

Enjeux partagés :**1.2 - Soutenir le développement touristique du territoire comme moteur essentiel du développement économique****3.1 - Favoriser un mode de développement durable du territoire pour répondre aux enjeux du changement climatique****Objectif stratégique :****Développer et qualifier l'offre touristique****Faire du territoire une destination touristique d'excellence****Mettre en œuvre la transition énergétique****Fiche mesure n° 15 « FAIRE DU TERRITOIRE DES VALLEES DE BIGORRE UNE DESTINATION TOURISTIQUE VELO D'EXCELLENCE****Présentation de la mesure n° 15 en lien les objectifs stratégiques du territoire :**

- **Contexte général : le développement de la filière vélo, un enjeu économique important pour le tourisme pyrénéen.**

A l'heure de la compétitivité des territoires et plus précisément des destinations des massifs français, l'enjeu est aujourd'hui de diversifier le panel d'activités à destination des visiteurs afin de consolider les fréquentations touristiques. Ainsi, le travail de clientèles dites de « niche » comme le vélo semble incontournable car il permet à un territoire d'accroître son potentiel touristique en termes de consommation et d'inter saisonnalité.

Au niveau national, le vélo est la deuxième activité sportive des touristes français, derrière la randonnée. A l'échelle des territoires touristiques de montagne, le vélo, et plus précisément la cible cyclo sportive, est en pleine mutation et tend à devenir une des activités principales aux côtés du ski et de la randonnée. Certes, cette clientèle est perçue comme une clientèle de « niche » à l'échelle des séjours « à vélo » et des pratiquants au niveau national, mais les territoires de montagne à forte notoriété bénéficient à l'heure actuelle d'une attractivité exponentielle auprès des cycloportifs français mais aussi européens, nord-américains, australiens...

L'impact économique de cette « niche » est en progression. Les opérateurs du tourisme constatent un renforcement de la fréquentation d'avant et d'après saison estivale, le fort pouvoir d'achat de la cible cyclo sportive et l'image positive d'un territoire en tant que destination cyclo à forte notoriété, véhiculée aussi par l'image du Tour de France.

Sur notre territoire des Vallées de Bigorre situé au cœur des Pyrénées, le vélo est une thématique déjà identifiée depuis plusieurs années déjà comme un levier économique touristique majeur. A titre d'exemple, le Pays de Lourdes et des Vallées des Gaves (PLVG) anime depuis 2013 une stratégie vélo basée sur le développement et la structuration de la destination cyclo du territoire. Cette stratégie vélo a été bâtie grâce à un travail de coopération interterritoriale avec le territoire alpin de la Maurienne, bénéficiant ainsi d'un retour d'expérience efficace. Elle est également coconstruite avec les acteurs locaux : HPT, offices de tourisme, élus, socio-professionnels. Cette stratégie vise deux objectifs : attirer le client en amont du séjour ; le satisfaire et le fidéliser pendant son séjour. Dans ce cadre, plusieurs volets sont travaillés par une chargée de mission dédiée : marketing et promotion (accueils presse, site Internet, accueil de tour-opérateurs), qualité de l'offre au sein d'un réseau de prestataires réuni sous une marque commune « Altamonta ».

- **Objectifs de la mesure : Faire du territoire une terre de vélo d'excellence.**

L'objectif spécifique de cette mesure est de faire rayonner la destination des Pyrénées en tant que destination vélo d'excellence en France mais surtout à l'étranger. Pour ce faire, il s'agira de consolider par de nouvelles actions le travail déjà engagé par le PLVG et de proposer un élargissement au territoire de la Communauté de Communes Haute-Bigorre, qui constitue l'autre versant du Tourmalet, fer de lance de la destination. Cette duplication de la démarche du PLVG sur les territoires voisins si elle a lieu, devra nécessairement s'accompagner d'animation et de coordination par la chargée de mission cyclo du PLVG en lien avec les collectivités et partenaires du territoire. A titre d'exemples : organisation de séminaires de portée à connaissance de la démarche (par territoire et par secteurs d'activités : loueurs, hébergeurs...), phase de concertation des différents territoires pour l'extension et l'adaptation des outils déjà développés, rassemblement autour de la marque Altamonta.

