



des Nations Unies la science et la culture



de-Compostelle en France pour l'éducation, · inscrits sur la Liste du . patrimoine mondial en 1998



Agence de coopération interrégionale

Réseau













RESULTATS DE L'ETUDE DES PUBLICS DES CHEMINS DE COMPOSTELLE EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTE





L'étude a reçu un cofinancement de l'Union européenne dans le cadre des projets «Via Podiensis GR®65 » et « Voie d'Arles GR®653 ». L'Europe s'engage dans le Massif central avec le fonds européen de développement régional.

































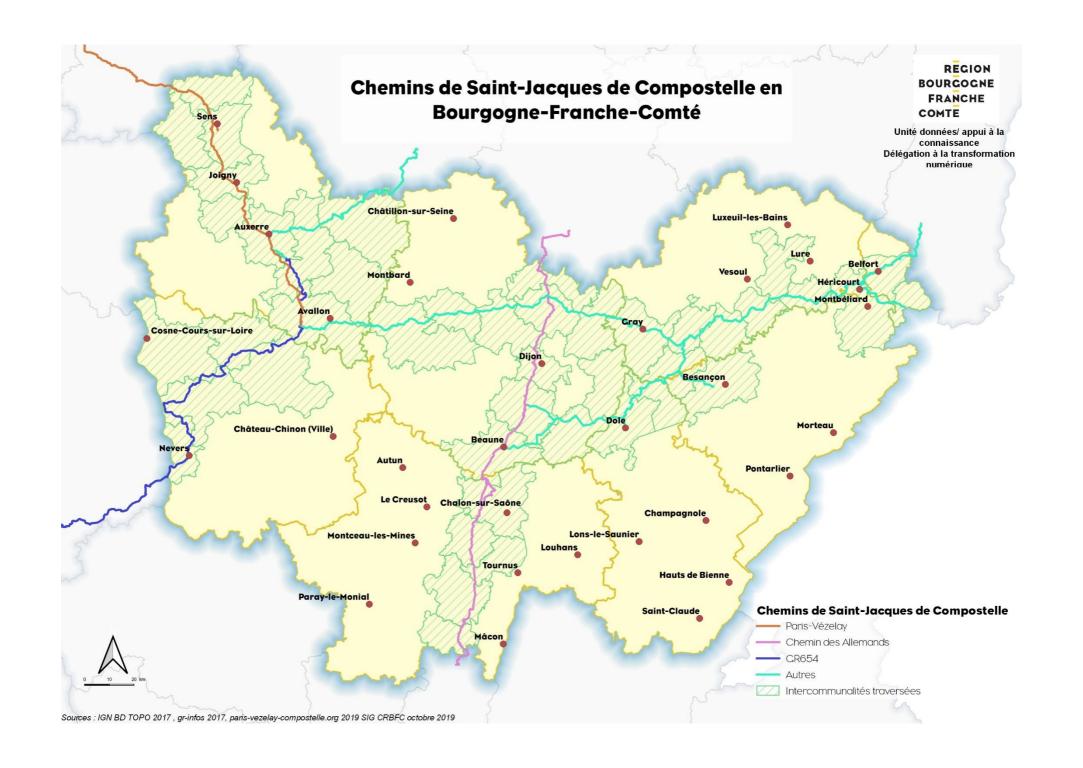














RÉPARTITION DES QUESTIONNAIRES COLLECTES

REGION

Nombre de questionnaires retenus

377

Réponses effectives

Total **3565**

Voie de Vézelay

426

Chemin de Cluny

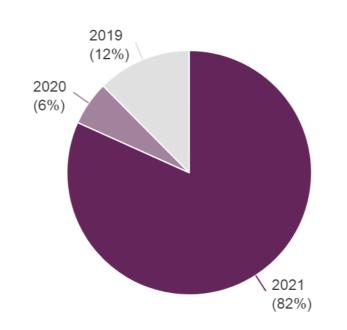
80

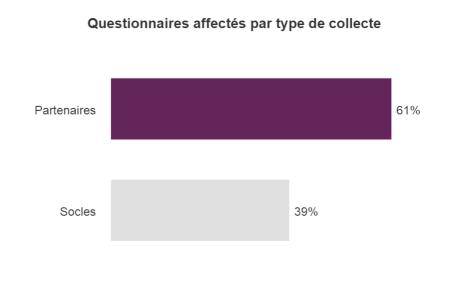
A partir de Cluny

Chemin des Allemands
40

En amont de Cluny

Année du cheminement

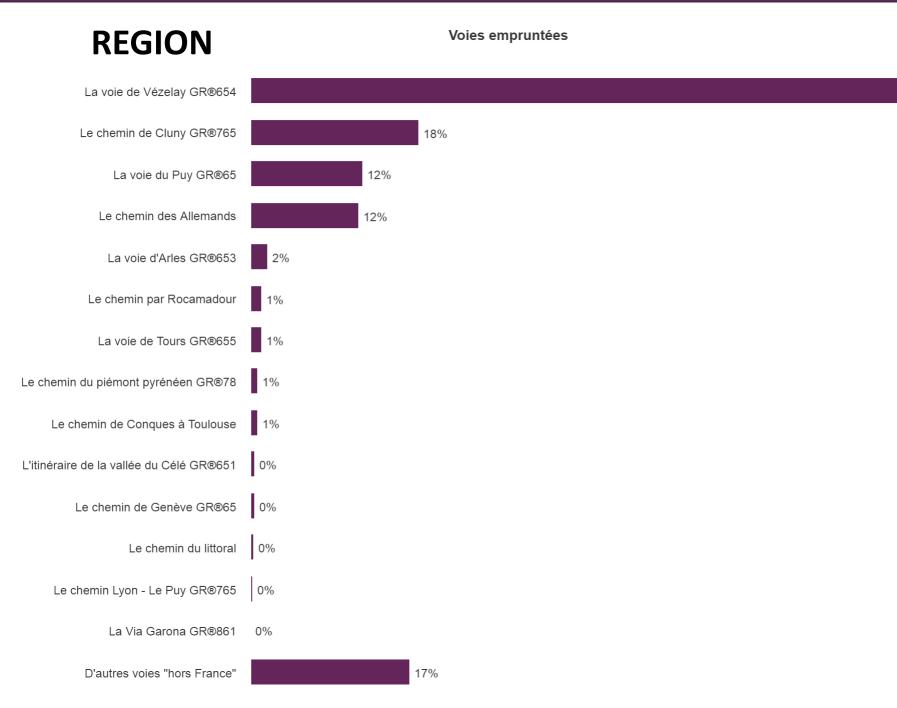






L'ITINÉRAIRE

75%



Méthodologie de l'étude



Actualiser et parfaire la connaissance des publics, des pratiques et des retombées économiques sur les chemins en France

Prestataire retenu: 4V Consultants

Enquête entre mai et nov. 2021

Dispositif terrain (numérique + papier)

500 points de collecte terrain

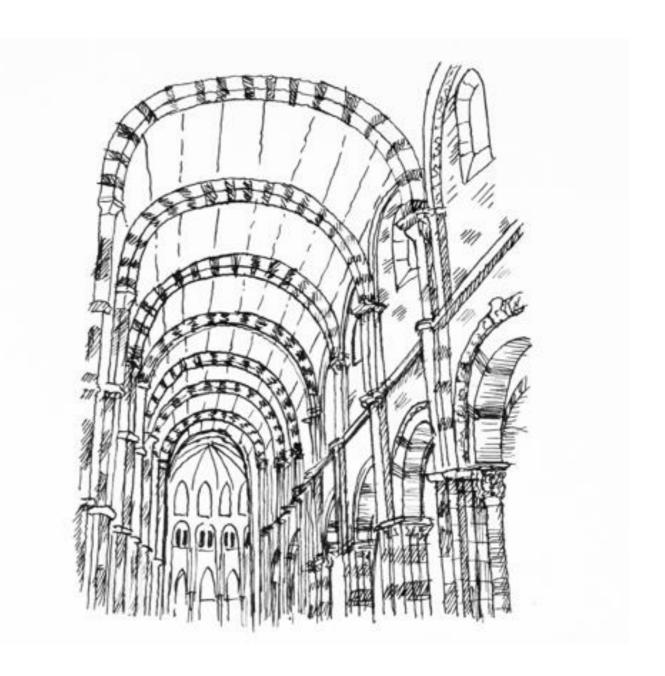
3565 questionnaires analysés

Focus group avec des pratiquants et des non clients français et étrangers

Interviews de professionnels

6 volets

- 1. La préparation du cheminement
- 2. Le cheminement
- 3. Le profil
- 4. Le comportement
- 5. La satisfaction
- 6. La typologie
- 7. Analyse SWOT
- 8. Points clés



Enquête 2021 sur les publics des Chemins de Compostelle



Chemins de Saint-Jacqu
 de-Compostelle en Fran
 inscrits sur la Liste du
 patrimoine mondial en 19



Agence de coopération interrégionale

Réseau

1. LA PREPARATION

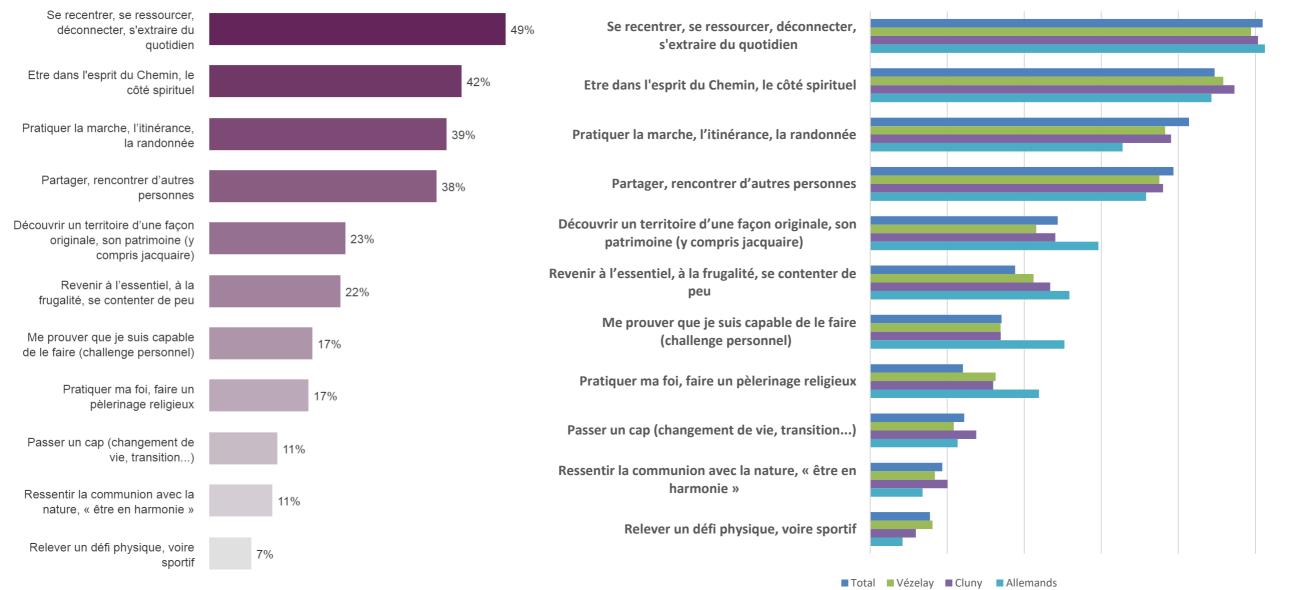




nemins de OMPOSTELLE des chemins de Compostelle patrimoine mondial

REGION

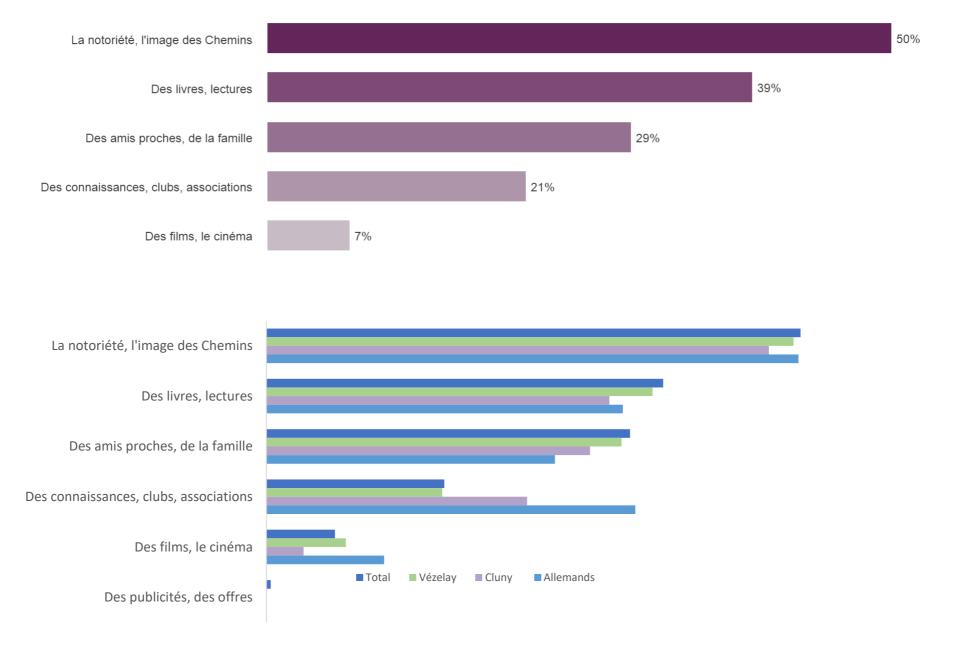
Quelles sont les 3 raisons principales qui vous ont conduit sur les Chemins de Compostelle ?



