



MASQUÉ DE LA FRANCE - M. PROUVEILLE

Véloroutes et voies vertes : tourisme

Les véloroutes et les voies vertes se multiplient dans les régions françaises. Si elles ont toutes une dimension touristique plus ou moins affirmée, elles accueillent de multiples utilisateurs dont les attentes sont très variables.

Pour réussir leur valorisation touristique, les collectivités locales et les autres acteurs locaux, tels que les professionnels du tourisme, s'organisent en amont pour mettre en place l'ensemble des services nécessaires à la satisfaction des utilisateurs. En effet, l'apport d'une nouvelle clientèle touristique peut être considérable pour le développement durable des territoires concernés et leur valorisation économique.

Cette fiche donne des repères succincts. Pour un projet donné, il conviendra d'appuyer la valorisation touristique sur des explorations approfondies, conduites si possible en collaboration avec des acteurs spécialisés.



La véloroute du Danube, principale destination européenne pour les cyclotouristes, est un modèle pour le développement d'itinéraires touristiques et a su donner une image valorisante au fleuve sur l'ensemble de son long cours



Le canal de Briare : résidents et excursionnistes sont majoritaires

Photo de couverture : Le Pays des Châteaux à vélo (Loir-et-Cher) : un exemple de produit touristique de découverte créé à partir d'un patrimoine d'exception, les châteaux de la Loire (voir encadré "La Loire à vélo" page 4)

Le développement de la pratique des sports et loisirs de nature repose sur des valeurs diverses recherchées par la clientèle touristique et par une clientèle active ou familiale friande de loisirs différents. A la découverte, la rencontre, l'échange, le partage, s'ajoutent aujourd'hui des aspirations comme le bien-être, la demande ludique, la quête d'authenticité et la recherche d'activités non-marchandes. Ces valeurs se traduisent par de nouvelles attentes et offrent aux territoires de nouvelles possibilités de développement socio-économique, d'amélioration du cadre de vie et de valorisation du patrimoine.

Parmi leurs multiples vocations, la dimension «loisirs» des véloroutes et des voies vertes est souvent mise en avant. En effet, l'image associée aux modes de déplacement doux est synonyme de détente et d'activité ludique ou sportive pour tous. Les circulations douces renforcent d'ailleurs la singularité et l'attrait des territoires touristiques qui les organisent. En outre, les véloroutes et les voies vertes à dimension touristique permettent de faire découvrir à ceux qui les utilisent des modes de déplacement alternatifs à la voiture qui peuvent devenir quotidiens.

On distingue les véloroutes des voies vertes par le public qui les fréquente. Une véloroute, itinéraire empruntant des voies vertes et divers aménagements cyclables, s'adresse essentiellement aux cyclistes, alors qu'une voie verte accueille tous les modes de déplacements non-motorisés. Ses publics très divers, enfants, familles, personnes à mobilité réduite, personnes âgées..., pratiquent des activités variées : vélo, roller, trottinette, marche, voire équitation sur certaines portions. Sa fréquentation est plus équilibrée et diversifiée que sur la véloroute : les familles et les 30-50 ans y sont largement représentés, les femmes y sont plus nombreuses et des activités autres que le vélo y sont courantes (voir tableau page 3).

Typologie des usagers

On distingue quatre types d'usagers : les résidents, les excursionnistes, les touristes en séjour et les itinérants. Leurs caractéristiques sont très diverses, qu'il s'agisse de leur provenance, de leurs périodes de pratique, du montant de leurs dépenses ou de leurs attentes vis-à-vis de l'aménagement.

Les résidents

Les résidents partent de chez eux directement à vélo, à pied ou en roller et/ou habitent à moins de 5 km de l'itinéraire. Une faible part d'entre eux consomme au cours de leur sortie. Ils sortent surtout le week-end et à l'avant-saison mais leur pratique en semaine reste soutenue. Ils peuvent utiliser une voie verte ou une portion de véloroute pour leurs trajets domicile - travail.

