

LE CYCL OTOURISME AU QUÉBEC :
Diagnostic et enjeux

Rapport final

**Table sectorielle de concertation
sur le cyclotourisme**

Septembre 2006

ISBN-13 : 978-2-550-47847-8
ISBN -10 : 2-550-47847-9

LE GROUPE
DBSF



460, rue McGill
Montréal (Québec) H2Y 2H2
Téléphone : (514) 278-3273
Télécopieur : (514) 278-7224
dbsf@dbsf.qc.ca

Table des matières

	page
[1] INTRODUCTION.....	4
1.1 Un rappel du mandat et du contexte de réalisation.....	4
1.2 La méthodologie et le contenu du présent document.....	5
1.3 Quelques définitions importantes.....	7
[2] PORTRAIT DE L'OFFRE ACTUELLE EN CYCLOTOURISME.....	9
2.1 Le cyclotourisme, un produit difficilement classable.....	9
2.2 L'offre en cyclotourisme au Québec : un développement accéléré.....	9
2.3 La Route verte : un puissant outil de développement.....	16
2.4 Le portrait régional de l'offre cyclotouristique: un réseau en développement.....	20
2.5 L'offre cyclotouristique : au delà des voies cyclables.....	60
[3] DEMANDE ACTUELLE ET POTENTIELLE.....	69
3.1 La demande cyclotourisme : une croissance constante.....	69
3.2 Le profil des cyclotouristes québécois actuels.....	72
3.3 Le portrait des cyclotouristes hors Québec et quelques tendances générales à prendre en compte.....	82
[4] ANALYSE DES MODELES COMPARABLES.....	88
4.1 Le Danemark.....	88
4.2 Le Vermont (et le Maine).....	90
4.3 La Suisse.....	92
4.4 Sommaire de l'analyse comparative.....	95
[5] ANALYSE ORGANISATIONNELLE ET PROMOTIONNELLE.....	97
5.1 L'organisation du cyclotourisme au Québec.....	97
5.2 Les efforts de communication du cyclotourisme : Que de chemin parcouru !.....	100
[6] CE QU'IL FAUT RETENIR.....	109
[7] ENJEUX DE DEVELOPPEMENT ET DE MARKETING.....	112

Liste des tableaux

TABLEAU 1 – RÉPARTITION RÉGIONALE DU RÉSEAU CYCLABLE QUÉBÉCOIS EN 2004	11
TABLEAU 2 – INTERVENTIONS DU MINISTÈRE DES TRANSPORTS DU QUÉBEC EN AMÉNAGEMENTS CYCLABLES DE 1996 À 2005	13
TABLEAU 3 – RÉSEAU CYCLABLE AMÉNAGÉ DANS LES PARCS NATIONAUX AU QUÉBEC	14
TABLEAU 4 – ÉTAT DE LA ROUTE VERTE PAR RÉGION AU 31 OCTOBRE 2005	18
TABLEAU 5 - TYPE DE SIGNALISATION RELATIF AU PRODUIT CYCLOTOURISTIQUE	61
TABLEAU 6 - COÛTS DES PANNEAUX DE SIGNALISATION DES ITINÉRAIRES CYCLABLES HORS ROUTE	62
TABLEAU 7 - PROGRAMME DE SIGNALISATION DES ITINÉRAIRES CYCLABLES HORS ROUTE	63
TABLEAU 8 – MODE D'HÉBERGEMENT UTILISÉ PAR LES CYCLOTOURISTES SPORTIFS	63
TABLEAU 9 – RÉPARTITION DES ÉTABLISSEMENTS CERTIFIÉS « BIENVENUE CYCLISTES ! » 2006	65
TABLEAU 10 – ÉVÉNEMENTS CYCLISTES 2005	66
TABLEAU 11 - INCIDENCE DES CYCLOTOURISTES DANS LA POPULATION -2005	69
TABLEAU 12 - NUITÉES GÉNÉRÉES PAR LES CYCLOTOURISTES SPORTIFS QUÉBÉCOIS	70
TABLEAU 13 - NUITÉES GÉNÉRÉS PAR LES CYCLOTOURISTES VACANCIERS QUÉBÉCOIS	71
TABLEAU 14 - RÉPARTITION DES NUITÉES DES CYCLOTOURISTES SPORTIFS AU QUÉBEC	72
TABLEAU 15 - PROFIL SOCIODÉMOGRAPHIQUE DES CYCLOTOURISTES	73
TABLEAU 16 - NOMBRE DE RANDONNÉE ET DURÉE	74
TABLEAU 17 - ANNÉES DE PRATIQUE DU CYCLOTOURISME	77
TABLEAU 18 - NOMBRE DE JOURS DU VOYAGE LE PLUS LONG	78
TABLEAU 19 - UTILISATION DE PISTES CYCLABLES OU D'ITINÉRAIRES SUR ROUTE	78
TABLEAU 20 - TAUX DE CYCLISME SELON LE SEXE, L'ÂGE	84
TABLEAU 21 - INCIDENCE DES CYCLISTES DANS LA POPULATION	85
TABLEAU 22 - VOLUME ET DÉPENSES DES CYCLOTOURISTES AU ROYAUME-UNI	86
TABLEAU 23 – SOMMAIRE DE L'ANALYSE COMPARATIVE	95
TABLEAU 24 - RÔLES ET RESPONSABILITÉS EN MATIÈRE DE CYCLOTOURISME ET ENJEUX	97
TABLEAU 25 – ANALYSE DES PRINCIPAUX OUTILS DE COMMUNICATION UTILISÉS	101
TABLEAU 26 – ANALYSE DES INVESTISSEMENTS EN COMMUNICATION	102
TABLEAU 27 – ANALYSE DES QUELQUES ÉDITEURS PRIVÉS POUR LA COMMERCIALISATION DU CYCLOTOURISME	105
TABLEAU 28 - COMMERCIALISATION DU CYCLOTOURISME PAR DES ENTREPRISES AU QUÉBEC	106
TABLEAU 29 - LES CLUBS CYCLISTES ET RANDONNÉES ORGANISÉES	108
TABLEAU 30 – RAPPEL DES ORIENTATIONS DE 1999 ET DE 2004	112

Liste des graphiques

GRAPHIQUE 1 - ÉVOLUTION DU RÉSEAU CYCLABLE ENTRE 1979 ET 2004	10
GRAPHIQUE 2 – SOURCES D'INFORMATION CONSULTÉES POUR LA PRÉPARATION DES VOYAGES DE CYCLOTOURISME	75
GRAPHIQUE 3 - SITUATION DÉCRIVANT LE MIEUX L'ORGANISATION DES VOYAGES DE CYCLOTOURISME	76
GRAPHIQUE 4 - ÉLÉMENTS D'IMPORTANCE LORS DE L'ORGANISATION D'UN VOYAGE À VÉLO	77
GRAPHIQUE 5 - LES RÉGIONS VISITÉES LORS DU PLUS LONG VOYAGE	79
GRAPHIQUE 6 - LA COMPOSITION DES GROUPES	80
GRAPHIQUE 7 - LE MODE D'HÉBERGEMENT PRIVILÉGIÉ	81
GRAPHIQUE 8 - RÉPARTITION DES DÉPENSES DES CYCLOTOURISTES SPORTIFS	82
GRAPHIQUE 9 - SOURCES D'INFORMATION CONSULTÉES POUR LA PRÉPARATION DES VOYAGES DE CYCLOTOURISME	103

Liste des cartes

CARTE 1 – SCHÉMA PRÉLIMINAIRE DE LA ROUTE VERTE – OCTOBRE 2005	19
--	----

[1]

INTRODUCTION

1.1 Un rappel du mandat et du contexte de réalisation

Les objectifs du mandat

L'entente contractuelle entre le ministère du Tourisme et le Groupe DBSF vise à produire le *Plan de développement et de commercialisation du cyclotourisme* au Québec. Plus précisément, le mandat consiste à :

- ❖ Procéder à l'analyse de la situation actuelle du cyclotourisme au Québec : offre (produits, organisation, services offerts, efforts actuels de développement et de promotion) et performance actuelle (notoriété, fréquentation, caractéristiques et besoins de la clientèle, etc.) ainsi que de l'environnement dans lequel évolue le développement du cyclotourisme (modèle organisationnel actuel, tendances générales, comparables et concurrence).
- ❖ Identifier le marché potentiel du produit cyclotouristique québécois.
- ❖ Poser un diagnostic stratégique selon la technique « SWOT » identifiant les forces et faiblesses, les opportunités et les menaces à prendre en compte et un énoncé des enjeux de développement.
- ❖ Dégager une vision de développement souhaitable du cyclotourisme pour en faire un secteur touristique structurant du Québec et des régions concernées.
- ❖ Identifier les partenaires du développement, préciser leurs intérêts respectifs à son égard et connaître leurs attentes en regard du développement et de la commercialisation du cyclotourisme.
- ❖ Animer et organiser une consultation des principaux acteurs concernés par le développement du cyclotourisme sur ces enjeux et défis afin de dégager des orientations stratégiques.
- ❖ Élaborer un plan de développement et de commercialisation qui découle des orientations retenues lors de la consultation et qui dégage les priorités d'intervention pour les trois prochaines années, l'échéancier général de réalisation et les indicateurs de performance.

En bref, l'objectif ultime de cette démarche est de faire du Québec une destination cyclotouristique reconnue et **d'augmenter les revenus touristiques générés par le cyclotourisme, tant par les clientèles québécoises que les clientèles**

provenant de l'extérieur de la province. Il faudra donc identifier les conditions gagnantes pour faire du cyclotourisme un produit d'appel important, mais aussi un produit de support signifiant aux autres produits touristiques.

Le contexte particulier de réalisation

Le cyclotourisme jouit d'un développement considérable depuis quelques années tant au Québec, en Europe qu'aux États-Unis. La pratique du vélo en général et du cyclotourisme en particulier ne cesse de croître depuis les vingt dernières années. C'est une tendance lourde et durable. Cet engouement s'est traduit autant dans l'accroissement des pratiquants du voyage en vélo que dans les efforts de partenaires de plus en plus nombreux à offrir aux Québécois, mais aussi aux visiteurs, des infrastructures et des services répondant à leurs attentes. Mais le Québec n'est pas encore une destination reconnue à sa pleine mesure. Le présent mandat s'inscrit également dans le contexte de l'inauguration prochaine de la Route verte prévue en 2007. Cette occasion représente une excellente opportunité de positionner plus fortement le cyclotourisme comme produit touristique et de réunir les acteurs autour d'objectifs communs. Voilà le défi.

Il est également important de souligner que le cyclotourisme est un des 14 produits touristiques retenus dans la nouvelle *Politique touristique du Québec* adoptée par le gouvernement en mai 2005 et regroupés à l'intérieur de quatre grandes expériences touristiques : le *Québec des grandes villes*, le *Québec du Saint-Laurent*, le *Québec de villégiature* et le *Québec grande nature*. Le produit cyclotourisme s'insère à l'intérieur des trois premières expériences ce qui, d'entrée de jeu, le positionne très bien pour en devenir un produit majeur.

1.2 La méthodologie et le contenu du présent document

Méthodologie retenue

La supervision et la validation de l'ensemble des travaux sont assurées par la **Table sectorielle de concertation sur le cyclotourisme**, mise sur pied par le ministère du Tourisme en janvier 2005. Cette approche a été retenue afin d'associer un large éventail de partenaires de l'industrie à cette réflexion.

La Table regroupe les intervenants suivants:

- ❖ Jean François Pronovost, Directeur général Vélo Québec Association;
- ❖ Jean-Luc Bessette, ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport ;
- ❖ Pierre Dépelteau, directeur des parcs nationaux du Mont-Orford et de la Yamaska (représentant la SÉPAQ) ;
- ❖ Éric Fournier, directeur général de Tourisme Montérégie (représentant des Associations touristiques régionales du Québec associées) ;

- ❖ Gilles Lafrenière, commissaire touristique du CLD de Shawinigan (représentant la Fédération québécoise des organisations locales en tourisme) ;
- ❖ Suzanne Lareau, présidente directrice générale de Vélo Québec (collaboration de Joëlle Sévigny) ;
- ❖ Diane Leblond, directrice générale de Tourisme Laurentides (représentante des Associations touristiques régionales du Québec associées) ;
- ❖ Réjean Parent, président de Réseau Vert et représentant l'Association des réseaux cyclables du Québec (collaboration de Jean-Claude Lindsay) ;
- ❖ Marc Panneton, ministère des Transports ;
- ❖ Richard Charpentier, directeur du soutien à l'exploitation des infrastructures, ministère des Transports ;
- ❖ Alain Provençal, directeur général de Tourisme Bois-Francs et représentant de la Société des attractions touristiques du Québec ;
- ❖ François Belzile, directeur de la Direction des produits stratégiques du ministère du Tourisme;
- ❖ Carole Gatien, direction des marchés touristiques du ministère du Tourisme;
- ❖ Brigitte Boucher, chef de produit cyclotourisme à la Direction des produits stratégiques du ministère du Tourisme.

La démarche utilisée allie un ensemble d'approches méthodologiques combinant divers outils de recherche et d'analyse. Voici les outils méthodologiques retenus :

- ❖ La **recherche de données secondaires** à partir de la littérature et de la documentation actuelles, de sites Internet et de guides de voyages portant sur le cyclotourisme ;
- ❖ L'analyse de **dix réseaux cyclables**, caractéristiques de l'offre québécoise (avec une grille questionnaire à remplir) ;
- ❖ Des **rencontres dirigées** avec des intervenants-clé :
 - ✓ Une rencontre avec les **gestionnaires des pistes cyclables au Québec** (19 janvier) ;
 - ✓ Une rencontre avec les gestionnaires de pistes membres de l'ARCO (janvier)
 - ✓ Deux rencontres (Montréal et Québec) avec les **intervenants gouvernementaux** : le ministère du Tourisme, le ministère des Transports et le ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport (tenues le 11 janvier) ;
 - ✓ Une rencontre avec **Vélo Québec** (26 janvier) ;
 - ✓ Une rencontre avec les directeurs généraux ou directeurs marketing des **Associations touristiques régionales** du Québec avec une grille questionnaire à remplir (12 janvier) ;
 - ✓ Entrevues avec des 12 **opérateurs touristiques** (janvier et février) ;

- ✓ Entrevues avec des **grossistes et organisateurs** de voyage en vélo (janvier et février) ;
- ❖ Recherche et analyse de **destinations comparables** (Danemark, Vermont, Suisse et Autriche).

1.3 Quelques définitions importantes

D'entrée de jeu, il s'avère important de bien définir les principales terminologies qui seront employées dans ce document.

TERMINOLOGIE	DÉFINITION
<u>TERMINOLOGIE CONCERNANT LE PRODUIT</u>	
Cyclotourisme	Ensemble des activités pratiquées individuellement ou en groupe, au cours d'une expérience touristique s'échelonnant sur un ou plusieurs jours et dont l'utilisation du vélo fait partie intégralement ou partiellement du voyage. ¹
Route verte	Marque de commerce désignant un concept d'aménagement cyclable de 4 300 kilomètres visant à relier entre elles les régions du Québec d'est en ouest et du nord au sud de façon à en faire le plus grand itinéraire cyclable en Amérique.
Piste cyclable	Voie spécialement aménagée pour les cyclistes à l'écart de toute circulation motorisée. Elle peut être réservée à l'usage exclusif des cyclistes ou être accessible à d'autres usages non motorisés, tels la marche ou le patin à roues alignées.
Accotement asphalté	Pour améliorer la sécurité des cyclistes, les accotements de certaines routes principales sont asphaltés. La largeur de ces aménagements varie entre 1 et 1,75 mètre ; ils sont délimités par une ligne blanche et, parfois, par du marquage au sol. Les cyclistes y circulent dans le même sens que les autres véhicules.
Bande cyclable	Voie aménagée en milieu urbain en bordure de la chaussée. Elle est réservée à l'usage exclusif des cyclistes, délimitée par des marques au sol ou par des aménagements physiques.
Chaussée désignée	Itinéraire aménagé sur des routes à faible débit de moins de 1 000 véhicules par jour et à circulation lente. Bien que cet aménagement ne comporte pas de corridor dédié spécialement aux cyclistes, il dispose d'une signalisation spéciale dont le pictogramme rappelle aux automobilistes et aux cyclistes qu'ils partagent la même chaussée.
Circuit routier	Itinéraire empruntant le réseau routier qui ne comporte pas d'aménagement spécifique à l'intention des cyclistes.
<u>TERMINOLOGIE CONCERNANT LA DEMANDE</u>	
Clientèle locale	Utilisateur d'un réseau qui habite en périphérie de celui-ci.
Cyclotouriste²	Tout touriste qui, à un moment de son séjour, utilise le vélo comme activité principale ou comme activité de support.

¹ Chaire de Tourisme UQAM. Le cyclotourisme au Québec à l'heure de la Route verte. Portrait global de la situation et perspectives. Juin 1999.

² Vélo Québec. L'État du vélo au Québec en 2000. Octobre 2001.

Cyclotouriste sportif	Touriste dont le séjour s'articule principalement autour de la pratique du vélo.
Cyclotouriste vacancier	Touriste qui, à l'occasion de son séjour, utilisera le vélo de façon ponctuelle ou intermittente.
Touriste	Personne ayant réalisé un voyage dont le séjour est de plus de 24 heures (une nuit ou plus) et qui a utilisé un hébergement commercial ou privé.
Excursionniste	Personne ayant réalisé un voyage (plus de 40 km de son domicile) dont le séjour est de moins de 24 heures et qui n'a pas utilisé un hébergement commercial ou privé.

[2]

PORTRAIT DE L'OFFRE ACTUELLE EN CYCLOTOURISME

2.1 Le cyclotourisme, un produit difficilement classable

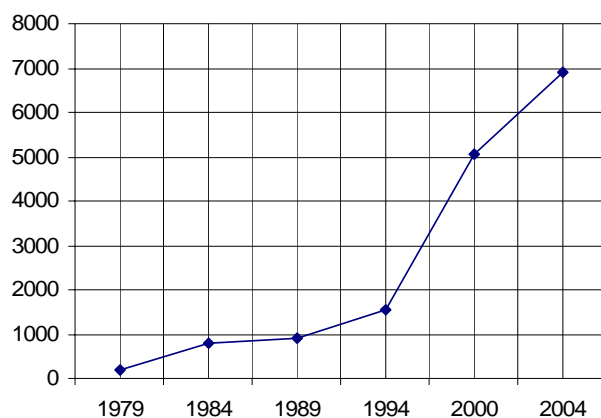
Le cyclotourisme est un produit difficilement classable. Bien sûr, il s'apparente à une pratique de tourisme d'aventure et de plein air par sa composante « d'activité sportive extérieure ». Toutefois, le cyclotourisme sportif se rapproche plus, quant à nous, du tourisme de circuit traditionnel. Du « Grand tour » au siècle dernier au tourisme de circuit en voiture (ex. : Cabot Trail, Tour de Gaspésie, Blue Ridge, etc.), le cyclotourisme propose une série de découvertes des milieux avec la possibilité de visiter des attraits et des lieux (culturels, agrotouristiques, etc.). Toutefois, chez le cyclotouriste vacancier on remarque une tendance à s'installer dans un lieu fixe et à faire des sorties vélo « en marguerite » autour de celui-ci.

2.2 L'offre en cyclotourisme au Québec : un développement accéléré

L'évolution de l'offre cyclotouristique

Le réseau cyclable québécois a 35 ans. Les premiers aménagements cyclables ont vu timidement le jour au début des années 70, qui comptait à cette époque, à peine 200 kilomètres de voies cyclables. Des années 70 au début des années 90, l'aménagement de voies cyclables servait des fins récréatives ou visait à sécuriser l'usage de la bicyclette en milieu urbain. C'est en 1995, avec l'adoption par le ministère des Transports d'une première politique vélo et le lancement du projet de la Route verte que le réseau cyclable québécois connaît pour la première fois un développement planifié qui vise à doter le Québec d'un réseau interrégional.

GRAPHIQUE 1 - ÉVOLUTION DU RÉSEAU CYCLABLE ENTRE 1979 ET 2004



Source : Vélo Québec et ministère des Transports du Québec

Actuellement, le réseau cyclable québécois (voir tableau 1 et graphique 1) compte près de 7 000 kilomètres³ et ce réseau s'agrandit d'année en année.

Les quelques 7 000 kilomètres de voies cyclables au Québec ne sont pas homogènes en termes d'aménagement. Près de la moitié (44 %) est constitué de pistes cyclables. La balance se répartit à peu près également entre les chaussées désignées (21 %), les bandes cyclables (14 %) et les accotements asphaltés (21 %). Le tableau suivant présente la répartition par région de ces infrastructures.

³ En comparaison le réseau routier en compte 130 000 kilomètres

TABEAU 1 – RÉPARTITION RÉGIONALE DU RÉSEAU CYCLABLE QUÉBÉCOIS EN 2004

Région	Réseau cyclable (km)				
	Pistes cyclables	Bandes cyclables	Chaussées désignées	Accotements asphaltés	Total
<i>Gaspésie</i>	23	10	188	280	501
<i>Bas-Saint-Laurent</i>	174	21	104	30	328
<i>Chaudière-Appalaches</i>	112	31	42	154	339
<i>Cantons-de-l'Est</i>	284	30	192	78	584
<i>Monterégie</i>	590	262	96	17	965
<i>Montréal</i>	260	29	37	0	326
<i>Laval</i>	70	65	18	0	153
<i>Outaouais</i>	288	22	1	181	493
<i>Laurentides</i>	354	84	23	72	533
<i>Lanaudière</i>	47	77	73	40	238
<i>Mauricie</i>	69	100	182	98	448
<i>Centre-du-Québec</i>	166	70	233	6	473
<i>Abitibi-Témiscamingue</i>	96	30	48	213	387
<i>Saguenay-Lac-Saint-Jean</i>	142	13	102	178	436
<i>Québec</i>	251	109	53	51	464
<i>Manicouagan- Duplessis</i>	50	25	44	2	121
Grand-Total	2 976	9 78	1 435	1 399	6 789
<i>Part (%)</i>	<i>44 %</i>	<i>14 %</i>	<i>21 %</i>	<i>21 %</i>	<i>100 %</i>

Compilation : Vélo Québec et le ministère des Transports du Québec

La Route verte à elle seule en comptera 4 300, une fois achevée en 2007, faisant de ce réseau non pas uniquement un des plus grands, mais aussi et surtout, comme le soulignent plusieurs observateurs, un des plus beaux réseaux cyclables au monde. Voilà certainement un élément clé de la distinction de ce produit touristique en devenir.

« Canada's 1 900 mile « Route verte » is one of the most beautiful cycling networks the earth »

- Nathaniel Reade, Revue *Bicycling*, Octobre 2004

* * * * *

« Québec also offers that rare and wonderful amenity: a well-marked system of both urban and rural cycling routes. Called the "Route verte", it is the best and most extensive cycling network in North America. »

- Deanna MacDonald, Revue *Doctor's review* June 2005

Le développement des différents réseaux cyclables est le fruit de l'engagement de nombreux partenaires. D'abord le ministère des Transports, en partenariat avec plus de 300 municipalités et 70 MRC, injecte des fonds pour la construction et l'entretien des réseaux. À eux s'ajoutent nombre d'organismes gestionnaires de réseaux et de pistes (détail dans le chapitre sur le portrait par région), d'organismes de promotion et de services touristiques.

Le tableau de la page suivante présente les interventions du ministère des Transports du Québec en aménagements cyclables de 1996 à 2005.

- ❖ Le ministère des Transports a investi 81,9 M \$ en aménagements cyclables entre 1996 et 2005. Près de 84 % de ces investissements ont été consentis à la Route verte ;
- ❖ Le ministère des Transports a instauré une **politique sur le Vélo** permettant la mise en place d'aménagements cyclables sur le réseau routier du MTQ mais hors Route verte pour un montant de 13,2 M \$ en dix ans ;
- ❖ Cette **politique sur le Vélo** a permis également des aménagements cyclables sur la Route verte (réseau MTQ) pour un montant de 48,1 M \$ en dix ans ;
- ❖ Le ministère des Transports a instauré un **programme d'aide financière au développement** qui permet de soutenir financièrement le milieu dans le but de compléter la Route verte. Ce programme constitue un levier financier pour le milieu étant donné que les subventions versées couvrent jusqu'à un maximum de 25 % des coûts admissibles des projets présentés. Un montant de 20,6 M \$ a été consenti en dix ans ;
- ❖ Plus récemment, le gouvernement du Québec a annoncé, en mars 2006, le prolongement de deux ans du programme d'aide financière au développement de la Route verte. Ce programme d'aide, qui devait prendre fin le 31 mars 2006, sera maintenu jusqu'au 31 mars 2008. Ainsi, ce sont 4 millions de dollars de plus qui seront investis au cours des deux prochaines années afin de permettre l'achèvement de ce vaste réseau cyclable au Québec. Les modalités du programme d'aide financière demeurent les mêmes.

Spécifions que le ministère des Transports du Québec a aussi mis sur pied un programme d'aide financière à l'entretien de la Route verte qui a pour but de soutenir les partenaires municipaux dans la prise en charge de l'entretien du réseau cyclable national. L'aide financière accordée représente 50 % des coûts d'entretien maximaux admissibles, coûts qui varient selon le type d'aménagement cyclable admissible au Programme.

TABEAU 2 – INTERVENTIONS DU MINISTÈRE DES TRANSPORTS DU QUÉBEC EN AMÉNAGEMENTS CYCLABLES DE 1996 À 2005

ANNÉE	Politique sur le vélo Hors Route verte		Politique sur le vélo Sur Route verte		Programme d'aide financière au développement de la Route verte		Total Hors Route verte		Total Sur Route verte	
	Longueur des aménagement réalisés	Montants consentis	Longueur des aménagement réalisés	Montants consentis	Longueur des aménagement réalisés	Montants consentis	Longueur des aménagement réalisés	Montants consentis	Longueur des aménagement réalisés	Montants consentis
1996-1997	(n/d)	(n/d)	60 km	1,7 M\$	n/a	n/a	(n/d)	(n/d)	60 km	1,7 M\$
1997-1998	1 km	0,1 M\$	60 km	2,1 M\$	n/a	n/a	1 km	0,1 M\$	60 km	2,1 M\$
1998-1999	10 km	0,1 M\$	34 km	2,3 M\$	n/a	n/a	10 km	0,1 M\$	34 km	2,3 M\$
1999-2000	68 km	1,0 M\$	156 km	5,5 M\$	222 km	2 M\$	68 km	1,0 M\$	378 km	7,5 M\$
2000-2001	48 km	3,8 M\$	97 km	7,1 M\$	419 km	4 M\$	48 km	3,8 M\$	516 km	11,1 M\$
2001-2002	51 km	2,6 M\$	79 km	6,6 M\$	204 km	5,5 M\$	51 km	2,6 M\$	283 km	12,1 M\$
2002-2003	91 km	2,6 M\$	217 km	9,2 M\$	89 km	2,9 M\$	91 km	2,6 M\$	306 km	12,1 M\$
2003-2004	46 km	1,9 M\$	50 km	3,0 M\$	48 km	1,3 M\$	46 km	1,9 M\$	98 km	4,3 M\$
2004-2005	32 km	0,6 M\$	84 km	4,5 M\$	166 km	2,5 M\$	32 km	0,6 M\$	250 km	7,0 M\$
2005-2006	16 km	0,5 M\$	95 km	6,1 M\$	132 km	2,5 M\$	16 km	0,5 M\$	227 km	8,6 M\$
Total	363 km	13,2 M\$	932 km	48,1 M\$	1280 km	20,6 M\$	347 km	13,2 M\$	2212 km	68,7 M\$

Source : Ministère des Transports du Québec. Février 2006

Le vélo dans les Parcs nationaux au Québec

Sans en être un élément marquant, le cyclotourisme dans les Parcs nationaux au Québec est en croissance. Plusieurs investissements ont été réalisés ces dernières années permettant d'offrir un produit de qualité à la hauteur de l'expérience des autres produits offerts dans les Parcs nationaux du Québec. Notons les efforts dans les parcs nationaux du Mont-Orford, de la Yamaska, du Bic, d'Oka, de la Pointe-Taillon et plus dernièrement celui de Plaisance en Outaouais et dans le réseau fédéral : lieux historiques nationaux du Canada du Canal-de-Chambly et du Canal-de-Lachine, Parc national du Canada de la Mauricie et le Parc de la Gatineau. Le tableau suivant illustre l'étendue du réseau cyclable dans les parcs nationaux au Québec, tant dans le réseau provincial que fédéral.

TABLEAU 3 – RÉSEAU CYCLABLE AMÉNAGÉ DANS LES PARCS NATIONAUX AU QUÉBEC

PARC NATIONAL	RÉGION TOURISTIQUE	RÉSEAU CYCLABLE -KM
Réseau provincial		
Aiguebelle	Abitibi-Témiscamingue	10 km
Bic	Bas-Saint-Laurent	15 km
Frontenac	Chaudière-Appalaches Cantons-de-l'Est	8 km
Grands-Jardins	Charlevoix	20 km
Hautes-Gorges-de-la-Rivière-Malbaie	Charlevoix	16 km
Îles-de-Boucherville	Montégérie	20 km
Jacques-Cartier	Québec	27 km ⁽¹⁾
Mont-Orford	Cantons-de-l'Est	23 km
Mont-Tremblant	Laurentides Lanaudière	62 km
Oka	Laurentides	10 km
Plaisance	Outaouais	26 km
Pointe-Taillon	Saguenay – Lac-Saint-Jean	45 km
Yamaska	Cantons-de-l'Est	18 km
<i>Total – réseau provincial</i>		<i>300 km</i>
Réseau fédéral		
Forillon	Gaspésie	38 km
Mauricie	Mauricie	n.d. ⁽²⁾
LHN du Canal-de-Lachine	Montréal	14 km
LHN du Canal-de-Chambly	Montréal	19 km
Parc de la Gatineau ⁽³⁾	Outaouais	11 km
<i>Total – réseau fédéral</i>		<i>82 km</i>
TOTAL		382 km

(1) Nécessite une bicyclette hybride. Au total, 123 km (trois sentiers de randonnée à bicyclette hybride ainsi que deux routes) de pistes incluant celles dédiées au vélo de montagne.

(2) 30 km de sentiers de vélo de montagne. Il n'y a pas de voies aménagées spécifiquement pour la pratique du vélo, mais la route du parc est empruntée et appréciée par les cyclotouristes.

(3) Géré par la Commission de la Capitale nationale. Le parc compte aussi 90 km de sentiers dédiés au vélo de montagne.

Ce développement est important car les parcs nationaux, partout dans le monde, sont des marques de commerce très puissantes en termes de notoriété (principalement auprès des clientèles anglo-saxonnes et germaniques).

Le Sentier transcanadien

Le Sentier transcanadien est un sentier à usages partagés qui traverse l'ensemble des provinces du territoire canadien. Le Sentier transcanadien au Québec représente un projet de plus de 2 000 kilomètres de sentiers polyvalents dont plus de 1 500 kilomètres sont enregistrés et accessibles aux usagers. Par ailleurs, plus de 1 100 kilomètres de la phase 1 du Sentier transcanadien au Québec sont dédiés, notamment, au vélo et se situe en lien avec les provinces du Nouveau-Brunswick et de l'Ontario. Sur les corridors dédiés spécifiquement à la clientèle cycliste se trouvent généralement des balises du Sentier transcanadien et des panneaux d'interprétation.

