Groupe de travail** : Ouverture à d'autres partenaires institutionnels
- **Communication** : refonte du site internet grand public [visitparisregion.com](http://visitparisregion.com) avec une solution de cartographie
- **Offres** : Recensement des activités franciliennes en lien avec le vélotourisme (parcours Gravel, VTT...)





# COOPERATION INTER TERRITORIALE

## Positifs : ce qui se fait déjà

- **Réseau structuré** : Un réseau de coopération se développe, avec une volonté collective forte et une expérience de 10 ans dans les comités d'itinéraires.
- **Label Accueil Vélo** : Dynamique autour du label, avec une offre de véloroutes existante et connue du public.
- **Outils existants** : Interface FF Vélo (APIDAE) pour valoriser l'offre.
- **Volonté politique** : Nouvelle impulsion politique et dépassement des frontières (EPCI, OT, Départements).
- **Animation du réseau** : Réunions techniques régulières et intégration progressive des EPCI dans les projets.

## Potentiels : ce qui pourrait être développé

- **Produits clés** : Mise en avant de circuits clés en main et développement de boucles locales.
- **Intermodalité** : Amélioration des connexions entre transports et pistes cyclables.
- **Événement phare** : Création d'un événement régional autour du vélo.
- **Coordination** : Stratégie régionale commune, cartographie unifiée, et application unique pour les boucles.
- **Cibles** : Meilleure identification des profils cyclo touristiques et promotion des Accueil Vélo à l'échelle régionale.
- **Infrastructures** : Développement des infrastructures et repérage des circuits locaux.
- **Budget commun** : Recherche de financements partagés pour des projets structurants.
- **Données** : Amélioration des données sur le vélotourisme et définition d'une stratégie régionale.

## Contraintes : freins identifiés

- **Ressources** : Manque de budget, de ressources humaines, et incertitudes budgétaires des OGD.
- **Acteurs** : Multiplicité des acteurs (Région, Départements, EPCI, etc.) et difficulté à embarquer les privés.
- **Communication** : Manque de visibilité à grande échelle et méconnaissance des cyclotouristes étrangers.
- **Données** : Absence de données fiables et qualité variable des tracés.
- **Politique** : Risques de désengagement national et visions divergentes selon les territoires.

## Opportunités : réponses aux contraintes

- **Embarquement local** : Commencer par sensibiliser les habitants et riverains.
- **Coordination régionale** : Appui sur la Région pour fédérer les acteurs et définir des cibles prioritaires.
- **Synergies** : Collaboration avec les comités d'itinéraire et les associations locales pour la pédagogie.
- **International** : Attirer des clientèles internationales sensibles au vélo.
- **Outils** : Recenser les outils existants et créer un guide pratique pour les professionnels.
- **Plan d'actions** : Utiliser les ateliers pour avancer sur un plan concret.
- **Benchmark** : S'inspirer des expériences d'autres régions ou pays.

## Ambitions de Visit Paris Region pour 2026

- **Outils** : Création d'un guide pratique à destination des professionnels
- **Communication** : Déterminer des thématiques fortes associées au vélo (ex : vélo et châteaux...). Développement et synergie sur tous les territoires.
- **Contact** : Prendre contact avec les fédérations franciliennes (cyclisme et cyclotourisme)





# ETUDES ET OBSERVATIONS

## Existants : données et outils

- **Compteurs** : Données de passage sur les pistes cyclables et véloroutes (ex. : FluxVision, compteurs des cellules).
- **Enquêtes** : Résultats de fréquentation des grands itinéraires et retours des professionnels sur les profils.
- **Diagnostics** : Audits et études de fréquentation sur les véloroutes.
- **Outils** : OTSimple (fréquentation des OT), statistiques Accueil Vélo, données France Vélo Tourisme.
- **Équipements** : Points d'accueil vélo, équipements dédiés, et données des associations locales.
- **Data free floating** : Données disponibles sur les flux de vélos en libre-service.

