



CANTON DU VALAIS  
KANTON WALLIS



GRAVÉ DANS MON CŒUR.

# Document Stratégique Vélo-VTT Valais/Wallis

Décembre 2016

## TABLE DES MATIERES

<b>A. SITUATION ACTUELLE .....</b>	<b>3</b>
A.1 TOURISME EN VALAIS.....	3
A.2 LE VÉLO-VTT EN VALAIS.....	3
A.3 PRATIQUANTS.....	3
A.4 RÉFÉRENCES.....	6
A.5 NOUVELLE POLITIQUE VALAISANNE DU TOURISME .....	8
A.6 COMITÉ DE PILOTAGE .....	8
A.6.1 ORGANIGRAMME 2017-2010.....	10
A.7 CADRE JURIDIQUE.....	10
<b>B. VISION CANTONALE.....</b>	<b>12</b>
B.1 PROGRESSION DE LA VALEUR ÉCONOMIQUE .....	12
B.2 LES 4 PILIERS STRATÉGIQUES .....	12
B.2.1 RESSOURCES .....	13
B.2.2 CLIENTS .....	13
B.2.3 OFFRES.....	14
B.2.4 COUTS ET FINANCES.....	15
B.3 VISION CANTONALE – RÉSUMÉ .....	17
B.4 OBJECTIFS .....	18
B.4.1 TOURISME .....	18
B.4.2 ECONOMIE .....	18
B.4.3 ENVIRONNEMENT .....	18
B.4.4 SOCIETE.....	18
<b>C. RÔLES DES INTERVENANTS.....</b>	<b>19</b>
<b>D. ANNEXE I-FEUILLE DE ROUTE VELO-VTT 2021-2025....</b>	
<b>E. ANNEXE II-BUSINESS MODEL CANVAS .....</b>	
<b>F. ANNEXE III-MARCHE SUISSE DE LA BICYCLETTE.....</b>	
<b>G. ANNEXE IV-FOCUS VELO VELO 2016 (OVT).....</b>	

## A. Situation actuelle

### A.1 Tourisme en Valais

Un tourisme hivernal en diminution associé à un prolongement de la saison d'été poussent le Valais à se remettre en question, à se montrer plus performant pour gagner en compétitivité et répondre aux exigences toujours plus pointues de la demande touristique. Le développement de l'expérience vélo de route et VTT pourrait compléter et étendre l'offre estivale actuelle du canton, principalement axée sur la randonnée pédestre, afin de l'orienter marché et de répondre aux attentes des adeptes des différentes pratiques de la petite reine. Ce développement doit se faire en englobant les défis des destinations touristiques ainsi que des prestataires de services qui travaillent au quotidien sur le terrain.

### A.2 Le vélo-VTT en Valais

Le Valais possède toutes les qualités pour devenir une destination vélo de route et VTT reconnue : par exemple des routes de col grandioses, des chemins panoramiques en pleine nature et des itinéraires à travers les vignes qui invitent à l'expérience de ces activités. Malgré ce grand potentiel, très peu d'itinéraires sont actuellement homologués et encore moins sont orientés marché. L'entretien des offres existantes et le développement de nouvelles offres doivent obligatoirement tenir compte des attentes des cyclistes sur route et des vététistes en termes d'infrastructures (itinéraires), de logement, de location et de possibilités de transports (train, bus et remontées mécaniques).

Il manque actuellement un cadre à l'industrie du tourisme vélo-VTT pour sensibiliser les destinations et servir de base à une conception efficace de produits touristiques de qualité. Ces structures globales doivent permettre et encourager une réalisation d'expériences conformes aux exigences du marché.

### A.3 Pratiquants

Le vélo de route et le VTT sont des sports de loisirs de plus en plus populaires qui intéressent les destinations touristiques car leur pratique est susceptible de générer des retombées économiques importantes et d'impacter de nombreux éléments de la chaîne de services.

Selon l'office fédéral du sport<sup>1</sup>, le nombre de pratiquants de vélo de route et de VTT a augmenté respectivement de 2,7 et de 0,2 points de pourcent entre 2008 et 2014. De plus, en comparaison avec les activités de randonnée et de ski alpin (n°1 et n°4 dans l'ordre du

---

<sup>1</sup> Rapport sur l'activité et consommation sportives de la population suisse de 2014

nombre de pratiquants en pourcentage de la population suisse), la fréquence de la pratique est bien supérieure avec 45 jours par an en moyenne pour le cycliste sur route et 30 pour le vététiste alors qu'un randonneur marche une vingtaine de jours et un skieur profite de la neige 10 jours par an.

	Activités citées (en % de la population)	Variation entre 2008 et 2014 (en pts de %)	Fréquence de la pratique (nombre moyen de jours/an)	Age moyen (nombre d'années)	Activité principale (en % de la population)
Randonnée pédestre & montagne	44,3 %	+6.9	20	49	7,6%
Cyclisme (hors VTT)	38,3%	+2.7	45	44	7,0%
Ski alpin	35,4%	+8.8	10	42	3,0%
VTT	6,3%	+0,2	30	41	1,7%

(Rapport sur l'activité et consommation sportives de la population suisse de 2014)

A titre d'exemples pratiques, il convient également de noter l'évolution du marché suisse de la vente de bicyclette<sup>2</sup> par catégorie :

- **VTT** : Selon les statistiques de l'Association des fournisseurs de vélos suisses "velosuisse", 112'244 mountainbikes ont été vendus l'an passé (total des VTT à roues 26, 27.5 et 29 pouces), à savoir 4'836 de moins qu'en 2014. Mais attention, ce chiffre n'est que le reflet des ventes des mountainbikes sans moteur électrique. De nombreux VTTistes roulent aujourd'hui avec un VTT à assistance électrique. Au total se sont vendus 19'687 VTT électriques, 5'990 ou 43.7 % de plus que l'an passé. Si bien que le secteur du mountainbike a crû de 0.9%.
- **Vélo de course** : 15'816 vélos de course de route ont trouvé preneur en 2015, ce qui représente 4.9% de l'effectif total et une progression de 1.3% par rapport à l'année précédente. Le nombre des coureurs cyclistes sur route s'est stabilisé à un niveau à peu près constant ces dernières années. La tendance à la hausse constatée ces dernières années: de nombreux coureurs cyclistes amateurs de route ne se contentent pas d'enfourcher leur petite reine lors des entraînements, mais aussi leur mountainbike – et vice versa.

<sup>2</sup> VéloSuisse.ch. Voir Annexe III – Marché Suisse de la bicyclette

- **Vélo électrique** : En 2006 il s'est vendu 300'000 vélos neufs en Suisse, dont 3'000 – à savoir tout juste 1% – étaient des e-bikes. En 2015, 323'000 vélos neufs ont trouvé preneur, dont plus de 66'332 – ce qui représente 20.5 % – sont des vélos à assistance électrique. Autrement dit: un vélo sur cinq vendus en Suisse est actuellement un e-bike.