C'est le Conseil québécois du Sentier transcanadien qui en est le maître d'œuvre au Québec ; il a été mandaté par la Fondation du Sentier transcanadien pour réaliser le projet du Sentier transcanadien au Québec. Il travaille en collaboration avec de nombreux intervenants dont les gestionnaires de pistes. La Fondation compte sur un fonds pour la construction créé à partir de contribution du public (achat symbolique de mètres sur le sentier) qui a permis d'investir plus de 500 000 \$ jusqu'à présent.

* * * * *

En terminant cette section, il est important de préciser que l'offre cyclotouristique n'est pas composée uniquement de voies cyclables sur des pistes, sur des chaussées désignées, sur des bandes cyclables ou sur des accotements asphaltés. Le produit cyclotouristique est aussi constitué de l'ensemble du réseau routier accessible en vélo (à l'exclusion des autoroutes). Il est évidemment plus difficile de décrire et de qualifier cette offre, car elle est non organisée et se consomme de façon sporadique par les cyclotouristes sportifs ou vacanciers⁴. Cette offre est illustrée par le biais de guides de voyage, de brochures des clubs de voyage et de dépliants publicitaires de région.

Finalement, il faut spécifier que **le cyclotourisme permet une certaine forme d'étalement de la saison touristique. En effet, le cyclotourisme se pratique sur presque six mois ce qui est intéressant considérant que de nombreux produits touristiques québécois n'offrent pas cette possibilité** (ex. : la motoneige).

4 Voir définition au chapitre 1.3

2.3 La Route verte : un puissant outil de développement

Du concept à la réalité

L'idée de constituer un grand itinéraire cyclable traversant le Québec germe au tournant des années 80/90. Le maire de Hull, Michel Légère, se fait le promoteur d'une véloroute de près de 450 km reliant Hull et Québec. Il entreprend une tournée à vélo pour obtenir l'appui des maires des municipalités situées le long de ce parcours. En septembre 1992, Vélo Québec lance un plan du Québec cyclable de l'an 2000 lors de la Conférence Vélo Mondial qui se tient à Montréal. Ce plan regroupe en une offre unifiée les différents projets cyclables qui se développent dans différentes régions. **C'est finalement en juin 1995 que Vélo Québec, le gouvernement du Québec et plusieurs partenaires lancent officiellement le projet de la Route verte, un projet nécessitant à l'origine des investissements de 88 millions de dollars.** Le concept de la Route s'inspire de grands itinéraires cyclables, tel le réseau des routes nationales au Danemark. Il s'inspire aussi du Sentier des Appalaches (Appalachian Trail), un grand sentier pédestre qui traverse l'est des États-Unis, du nord au sud. Le projet de la Route verte a le grand mérite d'avoir fait travailler l'ensemble des acteurs dans la même direction avec un objectif commun : se doter d'un réseau traversant le Québec en une décennie.



En mai 1996, le ministère des Transports désigne Vélo Québec, dans une entente-cadre de neuf ans, comme maître d'oeuvre de la réalisation de la Route verte. Il le mandate pour suivre l'évolution de la Route verte dans le respect du concept initial adopté par le gouvernement du Québec en 1995, assurer le leadership de la Route verte et assumer auprès du milieu le rôle de chargé de projet en :

- ❖ favorisant la mobilisation et l'adhésion des intervenants ;
- ❖ informant et renseignant les différents intervenants des régions sur les enjeux et les paramètres techniques de la Route verte ;
- ❖ favorisant la concertation interrégionale ;
- ❖ maintenant l'image positive de la Route verte ;
- ❖ continuant de créer l'événement autour des phases de réalisation de la Route verte ;
- ❖ mobilisant le milieu en faisant connaître toutes les actions de concertation et toutes les réalisations de la Route verte ;
- ❖ assurant la publicité de la Route verte ;
- ❖ développant et proposant divers outils de travail nécessaires à la réalisation des projets de la Route verte en région ;
- ❖ fournissant au gouvernement et aux autres intervenants de la Route verte l'expertise qui lui est propre ;

- ❖ procédant à l'analyse préliminaire des propositions de tracé soumises pour la réalisation des tronçons de la Route verte ;
- ❖ contribuant avec le milieu à l'élaboration des montages financiers permettant la réalisation des travaux ;
- ❖ intervenant en appui des partenaires régionaux, le cas échéant, dans l'obtention des accords des gestionnaires des routes ou des territoires où doit se réaliser l'aménagement projeté ;
- ❖ assistant le MTQ dans l'analyse des projets de la Route verte soumis par le milieu pour la réalisation de la Route verte ;
- ❖ suivant l'évolution des travaux de réalisation de la Route verte conformément aux objectifs.

Cette entente a été reconduite en mai 2005 pour une période de trois ans. Elle se terminera avec le parachèvement et l'inauguration de la Route verte, laquelle est prévue en 2007. La Route verte est une marque de commerce détenue par Vélo Québec Association.

Par l'entente qui le lie au ministère des Transports, Vélo Québec Association octroie à celui-ci, « sans limite de temps, ni de territoire, une licence non exclusive et non transférable lui permettant d'utiliser, de reproduire, de publier, de diffuser ou de communiquer au public, par quelque moyen que ce soit, le nom et le logo de la Route verte à des fins de signalisation, d'information et de publicité touristique, selon les normes d'application graphique élaborées par Vélo Québec Association ». Toujours selon cette même entente, Vélo Québec Association accepte d'accorder une telle licence à tout autre ministère ou organisme gouvernemental québécois qui lui en fera la demande et de lui fournir les mêmes garanties.

L'état de situation actuelle

Au 31 octobre 2005, comme l'illustre le tableau suivant, la Route verte est complétée à 82,5%. Elle se compose de 3 598 kilomètres de voies cyclables⁵ toutes formes confondues et de façons variables selon les régions.

⁵ État d'avancement des travaux de la Route verte – Octobre 2005

TABLEAU 4 – ÉTAT DE LA ROUTE VERTE PAR RÉGION AU 31 OCTOBRE 2005

RÉGION	TOTAL	EXISTANT			EN DÉVELOPPEMENT
	KM	TOTAL	BALISÉ	NON BALISÉ	KM
		KM	KM	KM	
Abitibi-Témiscamingue	491	282	223	59	210
Bas-Saint-Laurent	586	492	280	212	94
Centre-du-Québec	221	221	221	0	0
Chaudière-Appalaches	325	258	210	48	68
Côte-Nord	38	9	7	2	29
Estrie	173	173	173	0	0
Gaspésie – Îles-de-la-Madeleine	521	360	126	234	162
Lanaudière	106	75	61	15	31
Laurentides	347	323	289	34	23
Laval	35	29	19	9	7
Mauricie	201	194	151	42	7
Montréal	338	289	260	29	49
Montréal	104	90	68	23	14
Outaouais	234	213	180	33	21
Capitale-Nationale	216	209	97	112	7
Saguenay – Lac-Saint-Jean	422	384	351	33	39
TOTAL	4 359	3 598	2 713	885	760

Source : État d'avancement des travaux de la Route verte – Octobre 2005, Vélo Québec.

CARTE 1 – SCHÉMA PRÉLIMINAIRE DE LA ROUTE VERTE – OCTOBRE 2005



2.4 Le portrait régional de l'offre cyclotouristique: un réseau en développement

Le cyclotourisme s'est beaucoup développé au cours des dernières années et il constitue maintenant, pour certaines régions touristiques du Québec, un produit d'appel puissant alors que, pour d'autres, il constitue un excellent produit de support. Parce qu'on connaît mieux les besoins de cette clientèle, l'offre cyclotouristique est de mieux en mieux structurée qu'elle ne l'était il y a cinq ou dix ans. Nous vous présentons dans les pages suivantes un portrait dynamique de l'offre cyclotouristique par région :

- ❖ En mettant en parallèle l'offre cyclotouristique comme tel et l'offre touristique régionale. Cette façon de présenter chacune des régions se justifie par le lien direct entre l'offre touristique d'une région, les qualités de l'offre cyclotouristique et ses performances. **En bref, une région qui dispose d'une offre touristique estivale (printemps, été, automne) attractive en général est plus susceptible d'avoir une bonne performance cyclotouristique ;**
- ❖ En identifiant l'importance du cyclotourisme en tant que produit touristique régional, c'est-à-dire si ce produit touristique est considéré par les ATR, comme étant un produit d'appel ou un produit de support ;
- ❖ En présentant les caractéristiques du ou des principaux réseaux ou circuits cyclables organisés dans la région ;
- ❖ En présentant le modèle de gestion de cette piste ;
- ❖ En décrivant les performances et la répartition des marchés et des clientèles. Il faut toutefois souligner que les méthodes de dénombrement diffèrent d'un réseau à un autre ce qui rend difficile l'analyse comparable de la performance des réseaux. Enfin seulement quelques réseaux effectuent des études de clientèles ;
- ❖ Et finalement, en présentant les budgets de commercialisation consacrés au cyclotourisme dans cette région et au Québec.

Les données contenues dans cette section proviennent en grande partie des gestionnaires de réseaux et des associations touristiques régionales via une grille d'analyse qui a été transmise aux différents intervenants régionaux. Les statistiques contenus dans la section « Tourisme en bref » proviennent du ministère du Tourisme à l'exception des produits vedettes qui ont été identifiés par les ATR.

RÉGION DES LAURENTIDES

Le cyclotourisme dans cette région : **PRODUIT D'APPEL**

La région des Laurentides est une des premières à avoir développé ce produit ; elle bénéficie donc d'une notoriété importante qui lui confère le statut de produit d'appel.

Les principaux itinéraires

- ❖ **Parc linéaire le P'tit Train du Nord** : (piste tarifée) *Piste de 200 km de Saint-Jérôme à Mont-Laurier*
- ❖ **Parc linéaire des Basses-Laurentides** : (piste tarifée). *Piste 18 km de Saint-Jérôme à Blainville*
- ❖ **Corridor aérobique** : (piste tarifée). *Circuit en piste de 58 km Morin-Heights à Saint-Rémi d'Amherst*
- ❖ **La vagabonde** : *Circuit varié de 21 km (90 % en piste et 10 % sur route) de d'Oka à Deux-Montagnes*
- ❖ La région compte de nombreux itinéraires locaux notamment dans la région d'Argenteuil, du Mont-Tremblant, de Saint-Eustache et des Hautes-Laurentides.

La Route verte dans les Laurentides

- ❖ Longueur totale prévue 347 km
- ❖ Complétée à 93 % et balisée sur 289 km
- ❖ Comprend les parcs linéaires le P'tit Train du Nord et des Basses-Laurentides de même que la Vagabonde

Particularité de l'expérience vélo dans les Laurentides

- ❖ Le cyclotouriste est attiré dans les Laurentides par la grande notoriété du Parc linéaire le P'tit train du Nord et par celle de la région qui est une des plus anciennes régions touristiques du Québec. L'itinéraire cyclable emprunte le tracé du chemin de fer qui fut jadis la clé du développement des Laurentides. Le P'tit Train du Nord se distingue par son réseau de gares patrimoniales et par la diversité des milieux (urbain, villégiature, agricole, forêt).

LE TOURISME EN BREF

Clientèle actuelle de la région :

(Tous motifs de visite confondus)

- ✓ 2,9 M de touristes en 2004
- ✓ 3^{ème} région la plus visitée
- ✓ 9,5 % des touristes du Québec

Provenance des touristes :

- ✓ 81 % du Québec
- ✓ 11 % du reste du Canada
- ✓ 5 % des États-Unis
- ✓ 3 % des autres pays

Durée moyenne de séjour : 2,7 jours

Dépense moyenne par séjour: 172\$

Les produits-vedettes :

- ✓ Le P'tit Train du Nord
- ✓ Centres de villégiature Tremblant et Saint-Sauveur (golfs, spas, glissades d'eau, etc.)
- ✓ Les parcs nationaux Oka et Mont-Tremblant

- ❖ Le cycliste est pris en charge tout au long de son circuit et voyage en toute sécurité. L'offre touristique est bien structurée et plusieurs intervenants régionaux ont développé des forfaits adaptés à cette clientèle. Il existe, à cet égard, plusieurs réseaux de gîtes et auberges qui offrent, en collaboration avec des transporteurs, des forfaits vélo et ce depuis déjà plusieurs années. De façon générale, ils ont su intégrer la plupart des services recherchés par la clientèle cyclotouristique.
- ❖ L'arrivée prochaine du train de banlieue jusqu'à Saint-Jérôme et le parachèvement de la Route verte dans les Basses-Laurentides permettront une plus grande accessibilité pour la clientèle de Montréal.

Commercialisation du cyclotourisme dans les Laurentides

- ❖ La Corporation du P'tit Train du Nord délègue les activités de mise en marché de son réseau à l'Association touristique des Laurentides. La contribution financière que la Corporation verse à Tourisme Laurentides s'élève à 14 000\$, soit seulement 2 % de son budget d'opération⁶.
- ❖ Chaque année, Tourisme Laurentides participe au salon du vélo et produit un guide vélo qui est encarté dans le guide touristique officiel de la région ainsi que dans des journaux et magazines américains et ontariens. La centrale de réservation d'hébergement de Tourisme Laurentides a permis le développement des forfaits vélo avec les intervenants et donc de prolonger la durée de séjour des touristes. À cela s'ajoute les relations de presse et les actions à l'internationale via le programme Nature d'Amérique.
- ❖ Les investissements des partenaires locaux et privés en commercialisation du produit cyclotourisme sont estimés à 50 000 \$ annuellement. Ces sommes sont destinées à la production de brochure forfait, de cartes vélo et au positionnement du produit vélo dans les guides locaux.

Actions / Outils	Montant (\$)
Brochure vélo (incluant les cartes) encartée dans le guide touristique régional	62 000 \$
Site Internet (guide intégré sur le site de l'ATL)	25 000 \$
Salons spécialisés, représentation et relations de presse	1 500 \$
Commercialisation hors Québec	15 000 \$
Banque de photos	10 000 \$
Services de soutien ⁷	----
Autres outils produits par les intervenants locaux et privés	50 000 \$
TOTAL	163 500 \$

⁶ Groupe DBSF. Plan stratégique de développement de la Corporation du Parc linéaire Le P'tit Train du Nord – Diagnostic. p. 24.

⁷ Relations de presses, centrale de réservations d'hébergement.

PARC LINÉAIRE LE P'TIT TRAIN DU NORD

Année d'ouverture : 1996

Longueur : 200 km de Saint-Jérôme à Mont-Laurier (traverse 4 MRC)

Type d'aménagement : 100 % sur piste, 55 % en poussière de pierre (de Saint-Jérôme à Labelle) et 45% asphaltée (de Labelle à Mont-Laurier)

Connexion :

Corridor Aérobique accessible via Mont-Tremblant ou Piedmont

Parc linéaire des Basses-Laurentides

Particularités : la tarification. Le Parc linéaire le P'tit train du nord est une des trois pistes tarifées du Québec. C'est en 1997 qu'est introduit le principe de l'utilisateur-payeur, avec l'implantation d'une tarification (vignette). Les revenus provenant de cette tarification constitue près de 75 % des revenus de la Corporation. La clientèle estivale génère, à elle seule, près de 60 % des opérations ; les revenus de cette clientèle s'élève en moyenne à 417 000 \$.

Fréquentation vélo :

2000	2001	2003	2004
405 100	360 310	413 000	529 231

Clientèle :	Provenance :	Composition du groupe :
<ul style="list-style-type: none">• 30 % de résidents• 15 % de villégiateurs• 16 % d'excursionnistes• 39 % de touristes	<ul style="list-style-type: none">• 43 % Laurentides• 36 % Grand Montréal• 17 % Autres régions du Québec• 4 % Hors Québec	<ul style="list-style-type: none">• 32 % Adulte seul• 41 % Couple• 14 % Groupe adultes• 13 % Adultes/Enfants

Services localisés à 3 km et moins de la piste :

- Approximativement 23 stationnements
- 69 établissements d'hébergement
- 2 compagnies de navette
- 7 lieux d'accueil et d'information touristiques
- 20 haltes cyclistes
- 7 boutiques vélo (réparation et location)

Signalisation

- Contrat de signalisation pour itinéraires cyclables hors route (programme applicable uniquement dans la section autoroutière A-15) : une seule municipalité s'en est prévalué (Prévost).
- Signalisation d'indication : borne à tous les km pour indiquer le kilométrage. Balisage de la Route verte. Les services de base aux cyclistes sont indiqués dans le guide, mais ne sont pas signalisés sur la piste de façon uniforme.
- Signalisation des équipements privés et des services commerciaux : programme d'affichage développé par la Corporation et géré par l'ATL. L'affichage est uniforme selon un visuel régional.
- La signalisation d'acheminement vers le réseau cyclable est déficiente et laissée à la discrétion des municipalités.

Gestion du Parc linéaire Le P'tit Train du Nord

- Le Parc linéaire Le P'tit Train du Nord est géré par la Corporation du Parc linéaire Le P'tit Train du Nord, organisme à but non lucratif qui existe depuis 2000 et qui a remplacé la Coalition du parc linéaire P'tit train du Nord. La Corporation gère aussi le Parc linéaire des Basses-Laurentides et le Corridor aérobique.
- Son conseil d'administration est constitué de deux représentants (un élu et un gestionnaire) de chacune des MRC traversées par le réseau que la Corporation gère, de deux représentants du milieu touristique et de deux représentants du milieu socio-économique ou des disciplines pratiquées sur le parc. Le budget annuel de la Corporation s'élevait à plus de 1 024 000 \$ en 2005, dont 71 % (723 807 \$) attribuable au vélo.

RÉGION DU SAGUENAY – LAC-SAINT-JEAN

Le cyclotourisme dans cette région : **PRODUIT MAJEUR**

Ce produit est considéré comme un produit touristique moteur important qui supporte bien l'ensemble de l'offre touristique du Saguenay - Lac-Saint-Jean mais il n'est pas encore considéré comme un produit d'appel par la région touristique.

Les principaux itinéraires

❖ **La Véloroute des Bleuets**

Circuit en boucle de 256 km d'Alma à Alma

La Route verte au Saguenay – Lac-Saint-Jean

- ❖ Longueur totale prévue 422 km
(Incluant Véloroute des Bleuets)
- ❖ Complétée à 91 % et balisée sur 351 km

Particularité de l'expérience vélo

- ❖ Au Saguenay – Lac-Saint-Jean, la Véloroute des Bleuets constitue l'offre principale en matière de cyclotourisme. Elle offre un circuit bouclé autour d'un des plus grands et des plus connus lacs du Québec. Son tracé est diversifié ; il traverse seize municipalités et sillonne plaines agricoles, bleuetières, forêts, lacs et rivières. Pour compléter son expérience, le cycliste a accès à des attraits réputés : village historique de Val-Jalbert, zoo de Saint-Félicien, parc national de la Pointe-Taillon, les Grands Jardins de Normandin.
- ❖ L'offre est bien structurée et de plus en plus « bicycle friendly ». Un service de navette pour les bagages, des services adaptés (Maisons du vélo, Ambassadeurs, passeports), des forfaits de plusieurs jours en collaboration avec les hébergements, une signalisation uniforme et développée en fonction des besoins des cyclistes, les différents tronçons présentés selon une expérience qui leur est propre (Eau, papier et aluminium / Sur la piste de l'ours polaire / Fleurs et plaines / Au pays de Maria Chapdelaine) ... tout ça contribue à faire en sorte que le cycliste se sente désiré et bienvenu !

LE TOURISME EN BREF

Clientèle actuelle de la région :

(Tous motifs de visite confondus)

- ✓ 1,3 M de touristes en 2004
- ✓ 10^{ème} région la plus visitée
- ✓ 4 % des touristes du Québec

Provenance des touristes :

- ✓ 92 % du Québec
- ✓ 2 % du reste du Canada
- ✓ 1 % des États-Unis
- ✓ 5 % des autres pays

Durée moyenne de séjour : 3,2 jours

Dépense moyenne par séjour: 196\$

Les produits-vedettes:

- ✓ Village historique de Val-Jalbert
- ✓ Zoo de Saint-Félicien
- ✓ Parc national de la Pointe Taillon

Commercialisation du cyclotourisme dans la région du Saguenay-Lac-Saint-Jean

- ❖ La Corporation du circuit cyclable « Tour du Lac Saint-Jean » investit beaucoup d'efforts dans la mise en marché de la Véloroute des Bleuets. De nombreux outils sont pensés et développés pour répondre aux besoins spécifiques des cyclotouristes et pour faciliter son séjour: carte

plastifiée, site Internet interactif avec suggestions de séjours de longueurs variées et un planificateur d'itinéraires, un guide vélo, trois Maisons du vélo réparties sur le réseau, etc.

- ❖ L'Association touristique régionale soutient la Corporation dans ses actions de commercialisation et intègre le produit de la Véloroute dans ses principaux outils.
- ❖ Le budget annuel total de la Corporation en termes de commercialisation est de 192 700 \$ qui se répartit comme suit :

Actions / Outils	Montant (\$)
Guide du circuit cyclable	30 000 \$
Dépliant « Véloroute des Bleuets : ses attraits et ses saveurs »	5 000 \$
Affiche	1 200 \$
Site Internet	45 000 \$
Cartes	11 500 \$
Publicité (médias écrits, télévision, radio)	30 000 \$
Salons spécialisés et représentation	9 000 \$
Autres outils	16 800 \$
Programme marketing international (avec l'ATR)	2 200 \$
Frais d'opération	42 000 \$
TOTAL	192 700\$

Note : ne comprend pas les dépenses administratives inhérentes à ce poste budgétaire (secrétariat, services téléphoniques, déplacements, frais de séjour, etc.) qui peuvent facilement s'élever à 6 000 \$.

VÉLOROUTE DES BLEUETS

Année d'ouverture : Ouverte aux cyclistes depuis l'an 2000, la Véloroute des Bleuets génère à présent des retombées économiques de 7 M\$ dans la région.

Longueur : 250 km d'Alma à Alma (boucle)

Type d'aménagement : 31 % sur piste (90 % asphaltée et 10 % poussière de roche) – 69 % sur route (40 % sur accotement asphalté et 29 % sur chaussée désignée)

Connexion :

Avec le circuit du Parc national de la pointe Taillon (45 km)

Avec le réseau de la Route verte (lien vers le Saguenay en développement)

Avec la municipalité de Girardville (30 km de piste cyclable en 2006)

Avec le réseau municipal d'Alma (40 km de circuit cyclable)

Avec la municipalité de l'Ascension (8 km d'accotement asphalté)

Avec la municipalité de Saint-Félicien (5 km de piste donnant accès au zoo de Saint-Félicien)

Fréquentation vélo :

2002	2003	2004
171 426	162 658	190 185

Clientèle :	Provenance :	Composition du groupe :
<ul style="list-style-type: none">• 19 % de randonneurs (-de 30 km par jour)• 34 % Vacanciers (30 à 60 km par jour)• 47 % Sportifs (60 km et + par jour)	<ul style="list-style-type: none">• 37 % Lac-Saint-Jean• 17 % Grand Montréal• 9 % Région de Québec• 34 % Autres régions du Québec• 3 % Hors Québec	<ul style="list-style-type: none">• 36 % Adulte seul (2003)• 35 % Adulte seul (2004)• 56 % Groupe adultes (2003)• 44 % Groupe adultes (2004)• 8 % Adultes/Enfants (2003)• 21 % Adultes/Enfants (2004)

Itinéraire : 84 % font le tour du lac et 16 % des allers-retours

Services localisés à 3 km et moins de la piste :

- Approximativement 27 stationnements (1200 places)
- 80 établissements d'hébergement et campings pour une capacité de 2655 (chambres et emplacements de campings)
- 1 compagnie de navette
- 6 bureaux d'information touristiques
- 36 haltes cyclistes
- 4 ateliers de réparation (membres de l'ATR)
- 3 maisons du vélo qui offrent des services adaptés (service d'information, postes Internet, services de restauration légère, coin repos, coin lecture)
- 13 boutiques de location de vélo (membres de l'ATR)

Signalisation

- Aucun contrat de signalisation pour itinéraires cyclables hors route puisque l'itinéraire est en chaussée désignée et qu'il n'y a pas d'autoroute à proximité de cet itinéraire.
- Signalisation d'indication : balisage de la Route verte et de la Véloroute, signalisation directionnelle dans les deux sens, signalisation cartographique dans les municipalités, bornes kilométriques.
- Signalisation des équipements privés et des services commerciaux : elle est uniformisée sur la Véloroute et gérée par la Corporation. Elle donne de l'information sur les services offerts le long de la route, dans chacune des municipalités et sur le code d'éthique de la Véloroute. Commanditaires affichés le long de la route.

Gestion de la Véloroute des Bleuets

- La Véloroute des Bleuets est administrée par la Corporation du circuit cyclable Tour du Lac-Saint-Jean inc., organisme à but non lucratif dont le conseil d'administration est formé de représentants provenant des trois MRC. Son budget annuel d'opération est de plus de 400 000 \$ dont 35 % provient des municipalités et 65 % en autofinancement. (commanditaires, activités de financement). Ceci ne comprend pas le budget d'entretien des municipalités ni le bénévolat effectué par quelque 300 personnes et qui est évalué à près de 200 000 \$. Le ministère des Transports du Québec verse 128 000 \$ par an pour l'entretien du réseau dans le cadre de son programme d'entretien.
- La Corporation a pour mandat le développement de la Véloroute, l'accueil et l'information, la coordination de l'entretien (logiciel géomatique) et la promotion.
- Fait intéressant : la Corporation organise un tirage qui lui permet d'amasser 80 000 \$ annuellement.

RÉGION DU CENTRE-DU-QUÉBEC

Le cyclotourisme dans cette région : **PRODUIT D'APPEL**

Avec un réseau cyclable bien développé (tant sur pistes dédiées que sur route), le cyclotourisme est considéré par la région touristique du Centre-du-Québec comme étant un produit d'appel.

Les principaux itinéraires

❖ **Parc linéaire des Bois-Francs**

Circuit en piste de 77 km de Tingwick à Lyster

❖ **La Campagnarde**

Circuit de 75 km de Waterloo à Drummondville

❖ **Circuit des traditions**

Le cœur du Circuit des Traditions est un tronçon de la Route verte de 57 km entre Wickham à Saint-Pie-de-Guire. Le circuit des Traditions comprend aussi 4 boucles totalisant 245 km ; elles partent et reviennent toutes à Drummondville. Ce circuit est peu développé d'un point de vue touristique, mais représente tout de même un potentiel intéressant. En effet, il longe la rivière Saint-François, traverse la forêt de Drummond, un point fort du circuit et relie le réseau cyclable des Cantons-de-l'Est au fleuve Saint-Laurent et à l'axe Montréal/Québec empruntant le chemin du Roy (60 % sur piste, 40 % sur route).

❖ **MRC Nicolet-Yamaska – Route verte 4**

Prolongement du Circuit des traditions jusqu'au fleuve

❖ **20 circuits sur route**

Sur sa carte vélo, Tourisme Centre-du-Québec propose une vingtaine de circuits sur route qui permet de découvrir le caractère agricole de la région. Le niveau de difficulté est varié et la longueur des trajets peut être de 4 à 103 km.

LE TOURISME EN BREF

Clientèle actuelle de la région :

(Tous motifs de visite confondus)

- ✓ 0,8 M de touristes en 2004
- ✓ 13^{ième} région la plus visitée
- ✓ 2.6 % des touristes du Québec

Provenance des touristes :

- ✓ 94 % du Québec
- ✓ 2 % du reste du Canada
- ✓ 3 % des États-Unis
- ✓ 1 % des autres pays

Durée moyenne de séjour : 2,1 jours

Dépense moyenne par séjour: 75\$

Les produits-vedettes :

- ✓ Village québécois d'Antan
- ✓ Les légendes fantastiques
- ✓ Parc Marie-Victorin
- ✓ Forêt Drummond
- ✓ L'agrotourisme

La Route verte dans le Centre-du-Québec

- ❖ Longueur totale prévue 221 km
(Comprend aussi le Circuit des traditions et le Parc linéaire des Bois-Francis)
- ❖ Complétée et balisée à 100 %

Particularité de l'expérience vélo dans la région

- ❖ L'expérience vélo dans le Centre-du-Québec est variée et de mieux en mieux structurée. Elle offre une belle toile du Québec rural. Cependant, son positionnement n'est pas clair, c'est-à-dire que le manque d'icône touristique ne permet pas d'y associer une expérience spécifique, une couleur locale.
- ❖ Sa situation stratégique dans l'axe Montréal / Québec lui assure toutefois un potentiel de développement pour les clientèles de transit.

Commercialisation du cyclotourisme dans le Centre-du-Québec

- ❖ Comme le cyclotourisme constitue pour Tourisme Centre-du-Québec un produit d'appel, des outils spécifiques sont développés ;
- ❖ Tourisme Centre-du-Québec investit plus de 36 000 \$ par année pour la promotion de ce produit. Les gestionnaires des deux principaux réseaux (Circuit des Traditions et Parc linéaire des Bois-Francis) de même que les MRC investissent dans la production de cartes. Ainsi, en plus de la carte vélo publiée par l'ATR, chacun des réseaux et quelques MRC produisent leur propre carte. Le Parc linéaire des Bois-Francis ne reconduira pas cet outil en 2006 et le remplacera par un guide des services cyclistes.

Actions / Outils	Montant (\$)	
	ATR	Gestionnaires de réseaux
Carte vélo	30 500 \$	9 000 \$
Guide des services cyclistes		10 000 \$
Site Internet	500 \$	
Salons spécialisés et représentation	5 600 \$	2 400 \$
Publicité		4 500 \$
Autres		2 700 \$
TOTAL	36 600 \$	28 600 \$
GRAND TOTAL		65 200 \$

PARC LINÉAIRE DES BOIS-FRANCS

Année d'ouverture : 1997

Longueur : 77 km de Tingwick à Lyster

Fait partie de la Route verte et du Sentier transcanadien

Type d'aménagement : 100 % sur piste (90 % en poussière de pierre et 10 % asphaltée)

Connexion :

La Campagnarde

Corridors verts d'Asbestos

Parc linéaire MRC de Lotbinière

Ce circuit constitue donc une plaque tournante entre les Cantons-de-l'Est et Chaudière-Appalaches (à quelques kilomètres de Québec)

Fréquentation vélo : 96 000 cyclistes annuellement

Clientèle :

- 80 % locale
- 20 % touristique

Provenance de la clientèle touristique :

- 33 % Cantons-de-l'Est
- 17,1% Grand Montréal
- 12 % Région de Québec
- 8 % Chaudière-Appalaches
- 7 % Mauricie
- 4 % Montérégie

Services localisés à 3 km et moins de la piste :

- 9 stationnements
- 24 lieux hébergement (gîtes, camping, hôtellerie)
- 2 lieux d'accueil et d'information touristique
- 33 haltes cyclistes
- 4 boutiques de réparation de vélo

Signalisation

- Contrat de signalisation pour itinéraires cyclables hors route à partir du réseau autoroutier: deux municipalités ont signé un contrat (Victoriaville et Plessisville)
- Signalisation d'indication : bornes kilométriques, balisage de la Route verte, indication routière
- Signalisation des équipements privés et des services commerciaux : signalisation développée par l'organisme gestionnaire.