LA PRÉPARATION

REGION

Qu'est-ce qui a orienté votre choix vers les Chemins de Compostelle ?(plusieurs réponses possibles)

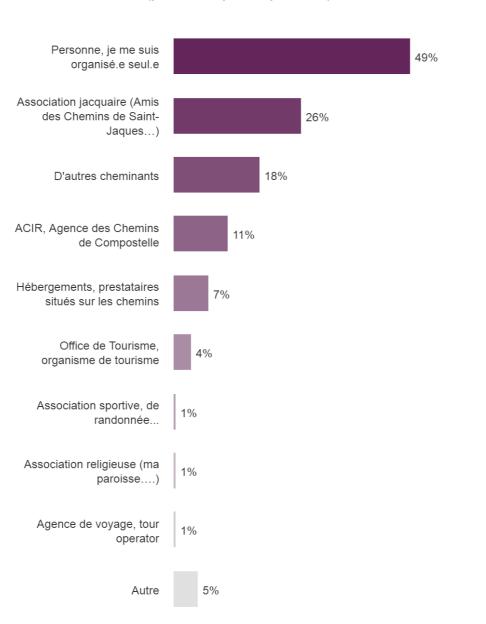


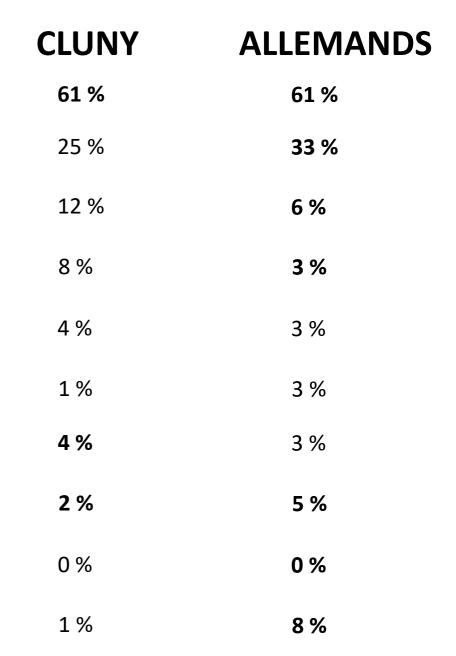




VEZELAY

Avant de partir, et pour organiser ce voyage, vous avez fait appel à... (plusieurs réponses possibles)



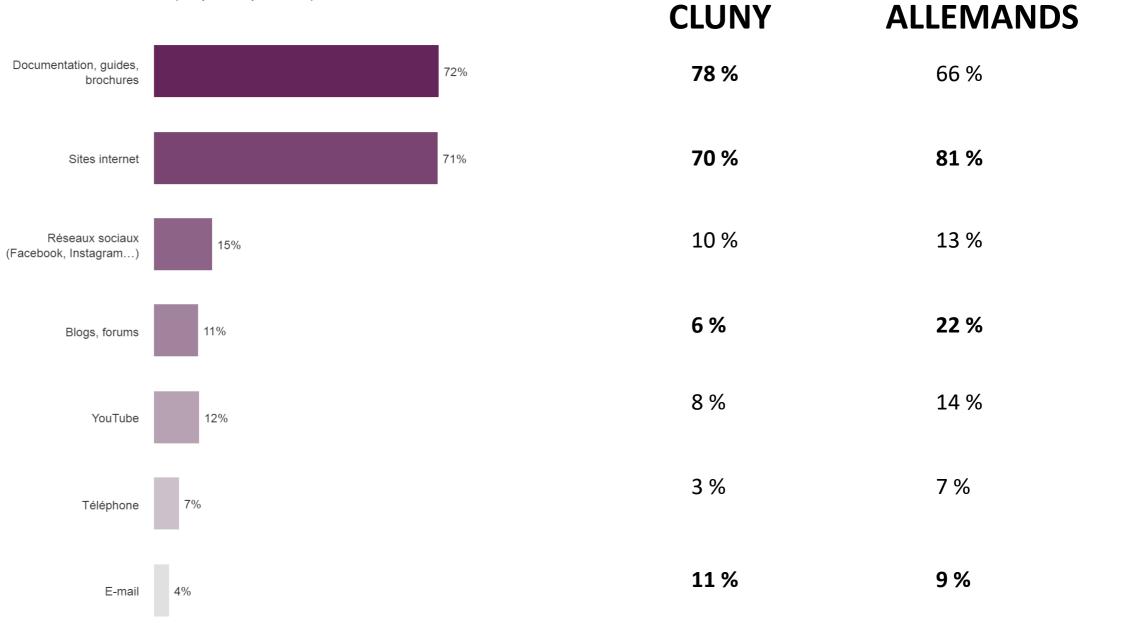




LA PRÉPARATION

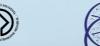
Et vous avez principalement utilisé quel(s) média(s) pour vous renseigner ? (3 réponses possibles)

VEZELAY



Enquête 2021 sur les publics des Chemins de Compostelle





OMPOSTELI

Réseau

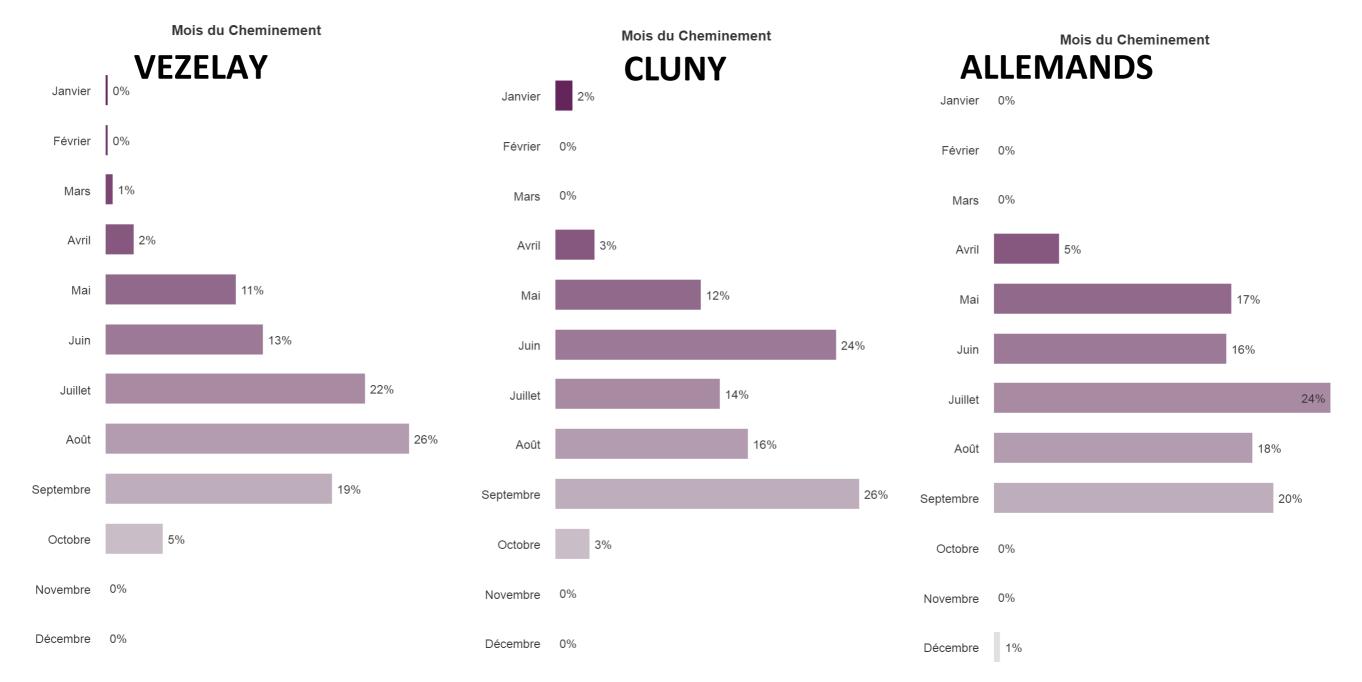
Agence de coopération interrégionale

Organisation es Nations Unies pour l'éducation, ence et la culture ence et la culture Organisation Chemino de Saint-Jacques de-Compostelle en France inscrits sur la Liste du patrimoine mondial en 199

2. LE CHEMINEMENT



LA PRÉPARATION





LA PRÉPARATION

Principales villes de départ

VEZELAY

ROCROI

LIMOGES

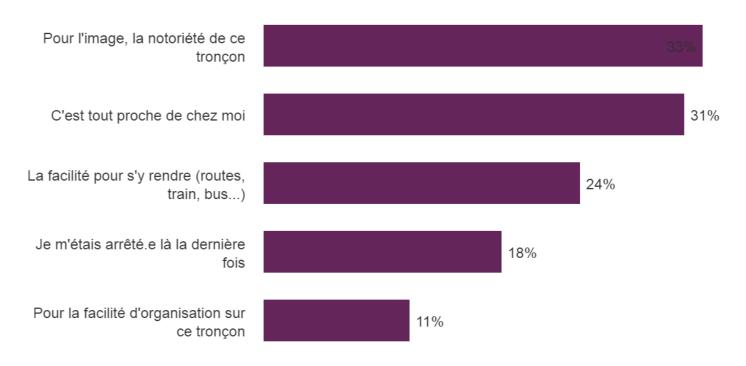
NEVERS

AVALLON

BOURGES

VEZELAY

Pourquoi avez-vous décidé de partir de là ? (Plusieurs réponses possibles)





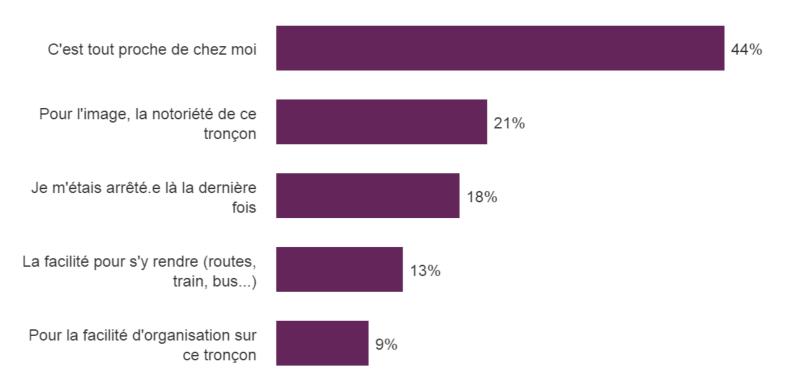
Principales villes de départ

CLUNY

STRASBOURG CHAGNY CHARLIEU

CLUNY

Pourquoi avez-vous décidé de partir de là ? (Plusieurs réponses possibles)



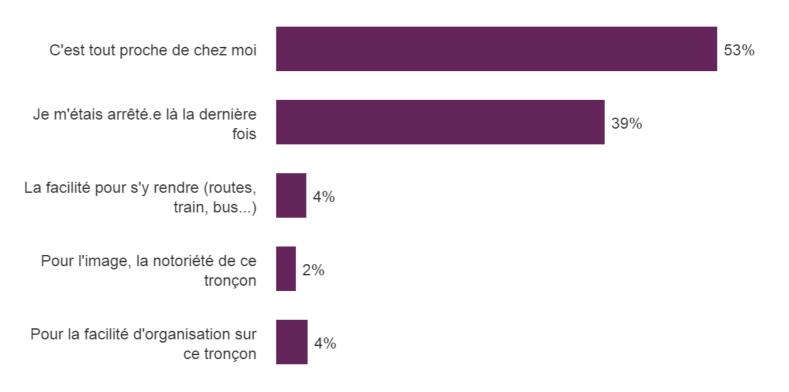
Principales villes de départ

STRASBOURG

CHAGNY MONTBELLIARD WISSEMBOURG DIJON

ALLEMANDS

Pourquoi avez-vous décidé de partir de là ? (Plusieurs réponses possibles)





L'ITINÉRAIRE

VILLE D'ARRIVEE

	N	%
SAINT JACQUES DE COMPOSTELLE	95	23%
SAINT JEAN PIED DE PORT	89	19%
BOURGES	23	7%
LIMOGES	19	6%
PERIGUEUX	19	6%
NEVERS	9	3%
VEZELAY	10	3%
LA CHARITE SUR LOIRE	8	2%
MONT DE MARSAN	10	2%
CAP FINISTERE	9	2%
RONCEVAUX	7	2%
CHATEAUROUX	5	2%
LA SOUTERRAINE	5	1%
LA REOLE	4	1%
GARGILESSE	4	1%
ROCAMADOUR	4	1%
0.5.7.1.5.7	_	1

Département d'arrivée

	%
64	54,5%
18	7,9%
24	6,9%
87	6,5%
58	5,9%
36	3,5%
33	3,2%
89	2,7%
40	2,6%
46	1,7%
23	1,7%
10	0,6%
43	0,5%
32	0,5%
65	0,4%
84	0,3%
48	0,3%
71	0,3%
TOTAL	100,0%

Pays d'arrivée















CLUNY

L'ITINÉRAIRE

VILLE D'ARRIVEE

	N	%
LE PUY EN VELAY	19	27%
SAINT JACQUES DE COMPOSTELLE	17	21%
CAP FINISTERE	7	8%
SAINT JEAN PIED DE PORT	7	7%
CAHORS	4	5%
FIGEAC	3	4%
MONTBRISON	2	3%
CHARLIEU	2	3%
EAUZE	1	3%
CONQUES	2	2%
LECTOURE	1	2%
PAMPELUNE	1	2%
TOULOUSE	1	2%
POULE LES ECHARMEAUX	1	1%
ROCAMADOUR	1	1%
MAZILLE	1	1%
B"		1

Département d'arrivée

	%
64	40,8%
43	27,7%
46	10,3%
42	6,5%
32	4,4%
69	2,5%
12	2,3%
31	1,6%
71	1,4%
51	1,3%
58	1,3%
TOTAL	100,0%

Pays d'arrivée





Portugal 0%



ALLEMANDS L'ITINÉRAIRE

VILLE D'ARRIVEE

	N	%
SAINT JACQUES DE COMPOSTELLE	12	24%
VEZELAY	4	10%
LE PUY EN VELAY	3	8%
ROANNE	2	6%
NEVERS	2	5%
EAUZE	1	5%
NUITS SAINT GEORGES	1	4%
FIGEAC	1	4%
MONTPELLIER	1	4%
PAMPELUNE	1	3%
SAINT JEAN PIED DE PORT	2	3%
BELFORT	1	3%
MEURSAULT	1	3%
ROCAMADOUR	1	3%
BEAUNE	1	3%
CHARLIEU	1	3%
		T

Département d'arrivée

	%
64	33,6%
42	10,6%
21	10,0%
89	9,5%
43	8,1%
46	6,3%
58	5,4%
32	4,8%
34	3,5%
90	3,0%
52	2,6%
71	2,6%
TOTAL	100,0%

Pays d'arrivée



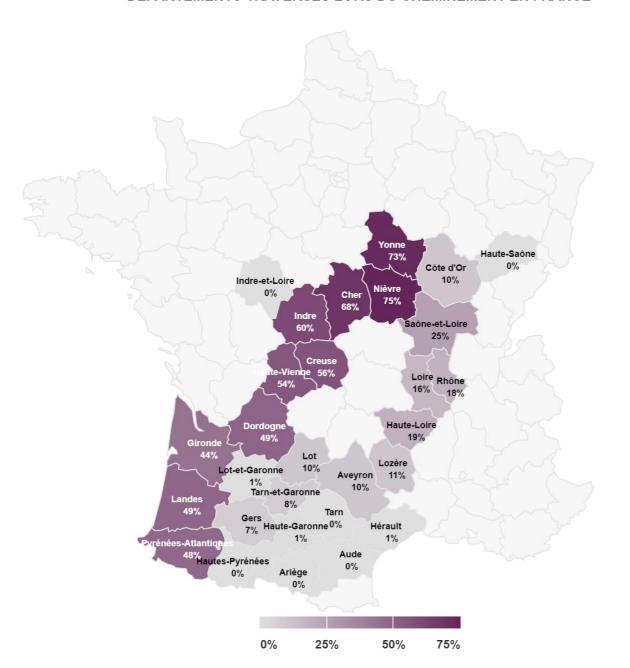


Portugal 0%



L'ITINÉRAIRE

DEPARTEMENTS TRAVERSES LORS DU CHEMINEMENT EN FRANCE



CLASSEMENT DES VILLES DE DEPART

	N
VEZELAY	162
CLUNY	19
LE PUY EN VELAY	16
ROCROI	11
AVALLON	10
NEVERS	8
PARIS	8
	▼



CLASSEMENT DES VILLES D'ARRIVÉE

(Cheminement exclusivement en France)

	N	
SAINT JEAN PIED DE PORT	51	
BOURGES	23	
LE PUY EN VELAY	16	
PERIGUEUX	13	
LIMOGES	12	
NEVERS	11	
VEZELAY	11 .	