En outre, la demande pour des itinéraires attractifs, des single trails, des parcours cyclo-sportifs ou encore pour des manifestations est croissante. Le potentiel clientèle est ainsi bien réel. Des études de marché<sup>3</sup> ont permis de mieux connaître et comprendre les pratiquants du vélo-VTT et fournissent des données essentielles pour développer des stratégies et des offres adaptées. Par exemple, en terme de valorisation, il est important de savoir que 30% des vététistes dépensent entre 100 et 149 CHF par jour, soit un pourcentage bien plus important que les randonneurs pédestres qui ne sont que 23%, sachant toutefois que ceux-ci sont beaucoup plus nombreux dans l'absolu !<sup>4</sup>

	Vélo de route	VTT
<b>Public cible en vacances en Valais</b>	62.8 % de Suisse 25,5 % d'Europe	61.1 % de suisse 36 % d'Europe
<b>Potentiel du marché CH</b>	3,3 mio de cyclistes 78% CH-DE (2,6 mio) 19% CH-FR (630'000) 1, 596 mio pratiquants réguliers	3,3 mio de cyclistes 78% CH-DE (2,6 mio) 19% CH-FR (630'000) 595'000 pratiquants réguliers
<b>Hébergement</b>	13,8% location 46,2% hôtellerie 19,8% Camping 6,8% résidences secondaires	23,3% location 29,5% hôtellerie 9,5% Camping 23,7% résidences secondaires
<b>Catégorie</b>	3*-4*	3*-4*
<b>Revenu mensuel par ménage:</b>	22% 8'000-10'000 par mois	
<b>Budget annuel de vacances</b>	45% ont un budget entre CHF 3'000 et 6'000	
<b>Dépenses moyennes par jour</b>	34,9% 50-99 CHF 27,6% 100-149 CHF 14,9% 150-199 CHF	33,7% 50-99 CHF 30,3% 100-149 CHF 8,7% 150-199 CHF
<b>Socio-démographie</b>	56% hommes 62% sans famille 35% 40-50 ans	82% hommes 67% sans famille 62% 36-55 ans
<b>Saisonnalité</b>	89% été / 11% hiver	65% été / 35% hiver

<sup>3</sup> TMS 2013 Valais & Segmentation VWP MACH consumer 2013

<sup>4</sup> TMS 2013 Valais

<b>Loyauté</b>	70%	84%
<b>Durée moyenne des séjours</b>	19% séjours de 1-3 nuitées 36% séjours de 4-7 nuitées 45% 8+	19% séjours de 1-3 nuitées 29% séjours de 4-7 nuitées 52% 8+
<b>Touring</b>	68% restent au même endroit 20% se déplacent en CH	92% restent au même endroit 6% se déplacent en Suisse

*Faits & Chiffres issu du TMS 2013 et de la segmentation VWP MACH 2013*

A cet effet, le vélo-VTT peut être perçu comme un des enjeux prioritaires pour le développement touristique estival de la plaine à la montagne pour le canton du Valais. Jusqu'alors, son développement est resté quelque peu confidentiel et devrait à l'avenir connaître un essor significatif.

Une première analyse de base offrant quelques constats et pistes de réflexions sur la thématique cycliste en Valais et en Europe est également disponible en annexe dans le Focus de l'observatoire Valaisan du Tourisme (OVT)<sup>5</sup>. Dans l'analyse de l'environnement, les différentes pratiques du vélo et les marchés de provenance de ces pratiquants sont abordés. Le chapitre suivant est dédié à l'offre actuelle du réseau d'itinéraires homologués en Valais pour le VTT et le vélo de route. Le profil des adeptes de vélo-VTT qui suit est issu de deux analyses de la clientèle distinctes, la première provient d'une enquête de l'OVT (2014) principalement adressée aux propriétaires de résidence secondaire et la seconde, mandatée par VWP, s'est intéressée aux habitudes de vacances des Suisses. La dernière partie est consacrée aux horizons & benchmark et regroupe les pistes de développement de l'activité traitée dans le focus afin de promouvoir l'innovation dans les différents secteurs touristiques valaisans passés en revue.

Il convient finalement d'ajouter qu'aucune étude spécifique au vélo-vtt en Valais n'a été menée à ce jour et que les données analysées sont issues de différentes études qui n'étaient pas uniquement axées sur la thématique ou sur le Valais.

## A.4 Références

Certaines destinations sont déjà très avancées dans l'élaboration de leurs produits touristiques liés au vélo de route et au VTT. Le Valais doit s'en inspirer pour mettre en place des produits de qualité qui feront du canton une destination vélo-VTT reconnue. Voici un bref aperçu de deux bons exemples.

<sup>5</sup> Annexe IV: Focus Vélo 2016, Observatoire Valaisan du Tourisme

### Vélo de route:

La Maurienne, vallée alpine en Savoie, comparable au Valais en terme de taille se profile comme « le plus grand domaine cyclable du monde » et propose une série de produits complets et de qualité : 50 parcours pour tous niveaux, 11 cols, des événements et même 62 établissements porteurs d'un label de qualité cyclo qui rassemble tous les prestataires de services impliqués dans l'accueil des cyclistes.

Voici quelques chiffres issus d'une étude faite par l'observatoire du tourisme de Savoie Mont Blanc de 2015 et couvrant l'ensemble de ce territoire :

- 70% des cyclistes sont excursionnistes, venus grimper un col ou un parcours prestigieux. Ce sont majoritairement des hommes d'une cinquantaine d'années, retraités ou cadres supérieurs.
- 12% des cyclotouristes sont itinérants, parmi ceux-ci 85% sont étrangers.
- 16'824 passages cyclos au Col du Galibier ont été enregistré entre juillet et août 2014
- Les touristes cyclistes dépensent en moyenne 65 euros par jour ; un peu plus pour les itinérants (75 €/j) que pour les séjournants (60 €/j).<sup>6</sup>

### VTT:

Les Grisons ont su se profiler comme la destination phare des amateurs de VTT en Suisse. 4'000 km d'itinéraires VTT balisés, de tous les degrés de difficulté, sillonnent le canton et un certain nombre d'hôtels, situés le long des parcours et remplissant une série de critères, sont labellisés « GraubündenBike » et garantissent l'acheminement des bagages entre eux pour faciliter le « touring ». De plus, plusieurs écoles de VTT et des guides sont également proposées aux clients qui le désirent. Une application digitale efficace rassemble toutes ces informations et propose un produit touristique complet et cohérent.

Des données issues de l'étude d'Allegra Tourismus<sup>7</sup> reflètent l'importance de ce segment dans le tourisme estivale :

---

<sup>6</sup> *Atout France – Grand Angle Spécial Economie du vélo – Hors série n°6 – juillet 2009*

<sup>7</sup> Allegra Tourismus : Konzept GraubündenBike 2009

- Il y a plus de vététistes que des skieurs et la taille du marché offre des chances en abondance pour un produit de niche et un positionnement conséquent. Les destinations positionnées sur des sports de masse sont celles qui font le plus de profits
- Le VTT est un sport cher et les vététistes dépensent plus par jour que les randonneurs ou les golfeurs
- Les vététistes sont plutôt comparables aux skieurs en terme de valeur ajoutée qu'aux autres sports d'été.