Gestion du Parc linéaire des Bois-Francs

- La Corporation du Parc linéaire des Bois-Francs est un organisme à but non lucratif qui a comme mandat la gestion du parc. Le conseil d'administration est composé de quatre élus (1 de la MRC d'Arthabaska, 1 de la MRC de l'Érable, le maire de Plessisville et le maire de Victoriaville), de deux représentants touristiques (Tourisme Bois-Francs et CLD de l'Érable), un représentant des propriétaires riverains, un représentant du milieu cycliste et un des clubs de motoneige.
- Un des enjeux de développement de ce parc est, à l'instar de bien d'autres aménagements cyclables de cet âge, l'entretien face au vieillissement des infrastructures. À court terme, le parc nécessitera des investissements de 800 000 \$.
- Le ministère des Transports du Québec verse 77 000 \$ par an pour l'entretien du réseau dans le cadre de son programme d'entretien.
- Le budget annuel d'opération est d'approximativement 150 000 \$.

RÉGION DU BAS-SAINT-LAURENT

Le cyclotourisme dans cette région : **PRODUIT DE SOUTIEN**

*Le réseau cyclable du Bas-Saint-Laurent est considéré comme un **produit de soutien tant que la Route verte ne sera pas complétée**. La piste cyclable Le Petit Témis est cependant considérée comme un produit d'appel pour la région du Témiscouata.*

Les principaux itinéraires

❖ Parc linéaire interprovincial du Petit Témis

Circuit interrégional sur piste de 135 km (dont 112 km au Québec) de Rivière-du-Loup à Edmunston au Nouveau-Brunswick. La dénivellation des pentes ne dépasse jamais 4 %.

❖ La Véloroute du doux pays du Kamouraska

La Route verte, représentant 65 km de La Pocatière à Notre-Dame-du-Portage, est en voie d'être complétée (accotement, piste cyclable et route locale). La région de Kamouraska offre en plus des circuits alternatifs sur des dizaines de kilomètres sur des chemins secondaires à faible circulation. La clientèle cyclotouristique est à la hausse dans ce secteur.

❖ Route verte de l'Estuaire

Parcours de 77 km entre Notre-Dame-du-Portage et l'Isle-Verte sur des types de voies variés (accotements asphaltés, site propre, chaussée désignée). Le circuit est actuellement morcelé et certains petits tronçons demeurent problématiques.

❖ Parc du Bic

Situé à l'intérieur du parc national du Bic et longeant divers milieux, réseau de 15 km de sentiers dont plusieurs sont accessibles à toute la famille.

❖ Le littoral basque

De Saint-Éloi à Saint-Simon, circuit de 40 km pour clientèle avertie longeant le fleuve et offrant des magnifiques panoramas. Le circuit est à 70 % sur route (chaussée désignée) et 30 % sur piste (en poussière de pierre)

❖ Réseau cyclable Rimouski-Sainte-Luce (Route verte)

Le réseau cyclable de Rimouski compte près de 30 km, est des plus diversifié avec ses bandes, pistes cyclables, chaussées désignées et accotements. La Route verte longe le fleuve

LE TOURISME EN BREF

Clientèle actuelle de la région :

(Tous motifs de visite confondus)

- ✓ 1,1 M de touristes en 2004
- ✓ 11^{ème} région la plus visitée
- ✓ 3,5 % des touristes du Québec

Provenance des touristes :

- ✓ 88 % du Québec
- ✓ 5 % du reste du Canada
- ✓ 3 % des États-Unis
- ✓ 4 % des autres pays

Durée moyenne de séjour : 2,8 jours

Dépense moyenne par séjour: 199\$

Les produits-vedettes :

- ✓ Le Parc du Bic
- ✓ La villégiature
- ✓ Les lacs Témiscouata et Pohénégamook
- ✓ Le fleuve-Les îles
- ✓ Les musées
- ✓ Les villages typiques

à partir de Rimouski jusqu'à Sainte-Luce-sur-mer et inclut la piste cyclable Raymond Sirois et la Promenade de la mer en plein coeur du centre-ville de Rimouski. Un circuit cyclable interquartier est également très bien développé.

La Route verte au Bas-Saint-Laurent

- ❖ Longueur totale prévue 586 km (Comprend le parc linéaire Le Petit Témis, L'Estuaire, la Véloroute du doux pays le littoral Basques et le réseau cyclable de Rimouski)
- ❖ Complétée à 84 % et balisée sur 280 km

Particularité de l'expérience vélo dans le Bas-Saint-Laurent

- ❖ Le Parc linéaire du Petit Témis a permis de revitaliser le tourisme dans le Témiscouata. Le lac Témiscouata est certes un des points forts de ce réseau ; la portion Cabano / Dégelis est d'ailleurs celle qui est la plus appréciée de la clientèle. Les services touristiques sont d'ailleurs plus développés et mieux intégrés dans ce secteur.
- ❖ Une des particularités de l'expérience vélo **dans le Bas-Saint-Laurent est la présence du fleuve et, une fois complétée, la Route verte qui longe ce cours d'eau représentera une expérience unique regroupant de magnifiques villages à caractère patrimonial et des circuits urbains offrant des beaux panoramas.** De plus, les services touristiques y sont déjà présents, mais le fait que le circuit ne soit pas complété sur tout le territoire fait qu'ils sont peu intégrés. Le parc national du Bic et le pôle Kamouraska sont des atouts indéniables à l'expérience; ils permettent d'offrir une offre complémentaire intéressante au cyclotourisme : plein air (randonnée pédestre, kayak, etc.), agrotourisme, petites auberges, camping, etc.
- ❖ Porte d'entrée avec le Nouveau-Brunswick.

Commercialisation du cyclotourisme dans le Bas-Saint-Laurent

Bien que le cyclotourisme ne soit pas un produit d'appel pour la région, il n'en demeure pas moins que l'Association touristique régionale en reconnaît l'importance ; elle produit annuellement une carte vélo. L'Association touristique régionale dispose d'un budget annuel de 97 625 \$ pour la mise en marché de ce produit ; la répartition est exprimée dans le tableau suivant. Ce montant ne tient pas compte des investissements réalisés par les intervenants locaux tels que le Kamouraska à vélo ou le Parc national du Bic.

Actions / Outils	Montant (\$)
Carte régionale vélo	7 700 \$
Carte Petit Témis	3 425 \$
Site Internet (amélioration de la section vélo sur le site officiel à réaliser)	-
Affichage routier (panneau publicitaire dans les centres urbains)	70 000 \$
Salons spécialisés et représentation	16 500 \$
TOTAL	97 625 \$

PARC LINÉAIRE PROVINCIAL DU PETIT TÉMIS

Année d'ouverture : 1992

Longueur : 135 km (dont 112 au Québec) de Rivière-du-Loup à Edmunston (Nouveau-Brunswick)

Type d'aménagement : 100 % sur piste en poussière de pierre

Connexion :

Éventuellement à l'axe 1 de la Route verte

Particularité : Lien avec la province du Nouveau-Brunswick et son réseau cyclable. Le parc linéaire interprovincial du Petit Témis est divisé en deux secteurs : le secteur Nord de Rivière-du-Loup à Cabano et le secteur sud, de Cabano à Edmunston. Le tronçon sud longe en grande partie les rives du lac Témiscouata et de la rivière Madawaska et offre de magnifiques points de vue. C'est la portion la plus touristique.

Fréquentation vélo :

Secteur	2000	2002	2004
Nord (Rivière-du-Loup / Cabano)	17 794	33 104	33 638
Sud (Cabano / Edmunston)	43 021	30 017*	41 606

Source : Corporation Sentier Rivière-du-Loup / Témiscouata et la partie sud, entre Cabano et Edmunston, par la Société d'aménagement de la rivière Madawaska et du Lac Témiscouata inc.
Secteur nord : dénombrement à Saint-Modeste

* données incomplètes (manque fréquentation du 1^{er} juin au 15 juillet)

Provenance (Secteur Nord)	Provenance (Secteur Sud)
<ul style="list-style-type: none">• 64 % MRC de Rivière-du-Loup• 8 % Bas-Saint-Laurent• 14 % Montréal• 12 % Autres régions du Québec• 1 % Reste du Canada• 1 % des États-Unis	<ul style="list-style-type: none">• 32 % Bas-Saint-Laurent• 17 % Québec• 14 % Nouveau-Brunswick• 11 % Chaudière-Appalaches• 6 % Montréal• 2 % Gaspésie• 18 % provenances variées

Composition du groupe : Pour le secteur nord, bien que la grande majorité des utilisateurs voyage en couple ou entre amis (plus de 50 %), la clientèle familiale est en augmentation ; elle est passée de 15 % à presque 30 % de la clientèle entre 2002 et 2004. Dans la portion sud de la piste, 50 % de la clientèle est touristique ; cette clientèle est en hausse.

Services localisés à 3 km et moins de la piste :

- 12 stationnements
- Approximativement 36 établissements d'hébergement et 9 campings
- 8 lieux d'accueil et d'information touristiques
- Portion Nord : 14 haltes cyclistes
- Portion Sud : 4 haltes primaires (tous les services dont information touristique), 4 haltes secondaires (stationnement, toilettes et services) et 40 haltes tertiaires (table et toit)
- 10 boutiques vélo (réparation) et 3 de location
- Taxi vélo à Dégelis

Signalisation

- Contrat de signalisation pour itinéraires cyclables hors route (le programme n'est applicable que dans la portion autoroutière à proximité de l'itinéraire): une municipalité, Rivière-du-Loup, mais le contrat ne sera pas renouvelé.
- Signalisation d'indication : borne à tous les kilomètres, balisage de la Route verte.
- Signalisation des équipements privés et des services commerciaux : les deux organismes gestionnaires ont développé leur propre signalisation qui est uniforme, mais la participation de la part des intervenants touristiques et des commerçants est faible.

Gestion du Parc linéaire interprovincial du Petit Témis

Le Parc linéaire du Petit Témis est administré par deux corporations distinctes, soit la Corporation Sentier Rivière-du-Loup/Témiscouata (secteur Nord) et la Société d'aménagement de la rivière Madawaska et du lac Témiscouata (secteur sud).

La Corporation Sentier Rivière-du-Loup/Témiscouata est un organisme à but non lucratif dont le conseil d'administration est composé de 13 membres provenant du milieu municipal (élus), des clubs de motoneige, des clubs cyclistes et de l'industrie touristique. Le budget d'opération annuel est de 160 000 \$ (secteur nord). Elle gère aussi la Route verte de l'Estuaire.

La Société d'aménagement de la rivière Madawaska et du lac Témiscouata inc. est un organisme interprovincial à but non lucratif dont le conseil d'administration est composé de huit administrateurs dont quatre du Québec et quatre du Nouveau-Brunswick. La Société d'aménagement est d'ailleurs le premier organisme à avoir aménagé une piste cyclable sur une ancienne voie ferrée (1992). Cet organisme, à prime abord, est un organisme environnemental oeuvrant au niveau du développement durable. Son budget d'opération annuel est d'environ 325 000 \$.

RÉGION DE L'OUTAOUAIS

Le cyclotourisme dans cette région : **EN DÉVELOPPEMENT**

Le produit cyclotourisme a été identifié comme une expérience en développement, tant urbaine que champêtre, dans le dernier plan de marketing touristique de l'Outaouais 2006-2009. Si l'offre de sentiers constitue une véritable force certaines lacunes, notamment le manque de connexion entre les différents sentiers, doivent d'abord être comblées pour en faire un réel produit d'appel.

Les principaux itinéraires

- ❖ **Cycloparc PPJ**
Circuit de 92 km (en poussière de pierre) qui longe la Rivière des Outaouais entre Wyman et l'Isle-aux-Allumettes dans la MRC Pontiac et qui s'est développé sur l'ancienne emprise ferroviaire du Pontiac Pacific Junction ; le niveau de difficulté est donc peu élevé (moins de 4 % de dénivellation) et permet d'accueillir tous types de clientèle.
- ❖ **Parc linéaire de la Vallée-de-la-Gatineau**
Circuit de 80 km en poussière de roche sur une ancienne emprise ferroviaire, partant de Low jusqu'à Maniwaki. Il est géré par la Corporation de Gestion de la Forêt de l'Aigle.
- ❖ **Parc national de Plaisance**
Circuit de 26 km en poussière de roche à l'intérieur du Parc national de Plaisance, au milieu de la Rivière des Outaouais.
- ❖ **Réseau du sentier de la Capitale**
La région de la capitale offre aux cyclistes l'un des plus vastes réseaux cyclables d'Amérique du Nord : 170 km de sentiers récréatifs interreliés qui donnent accès aux principaux attraits de la Capitale tant du côté ontarien que du côté de l'Outaouais. Ce réseau comprend, entre autres du côté québécois, le Sentier du Parc-de-la-Gatineau (8 km), le sentier des Voyageurs (30 km qui fait partie de la Route verte) qui relie entre eux les différents attraits et musées et, du côté ontarien, le sentier de la Rivière-des-Outaouais (31 km) qui longe la rivière et le canal Rideau (20 km).

LE TOURISME EN BREF

Clientèle actuelle de la région :

(Tous motifs de visite confondus)

- ✓ 1,4 M de touristes en 2004
- ✓ 7^{ème} région la plus visitée
- ✓ 4,6 % des touristes du Québec

Provenance des touristes :

- ✓ 88 % du Québec
- ✓ 5 % du reste du Canada
- ✓ 3 % des États-Unis
- ✓ 4 % des autres pays

Durée moyenne de séjour : 2,6 jours

Dépense moyenne par séjour: 127\$

Les produits-vedettes :

- ✓ Parc de la Gatineau
- ✓ Parc Omega
- ✓ Parc national de Plaisance
- ✓ Pourvoirie et villégiature
- ✓ Expérience urbaine (Parc Gatineau, musées, casino, gastronomie)
- ✓ Nautisme
- ✓ Chutes Coulonges
- ✓ Aventure Lafilèche et Forêt de l'Aigle

La Route verte dans l'Outaouais

- ❖ Longueur totale prévue de 234 km le long de la rivière des Outaouais entre Fassett et Gatineau
(Comprend le sentier des Voyageurs de Aylmer à Hull)
- ❖ Complétée et balisée à 91 % et balisée sur 180 km

Particularité de l'expérience vélo en Outaouais

- ❖ L'expérience vélo en Outaouais est variée ; elle peut se vivre tant en milieu urbain qu'en milieu champêtre. Cette région possède un réseau vaste, varié et sécuritaire, mais les parcours ne sont actuellement pas reliés entre eux.
- ❖ En milieu urbain, l'Outaouais est relié à Ottawa, la capitale fédérale, qui représente un des plus grands réseaux urbains en Amérique du Nord et qui bénéficie d'un grand achalandage touristique. En milieu champêtre, elle bénéficie de deux réseaux le long de la rivière des Outaouais et un autre dans l'axe nord-sud menant à Maniwaki.
- ❖ Potentiel de développement de la route Montréal-Gatineau, lorsque complété.
- ❖ Porte d'entrée du Québec (pour le marché ontarien).

Commercialisation du cyclotourisme en Outaouais

Le budget présenté tient compte des investissements publicitaires de Tourisme Outaouais et du budget de commercialisation du Cycloparc PPJ.

Actions / Outils	Montant (\$)
Carte vélo	10 500 \$
Site Internet (en construction)	1 500 \$
Publicité	27 000 \$
Salons spécialisés et représentation	4 000 \$
Relations publiques	4 000 \$
Projets spéciaux	8 000 \$
TOTAL	55 000 \$

CYCLOPARC PPJ

Année d'ouverture : 2000

Longueur : 92 km de Wyman à l'Isle-aux-Allumettes

Type d'aménagement : 95 % sur piste en poussière de pierre / 5 % accotements asphaltés

Connexion :

Projet du prolongement du Cycloparc PPJ de 72 km pour le relier au réseau de Gatineau

Relié avec l'Ontario par le pont interprovincial (vers Pembroke)

Fréquentation vélo : aucune donnée n'existe sur la fréquentation, ni sur la clientèle.

Services localisés à 3 km et moins de la piste :

- 14 haltes cyclistes
- 3 stationnements
- 1 lieu d'accueil et d'information touristique
- 9 services de location de vélo et 2 boutiques de réparation
- 6 lieux d'hébergement (hôtel, motel, gîte) totalisant 38 chambres, 1 auberge de jeunesse avec 30 lits et 2 terrains de camping totalisant 50 sites

En ce qui a trait aux services, le Pontiac est peu développé d'un point de vue touristique et ne possède que très peu de lieux d'hébergement et d'attrait qui sont, de façon générale, peu intégrés au produit cyclotourisme. La culture « vélo » demeure à développer.

Signalisation

- Aucun contrat de signalisation pour itinéraires cyclables hors route (le programme ne s'applique pas étant donné l'absence d'autoroute à proximité), mais une signalisation personnalisée a été développée par l'organisme gestionnaire à partir de la 148.
- Signalisation d'indication : actuellement en implantation pour modifier les bornes de kilométrage et implanter des indications de distances entre les villages et les haltes à chaque intersection sur la piste. Le programme prévoit la mise en place de colonnes Morris (publicité et information touristique).
- Signalisation des équipements privés et des services commerciaux: aucune (en cours de projet - 2007).

Gestion du Cycloparc PPJ

- La Corporation de développement économique (CDE) du Pontiac est l'organisme en charge de l'entretien de la piste cyclable. Un comité spécifique, composé de trois maires de la MRC du Pontiac et du directeur de la MRC, voit au développement du réseau. Le Centre local de développement assure la promotion et tout le développement touristique rattaché à la piste (signalisation, carte, etc.).

RÉGION DES CANTONS-DE-L'EST

Le cyclotourisme dans cette région : **PRODUIT D'APPEL**

L'activité vélo est considérée comme un produit d'appel par Tourisme Cantons-de-l'Est. La région possède un nombre important de pistes cyclables et un réseau routier bien développé favorisant la découverte. Son réseau est au cœur de l'axe 1 de la Route verte reliant Montréal et Québec ce qui constitue un potentiel intéressant dans la perspective de développement de la clientèle cyclotouristique sportive.

Les principaux itinéraires

❖ **Montérégiade I :**

Long de 25 km, ce circuit 100 % sur piste (50 % poussière de pierre et 50 % asphalté) relie Farnham à Granby. Elle fait partie de l'axe 1 de la Route verte.

❖ **Estriade**

Circuit sur piste asphaltée elle relie, sur une distance de 21 km, Granby et Waterloo. Il fait partie de l'axe 1 de la Route verte.

❖ **Montagnarde**

De Stukely-Sud à Magog, ce circuit de 55 km se fait à 72 % sur piste (de poussière de pierre) et 28 % sur route (chaussée désignée). Il fait partie de l'axe 1 de la Route verte.

❖ **Les Grandes Fourches (réseau payant)**

Réseau cyclable de la région sherbrookoise de 130 km répartis en 6 axes. Il fait partie de l'axe 1 de la Route verte.

❖ **Sentier de la Rive (Cantonnière)**

Parcours linéaire entre Bromptonville et Richmond qui longe la rivière Saint-François sur 24 km (47 % sur piste et 53 % sur route – 63 % du trajet est asphalté). Il fait partie de l'axe 1 de la Route verte.

❖ **Sentier de la Vallée (Corridors verts d'Asbestos)**

Parcours linéaire de 26 km reliant Richmond à Danville. Le circuit est à 100 % sur piste de poussière de pierre ; il est relié au Parc linéaire des Bois-Francs dans le Centre-du-Québec. Il fait partie de l'axe 1 de la Route verte.

LE TOURISME EN BREF

Clientèle actuelle de la région :

(Tous motifs de visite confondus)

- ✓ 2,4 M de touristes en 2004
- ✓ 4^{ème} région la plus visitée
- ✓ 7,6 % des touristes du Québec

Provenance des touristes :

- ✓ 89 % du Québec
- ✓ 4 % du reste du Canada
- ✓ 6 % des États-Unis
- ✓ 1 % des autres pays

Durée moyenne de séjour : 2,2 jours

Dépense moyenne par séjour: 138\$

Les produits-vedettes :

- ✓ Zoo de Granby
- ✓ Glissades Bromont
- ✓ Parcs nationaux (Orford, Yamaska, Mégantic et Frontenac)
- ✓ Villégiature

❖ **La Campagnarde**

Parcours linéaire de 75 km, il relie Waterloo à Drummondville en passant par le Parc de la Yamaska. L'expérience se vit à 99 % sur piste et 1 % sur route (88 % en poussière de pierre et 12 % asphaltée)

❖ **Les parcs nationaux**

Sur les deux axes principaux (Route verte axes #1 et #4) ont retrouvé deux parcs nationaux, soit celui de Yamaska et d'Orford. Les deux parcs ont développé des réseaux cyclables connectés à la Route verte ce qui permet aussi de diversifier l'offre en cyclotourisme de la région. Dans le parc national de Yamaska la piste est de 18 km et dans le parc national d'Orford le réseau est de 21,7 km. Le parc national de Frontenac offre aussi des pistes de vélo mais n'est pas relié au réseau régional.

La Route verte dans les Cantons-de-l'Est

- ❖ Longueur totale prévue 173 km
- ❖ Complétée et balisée à 100 %
- ❖ L'axe 1 comprend les pistes suivantes : Montérégiade, Estriade, Montagnarde, Grandes Fourches, Sentier de la Rive, Sentier de la Vallée. Elle relie Montréal et Québec en passant par la Montérégie, les Cantons-de-l'Est et le Centre-du-Québec.
- ❖ L'axe 4 de la Route verte comprend la Campagnarde qui relie les Cantons-de-l'Est à la Montérégie. D'une part, la Campagnarde se rend au Centre-du-Québec et d'autre part se connecte avec l'Estriade et à la Montérégiade I. Une fois complétée, l'axe 4 se rendra jusqu'aux États-Unis.

Particularité de l'expérience vélo dans les Cantons-de-l'Est

- ❖ Les Cantons-de-l'Est comptent **un nombre important de pistes cyclables et son réseau de routes secondaires traversant de beaux petits villages permet la découverte de la région**. De plus, le visiteur peut compter sur un réseau bien développé de gîtes dans des maisons à caractère patrimonial et sur la présence de nombreux terrains de camping dont quatre parcs nationaux, les deux types d'hébergements préférés des cyclotouristes.
- ❖ L'expérience vélo est donc enrichie par de magnifiques panoramas et par des services de qualité. Pour les plus sportifs, la région des Cantons-de-l'Est est traversée par la Route verte 1 reliant Montréal à Québec. Les pôles touristiques majeurs de Granby-Bromont (lien avec le Vélodrome), de Magog-Orford et Sherbrooke sont reliés et desservies par des pistes cyclables. Il y en a donc pour tous les goûts
- ❖ Cependant, bien que le cyclotourisme soit considéré comme un produit d'appel, il reste encore des étapes à franchir pour finaliser la mise en place des services connexes (transport de bagages, location de vélo, uniformité de la signalisation, etc.) et la commercialisation de séjours vélo.
- ❖ Porte d'entrée avec les États-Unis.

Commercialisation du cyclotourisme dans les Cantons-de-l'Est

Le cyclotourisme est un produit important pour la région touristique des Cantons-de-l'Est. À preuve, Tourisme Cantons-de-l'Est investit annuellement plus de 60 000 \$ pour en faire la promotion.

Actions / Outils	Montant (\$)
Dépliant	2 800 \$
Carte régionale des pistes cyclables	17 000 \$
Carte interactive sur le site Internet	20 000 \$
Site Internet	2 000 \$
Publicité	12 900 \$
Salons spécialisés et représentation	4 500 \$
Autres	1 300 \$
TOTAL	60 500 \$

RÉSEAU DES GRANDES-FOURCHES

Année d'ouverture : Existe depuis 1991, mais dans son ampleur actuelle depuis 1997

Longueur : 130 km répartis sur 6 axes tous interreliés (dont 76 km sur la Route verte de Magog à Sherbrooke jusqu'au Val-Saint-François)

Type d'aménagement :

- Axe Saint-François : 30 km (70 % sur piste et 30 % sur route) Niveau de difficulté : facile
- Axe de la Magog : 30 km (50 % sur piste et 50 % sur route) Niveau de difficulté : facile
- Axe de la Massawippi : 14 km (100 % sur piste) Niveau de difficulté : facile
- Axe du Sommet : 16 km (80 % sur piste et 20 % sur route) Niveau de difficulté : intermédiaire
- Axe du Kee : 26 km (90 % sur route et 10 % sur piste) Niveau de difficulté : intermédiaire
- Axe Dorman : 14 km (80 % sur route et 20 % sur piste) Niveau de difficulté : facile

Chacun des axes longe un cours d'eau.

Connexion :

La Montagnarde

Particularité :

Réseau payant

Fréquentation vélo :

95 000 cyclistes en 2005 (pour l'ensemble du réseau)

Principalement de la clientèle locale

Services localisés à 3 km et moins de la piste :

- 11 stationnements
- 25 établissements d'hébergement dont 1 camping (capacité de 1 526 chambres et 225 sites de camping)
- 2 lieux d'accueil et d'information touristique
- 28 haltes cyclistes
- 7 boutiques vélo (réparation)
- 3 boutiques de location
- Aucune navette

Signalisation

- Aucun contrat de signalisation pour itinéraires cyclables hors route (le programme est applicable uniquement dans la portion autoroutière à proximité de l'itinéraire).
- Signalisation d'indication : tous les axes sont balisés.
- Signalisation des équipements privés et des services commerciaux: aucune sauf sur le réseau routier. Aucune signalisation commerciale sur le réseau en site propre.

Gestion du réseau cyclable les Grandes Fourches

Le réseau cyclable des Grandes Fourches est géré par la Corporation de gestion CHARMES, organisme paramunicipal qui est en quelque sorte le « protecteur » en environnement pour la ville de Sherbrooke. Elle voit au développement du réseau, à sa promotion de même qu'à l'entretien du réseau en site propre et à la coordination avec la ville, du réseau sur route.

La Corporation de gestion CHARMES est un organisme autonome et sans but lucratif qui vise à rendre et maintenir accessibles à la population les milieux aquatiques, riverains et autres milieux naturels d'intérêt public, par l'amélioration de leur qualité environnementale et leur aménagement ainsi que par la sensibilisation de la population à la découverte et au respect de ces milieux, principalement sur le territoire de la ville de Sherbrooke. CHARMES est une corporation dont l'assemblée générale est formée de huit membres : trois sont nommés par la Ville de Sherbrooke et les cinq autres sont des gens du milieu intéressés par les activités de CHARMES. Son conseil d'administration est composé des huit membres de l'assemblée générale auxquels s'ajoute une personne-ressource déléguée par la Ville de Sherbrooke. *(Tiré du site Internet www.charmes.org)*

CHARMES propose une multitude d'activités de plein air (marche, vélo, ornithologie, motoneige, pêche, baignade, ski de fond et patins à roues alignées) et des animations visant la sensibilisation la population en matière d'environnement. Le budget annuel destiné à l'activité vélo du réseau des Grandes-Fourches est d'environ 150 000 \$.

RÉGION DE LA MAURICIE

Le cyclotourisme dans cette région : **PRODUIT DE SUPPORT**

Bien que le cyclotourisme soit important pour la région touristique de la Mauricie, le produit n'est pas encore suffisamment structuré (des connexions restent à faire) pour en faire un réel produit d'appel.

Les principaux itinéraires

❖ **Le Chemin du Roy**

Ce parcours est-ouest fait partie de l'axe 5 de la Route verte qui relie Montréal et Québec, longe le fleuve et traverse des villages chargés d'histoire.

Le Chemin du Roy, en Mauricie, va de Maskinongé à Saint-Anne-de-la-Pérade. C'est un itinéraire à 90% sur route avec accotements asphaltés, la balance étant sur chaussée désignée.

❖ **Route verte – Axe 4**

Axe nord-sud qui va de Trois-Rivières au parc de la Mauricie. Axe représentant un fort potentiel car il donne accès à un des icônes de la région : le parc de la Mauricie.

La Route verte dans la Mauricie

- ❖ Longueur totale prévue 201 km
- ❖ Complétée à 96 % et balisée sur 151 km

Particularité de l'expérience vélo de la Mauricie

- ❖ L'expérience cyclotouristique de **la Mauricie est principalement développée autour du chemin du Roy et de son icône principal : le fleuve Saint-Laurent**. La région se trouve dans un axe ayant un potentiel de développement touristique intéressant qui est lié à l'histoire. Aussi, la Ville de Trois-Rivières capitalise sur le cyclotourisme (ex. : La Virée du Maire).
- ❖ L'axe nord-sud constitue un potentiel intéressant pour une clientèle avertie. Une fois complété, il permettrait de proposer une offre plein air intéressante qui se développe dans la MRC Mékinac et au parc de la Mauricie. Cet axe traverse aussi un pôle touristique majeur : Shawinigan et la Cité de l'Énergie.

LE TOURISME EN BREF

Clientèle actuelle de la région :

(Tous motifs de visite confondus)

- ✓ 1,5 M de touristes en 2004
- ✓ 7^{ème} région la plus visitée
- ✓ 4,9 % des touristes du Québec

Provenance des touristes :

- ✓ 92 % du Québec
- ✓ 3 % du reste du Canada
- ✓ 2 % des États-Unis
- ✓ 4 % des autres pays

Durée moyenne de séjour : 2,4 jours

Dépense moyenne par séjour: 130\$

Les produits-vedettes :

- ✓ Parc de la Mauricie
- ✓ Cité de l'Énergie
- ✓ Villégiature
- ✓ Plein air

Commercialisation du cyclotourisme en Mauricie

Bien que le cyclotourisme ne soit pas un produit d'appel aux yeux de l'Association touristique de la Mauricie, l'organisme développe tout de même un outil spécifiquement dédié à la mise en marché de ce produit.

Actions / Outils	Montant (\$)
Carte régionale vélo	10 000 \$
Salons spécialisés et représentation	1 400 \$
TOTAL	11 400 \$

Note : cela ne tient pas compte de la promotion faite indirectement dans le guide touristique régional, sur le site Internet, la carte du Chemin du Roy et autres outils promotionnels. De plus, les organismes locaux mettent beaucoup d'effort et d'argent à promouvoir le vélo sur leur territoire. Le montant total pour la région est donc beaucoup plus élevé.

LE CHEMIN DU ROY

Année d'ouverture : le chemin du Roy est la plus vieille route carrossable du Québec. Elle fait aussi partie des premières routes touristiques signalisées au Québec. Elle traverse trois régions touristiques.

Longueur :

- ❖ 102 km de Maskinongé à Sainte-Anne-de-la-Pérade (en Mauricie)
- ❖ 22 km de Berthierville à Saint-Barthélemy (dans Lanaudière)
- ❖ 63 km de Grondines à Saint-Augustin-de-Desmaures (Québec)

Type d'aménagement : *90% sur route avec accotements asphaltés et 10 % sur chaussée désignée.*

Connexion :

Chemin du Roy (régions touristiques de Québec et de Lanaudière)

Fréquentation vélo : aucune donnée n'existe sur la fréquentation, ni sur la clientèle.

