



Comité technique services Déploiement de la marque « Accueil Vélo »

15 février 2018 à Nîmes

Relevé de décisions

Etaient présents :

Organisme	Prénom	Nom
Région Provence-Alpes Côte d'Azur	Sébastien	BAHOLET
Pays de Fayence	Edith	BAUDET
Région Provence-Alpes Côte d'Azur	Françoise	CARPENTIER
Hérault Tourisme	Elodie	FONTENEAU
Vaucluse Provence Attractivité	Alain	GEVODANT
Gard Tourisme	Auréli	JENESTE
Pays de Fayence	Stéphanie	LABORDE
Montpellier Méditerranée Métropole	Yann	LE MARTRET
ADT Alpes de Haute-Provence	Philippe	LEOUFFRE
Pays de Fayence	Franck	MACHABERT
Département des Alpes de Haute-Provence	Nadège	MARBOUTIN
Vélo Loisir Provence	Sylvie	PALPANT
Vélo Loisir Provence	Camille	PERRETTA
Département du Gard	Philippe	POUBLANC
ADT Pyrénées-Orientales	Isabelle	TROCHAIN
Métropole Aix-Marseille Provence - territoire du Pays d'Aix	Magali	VERRET

Remerciements à Gard tourisme pour son accueil.

Rappel de l'ordre du jour

- * Actu et rappels
- * Déploiement de la marque Accueil Vélo : état des lieux et bonnes pratiques
- * Prochaines actions
- * Communication 2018

Actu et rappels

→ Voir diaporama

En juin, 80 % de la véloroute sera en service. Cela coïncide avec la sortie du site internet grand public. Cependant, l'itinéraire ne sera pas parfait en année 1. Les partenaires devront notamment veiller à la qualité de la signalisation, élément clé de satisfaction des touristes à vélo. Il est impératif que la communication relaie la situation réelle de la véloroute sur le terrain. Les partenaires doivent donc s'efforcer de fournir régulièrement toute mise à jour d'informations, d'ici la sortie du site internet et du carnet de route. Dans un premier temps, ce sont les itinérants à vélo habitués qui sont ciblés. La cible sera élargie au fur et à mesure de l'aménagement de la véloroute.

Déploiement de la marque Accueil Vélo : vers une démarche commune

→ Voir diaporama

Situations par territoires de La Méditerranée à vélo

- * Pyrénées-Orientales :
 - L'ADT pilote le déploiement d'Accueil Vélo. Présence de 2 évaluateurs sur le territoire : l'ADT et un office de tourisme.
 - Déploiement de la marque Accueil Vélo en cours.
- * Aude :
 - Une convention de partenariat concernant le déploiement de la marque Accueil Vélo avec le territoire du Grand Narbonne sur la V80 et l'EV8,
 - Une convention en cours de validation avec la ville de Narbonne,
 - 7 professionnels labellisés sur l'EV8.
- * Hérault :
 - Hérault Tourisme pilote le déploiement d'Accueil Vélo depuis 2016,
 - 20 labellisés dont 5 sur la Méditerranée à vélo. 25 candidatures en 2018.
 - Travail en collaboration avec les offices de tourisme qui signent une convention d'évaluation déléguée. 2 à 3 commissions d'attribution par an pour valider les candidatures présentées par chaque office (la prochaine aura lieu en mars),
 - La participation de 200 € pour 3 ans n'est pas prélevée pour le moment, de façon à motiver le plus de partenaires possibles. A partir de 2019, la cotisation devra être réglée par les pros,
 - Profils : une majorité de 2/3 étoiles et quelques hôtels 4 étoiles,
- * Gard :
 - Souhaite être pilote à l'échelle du schéma départemental vélo avec un déploiement test sur l'EV8 et la ViaRhôna,
 - Déploiement de la marque en construction. D'ici fin mars : validation du mode opératoire.
- * Bouches-du-Rhône :
 - Création d'un pôle « qualification » au sein de Provence Tourisme,
 - Déploiement de la marque en lien avec les offices de tourisme et les deux parcs naturels régionaux Camargue et Alpilles au cours des 2ème et 3ème trimestres 2018 sur la ViaRhôna et La Méditerranée à vélo.

- * Vaucluse :
 - L'agence Vaucluse Provence Attractivité coordonne les évaluateurs sur son territoire. Sur l'EV8, l'évaluateur désigné est Vélo Loisir Provence qui anime déjà un réseau de professionnels labellisés.
- * Alpes-de-Haute-Provence :
 - L'ADT coordonne le déploiement de la marque sur son territoire. Sur l'EV8, l'évaluateur désigné est Vélo Loisir Provence comme sur le Vaucluse.
- * Var :
 - Pays de Fayence :
 - Déploiement d'Accueil Vélo en cours,
 - Travaille avec l'OTI et accompagné par le Pôle touristique Esterel Côte d'Azur, évaluateur de la marque.
 - Provence Verdon :
 - Une offre d'itinéraires vélo faible,
 - Déploiement d'Accueil Vélo pas identifié à ce jour.
 - Dracénie :
 - L'OTI se positionne comme évaluateur.
- * Alpes-Maritimes :
 - Déploiement sur la Méditerranée à Vélo partir de juin 2018,
 - Travail avec les offices de tourisme pour repérer les professionnels à marquer et à terme en faire des évaluateurs délégués,
 - Déploiement en lien avec la charte de qualification départementale existante,
 - Pas de démarche de qualification auprès des restaurateurs du littoral (trop de turn-over).