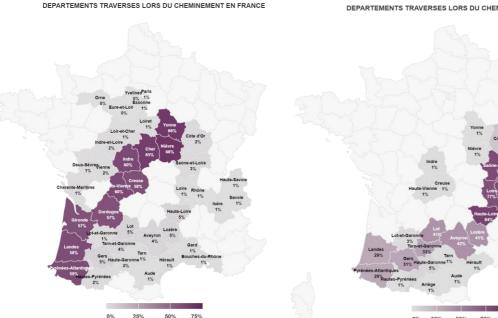


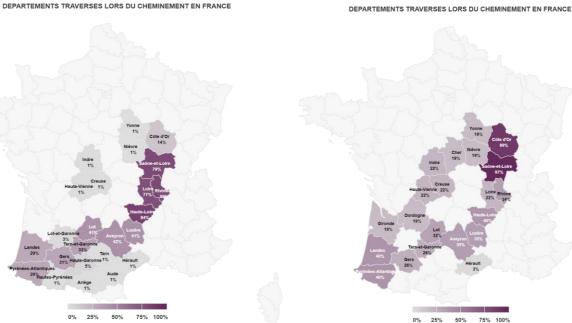
VEZELAY

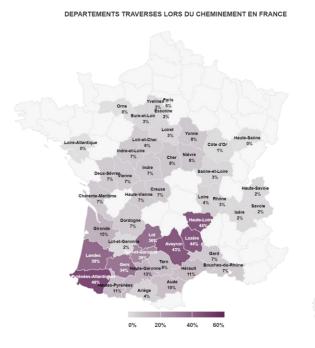
CLUNY

ALLEMANDS

FRANCE









L'ITINÉRAIRE

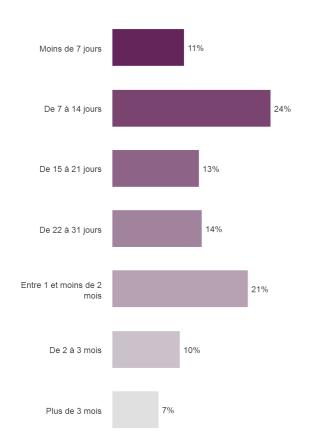
VEZELAY

CLUNY

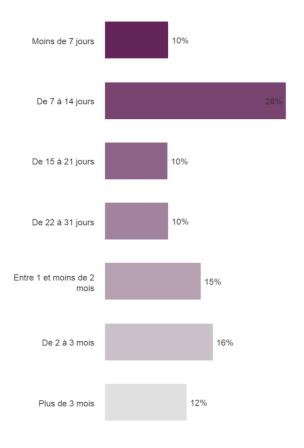
ALLEMANDS

FRANCE

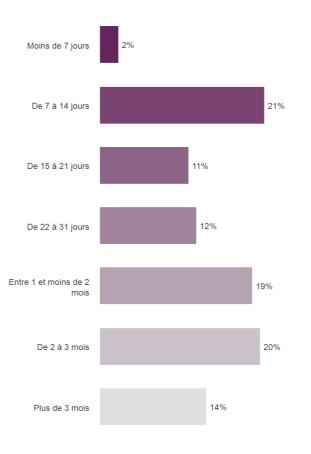
Nombre de jours sur les Chemins



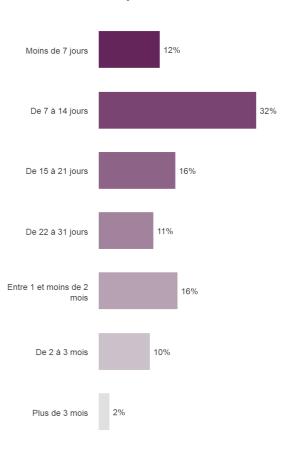
Nombre de jours sur les Chemins



Nombre de jours sur les Chemins



Nombre de jours sur les Chemins



En combien de jours avez-vous prévu de faire ce cheminement ?

35,7 jours

43,2 jours

En combien de jours avez-vous prévu de faire ce cheminement ?

En combien de jours avez-vous prévu de faire ce cheminement ?

48,0 jours

En combien de jours avez-vous prévu de faire ce cheminement ?

27,8 jours

35%

30 km et plus /j

21%



De 25 à 29 km/j

30 km et plus /j



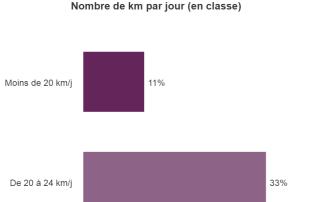


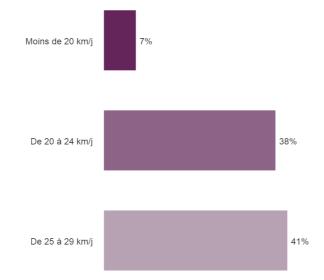
CLUNY

ALLEMANDS

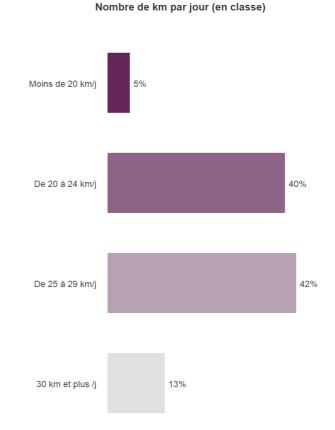
FRANCE

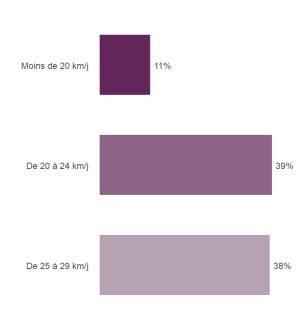
Nombre de km par jour (en classe)





Nombre de km par jour (en classe)





12%

En moyenne, vous avez prévu de faire combien de kilomètres par jour ?

27,3 km/jour

En moyenne, vous avez prévu de faire combien de kilomètres par jour ?

13%

24,3 km/jour

En moyenne, vous avez prévu de faire combien de kilomètres par jour ?

25,3 km/jour

En moyenne, vous avez prévu de faire combien de kilomètres par jour ?

30 km et plus /j

25,7 km/jour

Enquête 2021 sur les publics des Chemins de Compostelle



Organisation
des Nations Unies
pour l'éducation,
la science et la culture

Organisation
Chemins de Saint-Jacquesde-Compostelle en France
inscrits sur la Liste du
patrimoine mondial en 1998



Agence de coopération interrégionale

Réseau

3. LE PROFIL





REGION

Vous êtes?

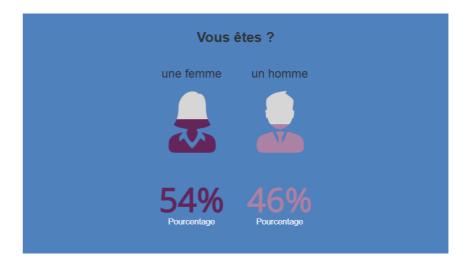
une femme un homme





40% 60%

FRANCE



VEZELAY

Vous êtes ? une femme un homme 44% Pourcentage Vous êtes ?