Signalisation :

- Aucun contrat de signalisation pour itinéraires cyclables hors route puisque le Chemin du Roy est en chaussée désignées et par conséquent le programme de signalisation ne peut s'appliquer.
- Balisage de la Route verte.
- Signalisation des équipements privés et des services commerciaux: comme c'est un circuit sur route, le programme de signalisation du ministère des Transports s'applique.

Services localisés à 3 km et moins de la piste :

- 4 haltes cyclistes
- 3 lieux d'accueil et d'information touristique
- 15 lieux d'hébergement (hôtel, motel, gîte)
- 10 points d'intérêt
- 21 attraits à visiter
- Il existe une navette terrestre entre la rive sud et la rive nord du Saint-Laurent (Bécancour / Trois-Rivières)
- 2 boutiques de vélo

RÉGION DE QUÉBEC

Le cyclotourisme dans cette région : **PRODUIT EN DÉVELOPPEMENT**

Dans la région de Québec, plus particulièrement en milieu urbain, le réseau s'est principalement développé pour la clientèle locale. Le produit n'est pas considéré par l'Office du tourisme de Québec comme un produit d'appel, mais plutôt comme un produit de support. Paradoxalement, la ville de Québec fait souvent partie de forfaits organisés par les professionnels du voyage américains.

Les principaux itinéraires

❖ **Le Chemin du Roy**

Parcours de 63 km sur route le long du fleuve entre Grondines et Saint-Augustin-de-Desmaures. Il traverse des villages parmi les plus anciens du Québec. Cet axe représente un bon potentiel pour les cyclotouristes sportifs qui souhaitent voyager entre Montréal et Québec.

❖ **Le Corridor du Cheminot**

22 km de piste 100 % asphaltée de Québec (arrondissement Limoilou) à Val-Bélair. Il traverse aussi les arrondissements de Charlesbourg, de la Haute-Saint-Charles de même que le village de Wendake.

❖ **Le Corridor du Littoral**

Situé en bordure du fleuve ou encore tout près de celui-ci, le corridor du Littoral s'étend sur 41 kilomètres, de l'extrémité ouest de Québec jusqu'à la chute Montmorency. Le circuit 100 % asphalté est à 89 % sur piste et 11 % sur route.

❖ **La piste cyclable Jacques-Cartier / Portneuf (piste payante)**

Piste cyclable de 68 km (en poussière de pierre) localisée sur une ancienne emprise ferroviaire reliant Saint-Gabriel-de-Val-Cartier à Rivière-à-Pierre. Possibilité d'y accéder en train. En lien avec le Corridor des Cheminots.

❖ **La Véloroute Marie-Hélène Prémont**

Cet itinéraire part de la chute Montmorency et se rend jusqu'à la Côte de Beaupré.

LE TOURISME EN BREF

Clientèle actuelle de la région :

(Tous motifs de visite confondus)

- ✓ 5,3 M de touristes en 2004
- ✓ 2^{ème} région la plus visitée
- ✓ 17,1 % des touristes du Québec

Provenance des touristes :

- ✓ 66 % du Québec
- ✓ 12 % du reste du Canada
- ✓ 13 % des États-Unis
- ✓ 9 % des autres pays

Durée moyenne de séjour : 2,8 jours

Dépense moyenne par séjour : 280\$

Les produits-vedettes :

- ✓ Vieux-Québec
- ✓ Village Val-Cartier
- ✓ Chute Montmorency

La Route verte dans la région de Québec

- ❖ Longueur totale prévue 216 km (Comprend tous les circuits ci-haut mentionnés)
- ❖ Complétée à 97 % et balisée sur 97 km

Particularité de l'expérience vélo de la région de Québec

- ❖ Les aménagements cyclables de Québec permettent d'accéder aux principaux attraits de la région. La région est traversée par deux axes : l'axe nord-sud qui permet d'accéder à la région de Portneuf et l'axe est-ouest où le fleuve est omniprésent et qui relie les principaux attraits touristiques entre eux.
- ❖ Sans être intégrés au réseau cyclable, les différents services touristiques s'y retrouvent en grand nombre.

Commercialisation du cyclotourisme dans la région de Québec

L'Office du tourisme de Québec n'affecte pas de budget spécifique à la mise en marché de ce produit. La ville de Québec, qui gère les Chemins du Littoral et des Cheminots produit un dépliant sur les équipements de plein air et du réseau cyclable qui s'adresse uniquement à la population locale.

CORRIDOR DU LITTORAL

Année d'ouverture: approximativement 1996

Longueur : 41 km de l'extrémité ouest de Québec (Pont de Québec) à la chute Montmorency en passant par la Baie de Beauport et le Vieux-Port de Québec.

Type d'aménagement : Le circuit 100 % asphalté est à 89 % sur piste et 11 % sur route.

Connexion :

Chemin du Roy

Corridor des Cheminots

Fréquentation vélo et profil de clientèle : inconnue. Présentement, la piste dessert plutôt une clientèle locale et régionale.

Services localisés à 3 km et moins de la piste : il n'existe pas de services spécifiquement dédiés à la clientèle cyclotouristique. Cependant, la piste traverse les zones touristiques les plus fréquentées et donne donc accès à de l'hébergement, de la restauration, à un réseau d'accueil et à de l'information touristique. On retrouve sur ce réseau 5 stationnements et 4 haltes cyclistes. Une équipe de 12 patrouilleurs assure la sécurité sur le réseau et donne de l'information touristique.

Signalisation

- Aucun contrat de signalisation pour itinéraires cyclables hors route (le programme ne s'applique pas puisqu'il n'y a pas d'autoroute à proximité).
- Signalisation d'indication : Balisage de la Route verte et du réseau trans-canadien. Très peu de signalisation directionnelle.
- Signalisation des équipements privés et des services commerciaux: seulement quelques infrastructures municipales (ex. : parc).

Gestion de la piste

La gestion du Corridor du Littoral de même que du Corridor des Cheminots est assurée par la ville de Québec. Le budget annuel est estimé à approximativement 500 000 \$.

Le service central des loisirs assure la coordination des opérations et l'affectation des patrouilleurs. Le service d'aménagement du territoire (section transport) voit, en collaboration avec le service des loisirs, au développement du réseau. La Commission de la Capitale nationale intervient actuellement dans le développement du réseau en ce qui concerne certains tronçons problématiques du réseau. D'autres services municipaux sont aussi affectés aux opérations :

- L'entretien est assurée par huit services des travaux publics ;
- Le mobilier urbain relève de la gestion des immeubles ;
- Le service de l'environnement voit au fauchage et à l'entretien de la pelouse et de l'aménagement paysager ;
- La réglementation relève du service de police et des affaires juridiques ;
- Le service des communications s'occupe de la promotion (dépliant).

RÉGION DE LA MONTÉRÉGIE

Le cyclotourisme dans cette région : **PRODUIT D'APPEL**

La Montérégie est une destination vélo importante. La fréquentation de ses pistes cyclables est estimée à 900 000 cyclistes.

Les principaux itinéraires

Le réseau cyclable de la Montérégie est le plus développé du Québec ; il compte plus de 1 195 km de voies aménagées dont 752 km en pistes cyclables. Voici les principales pistes et routes cyclables qui sont commercialisées par l'Association touristique régionale.

Les pistes du réseau cyclables de la Montérégie :

- ❖ **La Riveraine et la Montée du Chemin Chambly**
Parcours de 81 km
- ❖ **Le Canal de Chambly**
Parcours de 20 km
- ❖ **Axe cyclable La Vallée des Forts**
Parcours de 49 km
- ❖ **Les Montérégiades**
Parcours de 48 km
- ❖ **La Campagnarde**
Parcours de 79 km
- ❖ **Réseau cyclable de la MRC Beauharnois-Salaberry**
Parcours de 64 km
- ❖ **La Route des Champs**
Parcours de 36 km
- ❖ **Piste cyclable Soulanges**
Parcours de 35 km
- ❖ **L'Estrade**
Parcours de 76 km
- ❖ **Sentier nature du Lac-Saint-Pierre**
Parcours de 12 km
- ❖ **Parc national des Îles-de-Boucherville**
Parcours de 21 km
- ❖ **Sentier du paysan**
Parcours de 26 km

LE TOURISME EN BREF

Clientèle actuelle de la région :

(Tous motifs de visite confondus)

- ✓ 1,5 M de touristes en 2004
- ✓ 6^{ème} région la plus visitée
- ✓ 4,8 % des touristes du Québec

Provenance des touristes :

- ✓ 87 % du Québec
- ✓ 5 % du reste du Canada
- ✓ 6 % des États-Unis
- ✓ 2 % des autres pays

Durée moyenne de séjour : 2,7 jours

Dépense moyenne par séjour: 128\$

Les produits-vedettes :

- ✓ Parcs nationaux du Mont Saint-Bruno et des Îles-de-Boucherville
- ✓ Agrotourisme
- ✓ Sites culturels (théâtres d'été, forts, sites archéologiques)
- ✓ Événements
- ✓ Musée ferroviaire canadien (Exporail)
- ✓ Les îles de Sorel
- ✓ Parc Safari

Les circuits routiers cyclables de la Montérégie

- ❖ Circuit Hemmingford (132 km)
- ❖ Circuit de la route du fleuve (135 km)
- ❖ Circuit de la rivière Richelieu (79 km)
- ❖ Circuit du Mont Saint-Bruno (89 km)
- ❖ Circuit des chutes du Richelieu (70 km)
- ❖ Circuit d'Huntington (121 km)
- ❖ Circuit du Pont Couvert (91 km)
- ❖ Circuit de la Frontière (58 km)
- ❖ Circuit de la Covey Hill (71 km)
- ❖ Circuit du Lac-Saint-François (77 km)
- ❖ Circuit du Mont Rigaud (99km)
- ❖ Circuit de l'Ouest (108 km)
- ❖ Circuit de Saint-Polycarpe (88 km)
- ❖ Circuit de la Rivière Beaudette (102 km)
- ❖ Circuit de la rivière Yamaska (111 km)
- ❖ Circuit de la route du Ruisseau (108 km)
- ❖ Circuit des Érablières (99 km)
- ❖ Circuit des petits villages (114 km)
- ❖ Circuit Chemin des marinas (72 km)
- ❖ Circuit du lac Champlain (81 km)
- ❖ Circuit chemin de l'Acadie (69 km)
- ❖ Circuit du Mont-Saint-Grégoire (70 km)
- ❖ Circuit des trois monts (92 km)
- ❖ Circuit du chemin des Patriotes (62 km)

La Route verte en Montérégie

- ❖ Longueur totale prévue 338 km
- ❖ Complétée à 85 % et balisée sur 260 km

La Route verte comprend les pistes cyclables suivantes : Riveraine (secteur Longueuil), Montée du Chemin de Chambly, Canal de Chambly, les Montérégiades I et II, la Campagnarde et l'Axe de la Vallée des Forts.

Particularité de l'expérience vélo de la Montérégie

- ❖ Le cyclotourisme est en voie de devenir un produit phare pour la région. Le réseau se développe bien et le maillage entre les autres produits touristiques constituent un atout (agrotourisme, patrimoine, etc.). Le lien avec les États-Unis et l'Ontario représente un potentiel de développement dans une perspective d'attirer une clientèle hors Québec. Également, la proximité avec Montréal lui donne un avantage stratégique.
- ❖ Le réseau est une véritable toile d'araignée; son offre de trajets permet une variété de circuits pour des excursions d'une journée, mais l'interconnexion de nombreux tracés fait que la Montérégie est une plaque tournante pour des circuits de plus longue durée.

Commercialisation du cyclotourisme en Montérégie

La commercialisation du cyclotourisme en Montérégie est assurée par l'organisme Réseau Vert et par Tourisme Montérégie. Le produit cyclotourisme génère plus de 5 000 demandes d'information, soit 50 % des demandes. Annuellement, 27 000 visiteurs du site Internet demandent une des deux cartes cyclables ; 43 % demande la carte des pistes cyclables et 56 % les circuits routiers.

Actions / Outils	Montant (\$)
Imprimés	70 000 \$
Site Internet	3 000 \$
Publicité	25 000 \$
Salons spécialisés et représentation	10 000 \$
Distribution	30 000 \$
Autres	2 000 \$
TOTAL	140 000 \$

AXE CYCLABLE VALLÉE DES FORTS

Longueur : 50 km qui longe la rivière Richelieu, de Saint-Jean-sur-Richelieu jusqu'à la frontière américaine, et qui offre une expérience patrimoniale aux visiteurs. Elle représente aussi une porte d'entrée pour la clientèle américaine.

Type d'aménagement : Le circuit 100 % asphalté est à 13 % sur piste et 87 % sur route.

Connexion :

- Les Montérégiades
- Piste cyclable du Canal-de-Chambly
- Bike Route 9

Clientèle : il n'existe pas de profil de clientèle pour ce réseau.

Services localisés à 3 km et moins de la piste :

- 3 stationnements pour une capacité de 35 places
- 27 établissements d'hébergement (808 chambres)
- 1 lieu d'accueil et d'information touristique
- 5 haltes cyclistes
- 2 ateliers de réparation
- Lieux historiques (Forts)

(Source : Réseau-Vert)

Signalisation

- Aucun contrat de signalisation pour itinéraires cyclables hors route (le programme de s'applique pas puisqu'il s'agit d'une chaussée désignée).
- Signalisation d'indication : fait partie de la Route verte qui est balisée
- Signalisation des équipements privés et des services commerciaux: comme le tracé emprunte principalement le réseau routier provincial, le programme provincial de signalisation des équipements s'applique

Gestion de la piste

La Corporation intermunicipale de la piste cyclable entre Saint-Jean et la frontière américaine voit au développement et à la promotion de ce réseau. Le conseil d'administration est formé par des représentants des municipalités traversées, dont principalement la ville de Saint-Jean-sur-Richelieu via son service des Loisirs. L'entretien est en grande partie assuré par le ministère des Transports et la promotion par Tourisme Montérégie via sa campagne de promotion cyclotourisme.

RÉGION DE CHAUDIÈRE-APPALACHES

Le cyclotourisme dans cette région : **PRODUIT D'APPEL**

L'Association touristique régionale considère le cyclotourisme comme un produit d'appel. Fait intéressant, cet organisme présente le produit sous forme d'expériences qui se traduisent en circuits.

Les principaux itinéraires

L'Association touristique régionale présente l'expérience vélo selon dix circuits thématiques principalement sur route, mais qui incluent aussi les pistes cyclables décrites plus bas:

❖ **Circuit 1 : Lotbinière – Fleuve et Terroir (72 km)**

Ce circuit longe en partie la route 132 et permet d'admirer de très belles maisons ancestrales juchées sur la falaise qui domine le fleuve Saint-Laurent. L'arrière-pays de Lotbinière témoigne de l'importance de l'agriculture avec ses nombreuses fermes aux champs colorés.

❖ **Circuit 2 : Parc linéaire de Lotbinière (65 km)**

Cette piste cyclable fait partie de la Route verte numéro 1, qui relie les régions de l'ouest de la province à la ville de Lévis et de Québec.

❖ **Circuit 3 : Lévis – Fleuve et rivières (70 km)**

*Ce circuit longe le fleuve Saint-Laurent et est traversé par les rivières Chaudière et Etchemin. Il s'agit d'un circuit à la fois champêtre et urbain, dont fait partie le **Parcours des Anses**, une piste cyclable de 15 km parmi les plus belles en Amérique.*

❖ **Circuit 4 : Bellechasse – Les beaux villages (62 km)**

Ce circuit présente des paysages agraires qui abritent plusieurs villages pittoresques. Le patrimoine bâti religieux, résidentiel et agricole y est abondant et bien conservé.

❖ **Circuit 5 : Côte-du-Sud – Fleuve et ornithologie (102 km)**

Le littoral est ponctué de nombreuses îles dont les principales sont l'Isle-aux-Grues et la Grosse-Île, où se rassemblent des centaines de milliers d'oiseaux migrateurs au printemps et à l'automne. Le piémont des Appalaches revêt un caractère agricole et forestier.

LE TOURISME EN BREF

Clientèle actuelle de la région :

(Tous motifs de visite confondus)

- ✓ 1,3 M de touristes en 2004
- ✓ 9^{ème} région la plus visitée
- ✓ 4,2 % des touristes du Québec

Provenance des touristes :

- ✓ 85 % du Québec
- ✓ 5 % du reste du Canada
- ✓ 6 % des États-Unis
- ✓ 2 % des autres pays

Durée moyenne de séjour : 2,5 jours

Dépense moyenne par séjour: 119\$

Les produits-vedettes :

- ✓ Agrotourisme
- ✓ Croisières à la Grosse-Île et à l'Isle-aux-Grues
- ✓ Beaux villages
- ✓ Saint-Jean-Port-Joli et ses artisans
- ✓ Visites minières
- ✓ Visites culturelles
- ✓ Parcs et randonnée pédestre
- ✓ Golf
- ✓ Théâtres d'été

- ❖ **Circuit 6 : Côte-du-Sud – Arts et panoramas (92 km)**
Ce circuit longe le fleuve Saint-Laurent et traverse le territoire de L'Islet sur la Côte-du-Sud.
- ❖ **Circuit 7 : Au pays des mines et des lacs (79 km)**
Née de l'exploitation minière, cette région offre des sites particuliers où s'harmonisent les paysages miniers, les lacs, la forêt et la richesse de son patrimoine. Au centre de ce circuit, la ville de Thetford Mines offre une superbe piste cyclable de plus de 20 km.
- ❖ **Circuit 8 : Véloroute de la Chaudière – Secteur nord (56 km)**
Ce circuit débute au parc des Chutes-de-la-Chaudière et longe la rivière Chaudière. La portion sud du circuit emprunte une piste cyclable qui traverse Scott, Saint-Marie jusqu'à Vallée-Jonction, jadis important carrefour ferroviaire.
- ❖ **Circuit 9 : Véloroute de la Chaudière – Secteur sud (72 km)**
Ce circuit, à la fois champêtre et urbain, longe la rivière Chaudière entre Vallée-Jonction et Saint-Georges.
- ❖ **Circuit 10 : Les Etchemins au cœur des Appalaches (74 km)**
Les Etchemins est une région qui a basé son développement sur l'exploitation forestière et agricole. Le relief côteux offre un circuit pour les cyclistes avancés qui aiment les défis, la montagne et les panoramas à couper le souffle.

Le réseau compte quatre pistes cyclables qui sont incluses dans les circuits précédemment décrits :

- ❖ **Parc linéaire de Lotbinière**
Parcours sur piste de 25,5 km de Dosquet à Saint-Agapit, dont 55 % est en poussière de pierre et 45 % asphalté. Il se connecte au Parc linéaire des Bois-Francs.
- ❖ **Piste cyclable de Thetford Mines**
Parcours sur piste de 20 km qui traverse la municipalité de Thetford Mines.
- ❖ **Parcours des Anses**
Parcours sur piste multifonctionnelle de 15 km long du fleuve à Lévis. Le circuit donne accès au traversier Québec-Lévis. Il est dans les faits partie intégrante du réseau de la capitale provinciale. Ce parcours comprend un segment qui est sans doute le plus beau de tout le Québec, autant pour les charmes du paysage que la qualité de l'aménagement.
- ❖ **Véloroute de la Chaudière**
De Saint-Lambert-de-Lauzon à Vallée-Jonction, ce parcours de 45,5 km. La Véloroute est reliée au parc des Chutes-de-la-Chaudière par la Route verte 6. La Véloroute est parfois sur piste cyclable (de Scott à Sainte-Marie puis Vallée-Jonction) et parfois sur chaussée désignée (de Saint-Lambert-de-Lauzon à Scott).

La Route verte de la région touristique Chaudière-Appalaches

La Route verte numéro 1 :

Porte d'entrée des cyclistes qui proviennent des régions de la Montérégie, des Cantons-de-l'Est et du Centre-du-Québec. La Route verte numéro 1 longe principalement le fleuve Saint-Laurent et rejoint le tronçon du Bas-Saint-Laurent.

La Route verte numéro 6 :

La Route verte numéro 6 est la porte d'entrée des cyclistes qui proviennent de la région de Québec. Elle permet de faire un lien avec la Route verte numéro 1. Elle longe la rivière Chaudière et la vallée pour se terminer à la frontière des États-Unis.

Au total :

Longueur totale prévue : 325 Km
Complétée à 79 % et balisée sur 210 km

Particularité de l'expérience vélo dans Chaudière-Appalaches

- ❖ Traverse parmi les plus beaux villages du Québec.
- ❖ Bien que les circuits proposent une variété de paysages et d'expériences, la particularité du réseau de Chaudière-Appalaches est liée à l'axe est-ouest menant le cyclotouriste à travers de beaux villages côtiers le long du fleuve Saint-Laurent et connecté au réseau de Québec, ce qui constitue un potentiel intéressant d'un point de vue touristique.
- ❖ Elle permet aussi d'accéder à une série d'îles au cœur du Saint-Laurent et de combiner l'expérience vélo à d'autres activités plein air et à des découvertes agrotouristiques.

Commercialisation du cyclotourisme dans Chaudière-Appalaches

Le budget présenté tient compte des investissements publicitaires de l'Association touristique de Chaudière-Appalaches et de ses membres partenaires de même que de certains intervenants locaux (CLD de l'Islet, Office de tourisme de la Côte-du-Sud, Parc linéaire de la MRC de Lotbinière, la Véloroute de la Chaudière).

Actions / Outils	Montant (\$)
Guide vélo (incluant attraits, hébergement et forfaits)	23 000 \$
Site Internet	2 000 \$
Publicité	4 000 \$
Salons spécialisés et représentation	6 000 \$
Investissement des intervenants locaux	13 000 \$
TOTAL	48 000 \$

LA ROUTE VERTE (AXE 1) DE LÉVIS À SAINT-ROCH-DES-AULNAIES

SE RÉFÉRER AUX CIRCUITS 3, 4, 5 ET 6

Longueur : Approximativement 128 km

Type d'aménagement : sur route, accotement asphalté, chaussée désignée et piste cyclable

Connexion : -Projet de raccordement avec la Route verte vers La Pocatière

-Connexion avec la Route verte numéro 6 vers Québec et la vallée de la Chaudière.

-Connexion avec le reste du réseau de la Route verte numéro 1 pour les cyclistes en provenance du Centre-du-Québec, des Cantons-de-l'Est et de la Montérégie.

Fréquentation vélo : aucune donnée n'existe sur la fréquentation, ni sur la clientèle. Les intervenants touristiques ont toutefois confirmé que cette clientèle est en croissance.

Services localisés à 3 km et moins de la piste :

- 17 haltes cyclistes
- 15 stationnements
- 7 lieux d'accueil et d'information touristique
- 20 gîtes, 34 établissements d'hébergement, 12 campings (membres de l'ATR)

Signalisation

- Aucun contrat de signalisation pour itinéraires cyclables hors route
- Balisage de la Route verte
- Signalisation des équipements privés et des services commerciaux: comme c'est un circuit sur route, le programme de signalisation du ministère des Transports ne s'applique pas.

Gestion du réseau

- Ce circuit suit le réseau routier provincial et municipal ; la ville de Lévis, les MRC de Bellechasse, Montmagny et de l'Islet, de même que le ministère des Transports en sont responsables.

2.5 L'offre cyclotouristique : au delà des voies cyclables

Au Québec, le cyclotourisme est né au même moment que l'apparition de la bicyclette. À la fin du XIX^e siècle, des aventurières s'amusaient à parcourir la distance Montréal Ottawa. Au début des années 70, la Fédération québécoise de cyclotourisme regroupe différents clubs à travers le Québec et des efforts de cartographier des itinéraires sont entrepris. En 1981, Louise Roy, directrice technique à Vélo Québec, écrit *Partir à bicyclette* qui contient trente cartes et autant d'itinéraires à travers le Québec. Au cours de ces mêmes années, le magazine Vélo Québec (qui deviendra Vélo Mag quelques années plus tard) édite régulièrement des récits de randonnées à travers le Québec. Vélo Québec Éditions publie aussi, avec l'aide du ministère des Transports, la *Carte du Québec cyclable* ainsi qu'un *Guide du Québec cyclable*.

La première phase de développement du réseau cyclable québécois (approximativement de 1985 à 1995) a surtout été concentrée sur le développement des voies cyclables en soi. Il fallait mettre en place les infrastructures de base (c'est-à-dire les voies cyclables). Par la suite (et même en parallèle dans certains cas), les acteurs du développement du cyclotourisme locaux, régionaux et nationaux (privés ou publics) se sont appliqués à articuler des services connexes. Par services connexes, nous entendons :


- ❖ La signalisation en lien avec les produits et les services cyclotouristiques ;
- ❖ L'accueil et l'information touristique ; (nous traiterons de cette aspect dans le chapitre sur le marketing puisque cette fonction est intimement liée aux actions de mise en marché (ex. : les cartes servent à la fois d'outil d'information touristique et d'outil de promotion)
- ❖ L'hébergement et la restauration ;
- ❖ Le transport et l'intermodalité ;
- ❖ Les événements cyclistes ;
- ❖ Et la structuration de produit.

Nous vous présentons ci-après un survol des éléments clé à retenir.

Les types de signalisation en lien avec le cyclotourisme

La signalisation est un élément clé dans le développement d'un réseau cyclable de qualité, particulièrement pour les cyclotouristes qui, par définition, connaissent moins bien le territoire. D'entrée de jeu, il importe de distinguer les quatre niveaux de signalisation actuellement en opération.

TABLEAU 5 - TYPE de SIGNALISATION RELATIF AU PRODUIT CYCLOTOURISTIQUE

TYPE DE SIGNALISATION	CARACTÉRISTIQUES ET CONSTATS	ENJEUX ET OBJECTIFS
<p>SIGNALISATION D'INDICATION - <i>Des itinéraires cyclables hors route</i></p>	<p><i>Constat</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Actuellement, 7 itinéraires cyclables hors route sont signalisés à l'aide de ce programme. <p><i>Caractéristiques</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Programme gouvernemental conjoint du MTQ et du MTO dans le cadre de la Politique de signalisation touristique du Québec. ▪ Principes directeurs : Autofinancement du programme par le milieu, uniformité de la signalisation et l'acheminement complet. ▪ Sert à indiquer les itinéraires cyclables hors route le long du réseau autoroutier québécois. ▪ Les itinéraires cyclables hors route pouvant être signalisés sont ceux de la Route verte ainsi que les itinéraires régionaux reconnus par les ATR d'au moins 20 km. ▪ Le panneau d'acheminement vers un itinéraire cyclable hors route porte le pictogramme représentant un cycliste et le nom de l'itinéraire et s'il y a lieu, l'identification de la Route verte. ▪ Pour avoir accès à ce programme les gestionnaires de piste, les régions ou les municipalités doivent soumettre leur projet et répondre à certains critères : offrir sur le site ou à proximité, des espaces de stationnement aménagés, accessibles et repérables du site, avoir des toilettes accessibles au public, offrir un service de dépannage et de location de bicyclette le long du parcours, faire l'objet d'une description dans le guide touristique régional produit par l'ATR, etc. ▪ Les coûts sont calculés en fonction du nombre de panneaux nécessaire pour assurer un acheminement complet à partir de l'autoroute jusqu'au point de services. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Connaissance et application du programme par les municipalités et les gestionnaires d'itinéraires cyclables hors route
<p>SIGNALISATION D'INDICATION - <i>Acheminement vers une voie cyclable autre que la Route verte (panneaux verts)</i></p>	<p><i>Caractéristiques</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Normes MTQ et les municipalités ▪ Pour indiquer les voies cyclables et les équipements spécifiques pouvant être atteints à partir de l'intersection d'une voie cyclable ainsi que la distance à parcourir pour s'y rendre ▪ Pour diriger les cyclistes vers une voie cyclable ▪ Pour identifier le nom et la direction d'une voie cyclable. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ajouter des panneaux de direction vers les villages et les villes qui offrent des services utiles aux cyclistes et qui sont facilement accessibles à partir des pistes cyclables. ▪ Assurer la mise en place de panneaux de nom de rue au croisement des pistes cyclables
<p>SIGNALISATION D'INDICATION – <i>Sur le voies cyclables</i></p>	<p><i>Constats</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Balisage tout au long de l'itinéraire (75% des voies existantes). ▪ Cette signalisation a été implantée en 2004 et 2005 sur quelques corridors (Montréal-Sherbrooke-Québec, Petit Témis) ▪ Manque d'indications sur les pistes vers les agglomérations à proximité des pistes. ▪ Panneaux de nom de rue/route croisée rarement présents <p><i>Caractéristiques</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Signalisation interrégionale qui indique trois distances : prochaine localité, destination intermédiaire et destination majeure (le plus souvent dans une autre région). 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Compléter la mise en place de la signalisation de la Route verte. ▪ Assurer le respect de la politique. ▪ Compléter la mise en place de la signalisation interrégionale sur l'ensemble de la Route verte.

TYPE DE SIGNALISATION	CARACTÉRISTIQUES ET CONSTATS	ENJEUX ET OBJECTIFS
SIGNALISATION TOURISTIQUE - <i>Sur les itinéraires cyclables hors route. Signalisation des attraits, de l'hébergement et des services commerciaux destinés aux cyclistes (panneaux bleus)</i>	<p><i>Constats</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Besoin d'une plus grande uniformité. ▪ Normes nationales recommandées ▪ Actuellement, en région, ces normes ne sont pas pratiquement pas appliquées, plusieurs réseaux ayant développé leur propre signalisation. <p><i>Caractéristiques</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Signalisation touristique sur les itinéraires cyclables hors route (normes souhaitables) ▪ Vise à aider les cyclotouristes à se diriger facilement vers des attraits, des activités et des services d'hébergement ayant une vocation touristique et accessible par la voie cyclable. ▪ Élaborée par VQ, l'ARCQ, le MTQ et le MTO afin d'uniformiser la signalisation sur le réseau cyclable (2). Source : Vélo Québec et Transports Québec. Guide de réalisation de la Route verte, 2e édition 2002. ▪ Selon les mêmes principes que la signalisation touristique sur le réseau routier, mais dont la dimension et le nombre sont adaptés. ▪ Une fois sur le réseau routier, l'acheminement se fait par le programme de signalisation touristique. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Connaissance et application de ces normes par les gestionnaires d'itinéraires cyclables hors route et par les municipalités concernées.

Il faut savoir que Vélo Québec Association agit à titre de conseiller auprès des gestionnaires de réseaux afin de les soutenir et de leur faire des recommandations dans le but d'améliorer les infrastructures et la signalisation.

Actuellement, le **programme de signalisation des itinéraires cyclables hors route** de la politique de signalisation touristique compte neuf adhérents (piste et circuits cyclables). La performance, en termes de retombées pour les pistes cyclables, liée à l'implantation de ces panneaux de signalisation n'est pas documentée. Cependant, les coûts du programme jugés parfois élevés peuvent constituer un frein à la participation ; c'est du moins ce que les entrevues auprès des gestionnaires de piste nous ont révélé. Toutefois, malgré le peu d'adhérents, nous pouvons affirmer sans l'ombre d'un doute que cet affichage, quoique directionnel à prime abord, offre une exceptionnelle vitrine promotionnelle. Il faudra non seulement consolider ce programme mais trouver des façons de l'accélérer et de l'élargir.

