

# Comment gérer et organiser la pratique du VTT dans les parcs

## Aménagement des sites



**OFB**  
OFFICE FRANÇAIS  
DE LA BIODIVERSITÉ

## 3.2 - La place du VTT dans une démarche de développement touristique

L'activité Vélo Tout Terrain peut concourir de manière différente au développement touristique d'un Parc :

- [C'est une diversification des activités d'un site.](#)
- [C'est un produit en tant que tel, le VTT constitue alors l'élément déterminant dans le choix de la destination séjour,](#)
- [C'est la base d'un forfait touristique.](#)

### 3.2.1 L'ELEMENT QE DIVERSIFICATION DES ACTIVITES D'UN SITE

#### • Où ?

Sur des espaces où une demande en activité existe :

- Soit pour une clientèle séjour déjà en place (Ex. : une station),
- Soit pour une clientèle de proximité à la recherche de loisirs (Ex. : proximité de métropole régionale).

#### • Pour qui ?

Nous trouverons une forte proportion de non initiés à la pratique qui désireront faire une première découverte. Toutefois, et c'est peut être plus vrai dans la clientèle de proximité, les initiés au vn existent et leur proportion augmente au fil des années.

#### • Comment ?

En proposant une gamme complète d'itinéraires sur le plan des difficultés, itinéraires liés à des services spécifiques au VTT.

L'objectif est de satisfaire toutes les formes de demandes: locations de VTT (débutant), entretien du matériel (initié), accompagnement (groupe) et hébergement courts séjours (augmentation de la durée des séjours dans un site de proximité).

#### • Avec quels objectifs ?

On maintient le degré d'attractivité du lieu de séjour, on gère la pression éventuelle de population proche, on conforte des prestataires locaux sur ce nouveau créneau d'activité qui complète d'autres activités (Ex. complément été-hiver ski-VTT).

#### • Les points fondamentaux :

L'information du public sur le site ou à proximité doit être fiable et actualisée. Les circuits doivent être parfaitement entretenus, en particulier les plus faciles car ils s'adressent à des non initiés. Les services annexes doivent être suivis et de qualité, ils sont l'élément fondamental de la fidélisation des clients sur le site ou sur l'activité. Ces services peuvent faire l'objet de la mise en route de charte de qualité.

#### • Avec quelle chance de succès ?

Les chances de succès sont liées à la qualité des prestations proposées, à l'importance du bassin de clientèle. La qualité des prestations est aussi une assurance contre la diminution probable de l'engouement pour le VTT. Les sites les moins opérationnels seront alors les plus touchés.

### 3.2.2 L'ELEMENT FONDAMENTAL D'UNE DESTINATION SEJOUR

Le VTT peut devenir ce vecteur de deux manières :

- Par la connaissance et la reconnaissance d'un site comme Un "site-phare" incontournable.
- Le VTT devient le support d'une randonnée itinérante.

#### Création d'un "Site-phare" VTT

## • Où ?

Sur un site dont le relief et l'environnement créent toutes les conditions objectives optimales pour cette pratique. Deux options sont possibles: VTT descente ou VTT sport randonnée découverte. Pour le VTT descente, les implications en terme d'équipement (remontées mécaniques obligatoires) et surtout d'aménagements annexes (voiries, accessoires de protection, ... ) nous semblent difficilement compatibles avec l'image des Parcs Naturels. Dans la deuxième hypothèse, il est quasi obligatoire de se situer dans des secteurs montagneux, pour bien "coller" à l'image du Vélo Tout Terrain. Le développement de site dans le Massif Central ou sur le littoral est possible.

## • Pour qui ?

Le site doit convenir à une pratique d'initiés; ils constituent la cible de clientèle prioritaire. Leur indice de satisfaction doit être fort, ils deviennent alors des prescripteurs efficaces. Ils amènent sur le site d'autres types de pratiquants, habituels ou occasionnels qui induisent une activité en volume plus importante.

## • Comment ?

On ne peut devenir un site incontournable sans des réalisations uniquement consacrées à cette pratique. La gamme d'itinéraires doit donc être complète en mettant en avant des circuits en quantité et qualité qui rendent le site comme incontournable et exceptionnel. Une grande variété dans les difficultés et dans l'espace peut en faire un lieu qui sort effectivement de l'ordinaire. Même si les aspects techniques sont très présents, ils ne doivent pas occulter la dimension découverte de l'activité qui est le point commun à l'ensemble des pratiquants. Chaque itinéraire proposé doit être l'occasion d'une ou de découvertes: on ne fait pas du VTT uniquement pour faire du VTT, quel que soit le niveau de pratique, cela reste un moyen de détente et de découverte.

## • Les points fondamentaux

Une communication forte et cohérente autour de ce thème est indispensable. Cette politique doit s'attacher avant tout à mobiliser les médias spécialisés. La venue d'un public d'initiés indispensable à la connaissance et la reconnaissance du site, est fortement conditionnée par ces relais. La création d'événements d'envergure facilite l'accès à ces supports. Ces actions de communication seront relayées efficacement par tout ce qui facilite l'accès au site en amont du séjour programmé.

## • Avec quels objectifs ?

L'objectif est double :

Tout d'abord, il est d'augmenter le chiffre d'affaire tourisme d'une région (taux de remplissage supérieur des prestataires locaux très directement liés au VTT confortés par l'apport nouveau de clientèle attachée à cette pratique) , mais il peut être aussi d'augmenter la notoriété d'une région ou (et) qualifier son image.