Les excursionnistes

Les excursionnistes, généralement cyclistes ou rollers, prennent un autre moyen de transport – en France presque toujours la voiture – pour rejoindre les sites et effectuer des balades à la journée ou à la demi-journée. Leur niveau de consommation est élevé, avec des exigences fortes de qualité d'aménagement et de services. Pour les attirer, information et promotion sont des éléments déterminants.

Les touristes en séjour

Les touristes en séjour, essentiellement des cyclistes, sont des utilisateurs assidus des itinéraires véloroutes et voies vertes, notamment sur les sites littoraux. Le vélo y est utilisé pour la découverte de sites touristiques et comme moyen de déplacement utilitaire. Ces usagers supportent des aménagements cyclables rustiques, à condition qu'ils soient rapidement accessibles.

Les cyclistes itinérants

Les cyclistes itinérants sont, pour l'instant, souvent étrangers (Néerlandais, Allemands, Britanniques,...). Ils ne représentent qu'une minorité de clients mais ils ont un impact économique important et leurs dépenses quotidiennes sont fortes (Britanniques et Américains en particulier).

Aux Pays-Bas, une enquête évalue à 500 000 le nombre de personnes qui passent chaque année plus de deux nuitées en vacances à bicyclette. Dans le pays de Münster (Allemagne, environ 400 000 habitants), on estime à un million le nombre de nuitées imputables aux cyclistes chaque année ! On estime à 45€ la dépense journalière moyenne des cyclistes itinérants et à 220 000 le nombre de cartes et de cyclo-guides vendus chaque année.

Impact socio-économique

L'appréciation des retombées économiques des véloroutes et voies vertes n'est guère aisée car ces aménagements sont encore peu nombreux en France et leur impact économique mal connu. Les types d'usage sont très différents d'un aménagement ou d'une région à l'autre.



Cyclistes et piétons se partagent une voie verte temporaire à Paris

MAISON DE LA FRANCE - F. CHARAFFI

On ne peut donc raisonner que par estimations à partir de coûts et de résultats obtenus ailleurs et des spécificités locales.

Retour sur investissement

Les retombées pour l'économie touristique sont liées à l'attractivité du territoire considéré, à l'effort d'animation touristique consenti et au type d'aménagement réalisé.

► **Véloroutes**: l'investissement pour la création de ces itinéraires concerne essentiellement leur signalisation, leur sécurisation et l'aménagement d'aires d'arrêt. Par conséquent, l'investissement est faible et le retour sur investissement peut être rapide (l'année suivant sa mise en service, en général). Cependant, les recettes touristiques resteront modérées.

► **Les voies vertes**, en revanche, nécessitent des travaux lourds qui augmentent leur coût (acquisition du foncier, réalisation de l'infrastructure, aménagement des aires de service, signalisation, sécurisation et aménagements paysagers). Elles sont ainsi plus longues à amortir, mais le chiffre d'affaires engendré à moyen terme est important (voir ci-dessous). L'attractivité

et donc la fréquentation des voies vertes sont en effet bien supérieures à celles des véloroutes. Dans la pratique, un réseau qui combine véloroutes et voies vertes, réalisé dans un cadre favorable, génère la plupart du temps une fréquentation et des dépenses des usagers bien supérieures aux prévisions.

Les acteurs concernés

Le succès d'une véloroute ou d'une voie verte dépend à la fois de l'organisation des acteurs et de la prise en compte des attentes de tous les usagers. Il passe par trois étapes: la définition d'une stratégie, la réalisation d'un produit complet sur les plans technique et touristique, et l'attention portée à la qualité globale de l'accueil.

