

Les P'tites routes du Soleil

Docs de cadrage

Base du Projet : Un produit dérivé des Chemins du Soleil

- Si les pratiques VTT et cyclotouristes sont spécifiques, l'accueil des clientèles, l'offre touristique et les services associés sont similaires.
- Au niveau des pratiquants réguliers, il existe également des passerelles entre ces pratiques. Un vététiste « crosseur » pratique généralement le vélo de route. L'inverse est peut-être un peu moins vrai.
- La GTA développe jusqu'à présent une offre ciblant des pratiquants cyclistes et vététistes sportifs et experts. Le vélo loisirs est quasi absent.
- Le projet envisagé est la création d'un « produit dérivé » traversant les Préalpes jalonnant l'itinéraire existant des chemins du Soleil.

Objectifs et intérêts

- Optimiser et conforter une dynamique réseau sur les chemins du Soleil
- Diversifier la clientèle, augmenter le taux de remplissage des hébergements Chemins du Soleil, cibler des pratiquant moins sportifs, développer une offre de vélo à assistance électrique.
- Générer une nouvelle offre sans devoir partir de 0, sans lancer des aménagements lourd (balisage non indispensable....)
- Orienter une fréquentation vers des hébergements CDS moins privilégiés
- Cout limité. Dépenses transversales (actions de communication à optimiser : web, salon...)

Les forces en présence

- Référentiel hébergements adapté
- Un réseau de partenaires motivé
- Complémentarité envisageable sur le réseau Route de la Lavande (RLL), Vélo loisirs en Provence et autres référentiel accueil vélo des territoires
- La plupart de notre communication intègre la cible cycliste (Chemins du soleil, Route des Grandes Alpes)
- Un réseau dense d'itinéraire cyclo mis en place par les territoires

Les difficultés à envisager

- Politique de marque : Ne pas amener de confusion avec l'itinéraire VTT
- En 2014, les P'tites routes du Soleil représenteront des idées séjours, pour la mise en tourisme d'un itinéraire officiel en 2015
- Création d'un nouveau dépliant en 2015

La Cible des P'tites Routes du Soleil ?

Profil des CYCLISTES

⇒ Profil type

- . Clientèle composée de cadres supérieurs majoritairement
- . Agée en moyenne de 40 à 50 ans
- . Voyage en couple ou en petits groupes
- . 350 à 400 km en moyenne effectués sur 7 à 10 jours

2 clientèles distinctes :

- . *Les cycloportifs* : petits groupes, défi sportif, préparation en amont
- . *Les couples et les petits groupes* : autonomie, liberté, découverte des territoires

Cycloportifs : groupes de 10 personnes, organisent leur voyage en avance, la RGA est un objectif en soi, « collectionneurs » de cols

Couples, petits groupes en autonomie : ont moins tendance à réserver

⇒ Caractéristiques

- . Une pratique en plein développement
- . Période d'avril à septembre
- . Achat de services, visites de sites culturels payants, consommation de produits locaux
- . Essor du vélo électrique

⇒ Autres infos utiles

- Une pratique qui se féminise
- Une clientèle française à fort potentiel de développement
- Fort pouvoir d'achat
- Une activité au centre du choix du séjour
- Une demande de courts séjours (150 km – 3 à 4 jours)
- 40 000 vélos électriques ont été vendus l'an passé, contre 22 000 en 2009.

⇒ Attentes

- . Campings, hôtels, chambres d'hôtes, gîte d'étape
- . Un niveau de services important
- . Confort, calme, authenticité, bien-être, wifi
- . Transports en commun
- . Transport des bagages

⇒ Comment les toucher ?

- . Internet, blogs
- . Sur évènements

le tourisme cyclo-sportif

la pratique sportive du vélo sur route

les clientèles

- Majorité d'hommes
- Régions du Nord (France, Belg, NL, ...)
- Pratiques régulières en club, originaires de la région ou régions limitrophes
- 50-65 ans
- CSP +

Distance parcourue par an, par sortie et vitesse moyenne

les prestations

- Stages de perfectionnement
- Club de compétition
- Cols mythiques
- Cyclosporives et cyclodécouvertes
- Tronçons TdF
- Activités via club
- Sorties du dimanche entre amis

Exemple vélo itinérant

RGA les Grands cols

P'tites routes

du Soleil (vélo loisirs)

Canal du Midi

Vélo routes

une niche ?

Un produit spécifique conçu pour répondre à une cible spécifique de consommateurs

Exemple : tourisme religieux

Séminaires de retraite

Pèlerinages

Visite d'abbayes

La cible principale des p'tites routes du soleil

- Les couples et les petits groupes : autonomie, liberté, découverte des territoires
- Privilégiant la découverte à l'aspect sportif, cherchant des voies de circulation peu fréquentée
- Le Cyclotouriste reste une clientèle à ne pas négliger
- Le pratiquant du VAE est une clientèle potentiellement intéressante