CLUNY







REGION

Age du répondant

57,5 ans

Moyenne

FRANCE

56,3 ans

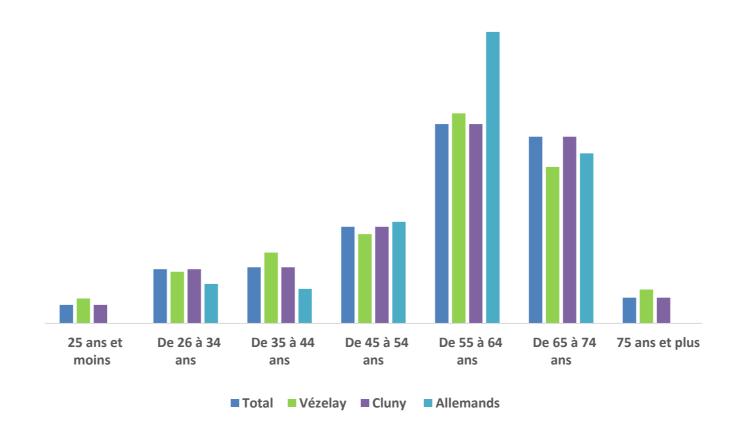
VEZELAY

55,6 ans

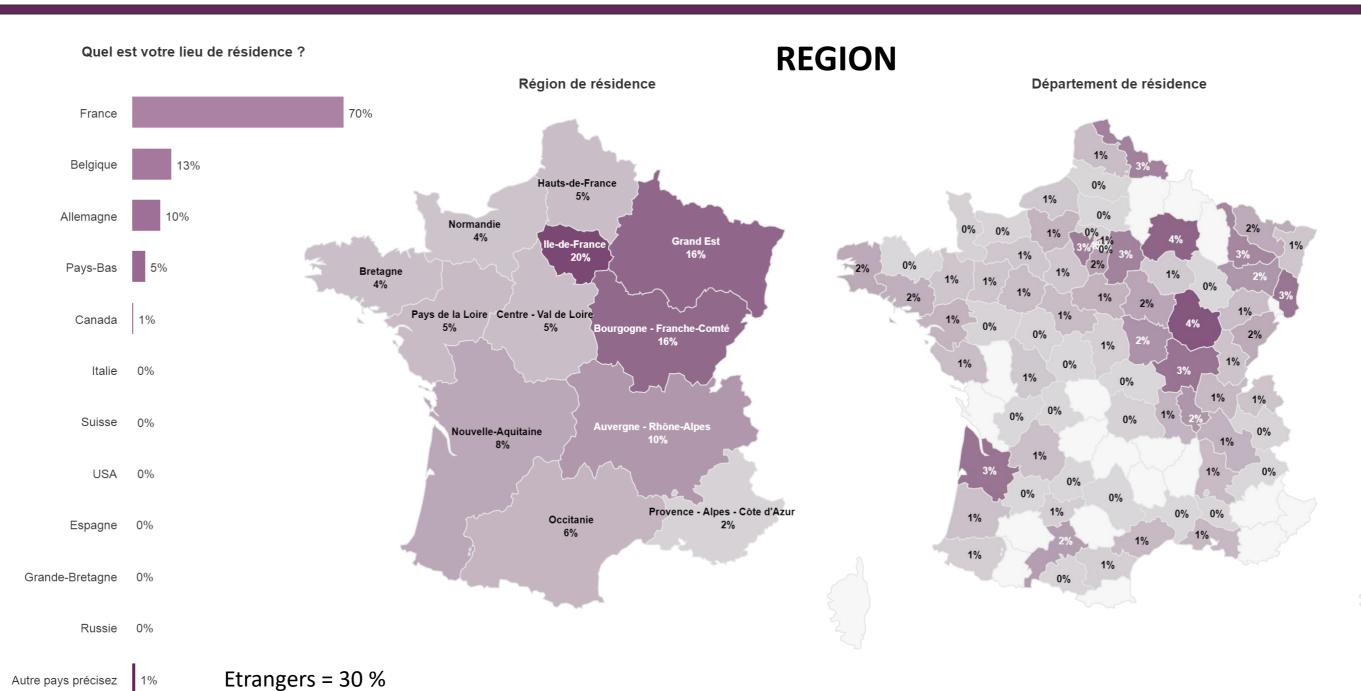
CLUNY

61,2 ans

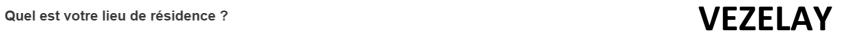


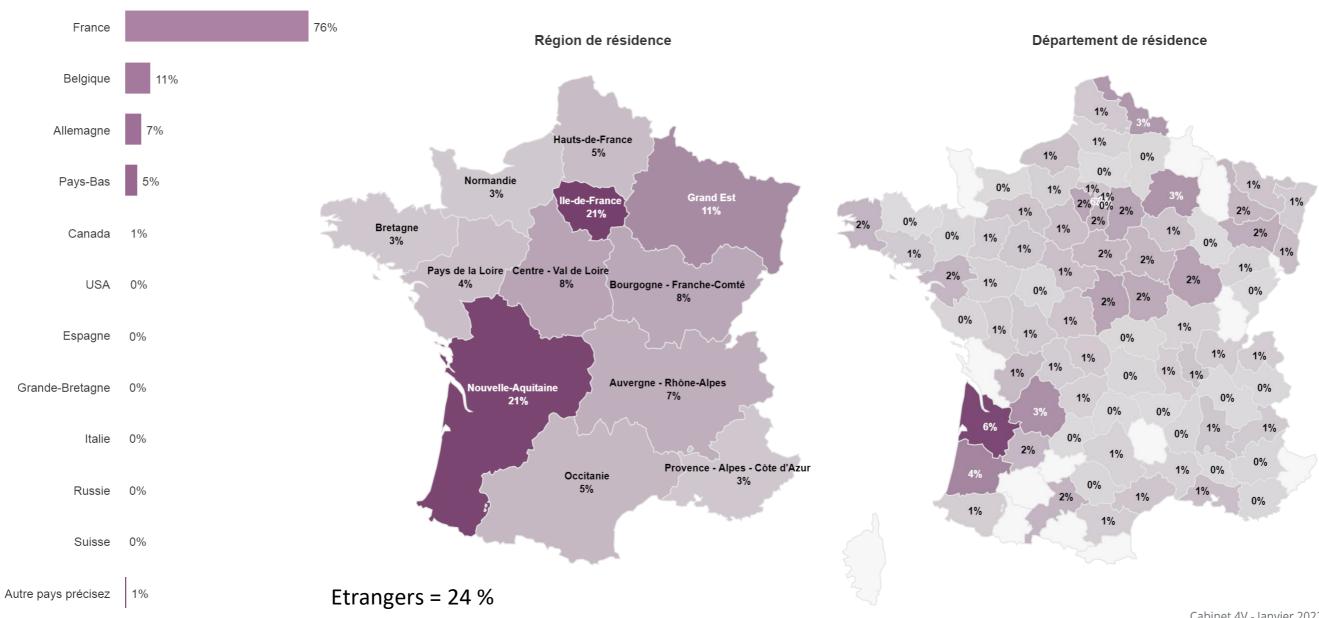






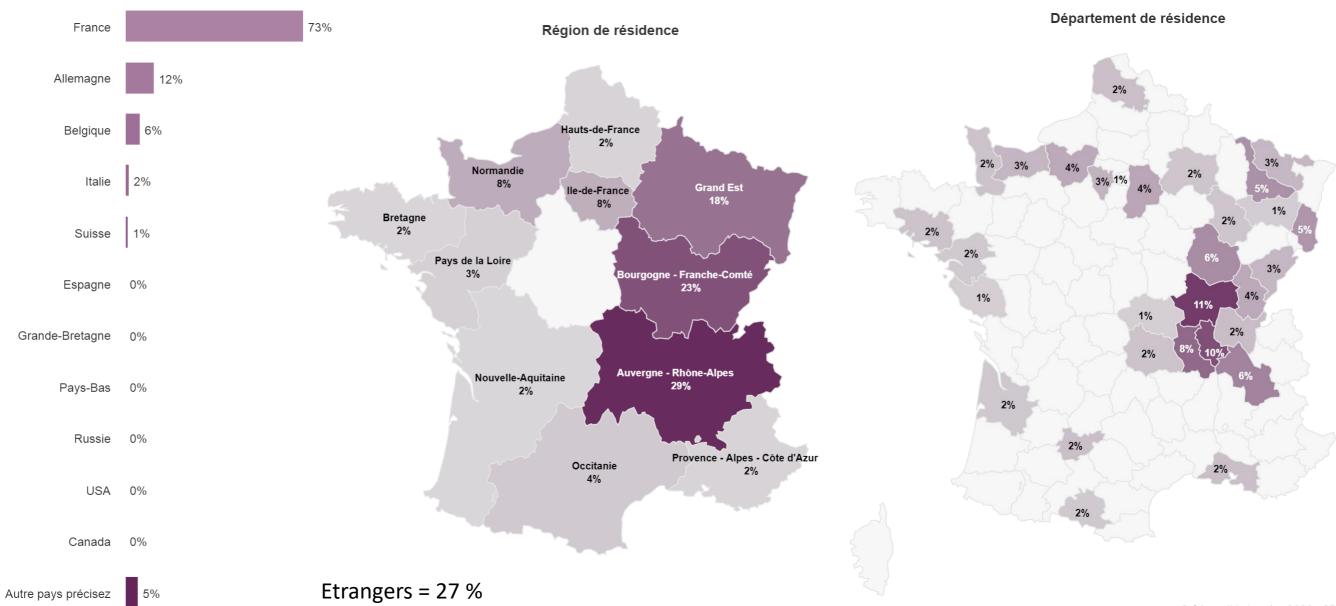






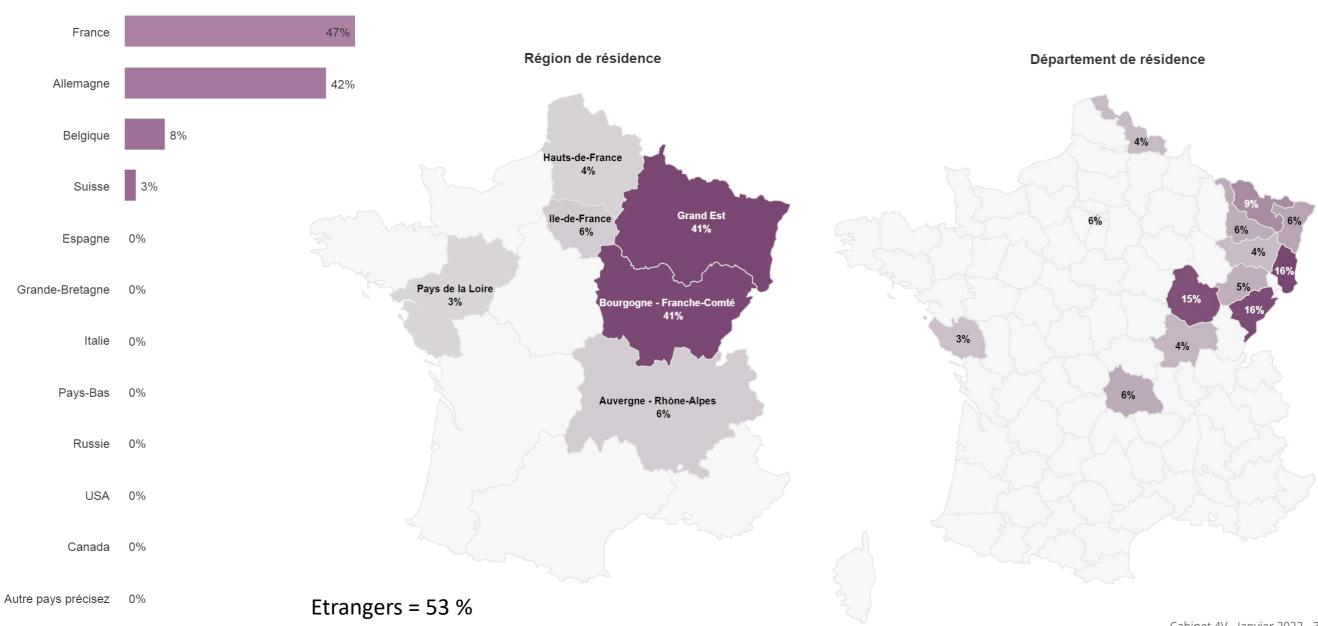








Quel est votre lieu de résidence ?





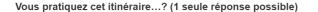
LE PROFIL

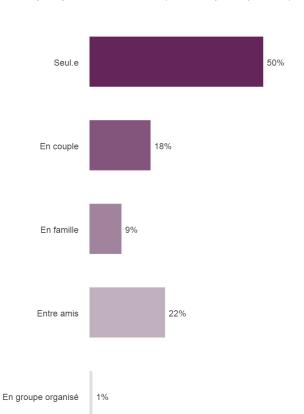
FRANCE

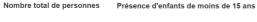
VEZELAY

CLUNY

ALLEMANDS



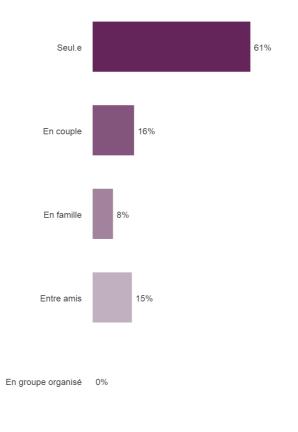




2,0

2%

Vous pratiquez cet itinéraire...? (1 seule réponse possible)

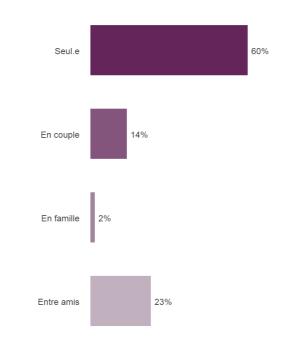


Nombre total de personnes Présence d'enfants de moins de 15 ans

1,6

2%

Vous pratiquez cet itinéraire...? (1 seule réponse possible)



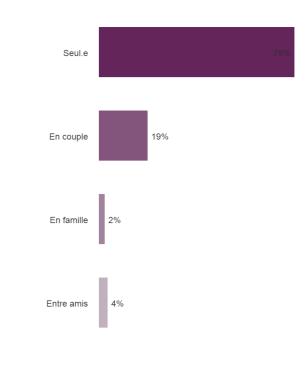
En groupe organisé 0%

Nombre total de personnes Présence d'enfants de moins de 15 ans

,6

|%

Vous pratiquez cet itinéraire...? (1 seule réponse possible)



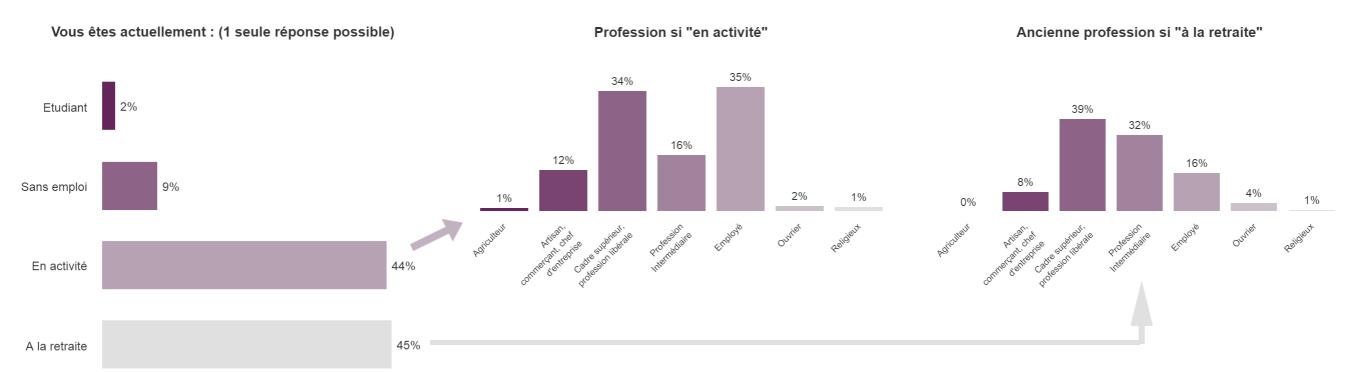
En groupe organisé 0%

Nombre total de personnes

Présence d'enfants de moins de 15 ans

1,3

2%



REGION

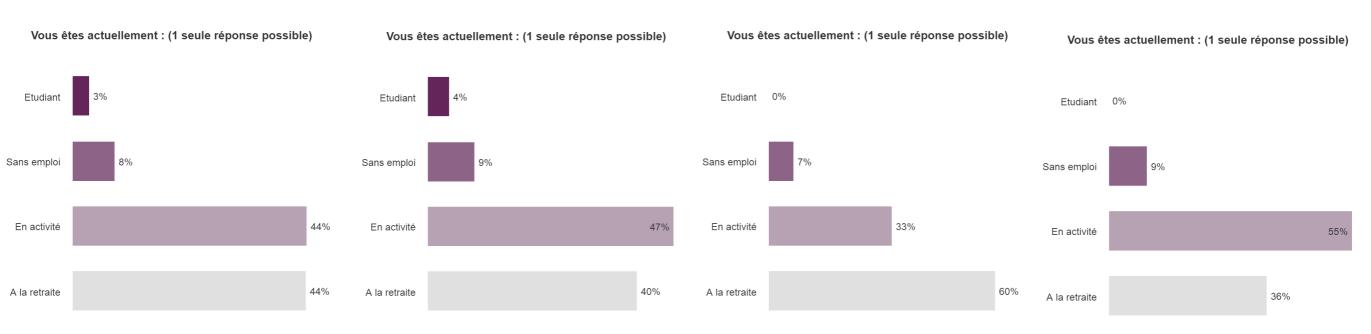






VEZELAY

CLUNY



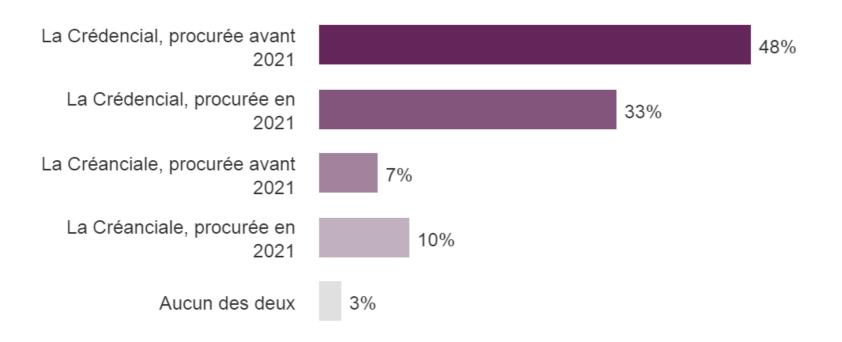


VEZELAY			CLUNY	ALLEMANDS	FRANCE
D'une manière générale	e, vous pratiquez la randonnée	(ou la marche)			
Très souvent (plusieurs fois par mois)		48%	60 %	45 %	41 %
Souvent (plusieurs fois par an)		37%	30 %	41 %	38 %
Rarement (une ou deux fois par an)	11%		4 %	4 %	16 %
Très rarement ou jamais	4%		5 %	10 %	5 %



REGION

De quel passeport du pèlerin disposez-vous ? (1 seule réponse possible)





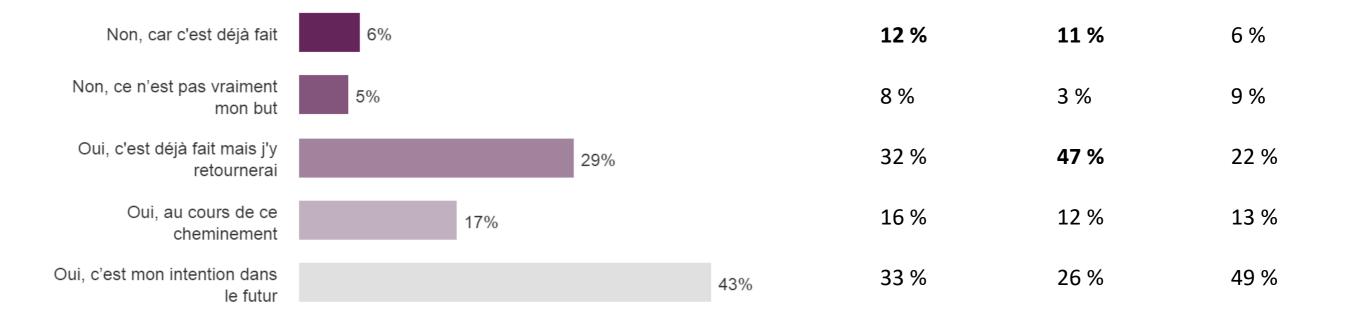
VEZEL	ΑY		CLUNY	ALLEMANDS	FRANCE
Avant ce cheminement,	aviez-vous déjà pratiqué en itinérance l Compostelle ?	les Chemins de			
Non, c'est la première fois		47%	41 %	35 %	51 %
Oui, j'avais déjà pratiqué (entre 2 et 5 fois)		37%	43 %	46 %	37 %
Oui, j'avais déjà beaucoup pratiqué (plus de 5 fois)	15%		16 %	19 %	12 %







Avez-vous pour but d'aller (un jour) jusqu'à Santiago ? (1 seule réponse possible)



Enquête 2021 sur les publics des Chemins de Compostelle



Chemins de Saint-Jacques
de-Compostelle en France
inscrits sur la Liste du
patrimoine mondial en 199



Agence de coopération interrégionale

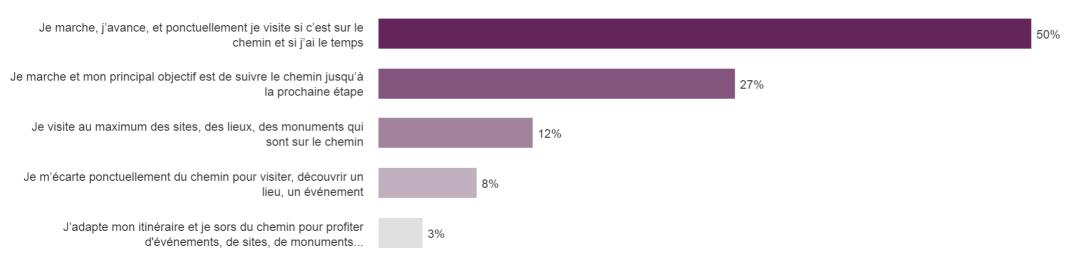
Réseau

4. LE COMPORTEMENT





Parmi ces citations de cheminants, laquelle vous ressemble le plus...? (1 seule réponse possible)