TABLEAU 6 - COÛTS DES PANNEAUX DE SIGNALISATION DES ITINÉRAIRES CYCLABLES HORS ROUTE

TYPE DE PANNEAU	DIMENSIONS (MM)	ANNUELS	TRIENNAL
Panneau installé sur autoroute sous les panneaux verts de supersignalisation	1200 X 1200	90,82 \$	272,45 \$
	900 X 900	54,06 \$	162,20 \$
Panneau installé sur autoroute sur une structure individuelle	2400 X 1800	136,23 \$	408,69 \$
	1800 X 1350	94,09 \$	282,27 \$
Panneau installé dans une bretelle d'autoroute ou sur toute autre route	1200 X 900	50,82 \$	142,45 \$

Note : À partir du 2^e renouvellement de contrat, c'est-à-dire après 6 ans, les tarifs sont réduits de 25 % par rapport au tarif régulier.

Source : ATR associées du Québec, Direction Signalisation, 20 février 2006.

TABLEAU 7 - PROGRAMME DE SIGNALISATION DES ITINÉRAIRES CYCLABLES HORS ROUTE

PISTES	RÉGIONS	ACCÈS
LE PETIT TEMIS	Bas Saint-Laurent	Rivière du Loup
ESTRIADE	Cantons-de-l'Est	3 accès : BIT Granby, Relais cheminots Canton de Shefford, BIT de Waterloo
MONTÉRÉGIAGES	Cantons-de-l'Est	2 accès : Info-Vélo à Farnham, Tourisme Granby-Bromont
CIRCUIT DES TRADITIONS	Centre-du-Québec	Centre d'interprétation La Plaine à Drummondville
PARC LINÉAIRE DES BOIS-FRANCS	Centre-du-Québec	2 accès : Vélogare Victoriaville, Parc de la gare Somerset Plessisville
VÉLOROUTE DE LA CHAUDIÈRE	Chaudière-Appalaches	Sainte-Marie
LE P'TIT TRAIN DU NORD	Laurentides	Prévost
PARC RÉGIONAL DU CANAL DE BEAUHARNOIS	Montérégie	Secteur Melocheville Beauharnois
PISTE JACQUES-CARTIER/PORTNEUF	Québec	3 accès : Saint-Raymond, BIT Duchesnay, Ste-Catherine-de-la-Jacques-Cartier, Centre de recherche Valcartier, Val-Bélair

Source : Données des divers organismes. Compilation Le Groupe DBSF

L'hébergement et les services d'approvisionnement en lien avec le cyclotourisme

Dans les années 70, le cyclotouriste typique amenait sa tente et son équipement de cuisine avec lui dans ses bagages. Il était plus jeune et complètement autonome. Cette époque est loin derrière. Bien qu'il existe encore une clientèle de ce genre (principalement les plus jeunes : 18-35 ans), le cyclotouriste actuel utilise des modes d'hébergement et de restauration plus variés comme le démontre le tableau suivant.

**TABLEAU 8 –
 MODE D'HÉBERGEMENT UTILISÉ PAR LES CYCLOTOURISTES SPORTIFS**

MODE D'HÉBERGEMENT	2005
Hôtel, motel	28 %
Auberge	13 %
Gîte	11 %
Camping	32 %
Résidence privée	12 %
Autres	3 %
TOTAL	100 %

Source : Étude des clientèles réalisée par Vélo Québec pour l'État du vélo 2005

La nouvelle réalité en cyclotourisme est que l'hébergement et les services d'approvisionnement sont désormais partie prenante de l'expérience vélo.

D'autant plus que la clientèle vélo est friande de découverte en matière spécialités régionales. Le défi en termes de développement pour devenir une destination cyclable reconnue et efficace passera beaucoup par l'intégration des prestations d'hébergement et de restauration dans l'expérience globale de façon à en faire un tout cohérent. Actuellement, les régions des Laurentides, du Bas-Saint-Laurent (Kamouraska), du Lac Saint-Jean et de la Montérégie sont les plus avancées à ce chapitre.

Plusieurs destinations cyclables reconnues dans le monde ont intégré ce phénomène et elles ont mis en place des programmes de reconnaissance des hébergements touristiques de type « *Bicycle friendly* ».

Au Québec, après une période d'expérimentation, Vélo Québec Association déploie sa certification « *Bienvenue cyclistes !* » à l'ensemble des établissements touristiques. Cette certification garantit aux cyclotouristes des services adaptés à leurs besoins (deux types d'hébergements : les établissements traditionnels tels que les gîtes et hôtels, mais aussi aux campings). Tous ces hébergements se démarquent à la fois par leur accueil et leur proximité par rapport au réseau cyclable. Voici les critères actuels pour les hébergements touristiques et les campings :



Pour les hébergements touristiques :

- ❖ Offrir un emplacement couvert et verrouillé pour les vélos pendant la nuit.
- ❖ S'il y a un service de restauration, prendre en considération les besoins nutritionnels des cyclistes.
- ❖ Mettre à disposition des cyclotouristes une pompe et de l'outillage pour les petites réparations.
- ❖ Offrir des renseignements sur les centres de réparation et de location de vélos et les bureaux d'informations touristiques dans les environs.

Pour les campings:

- ❖ Offrir des emplacements sans réservation préalable sur le site de camping, lorsque les visiteurs voyagent exclusivement à vélo.
- ❖ Offrir un abri couvert pour les repas.
- ❖ Mettre à disposition des cyclotouristes une pompe et de l'outillage pour les réparations mineures.
- ❖ Offrir des renseignements sur les centres de réparation de vélos, les centres de location de vélos et les bureaux d'information touristique dans les environs.

TABLEAU 9 – RÉPARTITION DES ÉTABLISSEMENTS CERTIFIÉS « BIENVENUE CYCLISTES ! » 2006

Région	Établissements certifiés					
	Auberges	Établissements hôteliers	Gîtes	Résidences	Campings	TOTAL
<i>Gaspésie</i>	0	4	8	0	4	16
<i>Bas-Saint-Laurent</i>	0	4	10	0	2	16
<i>Chaudière-Appalaches</i>	0	4	9	0	5	18
<i>Cantons-de-l'Est</i>	0	7	21	6	0	34
<i>Monterégie</i>	0	0	2	0	2	4
<i>Montréal</i>	0	4	3	0	0	7
<i>Laval</i>	0	1	0	0	0	1
<i>Outaouais</i>	0	0	3	0	0	3
<i>Laurentides</i>	1	13	13	3	2	32
<i>Lanaudière</i>	0	1	4	0	0	5
<i>Mauricie</i>	0	11	3	0	4	18
<i>Centre-du-Québec</i>	0	3	3	0	0	6
<i>Abitibi-Témiscamingue</i>	0	2	0	0	0	2
<i>Saguenay-Lac-Saint-Jean</i>	1	5	8	2	5	21
<i>Québec</i>	0	7	14	0	0	21
<i>Manicouagan- Duplessis</i>	0	1	0	0	1	2
Grand-Total	2	67	101	11	26	207

Source : Vélo Québec

Événements cyclistes

En 1999, dans le portrait du cyclotourisme au Québec⁸, on identifiait l'importance des événements cyclistes dans le développement de la pratique cyclotouristique au Québec. Sans en faire une liste exhaustive des événements, il est évident, en fonction de leur envergure (locale, régionale, québécoise ou internationale) que **les événements cyclistes, sont encore un efficace vecteur de développement du cyclotourisme. En effet, ces événements sont, dans beaucoup de cas, des « portes d'entrée » dans la pratique cyclotouristique.** Le contexte social, encadré et sécuritaire de ces événements en font d'**excellents moments d'initiation à la pratique, maillon essentiel au développement de cette industrie en croissance.**

La situation québécoise n'est pas particulière à cet égard. Selon un article publié par l'« *Australian Center for Excellence in Cycle tourism* »⁹, l'organisation d'événements cyclistes constitue un bon potentiel pour attirer la clientèle touristique domestique et

⁸ *Le cyclotourisme au Québec à l'heure de la Route verte. Portrait de la situation et perspectives.* Chaire de tourisme 1999 pour le compte de Vélo Québec

⁹ *Australian Center for Excellence in Cycle tourism. Cycling events and their tourism benefits – Cycle Tourism Fac Sheet.*

internationale et pour augmenter la notoriété d'une région. Toujours selon cet article, les événements permettent de créer des visites supplémentaires dans la région après l'événement.

Cette situation se vérifie également dans le cas des événements organisés par Vélo Québec Voyages. Le Grand Tour, événement cycliste de huit jours dont l'itinéraire permet de découvrir une région touristique différente à chaque année depuis 1994, semble avoir une influence importante à moyen et long termes sur la notoriété d'une région comme destination de vacances et cyclotouristique. Selon un sondage réalisé en 1999 par la firme Écho Sondage, 83 % des répondants retourneraient probablement visiter des régions explorées lors du Grand Tour. Enfin 16 % des personnes interrogées ont mentionné avoir prolongé leur séjour en moyenne de 4,4 jours dans la région à la suite de cet événement.

L'inverse est aussi vrai : le choix d'une destination populaire sur le plan touristique aura un impact positif sur le taux de participation du Grand Tour.

Le tableau suivant donne un aperçu des événements cyclistes organisés à travers le Québec. On remarque que ces événements ont lieu dans la plupart des régions du Québec.

TABEAU 10 – ÉVÉNEMENTS CYCLISTES 2005

Type d'événements	Nombre	Participation approximative	Nombre de régions où se déroulent les événements
Randonnées populaires	47	68 500	13
Cyclosporatives	5	860	4
Triathlons et duatlons	23	n.d.	11
Compétitions sur route	47	n.d.	12
TOTAL	122	n.d.	15

Source : Guide « Les activités cyclistes de l'été 2005 »

Transport et intermodalité

L'automobile demeure le moyen le plus simple et, surtout, le plus fiable pour accéder au réseau cyclable. D'une part, parce que le stationnement est habituellement facile et gratuit aux abords des grands circuits. D'autre part, parce que l'intégration aux transports collectifs, qui a connu certains progrès dans les dernières années, reste inachevée.

- ❖ Le nombre de locateurs de vélo est actuellement peu développé. De plus, l'offre actuelle ne convient pas aux cyclotouristes qui recherchent un vélo haut de gamme ce qui constitue une demande dans d'autres destinations. Il faut donc prévoir de transporter son propre vélo. Il y a une tendance à vouloir acheminer son vélo par système de courrier privé par le biais de détaillants.
- ❖ Également, peu ou pas de locateurs de voiture offre la location de support à vélo.
- ❖ Le seul réseau de trains régionaux se trouve dans la région de Montréal. Chaque train n'accueille qu'un maximum de quatre bicyclettes. Qui plus est, il est interdit d'embarquer ou de débarquer avec un vélo à la Gare centrale, laquelle constitue pourtant la gare la plus stratégique sur le plan touristique, étant donné qu'elle se trouve au centre-ville de Montréal.
- ❖ Via Rail ne consent à transporter des vélos que sur un très petit nombre de destinations et à des horaires limités. Le voyageur cycliste est susceptible de devoir se résoudre à voyager sur un train différent de son vélo. Le train *Renaissance* offre un wagon pour les vélos.
- ❖ Les autocars (autobus interurbains) acceptent pour la plupart de prendre les bicyclettes à condition que les vélos soient emballés dans des boîtes et que le chauffeur juge que son car dispose de suffisamment d'espace pour prendre la bicyclette. Cela exclut donc, d'emblée, les grandes heures de déplacement. De plus, très peu de gares d'autobus mettent des boîtes à la disposition de la clientèle cycliste.
- ❖ L'aéroport Trudeau n'est pas relié au réseau cyclable montréalais, même si l'aéroport se trouve à moins de 2 km d'une piste cyclable qui mène au centre-ville de Montréal et à des embranchements de la Route verte.
- ❖ Il est compliqué de quitter l'aéroport avec un vélo. Le transport en commun ne prend pas les vélos. Il faut se résoudre à prendre un taxi. Peu de taxis acceptent plus d'un vélo à la fois.

La structuration de produit

Au-delà de leurs qualités intrinsèques évidentes, pourquoi les destinations du Sud marchent-elles bien ? Pourquoi les « *resort* » se commercialisent facilement ? Pourquoi les voyages de groupe trouvent toujours leur créneau ? **Tout simplement parce qu'ils répondent à un grand besoin. Chacun de ces produits touristiques rendent concrètes l'expérience touristique proposée. C'est simple à consommer !**

Pour le cyclotourisme, les défis de commercialisation se situent à ce niveau. Les premières années de développement du cyclotourisme ont fait place à une classe de gens (les « initiateurs » ou les « early birds ») qui était des touristes plus indépendants

et autonomes de nature. **Pour démocratiser la pratique et en faire une réelle industrie, il faudra donc structurer le produit cyclotouristique et le rendre tangible.** D'ailleurs, la croissance de la performance des agences de voyage de plein air et de cyclotourisme exprime bien ce besoin de cette nouvelle cohorte de cyclotouristes. De même, la croissance des ventes de forfaits sur le Parc linéaire du *P'tit train du Nord* incluant des hébergements et le service de navette est un élément de plus illustrant cette tendance.

[3]

DEMANDE ACTUELLE ET POTENTIELLE

Le chapitre précédent nous a permis de constater les caractéristiques de l'offre. Il faut maintenant regarder de plus près la demande actuelle et potentielle pour ce type de produit. Il faut d'abord l'analyser sous trois aspects différents : la performance générale, le profil du marché actuel québécois et le marché hors Québec.

3.1 La demande cyclotourisme : une croissance constante

*Le portrait global*¹⁰

Regardons d'abord le portrait d'ensemble. Parmi de la population québécoise, 47 % des adultes peuvent être considérés comme des cyclistes, c'est-à-dire, ayant pratiqué le vélo au cours de la dernière année. Le nombre de touristes ayant effectué une activité à vélo au cours de leur déplacement est de 417 000 (cyclotouristes vacanciers) et le nombre de touristes dont le principal objectif du voyage était la pratique du vélo est de 200 000 (cyclotouristes sportifs).

TABLEAU 11 - INCIDENCE DES CYCLOTOURISTES DANS LA POPULATION -2005

	PROPORTION DES ADULTES QUÉBÉCOIS	NOMBRE
Population 18-74 ans	100%	5 582 350
Cyclistes	47%	2 600 000
Cyclotouristes vacanciers	7,4%	417 000
Cyclotouristes sportifs	3,4%	200 000

Note : il est important de préciser qu'un certain pourcentage de cyclotouristes a fait les deux types de cyclotourisme (20 %)

¹⁰ Données provenant d'une compilation préliminaire des résultats du sondage effectué dans le cadre de l'étude « L'État du vélo 2005 » de Vélo Québec.

La performance touristique du cyclotourisme au Québec

Maintenant, analysons la performance touristique à partir des données tirées du sondage¹¹. **L'évaluation du nombre total de nuitées est un élément important (mais pas le seul) pour quantifier l'importance du vélo au sein de l'industrie touristique.** Elle peut être effectuée par l'évaluation du nombre de voyages et la durée moyenne des voyages des cyclotouristes québécois. Ainsi, nous obtenons les résultats présentés au tableau 11.

Nous présentons donc l'extrapolation du nombre total de nuitées générées par les cyclotouristes sportifs québécois. Afin d'effectuer cette extrapolation, nous avons utilisé les aspects suivants :

- ❖ Nous utilisons la base de 200 000 cyclotouristes sportifs québécois ;
- ❖ Ces cyclotouristes sportifs disent avoir effectué des voyages dont la durée totale correspond à, en moyenne, 4,8 nuitées par personne ;
- ❖ Lorsque nous multiplions le nombre de cyclotouristes par le nombre de nuitées qu'ils ont effectué, nous obtenons le nombre total de nuitées qui ont été effectuées par les cyclotouristes, soit 960 000, toutes destinations confondues ;
- ❖ Afin de comparer ces nuitées avec les nuitées en hébergement, nous devons utiliser le nombre moyen de personnes par groupe (1,9) et ainsi obtenir le nombre de nuitées par groupe. Notons que ce chiffre pourra se comparer, entre autres, aux nombres de nuitées calculés par les hôtels (ou chambres occupées).

TABLEAU 12 - NUITÉES GÉNÉRÉES PAR LES CYCLOTOURISTES SPORTIFS QUÉBÉCOIS

	EXTRAPOLATION
A - Cyclotouristes sportifs québécois	200 000
B - Nombre moyen de nuitées	4,8 nuitées
C - Nombre de personnes-nuitées totales (A*B)	960 000
D - Nombre de nuitées tout hébergement confondu (C/1,9)	505 263

De la même manière, nous présentons l'extrapolation du nombre total de nuitées générées par les cyclotouristes vacanciers québécois. Afin d'effectuer cette extrapolation, nous avons utilisé les aspects suivants :

- ❖ Nous utilisons la base de 417 000 cyclotouristes vacanciers québécois ;

¹¹ Effectué en 2005 pour le compte de Vélo Québec et sa version 2005 de l'État du Vélo,

- ❖ Ces cyclotouristes vacanciers disent avoir effectué des voyages dont l'une des activités était le vélo. Le nombre moyen de nuitées attribuable à cette activité correspond à 2,1 nuitées par personne ;
- ❖ Lorsque nous multiplions le nombre de cyclotouristes par le nombre de nuitées qu'ils ont effectué, nous obtenons le nombre total de nuitées qui ont été effectuées par les cyclotouristes, soit 875 700, toutes destinations confondues ;
- ❖ Afin de comparer ces nuitées avec les nuitées en hébergement, nous devons utiliser le nombre de personnes moyen par groupe (2,2) et ainsi obtenir le nombre de nuitées par groupe.

TABLEAU 13 - NUITÉES GÉNÉRÉS PAR LES CYCLOTOURISTES VACANCIERS QUÉBÉCOIS

	EXTRAPOLATION
A - Cyclotouristes vacanciers québécois	417 000
B - Nombre moyen de nuitées	2,1 nuitées
C - Nombre de personnes-nuitées totales (A*B)	875 700
D - Nombre de nuitées tout hébergement confondu (C/2,2)	398 045

Le tableau de la page suivante illustre la répartition¹² des nuitées des touristes cyclotouristes sportifs selon la destination. On constate que :

- ❖ Des 505 263 nuitées effectuées par les cyclotouristes sportifs, 89,4 % sont générées au Québec. C'est du moins ce qu'a révélé le sondage effectué pour le compte de Vélo Québec ;
- ❖ Au total, **les cyclotouristes sportifs québécois auraient généré 451 705 nuitées au Québec** ;
- ❖ Le sondage révèle aussi (voir graphique 7) que 53 % des nuitées des cyclotouristes sportifs sont effectués en hébergement commercial (hôtel, motel et gîtes), ce qui signifie que ceux-ci effectuent **239 403 nuitées dans le réseau d'hébergement commercial québécois**.
- ❖ Ces nuitées correspondent à 2,9 % de l'ensemble des nuitées commerciales des mois de mai à octobre pour l'ensemble du Québec en 2005.

¹² Répartition basée sur la destination du plus long séjour des cyclotouristes sportifs.

TABEAU 14 - RÉPARTITION DES NUITÉES DES CYCLOTOURISTES SPORTIFS AU QUÉBEC

RÉGIONS	%	NUITÉES (TOUTES FORMES D'HÉBERGEMENT)
Laurentides	12,5	63 158
Québec	12,4	62 653
Saguenay – Lac-Saint-Jean	8,8	44 463
Montréal	7,9	39 916
Cantons-de-l'Est	6,8	34 358
Montérégie	6,4	32 337
Gaspésie	6,3	31 832
Outaouais	5,5	27 789
Mauricie	5,1	25 768
Bas-Saint-Laurent	3,7	18 695
Lanaudière	3,6	18 189
Chaudière-Appalaches	2,9	14 653
Laval	2,6	13 137
Abitibi-Témiscamingue	1,5	7 579
Centre-du-Québec	1,4	7 074
Charlevoix	1,1	5 558
Îles-de-la-Madeleine	0,9	4 547
Côte-Nord	0	0
SOUS-TOTAL INTRA-QUÉBEC	89,4	451 705
Autres	10,6	53 558
TOTAL	100	505 263

NOTE : la répartition de l'extrapolation du nombre de nuitées par région doit être considérée avec réserve car la marge d'erreur est élevée

3.2 Le profil des cyclotouristes québécois actuels

Il est important de circonscrire le profil du marché du cyclotourisme au Québec à partir des toutes récentes données de l'enquête 2005 sur la pratique du cyclotourisme au Québec¹³.

- ❖ Le cyclotourisme compte légèrement plus d'hommes que de femmes particulièrement pour le cyclotourisme sportif. Cette proportion était également observée lors de l'enquête de 2000 : 55 % étaient des hommes, 42 % des femmes et 4 % des enfants.
- ❖ Le revenu annuel brut familial est en moyenne élevé, mais l'est légèrement plus chez les cyclotouristes sportifs.

¹³ Effectué en 2005 pour le compte de Vélo Québec et sa version 2005 de l'État du Vélo

- ❖ 27 % des cyclotouristes sportifs ont des revenus familiaux de 80 000 \$ et plus. C'est une clientèle très intéressante à cibler.

TABLEAU 15 - PROFIL SOCIODÉMOGRAPHIQUE DES CYCLOTOURISTES

	SPORTIFS	VACANCIERS
Sexe		
Homme	63,6 %	56,6 %
Femme	36,4 %	43,6 %
Revenu annuel brut familial		
Moins de 20 000 \$	8,6 %	5,1 %
20 000 \$ à 39 999 \$	21,8 %	27,9 %
40 000 \$ à 59 999 \$	23,0 %	26,6 %
60 000 \$ à 79 999 \$	19,4 %	16,8 %
80 000 \$ et plus	27,2 %	23,6 %
Dernier niveau de scolarité complété		
Primaire / secondaire	24,4 %	24,6 %
Collégial / CÉGEP	31,7 %	30,0 %
Université	43,9 %	45,4 %
Âge		
18 – 34 ans	33,3 %	49,5 %
35 – 54 ans	44,0 %	33,4 %
55 ans et plus	22,7 %	17,2 %
Lieu de résidence		
En ville	66,6 %	68,2 %
En banlieue	20,7 %	22,1 %
Dans un village	8,9 %	4,6 %
À la campagne	3,9 %	5,1 %
Présence d'enfant		
Oui	28,4 %	36,1 %
Non	71,6 %	63,9 %
Possède ou a accès à une automobile		
Oui	90,3 %	84,7 %
Non	9,7 %	15,3 %
Fréquence de la pratique		
1 fois par semaine ou plus	86,2 %	82,3 %

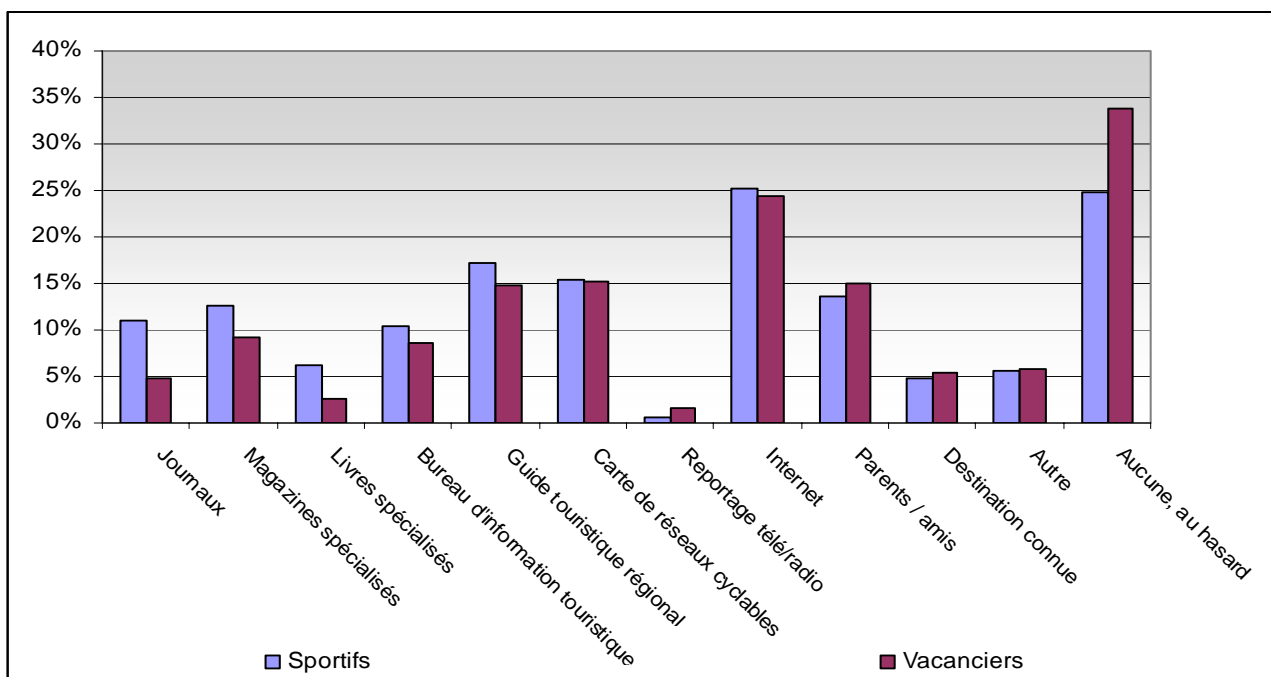
- ❖ Les cyclotouristes interrogés en 2005 ont un niveau de scolarité élevé, 43 % à 45 % ont complété des études universitaires.
- ❖ Une très forte majorité des répondants réside en ville que ce soit pour les cyclotouristes sportifs ou vacanciers.
- ❖ Environ un tiers des répondants ont un ou plusieurs enfants et cette proportion est plus élevée chez les cyclotouristes vacanciers.

TABLEAU 16 - NOMBRE DE RANDONNÉE ET DURÉE

	SPORTIFS	VACANCIERS
Nombre de voyages		
1 voyage	54,3 %	37,6 %
2 – 3 voyages	30,7 %	37,6 %
4 voyages et plus	15,0 %	24,7 %
Moyenne	2,2	3,5
Nombre de jours totalisant les voyages		
2 – 3 jours	42,7 %	30,2 %
4 – 7 jours	34,1 %	28,7 %
Plus de 7 jours (ou 8 à 14 jrs)	23,3 %	41,0 %

- ❖ Les cyclotouristes sportifs réalisent moins de voyages de vélo que les vacanciers et la durée de ces voyages est moins longue. Rappelons que la pratique du vélo n'est pas la principale activité des cyclotouristes vacanciers.
- ❖ Les hommes semblent réaliser davantage de voyages dont la principale activité est le vélo que les femmes chez les cyclotouristes sportifs. On observe une tendance inverse chez les cyclotouristes vacanciers;
- ❖ De même, ce sont les individus de plus de 55 ans qui réalisent 4 voyages et plus chez les cyclotouristes sportifs.
- ❖ On peut également observer que plus le revenu est élevé, plus le nombre de voyages réalisés est élevé.
- ❖ En 2000, les cyclotouristes réguliers avaient fait en moyenne 2,7 voyages de vélo et les vacanciers, 4 voyages impliquant des sorties à vélo. Aussi, les cyclotouristes sportifs avaient fait en moyenne 15 jours de cyclotourisme, chaque voyage ayant duré en moyenne 6,2 jours. Les cyclotouristes vacanciers, disaient avoir séjourné un total de 14 jours à l'extérieur de leur domicile et ont fait des sorties à vélo à huit occasions.

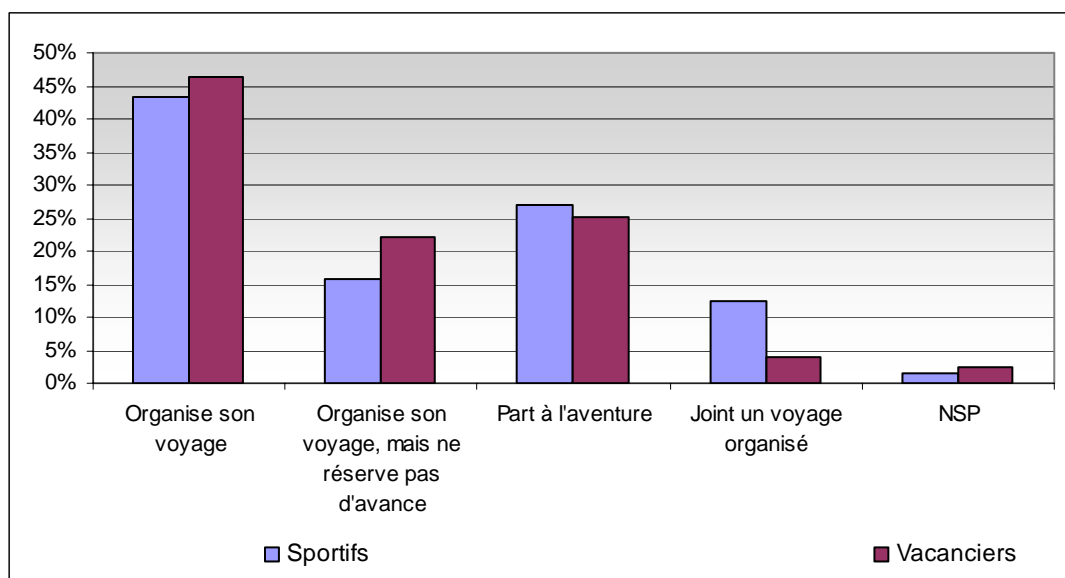
**GRAPHIQUE 2 –
SOURCES D'INFORMATION CONSULTÉES POUR LA PRÉPARATION DES VOYAGES DE CYCLOTOURISME**



- ❖ Une forte proportion de répondants ne consulte aucune source d'information pour préparer leur voyage, mais de façon générale, les cyclotouristes sportifs semblent se préparer davantage que les vacanciers.
- ❖ Les sources d'information privilégiées sont Internet, les guides touristiques régionaux et les cartes de réseaux cyclables.
- ❖ Les magazines et livres spécialisés sont davantage consultés par les cyclotouristes sportifs.
- ❖ Chez les cyclotouristes sportifs, les femmes semblent s'informer davantage que les hommes et leurs sources d'information privilégiées sont Internet, les guides touristiques régionaux et des parents et amis.
- ❖ Toujours chez les sportifs, ce sont les individus ayant un revenu plus élevé et ayant complété des études universitaires qui ne consultent aucune source d'information et qui choisissent leur destination au hasard.
- ❖ Les individus de 55 ans et plus laissent moins de place au hasard et utilisent surtout le guide touristique régional, suivi d'Internet et des cartes de réseaux cyclables pour préparer leur voyage.
- ❖ Par rapport aux résultats de l'enquête de 2000, certains outils d'information ont gagné ou perdu en popularité (notons que le choix de réponse « aucune, au hasard » n'était pas nommé pour les sportifs). La source d'information la plus

populaire était le guide touristique régional (40 % pour les sportifs et 21 % pour les vacanciers), suivi des livres ou magazines spécialisés (sportifs : 22 % et vacanciers : 13 %). Internet n'était consulté que dans 20 % des cas par les cyclotouristes sportifs et 13 % par les cyclotouristes vacanciers. Ces derniers disent n'avoir consulté aucune source dans 20 % des cas.

