



# BILAN DU FESTIVAL DU VÉLO PREMIÈRE ÉDITION – ANNÉE 2019



Rédigé par Maurienne Tourisme



Allons-y pour quelques chiffres !



13 ANIMATIONS HORS VILLAGE & PRÈS DE 500 PARTICIPANTS

2 ascensions de cols sans voiture  
1 soirée conférence débat «Sport & santé»  
2 soirées projection sur le voyage itinérant  
3 sites d'animations et de découverte du pumptrack  
4 parcours de randonnées cyclotouristiques  
1 challenge sportif au profit du handicap  
1 parade déguisée à vélo

1 SOIRÉE AVEC 4 ANIMATIONS MUSICALES

2 DJ + 1 démo de peinture en live  
1 tête d'affiche: Peter Harper  
1 groupe local: Pitt Poule

14 EXPOSANTS SUR LE SALON

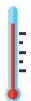
3 écoles de vélo  
1 organisateur de course  
1 office de Tourisme  
3 équipementiers  
1 magasin de vélo  
1 hôtebergeur  
1 espace culturel  
2 structures territoriales  
1 association caritative

25 ANIMATIONS SUR LE VILLAGE

10 animations sportives  
2 animations «bien-être»  
5 spectacles/animations musicales  
8 animations ludiques

1500 VISITEURS SUR LE VILLAGE

Samedi : 740 pers  
Soirée concert: 496 pers  
Dimanche: 261 pers



La canicule des 29 & 30 juin n'a pas été favorable à cette première édition du festival. Les fortes chaleurs enregistrées ont largement freiné le public à sortir et à participer aux animations proposées essentiellement en extérieur.

## Défi n°1 Fédérer les acteurs du territoire autour d'un projet commun en vue d'instaurer une véritable culture autour du vélo.

L'organisation du festival a inspiré et motivé un large panel d'acteurs locaux d'horizons différents: offices de tourisme,  clubs cyclos, moniteurs, magasins de vélos, associations d'animation cantonales, groupements de commerçants, collectivités, artistes, établissements scolaires, etc. Elle a été l'occasion de créer de nouvelles collaborations et d'en renforcer d'autres.

Cet évènement a marqué le début d'une dynamique collective qui n'attend qu'à être renforcée. Notons cependant  que le vélo n'est pas un sujet qui fait l'unanimité auprès de tous les locaux qui y voient surtout des contraintes (partage de la route, surfréquentation de certains cols, fermetures de routes lors d'évènements, mauvais comportements des cyclistes) La mise en place d'une culture du vélo va demander certainement un peu de temps.

« EXCELLENTE JOURNÉE ET SOIRÉE ! VOUS POUVEZ D'ORES ET DÉJÀ COMPTER SUR NOTRE SPONSORING L'ANNÉE PROCHAINE !  
STÉPHANE HÉGRON - BOUYGUES TP RF »

« JE TIENS RÉELLEMENT À VOUS REMERCIER, NOUS AVONS PASSÉ UN SUPER WEEK-END PARMIS VOUS. TOUTE VOTRE ÉQUIPE NOUS A ACCUEILLI AVEC LE SOURIRE ET À BRAS OUVERTS, CE FUT UN VRAI PLAISIR DE TRAVAILLER AVEC VOUS !  
PIERRE - AGENCE BLACKOWL »

« FÉLICITATION POUR L'ORGANISATION DU SALON DE CE WE, BRAVO À TOUTE L'ÉQUIPE QUI A ÉTÉ MOBILISÉE ET S'EST INVESTIE SANS COMPTER  
SERGE DELÉGLISE - INTERSPORT »



Plusieurs animations ont dû être annulées à cause des fortes chaleurs. Le nombre de personnes touché a été, par conséquent, assez limité.

Avons-nous relevé les défis initiaux ?