CLUNY ALLEMANDS FRANCE

56 %	51 %	48 %
16 %	18 %	26 %
9 %	12 %	14 %
7 %	12 %	8 %
13 %	8 %	4 %



Vous vous déplacez...? (1 seule réponse possible)



à pied



en VTT



en vélo de route



en vélo de randonnée

CLUNY

Vous vous déplacez...? (1 seule réponse possible)

à pied

en VTT

en vélo de route

en vélo de randonnée





à pied





en vélo de route

ALLEMANDS

Vous vous déplacez...? (1 seule réponse possible)



en vélo de randonnée

FRANCE

Vous vous déplacez...? (1 seule réponse possible)

en vélo de randonnée



à pied



CLUNY

ALLEMANDS FRANCE

Faites-vous appel ou utilisez-vous des services payants durant votre itinéraire...? (Plusieurs réponses possibles)

Non, je suis en totale autonomie \$\frac{1}{2}\%



外 94%

外 93%



大 75%

14%

9%

5%

6 0%

2%

0%

2%

Oui, des navettes dédiées (pré ou post cheminement) = 1%

Oui, des transports publics (bus, trains...) en cours de route 3%



Oui, des taxis 1%

Oui, du co-voiturage 1%

Oui, pour le portage de bagages 2%

3%



1%

3%

Cabinet 4V - Janvier 2022 - 51





CLUNY

ALLEMANDS

FRANCE

Pour vous guider, en plus du balisage et de la signalisation sur le terrain, vous utilisez plutôt : (Plusieurs réponses possibles)