## A.5 Nouvelle politique valaisanne du tourisme

Avec une nouvelle politique du tourisme élaborée en collaboration avec la Chambre valaisanne de tourisme, le Canton du Valais a défini la vision ainsi que les objectifs et points forts du développement touristique pour les prochaines années. Le développement de la thématique vélo-VTT est directement impactée par cette politique. En effet, le Canton veut continuer à soutenir de manière proactive le secteur touristique et entend entre autre s'engager particulièrement dans les thématiques suivantes :

- Promotion d'une occupation à l'année par le développement de produits/ expériences pour l'été (locaux ou entre destinations comme par exemple avec le produit vélo-VTT)
- Flexibilisation des réglementations : Le Canton doit veiller à ce que les réglementations ne représentent pas une charge excessive pour l'industrie touristique. Les angles d'approche sont la prise en compte des intérêts touristiques lors de l'élaboration de nouvelles réglementations, la radiation rapide ou l'adaptation d'anciennes réglementations dépassées.

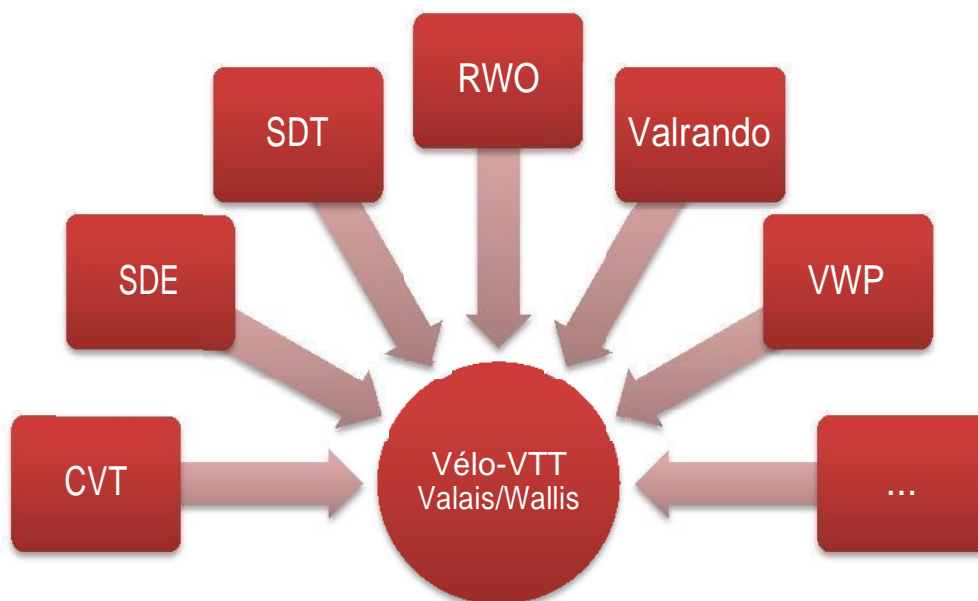
De plus, ce mode de transport est intégré dans le concept global de la mobilité du Canton du Valais 2030 qui est actuellement en cours d'établissement.

## A.6 Comité de pilotage

Le canton entend soutenir le développement du produit vélo-VTT par la mise en place d'une stratégie cantonale qui doit servir de signal fort, de ligne d'action et de référentiel pour tous les acteurs touristiques concernés. En effet, le développement d'un tel projet nécessite d'articuler la thématique vélo-VTT avec la stratégie de développement et de promotion du Valais et demande un réel soutien tant au niveau cantonal qu'au niveau des différentes destinations, ainsi que de leurs prestataires locaux. Dans cette perspective, un comité de pilotage,



composé de la chambre Valaisanne du tourisme (CVT), du service de développement économique (SDE), du service de développement territorial (SDT), de l'antenne région haut-valaisanne représentant le rôle de porteur de projet pour le réseau Stratos (RWO), de Valrando, d'un représentant des destinations et de Valais/Wallis promotion (VWP) a été créé afin de répondre à cette demande. Des experts dans le domaine du vélo de route et du VTT sont également invités à participer à certaines séances en tant que consultants.



Organigramme comité de pilotage

**Mission :**

- Fédérer les acteurs touristiques du Valais autour du projet « vélo-VTT Valais/Wallis »
- Développer la stratégie cantonale et la mettre en consultation auprès des différents partenaires
- Définir les objectifs à atteindre et les critères de qualité à respecter
- Coordonner et accompagner la mise en œuvre de la présente stratégie entre les porteurs de projets, les services cantonaux et les destinations

**Droit:**

- Les membres du comité de pilotage sont représentés par un représentant de leur institution et sont autorisés à faire des demandes ainsi que d'exprimer leurs besoins dans cette plateforme. Ils donnent en consultation à leur institution les bases élaborées dans ce groupe de travail

Devoir:

- Les membres du comité de pilotage mettent à disposition les ressources nécessaires. Une collaboration active du comité est attendue. Les membres ont à informer leurs institutions respectives du cours des discussions qui ont lieu dans le cadre de ce groupe de travail.

Confidentialité:

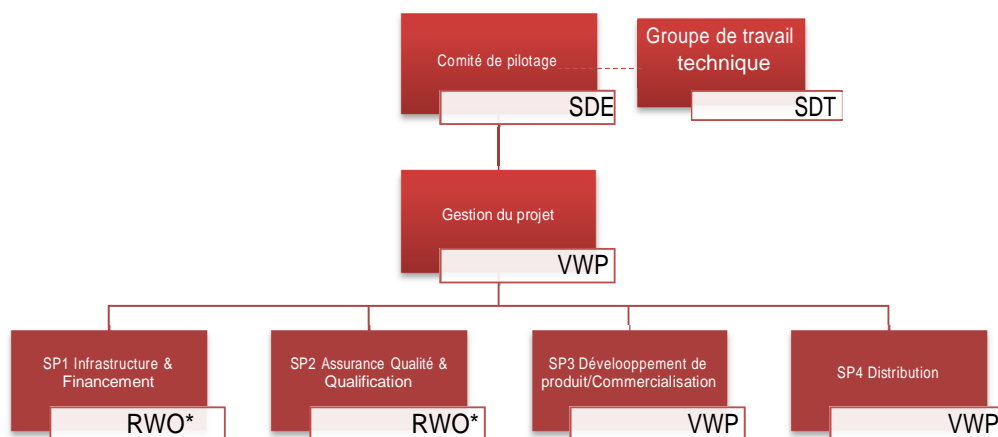
- Tous les renseignements échangés sont traités de manière confidentielle par le groupe de travail. Les documents mis mutuellement à disposition sont traités avec soin.