La coordination des acteurs publics

En matière de développement touristique, Etat, régions, départements et communes exercent des compétences partagées «en coopération et de façon coordonnée» selon la répartition des compétences dans le domaine du tourisme en France. D'autres acteurs institutionnels complètent cette organisation: parcs naturels régionaux, pays, pays touristiques. Les collectivités territoriales doivent veiller à rendre cohérents les schémas régionaux et départementaux du tourisme avec leurs schémas de déplacements doux.

En fonction des clientèles visées, il convient d'adapter l'échelle de coordination aux projets: pour les trajets moyenne et longue distance, des itinéraires et boucles doivent être élaborés sur plusieurs départements, voire plusieurs régions. L'animation et la qualité du parcours doivent être assurées par une coordination proche du terrain.

Partenariat public - privé

Les collectivités territoriales suscitent la mise en place d'un partenariat public-privé capable de proposer un ensemble de services utiles aux touristes. Les responsables du développement touristique doivent y être associés dès l'origine afin de permettre un dialogue constant entre les responsables du projet et les professionnels locaux: restaurateurs, hébergeurs et loueurs... Les collectivités peuvent initier, voire assumer certains de ces services en complémentarité avec ceux des prestataires privés. Un portage public peut même parfois se révéler indispensable dans les premiers temps de l'ouverture au public pour répondre à certaines demandes: réparation, gardiennage, restauration... Par ailleurs, les services loisirs-accueil peuvent concevoir des séjours et les commercialiser.

Exemples de coûts

Lieu - Type d'aménagement	Coût global	Coût au km
Avenue verte (76); VV*	-	150 000 €
Bordeaux - Sauveterre (33); VV*	3,96 M€	76 200 €
Canal de la Marne au Rhin (67); VV*	3,81 M€	76 200 €
Givry - Cluny (71); VV*	2,01 M€	45 700 €
Thionville (57); VV*	1,20 M€	39 600 €
Pays des châteaux (41); VR	3,00 M€	10 000 €
Aquitaine (Estimation du schéma régional); VR	-	9 800 €

*VV: voie verte; VR: véloroute

Economie d'un projet : Avenue verte en Seine-Maritime

Coût total: 10,5 M€ pour 70 km
Fréquentation: 100 000 nuitées/an
Dépense quotidienne par touriste: 60 €
Chiffre d'affaires touristique: 6 M€

Le temps de parvenir à la fréquentation attendue et au retour sur investissement (chiffre d'affaires touristique annuel équivalent au montant de l'investissement) est estimé à quatre ans après l'achèvement complet de l'itinéraire.

Source CDT 76

Fréquentation et types d'usagers des voies vertes

Distinction par motif de fréquentation	Promenade	Sport	Utilitaire	Itinérant
Sur voie verte	71%	21%	7%	1%
Par les résidents	64%	29%	6%	1%
Par les touristes	70%	18%	6%	6%
Comparaison vélo sur route	50%	42%	4%	4%

Distinction par tranche d'âge	-20 ans	20-30 ans	30-40 ans	40-50 ans	50-60 ans	+60 ans
Voie verte	10%	16%	23%	24%	17%	10%
Comparaison vélo sur route	11%	13%	19%	23%	19%	15%

Distinction par sexe	Femmes	Hommes
Sur voie verte	35%	65%
Comparaison vélo sur route	16%	84%

Distinction par mode de pratique et forme de convivialité	Entre amis	En famille	En sortie organisée	Seul
Jogging	23%	17%	4%	56%
Roller	42%	28%	-	30%
Vélo	28%	27%	5%	40%
Marche	27%	38%	1%	34%
Comparaison vélo sur route	33%	13%	7%	47%

Source AFIT/VNF/Altermodal - 2003

Définir une stratégie

Réalisées comme produit d'appel ou comme complément à l'offre touristique existante, les véloroutes et voies vertes doivent s'appuyer sur l'identité et les atouts du territoire environnant. La clientèle touristique existante, le bassin de population permanente et de chalandise, le niveau de notoriété de la région, les attraits naturels et patrimoniaux, etc., doivent être évalués par une étude précise, pour que l'aménagement anticipe au mieux les attentes des utilisateurs. L'offre concurrentielle et/ou complémentaire d'autres produits touristiques ne doit pas être oubliée.