« TOUT D'ABORD, BRAVO ET MERCI POUR CETTE BELLE MANIFESTATION DE CE WE! UNE ORGA AU TOP, UNE DIVERSITÉ DE STANDS ET D'ACTIVITÉS [...] C'ÉTAIT VRAIMENT INTÉRESSANT DE METTRE EN SCÈNE LE VÉLO DANS TOUS LES TYPES DE PRATIQUES POSSIBLES! SANS OUBLIER, UN CONCERT AU TOP POUR COURONNER LE TOUT. BON CERTES, ON AURAIT AIMÉ VOIR PLUS DE MONDE, MAIS POUR UNE PREMIÈRE ÉDITION DANS DES CONDITIONS «CANICULAIRES» C'ÉTAIT VRAIMENT RÉUSSI ET PROMETTEUR, RDV L'ANNÉE PROCHAINE ON L'ESPÈRE TOUS! »  
ARNAUD BALLY - BÉNÉVOLE »

## Défi n°2 Promouvoir le vélo sous toutes ses formes et pour tous les publics



La diversité des animations proposées au cours de la semaine et au sein du village ont eu pour finalité:

- d'aborder le vélo sous tous les angles (vélo mobilité, vélo santé, vélo sport, vélo découverte)
- de toucher un public varié (jeunes et moins jeunes, initiés et novices, personnes en situation de handicap, etc.)
- de sensibiliser les participants à de nouvelles pratiques (trial, BDD, Dirt Monster, Fat bike, enduro, aquabike, VAE, etc.)

## Défi n°3 Apporter un coup de projecteur au territoire

😊 L'organisation du festival a permis à la presse locale et nationale de parler de la vallée sous l'angle du vélo mais pas que ! Au-delà du côté sportif, les aspects conviviaux, accessible et festif ont également été largement valorisés.

### DANS LA PRESSE ÉCRITE SPÉCIALISÉE

- Le monde du plein air & le monde du camping car
- Vélo 101
- Planète cyclisme
- Wider
- 3 bikes.fr
- Bike café
- Cyclotourisme

### DANS LA PRESSE LOCALE

- 123savoie.com
- Planète kiosque
- Actu montagne
- Le Dauphiné
- MB Live
- Maurienne TV
- La Maurienne

### SUR LES ONDES RADIOS

- France Bleu
- RTL 2
- NRJ
- Chérie FM
- RCF
- Radio Mont Blanc
- ODS Radio



Et dans beaucoup d'AGENDAS EN LIGNE notamment pour la soirée concert.

😞 La Maurienne aurait pu faire un véritable «buzz» si la fermeture d'un tronçon d'autoroute pour accueillir la vélo parade avait été acceptée par les services de l'Etat.

## VIA UNE CAMPAGNE D'AFFICHAGE ET DE DISTRIBUTION DE FLYERS

- Distribution de plus de 200 000 flyers/programmes:
  - dans toutes les boîtes aux lettres de Maurienne, dans les Offices de Tourisme et auprès de certains partenaires.
  - à l'occasion de salons (Be fit + Moov Elec à Aix les Bains, Vélo Vert Festival à Villard de Lans)
  - dans les magasins de sport, grandes surfaces, espaces culturels et de loisirs sur le secteur de Grenoble, Saint-Etienne, Lyon
  - dans le Dauphiné - TV Mag secteur Savoie, Sud Isère

- Affichage dans les abris bus de Saint-Jean-de-Maurienne
- Affichage de la soirée concert dans toute la vallée

😊 La communication «print» a été relativement importante et a potentiellement touché un bassin de population non négligeable.

😞 Il est très difficile d'évaluer l'efficacité de ce type de communication et la portée qu'elle peut avoir auprès de la population.  
Les acteurs locaux (entreprises, membres du label Qualité Cyclo, commerçants, etc.) pouvant être de bons relais de communication, n'ont pas été suffisamment associés dans la démarche.

## VIA LA COM' DIGITALE, LE SITE WEB ET LES RÉSEAUX SOCIAUX

La communication digitale a été basée sur deux outils : un site internet dédié et les réseaux sociaux. Une campagne publicitaire nous a permis d'accroître notre visibilité, notamment sur Facebook.