Cette démarche territoriale est globale : promotion et visibilité de la destination, aide à la commercialisation et qualité de l'offre.

Toujours dans l'objectif du rayonnement de la destination, cette fiche-mesure quant à elle vise essentiellement à développer des actions pour améliorer la qualité de l'offre. C'est une démarche novatrice car les actions proposées reposent sur une analyse fine du parcours client de son arrivée à son départ. Tous les segments du parcours client ont été passé au crible (arrivée, transfert, location vélo, hébergements, routes et cols, aftercycling bars et restaurants, lieux de rencontres...) afin d'identifier ceux à améliorer. L'objectif est d'offrir au client cycliste une expérience forte, de grande qualité en toute sécurité qui devra aussi reposer sur une relation non marchande en surfant sur l'univers matriciel du client et les fantasmes qu'il a de notre destination. C'est l'ensemble de des actions qui seront détaillés plus bas selon 6 axes, portées par des structures publiques et des porteurs de projets privés, qui renforceront l'aura de la destination et feront du territoire une terre de vélo d'excellence.

- **Contenu de la mesure :**

Cette mesure vise à mettre en œuvre différentes opérations d'investissement pour améliorer l'accueil des clients cyclistes selon 6 axes. Des actions également visant à étonner, à surprendre car c'est également ça l'innovation dans l'accueil pyrénéen !

⇒ **Le développement des équipements de services**

- Acquisition de bornes de services (réparation, recharge de vélo électriques, lavage, photos, consignes de vélo, informations...)
- Acquisition d'écrans dynamiques pour le téléchargement des parcours en traces GPS
- Etude de faisabilité pour la création de cafés-vélo, recyclerie-vélos.
- Equipement des grands itinéraires cyclo en points d'eau et toilettes
- Acquisition de boîtes de protection des vélos pour le transport

⇒ **Le développement du design des lieux**

- Création, équipement et décoration du local à vélos des hébergeurs (travaux, acquisition mobilier et éléments décoration, prestations graphiste et décorateur intérieur, acquisition œuvres d'artistes)
- Décoration en lien avec le vélo des restaurants/bars situés sur des itinéraires ou sites à forte notoriété « vélo » (acquisition mobilier et éléments décoration, prestations graphiste et décorateur intérieur, acquisition œuvres d'artistes)
- Aménagement des sites, espaces publics, voies cyclables pour renforcer l'ADN « vélo » du territoire (réalisation ou acquisition de mobilier ou d'œuvres d'art en lien avec le vélo sur des sites à forte notoriété)

⇒ **Le développement de l'itinérance**

- Développement d'une plateforme web « transfert de bagages »
- Création d'un site web/application « vélo » pour découverte itinéraires, services, points d'intérêts...
- Acquisition de rack à vélos sécurisés
- Acquisition de boîtiers Travel Wifi
- Acquisition de GPS

⇒ **Le développement de l'offre de circuits (vélo, VTT...) et des nouvelles pratiques (E-bike, Gravel...)**

- Création, balisage et signalétique des parcours
- Acquisition de vélos et accessoires vélo
- Réalisation d'outils d'orientation (graphisme, photographies, traduction et impression de cartes, topoguides...)
- Développement de la signalétique de sensibilisation à la sécurité des cyclistes (graphisme et acquisition mobilier)
- Réalisation d'outils de promotion numériques (mini-film, teaser...)