La Loire à vélo

La Loire à vélo est un produit touristique créé à partir du patrimoine des châteaux de la Loire. Cet itinéraire réunit des partenaires multiples. Les Régions Centre et Pays de la Loire apportent une partie du financement et coordonnent la communication et les maîtrises d'ouvrage à travers une charte d'aménagement. Elles exercent elles-mêmes la maîtrise d'ouvrage et l'entretien de la signalisation.

Les départements et les agglomérations concernés procèdent aux acquisitions et autres procédures de maîtrise du foncier, assurent la maîtrise d'ouvrage des études techniques et des travaux de voirie, ainsi que l'entretien lourd de l'itinéraire. Sont assurés par les communes : l'entretien léger (fauchage des accotements, balayage...) et la maîtrise d'ouvrage des aires d'accueil en lien avec les pôles touristiques. Si la Loire est déjà commercialisée par les tour-opérateurs étrangers spécialisés dans le tourisme à vélo, l'aménagement spécifique des bords du fleuve est susceptible d'attirer jusqu'à 200 000 cyclistes supplémentaires par an, qu'ils soient habitants proches, touristes en séjour ou cyclotouristes itinérants.

Cependant, l'offre ne créant pas nécessairement la demande, une analyse de clientèle pour chaque projet est indispensable. L'offre peut se segmenter en quatre types de véloroutes ou voies vertes ayant chacun une stratégie de positionnement spécifique :

► *Les véloroutes et voies vertes urbaines et périurbaines* pour une clientèle de résidents représentent un potentiel considérable de développement et ont un impact important sur la pratique quotidienne du vélo en ville. Les fréquentations possibles sont de l'ordre de 3 à 7 passages par an et par habitant (750 000 passages par an à Annecy et 500 000 à Chambéry). La dépense par usager peut varier entre 0,5€ et 4€ par passage, selon l'offre touristique environnante.

► *Les véloroutes et voies vertes rurales* (exemples : Givry-Cluny, Hautes-Vosges) visent une clientèle d'excursion à la journée et de court séjour ; elles constituent un outil de développement local. On peut compter sur une fréquentation autour de 3 à 5 passages par an pour 100 habitants, pour des trajets inférieurs à une heure. L'impact économique peut

être conséquent : de 10€ à 14€ par personne, par excursion et 41€ en moyenne par jour pour les courts séjours. Cette stratégie demande un engagement fort de la collectivité en matière d'aménagement comme de promotion.

► *Les véloroutes et les voies vertes littorales* (celles de Gironde et de l'Ile-de-Ré par exemple) visent une clientèle touristique en séjour ; elles seront un facteur indispensable à la qualité des stations dans les années à venir. Pour des trajets inférieurs à 5 km, la fréquentation est de 5 à 20 passages par an et par lit touristique. L'impact économique direct est difficile à apprécier, mais ces équipements peuvent contribuer à augmenter la durée moyenne des séjours, permettre de développer une offre de courts séjours et constituer un élément déterminant dans le choix de la destination.

► *La stratégie itinérante* est pertinente sur quelques itinéraires à fort potentiel touristique (voir ci-contre). Les touristes ciblés ont un fort pouvoir d'achat et sont plus sensibles aux services qu'à des aménagements lourds. La fréquentation attendue peut se situer entre 20 et 100 nuitées par an et par km selon les situations. L'impact économique peut s'évaluer de 46€ à 61€ par personne et par jour. Il peut atteindre 460€ par jour avec certaines clientèles étrangères des tour-opérateurs.

Réaliser un produit complet...

Le succès des véloroutes et voies vertes dépend à la fois d'une réalisation de qualité sur le plan technique et de la conception d'un produit complet sur le plan touristique.

... sur le plan technique...