## Manques

- **Données affinées :**
  - Outil statistique partagé et fiches pratiques communes.
  - Retombées économiques et exigences des vélotouristes.
- **Enquêtes :**
  - Identification des profils et pratiques des cyclotouristes.
  - Statistiques et vision consolidée à l'échelle de la Région.
- **Observatoire :**
  - Plateforme de visualisation des données et dashboard commun.
  - Données sur les régions voisines (fréquentation, retombées économiques).
- **Persona :**
  - Profil type des vélotouristes (âge, temps consacré, hébergement, etc.).
- **Compteurs :**
  - Volumétrie et points de comptage supplémentaires.
- **Comportements :**
  - Connaissance des comportements d'achat et données économiques régionales.

## Besoins prioritaires

- **Embarquer les politiques et professionnels :**
  - Créer et soutenir un plan d'actions vélo.
  - Donner des chiffres concrets pour convaincre les socio-pros et futurs labellisés.
- **Adapter les projets :**
  - Structurer l'offre et mobiliser les territoires, élus et collectivités.
- **Valoriser le label :**
  - Améliorer l'accueil, la documentation et la stratégie globale.
- **Partager les informations :**
  - Mieux définir les aménagements et stratégies territoriales.

## Freins majeurs

- **Ressources :**
  - Manque de moyens financiers et humains.
- **Priorités :**
  - Peu de maturité et de recul sur le cyclotourisme.
  - Absence historique dans les stratégies territoriales.
- **Budget :**
  - Contraintes budgétaires récurrentes.

## Ambitions de Visit Paris Region pour 2026

- **Référencement** des données existantes d'observation
- **Organisation** d'une réunion de travail pour créer plusieurs personas vélotourisme.
- **Recensement** des solutions de comptage sur le marché.





# PROFESSIONNALISATION ET FORMATIONS

## Outils existants

- **Plateforme France Vélo Tourisme :**
  - Référentiels, ressources et intranet pour l'Accueil Vélo.
- **Bonnes pratiques :**
  - Diffusion d'articles et photos des nouveaux labellisés (RS, journaux municipaux).
  - Mise en relation avec les OT pour référencement sur APIDAE.
  - Fourniture de logos et mails d'information.
- **Retours terrain :**
  - Associations d'utilisateurs et bénévoles pour la sécurisation des itinéraires et cours de vélo adultes.
  - Connaissance des boucles via les fédérations cyclo et VTT.
- **Benchmark :**
  - Expérience interne de cyclotourisme et benchmarks internationaux sur les équipements.
- **Connaissance des véloroutes :**
  - Suivi via les comités d'itinéraires, mais méconnaissance des pratiques étrangères.

## Besoins prioritaires

- **Connaissance des acteurs :**
  - Relais publics et privés du secteur.
  - Rôles des OGD et des associations (qui fait quoi ?).
- **Transmission des savoirs :**
  - Transmission inter-services et sensibilisation des commerçants.
- **Impact et promotion :**
  - Mesurer l'impact de la filière et promouvoir le label Accueil Vélo.
  - Clés de promotion pour les structures « vélo friendly ».
- **Infrastructures et réseaux :**
  - Connaissance des infrastructures et projets régionaux.
  - Création de nouveaux réseaux et animation alternative.
- **Formation des décideurs :**
  - Sensibilisation des élus et DG à la thématique.

## Freins majeurs :

- **Temps et budget :**
  - Manque de temps pour la préparation.
  - Baisse des budgets = choix stratégiques limités.
- **Visibilité et outils :**
  - Manque de visibilité sur les outils existants et besoin de hiérarchiser l'information.
  - Besoin de kits techniques (animation de réseau, communication).
- **Complexité du secteur :**
  - Nombre d'interlocuteurs et de sujets à gérer.
  - Besoin de concret, de micro-formats et de retours d'expériences.
- **Perception du vélo :**
  - Vélo perçu comme local (déplacements quotidiens) et non touristique.
  - Manque de vision régionale et de communication sur la dynamique.

**Vos formats de formation privilégiés par ordre de préférence :**

Ateliers

Webinaires

Matinales

E-Learning

Formations classiques



## Ambitions de Visit Paris Region pour 2026

- **Webinaire le 16 octobre 2026** : le cyclotourisme un enjeu clé en Ile-de-France
- **Création de kits techniques** pour des cibles différentes (ex : comment animer mon réseau, comment parler à mes élus...)
- Proposition pour le **plan de formation 2027**



# Merci !

**Gwenn JULLY**

*Choose Paris Region*

[Gwenn.jully@chooseparisregion.org](mailto:Gwenn.jully@chooseparisregion.org)