⇒ **Le développement d'outils à destination des professionnels**

- Création d'un guide à destination des professionnels accueillants des clientèles cystites pour une meilleure connaissance de la culture de chaque client selon sa nationalité (conception, rédaction, graphisme, impression)
- Création d'un catalogue des produits locaux/artisanaux en lien avec le vélo. Exemple : bières, textiles, objets... (conception, rédaction, graphisme, impression)

⇒ **Le développement des réseaux**

- L'Adhésion au réseau social mondial STRAVA par le développement de la communauté « Pyrenees Cycling Club », la communauté des « rouleurs des cols pyrénéens (frais d'adhésion initiaux)
- Le renforcement et l'extension du réseau « Altamonta » : création d'un outil de gestion et labellisation des membres (hébergeurs, prestataires de services...), création et acquisition de plaques label « Altamonta»

- Maîtres d'Ouvrages concernés :

EPCI, communes, syndicats, offices de tourisme, PETR, porteurs de projet privés

- localisations spécifiques éventuelles :

Sans objet

- Critères de sélection des projets :

- Le territoire de l'Agglomération Tarbes Lourdes Pyrénées n'est pas éligible à ce dispositif
- Qualification de l'offre touristique
- Innovation pour l'offre touristique existante
- Impact sur l'emploi touristique / saisonnier

- Calendrier prévisionnel de mise en œuvre au sein de la période 2018-2021 :

2019-2021

- Indicateurs de résultats à l'échéance 2021 et valeurs de référence en 2018 :

Nombre de services dédiés au vélo créés

Kilométrage de circuits créés

Nombre d'outils favorisant l'itinérance créés

Nombres membres réseaux Altamonta et réseau STRAVA

Nombre de local à vélo aménagés

Nombre de lieux publics marqués « vélo »

Nombre de TO primo-programmateur et rapporteurs d'affaires

Nombre de séjours catalogues programmées démarchés

Nombre de montées sur le Tourmalet

Résultats des enquêtes qualitatives dans les hébergements Altamonta et sur les courses

Durée moyenne séjour

- Indicateurs de suivi et mode d'évaluation quantitative et surtout qualitative (fréquence, pilote de l'évaluation, diffusion de l'évaluation)

L'évaluation sera faite sur la base des déclarations des porteurs de projet pour chaque mesure.

Une évaluation globale sera faite grâce aux données de l'observatoire cyclo

- Articulation avec les programmes CPER, CPIER, Programmes Européens, Schémas stratégiques

FEDER Massif = action 2-4 : diversification et la qualification des équipements, des services de loisirs et de sites de pratiques de pleine nature (= pratiques de loisirs libres : itinérance, sports d'eaux vives, activités aériennes, activités de corde, liées à la neige). Le FEDER massif (action 2-5) (POI Pyrénées) vise à inscrire les stations et sites pyrénéens dans une dynamique performante de développement durable de l'économie touristique : mobilités douces et collectives, management environnemental, accessibilité des stations pour les personnes handicapées.

Leader Plaines et Vallées de Bigorre = produits de niche ; mesure 2.1

SRDEII : agir pour la structuration et la professionnalisation des acteurs touristiques ; Agir pour la qualification et la compétitivité des entreprises touristiques

Schéma régional du développement du tourisme et des loisirs : l'ensemble du schéma et plus particulièrement : priorité 2 / action 5 (Susciter l'innovation en tourisme) ; priorité 3 / action 7 (Faire émerger des modèles de développement multi-saisonniers, vertueux et durables) ; priorité 5 / action 14 (favoriser l'émergence de projets de territoires en zone rurale, sur les « ailes de saison »

CPIER Massif : création de valeur / améliorer, diversifier et qualifier l'offre touristique (fiche 2A) ; attractivité du territoire/ notamment à travers le développement d'un tourisme durable (fiche 1.C)

Projet de territoire Ha-Py 2020 : chantiers relatifs au marketing territorial et à la destination touristique internationale

Dispositifs Pôles touristiques (Carnet de Route) : cohérence avec le positionnement des pôles touristiques du périmètre (Gavarnie, Luz, Cauterets-Pont d'Espagne, Argelès-Gazost-Val d'Azun, Tourmalet Pic du Midi) ; lien avec l'appel à projets tourisme du Conseil Départemental

Caractéristiques particulières de la fiche mesure : Sans objet