Les véloroutes et les voies vertes doivent être parfaitement aménagées sur le plan technique : accès, stationnement, entretien, relais vélo, signalisation et cartographie doivent être particulièrement soignés.



Les pistes cyclables littorales favorisent l'apprentissage du vélo dans de bonnes conditions (Ile-de-Ré)

Répartition courante des responsabilités en matière de coordination, de montage et de commercialisation de produits touristiques liés aux véloroutes et voies vertes

Niveau territorial	Champs d'action	Produits concernés
National	Promotion à l'étranger	Itinérance/longs séjours
Régional	Communication (salons, sites Internet, guides, cartes,...), relations avec les tour-opérateurs, organisation de l'accessibilité en train	Moyens/courts séjours
Départemental et intercommunal	Communication, mobilisation des prestataires, labellisation : hébergement, restauration, commercialisation des produits	Moyens/courts séjours
Local	Evénements, réservation, animation, accueil, information, services (location...)	Journée/excursion

► *L'accès par les transports publics et la voiture* : les véloroutes et les voies vertes permettent le développement d'un tourisme durable à condition que leur accès privilégie les transports alternatifs à la voiture. Les autorités responsables de la planification des déplacements doivent veiller à garantir, depuis les agglomérations, l'accès direct à vélo, en roller... par des aménagements sûrs et/ou l'accès en transport public. Celui-ci s'organise en les raccordant aux gares, en prévoyant le transport des vélos dans les trains et autocars, en offrant des services de location de vélo en gare. L'accès et le stationnement automobiles ne doivent cependant pas être négligés.

► *Le stationnement des vélos* doit être prévu en tout point d'arrêt : lieux de visite, sites touristiques...

► *Les relais vélo*, lieux d'information et de services aux usagers, sont un élément important de l'attractivité et de l'animation d'un itinéraire (voir bibliographie fiche 1).

► *L'entretien*, partie intégrante de la qualité du produit, doit être prévu dès la conception du projet (voir bibliographie fiche 3).

► *La qualité de la signalisation* des aménagements est impérative pour assurer la sécurité et le confort des usagers et permet en outre de jalonner les itinéraires, d'y faciliter le rabattement des usagers et d'indiquer les gares, hébergements, commerces, lieux de visite... (voir bibliographie).

► *Cartographie* : guides et cartes sont complémentaires de la signalisation et peuvent prendre plusieurs formes : *la fiche d'itinéraire* (avec schémas ou cartes, informations touristiques, idées de promenades complémentaires), simple, pratique et peu coûteuse, elle peut être distribuée gratuitement aux promeneurs à la journée ; *le guide d'itinéraires* décrit plusieurs itinéraires rassemblés dans un ouvrage ou une pochette de fiches destinés à des sportifs ou à des pratiquants locaux réguliers ; *le topo-guide* comporte, outre des cartes précises, des informations sur les hébergements, les restaurants, les gares... et vise une pratique itinérante longue distance.

... et sur le plan touristique

Pour l'essentiel, les produits liés aux véloroutes et voies vertes sont des séjours ou des circuits pour les cyclistes. Les clientèles émergentes, patineurs et handicapés, peuvent devenir importantes, à condition que les itinéraires

empruntent quasi exclusivement des voies vertes.

Selon l'origine des touristes, les attentes, et donc les produits à proposer, sont très divers. Si les Français composent eux-mêmes leur circuit, les touristes étrangers (allemands, américains par exemple) s'adressent couramment à un tour-opérateur pour l'organisation de leur séjour. La constitution progressive d'un réseau continu d'itinéraires pour de moyennes ou longues distances sur le territoire national permettra de plus en plus à ces offres, notamment itinérantes, de se développer («Du Léman à la mer» par exemple).

