



Meilleures pratiques en cyclotourisme, le cas de la Route du Coeur

[19 avril 2006] Pour plusieurs voyageurs, le cyclotourisme constitue une façon inspirante et sportive de découvrir une destination. Malheureusement, la contrainte des reliefs montagneux et le niveau de difficulté des pistes cyclables de certaines régions touristiques représentent un enjeu considérable lorsqu'il est question de rendre accessible le parcours au plus grand nombre d'adeptes possible. Dans la région d'Emmental, en Suisse, l'instauration d'un service de location de vélos électriques s'est avérée une piste de solution novatrice et bénéfique.

Le Réseau de veille était présent sur le Vieux Continent dans le but de comparer les façons de faire dans le développement et la mise en marché du cyclotourisme et d'étudier certains exemples de succès. Voici une première analyse des meilleures pratiques touristiques observées.

La route du coeur dans la région d'Emmental

Reconnue pour ses paysages vallonnés, son caractère rural et, bien entendu, son renommé fromage, la région d'Emmental est un véritable terrain de jeux pour les amateurs de plein air; les touristes sont également séduits par la diversité du paysage.

Mais comment réussir à développer une route cyclable au fort potentiel touristique dans une région montagneuse, sachant que seuls les plus sportifs pourront s'y aventurer? En Europe, le plus important contingent de cyclotouristes est âgé de 50 à 59 ans et s'intéresse davantage aux circuits panoramiques qu'au défi que représentent les inclinaisons prononcées. C'est cette problématique qu'a tenté de résoudre la région d'Emmental, en Suisse, afin d'améliorer la commercialisation de son tronçon cyclable, la route du coeur, qui s'étend sur 55 kilomètres, avec 1400 mètres de dénivellation.



© Herzroute

Malgré des atouts, d'imposants défis

La route du coeur est caractérisée par un paysage de forêts, de sommets, de vallées et de villages pittoresques. Contrairement à la plupart des routes cyclables qui traversent des régions montagneuses, la route du coeur ne serpente pas le creux des vallées, mais sillonne les parois et la cime des montagnes de chaque côté, projetant un panorama qui met en valeur la beauté de la région. La route emprunte les chemins secondaires, offrant aux utilisateurs un contact direct avec la culture locale.

Bien que le fait de pédaler en altitude permette d'avoir une vue scénique fort agréable, il n'est pas donné à tous de franchir aisément les montées que ce type d'ascension impose. Les gestionnaires se sont donc trouvés devant le défi de promouvoir la route du coeur avec un objectif de rendre le produit accessible. Il s'agissait d'intéresser un grand nombre de cyclotouristes, non seulement les adeptes du vélo les plus sportifs, mais aussi ceux qui ne sont pas en aussi grande forme physique. Et si le choix du vélo utilisé constituait la solution à cette contrainte?

Des partenaires non traditionnels à la rescousse

Pro-Emmental, organisme responsable du développement touristique et économique de la région, s'est associé à plusieurs partenaires, dont la compagnie de vélos électriques Biketec AG (Flyer) qui a proposé d'expérimenter sur cette voie cyclable un produit destiné à rendre le trajet plus accessible. Ainsi, les touristes désirant parcourir la route du coeur peuvent louer un vélo électrique auprès de la compagnie Rent a Bike, également partenaire du projet.

Il y a six points de service pour la location ou le retour des vélos électriques (ou réguliers), dont trois se trouvent dans des stations de train. Ainsi,

Recherchez



l'itinéraire linéaire de la route du coeur n'oblige pas les utilisateurs à faire demi-tour. L'utilisation du train constitue également une option intéressante pour revenir à son point de départ.

Comme l'utilisation d'un vélo électrique nécessite l'usage de batteries, deux stations d'échange sont aménagées en conséquence, afin que les utilisateurs n'aient pas à porter des pièces de rechange. Fait intéressant, ce sont des partenaires de l'industrie touristique qui sont responsables de ces points de service, soit une fromagerie de démonstration et un hôtel. Inaugurée en 2003, la route du coeur propose aujourd'hui un itinéraire à travers les régions d'Emmental, d'Oberaargau et de Luzerner Hinterland.

Un succès commercial pour la région

La route du coeur constitue un exemple efficace de marketing croisé. La réussite du développement de ce projet n'aurait pas été possible sans la coopération entre les partenaires, en dépit des intérêts distincts de ces derniers. La synergie des efforts déployés dans la promotion, le partage d'information et des réseaux de clients se sont avérés bénéfiques. Afin de mieux vendre la région, on a aussi créé un slogan promotionnel approprié:

«Avec les vélos Flyer, la région d'Emmental devient plane.»

Ce sont notamment l'hospitalité locale des aubergistes, les jolies fermes, une histoire riche et des activités culturelles régionales que l'on vend aux cyclotouristes.

En outre, à compter de 2006, la route du coeur adoptera une nouvelle signalisation conforme à celle de la fondation «La Suisse à vélo». Des panneaux de signalisation respectant le graphisme et les couleurs du réseau national et incluant le logo de la route du coeur remplaceront les premiers logos qui avaient été dessinés sur le sol lors de la phase initiale du développement.



Sur la Route du Coeur

Dès la saison 2006, des forfaits comprenant les services de plusieurs partenaires seront inclus dans l'offre cyclotouristique de la route du coeur. On constate par ailleurs la nature inspirante du projet, puisque d'autres régions de la Suisse souhaitent imiter ce modèle.

Pour conclure, l'exemple de la région d'Emmental représente un cas intéressant, pour les raisons suivantes:

- il illustre une façon originale de transformer une problématique en opportunité d'affaires;
- il innove grâce à l'utilisation de technologies de pointe;
- il améliore l'accessibilité d'une région, tout en misant sur l'énergie propre;
- il utilise une stratégie marketing qui profite à tous les partenaires du projet;
- il constitue un modèle facilement exportable à d'autres situations.

Amélie Racine et [Claude Péloquin](#)

Source:

- Racine, Amélie et Mark Schanzleh. «Étude sur le cyclotourisme suisse, allemand et néerlandais», Réseau de veille en tourisme, mars 2006.

Vos commentaires | Politiques de confidentialité

Copyright © 2006 Réseau de veille en tourisme, Chaire de tourisme Transat, École des sciences de la gestion, UQAM.
Tous droits réservés | Conception Onyris