Objectif :

- Favoriser la mise sur le marché d'une offre globale, qui génère des retombées pour nos partenaires et serve à positionner le Valais comme destination « vélo-VTT ».

### A.6.1 Organigramme 2017-2020

Le fonctionnement de ce projet est structuré selon l'organigramme ci-dessous. Le rôle du comité de pilotage étant de la prise de décisions à un niveau stratégique alors que les parties opérationnelles sont assurées par les gestionnaires des quatre sous-projets distincts (SP).



\* Assure la coordination avec l'Antenne Valais Romand.

## A.7 Cadre juridique

Le Valais dispose, depuis les années 90, d'un réseau de randonnée pédestre de qualité qui a été créé suite à l'entrée en vigueur de la loi fédérale sur les chemins pour piétons et de randonnée pédestre. Depuis quelques années, le développement ponctuel du VTT a conduit à la création d'itinéraires sans base juridique concernant les aspects de

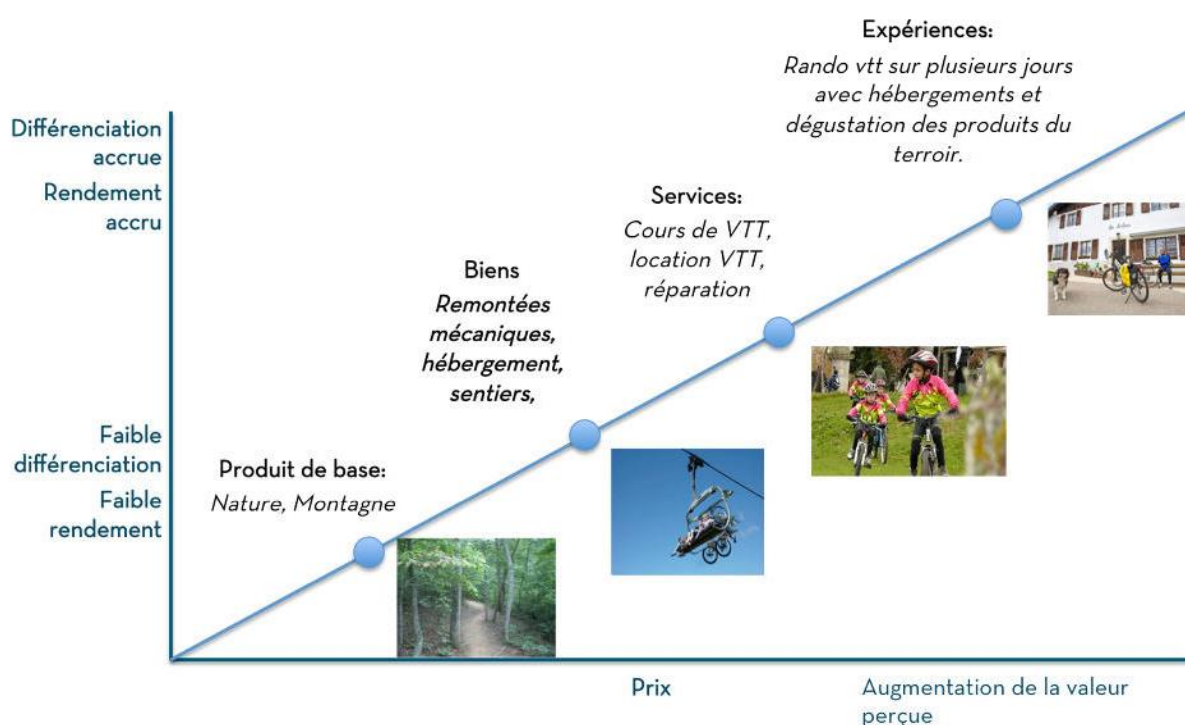
responsabilité et de procédures. Afin de répondre à la nécessité croissante de coordination des différents types de mobilité de loisirs, entre eux et avec d'autres intérêts (environnement, nature, paysage, etc.), une nouvelle loi sur les itinéraires de mobilité de loisirs (LIML) et son règlement sur les itinéraires de mobilité de loisirs (RIML) sont entrés en vigueur le 1er janvier 2012. Ils visent à réglementer tout itinéraire dont la vocation principale est liée aux activités de loisirs, sportives et de détente (randonnée pédestre, VTT, vélo de route, etc.). Les communes ont depuis, l'obligation d'annoncer tout itinéraire sur leur territoire en vue de le faire homologuer. Pour le domaine du vélo-VTT, ce processus nécessite souvent un travail conjoint de plusieurs communes et une implication des nombreux acteurs concernés. C'est dans cette optique que le comité de pilotage souhaite faire une recommandation concernant le cadre juridique en vigueur :

Le groupe de travail souhaite que tout itinéraire soit conforme à la base légale mais pour le domaine du vélo de route, une adaptation semble nécessaire. En effet, pour des itinéraires de vélo sur des routes ouvertes à la circulation et homologuées, la loi pourrait être changée ou adaptée avec des procédures d'homologation simplifiées.

## B. Vision Cantonale

### B.1 Progression de la valeur économique

Plus la personnalisation de l'offre est grande, plus on améliore sa position concurrentielle et plus son prix augmente. Tout en haut de la chaîne de progression de la valeur économique se trouvent les expériences qui intègrent les produits de base, les biens et les services et qui sont les éléments d'une expérience touristique conçue pour engendrer des souvenirs mémorables. La vision cantonale doit favoriser l'atteinte de cet objectif.



*Exemple d'expérience VTT illustrant la progression de la valeur économique*

### B.2 Les 4 Piliers stratégiques

Selon le Business Model « CANVAS »<sup>8</sup>, le comité de pilotage a défini 9 rubriques (Partenaires clés, Activités clés, Ressources clés, Relation Client, Segments Client, Canaux de distribution, Structure de Coûts, Source de Revenus et Proposition de valeur) résumées en 4 piliers stratégiques à partir desquels la stratégie cantonale a été développée:

<sup>8</sup> Voir Annexe II

## B.2.1 Ressources

Le Valais dispose de ressources existantes riches et diversifiées (infrastructures, services, ressources humaines) et doit les exploiter pour proposer à ses hôtes une gamme d'activités variées. Ces richesses naturelles et culturelles exceptionnelles sont un atout pour un développement durable d'offres adaptées à la demande de la clientèle.

Objectifs:

- Développer une offre « vélo-VTT » complète et variée, cohérente au niveau cantonal, et répondant à la majorité des attentes du public-cible.

Mesures :

- Intégration des partenaires principaux (les communes, les destinations, les services cantonaux concernés), les prestataires de services locaux, les tours operateurs suisses et internationaux, les propriétaires et les organisations environnementales dans la création de l'offre.
- Assurer la coordination des différents processus de manière à proposer une offre durable et respectueuse des autres utilisateurs.