- **Site web** [www.festival-velo-maurienne.com](http://www.festival-velo-maurienne.com)
  - Sur juin / juillet le site a généré 13 000 vues et 4 300 visiteurs
  - Les rubriques les plus visitées : accueil, parcours sportifs, village d'animations, randos cyclos, concerts

- **Réseaux sociaux :**
  - Facebook : Un événement créé qui a touché 7 500 personnes, la plupart habitant en Maurienne ou dans la région AURA.
  - Instagram : Un compte pour faire circuler les photos / vidéos en temps réel. Il n'a pas pu être exploité au maximum car peu de participants.

Les résultats des publicités ont été au-delà de nos attentes, et l'impulsion du partage de l'information par les habitants de la vallée a donné une réelle visibilité à la campagne de communication. Plus de 100 000 internautes ont vu une ou plusieurs des publicités.

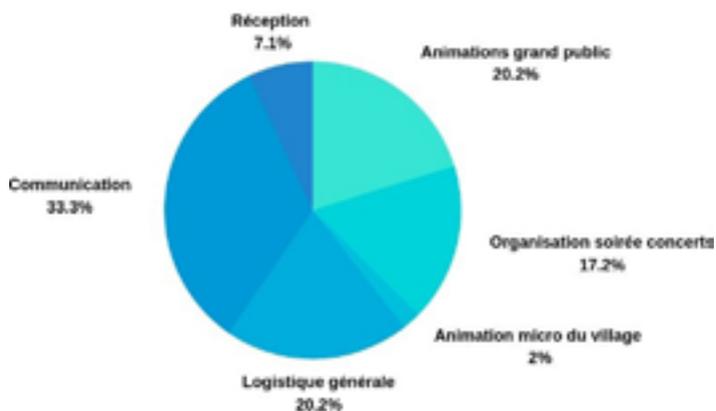
Et si on parlait  
**Budget ?**



**Budget  
prévisionnel  
160 000 €  
(Hors RH)**

UNE BONNE GESTION DU  
BUDGET avec des dépenses  
moindres pour un résultat à la  
hauteur des attentes initiales.

**Budget  
réalisé  
120 000 €  
(Hors RH)**



Un tableau des dépenses réalisées détaillé est disponible sur demande



### UN BUDGET À LA HAUTEUR DES AMBITIONS

Cette première édition du festival a été possible grâce au soutien financier de plusieurs partenaires publics et privés.

- MAURIENNE TOURISME
- SYNDICAT DE PAYS DE MAURIENNE
- ETAT DANS LE CADRE DE LA DÉMARCHE GRAND CHANTIER (TELT)
- RÉGION
- DÉPARTEMENT DE LA SAVOIE
- BOUYGUES



La commune de Saint-Jean-de-Maurienne, ville d'accueil du festival, a également contribué à la réussite de l'opération en mettant à disposition ses infrastructures, ses équipements et son personnel (coût estimé des RH: 10 000 € env).



Un seul partenaire privé a participé au financement de l'opération; les prises de décisions budgétaires ayant été tardives, il a été difficile d'en trouver d'autres.



### ENQUÊTE DE SATISFACTION ENVOYÉE À TOUS LES PARTICIPANTS DU FESTIVAL:

STAFF, EXPOSANTS, PRESTATAIRES D'ANIMATION, BÉNÉVOLES.

TOTAL = 30 réponses d'appréciation et de préconisations en vue d'une prochaine édition.

Enquête de  
satisfaction  
**Résultats**

#### DATE RETENUE DU DERNIER WEEK-END DE JUIN

- + Période clémente pour organiser le festival qui compte beaucoup d'animations en extérieur. Permet de lancer le début de la saison vélo.
- Période très chargée en animations. Il est, par conséquent, plus difficile de mobiliser des partenaires et prestataires, de toucher le public qui se retrouve sollicité de toutes parts et de se démarquer en matière de communication.

