

TROYES

La Champagne

TOURISME

Explorez
Découvrez
Profitez



L'offre randonnée de Troyes La Champagne

Dossier de presse





Sommaire

1. L'itinérance : une véritable tendance.....p3
2. Une nouvelle clientèle-cible.....p5
3. Nos objectifs.....p5
4. Les points clés de l'itinérance et de la randonnée.....p7
5. L'offre disponible sur le territoire de Troyes La Champagne.....p8

1- L'itinérance : une véritable tendance

Les territoires et les Offices de Tourisme l'avaient pressenti : le **tourisme vert**, les **activités individuelles, extérieures et inspirantes/expérientielles** ont constitué à la sortie des confinements liés à la crise sanitaire une véritable **tendance**.

L'activité **vélo** par exemple est devenue un **hobby** que des millions de français privilégient pour leur temps libre. Cette nouvelle pratique offre de **nouvelles perspectives** mais aussi l'opportunité de **répartir les flux sur de nouveaux territoires inexplorés**, tout en demeurant une source d'espoir pour accueillir une **clientèle à fort potentiel**.

La **fréquentation des pistes cyclables** au niveau national a atteint des **niveaux record en 2020** avec une **hausse de 27%** sur tous les itinéraires entre mai et septembre (et même + 40% le weekend). Même si la hausse de la pratique du vélo avait démarré en 2018-2019 à l'occasion des grèves des transports et du mouvement « gilets jaunes » (comme quoi, du positif peut toujours ressortir de situations délicates☺), **cette tendance semble s'ancrer dans notre environnement comme une évidence**, comme un **nouveau paramètre** à urgemment prendre en considération.



Les points clés et les sources de réflexion :

- Le nombre de cyclistes est presque 2 fois > à celui des années 2000 (**22 millions de pratiquants**),
- 4 types de cyclistes : la balade (25 kms/jour) = 16 millions, sportifs = 2 millions, vélo en ville = 7 millions, itinérants = 800 000,
- Cette pratique intéresse plus de **20% d'étrangers** (avec un pouvoir d'achat attractif),
- La dépense moyenne pour un randonneur à vélo est de **68€** contre 55€ pour un touriste classique (source ADEME), **durée de séjour plus longue**, il prend son temps,
- La randonnée pédestre concerne **20 millions de marcheurs** (dont 2 millions d'itinérants),
- L'**adéquation avec notre territoire** est incontournable puisqu'en phase totale avec l'offre avec possibilité de retour à la **nature** et/ou possibilité de **ralentir son rythme**,
- Montée en puissance du **Vélo à assistance électrique (VAE)** : 7% du parc,
- Activités favorisant les **relations inter-générationnelles**, côté « vélo-thérapie », **autonomie** complète, conscience d'être maître de son temps.

Attention, l'**itinérance** est multiple avec notamment **différentes strates** toutes aussi en vogue et constituant un attrait comme le **tourisme équestre, le kayak, le trail, le tourisme fluvial...** La **diversité** de ses **pratiques**, de sa **saisonnalité**, de ses **publics et clientèles** constitue un levier majeur de croissance et un puissant **facteur d'attractivité des territoires** comme les nôtres.



2- Une nouvelle clientèle-cible :

Plusieurs raisons font que nous souhaitons nous intéresser à cette clientèle :

- Elle répond aux **nouvelles attentes du public** en faveur d'un tourisme de patrimoine, de découverte et de rencontre doux et durable,
- Elle affectionne les ailes de saison, les **périodes hors des fortes affluences touristiques**,
- Cette clientèle plébiscite les **hébergements marchands avec un haut niveau de service** : garage à vélo, kit de bricolage pour les VTT, panier-repas pour les randonneurs, wifi, prises électriques pour recharger les vélos, machine à laver, sèche-linge... Un hébergeur ne peut souvent proposer tous ces services mais la **mobilisation des compétences de tous les acteurs locaux** autour d'un même objectif (fluidifier le parcours client) représente un **challenge** que nous devrions facilement pouvoir finaliser tant notre proximité et nos habitudes de travail collaboratif est efficient.



3- Nos objectifs :

Il nous faut donc rendre nos **parcours** aussi **attractifs** que ces itinéraires plébiscités, légendaires, mythiques, épiques avec un départ et une arrivée pour matérialiser le voyage (*Saint-Jacques de Compostelle, Grande Traversée des Alpes, chemin de Stevenson, ...*).



C'est la raison pour laquelle nous avons créé **la Credencial** pour les pèlerins accueillis sur la route de la Via Companiensis (citons l'exemplarité de l'accueil de la commune de Sommeval avec une halte dédiée avec une qualité de service ++).