En résumé :

*Valoriser les ressources naturelles et culturelles du Valais et intégrer les partenaires clés dans le développement et la promotion d'une offre vélo-VTT coordonnée.*

## B.2.2 Clients

Chaque client, tout au long de la chaîne de prestations, doit avoir la possibilité de personnaliser son séjour selon ses attentes et de vivre en Valais une expérience « Vélo-VTT globale » qui restera gravée dans sa mémoire. La clientèle visée ne correspond pas à une élite, mais en priorité à une clientèle « de masse » plutôt aisée, proche de la quarantaine avec ou sans enfants et à la recherche de nouvelles expériences à vivre.

Objectifs:

- Offrir un accès facilité à l'ensemble de l'information disponible.
- Offrir un produit clé en main
- Augmenter la notoriété du Valais comme destination vélo-VTT

Mesures :

- Assurer la distribution par le biais des organes de promotion cantonale et régionale (VWP, destinations), mais aussi par les prestataires locaux (hébergeurs, scènes locales) et par des Tours Opérateurs étrangers.
- Mettre à disposition une plateforme de communication digitale, actualisée et optimisée, qui regroupe l'entier de l'offre cantonale.

En résumé :

*Assurer une chaîne de prestations complète de qualité et permettre à chaque client de personnaliser et vivre son expérience selon ses attentes.*

### B.2.3 Offres

Les itinéraires de Vélo-VTT relient entre eux les différentes destinations et parties du canton, dont les pôles touristiques. Ils assurent la continuité entre les différentes régions et tiennent compte des principaux arrêts des transports publics. Les itinéraires locaux complètent le réseau ponctuellement pour constituer une offre de proximité.

Objectifs:

- Proposer une offre « vélo-VTT » complète et variée et répondant à la majorité des attentes du public-cible.
- Gagner en compétitivité grâce à la qualité de notre offre.
- Harmoniser le niveau de prestation pour l'ensemble des destinations.
- Assurer la verticalisation de la distribution avec une forte présence digitale.

Mesures :

- Inciter à une planification régionale et interrégionale des parcours vélo-VTT.
- Favoriser la planification et la réalisation d'itinéraires locaux.
- Favoriser la mise en place de parcours cohérents, faciles d'accès, sûrs et attractifs et viser constamment leur amélioration.
- Assurer la promotion nationale par VWP, les destinations et Suisse Mobile; Suisse Tourisme s'occupant de la promotion sur les marchés étrangers.
- Assurer l'entretien des itinéraires VTT et veiller au maintien de l'état des chemins pédestres également empruntés par des VTT
- Inciter à la suppression et au débalisage des itinéraires de mauvaise qualité
- Inciter à la suppression des publications erronées des sites internet.

En résumé :

*Proposer une offre « vélo-VTT » complète et variée, facile d'accès, cohérente au niveau cantonal, et répondant à la majorité des attentes du public-cible.*

#### B.2.4 Coûts et Finances

La concrétisation et l'application de la stratégie cantonale de promotion et développement du vélo-VTT nécessitera de gros investissements. Afin de limiter le volume de charge, la stratégie cantonale doit être mise en œuvre en plusieurs étapes et selon des plans de financement déterminés.

Objectifs:

- Assurer le financement des infrastructures avec l'aide des acteurs cantonaux, régionaux et locaux mais également via des crédits NPR, des investisseurs privés (par ex. remontées mécaniques) et par le sponsoring
- Générer des retombées économiques indirectes, en ciblant les touristes vélo-VTT qui sont économiquement intéressant et qui peuvent augmenter efficacement la valeur ajoutée du tourisme

d'été, par les séjours touristiques et par la consommation de prestations et de services locaux.

Mesures :

- Initier la création d'un mécanisme qui permettra de réinvestir une partie des retombées économiques dans le développement et l'entretien de l'offre, l'amélioration de sa qualité et de son renouvellement.

Coût de création d'itinéraires

La création et l'homologation d'itinéraires engendrent des coûts dans divers secteurs répertoriés ci-dessous et leur importance varie fortement en fonction du type de mobilité, - vélo de route ou de VTT- et de leur catégorisation, -Enduro, descente, flowtrail, etc. Les montants totaux peuvent donc aller de plusieurs milliers de francs à plusieurs dizaines de milliers de francs.

Secteurs de coûts :

1. Homologation
  - a. Planification globale
  - b. Dossier de mise à l'enquête (plans et rapport technique avec ou sans construction)
  - c. Traitement des cas spéciaux (Défrichage, etc.)
2. Balisage
  - a. Planification
  - b. Production et pose
3. Construction
  - a. Tracés
  - b. Mise en place du balisage
4. Entretien
  - a. Des itinéraires
  - b. Du balisage

Voici des pistes de financement des charges liées au développement du tourisme vélo-VTT.

Financement de la création de produits

Développement du projet dans les destinations avec un double ou triple financement :

- Cantonal via la NPR (maximum 30%)
- Régional et local via les destinations et les communes (env. 50%)
- Régional et local via les prestataires locaux (acteurs des milieux vélo et VTT, RM, partenaires de la chaîne de services) et le sponsoring privé (env. 20%)



### Financement de l'exploitation des produits

Exploitation du produit vélo-VTT avec, principalement, un mécanisme d'autofinancement :

- Chaque partenaire de la chaîne de services alimente un fond destiné à l'entretien, à l'amélioration et au développement futur du produit via une « taxe » prélevée sur les services ou produits vendus en lien avec le vélo-VTT. Montant à définir en fonction des coûts annuels. Idée de réinvestissement dans l'outil de production à discuter avec les destinations et les partenaires.
- Les développements nouveaux de grande ampleur peuvent faire appel au principe du financement utilisé lors du développement initial

En résumé :

*Assurer le financement de la création de produits et des infrastructures à long terme, de la promotion et générer des retombées économiques dans les destinations.*

### B.3 Vision cantonale – Résumé

*Développer de façon coordonnée une offre vélo-VTT valorisante, variée, complète, cohérente et durable afin qu'à l'horizon 2025 l'ensemble des activités touristiques estivales génère autant de retombées économiques que les activités hivernales.*

*Le Valais doit offrir la possibilité de vivre une expérience « vélo-VTT » unique, qui restera gravée dans la mémoire.*

Cette vision cantonale globale découle des 4 piliers précédemment cités et peut être détaillée selon les thématiques ci-dessous.

## B.4 Objectifs

### B.4.1 Tourisme

Le Valais est reconnu comme une destination vélo-VTT au niveau national et international.

- Gagner en renommée et en réputation. Reconnaissance & différenciation sur le marché grâce à un positionnement clair.
- Positionner le Valais comme LA destination vélo-VTT de référence en Suisse.

### B.4.2 Economie

Les activités économiques estivales dans leur ensemble génèrent autant que les activités hivernales. L'apport généré par le développement du vélo-VTT y est significatif.

- Créer de la valeur ajoutée pour les prestataires locaux grâce au séjour vélo-VTT.
- Augmenter les nuitées à terme en générant la venue d'une nouvelle clientèle grâce à la qualité de nos offres et promotions.

### B.4.3 Environnement

Les offres proposées sont durables et valorisent le patrimoine naturel, paysager et culturel unique au canton du Valais.