Evolutions de la marque nationale

Des évolutions sont applicables en 2018 (un nouveau [guide pratique](#)¹ est publié en février 2018) :

- Hébergements, offices de tourisme : le critère « Mise à disposition d'un système de recharge des vélos à assistance électrique » devient obligatoire,
- Restaurants : le critère « Mettre à disposition un système de recharge des VAE et des smartphones » devient obligatoire,
- Réparateurs : ajout du critère « QUALIFICATION PROFESSIONNELLE (Certificat de Qualification Professionnelle) obligatoire (possibilité d'accepter réparateur avec expérience s'il s'engage à suivre une formation de 1 à 3 j avant le 1er janvier 2018 - modalités à venir) ». Ce critère et les modalités de contrôle de la qualification des prestataires (QCM) semblent peu applicable à ce jour et doivent être améliorés par FVT.

Deux évolutions sont étudiées par France Vélo Tourisme pour les années à venir qui concerne les prestataires :

- ⇒ La durée d'usage de la marque pourrait être portée de 3 à 5 ans,
- ⇒ Le montant de cotisation pourrait être augmenté de 200 à 300 euros, les 100 euros supplémentaires étant versés à France Vélo Tourisme.

¹ <https://www.francevelotourisme.com/contenus/fichiers/accueil-velo-guide-pratique.pdf>

De l'évaluation à l'animation : les bonnes pratiques

→ Voir diaporama

Les échanges ont porté sur les points suivants :

- Les difficultés rencontrées pour déployer la marque Accueil Vélo :
 - Faible mobilisation de certains offices de tourisme
 - Problème d'interprétation des grilles d'évaluation (mais les Commissions d'attribution servent à harmoniser les décisions quant à la labellisation ou non du candidat)
 - Adhésion difficile de la part des sites de visites et notamment les sites classés ou villages classés du fait des normes particulières
- L'animation des professionnels labellisés :
 - A développer car cela permet d'augmenter la visibilité de l'offre : les pros se rencontrent, s'approprient l'offre et en deviennent ambassadeurs. Il y a un effet de communauté qui se crée et qui bénéficie à l'image de la destination,
 - Peut prendre plusieurs formes : formations, ateliers, rencontre annuelle, voyages d'études, espace partagé pour diffuser de l'information,
 - L'ADT 66 a créé un « drive » pour mettre en commun les outils Accueil Vélo,
 - Les groupes fermés Facebook sont peu efficaces.

Prochaines actions

Les discussions ont porté sur :

- L'état d'avancement des démarches « Accueil Vélo » :
 - Le déploiement de la marque Accueil Vélo est en cours sur la plupart des territoires traversés par La Méditerranée à vélo.
 - L'état d'avancement varie fortement d'un territoire à l'autre.
 - Le calendrier des outils de communication 2018 est très serré (sortie du site internet : Juin 2018).
- La remontée de l'offre sur le site internet :
 - Le site internet de La Méditerranée à vélo valorise uniquement l'offre labellisée « Accueil Vélo ».
 - Cette offre doit être la plus homogène et équilibrée possible, que ce soit en termes de répartition géographique ou de catégories de pros représentées afin de répondre au mieux aux besoins des itinérants. Les ruptures de services sont à éviter même en l'absence d'offre labellisée.
 - Selon les territoires, une solution de transition proposée par France Vélo Tourisme (double affichage des pros labellisés et des pros éligibles) est à étudier selon les sections.
 - Afin d'éviter une valorisation de pros non labellisés et labellisés sur une même section, il convient de s'accorder sur des principes communs aux sections concernées.

→ Les partenaires s'accordent sur le double affichage des professionnels sur le site internet. Celui-ci est accepté uniquement sur les territoires où l'offre labellisée proposée aux clientèles est trop faible et pour une durée limitée (à voir avec France Vélo Tourisme).

Les attentes des partenaires vis-à-vis de la coordination :

- ⇒ Un dialogue avec France Vélo Tourisme sur :
 - La valorisation des prestataires marqués Accueil Vélo ou éligibles au label : quelle règle pour la limitation de durée ? Quel critère remplir dans les bases de données ? Quels points de vigilance ?
 - L'amélioration des modalités d'application du critère « QUALIFICATION PROFESSIONNELLE (Certificat de Qualification Professionnelle) » pour les réparateurs.
- ⇒ La mise en place d'un kit de communication « pros » comprenant : le logo, les vidéos, le carnet de route, le flyer (carte + texte de description + adresse du site internet), les autocollants... disponible sur le site pro et distribué aux prestataires labellisés par les évaluateurs au besoin.
- ⇒ La possibilité d'intervenir lors de réunions de sensibilisation au label Accueil Vélo.
- ⇒ Pour le Copil de mai : une carte technique interactive représentant les établissements marqués Accueil Vélo pour identifier les sections avec une offre insuffisante, motiver les territoires à labelliser et à susciter la création d'activités.

Communication 2018

→ Voir diaporama

Les discussions ont porté sur :

- la nécessité d'organiser un shooting photos sur l'itinéraire pour illustrer l'ensemble des outils de communication
- le carnet de route : ajout d'un picto pour indiquer les niveaux de difficultés et la mention des directions vers les villes et transports.
- l'organisation de la 6^{ème} édition de Plus Belle La Voie avec un groupe de travail dédié qui serait constitué des référents tourisme / communication volontaires.