Notre but :

- Rendre les **contenus** et **services accessibles** tout le temps, partout et sur tous les supports digitaux,
- Intégrer une **offre d'itinérance qui simplifie la déambulation**, qui accompagne sans diriger, qui suggère, qui offre une véritable bulle de zénitude dans un cadre naturel préservé,

Travailler la thématique et l'enrichir d'une « tête de gondole » (en cours) à l'exemple du *GR107*, du *chemin des Bonshommes* et du *sentier cathare* (ces 3 noms renferment en fait un seul itinéraire mais décliné en fonction de cibles bien déterminées) reste un **chantier commun** qui vous sera dévoilé avec nos collègues Offices de Tourisme du département très prochainement. Les possibilités sont nombreuses avec une histoire aussi riche.

Les **pistes de progrès**, d'**animation** sont nombreuses. Citons déjà le *circuit de Macey/Montgueux* qui propose une **activité géocaching** sur une partie du parcours grâce à la passion de géocacheurs locaux (Géo-Mab) avec une vingtaine de caches, outil ludique permettant une randonnée en version 2.0.



4- Les points clés de l'itinérance et de la randonnée :

- La **quête de sens** : l'itinéraire ne se pratique plus juste pour marcher et rejoindre un point à un autre. Il se vit, il se rêve, il devient **expérience** (*Montgueux et l'expérience champagne avec possibilité de dégustation, Assenay avec possibilité de coupler la randonnée avec une expérience avec un artisan (Saint Jean de Bonneval) pour réaliser un couteau,...*)
- Le **nom de l'itinéraire** doit développer un imaginaire qui va conduire à venir vivre une expérience (*Stevenson, GR20, Appalachian Trail,...*). La *Via Campaniensis*, la *Via francigena* chez nos voisins,
- La **fluidité** : de compréhension de l'offre (rapidité d'achat, de choix, la visibilité, la facilité à rêver, à choisir, à acheter sont les clés de la réussite (intégration de l'ensemble des circuits sur notre site mais également sur des plateformes dédiées, possibilité de télécharger les fichiers gpx, de les imprimer, d'être en géolocalisation, d'agglomérer nos base de données commerces et services,...)
- L'**accessibilité** : 80% de la clientèle vit en zone urbaine. L'accessibilité (point de départ, arrivée, étapes) devient obligatoire. A nous par une **signalétique dédiée**, un **balisage qualitatif**, une **documentation claire**, de rassurer ces personnes en quête d'un moment de quiétude et de plénitude,
- Le **plaisir** avant l'effort : mettre en avant le plaisir, l'hédonisme, la connexion à la nature,
- L'**accompagnement** du client avant et pendant est un élément qualifiant de l'itinérance. Personnaliser les réponses, rassurer, bâtir avec le client/randonneur son projet d'itinérance.
- La **variété des paysages** : s'adapter à son monde en proposant une variété de paysages, de revêtements, de la topographie,...
- La **connectibilité** : permet un partage et une promotion naturelle. Prévoir un service wifi à des points clés,
- Des **services** à la carte : vu précédemment
- La **rencontre** : privilégier la rencontre avec l'habitant pour mieux s'imprégner, mieux comprendre l'environnement,
- Assurer un **maillage cohérent** sur l'ensemble du territoire, une **complémentarité** des boucles et d'un itinéraire long susceptible de rallier les plus audacieux.