**PROPOSITION :** Evaluer la possibilité d'organiser le festival début juin (en même temps que la fête du vélo nationale par ex) ou au début du mois de septembre.  
Retours enquêtes: début juin (37%), fin juin (30%) ou début sept (25%)

#### FORMAT (1 SEMAINE D'ANIMATIONS AVEC UN TEMPS FORT SUR LE WEEK-END)

- + Permet de proposer des animations un peu partout dans la vallée, d'associer un large panel d'acteurs et de créer une dynamique globale.
- Difficulté pour motiver et mobiliser les acteurs du territoire. Communication diluée et moins claire compte tenu du nombre d'animations proposées.

**PROPOSITION :** Pour les premières éditions, concentrer le festival sur un week-end (2 ou 3 jours)

#### LOCALISATION

- + La commune de Saint-Jean-de-Maurienne est centrale dans la vallée et concentre tous les équipements et personnels nécessaires pour organiser ce genre d'évènement. Le complexe Pierre Rey est un site très approprié (espace indoor et outdoor, matériel et équipements logistiques, accessibilité, parking, etc.)
- Le complexe Pierre Rey est très, voire, trop spacieux. Pour éviter cette impression de «vide», concentrer davantage les animations. De plus, les espaces ombragés sont peu nombreux.

**PROPOSITION :** L'organisation de cet évènement «Maurienne» dans une commune différente à chaque édition serait à privilégier.

#### ORGANISATION

- + 96 % des prestataires d'animation, exposants et bénévoles ont été satisfaits ou très satisfaits de l'organisation du festival.
- Les ressources humaines ont été insuffisantes. Il est important notamment de mobiliser un réseau de bénévoles en amont.



DES EXPOSANTS, DES  
PRESTATAIRES D'ANIMATION ET DES  
BÉNÉVOLES PRÉSENTS SUR LE  
VILLAGE SONT PRÊTS À PARTICIPER  
À UNE NOUVELLE ÉDITION DU FESTIVAL DU VÉLO

## **Bilan général & préconisations**



Malgré des prises de décisions et un budget votés tardivement, cette première édition de festival du vélo a eu le mérite d'avoir lieu dans de bonnes conditions et d'avoir répondu en grande partie aux attentes initiales.

Elle a, d'une part, permis d'impulser le début d'une culture du vélo auprès des acteurs locaux et des habitants en les associant à la démarche et en les invitant à participer et à découvrir le vélo sous toutes ses formes.

D'autre part, elle a permis d'apporter une visibilité supplémentaire au territoire sur cette dimension «vélo» mais également sur le côté convivial et ouvert à tous.

L'organisation de cet événement a été une grande première pour l'équipe de Maurienne Tourisme qui a réussi à mobiliser la ressource humaine nécessaire pour mener à bien ce projet.

Si une nouvelle édition du festival vient à se reproduire, il sera primordial d'anticiper davantage les prises de décisions de manière à ce que l'organisation ne se fasse pas dans l'urgence. La recherche de partenaires financiers (privés notamment), d'exposants et de bénévoles doit être anticipée longtemps à l'avance (9 à 12 mois).

Une communication efficace se réfléchit et se construit collectivement bien en amont également.

Si nous souhaitons donc organiser une seconde édition en 2021, une décision devra être prise au plus tard le 1er trimestre 2020.

Le fait que la totalité des exposants, prestataires d'animation et bénévoles souhaitent participer à une nouvelle édition du festival malgré une fréquentation du public un peu décevante cette année est très encourageant. Ils y voient un réel intérêt pour le territoire et une belle occasion de renforcer le positionnement de la vallée sur le vélo sous toutes ses formes.

Le lien entre le vélo et ce qu'il génère en termes d'impact économique local est à souligner plus largement afin que chacun prenne conscience des conséquences positives de cette pratique outre le bien être pour chacun.

Le vrai challenge consiste surtout à rallier la population locale dans cette dynamique et de faire en sorte que le vélo ne soit plus subi mais plutôt choisi et accepté !

**RENDEZ-VOUS EN 2021  
POUR UNE PROCHAINE  
ÉDITION !**