

## Atelier 1 – Vélo/Canoë ou Rando/Bateau, comment construire une offre itinérance ?

En multipliant les différents modes de déplacement, cela permet de varier les parcours, les vitesses, changer d'angle et de point de vue.

La Loire-Atlantique est une terre cyclable avec plus de 2000km de pistes cyclables. C'est le 5<sup>ème</sup> département vélo de France.

3 grands itinéraires cyclables suivent les cours d'eau :

- La Vélodyssée
- La Loire à Vélo
- Vélocéan

Profil des cyclistes sur la Vélodyssée en Loire-Atlantique :

- 42% de touristes – 58% d'excursionnistes
- 11% de cycliste itinérant – 16% de cycliste sportif – 8% de cycliste utilitaire – 65% de cycliste loisir
- Majoritairement des couples et des familles – 30% de retraités – Moyenne d'âge de 49 ans – Séjour moyen de 9 jours – Principalement français (92%).
- Distance moyenne de 33km/jour, 1-2h de balade/jour – 2/3 en allers-retours
- Dépenses 62€/jour
- 11% utilisent un VAE et 3% ont loué un vélo
- Un marché à saisir qui croît avec un potentiel déjà bien présent

La labellisation Accueil Vélo

- Rassurer les clientèles à vélo
- Promesse d'un accueil de qualité
- Permet de la visibilité : France Vélo Tourisme, la Vélodyssée, dans les guides vélo, sur les salons, lors des accueils presse...

Les clientèles vélos et nautisme ont des besoins et des attentes similaires, ainsi que des pratiques et des aspirations communes : il faut donc miser sur le multi activité. Les profils de clientèles sont semblables : en couple ou en famille le plus souvent, CSP +, clientèles internationales.

Perspectives pour combiner pratique vélo et pratique nautique :

- Jouer la carte de la mutualisation
- Miser sur la diversité
- Travailler le Boat&Bike
- Savoir accueillir la clientèle itinérante
- Faciliter et renforcer les liens entre les acteurs du cyclable et du nautisme

### *Les échanges avec deux professionnels*

**Agnès Broquet, Directrice Tourisme Durable de Loire-Atlantique développement :** Depuis combien de temps et comment avez-vous mis en place votre activité ?

**M. Bernard SPITZ & Mme Véronique ROPP, la compagnie des canotiers du Rhône et Saône :**

- Reconversion en 2016 dans le « tourisme doux » et avec la volonté de mélanger le nautisme et le cyclisme.

- Après une 1<sup>ère</sup> expérience en 2015 le long de la Route du Danube, cela a permis d'identifier les choses intéressantes et qui ne se font pas en France.

- Parcours aller en vélo, parcours retour en bateau (ou l'inverse). Pour cela, la fabrication d'un bateau adapté pour y installer les vélos à bord était nécessaire. Nous avons commencé par un petit bateau, pouvant accueillir 12 vélos électriques et 12 passagers, et nous les accompagnons toute la journée sur l'itinérance.

- Au vu du succès, nous avons pris la décision de faire construire un bateau plus grand et d'accompagner les clients seulement sur la partie navigation, et de les laisser en autonomie sur le trajet à vélo.

- En fin de journée, nous avons développé une offre de repas-croisière ou en format cocktail, seulement pour la navigation et plus pour la partie vélo.

- Clientèle plutôt locale : familles, amis qui viennent en groupe et de tous les âges.

- Il n'y a qu'un seul point d'entrée pour la billetterie pour ne pas qu'il y ai des problèmes de logistiques.

**M. Mathieu TREBOSC, L.A Kayak :**

- Création de la structure en 2012 à Champtoceaux. Nous possédons une flotte de 50 vélos (sans assistance électrique) et 110 supports nautiques.

- Proposition d'une offre combinant balade à vélo et descente de la Loire en Kayak : je suis partie du constat que lorsque nous faisons une descente en kayak et que nous arrivions au point d'arrivée, il fallait toujours attendre un long moment qu'un véhicule arrive. Avec le vélo, on peut rentrer par soi-même.