**GRAPHIQUE 3 -
SITUATION DÉCRIVANT LE MIEUX L'ORGANISATION DES VOYAGES DE CYCLOTOURISME**



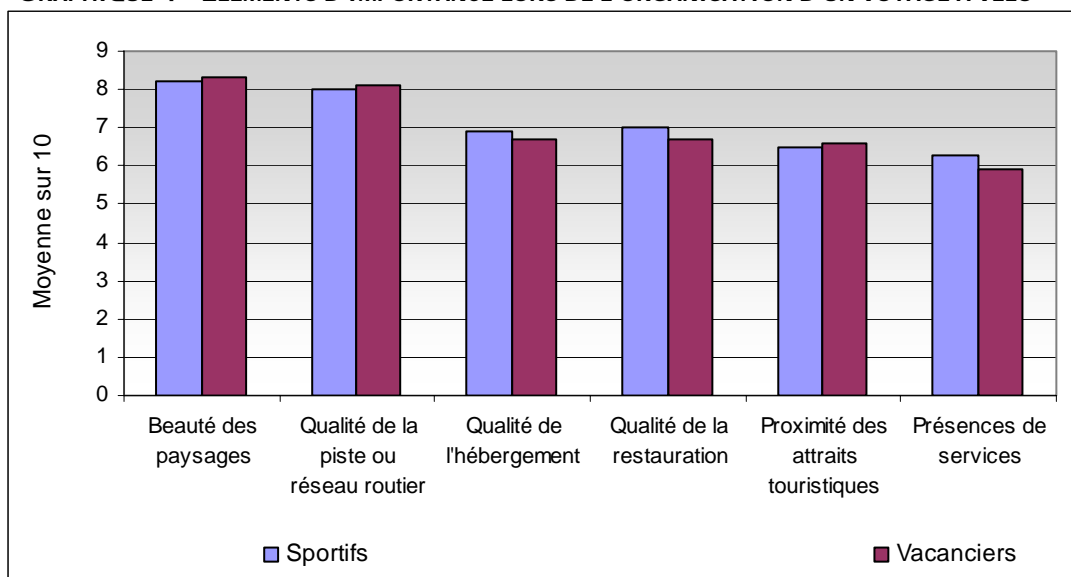
- ❖ Près de la moitié des cyclotouristes organisent leur voyage eux même avant de partir, mais environ le quart partent à l'aventure. Les voyages organisés sont plus populaires auprès des cyclotouristes sportifs que vacanciers.
- ❖ Les individus ayant un revenu familial brut de moins de 40 000 \$ partent à l'aventure dans une proportion beaucoup importante que les individus ayant un revenu plus élevé.
- ❖ En 2000, 41 % des cyclotouristes réguliers organisaient leur voyage eux-mêmes mais seulement 6 % partaient à l'aventure. 34 % des voyages étaient organisés par une agence ou un club.

TABLEAU 17 - ANNÉES DE PRATIQUE DU CYCLOTOURISME

ANNÉES DE PRATIQUE DU CYCLOTOURISME	SPORTIFS	VACANCIERS
1-2 ans	21,1 %	22,8 %
3-5 ans	18,0 %	19,8 %
6-10 ans	14,7 %	22,6 %
Plus de 10 ans	46,2 %	34,8 %
Moyenne	12,8 années	9,9 années

- ❖ Les cyclotouristes pratiquent en général cette activité depuis de nombreuses années. Parmi les cyclotouristes sportifs, 17,4 % font du vélo depuis plus de 20 ans.

GRAPHIQUE 4 - ÉLÉMENTS D'IMPORTANCE LORS DE L'ORGANISATION D'UN VOYAGE À VÉLO



- ❖ Ce sont la beauté des paysages et la qualité de la piste ou du réseau routier qui sont les éléments les plus importants à considérer dans l'organisation d'un voyage. Les autres éléments sont néanmoins importants.
- ❖ Les éléments d'importance présentés lors du sondage de l'été 2000 n'étaient pas tout à fait les mêmes que ceux présenté ici. **Les cyclotouristes accordaient une importance particulière à la beauté des paysages** (note de 8,7 sur 10), à la facilité des contacts et l'accueil (8,6), au sentiment d'être à l'aise et en sécurité (8,0), à l'aspect aventure (8,0) et à la qualité du réseau routier (7,0). Ce dernier aspect semble plus important aujourd'hui.

TABLEAU 18 - NOMBRE DE JOURS DU VOYAGE LE PLUS LONG

NOMBRE DE JOURS	SPORTIFS
1 jour	n.d.
2 jours	28,9 %
3 jours	26,4 %
4-7 jours	28,9 %
7 jours et plus	15,8 %
Moyenne	5,1 jours
Médiane	3 jours

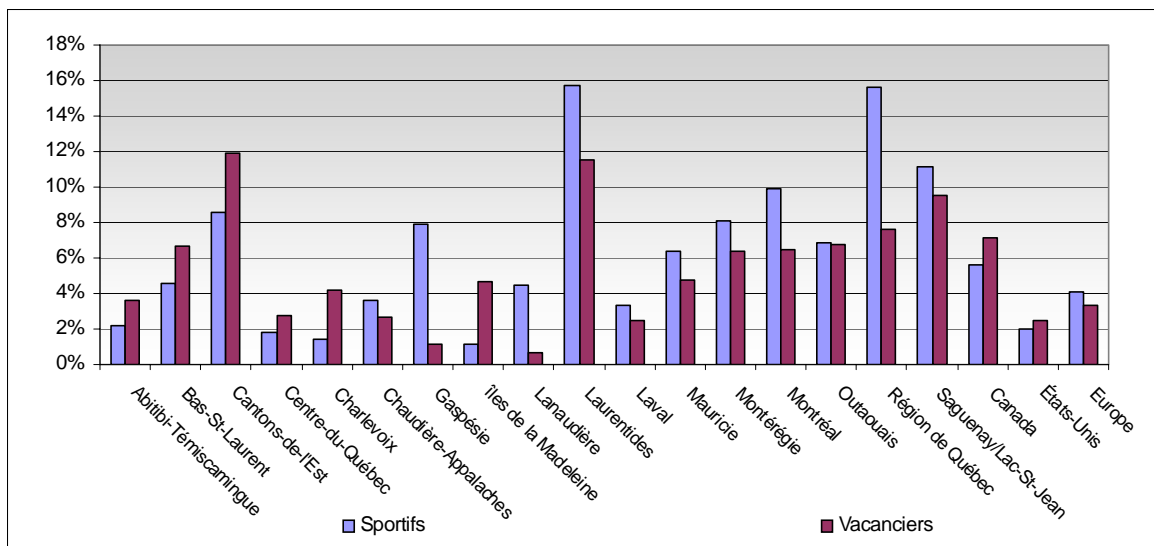
- ❖ 44,7 % des répondants ont fait un voyage de plus de 4 jours et la durée moyenne du voyage le plus long est de 5,1 jours.

TABLEAU 19 - UTILISATION DE PISTES CYCLABLES OU D'ITINÉRAIRES SUR ROUTE

	SPORTIFS	VACANCIERS
<i>Type de voies privilégiées</i>		
Piste cyclable	44,7 %	49,2 %
Itinéraire sur route	30,4 %	30,1 %
Les deux	19,9 %	12,6 %
<i>L'influence des pistes cyclables ou routes aménagées dans le choix de la destination</i>		
Beaucoup	40,7 %	33,7 %
Un peu	19,0 %	21,9 %
Pas vraiment	16,2 %	12,2 %
Pas du tout	18,9 %	29,1 %

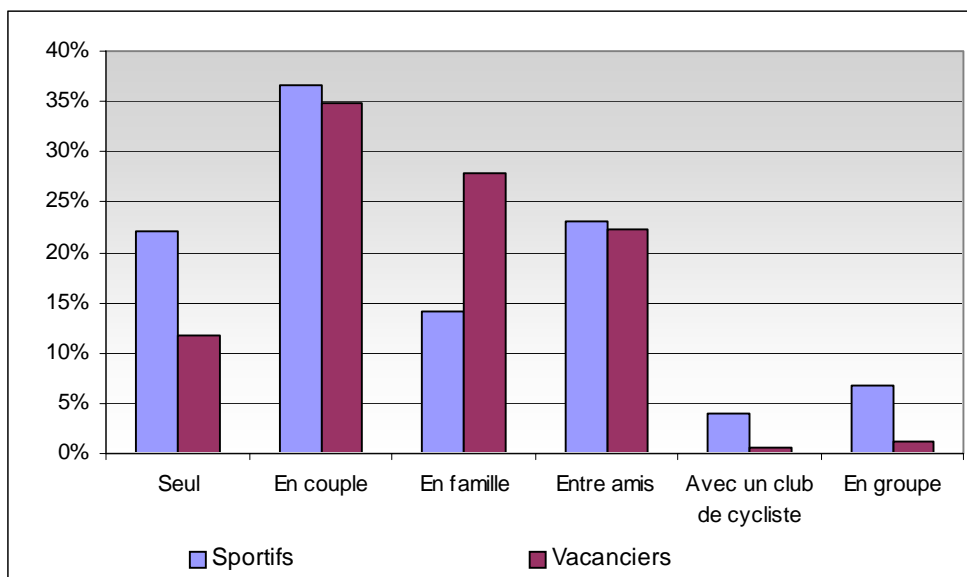
- ❖ Les pistes cyclables sont plus utilisées que les itinéraires sur route et la présence de pistes cyclables ou routes aménagées influencent le choix de la destination, particulièrement pour les cyclotouristes sportifs.
- ❖ Les femmes et les individus de 55 ans et plus accordent plus d'importance à la présence de pistes cyclables.
- ❖ Peut-être parce que l'offre s'est améliorée, les cyclotouristes sportifs de l'enquête de 2000 n'accordaient pas une aussi grande importance à la présence de pistes cyclables et privilégiaient les routes rurales (45 % des voyages). Les pistes cyclables étaient plus importantes pour les cyclotouristes vacanciers qui les privilégiaient dans 53 % des cas.

GRAPHIQUE 5 - LES RÉGIONS VISITÉES LORS DU PLUS LONG VOYAGE



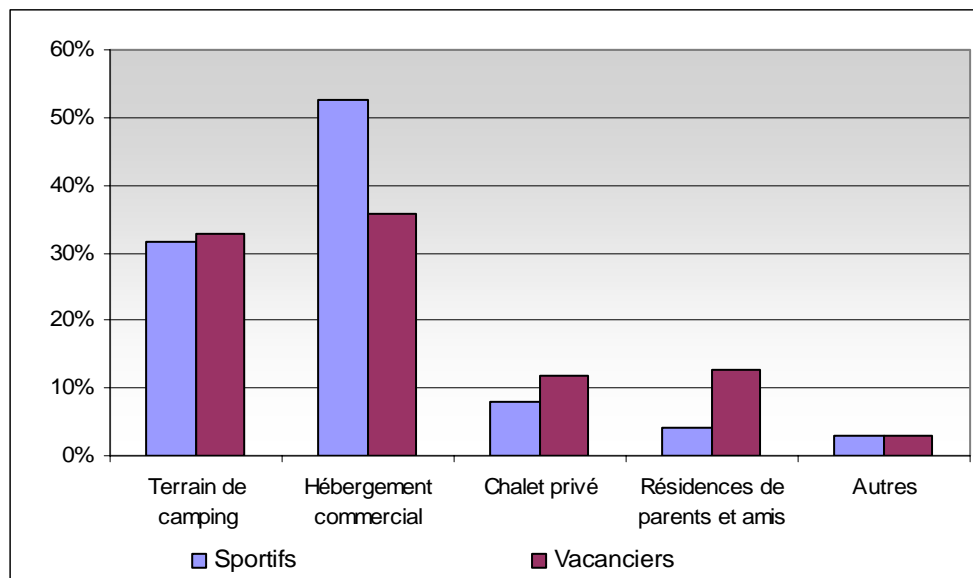
- ❖ Les régions les plus visitées par les cyclotouristes sportifs lors de leur plus long voyage sont les Laurentides, la région de Québec, le Saguenay/Lac-St-Jean, Montréal, les Cantons-de-l'Est, la Montérégie et la Gaspésie.
- ❖ Chez les cyclotouristes vacanciers, les régions privilégiées sont les Cantons-de-l'Est, les Laurentides, le Saguenay/Lac-St-Jean et la région de Québec.
- ❖ Au Canada, les provinces visitées par les cyclotouristes sportifs sont le Nouveau-Brunswick, la Nouvelle-Écosse et l'Ontario. Les cyclotouristes vacanciers ont plutôt visité l'Ontario d'abord suivi de l'Île-du-Prince-Édouard et du Nouveau-Brunswick.
- ❖ Les cyclotouristes sportifs ayant été aux États-Unis sont allés majoritairement dans le Vermont. Chez les vacanciers, différents États ont été visités.
- ❖ L'information sur la région visitée recueillie en 2000 ne suit pas la même méthodologie qu'en 2005, rendant les résultats difficilement comparables. La question demandait quelles régions avaient été visitées au cours de la dernière année alors qu'en 2005, on demandait quelle région le cycliste avait visité lors de son voyage le plus long. Les cyclotouristes sportifs ont visité d'abord les Laurentides (26 %), le Saguenay/Lac-St-Jean (20 %), l'Outaouais (18 %), Montréal (12 %) et Québec (12 %). Les cyclotouristes vacanciers ont visités les Laurentides (21 %), Montréal (21 %), Québec (19 %) et l'Estrie (18 %).

GRAPHIQUE 6 - LA COMPOSITION DES GROUPES



- ❖ Plus du tiers des répondants voyagent en couple. Les cyclotouristes sportifs voyagent aussi souvent seul alors que les individus voyageant en famille sont des cyclotouristes vacanciers principalement.
- ❖ Moins de 7 % des répondants ont voyagé en groupe ou avec un club cycliste. Cette proportion ne dépasse pas 2 % chez les cyclotouristes vacanciers.
- ❖ Très peu d'individus de 55 ans et plus voyagent seuls.
- ❖ Lors du sondage de l'été 2000, 23 % des répondants parmi les cyclotouristes sportifs voyageaient entre amis, 19 % en couple, 18 % en groupe et 18 % avec un club de vélo ou une agence. De par leur abonnement à un magazine spécialisé, les répondants étaient peut-être plus enclins à se regrouper. Parmi les cyclotouristes vacanciers, 29 % voyageaient en couple, 29 % en famille et 18 % entre amis.

GRAPHIQUE 7 - LE MODE D'HÉBERGEMENT PRIVILÉGIÉ

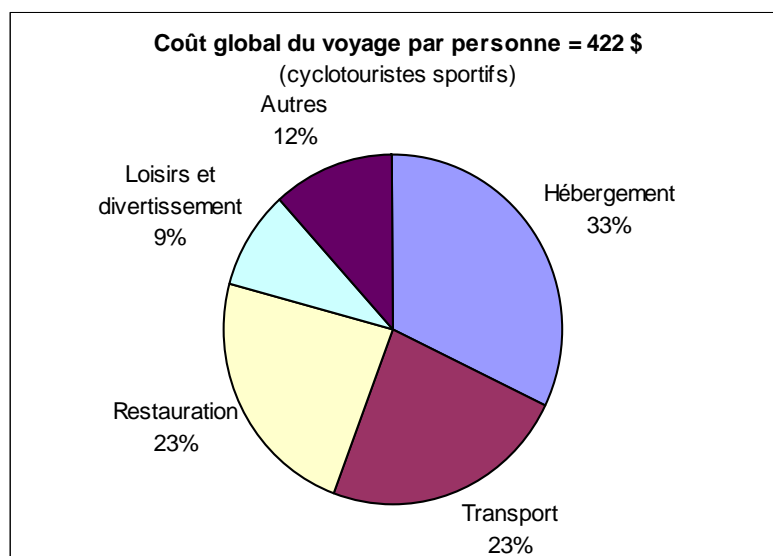


- ❖ Tant pour les cyclotouristes sportifs que vacanciers, l'hébergement commercial (incluant les hôtels / motels, gîtes touristiques et/ou auberges) constitue le mode d'hébergement privilégié.
- ❖ Ce mode d'hébergement est toutefois plus fréquenté par les cyclotouristes sportifs (53 %) que vacanciers (36 %).
- ❖ Les hôtels / motels sont, dans cette catégorie, le mode d'hébergement le plus utilisé : les cyclotouristes sportifs l'utilisent dans une proportion de 28 % et les vacanciers, dans une proportion de 25 %.
- ❖ Les auberges sont retenues comme mode d'hébergement par 14 % des cyclotouristes sportifs et par 5 % des cyclotouristes vacanciers tandis que les gîtes le sont pour 11 % des sportifs et 5 % des vacanciers.
- ❖ Le camping est le deuxième mode d'hébergement le plus utilisé et le pourcentage est sensiblement le même chez les deux types de cyclotouristes.
- ❖ De par la nature de leur séjour, les cyclotouristes vacanciers préfèrent davantage les résidences de parents et amis et les chalets privés que les cyclotouristes sportifs.
- ❖ Ce ne sont pas nécessairement les répondants ayant un revenu plus élevé qui choisissent les hôtels ou motels, auberges ou gîtes touristiques comme mode d'hébergement.
- ❖ Les individus de 18 à 34 ans favorisent plus souvent les terrains de camping.
- ❖ Les résultats de 2005 et de 2000 se rapprochent : en 2000, le camping (46 %), les hôtels ou motel (22 %) et les gîtes touristiques (21 %) étaient les trois principaux modes d'hébergement pour les cyclotouristes sportifs. Pour les

vacanciers, le camping correspondait au choix de 29 % des répondants, l'hôtel ou le motel, 24 % et le gîte touristique, 16 %.

Tel que présenté au graphique 8, l'hébergement constitue la dépense la plus importante du séjour du cyclotouriste sportif ; il représente 33 % de ses dépenses totales, suivi de la restauration et du transport avec chacun 23 % des dépenses. Le cyclotouriste sportif consacre 9 % de son budget aux loisirs et au divertissement. En moyenne, le cyclotouriste sportif dépense 422 \$ par voyage. Pour les cyclotouristes vacanciers, les dépenses moyennes par personne par voyage sont de 427 \$ dont 183 \$ s'appliquent à la portion vélo (43 %).

GRAPHIQUE 8 - RÉPARTITION DES DÉPENSES DES CYCLOTOURISTES SPORTIFS



3.3 Le portrait des cyclotouristes hors Québec et quelques tendances générales à prendre en compte

Les cyclotouristes au Québec provenant de l'extérieur du Québec

La pratique cyclotouristique des Canadiens et des Américains n'est pas très bien documentée. Il faut se rabattre sur des données variées, sur des croisements de données, mais surtout sur des observations des experts.

Selon une étude sur les retombées économiques de la Route verte, produite par la Chaire de Tourisme en 2003 pour le compte de Vélo Québec, la performance des cyclotouristes hors Québec n'est pas exceptionnelle mais rapporte toutefois des retombées intéressantes.

- ❖ On estimait à **12 500 cyclotouristes vacanciers américains** venant au Québec comme touriste d'agrément et qui ont fait vélo (240 000 américains x 5%, pourcentage tiré des études québécoises et adapté au marché américain).
- ❖ On estimait à 250 cyclotouristes sportifs américains venant au Québec (12 500 Américains x 2 %, pourcentage tiré des études québécoises et adapté au marché américain). Toutefois, nous croyons que ce nombre devrait plutôt être de **1 500 cyclotouristes sportifs américains** considérant les observations faites sur le terrain (grossistes en voyage et quelques hôteliers).
- ❖ On estimait à **128 000 cyclotouristes vacanciers canadiens** venant au Québec comme touriste d'agrément et qui ont fait vélo.
- ❖ On estimait à **2 560 cyclotouristes sportifs canadiens** (128 000 x 2 %) venant au Québec.

Au total, les 4 060 cyclotouristes sportifs canadiens et américains ont séjourné une moyenne de 3,5 nuitées. **Il y aurait donc approximativement 14 210 nuitées générées par des cyclotouristes sportifs de l'extérieur au Québec.**

Le cyclotourisme est en croissance partout dans le monde¹⁴. Toutefois, les données permettant de quantifier le marché potentiel sont peu développées. Il n'y a pas des données uniformes et « standardisées » comme pour d'autres secteurs plus documentés. Voici, en vrac, un certain nombre de données et quelques tendances lourdes, provenant de différentes sources, nous permettant d'estimer et de quantifier les marchés et les clientèles potentiels:

- ❖ Nous pouvons toutefois affirmer que le marché est en croissance en voyant de très nombreuses destinations qui ont développé des stratégies marketing spécifique pour le cyclotourisme.
- ❖ De plus, il y a des tendances qui marquent les États-Unis : un mouvement de lutte contre l'obésité, la mode « fitness », un courant pour un mode de vie hédoniste : meilleure alimentation, bon vin, etc.
- ❖ Également il faut noter la montée constante de la bicyclette comme moyen de déplacement (à partir des années 70) et comme véhicule touristique (années 2000).
- ❖ Sans compter les investissements régionaux, nationaux et inter-européens pour des véloroutes (ou inter-états américains). De nombreuses régions découvrent le potentiel du tourisme à vélo (aussi bien volet vacancier que volet sportif).
- ❖ On a un profil des baby boomers (les plus de 50 ans), mais aussi apparaît une nouvelle génération de 24 à 45 ans qui fait du vélo (on a le même phénomène

¹⁴ Cycle tourism fact sheet. www.cycletourism.com

ici aux USA ; la génération post vélo montagne qui « s'assagit », vit en couple et a des enfants).

- ❖ En Europe, nous pouvons identifier les grands pays voyageurs : Allemagne, Pays-Bas et, dans une moindre mesure, le Royaume-Uni. Mais, avec le regain de popularité du vélo en Suisse, en France, en Autriche, on risque d'avoir de nouveaux voyageurs à vélo, surtout des vacanciers, mais aussi des sportifs.

Marché des États-Unis

- ❖ En 2002, près de 40 % de la population américaine conduit ou a déjà conduit une bicyclette, équivalant à 87 millions de personnes¹⁵. De ce nombre, 16,5 millions habitent le nord-est des États-Unis.
- ❖ Au sein de la population américaine¹⁶ de plus de 16 ans, 27 % ont conduit une bicyclette au moins une fois par mois au cours de la saison estivale. Cette proportion correspond à approximativement 57 millions de personnes.
- ❖ Le tableau 19 indique que la pratique du vélo aux États-Unis est bien répartie selon les tranches d'âge, mais plus importante chez les hommes que chez les femmes.

TABLEAU 20 - TAUX DE CYCLISME SELON LE SEXE, L'ÂGE

	%
<i>Sexe</i>	
Homme	34,0 %
Femme	21,3 %
<i>Âge</i>	
16 – 24 ans	39,1 %
25 – 34 ans	33,4 %
35 – 44 ans	33,9 %
45 – 54 ans	25,6 %
55 – 64 ans	17,6 %
65 ans et plus	8,6 %

D'autre part, une estimation de la clientèle cyclotouristique du nord-est des États-Unis est présentée au tableau 20 et est basée sur l'hypothèse suivante :

- ❖ Partant du fait que 27 % de la population américaine adulte pratique au moins une fois par mois la bicyclette durant l'été, **il y aurait donc 6,5 millions de cyclistes américains à moins de 800 km de Montréal.**

¹⁵ Bikes Belong Coalition, 2002

¹⁶ U.S. Department of Transportation's National Highway Traffic Safety Administration, 2002.

- ❖ Au Québec, le pourcentage de cyclistes par rapport à la population adulte est beaucoup plus élevé : il est de 47 %. Rappelons aussi que la clientèle de cyclotouristes vacanciers correspond à 7,4 % des Québécois adultes et que les sportifs représentent 3,4 %.
- ❖ Si on applique la même proportion concernant l'importance de la pratique cycliste entre les Américains (27 %) et les Québécois (47 %), on peut avancer l'hypothèse que le pourcentage de cyclotouristes sportifs américains serait approximativement de 2 % et le nombre de vacanciers de 4,25 %.
- ❖ Partant de cette hypothèse, **le nombre de cyclotouristes américains potentiels à moins de 800 km de Montréal est donc estimé à presque 1,5 M de personnes.**

TABLEAU 21 - INCIDENCE DES CYCLISTES DANS LA POPULATION

ÉTATS DU NORD-EST DES ÉTATS-UNIS	NOMBRE DE CYCLISTES ⁽¹⁾	CYCLOTOURISTES (%)	
		SPORTIFS (2 %)	VACANCIERS (4,25 %)
<i>New Hampshire</i>	148 294	10 864	23 086
<i>Vermont</i>	73 059	5 352	11 374
<i>Pennsylvanie</i>	1 473 726	107 965	229 426
<i>New York</i>	2 277 175	166 826	354 505
<i>Massachusetts</i>	761 892	55 816	118 610
<i>Rhode Island</i>	125 796	9 216	19 584
<i>Connecticut</i>	408 672	29 939	63 621
<i>New Jersey</i>	1 009 722	73 972	157 191
<i>Maine</i>	159 991	11 721	24 907
<i>Sous-total</i>	--	471 672	1 002 304
TOTAL	6 438 327	1 473 976	

Source : America Bikes. Basé sur une étude réalisée par le département fédéral du transport qui mentionne que 27,3 % des Américains font du vélo au moins une fois par mois.

Marché européen en général

- ❖ En Europe, le cyclotourisme sportif est estimé entre 2 % et 4 % de l'ensemble des voyages en 1997 et devrait se situer entre 6 % et 12 % en 2007 ¹⁷.
- ❖ Le cyclotourisme vacancier représente un marché encore plus important pour l'Europe.
- ❖ Selon Euro Velo, le marché européen du cyclotourisme pourrait générer 21,5 M Euro en 2020, en estimant que 5 % des touristes voyageant en Europe prendront part à une activité de cyclotourisme.

Allemagne

- ❖ L'Allemagne compte un très grand nombre d'adeptes du vélo : chez les vacanciers, 42 % ont fait du cyclotourisme pendant leur voyage soit près de 27 millions de personnes (données de 1999) et plus de 1,9 millions de cyclotouristes allemands de type sportif.

Royaume-Uni

- ❖ Au Royaume-Uni, 78 % des voyages de cyclotourisme sont effectués par des cyclotouristes locaux. Les cyclotouristes (sportifs et vacanciers) étrangers effectuent, pour leur part, 1 075 000 voyages annuellement (Sustrans Routes for People, 1997).
- ❖ Les dépenses totales des cyclotouristes aux Royaume-Uni sont de 180 millions d'Euros (ibid). La dépense moyenne des cyclotouristes sportifs est, en moyenne, de 300 Euros par voyage. La durée moyenne des voyages des cyclotouristes est de 4,4 nuitées.

TABEAU 22 - VOLUME ET DÉPENSES DES CYCLOTOURISTES AU ROYAUME-UNI

	VOYAGES (MILLION)	DÉPENSES (MILLION D'EUROS)
Cyclotouristes sportifs		
Cyclotouristes locaux	708	104
Cyclotouristes étrangers	125	38
Total cyclotouristes sportifs	833	142

¹⁷ Selon Sustrans Routes for People, 1997

Cyclotouristes vacanciers		
Cyclotouristes locaux	3 200	29
Cyclotouristes étrangers	950	9
<i>Total cyclotouristes sportifs</i>	4 150	38

Cyclotouristes		
Cyclotouristes locaux	3 908	133
Cyclotouristes étrangers	1 075	47
<i>Total cyclotouristes</i>	4 983	180

[4]

ANALYSE DES MODELES COMPARABLES

4.1 Le Danemark

L'expérience

L'expérience cycliste proposée est **la découverte du pays sur un réseau cyclable qui permet d'aller aux quatre coins du pays**. Le Danemark se décrit comme le territoire idéal pour faire du vélo. On dit que faire du vélo y est facile, sécuritaire et accessible aussi bien aux familles qu'aux débutants de tous les âges.

- ❖ Le territoire est vallonné et toutes les côtes se grimpent aisément. Le plus haut point du pays se trouve à 600 pieds (170 mètres) au-dessus du niveau de la mer.
- ❖ Il possède un réseau de plus de **10 000 km de routes cyclables nationales, connectées ensemble, balisées et sécuritaires**. Ce réseau de routes nationales donne aussi accès à d'innombrables routes régionales et locales parfaitement adaptées pour le vélo.
- ❖ Dans toutes les régions, on retrouve des cartes cyclables détaillées indiquant les pistes cyclables, les sites panoramiques, les hébergements, les restaurants, les boutiques de vélos ainsi que des indications topographiques.
- ❖ Il existe aussi des forfaits comprenant un vélo, un trajet planifié, de l'hébergement incluant le déjeuner ainsi que des billets d'entrée pour les sites intéressants qui jalonnent le trajet choisi.
- ❖ Il est possible de louer un vélo partout au Danemark sur une base quotidienne ou hebdomadaire. Les bureaux locaux de tourisme possèdent des listes de locateurs.
- ❖ Tous les trains régionaux acceptent les vélos sans réservation. On peut donc facilement visiter plusieurs régions du Danemark dans un même voyage.
- ❖ Le **Danemark est le premier pays vélo d'Europe**. Son parc de voies cyclables est constitué d'une dizaine de milliers de kilomètres balisés. L'intégration des vélos au train est réalisée. À Copenhague, les taxis sont équipés de supports à bicyclette.
- ❖ Les 11 routes nationales (Certains itinéraires particuliers) :
 - La Route de la mer baltique, un itinéraire de 800 km.

- La Route de Limfjord (le plus grand fjord du Danemark), un itinéraire de 440 km
- Le trajet Copenhague-Berlin, un itinéraire de 610 km (Les Allemands forment le premier marché cycliste du Danemark).
- ❖ Les forfaits (ou un voyage à vélo sur un plateau d'argent) offerts par diverses agences.

La demande

- ❖ Selon une enquête gouvernementale, **1,3 millions de personnes ont déclaré à l'arrivée que la pratique du vélo constituait la première raison pour venir au Danemark.**
- ❖ Le vélo représentait une part de **12 % des nuitées (2002). Le nombre de nuitées au Danemark s'élève à 43 millions.** Le marché touristique danois rapporte près de huit milliards de dollars (43 milliards de couronnes).
- ❖ Les grands marchés de touristes à vélo sont l'Allemagne (50 % des touristes à vélo et 60 % des dépenses touristiques), le Danemark, la Suède, la Norvège et les Pays-Bas.
- ❖ 60 % de la clientèle cyclotouristique est constituée de couples sans enfants de plus de 40 ans et 35 % de familles avec les enfants.
- ❖ La **durée du séjour moyen du touriste à vélo est de 6,8 jours.**
- ❖ Les deux formes d'hébergement les plus populaires sont les maisons louées (très populaires auprès des Allemands, puisque Hambourg se trouve à deux heures de voiture du Danemark) et le camping (très équipés, semble-t-il, les connections Internet sont monnaie courante).

La commercialisation

- ❖ La promotion touristique du Danemark se fait par le biais de *Visit Denmark*, un fond à but non lucratif sous l'égide du gouvernement danois. *Visit Denmark* participe à l'association *Active Denmark*, qui regroupe des hôteliers, des auberges de jeunesse, les trains, des agences touristiques régionales. *Active Denmark* **dispose d'un budget annuel de 2 M de couronnes (un peu moins de 370 000 \$) pour faire la promotion du vélo.**
- ❖ Le produit cycliste est vendu dans différents pays par les agences qui se spécialisent sur la Scandinavie. Il est aussi offert par des agences touristiques régionales ainsi que par une dizaine d'agences privées danoises. La plupart de ces agences privées offrent des forfaits individuels. Une seule se spécialise dans le voyage de groupe. **On estime que 5 % des touristes à vélo ont recours à des forfaits.**

- ❖ Les moyens de promotion sont le Web, des brochures, de la publicité dans des organes de presse spécialisés, les relations de presse (dont l'organisation de tournées de journalistes), la participation à des salons, dont celui de Berlin qui est spécialisé sur le tourisme à vélo.