Hébergement

L'hébergement représente un point clé pour le développement du tourisme à vélo avec une série de services, parfois contraignants pour l'hébergeur, à assurer : un garage à vélos, des repas adaptés, un espace et un outillage pour nettoyer et réparer les vélos, une pièce pour faire sécher les vêtements, la possibilité de transports des bagages... La mise en place de chartes signées avec des hôteliers qui s'engagent pour un accueil de qualité est recommandée (par exemple, «Logis vélo» (du réseau des Logis de France) pour les hôtels, «Vélocamp» (de la Région Centre) pour les campings).

Location de vélos

La location de vélos demande un véritable professionnalisme. Le travail en réseau des loueurs accroît l'attractivité d'un territoire touristique et permet d'assurer l'entretien des vélos avec un personnel qualifié et de proposer des services : services de livraison des vélos dans les gares et les hébergements, conseil d'itinéraires, vente de topo-guides, accompagnement de randonnées...

Montage des produits

Le montage du produit relève principalement des opérateurs privés. Français ou étrangers sont de plus en plus nombreux à développer une offre spécifique au fur et à mesure que la qualité des itinéraires et le niveau des services proposés s'élèvent.

Les opérateurs locaux (services loisirs accueil, comités départementaux de tourisme, offices de tourisme) proposent aussi des circuits ou séjours.

Internet joue un rôle important pour la distribution en direct. Les pratiquants des véloroutes et des voies vertes, plutôt individualistes, utilisent davantage ce média que la moyenne de la population,



La berge du Rhône à Lyon : une voie verte urbaine plébiscitée



Le roller, une pratique émergente pour les courts séjours

DELEONMETZGER

APTI



Des cartes simples visent principalement les clientèles de court séjour

Éléments bibliographiques

- ▶ *Voies vertes : fréquentation et impact* (Agence française de l'ingénierie touristique, 2003), www.afit-tourisme.fr
- ▶ *Politique cyclable et valorisation touristique* (Association des départements cyclables, 2004)
- ▶ *Modèles français de valorisation touristique* (Association des départements cyclables, 2004), www.departements-cyclables.org
- ▶ *La signalisation des aménagements et des itinéraires cyclables* (CERTU, 2004), www.certu.fr
- ▶ *Les voies vertes de France, catalogue touristique* (Association française pour le développement des véloroutes et voies vertes, 2003), www.af3v.org
- ▶ *Fiches "Véloroutes et voies vertes"*:
1- Relais vélo,
2- Traversées d'agglomération,
3- Choix techniques,
4- Ouvrages d'art (Mission nationale véloroutes et voies vertes, Paris, 2001-2004), www.ecologie.gouv.fr

Schéma national des véloroutes et voies vertes : définitions

Les **véloroutes** sont des itinéraires pour cyclistes à moyenne et longue distance, d'intérêt départemental, régional, national ou européen, reliant les régions entre elles et traversant les agglomérations dans de bonnes conditions. Elles empruntent tous types de voies sécurisées dont les voies vertes.

Les **voies vertes** sont des aménagements en site propre réservés aux déplacements non-motorisés. Elles sont destinées aux piétons, aux cyclistes, aux rollers, aux personnes à mobilité réduite et aux cavaliers, dans le cadre du tourisme, des loisirs et des déplacements de la population locale.

Les **itinéraires** doivent être linéaires, continus, sécurisés, jalonnés, balisés et adaptés aux cyclistes de tout niveau ; leur déclivité, notamment, sera limitée à 3% en général avec, éventuellement, quelques exceptions en montagne. Offrant un très haut niveau de sécurité et entretenus en permanence, ils doivent être incitatifs mais non obligatoires, offrir des services spécifiques vélo, locaux, touristiques... en liaison avec les transports publics – et notamment le train – auxquels ils donnent accès.

ce qui leur permet de composer eux-mêmes leur séjour.

Suivi de qualité et suivi économique

Les acteurs du tourisme doivent s'assurer auprès des responsables techniques de la bonne qualité de l'itinéraire, de sa réalisation à son entretien courant (voir bibliographie fiche 3). Ils doivent aussi veiller à la qualité de leurs propres services. Les certifications globales (qualité de l'accueil dans les offices de tourisme, par exemple) ou les labels ciblés existants peuvent les y aider.