- Valoriser et préserver les ressources uniques au canton du Valais dans l'offre vélo-VTT
- Minimiser l'impact sur les milieux traversés et utiliser au maximum les chemins existants
- Concentrer les projets afin de préserver certaines régions du territoire cantonal (tranquillité, paysage naturel, etc.)

### B.4.4 Société

La population est sensibilisée au tourisme vélo-VTT.

- Instaurer le vélo-VTT dans la culture locale auprès des acteurs de l'ensemble de la chaîne de service ainsi que de la population.
- Favoriser une cohabitation harmonieuse entre tous les utilisateurs.

## C. Rôles des intervenants

### Le Canton

- Valide et encourage la stratégie cantonale vélo-VTT
- Elabore la politique cantonale touristique
- Elabore les lignes directrices et les directives techniques pour la planification et l'homologation des itinéraires de mobilité de loisirs via la LIML (dont le vélo et le VTT)
- Homologue les itinéraires de mobilité de loisirs
- Est consulté via les différents services lors de la planification des réseaux et dans le cadre des autorisations de construire
- Veille à ce que les itinéraires soient entretenus et balisés selon les normes en vigueur
- Tient à jour un inventaire des réseaux homologués.
- Soutient les projets via la nouvelle politique régionale (NRP)

### Les Communes

- Engagent une procédure d'approbation selon la LIML avant la réalisation de tout itinéraire.
- Prennent des mesures pour l'aménagement de la signalisation, l'entretien et la conservation des itinéraires et des ouvrages qui y sont liés.
- Développent et participent au financement de la thématique vélo-VTT

### Les Destinations

- Développent la thématique vélo-VTT dans le cadre de leur stratégie et inscrivent la clientèle cible parmi les priorités dans l'aménagement de l'offre, des services et du marketing.
- Coordonnent les différents acteurs sur place en vue du développement de l'offre.

### Prestataires de services

- Développent une offre orientée clients en tenant compte de besoins spécifiques de la chaîne de services.

## Valais/Wallis Promotion (VWP)

- Coordination du comité de pilotage
- Analyse de la demande des marchés, de la segmentation clientèle, inventaire de l'offre valaisanne, benchmark de l'offre concurrente.
- Assure la coordination avec les destinations en collaboration avec le RWO et l'Antenne Valais Romand
- Elabore le marketing lié au vélo-VTT et coordonne les activités.
- Assure la promotion cantonale de la thématique vélo-VTT uniquement sur les réseaux homologués

## Chambre Valaisanne du Tourisme (CVT)

- Fédérer les acteurs touristiques du Valais autour du projet « vélo-VTT Valais/Wallis »
- Appuie et soutient les destinations, les communes, les associations de branches et les organes touristiques intéressés à la démarche
- Coordination des produits et offres à l'échelon cantonal

## Valrando

- Soutient et conseille les communes et autres entités sur les questions liées à la LIML en collaboration avec et sur mandat de l'Etat du Valais
- Réalise les planifications du balisage des itinéraires de mobilité de loisirs dont le vélo et le VTT
- Collabore avec les destinations pour l'édition de produits touristiques (cartes, topoguides, brochures, etc.)

## Regions- und Wirtschaftszentrum Oberwallis (RWO)

- Rôle de porteur de projet pour le réseau Stratos
- Suivi du développement du projet Bike Valais Wallis et coordination avec les destinations
- Suivi du développement du projet Vélo Valais Wallis et coordination avec les destinations
- Aide à l'élaboration et les demandes de crédit NPR.

## Antenne Valais Romand

- Suivi du développement du projet Vélo Valais Wallis.

## D. Annexe I – Feuille de route vélo-VTT 2021-2025

La feuille de route vélo/VTT a pour volonté de préciser, pour la période 2021-2025, la mise en œuvre de la stratégie vélo-VTT Valais/Wallis. Elle s'inscrit dans le prolongement des projets Bike Valais/Wallis et Vélo Valais/Wallis déployés de 2017 à 2021.

La feuille de route a pour objectif de :

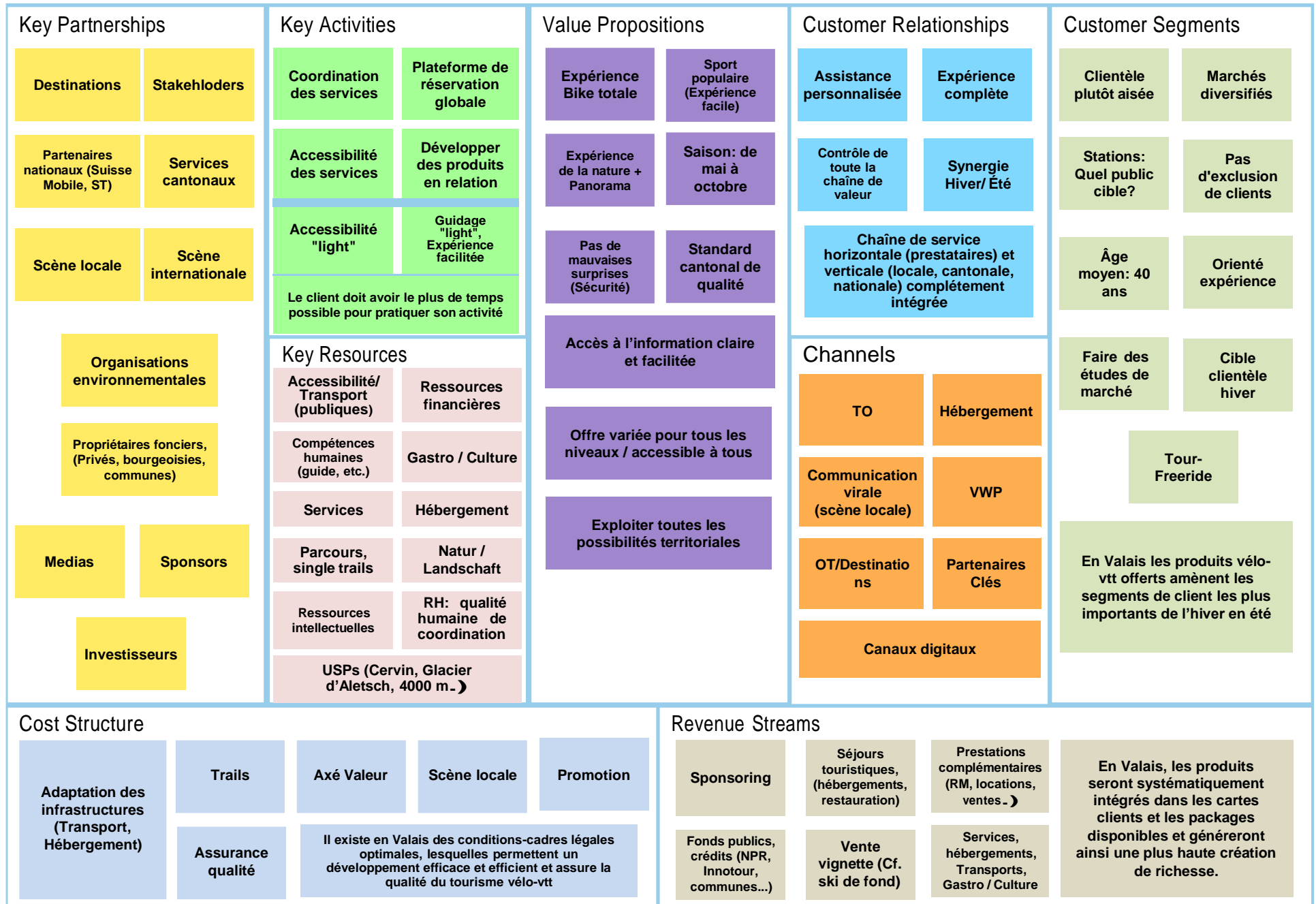
- Clarifier les projets d'envergure liés au vélo et au VTT qui ont pour but de renforcer le Valais en tant que terre reconnue pour leur pratique (développement d'itinéraires régionaux, poursuite des homologations vélo/VTT) ;
- Fédérer les acteurs et parties prenantes autour d'une ambition commune liée à la pratique du vélo et du VTT (soutien aux prestataires du secteurs vélo/VTT, campagne de sensibilisation cohabitation vététiste/randonneurs) ;
- Capitaliser sur les opportunités liées aux Championnats du monde Mountain Bike UCI 2025.