Les perspectives

Les **produits d'appel au Danemark sont la nature, la gastronomie, l'expérience urbaine. Le vélo fait partie des produits spécialisés, tel le golf. Il appartient à la famille des « vacances actives ». Il trône au premier rang des produits spécialisés.** On dit que le produit a atteint une bonne vitesse de croisière. Il ne diminue pas. Il augmente peu à peu. C'est un produit stable.

4.2 Le Vermont (et le Maine)

L'expérience

- ❖ Le site officiel du Vermont présente cet État voisin du Québec comme l'environnement idéal pour faire du vélo.
- ❖ Trois dimensions sont mises en valeur : des niveaux de difficulté pour tous les types de cyclistes (les cyclistes sont classés en trois catégories : débutants, intermédiaires et avancés), la beauté des paysages ruraux, les possibilités de faire du vélo de montagne, l'offre d'hébergement, **dont les fameux Bed & Breakfast vermontois.**
- ❖ L'expérience cycliste qui est proposée comprend différentes pratiques cyclistes : le vélo route, les pistes cyclables et les emprises ferroviaires recyclées en voies cyclables, le vélo de montagne.
- ❖ La grande popularité du vélo s'est établie sur la base d'un réseau de routes secondaires à faible niveau de circulation donnant accès à une campagne vallonnée. Au cours des dernières années, il s'est réalisé six projets de conversion d'emprises ferroviaires en pistes cyclables. Ce sont de petites pistes sans lien les unes aux autres. La moitié fait à peine 10 km et la plus grande s'étire sur 42 km. Le projet d'aménagement le plus important est le circuit cyclable du Lac Champlain, un itinéraire balisé de près de 1 800 km reliant le Vermont, l'État de New York et le sud du Québec.

La demande

- ❖ Une étude réalisée en 2000 par l'université du Vermont indique que 22 % des visiteurs du Vermont participent à des activités de plein air. De ces 22 %, 11 % font du vélo, soit 2,4 % de tous les visiteurs.

- ❖ Une autre étude réalisée auprès des ménages qui ont visité le Vermont indique que 3,1 % d'entre eux ont fait du vélo pendant leur séjour.
- ❖ Les touristes de plein air sont réputés pour séjourner plus longtemps que les autres visiteurs (8,1 nuitées versus 4,7 nuitées).
- ❖ Cela dit, le tourisme est une activité économique importante au Vermont. Les visiteurs y dépensent quelque 1,46 milliard de dollars américains par année. Certains secteurs comme la vente au détail et la restauration sont fortement dépendants des revenus générés par le tourisme.

La commercialisation

- ❖ Le produit vélo fait partie des produits récréatifs que le Vermont met en valeur. Sa popularité parmi les visiteurs est comparable à la pêche et au canot/kayak. Elle est assez loin, toutefois, derrière l'observation de la nature, la marche en montagne, les activités nautiques et la pêche.
- ❖ Dans la promotion que fait l'État du Vermont, il n'y a pas de véritables produits vedettes, sinon qu'un énoncé démocratique des endroits où il est possible de faire du vélo :
 - ✓ Le réseau routier ;
 - ✓ Les voies cyclables dont le circuit cyclable du lac Champlain ;
 - ✓ Les six emprises ferroviaires recyclées en voies ferrées ;
 - ✓ Les lieux de pratique du vélo de montagne : dans les stations de montagne ou sur les terres appartenant à l'État ;
 - ✓ Les forfaits offerts par des agences spécialisées.
- ❖ La promotion que l'État produit se limite à un site Internet et des mentions du vélo dans sa brochure et sur ses cartes. **En fait, la promotion est davantage l'initiative des entreprises privées qui commercialisent des forfaits à vélo.** Leur marché est principalement américain et secondairement canadien.
- ❖ Bike Vermont, **la plus importante entreprise qui propose des randonnées au Vermont, fait voyager annuellement de 6 000 à 8 000 personnes selon des forfaits de deux ou trois jours ou de cinq à six jours.** La promotion se fait par le Web, par un catalogue, par une liste d'envois et par de la publicité dans quelques magazines spécialisés. Les forfaits de Bike Vermont sont aussi vendus par d'autres agences de voyages, mais cet apport de clientèle est marginal.
- ❖ La clientèle tend à changer. Elle rajeunit. Les voyageurs en vélo d'aujourd'hui veulent parcourir de plus courtes distances que les cyclistes des décennies antérieures.

Les perspectives

- ❖ Le vélo de route a connu ses heures de gloire au cours des années 70/80, alors que sont apparues quelques agences spécialisées en vélos ont pris de l'expansion. Au cours des années 1990, le vélo de montagne s'est développé, alors que le vélo de tourisme a connu un certain recul. Une entreprise comme VBT a pratiquement abandonné l'organisation de voyage au Vermont (elle n'offre plus qu'une seule destination), se concentrant sur l'Europe, la Nouvelle-Zélande, la Californie. Néanmoins, des observateurs de l'industrie notent, ces dernières années, une remontée du vélo de route.
- ❖ En vérité, le Vermont n'est pas très dynamique dans la mise en marché du produit touristique vélo, ni dans le développement des aménagements cyclables. **À l'opposé, son voisin, l'État du Maine, fait preuve de davantage d'intérêt à rendre la bicyclette accessible. Il poursuit notamment une politique d'asphalter systématiquement les accotements des routes appartenant à l'état.** Depuis 2000, quelque deux millions de dollars américains sont investis chaque année à cet effet. Il s'agit cependant d'une politique de transport, dont les intentions touristiques ne sont pas absentes (le ministère des Transports publie une carte cyclable et un guide comprenant 25 boucles), mais qui ne s'est pas encore traduite par une intervention touristique systématique. **Il y a quelques années, une étude révélait que les deux millions de touristes à vélo que le Maine avait accueilli en 1999 avaient dépensé quelque 36,3 millions de dollars américains.** Cependant, 98 % de ces dépenses provenaient des cyclistes qui avaient effectué des randonnées d'une journée. Cette année-là, 2 100 personnes s'étaient inscrites à des tours guidés. Elles avaient généré un peu moins d'un million de dollars américains.
- ❖ Selon *le Maine Department of Transportation*, cette activité génère des retombées économiques de 67 millions de dollars U.S.

4.3 La Suisse

L'expérience

- ❖ C'est d'abord un produit cyclotouristique : découverte à vélo où la dimension environnementale est importante.
- ❖ Le projet « *La Suisse à vélo* » offre, depuis 1998, une série de neuf routes nationales, totalisant près de 3 300 km de chemins signalisés, complétés par 3 000 km d'itinéraires régionaux. La Suisse à vélo est le fruit d'un PPP réunissant des représentants de cantons (l'équivalent de nos provinces), les chemins de fer fédéraux, la Fédération suisse de tourisme, le Touring Club, l'industrie du vélo, des associations cyclistes et environnementales.

- ❖ La mise en place d'une infrastructure cyclable a été le point de départ. Par la suite, un produit a été créé sur la base de cette infrastructure comprenant de l'hébergement, du transport, de la restauration, un guide. Il semble, selon Swiss Trails, que la qualité des infrastructures suisses est supérieure à ce qui se retrouve ailleurs en Europe.

La demande

Chaque année, depuis 1998, la fondation « *La Suisse à vélo* » effectue des comptages et des enquêtes. Les résultats les plus récents datent de l'été 2004. Les voici :

- ❖ On estime que quelque 170 000 voyageurs ont effectué des voyages de plusieurs jours sur les itinéraires nationaux, dont 70 000 pour des voyages de plus de trois jours et 100 000 pour des voyages de deux à trois jours.
- ❖ On estime à près de 570 000 le nombre de nuitées consommées dans des hôtels ou d'autres formes d'hébergement. L'hôtel constitue le premier choix d'hébergement. Il représente presque la moitié des nuitées. Le reste provient des auberges de jeunesse, du camping, Bed & Breakfast, fermes sur paille ou encore de l'hospitalité des parents ou amis.
- ❖ 79 % des voyageurs proviennent de la Suisse, 16 % de l'Allemagne et l'autre 5 % provient de l'Autriche, la Belgique, la République Tchèque, le Danemark, la France, le Lichtenstein, l'Italie, le Luxembourg, les Pays-Bas, les États-Unis.

La commercialisation

- ❖ Depuis 2004, la commercialisation est sous la supervision d'une association de 22 membres, appelée IGHPM (groupement d'intérêt de mobilité à énergie humaine) et rassemblant des associations touristiques régionales, un éditeur, des auberges de jeunesse, des locateurs de vélo, etc. IGHPM a confié à Swiss Trails, un grossiste spécialisé dans le vélo et la randonnée pédestre, le mandat de commercialiser La Suisse à vélo.
- ❖ Swiss Trails vend des produits de randonnée individuelle comprenant un itinéraire, un vélo, des services de transports, d'hébergement, de restauration, ainsi que des guides. Les produits sont vendus à des voyagistes (tours operators). Ils sont aussi accessibles sur Internet par le biais d'un site de réservation en ligne. **En 2004, lors de sa première année d'opération, Swiss Trails a vendu 1 200 forfaits. Ce nombre a grimpé à 2 000 en 2005. Il est prévu d'en vendre 4 000 en 2006.**
- ❖ Les marchés visés sont dans l'ordre : l'Allemagne, la Suisse, l'Autriche et le Royaume Uni. (Précisons qu'une bonne partie des itinéraires se trouve dans la Suisse alémanique). L'un des itinéraires contourne le lac de Constance. Il chevauche trois pays : la Suisse, l'Autriche et l'Allemagne.

- ❖ La première clientèle est constituée de couples de plus de 50 ans. Tout particulièrement originaires d'Allemagne. Elle se compose aussi de jeunes adultes de 25 à 35 ans.
- ❖ Jusqu'à maintenant, le grossiste a investi 200 000 francs suisses (175 000 \$) annuellement en promotion. Cette année, son investissement doublera. La promotion comprend la participation à plusieurs salons (en Suisse, à Stuttgart, à Berlin), de la publicité dans des quotidiens, des contributions financières aux voyagistes pour qu'ils fassent eux-mêmes de la publicité du produit.

Les perspectives

L'Allemagne est le pays qui fournit le plus grand nombre de voyageurs en vélo. C'est ce que l'Autriche et le Danemark ont compris. Aujourd'hui, la Suisse veut à son tour conquérir ce marché abondant et lucratif.

4.4 Sommaire de l'analyse comparative

TABLEAU 23 – SOMMAIRE DE L'ANALYSE COMPARATIVE

ÉLÉMENTS DE COMPARAISON	DESTINATION		
	DANEMARK	VERMONT ET MAINE	SUISSE
Expérience	Découverte du territoire sur un réseau cyclable qui permet d'aller aux quatre coins du pays	Trois dimensions sont mises en valeur : la variété des niveaux de difficulté, la beauté des paysages ruraux et l'offre d'hébergement (dont les fameux B&B vermontois)	Découverte à vélo où la dimension environnementale est importante
Importance du réseau	<ul style="list-style-type: none"> • 10 000 km de routes cyclables nationales, connectées entre elles, balisées et sécuritaires et donnant accès à un vaste réseau de routes secondaires et locales 	<ul style="list-style-type: none"> • Réseau de routes secondaires à faible niveau de circulation donnant accès à une campagne vallonnée • Six projets de conversion d'emprises ferroviaires en voies cyclables (de 10 à 42 km) • Le circuit cyclable du Lac Champlain : un itinéraire balisé de près de 1 800 km reliant le Vermont, l'État de New York et le sud du Québec. 	<ul style="list-style-type: none"> • « La Suisse à vélo » offre une série de neuf routes nationales, totalisant près de 3 300 km de chemins signalisés, complétés par 3 000 km d'itinéraires régionaux • La Suisse à vélo est le fruit d'un PPP réunissant des représentants de cantons (l'équivalent de nos provinces), les chemins de fer fédéraux, la Fédération suisse de tourisme, le Touring Club, l'industrie du vélo, des associations cyclistes et environnementales
Demande	<ul style="list-style-type: none"> • 1,3 M de cyclotouristes • 5,16 M de nuitées • Principaux marchés : Allemagne, Danemark, Suède, Norvège et Pays-Bas • Clientèles : Couples âgés de 40 ans et plus sans enfants (50 %) et familles avec enfants (35 %) 	<ul style="list-style-type: none"> • Au Vermont, de 2,4 % à 3,1 % des touristes font du vélo lors de leur séjour au Vermont • Dans le Maine, 2 M de touristes à vélo ont dépensé, en 1999, quelque 36,3 M \$ US 	<ul style="list-style-type: none"> • 170 000 cyclotouristes ont effectué des voyages de plusieurs jours • Ils ont généré 570 000 nuitées • Principaux marchés : Suisse (79 %), Allemagne (16 %) • Clientèles de Swiss Trails : couples de plus de 50 ans, tout particulièrement originaires d'Allemagne. Elle se compose aussi de jeunes adultes de 25 à 35 ans

ÉLÉMENTS DE COMPARAISON	DESTINATION		
	DANEMARK	VERMONT ET MAINE	SUISSE
Commercialisation	<ul style="list-style-type: none"> • Organisme responsable de la commercialisation : <i>Active Denmark</i> • Son budget de promotion : 370 000 \$ • Outils : Internet, brochures, publicité, salons, relations de presse • Forfaitisation : 5 % des touristes en ont recours 	<ul style="list-style-type: none"> • Promotion de l'État se limite à un site Internet et des mentions dans le guide et les cartes • Promotion est davantage prise en charge par les entreprises privées (Ex. : Bike Vermont) 	<ul style="list-style-type: none"> • Commercialisation sous la supervision de l'association IGHPM qui a confié à Swiss Trails, un grossiste spécialisé dans le vélo et la randonnée pédestre, le mandat de commercialiser La Suisse à vélo • En 2004, lors de sa première année d'opération, Swiss Trails a vendu 1 200 forfaits • Ce nombre a grimpé à 2 000 en 2005. • Budget promotionnel de Swiss Trails : 175 000 \$ annuellement • Comprend la participation à plusieurs salons, de la publicité dans des quotidiens, des contributions financières aux voyageurs pour promouvoir le produit vélo
Perspective	<ul style="list-style-type: none"> • A atteint une bonne vitesse de croisière • Produit stable 	<ul style="list-style-type: none"> • Le Vermont manque de dynamisme dans la mise en marché du produit touristique vélo et dans le développement des aménagements cyclables • Le Maine est dynamique sur le plan des aménagements, mais manque encore de vision touristique du produit 	<ul style="list-style-type: none"> • Intensifier les efforts de commercialisation sur le lucratif marché germanophone

[5]

ANALYSE ORGANISATIONNELLE ET PROMOTIONNELLE

5.1 L'organisation du cyclotourisme au Québec

Les intervenants nationaux, régionaux et locaux

La concertation, qu'elle soit nationale, régionale ou locale, est le mot vedette du développement et de la mise en marché du cyclotourisme (et de bien d'autres produits également). Qui dit concertation dit multitude d'intervenants avec des intérêts variés. Afin de bien situer les principaux acteurs, le tableau suivant dresse une liste sommaire des entités ayant des responsabilités et un rôle important à jouer dans le développement du cyclotourisme ainsi que des enjeux spécifiques. Il est important de rappeler ici que le ministère du Tourisme a mis sur pied en janvier 2005 la **Table sectorielle de concertation sur le cyclotourisme**. Ce comité a comme objectif d'assurer une coordination et une concertation optimale. Le plan d'action qui suivra ce diagnostic a aussi comme objectif d'être très concret pour être en mesure de préciser les responsabilités (actions précises) de chacun des intervenants pour l'avenir en fonction des orientations que l'on se donnera.

TABLEAU 24 - RÔLES ET RESPONSABILITÉS EN MATIÈRE DE CYCLOTOURISME ET ENJEUX

INTERVENANTS	RÔLES ET RESPONSABILITÉS EN MATIÈRE DE CYCLOTOURISME ET ENJEUX
Vélo Québec	<ul style="list-style-type: none">▪ Organisme sans but lucratif fondé en 1967. Sa mission consiste à encourager et faciliter la pratique libre et sécuritaire de la bicyclette, en mettant l'accent sur l'amélioration du cadre de vie et la protection de l'environnement rural et urbain.▪ Plus particulièrement, VQ est à l'origine de la Route verte en 1995 (la marque de commerce appartient à Vélo Québec).▪ VQA a un mandat de gestion pour le développement de la Route verte avec le MTQ. Ce mandat se termine avec le mandat de l'inauguration en 2007.▪ VQA gère le site Internet de la Route verte▪ VQ a élargi ses champs d'intervention il y plusieurs années en créant des entités distinctes: Vélo Québec Voyages (agence de voyage), Vélo Québec Événements (organiseurs d'événements), Vélo Québec Éditions (éditeur de guide et de magazine).▪ Membre (2 sièges) de la table sectorielle.

INTERVENANTS	RÔLES ET RESPONSABILITÉS EN MATIÈRE DE CYCLOTOURISME ET ENJEUX
Ministère du Tourisme	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ministère responsable de tourisme (développement de l'offre, promotion de la destination et ses produits, accueil et information touristique, législation). ▪ Sa mission est de soutenir le développement et la promotion du tourisme au Québec en favorisant la concertation et le partenariat des intervenants associés à ce développement et à cette promotion, dans une perspective de création d'emplois, de prospérité économique et de développement durable. ▪ Plus particulièrement, MTO gère (avec MTQ) le programme de signalisation (voir chapitre offre) pour le cyclotourisme. ▪ Le cyclotourisme est pour MTO un des 14 produits retenus dans la <i>Politique touristique du Québec</i> regroupés autour de quatre expériences: le Québec des grandes villes ; le Québec du Saint-Laurent, le Québec de villégiature ; et le Québec grande nature. ▪ Anime la table sectorielle où il a trois représentants.
Transports Québec	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ministère responsable des transports, plus particulièrement le MTQ investit dans le développement du réseau cyclable. Il détermine les normes d'aménagement et de signalisation sur le réseau routier. ▪ Responsable de l'implantation de la Route verte (entente cadre avec Vélo Québec Association). ▪ Plus particulièrement, le MTQ gère (avec MTO) le programme de signalisation (voir chapitre offre) pour le cyclotourisme. ▪ Voit à l'application des programmes d'aide à la Route verte (entretien et développement). ▪ Membre (2 sièges) de la table sectorielle.
Associations touristiques régionales (ATR)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Les ATR, (reconnue officiellement par le gouvernement en 1979) sont des OBNL, créés par leur milieu régional et regroupant des membres provenant des divers secteurs (hébergement, attraits, équipements touristiques, événements, commerces et services divers). ▪ Interlocuteurs régionaux privilégiés en matière de tourisme auprès du <i>gouvernement du Québec</i> et du <i>ministère du Tourisme</i>, les ATR sont maîtres d'œuvre en matière de concertation régionale, en accueil, en information, en signalisation, en promotion et en développement touristique. ▪ Elles gèrent les revenus de la taxe sur l'hébergement dédiés à la promotion touristique régionale. ▪ Membre (2 sièges) de la table sectorielle.
Unité régionale de loisir et de sport de Québec (URLS)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Les URLS ont pour mission de soutenir et de promouvoir le développement du loisir et du sport de la région en partenariat avec les intervenants du milieu, afin d'en favoriser l'accessibilité à l'ensemble de la population. ▪ Financement du gouvernement pour gérer en région des programmes. ▪ En cyclotourisme, certaines (ex : Montérégie, Laurentides, etc.) URLS ont été très impliquées dans la mise en place du réseau cyclable.
Conférence régionale des élus (CRÉ)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Les CRÉ sont des interlocuteurs privilégiés du gouvernement du Québec en matière de développement régional. Elles ont été instituées en vertu de la loi 34, entrée en vigueur en 2004. ▪ En cyclotourisme, partenaire important pour le financement de projet de développement des infrastructures cyclables.

INTERVENANTS	RÔLES ET RESPONSABILITÉS EN MATIÈRE DE CYCLOTOURISME ET ENJEUX
Conseil québécois du Sentier transcanadien	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Maître d'œuvre du Sentier transcanadien au Québec. ▪ Organisme privé sans but lucratif constitué en 1996 grâce à une concertation des 5 organisations québécoises responsables des activités permises sur le Sentier. ▪ Travaille en collaboration avec un partenaire dans chacune des régions administratives (12) sur le territoire duquel le Sentier se déploie. Ces partenaires régionaux ont la responsabilité de concerter les organisations de sentiers de leur territoire respectif, de préciser avec elles le tracé du Sentier et de maintenir le lien avec le Conseil québécois. ▪ A investi environ 500 000 \$ au Québec sur le développement des liens manquants et mis en place quelques programmes à l'intention des gestionnaires. ▪ Réalisera au printemps 2006 un premier projet pilote de signalisation interrégionale impliquant la Montérégie, Montréal et Laval, projet qui sera par la suite étendu à travers le pays. ▪ Un fonds de construction du Sentier est toujours accessible aux gestionnaires.
Gestionnaires de pistes	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Il existe présentement près de 30 corporations gestionnaires de réseaux cyclables au Québec. Chacune a une constitution et des mandats qui lui sont propres. ▪ Leur dynamisme varie d'une région à l'autre et est tributaire d'une foule de facteurs. ▪ Leur territoire en gestion ne correspond pas toujours à un produit touristique comme tel. ▪ En général, ils ont des grands défis en regard du financement de leur corporation et surtout du financement des équipements et infrastructures à maintenir et à développer. ▪ Ils sont regroupés (la majorité) dans un organisme de concertation : <i>Association des réseaux cyclables du Québec (ARCO)</i>. ▪ Ils ont la responsabilité de la signalisation – balisage de la piste cyclable et de la signalisation des services destinés aux cyclistes et des équipements touristiques. ▪ Membre (1 siège) de la table sectorielle.
Organisations locales en tourisme (OLT)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Les OLT (prenant des formes variables mais souvent intégrés aux CLD) sont des OBNL créés par leur milieu local pour la concertation locale en accueil, en promotion et en développement touristique. ▪ Membre (1 siège) de la table sectorielle.
Municipalités	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elles ont un rôle majeur à jouer, car dans bien des cas, elles sont responsables du développement des réseaux cyclables sur leur territoire en tout ou en partie ou sous forme de délégation. ▪ L'intérêt que l'administration municipale porte au cyclotourisme est un élément clé dans la qualité de l'offre cyclotouristique. ▪ Elles ont la responsabilité de la signalisation touristique sur leur réseau routier en conformité avec la Politique gouvernementale de signalisation touristique.

5.2 Les efforts de communication du cyclotourisme : Que de chemin parcouru !

Le dernier rapport de la Chaire de tourisme¹⁸ en 1999 avait souligné comme faiblesse importante, le manque de cartes et des guides pour la pratique cyclotouristique au Québec. D'ailleurs, une des orientations retenues en 1999 dans ce rapport était de « désigner des bons segments de clientèle et se doter d'un plan de mise en marché cohérent ». Il n'y a pas eu de « plan cohérent » comme tel, mais les intervenants impliqués dans leur région ont mis en place des stratégies de communication variées.

En 2004, le document préparé par la Chaire de tourisme pour Vélo Québec et présenté à Conférence Tourisme et Vélo contenait très peu d'éléments d'analyse de la situation en matière de promotion et de communication du cyclotourisme. Toutefois, comme en 1999, un des trois enjeux retenus dans ce document était de « Procéder à une mise en marché bien orchestrée ».

Sans être parfaitement réglée, **force est de constater que cette situation s'est largement améliorée depuis 1999**. Après cette période d'absence d'outils, le Québec bénéficie maintenant d'une panoplie de cartes, de guides, de brochures diverses. Chaque région, chaque localité ont maintenant, de façon très détaillée ou succincte, une brochure ou une carte vélo. On assiste même parfois à une duplication des outils, particulièrement dans le cas des cartes qui sont produites à la fois sur le plan régional et local (ce phénomène n'est pas propre au cyclotourisme). La qualité est variable d'une région à l'autre bien sûr, mais l'effort et les résultats sont là.

Portrait sommaire des actions de communication

De quoi parlons-nous lorsque l'on veut définir la mise en marché et les communications du cyclotourisme ? Il est important de distinguer les principaux types d'outils de marketing. Le tableau de la page suivante dresse un portrait de ces principales caractéristiques et constats :

¹⁸ *Le cyclotourisme au Québec à l'heure de la Route verte. Portrait de la situation et perspectives.* Chaire de tourisme 1999 pour le compte de Vélo Québec

TABLEAU 25 – ANALYSE DES PRINCIPAUX OUTILS DE COMMUNICATION UTILISÉS

TYPE D'OUTIL	CARACTÉRISTIQUES ET CONSTATS
CARTES ET BROCHURES D'INFORMATION	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La majorité des régions et des localités impliquées en cyclotourisme produisent de bons outils de type cartes et brochures. On est dans une situation « d'essais et erreurs » et ça fonctionne relativement bien. L'amélioration observée depuis 1999 est marquée. La qualité est de plus en plus là. Il faudra s'inspirer à l'avenir des meilleures pratiques et bien connaître le comportement des cyclotouristes à ce chapitre. ▪ Il faut toutefois préciser que ces outils sont, en général, de la « famille » des outils d'accueil, d'information et de planification pour le voyage. Ils sont utilisés lorsque que le client a choisi cette activité ou sa destination et la prépare. Cela représente certainement de la publicité pour les annonceurs mais ces outils servent peu la notoriété de la destination, ce ne sont pas des actions publicitaires. ▪ Le bilinguisme n'est pas complet.
INTERNET	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Internet est de loin le meilleur outil publicitaire et de préparation. Tous les chiffres le démontrent. À ce chapitre, le cyclotourisme au Québec a du chemin à faire. ▪ Le site Internet de la Route verte est un bon site qui réussit bien à répondre à ces deux objectifs : outil de concertation et d'information pour les partenaires (site corporatif) et outil de communication pour les clientèles. À l'avenir, il faudra s'assurer de bien camper l'objectif de ce site, en phase finale de réalisation de la Route verte, pour voir comment il s'insère dans le portrait global de la promotion du cyclotourisme au Québec. <ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Les statistiques de fréquentation du site ont augmenté de façon importante entre 2002 et 2005. Le nombre de visites est passé de 151 256 en 2002 à 295 152 en 2005 pour une augmentation de 92 %.</i> ▪ Autre site majeur en promotion touristique, le site du MTO, Boujourquebec.com. : <ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>En 2005, la section « vélo » du site de BQC a reçu 28 700 visiteurs pour un nombre de 36 000 visites. Plus de 47 000 pages ont été consultées pour une durée moyenne de visite de presque 7 minutes. Le nombre de visites de cette section correspond à 0,33 % des 11 M de visite du site BQC.</i> ✓ <i>Une nouvelle version est en place depuis le printemps 2006.</i> ✓ <i>Le cyclotourisme est présenté dans la section « Sports et plein air » comme une des 15 activités. Ceci nous apparaît un peu loin dans l'arborescence.</i> ✓ <i>Il faudra analyser plus en détail la nouvelle version à son lancement et déposer des recommandations.</i> ✓ <i>La question des appellations est également importante. Actuellement, l'accès se fait sous le terme « Vélo ».</i> ✓ <i>Il faudra aussi voir l'utilisation optimale des appellations anglophones.</i> ▪ Les sites régionaux (ATR) en général (même les régions à forte teneur vélo) présentent partiellement l'expérience « cyclotourisme ». En général, on la retrouve comme une activité plutôt que comme une expérience de voyage. Cet aspect méritera toute notre attention dans le cadre du plan d'action. ▪ Même chose du côté des gestionnaires de pistes. En général, les sites sont moyens. Une exception: la Véloroute des Bleuets qui présente très bien l'expérience cyclotouristique.

TYPE D'OUTIL	CARACTÉRISTIQUES ET CONSTATS
PUBLICITÉ ET ACTIONS DE COMMERCIALISATION	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Actuellement, peu d'efforts nationaux sont investis en publicité ▪ Les régions, les localités et les gestionnaires de réseaux font quelques actions plus ou moins structurées. (Salons, publicité, relations de presse) ▪ L'ATR des Laurentides, qui est mandataire de la commercialisation du Parc linéaire Le P'tit Train du Nord, encarte le guide du P'tit Train du Nord dans des journaux et magazines américains et ontariens et dans le guide touristique officiel des Laurentides ▪ Également La Véloroute des Bleuets investit dans différentes campagnes au Québec et à l'étranger ▪ Il faut aussi mentionner les campagnes des grossistes en voyages.
GUIDE TOURISTIQUE RÉGIONAL OFFICIEL	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ces outils sont fortement utilisés et reconnus par la clientèle touristique. Ils sont publiés selon un cadre normatif de présentation. ▪ De plus en plus de régions présentent l'expérience « vélo » dans la section « Nature et plein air ». Actuellement la présentation et le vocable utilisé pour décrire l'expérience varient d'une région à l'autre : pistes cyclables, cyclotourisme, randonnée à vélo, escapade à vélo, etc. Afin de présenter l'information de façon cohérente pour le visiteur, il faudra voir à une certaine uniformisation de cette section.

À titre indicatif, l'ensemble des partenaires (ATR, gestionnaires de pistes, offices locaux, Vélo Québec, etc.) ont investi près de 870 000 \$ pour la commercialisation du cyclotourisme, principalement sur le marché québécois. Cet effort est appréciable compte tenu de la capacité à payer des différents intervenants. Toutefois on est loin des volumes d'efforts en commercialisation de produits spécialisés comme la motoneige et la chasse et la pêche ou ceux accordés sur les marchés traditionnels du « *Tour & Travel* » (marché des groupes).