## • Avec quelle chance de succès ?

Les moyens nécessaires à ce type de démarche sont de plus en plus importants. On assiste actuellement à une escalade dans les initiatives développées pour réaliser cet objectif :

- A Métabief, création ex nihilo d'un centre VTT à vocation d'entraînement.

- Topo-guides de plus en plus élaborés et luxueux (ex. topo-guide du Jura).

- Augmentation très importante des budgets nécessaires à l'organisation de compétitions (ex. pour une Manche de Championnat de France en 1992, le site d'accueil devait déboursier 250 000 F !).

Il convient donc d'être prudent avant de se donner comme objectif un tel positionnement.

## Le VTT support de randonnée itinérante :

### • Où ?

Cette pratique convient bien à toutes les régions possédant un réseau dense de chemins, balisés ou non, agréables, faciles d'accès pour des vététistes en situation d'itinérance, c'est-à-dire, dans une pratique de plusieurs jours, avec un minimum de chargement.

Les reliefs trop escarpés, induisant de trop fortes dénivelées, gravis sur des sentiers trop étroits, trop caillouteux, trop peu rou lants sont à proscrire.

Il est nécessaire également de s'appuyer sur un réseau d'hébergements susceptibles de satisfaire ces adeptes: gîte d'étape, hôtellerie rurale de caractère ou pour les plus " purs et durs" camping.

### • Pour qui ?

La cible est ici une clientèle type randonnée ayant un minimum de pratique Vélo Tout Terrain.

Vu le profil des pratiquants, l'évolution de leur niveau, ce segment de clientèle, jusque-là réduit en terme d'effectif, est certainement appelé à se développer de manière significative. L'importance de ce développement dépend sans doute de la capacité des petites régions à faire des propositions attractives et adaptées.

### • Comment ?

S'agissant d'un public relativement initié, il ne nous paraît pas opportun de créer de toute pièce des itinéraires VTT type GR ou PR, avec un balisage spécifique.

Nous préconisons la création de topo décrivant ces itinéraires ; ces descriptifs s'appuyant sur des balisages existants (pédestres, équestres, VTT), ou sur l'utilisation d'une cartographie adaptée.

Cette préconisation s'appuie sur plusieurs arguments :

- La pratique du VTT en randonnée nécessite des itinéraires bien adaptés excluant en particulier toutes les parties trop techniques (le vététiste est chargé, il randonne sur plusieurs jours).

- Il ne peut pas se satisfaire des GR ni d'une combinaison d'itinéraires VTT. Quel que soit l'itinéraire de base, on est donc amené à proposer des variantes pour éviter les passages trop difficiles, variantes empruntant des voiries forestières, voire des voies revêtues. On peut même imaginer plusieurs variantes reliant un point à un autre, permettant ainsi d'offrir plusieurs gammes de difficultés ou plusieurs centres d'intérêts de découverte.

L'expérience montre que ce type de combinaison satisfait totalement les pratiquants du VTT en itinérance ; leurs attentes sont alors relativement proches du tourisme à bicyclette.

Le Topo d'accompagnement décrit l'itinéraire et ses différentes variantes ...

#### • Les points fondamentaux

Le produit repose sur trois points fondamentaux :

- La conception d'étape alliant intérêt "touristique" et adaptation à la pratique,
- La qualité des hébergements rencontrés,
- La qualité du document décrivant l'itinéraire à emprunter.

Ces hébergements devront pouvoir proposer une gamme de services périphériques allant du stock de pièces détachées vélo jusqu'au transfert de bagages. On peut admettre qu'il faut prévoir des étapes de 25 à 35 km, suivant les types de parcours, étapes qui sont d'un accès facile à tout pratiquant.

#### • Avec quel objectif ?

L'intérêt d'une telle proposition est double. Il réside à la fois dans l'apport d'une nouvelle clientèle vers les hébergements randonneurs d'une région, c'est réellement une activité découverte d'une petite région à travers une activité qui peut valoriser des secteurs où la randonnée à pied peut paraître monotone et sans intérêt.

Mais aussi, cette forme d'itinéraires introduit beaucoup plus de souplesse dans la conception des étapes : 5 km de plus en vélo pour atteindre un hébergement ou un site très intéressant c'est possible, à pied c'est souvent rédhibitoire.

#### • Avec quelle chance de succès ?

La proposition d'une gamme variée d'hébergements le long de ces itinéraires est aussi une garantie de succès; On élargit ainsi les types de clientèle possibles. Notons que ce type de proposition induit des investissements très limités: pas d'aménagement, pas de balisage. Le gain en terme d'augmentation des séjours peut donc être significatif.

### 3.2.3 L'ÉLÉMENT ESSENTIEL D'UN FORFAIT TOURISTIQUE

Il apparaît très difficile de commercialiser des séjours forfaitisés s'appuyant fortement sur la pratique du vn. Beaucoup d'initiatives ont été prises en la matière, très peu se sont concrétisées par une vente significative. Si certains échecs sont à mettre sur le compte d'un manque de professionnalisme, des exemples existent démontrant le contraire (catalogue New Way,...)

Actuellement, les seules réussites en la matière sont :

- Le développement d'une activité vn dans le cadre de séminaire,
- Quelques commercialisations réussies par des prestataires ayant une forte image sportive (Ex. UCPA),
- La réalisation des séjours liés à des événements compétitions (Roc d'Azur, Rallye des Moniteurs,...) ou des stages de formation.

[Haut de page](#)

Tous droits réservés © - Propriété de l'OFB