Carte sur smartphone (Google Maps...) 39%





56%

35%

Des topoguides 37%



29%

43%

31%

Des brochures, des guides dédiés 24%



25%

33%

28%

Application mobile dédiée (IGN'Rando, Visorando...) 21%



24%

23%

20%

Carte papier (Michelin, IGN...) 19%



19%

17%

19%

GPS autonome (Garmin, Arva, TwoNav...) 💮 8%

5%

前 2%

丽 8%

Aucun de ces moyens 1 6%

0%

+ 6%

Tracker, balise de détresse ____ 0%

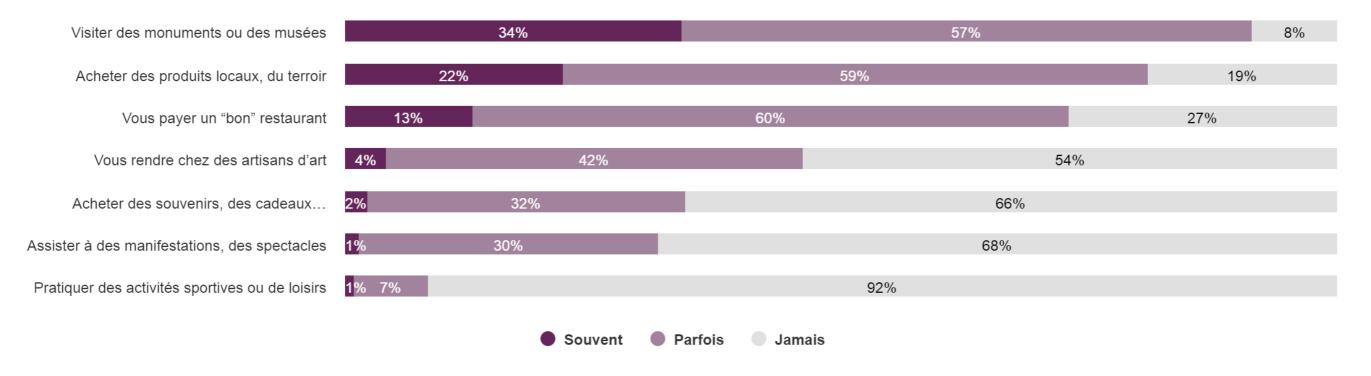
0%

前 6%

0%

.... 0%

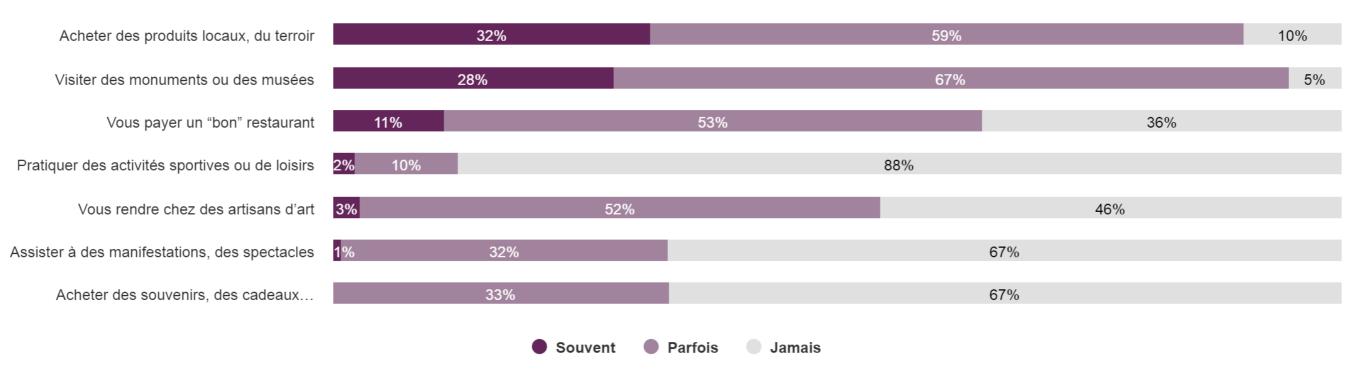






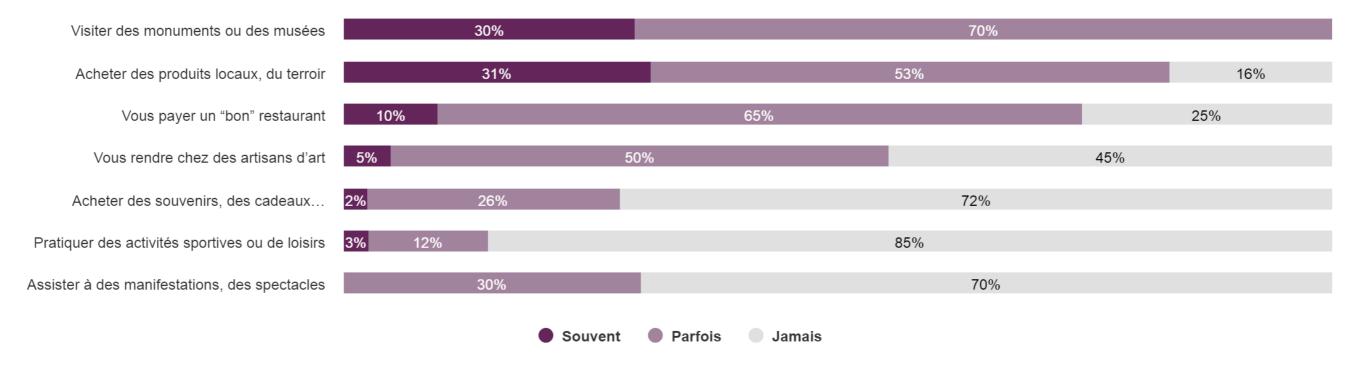


CLUNY



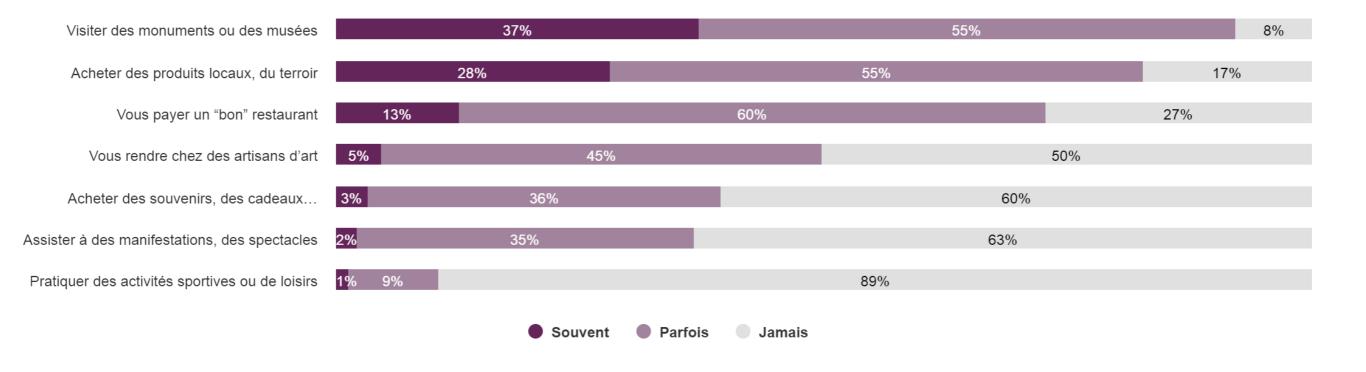


ALLEMANDS

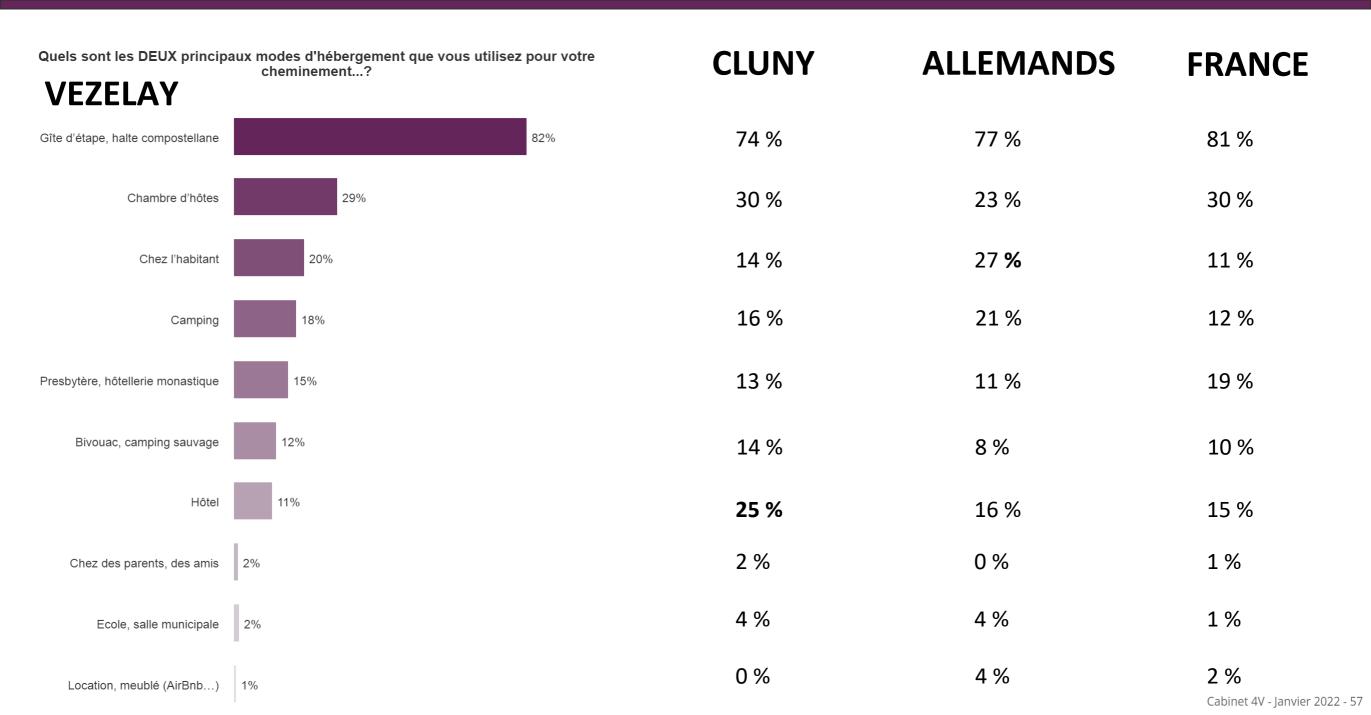




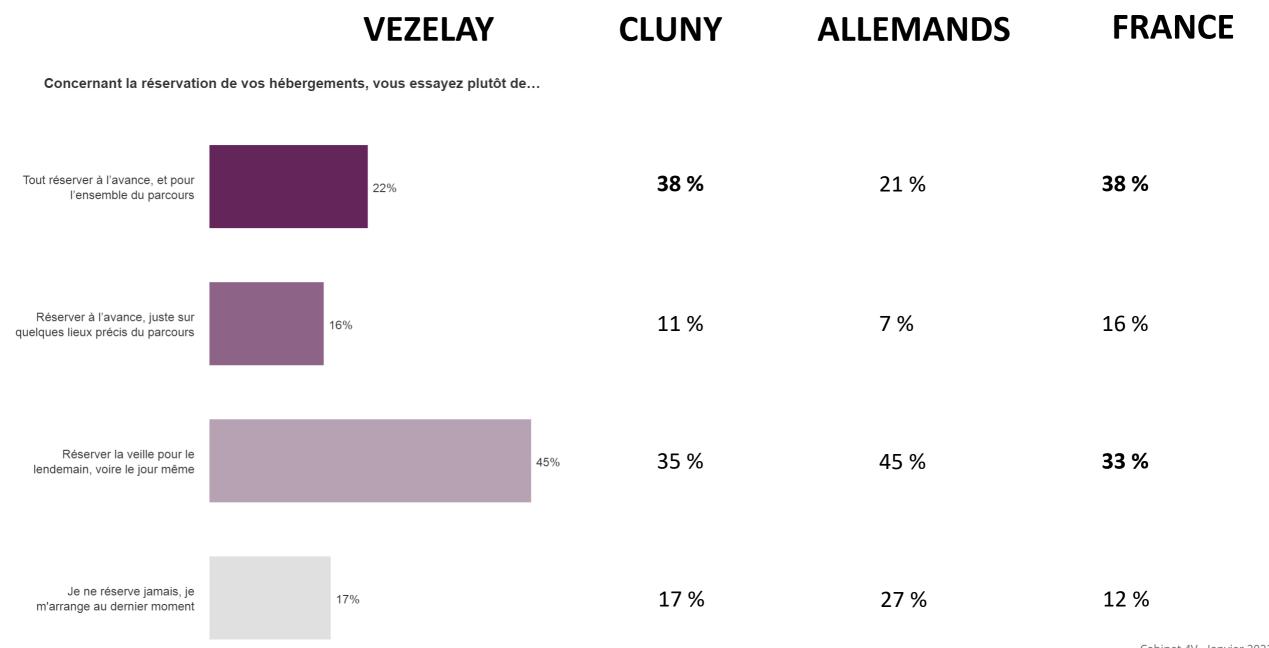
FRANCE



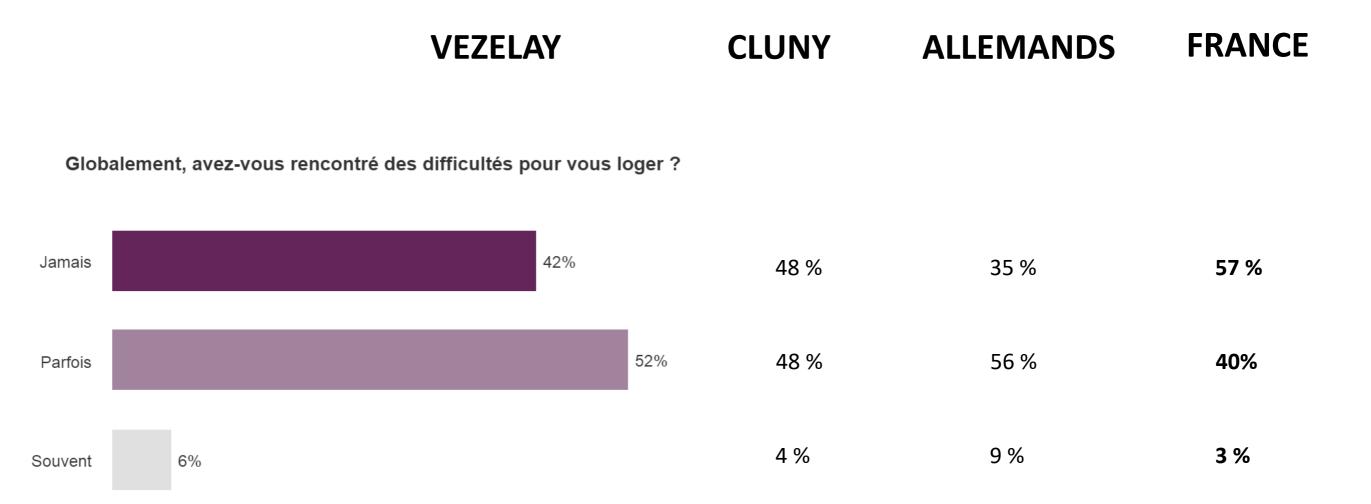




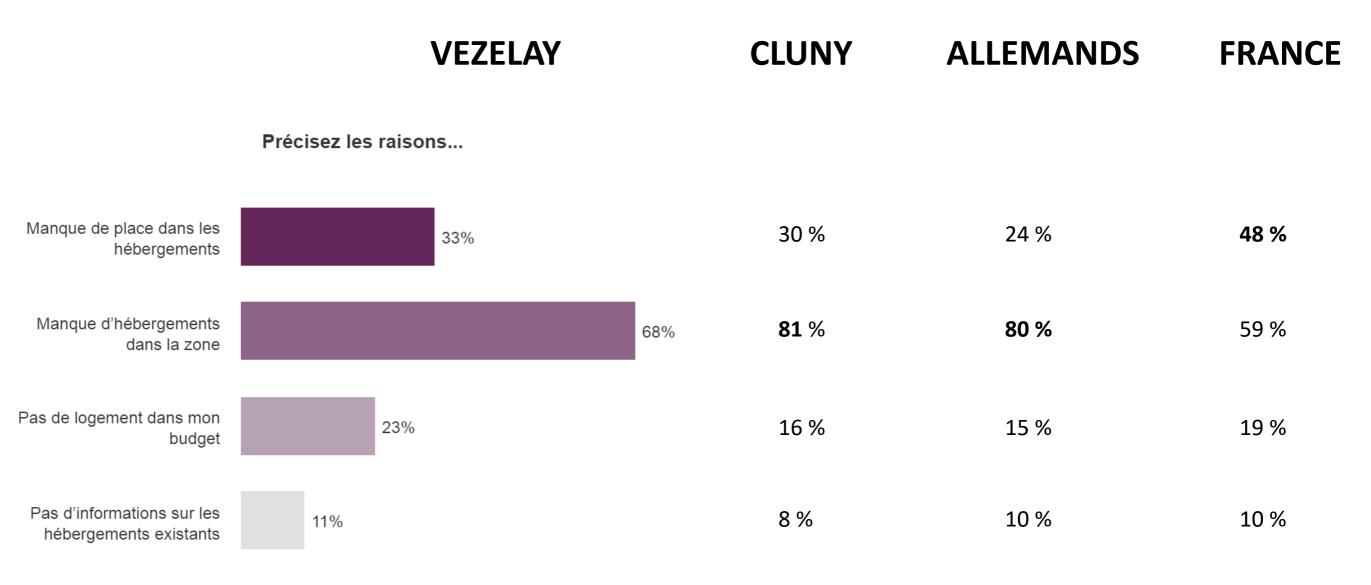








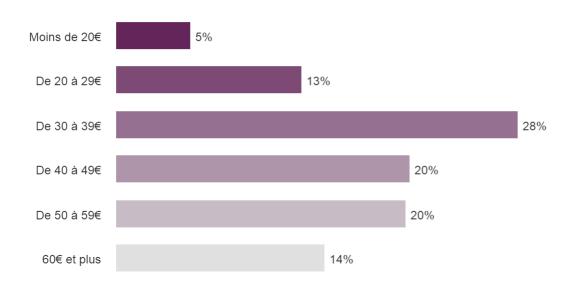






LE COMPORTEMENT

Budget par jour et par personne - en classe



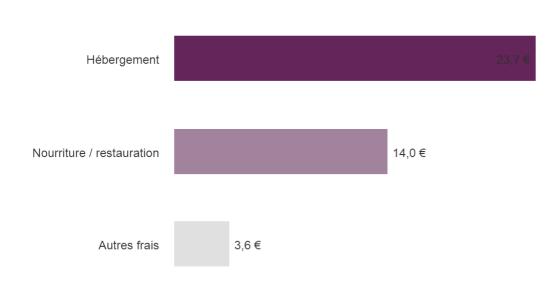
Quel est votre budget QUOTIDIEN moyen par jour et par personne ?

Tous frais confondus et hors transport pour se rendre au point de départ du cheminement

	QUEL ÉTAIT VOTRE BUDGET QUOTIDIEN MOYEN PAR JOUR ET PAR PERSONNE ? TOUT FRAIS CONFONDUS ET HORS TRANSPORT POUR SE RENDRE AU POINT DE DÉPART DU CHEMINEMENT
France	40,5 €
Etranger	43,3 €

41,3 €

Les postes de dépenses (par jour et par personne)



Budget TOTAL moyen du cheminement (par personne)

1 565€

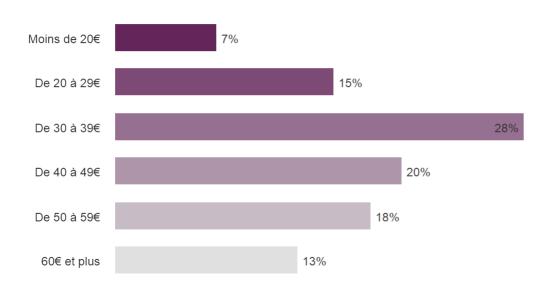
	BUDGET TOTAL DU CHEMINEMENT PAR PERSONNE
France	1 403 €
Etranger	1 932 €



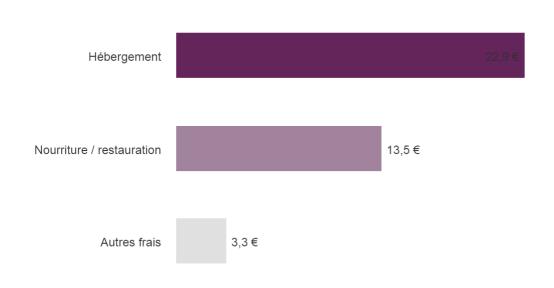


LE COMPORTEMENT

Budget par jour et par personne - en classe



Les postes de dépenses (par jour et par personne)



Quel est votre budget QUOTIDIEN moyen par jour et par personne ?

Tous frais confondus et hors transport pour se rendre au point de départ du cheminement

	QUEL ÉTAIT VOTRE BUDGET QUOTIDIEN MOYEN PAR JOUR ET PAR PERSONNE ? TOUT FRAIS CONFONDUS ET HORS TRANSPORT POUR SE RENDRE AU POINT DE DÉPART DU CHEMINEMENT
France	39,0 €
Etranger	41,8 €

39,7 €

Budget TOTAL moyen du cheminement (par personne)

1 312 €

	BUDGET TOTAL DU CHEMINEMENT PAR PERSONNE
France	1 173 €
Etranger	1 749 €

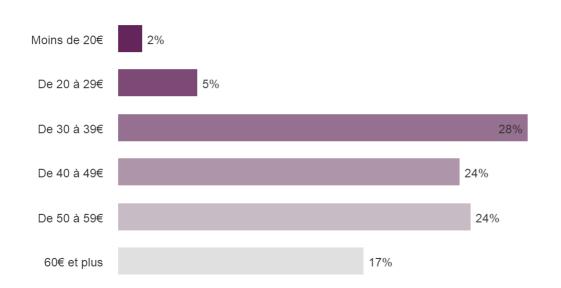




CLUNY

LE COMPORTEMENT

Budget par jour et par personne - en classe



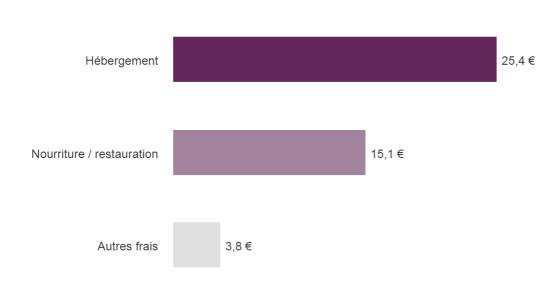
Quel est votre budget QUOTIDIEN moyen par jour et par personne ?

Tous frais confondus et hors transport pour se rendre au point de départ du cheminement

	QUEL ÉTAIT VOTRE BUDGET QUOTIDIEN MOYEN PAR JOUR ET PAR PERSONNE ? TOUT FRAIS CONFONDUS ET HORS TRANSPORT POUR SE RENDRE AU POINT DE DÉPART DU CHEMINEMENT
France	43,4 €
Etranger	47,0 €

44,4 €

Les postes de dépenses (par jour et par personne)



Budget TOTAL moyen du cheminement (par personne)

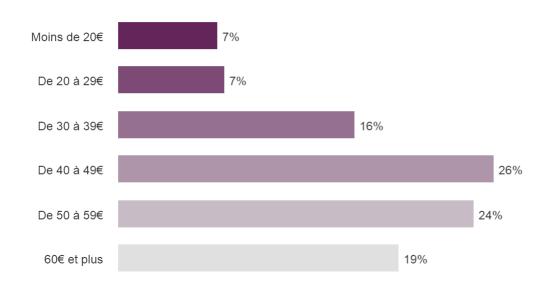
1 847 €

	BUDGET TOTAL DU CHEMINEMENT PAR PERSONNE
France	1 590 €
Etranger	2 557 €

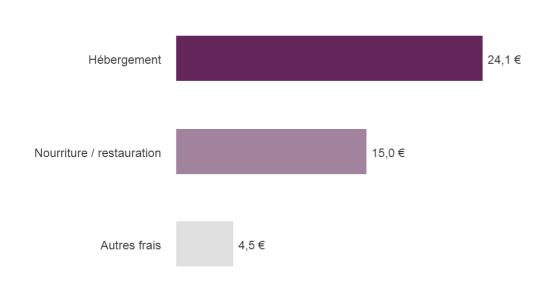


hemins de OMPOSTELLE Agence française des Chemins de Compostelle patrimoine mondial

Budget par jour et par personne - en classe



Les postes de dépenses (par jour et par personne)



Quel est votre budget QUOTIDIEN moyen par jour et par personne ?

Tous frais confondus et hors transport pour se rendre au point de départ du cheminement

	QUEL ÉTAIT VOTRE BUDGET QUOTIDIEN MOYEN PAR JOUR ET PAR PERSONNE ? TOUT FRAIS CONFONDUS ET HORS TRANSPORT POUR SE RENDRE AU POINT DE DÉPART DU CHEMINEMENT
France	37,8 €
Etranger	48,9 €

43,6 €

Budget TOTAL moyen du cheminement (par personne)

1 985 €

	BUDGET TOTAL DU CHEMINEMENT PAR PERSONNE
France	1 924 €
Etranger	2 040 €

Budget total par personne par poste de dépense

Budget total Hébergement par pers

Budget total Nourriture par pers

670 €

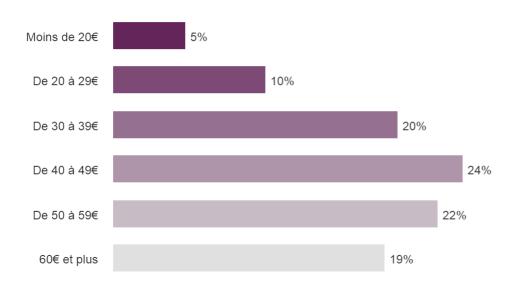
Budget total Autres Frais par pers

193 €



LE COMPORTEMENT

Budget par jour et par personne - en classe



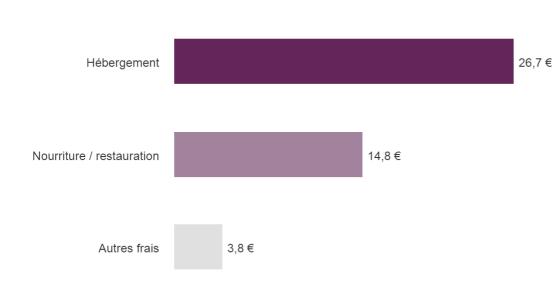
Quel est votre budget QUOTIDIEN moyen par jour et par personne ?

Tous frais confondus et hors transport pour se rendre au point de départ du cheminement

	QUEL ÉTAIT VOTRE BUDGET QUOTIDIEN MOYEN PAR JOUR ET PAR PERSONNE ? TOUT FRAIS CONFONDUS ET HORS TRANSPORT POUR SE RENDRE AU POINT DE DÉPART DU CHEMINEMENT
France	44,9 €
Etranger	49,3 €

45,4 €

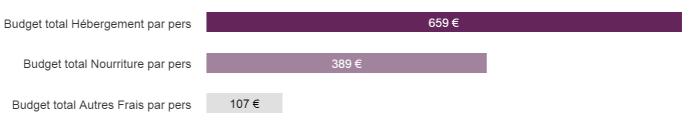
Les postes de dépenses (par jour et par personne)



Budget TOTAL moyen du cheminement (par personne)

1 154 €

	BUDGET TOTAL DU CHEMINEMENT PAR PERSONNE
France	1 078 €
Etranger	1 723 €



Enquête 2021 sur les publics des Chemins de Compostelle



sation
Unies
- Chemins de Saint-Jacq
de-Compostelle en Fra
cation, inscrits sur la Liste du
patrimoine mondial en



A gence de coopération interrégionale

Réseau

5. LA SATISFACTION



L'information, la signalisation, l'accès au point départ



Quand vous marchez sur les chemins...