Pour se concrétiser, la feuille de route s'appuie sur la stratégie cantonale qui définit les lignes directrices et la vision à long terme. Cette feuille de route envoie un signal fort à nos partenaires à développer la thématique vélo-VTT dont la clientèle cible doit faire partie des priorités dans l'aménagement de l'offre, des services et du marketing d'une destination.

Lien téléchargement Feuille de route vélo-VTT 2021-2025 :

<https://www.vwpnet.ch/media/document/0/vwp-feuille-de-route-velo-vtt-20210629-web.pdf>

# Stratégie Vélo-VTT



Uebersicht Fahrradmarkt 2015 (ohne Spiel- und Kindervelo 10"-18")  
 Marché suisse de la bicyclette 2015: Vue d'ensemble (sans les vélos d'enfants ou vélos jouets 10-18")

Segmente / Catégorie	Total Stk. / pces		Total % vom Gesamttotal		Fachhandel Part commerce spécialisé		Fachhandel Part commerce spécialisé		Grossverteiler und Fachmärkte Part grands distributeurs/marchés spécialisés		Grossverteiler und Fachmärkte Part grands distributeurs/marchés spécialisés		Gesamtmarkt Marché total		Fachhandel / Part commerce spécialisé		Grossverteiler und Fachmärkte Part grands distributeurs/marchés spécialisés	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	Veränderung 2014/2015	Veränderung 2014/2015	Veränderung 2014/2015	
<b>A Sportvelos ohne Ausrüstung / Vélos de sport sans équipement</b>	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	Veränderung 2014/2015	Veränderung 2014/2015	Veränderung 2014/2015	
MTB 26"	50'954	32'818	15.6%	10.2%	26'828	17'617	52.7%	8.0%	24'126	15'201	22.1%	14.7%	-18'136	-35.59%	-9'211	-34.33%	-8'925	-36.99%
MTB 27.5"	31'866	45'267	9.8%	14.0%	27'463	33'553	86.2%	15.3%	4'403	11'714	4.0%	11.3%	13'401	42.05%	6'090	22.18%	7'311	166.05%
MTB 29"	34'260	34'159	10.5%	10.6%	31'325	31'172	91.4%	14.2%	2'935	2'987	2.7%	2.9%	-101	-0.29%	-153	-0.49%	52	1.77%
Cross 28"	11'073	10'843	3.4%	3.4%	9'175	8'654	82.9%	3.9%	1'898	2'189	1.7%	2.1%	-230	-2.08%	-521	-5.68%	291	15.33%
Rennvelo / Vélo de course	15'620	15'816	4.8%	4.9%	14'703	14'962	94.1%	6.8%	917	854	0.8%	0.8%	196	1.25%	259	1.76%	-63	-6.87%
Junior 20-24", Freestyle inkl.	37'896	31'895	11.6%	9.9%	16'225	14'877	42.8%	6.8%	21'671	17'018	19.9%	16.4%	-6'001	-15.84%	-1'348	-8.31%	-4'653	-21.47%
<b>Total Sport Segment</b>	<b>181'669</b>	<b>170'798</b>	<b>55.7%</b>	<b>52.9%</b>	<b>125'719</b>	<b>120'835</b>	<b>58.0%</b>	<b>55.0%</b>	<b>55'950</b>	<b>49'963</b>	<b>51.3%</b>	<b>48.3%</b>	<b>-10'871</b>	<b>-5.98%</b>	<b>-4'884</b>	<b>-3.88%</b>	<b>-5'987</b>	<b>-10.70%</b>
<b>B Freizeit-/Alltagsvelos mit Ausrüstung / Vélos de loisir et d'usage quotidien avec équipement</b>	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	Veränderung 2014/2015	Veränderung 2014/2015	Veränderung 2014/2015	
Citybikes 28"	54'852	53'776	16.8%	16.6%	33'868	32'928	61.7%	15.0%	20'984	20'848	19.3%	20.1%	-1'076	-1.96%	-940	-2.78%	-136	-0.65%
Citybikes 26"	13'784	15'797	4.2%	4.9%	5'792	6'332	42.0%	2.9%	7'992	9'465	7.3%	9.1%	2'013	14.60%	540	9.32%	1'473	18.43%
Junior 20-24"	14'322	14'523	4.4%	4.5%	3'590	2'462	25.1%	1.1%	10'732	12'061	9.8%	11.7%	201	1.40%	-1'128	-31.42%	1'329	12.38%
Special (Tandems, Faltvelos / vélos à plier etc.)	3'668	1'833	1.1%	0.6%	755	792	20.6%	0.4%	2'913	1'041	2.7%	1.0%	-1'835	-50.03%	37	4.90%	-1'872	-64.26%
<b>Total City Segment</b>	<b>86'626</b>	<b>85'929</b>	<b>26.6%</b>	<b>26.6%</b>	<b>44'005</b>	<b>42'514</b>	<b>20.3%</b>	<b>19.4%</b>	<b>42'621</b>	<b>43'415</b>	<b>39.1%</b>	<b>41.9%</b>	<b>-697</b>	<b>-0.80%</b>	<b>-1'491</b>	<b>-3.39%</b>	<b>794</b>	<b>1.86%</b>
<b>C Elektro-Fahrräder ohne Ausrüstung / Vélos électriques sans équipement</b>	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	Veränderung 2014/2015	Veränderung 2014/2015	Veränderung 2014/2015	
E-MTB 26", 25 km/h*	1'777	415	0.5%	0.1%	1'368	298	0.6%	0.1%	409	117	0.4%	0.1%	-1'362	-76.65%	-1'070	-78.22%	-292	-71.39%
E-MTB 26", 45 km/h**	4'795	4'654	1.5%	1.4%	4'692	4'654	2.2%	2.1%	103	0	0.1%	0.0%	-141	-2.94%	-38	-0.81%	-103	-100.00%