- Des offres combinant vélo et kayak sur plusieurs jours sont possibles.

- La clientèle est locale et citadine. La Normandie et l'Île de France sont les plus présent en dehors des Pays de la Loire.

- Beaucoup de réservation de dernière minute.

- Le public familiale n'est pas trop sportif donc le fait de leur dire qu'ils vont varier les activités leur semble plus a porté de main.

- Réussites et obstacles : les frontières administratives qui sont compliquées car dès qu'il y a un nouveau prestataire d'hébergement qui ne fait pas parti du département de l'office de tourisme c'est un problème pour l'afficher.

- Besoin d'une marque qui est importante : le nom d'un territoire, d'un label, d'un itinéraire...

**A.B :** Cela a donc démarré par une passion, puis vous avez eu la volonté de partager. Et qui sont vos clients aujourd'hui ?

**La Compagnie des Canotiers :** Après 6 ans d'activités, 80% de notre clientèle est locale, dans un rayon de 150km. Il n'est pas simple d'aller sur l'eau et les clients ont besoin de l'accompagnement des professionnels. Nous voulons accueillir tout le monde, aussi bien les familles, que les seniors, les personnes en situation de handicap... Nous voulons permettent à chacun de se réapproprier le fleuve, l'eau.

**A.B :** Et avez-vous un travail de retour, d'évaluation de la clientèle ?

**La Compagnie des Canotiers :** le meilleur indicateur est de voir ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas. On développe les activités qui font le plein. Grâce à l'aller-retour, on peut doubler le nombre de passagers transportés : 40 personnes à l'aller, on recharge avec 40 personnes au retour.

**L.A Kayak :** On ne fait plus de statistiques précises. On en faisait beaucoup au départ, pour savoir où aller et se rassurer, mais beaucoup moins maintenant. C'est une activité sportive, nous touchons principalement une cible locale (Nantes, Angers, Le Mans...). Nous touchons les communes du bord de Loire et les citadins. Mais avec le COVID, nous avons vu une évolution des pratiques avec une forte demande sur l'itinérance. Grâce au produit combiné vélo/kayak, la zone est très largement étendue avec la clientèle parisienne.

**Claire Poitevin, chargée de mission nautisme Loire-Atlantique développement :** Cela répond aussi aux attentes des citadins avec les notions de micro-aventure, sortir des sentiers battus et de son quotidien.

**A.B :** Quels sont les supports que vous utilisez, la communication que vous faites ?

**LA Kayak :** Nous fournissons un vrai carnet de route, complet avec ce qu'il faut emporter, la capacité du kayak pour le sac à dos, les éléments essentiels pour le confort. Tout est construit de façon à ce que le client puisse être autonome et organiser son séjour lui-même. Mais nous avons aussi un fort

attachement à l'humain, nous passons du temps à l'accueil avec chaque client pour leur présenter leur trajet, répondre à leurs questions.

**La Compagnie des Canotiers :** Nous travaillons avec les différents partenaires locaux (Office de tourisme et Agence Départemental du Tourisme). Nous avons aussi créé un site internet complet et assurons un accueil téléphonique. Nous avons édité un flyer pour permettre une distribution faciliter et avons créé une page Facebook.

Les offices de tourisme nous remontent sur leurs différents supports et leur site internet. Nous avons eu quelques reportages, sur France 3 et TF1, nous permettant d'étendre notre notoriété au niveau national. Et nous appartenons également à différents labels comme Accueil Vélo.

**A.B :** Pour conclure, quels sont les obstacles que vous avez rencontrés, sur lesquels il faut veiller, et les conditions de réussite ?

**La Compagnie des Canotiers :** Les principaux obstacles sont la difficulté des infrastructures et les limites politiques. Les instances ne croient en l'idée que lorsqu'elle est mise en œuvre donc le soutien ne vient pas dès le départ du projet.

**L.A Kayak :** Les frontières administratives sont un frein énorme. Pour les facteurs de réussite, le rapport humain est très important.