La beauté des paysages traversés, l'environnement naturel



Le balisage, la signalétique des chemins



La sécurité des biens et des personnes (chemins)



La qualité et l'entretien des chemins



La cohabitation des différentes pratiques (vélo, cheval, à pieds...)



La couverture du réseau de téléphonie mobile



La possibilité de se connecter à internet (chemins)



Les aménagements à disposition (points d'eau, toilettes, aires de pique-nique...)





Quand vous traversez une ville, un village...

L'accueil par les populations locales

3,3,4

L'accès à des soins (pharmacie, médecin...)



3,0,4

La diversité de l'offre touristique (lieux, sites, monuments...)



3,1/4

La présence de banques, de DAB billets



Les prix pratiqués



2,9,4

La possibilité de se connecter à internet (en ville)



L'accès aux lieux de culte, aux offices religieux

Trouver des commerces ouverts, de la restauration rapide







Quand vous faîtes une halte pour dormir...

L'accueil dans les hébergements



La sécurité des biens et des personnes (halte dormir)



La possibilité de recharger ses appareils électroniques



L'hygiène des hébergements



La restauration proposée



Le confort des hébergements



Le rapport qualité/prix des hébergements



La possibilité de se connecter à internet (halte dormir)





hemins de OMPOSTELLE de Compostelle

L'information, la signalisation, l'accès au point départ



Quand vous marchez sur les chemins...

La beauté des paysages traversés, l'environnement naturel



Le balisage, la signalétique des chemins



La sécurité des biens et des personnes (chemins)



La qualité et l'entretien des chemins



La cohabitation des différentes pratiques (vélo, cheval, à pieds...)



La couverture du réseau de téléphonie mobile



La possibilité de se connecter à internet (chemins)



Les aménagements à disposition (points d'eau, toilettes, aires de pique-nique...)







Quand vous traversez une ville, un village...

L'accueil par les populations locales

3,2/4

L'accès à des soins (pharmacie, médecin...)



3,0,4

La diversité de l'offre touristique (lieux, sites, monuments...)



3,1/4

La présence de banques, de DAB billets



Les prix pratiqués



2,8/4

La possibilité de se connecter à internet (en ville)



L'accès aux lieux de culte, aux offices religieux

Trouver des commerces ouverts, de la restauration rapide









Quand vous faîtes une halte pour dormir...

L'accueil dans les hébergements



La sécurité des biens et des personnes (halte dormir)



La possibilité de recharger ses appareils électroniques



L'hygiène des hébergements



La restauration proposée



Le confort des hébergements



Le rapport qualité/prix des hébergements



La possibilité de se connecter à internet (halte dormir)





L'information, la signalisation, l'accès au point départ



Quand vous marchez sur les chemins...

La beauté des paysages traversés, l'environnement naturel



Le balisage, la signalétique des chemins



La sécurité des biens et des personnes (chemins)



La qualité et l'entretien des chemins



La cohabitation des différentes pratiques (vélo, cheval, à pieds...)



La couverture du réseau de téléphonie mobile



La possibilité de se connecter à internet (chemins)



Les aménagements à disposition (points d'eau, toilettes, aires de pique-nique...)







Quand vous traversez une ville, un village...

L'accueil par les populations locales

3,3,4

L'accès à des soins (pharmacie, médecin...)



3,1,4

La diversité de l'offre touristique (lieux, sites, monuments...)



3,0/4

La présence de banques, de DAB billets



Les prix pratiqués



2,8/4

La possibilité de se connecter à internet (en ville)



L'accès aux lieux de culte, aux offices religieux

Trouver des commerces ouverts, de la restauration rapide







Quand vous faîtes une halte pour dormir...

L'accueil dans les hébergements



La sécurité des biens et des personnes (halte dormir)



La possibilité de recharger ses appareils électroniques



L'hygiène des hébergements



La restauration proposée



Le confort des hébergements



Le rapport qualité/prix des hébergements



La possibilité de se connecter à internet (halte dormir)





REGION

L'analyse de la satisfaction

Analyse de la satisfaction (contributions)

T Forte

PRIORITES D'ACTIONS

Les aménagements à disposition (points d'eau, toilettes, aires de pique-nique...)

Trouver des commerces ouverts, de la restauration rapide

Les prix pratiqués

La qualité et l'entretien des chemins

Le balisage, la signalétique des chemins

La diversité de l'offre touristique (lieux, sites, monuments...)

POINTS FORTS

La beauté des paysages traversés, l'environnement naturel

L'accueil dans les hébergements

La possibilité de recharger ses appareils électroniques

La sécurité des biens et des personnes (halte dormir)

La sécurité des biens et des personnes (chemins)

L'information, la signalisation, l'accès au point départ

L'accueil par les populations locales

L'hygiène des hébergements

Le confort des hébergements

Le rapport qualité/prix des hébergements

IMPORTANCE

ZONE NEUTRE

L'accès aux lieux de culte, aux offices religieux

La présence de banques, de DAB billets

La possibilité de se connecter à internet (en ville)

La possibilité de se connecter à internet (chemins)

La possibilité de se connecter à internet (halte dormir)

La couverture du réseau de téléphonie mobile

L'accès à des soins (pharmacie, médecin...)

La restauration proposée

A MAINTENIR

La cohabitation des différentes pratiques (vélo, cheval, à pieds...)

Q

Si vous deviez penser à UNE chose qui aurait vraiment contribué à améliorer votre expérience ça serait...

plaine nouveau signalisation blanket itinéraire régulier entretien des chemins goudronné panneau cohérent inexistant hebergements couverture indication goudron sac commerce fontaine historique kms signalétique long traversé meilleur ouvert point d'eau local marcheur prix église pèlerin eau gîte voiture endroit personne présent petit more horaire petit commerce temps balisage étape eviter période lieu manque sh indiqué amélioration hébergement trajet portion conférment route départementale bar abri chien route village accueil frais sanitaire potable difficile départ ville possibilité arbre grand toilette campagne bitume rencontre ouverture linge mairie pluie pilger champ logement détour disponibilité sentier de randonnée

	Rechercher	Q
Le développement des accueils associatifs		
balisage cohérent GR et nouveau signe jaunes et bleus		
Transport de bagages inexistant sur la voie de vezelay		
Hébergements plus accessibles		
Améliorer le balisage à Bessy sur Cur, notamment à la sortie (3km de plus fauté de bon bal	lisage) . Ainsi qu'à	"

CLUNY

LA SATISFACTION

Si vous deviez penser à UNE chose qui aurait vraiment contribué à améliorer votre expérience ça serait...

campagne signalisation nique geschäft changement macadam sonntag kilométrage restaurant à l'envers papier gratuit kirchen population commerce distance region toilette ankunft table village vignoble ville wichtig voiture efficace balisage affaire itinéraire Vrai guide ort bleu fléchage commercial endroit internet hochétape menschen travail communication autonomie local inexistant déchet besseres erwartung signalé récent wandergebiet saint parcours dynamique petit commerce

Q Rechercher... " " La flexibilité de communication avec les mairies... très difficile de les contacter parfois... Plus de point d'eau potable " Bjr de revoir le balisage parfois et surtout au départ de Cluny, entre le GR ou La coquille cela a été à pile ou " " Abri de pique-nique " Ich war von der Region begeistert. Es ist ein tolles Wandergebiet und die Kirchen waren fast alle offen, was für mich als Pilger wichtig ist. Nur in Montbrison waren an dem Sonntag bei unserer Ankunft alle Geschäfte und fast alle Restaurants zu. Auch das Hotel war an diesem Ort unter unseren Erwartungen (die nicht sehr " hoch sind).



ALLEMANDS

LA SATISFACTION

Si vous deviez penser à UNE chose qui aurait vraiment contribué à améliorer votre expérience ça serait...

sitzmöglichkeiten

travail inexistant vignoble

zimmerpreise geöffnet schutzhütte

exemple bank dörfern région günstigere
efficace hébergement balisage éléver
hébergement balisage einzelpersonen

commerce village coût stundenlang
geschäft beschilderung
pilgerunterkünfte

Plus de point d'eau potable

Schutzhütte und Bänke

Que des places d'hébergement soient réservées aux "vrais "pèlerins (en autonomie). Avoir à faire des kilomètres supplémentaires quand on porte son sac sur le dos est dur à accepter.

Plus de commerces dans les villages

Un n° de téléphone qu'on peut appeler en cas de pb pour aider à trouver la solution



Et au final...

L'expérience globale que vous retirez de votre cheminement est plutôt :



VEZELAY 3,5

CLUNY – ALLEMANDS 3,7

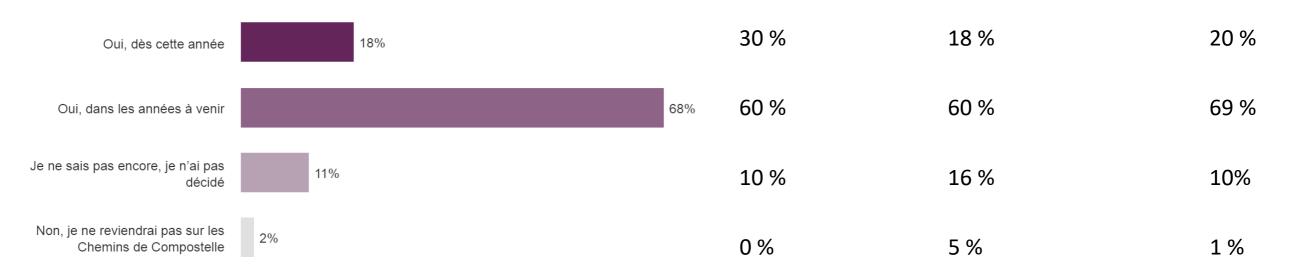
FRANCE 3,7





ALLEMANDS FRANCE

Pensez-vous poursuivre ou réaliser à nouveau un périple sur les Chemins de Compostelle ? (1 seule réponse possible)



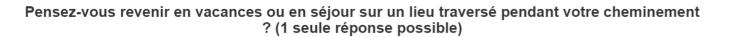


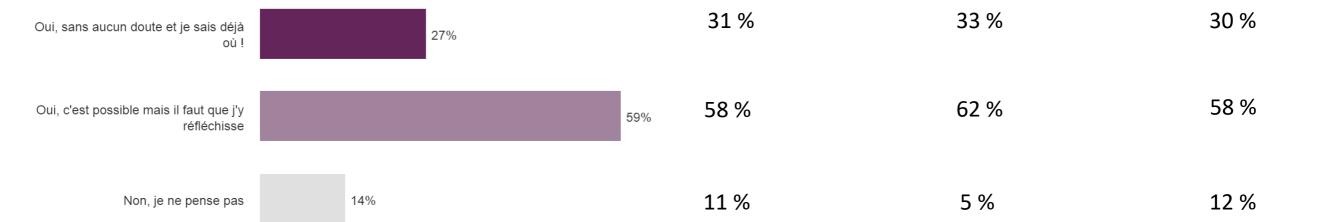




ALLEMANDS

FRANCE





Enquête 2021 sur les publics des Chemins de Compostelle



Chemins de Saint-Jacques
de-Compostelle en France
inscrits sur la Liste du
patrimoine mondial en 199



Agence de coopération interrégionale

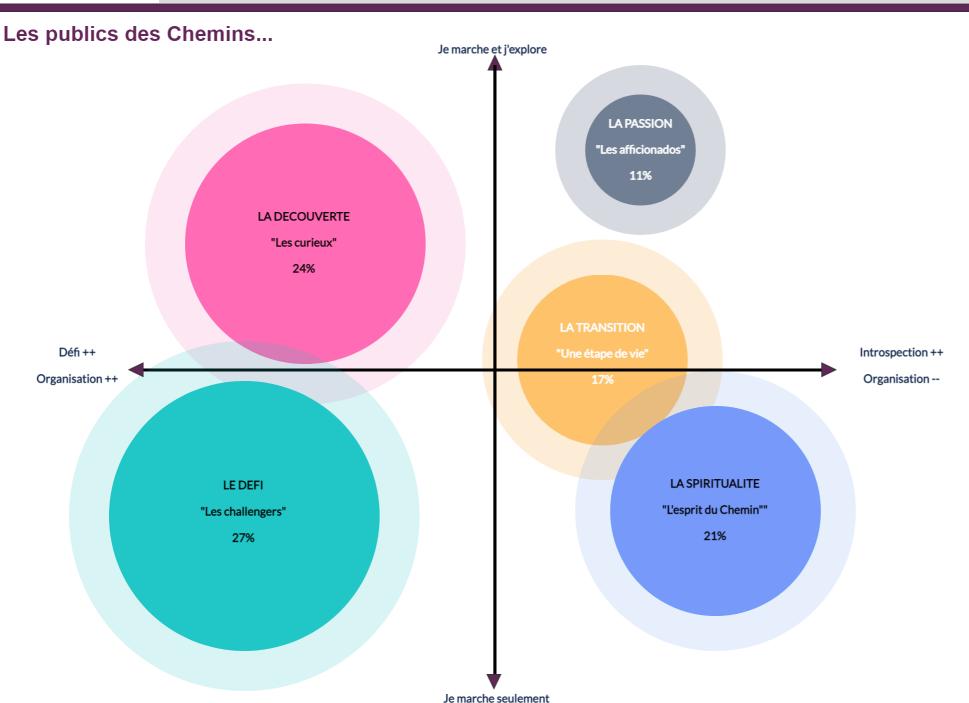
Réseau

6. LA TYPOLOGIE



(typologie globale non sensible aux filtres)

TYPOLOGIE



L'enquête sur les publics révèle **5 grandes typologies** qui caractérisent les pratiquants des Chemins de Compostelle.