E-MTB 27.5", 25 km/h*	1'175	7401	0.4%	2.3%	1'152	6'946	0.5%	3.2%	23	455	0.0%	0.4%	6'226	529.87%	5'794	502.95%	432	1878.26%
E-MTB 27.5", 45 km/h**	135	794	0.0%	0.2%	135	794	0.1%	0.4%	0	0	0.0%	0.0%	659	488.15%	659	488.15%	0	0.0%
E-MTB 29", 25 km/h*	1'875	2'461	0.6%	0.8%	1'708	1'893	0.8%	0.9%	167	568	0.2%	0.5%	586	31.25%	185	10.83%	401	240.12%
E-MTB 29", 45 km/h**	3'940	3'962	1.2%	1.2%	3'937	3'957	1.8%	1.8%	3	5	0.0%	0.0%	22	0.56%	20	0.51%	2	66.67%
<b>Total ohne Ausrüstung</b>	<b>13'697</b>	<b>19'687</b>	<b>4.2%</b>	<b>4.2%</b>	<b>12'992</b>	<b>18'542</b>	<b>6.0%</b>	<b>8.4%</b>	<b>705</b>	<b>1'145</b>	<b>0.6%</b>	<b>1.1%</b>	<b>5'990</b>	<b>43.73%</b>	<b>5'550</b>	<b>42.72%</b>	<b>440</b>	<b>62.41%</b>
<b>Total sans équipement</b>	<b>13'697</b>	<b>19'687</b>	<b>4.2%</b>	<b>4.2%</b>	<b>12'992</b>	<b>18'542</b>	<b>6.0%</b>	<b>8.4%</b>	<b>705</b>	<b>1'145</b>	<b>0.6%</b>	<b>1.1%</b>	<b>5'990</b>	<b>43.73%</b>	<b>5'550</b>	<b>42.72%</b>	<b>440</b>	<b>62.41%</b>
<b>D Elektro-Freizeit-/Alltagsfahrräder mit Ausrüstung / Vélos électriques de loisir et d'usage quotidien avec équipement</b>	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	Veränderung 2014/2015	Veränderung 2014/2015	Veränderung 2014/2015	
City-E-Bike 26", 25 km/h*	7'857	5'605	2.4%	1.7%	6'180	5'249	2.8%	2.4%	1'677	356	1.5%	0.3%	-2'252	-28.66%	-931	-15.06%	-1'321	-78.77%
City-E-Bike 26", 45 km/h**	1'239	1'737	0.4%	0.5%	1'239	1'737	0.6%	0.8%	0	0	0.0%	0.0%	498	40.19%	498	40.19%	0	0.0%
City-E-Bike 28", 25 km/h*	29'708	33'139	9.1%	10.3%	21'657	24'520	10.0%	11.2%	8'051	8'619	7.4%	8.3%	3'431	11.55%	2'863	13.22%	568	7.06%
City-E-Bike 28", 45 km/h**	5'112	6'164	1.6%	1.9%	5'112	6'146	2.4%	2.8%	0	18	0.0%	0.0%	1'052	20.58%	1'034	20.23%	18	0.0%
<b>Total mit Ausrüstung</b>	<b>43'916</b>	<b>46'645</b>	<b>13.5%</b>	<b>14.4%</b>	<b>34'188</b>	<b>37'652</b>	<b>15.8%</b>	<b>17.2%</b>	<b>9'728</b>	<b>8'993</b>	<b>8.9%</b>	<b>8.7%</b>	<b>2'729</b>	<b>6.21%</b>	<b>3'464</b>	<b>10.13%</b>	<b>-735</b>	<b>-7.56%</b>
<b>Total avec équipement</b>	<b>43'916</b>	<b>46'645</b>	<b>13.5%</b>	<b>14.4%</b>	<b>34'188</b>	<b>37'652</b>	<b>15.8%</b>	<b>17.2%</b>	<b>9'728</b>	<b>8'993</b>	<b>8.9%</b>	<b>8.7%</b>	<b>2'729</b>	<b>6.21%</b>	<b>3'464</b>	<b>10.13%</b>	<b>-735</b>	<b>-7.56%</b>
<b>TOTAL Sport / City / Elektrisch</b>	<b>325'908</b>	<b>323'059</b>	<b>100.0%</b>	<b>100%</b>	<b>216'904</b>	<b>219'543</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>109'004</b>	<b>103'516</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>-2'849</b>	<b>-0.87%</b>	<b>2'639</b>	<b>1.22%</b>	<b>-5'488</b>	<b>-5.03%</b>
<b>TOTAL Sport / City / Électrique</b>	<b>325'908</b>	<b>323'059</b>	<b>100.0%</b>	<b>100%</b>	<b>216'904</b>	<b>219'543</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>109'004</b>	<b>103'516</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>-2'849</b>	<b>-0.87%</b>	<b>2'639</b>	<b>1.22%</b>	<b>-5'488</b>	<b>-5.03%</b>
<b>Zusatz: Total Elektro-Fahrräder ohne* und mit** Typengenehmigung (25 km/h oder 45 km/h)</b> <b>Supplément: Vélos électriques sans* ou avec** réception par type (25 km/h oder 45 km/h)</b>															Veränderung 2014/2015	Veränderung 2014/2015	Veränderung 2014/2015	
Total Elektro-Fahrräder / e-vélos	57'613	66'332	17.7%	20.5%	47'180	56'194	21.8%	25.6%	10'433	10'138	9.6%	9.8%	8'719	15.13%	9'014	19.11%	-295	-2.83%
Total 25 km/h	42'392	49'021	13.0%	15.2%	32'065	38'906	14.8%	17.7%	10'327	10'115	9.5%	9.8%	6'629	15.64%	6'841	21.33%	-212	-2.05%
Total 45 km/h	15'221	17'311	4.7%	5.4%	15'115	17'288	7.0%	7.9%	106	23	0.1%	0.0%	2'090	13.73%	2'173	14.38%	-83	-78.30%
<b>Zusatz: Total Mountainbikes ohne und mit E-Motor</b> <b>Supplément: Total Mountainbikes sans et avec e-moteur</b>																		
Total MTB (26", 27.5", 29") ohne und mit E-Motor / sans et avec e-moteur	130'777	131'931	40.1%	40.8%	98'608	100'884	45.5%	46.0%	32'169	31'047	29.5%	30.0%	1'154	0.88%	2'276	2.31%	-1'122	-3.49%

\*ohne Typengenehmigung / \*sans réception par type = max. 25 km/h  
 \*\*mit Typengenehmigung / \*\*avec réception par type = max. 45 km/h