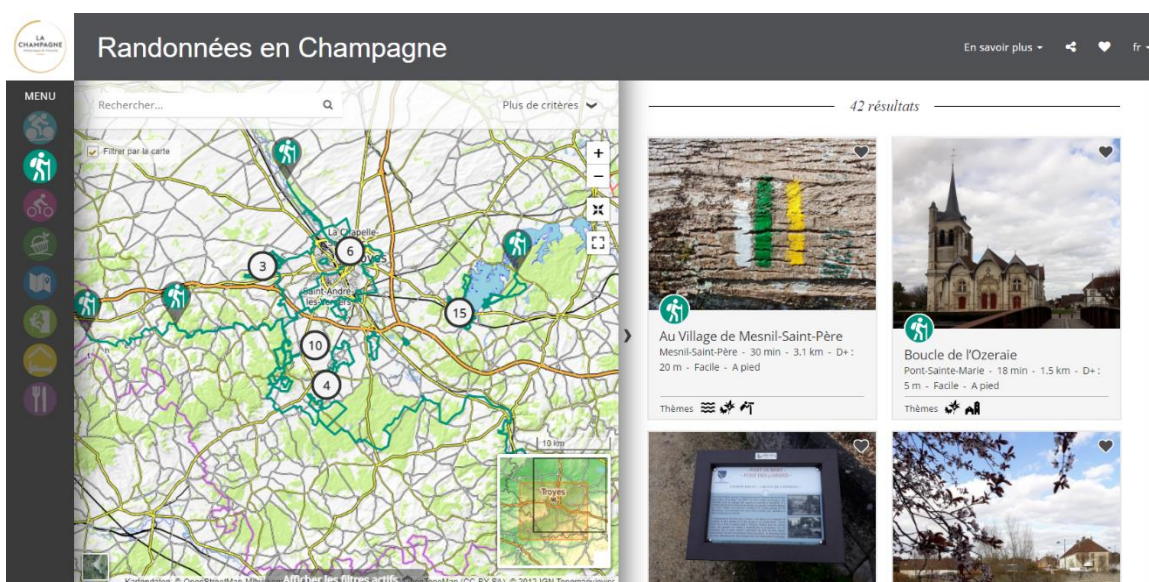


5- L'offre disponible sur le territoire de Troyes La Champagne:

Troyes et ses environs regorgent de **petits coins de nature** qui sont autant de moments de respiration dans la course effrénée du quotidien.

Afin de **répondre aux attentes** de la clientèle en quête d'**activité de pleine nature** et d'**itinérance**, TLCT propose sur son site internet (rubrique Sortez/Coté Nature) www.troyeslachampagne.com/sortez/cote-nature/ une série d'activités Nature sur l'ensemble du territoire de Troyes Champagne Métropole, avec notamment :

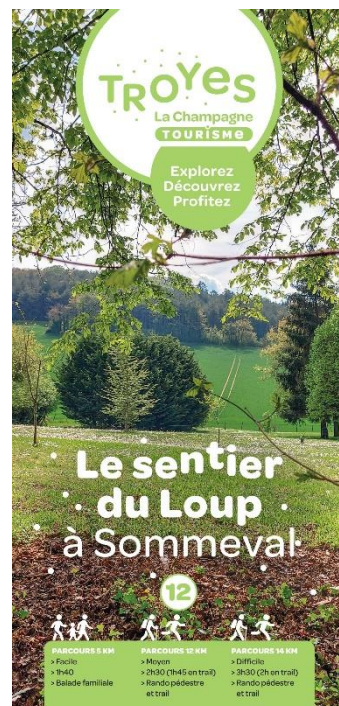
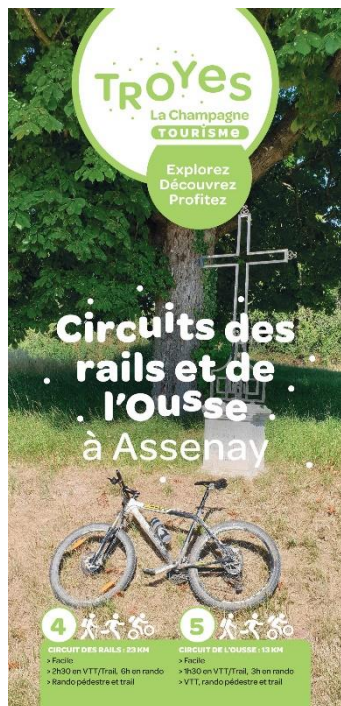
- une **30 aine de circuits de randonnées** pédestre
- une **10aine de circuits de cyclotourisme** (à faire soit en **vélo**, soit en **VTT** selon les parcours)



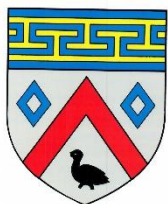
Les tracés .gpx et les plans des circuits sont téléchargeables sur le site. Cela va de la petite balade que l'on peut effectuer en famille (parcours court et plat) aux circuits pour des randonneurs/vttistes plus avertis (parcours plus longs avec des dénivelés plus importants).

Par ailleurs, Troyes La Champagne Tourisme a sorti une gamme de **13 fiches de randonnée** (balade familiale, randonnée pédestre, trail, VTT) présentant **25 circuits** sur les communes suivantes :

Assenay (2 circuits) – Barberey/Saint-Lyé (1) Bouilly (3) - Clérey (3) - Isle Aumont (2) - Jeugny (2) – Lusigny-sur-Barse (1) - Macey/Montgueux (3) – Mesnil-Saint-Père (3) - Montieramey (1) – Saint-Léger-près-Troyes (1) – Villechetif (1 à venir) - Sommeval (3).



Ces circuits émanent des réalisations du Département de l'Aube, du Parc naturel régional de la Forêt d'Orient, de Troyes Champagne Métropole, des communes de Troyes Champagne Métropole et d'associations.



© AYAIMAGES - goodluz - Image'in - Kalim / stock.adobe.com ; A. Gontero - Studio OG / Troyes La Champagne Tourisme



TROYES LA CHAMPAGNE TOURISME
 16, rue Aristide Briand - 10000 TROYES
Contact presse: Apollonia Gontero
 Tél. 03 10 64 13 22
a.gontero@troyeslachampagne.com