Des enquêtes régulières permettent, en outre, d'étudier fréquentation et satisfaction des usagers, d'anticiper l'évolution des attentes et d'adapter l'offre pour tenter de capter des utilisateurs encore hésitants.

Enfin, l'importance des investissements consentis nécessite qu'un suivi économique soit mis en place. Les ratios évoqués plus haut donnent des repères pour évaluer la rentabilité d'un aménagement. Cette évaluation doit être conduite en partenariat avec les professionnels du tourisme, pour rapprocher la fréquentation des chiffres d'affaires des prestataires.

Communiquer et promouvoir

En France, les véloroutes et voies vertes sont récentes et encore méconnues. D'après les enquêtes réalisées, le bouche à oreille est la première source de connaissance de ces itinéraires. Il est donc indispensable que des efforts particuliers

soient entrepris en matière de communication et de promotion, surtout pour en souligner la dimension touristique.

▶ *La communication* sur les produits véloroutes et voies vertes doit s'intégrer à la communication sur l'image de la destination. Ses objectifs sont à la fois quantitatifs, avec la recherche d'un surcroît de notoriété ou de gain de parts de marché, et qualitatifs, avec le ciblage de clientèles prioritaires, l'amélioration de l'image, de l'information ou du service.

▶ *La promotion* : localement, les comités départementaux et régionaux du tourisme ont intérêt à assurer une promotion interne et transversale pour faire connaître ces aménagements aux acteurs concernés. En externe, pour atteindre la clientèle potentielle des véloroutes et voies vertes, les salons et la presse spécialisés sont mieux adaptés que les salons généralistes et les relations avec la presse grand public.

▶ *Événements* : la programmation d'événements autour des itinéraires (fête nationale «Tous à vélo», chaque premier week-end de juin ; manifestations sportives ; parcours ludiques ; fêtes locales) et l'organisation de circuits de découverte pour les professionnels du voyage et les journalistes spécialisés permettent aux clientèles potentielles et aux intermédiaires de découvrir les aménagements et les produits correspondants.

▶ *Site Internet* : la création d'un site accessible en plusieurs langues, représente un atout indispensable. Sa réalisation doit être envisagée avec l'aide de professionnels.

Fiche 5

Véloroutes et voies vertes : tourisme

Fiche publiée en coédition et diffusée par :

- ministère de l'Écologie et du développement durable, 20 av. de Ségur, 75302 Paris 07 SP, www.ecologie.gouv.fr
- ministère de la Jeunesse, des sports et de la vie associative, 95 av. de France, 75650 Paris Cedex 13, www.jeunesse-sports.gouv.fr
- ministère de l'Équipement, des transports, de l'aménagement du territoire, du tourisme et de la mer, La Grande Arche, paroi sud, 92055 Paris La Défense Cedex, www.equipement.gouv.fr
- ministère délégué au Tourisme/Agence française de l'ingénierie touristique : 23 place de Catalogne, 75685 Paris Cedex 14, www.tourisme.gouv.fr

Comité de rédaction :

S. Baholet (MDT), H. Berthaut (Délégation régionale au tourisme de Champagne-Ardenne), J.M. Berthier (MEDD), D. Delaye (MJSVA), M. Dumont (Afit), K. Dupuy (Fédération nationale des pays touristiques), N. Mercat (Altermodal), I. Raymond (Délégation régionale au tourisme de Haute-Normandie), J.M. Tétart (METATM), B. Toilliez (Comité départemental du tourisme 76), C. Thomé (ADC), C. Vocher (MDT), J.C. Vocher (Véolia Environnement)

Conception - réalisation :

Amarcande, Francine Loiseau, 57, rue de Lancry, 75010 Paris

janvier 2005