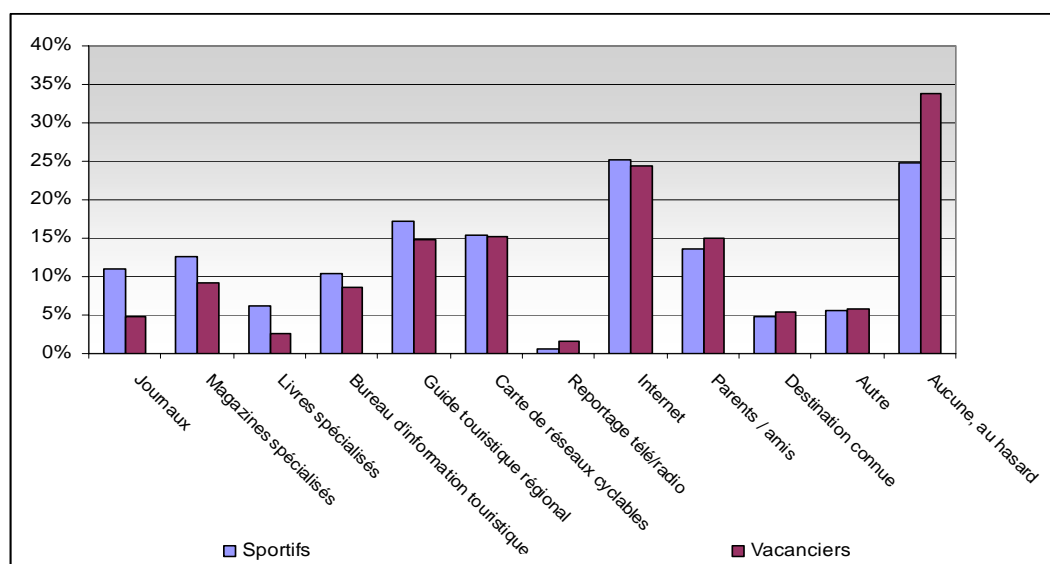
TABEAU 26 – ANALYSE DES INVESTISSEMENTS EN COMMUNICATION

	INVESTISSEMENT APPROXIMATIF EN 2005
<i>Saguenay-Lac-Saint-Jean</i>	192 700 \$
<i>Laurentides</i>	163 500 \$
<i>Montérégie</i>	140 000 \$
<i>Bas-Saint-Laurent</i>	97 625 \$
<i>Centre-du-Québec</i>	65 200 \$
<i>Cantons-de-l'Est</i>	60 500 \$
<i>Outaouais</i>	55 000 \$
<i>Chaudière-Appalaches</i>	48 000 \$
<i>La Route verte</i>	36 000 \$
<i>Mauricie</i>	11 400 \$
TOTAL :	869 925 \$

Voici un rappel des outils de communication utilisés par les cyclotouristes :

- ❖ Une forte proportion de répondants ne consulte aucune source d'information pour préparer leur voyage mais, de façon générale, les cyclotouristes sportifs semblent se préparer davantage que les vacanciers.
- ❖ Les sources d'information privilégiées sont Internet, les guides touristiques régionaux et les cartes de réseaux cyclables.
- ❖ Les magazines et livres spécialisés sont davantage consultés par les cyclotouristes sportifs.
- ❖ Chez les cyclotouristes sportifs, les femmes semblent s'informer davantage que les hommes et leurs sources d'information privilégiées sont Internet, les guides touristiques régionaux et des parents et amis.

**GRAPHIQUE 9 -
SOURCES D'INFORMATION CONSULTÉES POUR LA PRÉPARATION DES VOYAGES DE
CYCLOTOURISME**



Indiquons que **Tourisme Québec a fait parvenir des brochures diverses reliées au produit cyclotourisme à plus de 41 900 cyclotouristes demandeurs d'informations en 2005**. Plus de 40 documents différents étaient sur la liste accessible. Enfin, 86 % des demandeurs étaient des Québécois, 8 % des Canadiens et 6 % des Américains.

Les documents des éditeurs privés de plus en plus populaires

Signe indéniable de l'effervescence du marché du cyclotourisme, les éditeurs privés de guides de voyages et de guides spécialisés en plein air augmentent leur catalogue de titres. Sans en connaître les tirages, il a y certainement une demande croissante pour ces outils de voyage. Des éditeurs privés offrent des documents de qualité sur l'expérience vélo au Québec. Fait à noter, les Éditions tricycle publie le guide officiel de la Route verte ainsi qu'un répertoire des voies cyclables au Québec, qui est un best seller depuis dix ans.

Les guides et cartes cyclistes sont apparues avant les aménagements cyclables. Au Québec, Vélo Québec a commencé à en publier au début des années 1980. Les Éditions tricycle, fondées en 1983, ont pris le relais de Vélo Québec. Le même phénomène aux États-Unis, où les guides et les cartes font leur apparition dans la deuxième moitié des années 1970¹⁹. Maintenant, de nombreuses maisons d'éditions aux États-Unis comme en Europe proposent des randonnées dans des États (Vermont, Maine, Californie, Washington, Connecticut) ou dans des régions urbaines (Boston, New York).

Toutefois, comme nous ne sommes pas encore une destination « reconnue », les grands éditeurs hors Québec ayant des collections dédiées au cyclotourisme n'ont pas encore présenté le Québec dans une de leur édition. **Il y a certainement des stratégies à mettre en place pour stimuler le développement de guides de voyage sur les marchés émetteurs.**

¹⁹ Bike Centennial (aujourd'hui Adevnture cyclist) publiée en 1976, à l'occasion du 200^e anniversaire des États-Unis, une série de cartes permettant de traverser les États-Unis en vélo.

TABLEAU 27 –
ANALYSE DES QUELQUES ÉDITEURS PRIVÉS POUR LA COMMERCIALISATION DU CYCLOTOURISME

ÉDITEURS	TITRES ET CARACTÉRISTIQUES
ÉDITIONS DU TRICYCLE	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Éditeur québécois de magazines cyclistes et plein air et de guides de cyclotourisme et de plein air. Voici les principaux titres en cyclotourisme: <ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Les petites escapades</i> ✓ <i>Les voies cyclables au Québec</i> ✓ <i>Pédaler Montréal et les environs</i> ✓ <i>La Route verte du Québec</i> ✓ <i>Randonnées de rêve</i>
GUIDE ULYSSE	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Éditeur et distributeur québécois de guides touristiques ayant de nombreux titres dont quelques uns sur le cyclotourisme au Québec et en Ontario. <ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Balades à vélo dans le sud du Québec</i> ✓ <i>Cycling in Ontario</i> ✓ <i>Cyclotourisme au Québec</i> ✓ <i>Le Québec cyclable</i>
BACK COUNTRY	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Petit éditeur américain produisant des guides pour la randonnée pédestre et le cyclotourisme. ▪ A produit plus d'une vingtaine de titres de guides sur le cyclotourisme de type « <i>25 bicycle tours in</i> » ▪ Pas de titre sur le Québec, ni au Canada
THE MOUNTAINEERS	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Petit éditeur américain produisant des guides pour le plein air et le cyclotourisme ▪ A produit plus d'une vingtaine de titres de guides de pays ou régions en cyclotourisme de type « <i>Ireland by bike 18 tours geared for discovery</i> ». ▪ A un titre sur les Maritimes
LONELY PLANET	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Très gros éditeur australien de guides touristiques (et autres secteurs) ayant de nombreux titres dont quelques-uns sur le cyclotourisme ▪ A produit plus d'une dizaine de titres de guides de pays ou régions en cyclotourisme de type « <i>Cycling in Ireland</i> » ▪ N'a pas de titre sur le Canada, mais un titre sur « <i>Cycling East Coast US</i> »

L'importance et rôle du réseau de distribution

Une vingtaine d'entreprises se spécialisent dans la commercialisation du cyclotourisme au Québec. La majorité de ces entreprises sont des voyagistes spécialisés en voyages d'aventure qui incluent le cyclotourisme dans leur gamme de produits. À l'heure actuelle, seulement huit de ces voyagistes insèrent le Québec dans leur programmation et seulement quatre entreprises peuvent se qualifier de réceptifs, c'est-à-dire qu'elles développent une programmation pour des clientèles hors Québec, dont notamment la clientèle américaine. Il faut cependant souligner que la commercialisation via le réseau de distribution québécois se fait à petite échelle, que la clientèle soit québécoise ou de l'extérieur de la province.

Il semble difficile pour la très grande majorité de ces petites entreprises de rentabiliser la commercialisation du produit québécois auprès de la clientèle québécoise vu la diversité des moyens de distribution : clubs vélo, forfaitisation de l'offre régionale par les associations touristiques régionales, hôteliers et regroupement de gîtes.

En effet, les firmes interviewées n'attirent au mieux qu'une cinquantaine de clients québécois dans leurs programmes se déroulant au Québec. Cependant Vélo Québec Voyages (agence de voyage) attire annuellement quelques 1000 participants québécois à ses voyages de 3 et 7 jours²⁰, dont 50 % sont liées à la destination québécoise.

Une région se démarque comme destination de prédilection, soit les Cantons-de-l'Est ; la commercialisation du cyclotourisme étant à peu près éparpillée également sur le territoire québécois, à l'exception de la Gaspésie, Manicouagan et Duplessis.

**TABLEAU 28 -
COMMERCIALISATION DU CYCLOTOURISME PAR DES ENTREPRISES AU QUÉBEC**

Type d'entreprises québécoises impliquées dans la distribution du cyclotourisme	
Voyagistes spécialisés en cyclotourisme	17 ¹
Commercialisation d'un événement ponctuel	2
Commercialisation par un club social	1
TOTAL	20

Source : Vélo Mag. Les activités cyclistes de l'été 2005

¹ Seulement huit voyagistes vendent le Québec.

Du côté américain, il s'avère **difficile d'évaluer le nombre exact de voyagistes américains spécialisés dans le cyclotourisme qui programment le Québec.**

²⁰ À l'exclusion des 4 000 participants de la Petite aventure et du Grand Tour.

Certains le programment depuis déjà plusieurs années et d'autres le découvrent à peine (ex. : *Devine*). **Plusieurs d'entre eux ont mentionné que la destination québécoise est en demande.** Le marché américain représente un marché potentiel intéressant, car il est très sensible à la sécurité de la destination, et de ce fait, se replie sur le Canada lors de tensions internationales (depuis 2001 mais aussi depuis 2004, en raison de la situation politique internationale impliquant les États-Unis, entre autres avec la France). **On estime que le Québec gagne actuellement des points sur l'Europe, et plus particulièrement sur la France** (deux firmes américaines interviewées ayant mentionné que le Québec était nouvellement inscrit dans leur programmation de 2006). **Le Québec devient une destination à saveur européenne, qui se différencie par sa langue et sa culture française, mais aussi par sa gastronomie, son accueil et son accessibilité géographique.**

La **clientèle américaine est plutôt attirée par un produit cyclotourisme de découverte** (la majorité de la clientèle n'étant pas à la recherche absolue de records de kilométrages parcourus). De là l'importance de programmer des circuits dans des lieux à haute valeur touristique. On recherche toujours une expérience de voyage enrichissante, éducative, et on n'hésite pas à payer pour un produit haut de gamme.

Nous avons pu constater que les destinations québécoises commercialisées actuellement par les voyageurs américains se concentrent dans les régions suivantes :

- ❖ La région de Québec (incluant la Côte du Sud) ;
- ❖ Le circuit combinant Québec / Bas-Saint-Laurent ;
- ❖ Les Cantons-de-l'Est.

À cet égard, le charme de la **ville de Québec est définitivement un élément porteur du cyclotourisme à l'étranger.**

Enfin, notons que de façon générale, les agences spécialisées dans la vente de séjours vélo ont de plus en plus tendance à fournir les bicyclettes pour des raisons de logistique.

Quelques problématiques soulevées par les voyageurs pour la mise en marché du produit cyclotourisme québécois :

- ❖ Hébergement de qualité uniquement disponible dans les grands centres et dans certaines destinations touristiques – on ne peut monter des circuits si le produit de support n'est pas de qualité constante (hébergement, restauration) ;
- ❖ Éloignement de certaines régions à bon potentiel (ex : la Gaspésie) ;
- ❖ Transfert déficient dans les destinations internes (trop longs transferts aériens, manque de vols directs sur Québec) ;
- ❖ La connaissance de l'anglais est encore limitée en région ;

- ❖ La qualité de la chaussée est déterminante et certains voyageurs américains ont mentionné la détérioration grandissante des routes québécoises ;
- ❖ La méconnaissance du Québec comme étant une destination « bicycle friendly » par la clientèle américaine, et plus particulièrement par celle de la zone mid-atlantique²¹ ;
- ❖ Le faible développement de produits originaux, car à l'heure actuelle, il y a une tendance à la multiplication de produits qui ont fait leur marque (pistes cyclables, parcs linéaires sur anciennes emprises ferroviaires, etc.).

Les clubs cyclistes

Les clubs cyclistes sont des acteurs à considérer dans la commercialisation du produit cyclotouristique. Au Québec, on dénombre 91 clubs répartis dans 19 régions. Le tableau 28 démontre que les régions les plus éloignées (Baie James, Manicouagan, Gaspésie et Duplessis) n'organisent pas de randonnées. Cependant, les clubs des autres régions ont organisé près de 70 randonnées.

TABLEAU 29 - LES CLUBS CYCLISTES ET RANDONNÉES ORGANISÉES

RÉGION TOURISTIQUE	NOMBRE DE CLUBS	NOMBRE DE RANDONNÉES
Abitibi-Témiscamingue	3	2
Baie-James	1	0
Bas St-Laurent	3	2
Cantons-de-l'Est	9	5
Centre-du-Québec	5	3
Charlevoix	3	2
Chaudière-Appalaches	4	5
Duplessis	1	0
Gaspésie	2	0
Lanaudière	3	6
Laurentides	4	7
Laval	2	1
Manicouagan	2	0
Mauricie	3	7
Monterégie	13	7
Montréal	9	6
Outaouais	6	6
Québec	13	7
Saguenay-Lac-St-Jean	5	3
Total	91	69

Source : Vélo Québec

²¹ Suggestion de présentation de la destination québécoise au National BikeTours Directors Association (www.nbtta.com)

[6]

CE QU'IL FAUT RETENIR

Voici les principaux éléments qu'il faut retenir du présent diagnostic en termes de forces, de faiblesses, d'opportunités et de contraintes et qui auront un impact sur les stratégies à mettre en place pour le développement et la commercialisation du produit cyclotouristique.

FORCES	FAIBLESSES
<p>En termes d'offre cyclotouristique</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Le Québec dispose d'un important réseau cyclable (près de 7 000 km de voies cyclables)✓ Création d'un important réseau cyclable : la Route verte qui sera complétée en 2007 et qui touche la plupart des régions touristiques✓ Instauration, par le ministère des Transports du Québec, d'une politique du vélo et de deux programmes d'aide financière visant le développement et l'entretien du réseau cyclable✓ Croissance du réseau cyclable dans les Parcs nationaux du Québec et du Canada✓ Produit constituant un produit d'appel ou étant en voie de le devenir dans huit régions touristiques au Québec✓ Mise en place d'une signalisation d'accès à la Route verte sur l'ensemble du réseau routier et d'un programme de signalisation touristique des itinéraires cyclables hors route sur le réseau autoroutier✓ Création de la bannière « Bienvenue Cyclistes ! »✓ L'hébergement et les services d'approvisionnement sont	<p>En termes d'offre cyclotouristique</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Essoufflement des gestionnaires de piste pour entretenir le réseau actuel. Ceci est d'autant plus préoccupant que la qualité du réseau est déterminant dans le choix d'une destination cyclotouristique✓ Implication inégale de la part des municipalités pour l'entretien du réseau actuel✓ Beaucoup de tronçons développés sur des emprises ferroviaires ne comportant pas toujours un intérêt visuel et touristique✓ De façon générale, manque d'uniformité dans la signalisation touristique et acheminement incomplet à partir du réseau cyclable vers les équipements touristiques privés et publics✓ Manque de panneaux d'indication et directionnels sur le réseau cyclable✓ Malgré certains progrès observés, il demeure difficile d'accéder au réseau cyclable via les transports collectifs (en transportant son vélo)✓ De façon générale, outre les services d'hébergement, on constate un manque d'intégration de l'offre touristique à

FORCES	FAIBLESSES
<p>désormais partie prenante de l'expérience vélo et de plus en plus considérés par les exploitants</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Présence d'événements cyclistes dans la majorité des régions qui permet un certain dynamisme et un rayonnement à l'extérieur du territoire✓ Le Québec compte plus de 417 000 cyclotouristes vacanciers et 200 000 cyclotouristes sportifs : un potentiel à ne pas négliger✓ Les cyclotouristes sportifs ont générés 239 705 nuitées en hébergement commercial en 2004 au Québec <p>En termes de mise en marché</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Création de nombreux outils d'information et d'accueil dédiés à la pratique du cyclotourisme dans les régions et les localités✓ En 2005, 27 000 visiteurs de la section vélo du site Internet BQC du ministère du Tourisme✓ Montant de près de 1 M \$ investi annuellement par les milieux locaux et régionaux dans la promotion du cyclotourisme✓ De plus en plus de forfaits autour de l'expérience vélo sont développés par les exploitants✓ La Route verte possède une image de marque forte auprès des clientèles cyclotouristiques <p>En termes d'organisation</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Création récente d'une table de concertation réunissant les principaux acteurs en matière de cyclotourisme	<p>l'expérience vélo</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Offre cyclotouristique régionale parfois difficile à caractériser <p>En termes de mise en marché</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Outre quelques cas isolés, peu d'efforts de commercialisation sur les marchés hors Québec jusqu'à présent✓ Duplication de certains outils d'information, particulièrement dans le cas des cartes qui sont produites à la fois sur le plan régional et local✓ Inégalité dans la qualité des outils de communication dédiés au cyclotourisme✓ Manque d'un outil de positionnement et de vente de l'expérience cyclotouristique✓ Manque d'information qualitative et quantitative sur les clientèles américaines et canadiennes de cyclotourisme <p>En termes d'organisation</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Secteur encore méconnu et peu traité jusqu'à présent.✓ Peu d'outils sont développés pour mesurer la performance du cyclotourisme dans les régions✓ Manque d'uniformité dans les méthodes de dénombrement d'un réseau à l'autre

OPPORTUNITÉS	CONTRAINTES
<p><i>En termes de développement de l'offre</i></p> <ul style="list-style-type: none">✓ Le développement du cyclotourisme permet une certaine dessaisonalisation (printemps, automne)✓ Le Québec s'inscrit dans une tendance de structuration du cyclotourisme à travers le monde (ex. : la Suisse à vélo, Maine, etc.)✓ Tendances favorables pour la santé, les activités douces de plein air, etc. favorisant la pratique cyclotouristique <p><i>En termes de mise en marché</i></p> <ul style="list-style-type: none">✓ Intégration du produit cyclotourisme dans la politique touristique du Québec✓ Potentiel de près de 1,5 M de cyclotouristes américains à moins de 800 km de Montréal✓ Les sources d'information privilégiées sont Internet, les guides touristiques régionaux et les cartes de réseaux cyclables✓ Croissance de la performance des agences de plein air et de cyclotourisme tant au Québec qu'à l'étranger✓ Capacité limitée des transports aériens pour le développement des marchés européens✓ Capacité des réseaux de distribution de générer des volumes intéressants	<p><i>En termes de développement de l'offre</i></p> <ul style="list-style-type: none">✓ Selon l'enquête de Vélo Québec, les cyclotouristes recherchent de beaux paysages alors que beaucoup de pistes sont sur des emprises qui n'offrent pas toujours cet aspect <p><i>En termes de mise en marché</i></p> <ul style="list-style-type: none">✓ Information très limitée sur les marchés hors Québec✓ Faible capacité financière des intervenants oeuvrant dans ce secteur ce qui limite la participation à des campagnes promotionnelles d'envergure✓ Une forte proportion de cyclotouristes ne consulte aucune source d'information pour préparer leur voyage✓ Défi de concertation et de coordination de la promotion cyclotouristique car il y a de nombreux acteurs impliqués

[7]

ENJEUX DE DEVELOPPEMENT ET DE MARKETING

De l'analyse des éléments contenus dans le diagnostic précédent, nous retenons certains enjeux et défis qui nous apparaissent au cœur du défi de développement et de la commercialisation du cyclotourisme au Québec.

Regardons d'abord les orientations (enjeux et défis) qui avaient été déposés et retenues en 1999 dans le rapport « *Le cyclotourisme au Québec à l'heure de la Route verte : Portrait global de la situation et perspectives* » produit par la Chaire de Tourisme pour Vélo Québec et celles d'octobre 2004, produit également dans un document de la Chaire de Tourisme pour Vélo Québec, et déposé à la conférence *Tourisme et vélo*.

TABLEAU 30 – RAPPEL DES ORIENTATIONS DE 1999 ET DE 2004

ORIENTATIONS 1999	ORIENTATIONS 2004
<i>Hisser le produit cyclotouristique québécois à un niveau de calibre international</i>	<i>Assurer la qualité du réseau</i>
<i>Désigner des bons segments de clientèle et se doter d'un plan de mise en marché cohérent</i>	<i>Procéder à une mise en marché bien orchestrée</i>
<i>Enrichir l'expérience vélo grâce à la diversité régionale</i>	<i>Développer et bonifier les services connexes à la Route verte</i>
<i>Contribuer à réduire à la saisonnalité</i>	

Pour les prochaines années, voici ce que nous considérons être les enjeux de développement et de commercialisation du cyclotourisme.

NOTE AU LECTEUR : Ces enjeux alimenteront les discussions et réflexions de la Table sectorielle et seront à la base de l'identification des grandes orientations de développement et de commercialisation qui feront l'objet du plan stratégique.

Enjeu # 1 :

L'obligation de maintenir la qualité des infrastructures mises en place au cours des années pour en assurer la pérennité.

Constats et enjeux

Le premier enjeu du cyclotourisme est de maintenir la qualité des infrastructures mises en place au cours des dernières années pour en assurer leur pérennité. Les premiers tronçons réalisés au début du boom de développement commencent à exiger des mises à niveau importantes, et là on ne parle pas de développement mais seulement de consolidation. **Si des efforts considérables ont été déployés pour développer les réseaux et en assurer la qualité, force est de constater qu'il faudra trouver les moyens financiers nécessaires pour les maintenir, tout en poursuivant leur développement.** Il faudra être créatif et mettre en place (ou maintenir dans certains cas) des programmes et outils nationaux de financement.

Cet enjeu n'implique pas seulement les intervenants oeuvrant en cyclotourisme, bien au contraire, la majorité des utilisateurs des infrastructures n'étant pas des touristes, mais plutôt des « riverains » ce qui en fait un milieu animé. Les intervenants impliqués dans le cyclotourisme devront donc se préoccuper de la consolidation de ces équipements structurants. Nous sommes dans une situation de choix de société plus large que la simple économie touristique.

Piste d'intervention

- ❖ Programme d'entretien de la Route verte : voir à la possibilité d'élargir la notion de « part du milieu » (vs tarification);
- ❖ Réflexion sur le financement de la réfection (vétusté des infrastructures) et l'amélioration (modification de tracé, asphaltage des pistes) des réseaux existants ;
- ❖ Élaboration, région par région, de plans de développement des réseaux cyclables régionaux (plan de gestion du réseau cyclable) et des boucles autour du réseau de base de façon à avoir un portrait complet;
- ❖ Évaluation systématique des coûts de réalisation de ces plans de développement pour les dix prochaines années ;
- ❖ Signalisation améliorée (unicité) et harmonisée permettant au visiteur à vélo autant de reconnaître son chemin que de connaître et localiser les attraits et services à proximité ;
- ❖ Amélioration et protection des paysages sur les itinéraires ;

- ❖ Intégration des réseaux cyclables dans les schémas d'aménagement des MRC afin de préserver leur statut ;
- ❖ Asphaltage optimal du réseau ;
- ❖ Priorisation des produits exportables pour certains programmes de consolidation;
- ❖ Réflexion sur le partage du financement (municipalités, CRÉ, Vélo Québec Association, ministères concernés) (la Route verte phase II) ;
- ❖ Capacité d'investir des milieux locaux, supra locaux (MRC) et régionaux;
- ❖ Parachèvement des tronçons manquants et amélioration de l'offre de stationnement ;

Enjeu # 2 :

L'obligation d'enrichir l'expérience cyclotouristique pour devenir une destination conviviale pour les cyclistes « Bicycle friendly ».

Constats et enjeux

L'enjeu de l'enrichissement de l'expérience cyclotouristique est certainement le plus important de tous. Le Québec doit devenir une destination reconnue comme étant conviviale pour les cyclistes *pour prétendre augmenter sa part de marché*. Les études, les articles des journalistes spécialisés et les observations des intervenants le démontrent, la clientèle cyclotouristique (sportive ou vacancière) ne veut pas seulement faire du vélo et « manger du kilomètre » ; elle recherche une expérience qui dépasse largement les infrastructures, des possibilités de visite et de découverte des milieux, des offres distinctives d'hébergement de restauration, des spécialités régionales, etc. Elle veut vivre une expérience, un véritable produit touristique. Les produits cyclotouristiques qui auront des potentiels d'exportation seront les plus intégrés avec l'ensemble des prestations. Il faut comprendre **qu'une région cyclotouristique doit être avant tout une région touristique** avec une offre touristique estivale (printemps, été, automne) attractive et variée.

Si on reconnaît aisément que la **Route verte constitue l'armature du produit cyclotouristique québécois**, il n'en reste pas moins que ce produit doit être enrichi. Cet enrichissement suppose une nette amélioration de certains services et produits destinés aux voyageurs à vélo.

Piste d'intervention

- ❖ Identification des régions prêtes à l'exportation ;
- ❖ Déploiement du Programme *Bienvenue cyclistes !*;

- ❖ Développement d'une culture régionale « vélo » concernant l'accueil, les produits et les services, les transports, etc. ;
- ❖ Organisation de l'offre de services de transport des bagages et de location de vélo pour les cyclotouristes vacanciers ;
- ❖ Réflexion sur le partage du financement pour les améliorations en périphérie (navette, lieux d'accueil, belvédère) de l'infrastructure;
- ❖ Développement d'une approche client ;
- ❖ Organisation de l'animation et des événements ;
- ❖ Présentation des informations pertinentes en regard d'une pratique sécuritaire ;
- ❖ Déploiement de système de navette (problématique de permis).

Enjeu # 3 :

L'obligation de se définir une image de marque forte et caractérisée, tant sur le marché intérieur que sur les marchés extérieurs.

Contexte et enjeux

Dans plusieurs régions, le cyclotourisme est retenu comme un produit d'appel²². Pour le marché touristique et excursionniste québécois, les produits sont de plus en plus connus et constituent de réels produits d'appel touristiques pour ces régions. Sur ce marché québécois, il faudra, dans les prochaines années, **mieux caractériser cette offre locale et régionale**. Donc, le défi des prochaines années, pour les régions (envers le marché québécois) et pour la destination québécoise (pour les marchés extérieurs), est de se définir une image de marque forte et caractérisée.

Plus particulièrement, pour pouvoir vendre le Québec cyclable aux visiteurs étrangers, **il faut d'abord et avant tout positionner le Québec comme une destination cyclotouristique par excellence. Sur les marchés hors Québec, une identité forte basée sur nos forces distinctives s'impose** (qui varient selon les marchés visés). Il faut s'entendre sur cette image forte pour l'ensemble du Québec et non pas chacun des réseaux régionaux. Par la suite, les clients potentiels vont choisir leur circuit et leur région en fonction de leur critère propre. La Route verte constitue certainement la marque de commerce la plus forte actuellement pour faire ce travail de notoriété.

²² On pense entre autres aux Laurentides, (le Parc linéaire du P'tit Train du Nord), à la Montérégie, aux Cantons-de-l'Est, au Saguenay Lac-Saint-Jean, etc.

Piste d'intervention

- ❖ Utiliser la Route verte comme signature dans les opérations de communication au niveau national et international (ensemble des partenaires). Pour ce faire, **il faudra toutefois que la Route verte devienne, sur le plan marketing, une signature plus qu'un réseau bien défini.**

Enjeu # 4 :

Désigner des bons segments de clientèle et se doter d'un plan de mise en marché cohérent

Contexte et enjeux

En 1999, cet enjeu était libellé exactement de la même façon. « Cent fois sur le métier » comme on dit souvent. Ceci est d'autant plus vrai pour cet enjeu.

La performance actuelle auprès des **clientèles hors Québec** est moyenne. Malgré des articles très élogieux dans certains médias, on ne peut pas dire que le Québec est une destination reconnue. Comme on dit dans le milieu artistique, nous avons eu jusqu'à présent « un succès d'estime auprès des critiques ». Quelques initiatives sur les marchés hors Québec (tant par Vélo Québec que par les ATR ou les gestionnaires de pistes) ont été réalisées, mais de façon non structurée. Nous sommes plutôt à l'étape de « l'essai-erreur » et c'était normal dans le contexte.

Le **marché québécois** représente plus de 98 % de notre performance actuelle. Il est donc essentiel de cultiver cette clientèle. On a d'ailleurs constaté dans certaines régions ou localités un certain essoufflement de l'achalandage une fois l'effet nouveauté passé. Il faudra donc, dans les prochaines années, mieux caractériser cette offre locale et régionale en intégrant des « valeurs ajoutées » au produit afin de fidéliser les clientèles intra Québec. Également, notons que la mise en marché du produit vélo a été principalement réalisée sur le marché québécois.

Comme le défi réel est d'augmenter les nuitées générées par la clientèle cyclotouristique, il faudra désigner des bons segments de clientèle, sur les bons marchés et se doter d'un plan de mise en marché cohérent avec des objectifs clairs. Il faudra aussi tenir compte de la faible capacité d'investissement publicitaire des intervenants bénéficiant de cette clientèle (gites, petites auberges, camping, etc.).

Pistes d'intervention pour tous les marchés

- ❖ Puisque Internet est de loin le meilleur outil publicitaire et de préparation, il faudrait développer le portail Routeverte.com, en mettant en évidence la Route verte et les réseaux régionaux qui s'y rattachent, et en rendant le portail bonjourquebec.com disponible depuis le portail Routeverte.com ;
- ❖ Uniformisation du produit cartographique des régions (format, légende, services) en se basant sur les modèles les plus appropriés ;
- ❖ Mieux évaluer nos résultats en termes de performances sur les marchés ;
- ❖ Développer des méthodes de comptage uniformes et comparables.

Pistes d'intervention pour le marché québécois

- ❖ Renforcer le « branding » des réseaux et des pistes ;
- ❖ Favoriser le croisement des clientèles inter réseaux ;
- ❖ S'assurer de bien cibler les segments des vacanciers ;
- ❖ Initiation à la pratique pour des nouveaux pratiquants qui sont des « portes d'entrée » par l'organisation de randonnées initiatrices et de découverte (que ce soit du type randonnée populaire ou « Grand Tour ») dans toutes les régions du Québec ;
- ❖ Articulation d'une campagne de communication intra Québec (ex.: cahier spécial dans l'Actualité) ;
- ❖ Présenter des expériences (« Packaging ») sous forme des circuits et réseaux (ex. : vélo et fromage).

Pistes d'intervention pour les marchés hors Québec

- ❖ Prioriser les marchés américains et canadiens d'abord à cause de la proximité ;
- ❖ Capacité de répondre à la demande haut de gamme ;
- ❖ Disponibilité de bons guides cyclotouristes sur les marchés visés ;
- ❖ Mieux utiliser le réseau de distribution pour la promotion de la destination ;
- ❖ Maintenir les efforts pour approfondir la connaissance des clientèles et des marchés ;
- ❖ Appuyer les efforts en relations de presse en utilisant le tremplin de l'ouverture de la Route verte en 2007.

Enjeu # 5 :

L'obligation d'avoir un « lieu » central et efficace de concertation pour des intervenants majeurs du développement et de la promotion du cyclotourisme

Contexte et enjeux

Un enjeu majeur, qui transcende l'ensemble des enjeux, concerne l'obligation d'avoir un « lieu » central et efficace de concertation des intervenants majeurs du développement et de la promotion du cyclotourisme.

Pistes d'intervention

- ❖ Création d'une table sectorielle permanente sur le cyclotourisme ;
- ❖ Développement des outils et leviers de développement pour cette table ;
- ❖ Création d'un événement annuel d'échange et de concertation.