- LA PASSION
- LA TRANSITION
- LA SPIRITUALITE
- LA DECOUVERTE
- LE DEFI

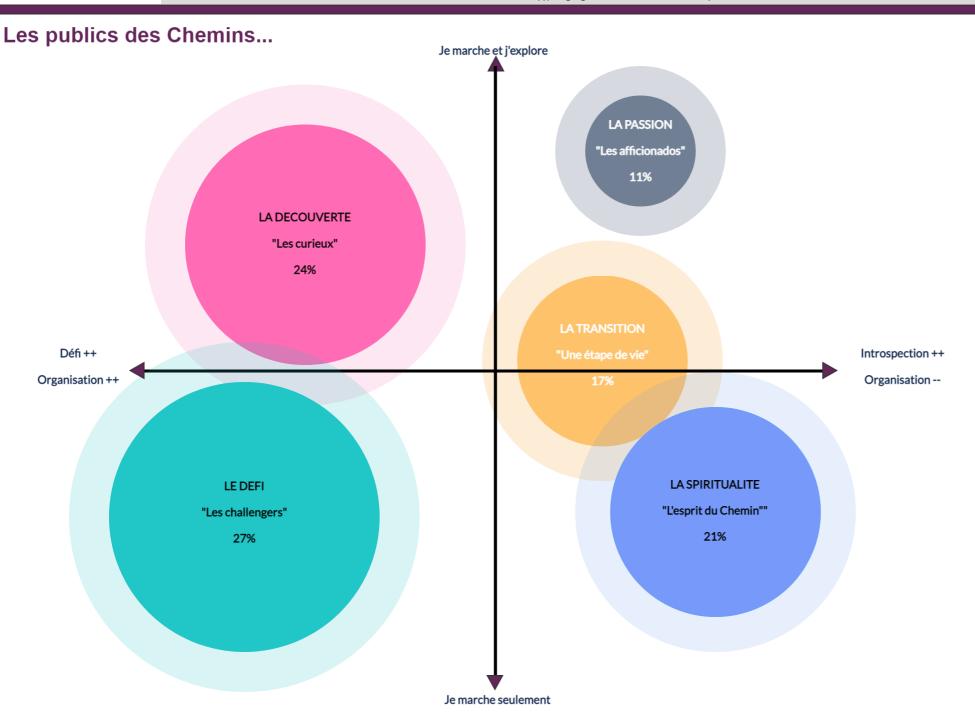
Ces "familles" de pratiquants se différencient principalement par un mix de 3 types de critères et de comportement :

- d'une motivation de défi ou de challenge à de l'introspection ou de la spiritualité
- de beaucoup d'organisation en amont à très peu ou pas d'organisation du tout
- de l'objectif de marcher seulement à celui de découvrir et d'explorer un territoire.

<u>A noter</u>: Si chaque pratiquant se retrouve "plutôt clairement" dans une des 5 typologies, il a aussi souvent une sensibilité à une ou deux autres.

(typologie globale non sensible aux filtres)

TYPOLOGIE



LA PASSION - "Les afficionados"

Habitués et grands connaisseurs des Chemins, ils les ont souvent fait plusieurs fois et pour des raisons différentes. Ils le refont en poussant plus loin la découverte des territoires et deviennent de véritables "référents" et de vrais ambassadeurs.

LA TRANSITION - "Une étape de vie"

Des hommes et des femmes à un moment particulier de leur vie, avec le besoin de passer un cap et/ou de revenir à l'essentiel. Ils marchent et visitent aussi à l'occasion, ils sont marqués par le plaisir de la rencontre et des échanges.

LA SPIRITUALITE - "L'esprit du Chemin"

Une motivation personnelle profonde et/ou religieuse pousse ces pratiquants souvent motivés par un besoin de "revenir à l'essentiel". La découverte des territoires traversés et de leurs richesses passent bien après l'assouvissement de ce besoin très personnel.

LA DECOUVERTE - "Les curieux"

Des "cheminants-touristes", ils s'appuient sur le Chemin pour découvrir un territoire d'une façon originale avec la connotation du défi ou de l'originalité de la marche pour y parvenir. Ils sont dans une volonté assumée, décalée par rapport au tourisme classique..

LE DEFI - "Les challengers"

Des challengers d'eux-mêmes avant tout, avec le besoin de "se prouver que je suis capable", clairement à la recherche d'un défi (physique ou plus personnel) ils sont concentrés sur leur objectif et sur le Chemin qui devient le vecteur de leur défi intérieur.

Forces et faiblesses de la destination Compostelle en France

FORCES

Forte notoriété et image en cohérence avec la réalité Des services et un accueil de qualité Richesse et diversités des chemins en France Une Adn claire, à vivre de manières différentes

FAIBLESSES

Des manques au niveau des services et des équipements

Des freins à la pratique de certains publics (familles..)
Les clientèles étrangères choisissent l'Espagne
Déséquilibre de fréquentations sur les chemins

OPPORTUNITES

Des publics potentiels importants et diversifiés : clientèles locales, Européens en quête de sens, de nature

Une réponse à des attentes sociétales fortes : recherche d'un tourisme différent, vertueux, développement personnel...

MENACES

L'offre concurrentielle en matière d'itinérance L'impact d'une forte fréquentation sur certains secteurs Situation sanitaire/ géopolitique limitant la venue des clientèles internationales

LES FORCES DES CHEMINS

Forte notoriété et image en cohérence avec la réalité

- La puissance historique et symbolique des Chemins de Compostelle
- Très forte notoriété de la marque "Chemins de Compostelle"
- Une forte différenciation par rapport aux autres GR en France (positionnement "spirituel" très marqué des Chemins)
- · Cohérence entre l'image, la promesse des Chemins et la réalité vécue
- La voie du Puy = emblème très fort en termes d'image et de notoriété
- Communication "naturelle" très forte (partage, transmission, bouche à oreille, littérature...)
- Une communauté importante d'afficionados engagés, très attachés aux Chemins, partageant beaucoup et prêts à aider les autres

Des services, des équipements, un accueil de qualité

- La voie du Puy = beaucoup d'expériences, d'équipements, de prestataires...
- Des chemins de grande randonnée et totalement adaptés à des pratiques "douces"
- Le balisage et la signalétique des Chemins (souligné par les cheminants à pied)
- La qualité et l'entretien des Chemins (souligné par les cheminants)
- L'information, l'accès sur quelques points de départ majeurs (facilité pour démarrer le cheminement sur des points identifiés)
- L'accueil dans les hébergements (souligné par les cheminants)
- L'accueil par les populations locales des territoires traversés (souligné par les cheminants)
- La sécurité des biens et des personnes (souligné par les cheminants)

Richesse et diversité "physique" des Chemins de Compostelle

- Un réseau et un maillage de Chemins de grande ampleur et sillonnant quasiment toute la France
- La diversité des Chemins (paysages, géographie, organisation, niveaux d'expérience...)
- La beauté des paysages traversés, la préservation de l'environnement naturel (force relative selon les zones traversées)
- Des chemins encore "à taille humaine" (vs les Chemins en Espagne)
- La volonté exprimée de revenir en "vacances" sur des territoires traversés pendant un cheminement

Une ADN claire, à vivre de manières différentes par des publics différents

- Le cheminement en tant "qu'outil" ou "moyen" de développement personnel est une réalité (dimension spirituelle)
- Expérience vécue qui permet de réaliser un ressourcement, un recentrage
- Une clientèle jeune (20 ans) qui vient assez naturellement et se renouvelle d'années en années
- La clientèle senior (retraités) qui vient historiquement, naturellement et en nombre sur les Chemins
- La fidélisation aux Chemins est très forte (faire en plusieurs fois, revenir, faire d'autres itinéraires...)
- La cohabitation possible de différentes pratiques (vélo & à pied)
- Des typologies de pratiquants bien marquées (adaptation de la communication, des offres...)



LES FAIBLESSES DES CHEMINS

Des manques exprimés au niveau des services et des équipements

- Trop peu d'accès public à de l'eau potable sur les voies
- Trop peu d'aménagements publics et gratuits pour les cheminants (toilettes, abri sommaire, banc, tables...)
- Déséquilibre des aménagements entre les voies (Voie du Puy vs Autres voies)
- Déséquilibre des prestations (hébergeurs, portage, navettes...) entre les voies (Voie du Puy vs Autres voies)
- Manque d'hébergements et/ou de points d'accueil (en dehors de la Voie du Puy)
- La difficulté pour se connecter à internet (sur les Chemins et dans les hébergements)
- La couverture du réseau de téléphonie mobile très hétérogène
- Gestion hératique, compliquée ou parfois absente des déchets produits pendant un cheminement
- Accès parfois compliqué à l'offre touristique de proximité (lieux, sites...)
- La plupart des hébergements proposés et typés "Chemins" sont peu adaptés aux clientèles "avec jeunes enfants"
- Le rapport qualité/prix de certains hébergements
- · Le confort et l'hygiène de certains hébergements
- Trouver des commerces ouverts, de la restauration rapide
- La faible présence de banques, de DAB billets
- L'accès compliqué aux lieux de culte, aux offices religieux (horaires, lieux fermés)
- Peu d'accès à des soins (ou accès compliqués) en chemin (pharmacie, médecin...)

Des freins à la pratique ou aux attentes de certains publics

- Ne correspond pas aux attentes de pures pratiques sportives (dénivelés, records à battre...) vs GR20, GR TMB ou GR2 (Réunion)
- Ne répond pas aux attentes de pleine nature sauvage ou bien moins que d'autres parcours (GR5 Alpes, GR10 Pyrénées)
- Les clientèles étrangères s'orientent naturellement vers les voies en Espagne
- Faible part des clientèles en activité et dans la tranche 30-45 ans
- Logistique personnelle contraignante pour pouvoir faire un vrai cheminement (travail, enfants, budget, vie quotidienne...)
- Difficultés logistiques pour "boucler" un cheminement (revenir aisément à son point de départ)
- Budget global d'un cheminant élevé au final (durées longues de cheminement)
- · Les pratiquants associent très peu leurs enfants à un cheminement

Des soucis liés aux fréquentations

- Déséquilibre des fréquentations entre les voies (Voie du Puy vs Autres voies)
- La sur-fréquentation de certains tronçons de la voie du Puy à certaines périodes
- La saturation des hébergements disponibles à certaines périodes
- La "saturation" ressentie à certaines périodes par les populations locales traversées par des itinéraires
- Manque global de données et d'homogénéité dans l'observation statistique des Chemins (suivi des flux)



LES OPPORTUNITES A SAISIR

Des publics potentiels importants et diversifiés

- Un marché potentiel très important en volume : les européens de 30-45ans en quête de "sens"
- La clientèle avec de jeunes enfants se tourne de plus en plus vers des produits de type "itinérance" dans la nature
- Les jeunes étudiants européens : un marché déjà important et en augmentation
- Une population sénior de plus en plus apte physiquement à pratiquer la randonnée tard dans sa vie
- Part croissante des "créatifs culturels" dans la société (valeurs féminines, de respect, sociales, écologiques, durables...
- La possibilité de proposer les Chemins à des clientèles locales ou de proximité (il y a partout un Chemin à vivre...)

Une réponse à des attentes sociétales fortes

• Une demande touristique croissante pour un tourisme "différent", plus "vrai", plus respectueux des gens, des activités, des territoires.

- Le développement de la demande touristique pour des séjours intégrant de l'itinérance à vélo (route, gravel, VAE)
- La demande croissante d'offres touristiques orientées vers les pratiques en bivouac, en autonomie
- Une forte demande pour un tourisme plus "expérientiel" (créer des sensations, des émotions, des souvenirs...)
- Un besoin sociétal de plus en plus marqué sur la quête personnelle de "sens", sur l'épanouissement personnel
- L'augmentation constante des pratiques de type APN en Europe occidentale (dans la vie quotidienne et lors des séjours touristiques)



LES MENACES A SURVEILLER

- La concurrence et la structuration "touristique" de beaucoup de GR en France et en Europe (concurrence en hausse)
- L'augmentation de la "consommation" des espaces naturels induit des nuisances et des contraintes multiples:
- * gestion de flux, sur fréquentation à certains endroits...
- * gestion des déchets en espaces sensibles ou éloignés...
- * seuil d'acceptabilité de la population locale...
- * partage des espaces : cohabitation pluriactivités (randonnée, chasse, agriculture, VTT...)

- Une sécurité sanitaire encore précaire et des règlementations changeantes pouvant faire hésiter des clientèles touristiques à se déplacer
- Une situation géopolitique rendant peu attractive les déplacements de clientèles touristiques lointaines vers l'Europe
- L'irrégularité de la consommation touristique induit des périodes d'inactivité et/ou de fermeture (hébergements, services, restauration...) dans les zones touristiques
- Les interactions de multiples acteurs, et/ou des manques de coordination entre eux, peuvent impacter la lisibilité et la cohérence de l'offre proposée



Point clé

La dimension spirituelle : un avantage concurrentiel à travailler et à moderniser

- Le côté "spirituel" (au sens large de son acception) apparait comme constitutif de l'ADN des Chemins de Compostelle en France
- Il constitue nettement la principale motivation à partir spécifiquement sur les Chemins de Compostelle (et pas sur un autre GR): il en fait donc son avantage concurrentiel majeur.
- Un risque peut apparaître si cette "spiritualité" était peu à peu associée à une image vieillissante, alors même que la recherche de spiritualité est très tendance et très moderne dans la société actuelle.
- Un enjeu clé apparaît sur la nécessité de conserver cet ADN tout en le "modernisant" (communication, aménagements, services proposés...) et en assumant les liaisons à créer entre histoire et spiritualité des Chemins, et les besoins forts dans la société de "travail sur soi" et "épanouissement personnel".
- A noter le risque marketing à trop s'éloigner ou "diluer" cet ADN (perte d'identité) pour aller chercher de nouveaux pratiquants des Chemins (records sportifs, randonnées en famille...) et entrer ainsi dans un champ concurrentiel très fort et générer de nouveaux problèmes (cohabitation de pratiques, problèmes de flux...).

PAROLES ET IDEES DE "PROS" (acteurs privés, publics, associatifs)

- Evoluer c'est aussi préserver : si on n'évolue pas on va subir une évolution sauvage et non maîtrisée.
- Finalement les Chemins sont modernes dans leur essence même et dans leur évolution : il faut l'affirmer le démontrer avec plus de force.
- Il faut consolider l'ADN en le faisant évoluer : la religion fait partie des Chemins mais des totems laïques peuvent aussi être créés.
- Travailler la sémantique : valoriser des termes autour de la liberté, de "oser", d'instant présent, de supplément d'âme...
- Choisir des images adaptées pour les communications faites : insister sur les bienfaits contre la charge mentale, les burnout...
- La dimension spirituelle des Chemins est un peu fantasmée : il faut la ramener à une réalité et à une certaine modernité.
- Intégrer de l'expérience contributrice pendant un cheminement : je vais m'arrêter ici quelque heures et contribuer à ceci... aider à cela...
- Déployer plus de pédagogie et d'explications, notamment auprès des enfants : développer des outils spécifiques, aller dans les écoles des villages traversés...

• ...

(extraits tirés des focus group, des interviews, des forums d'échanges)



Point clé

L'optimisation de l'impact des Chemins pour les territoires traversés

- L'augmentation de la valeur générée (économique notamment) par les Chemins pour les territoires et leurs entreprises ne repose pas forcément que sur l'augmentation des fréquentations : diffusion d'une image, production de contenus, aide concrète sur le territoire...
- L'augmentation des fréquentations est déjà signalée comme un facteur de nuisances dans certaines zones (certains tronçons de la Voie du Puy) et à certains moments.
- L'enjeu de la diffusion des flux de pratiquants entre les voies est majeur car des déséquilibres très forts existent et ne sont pas toujours "logiques".
- Le marché du profil des clients "actuels" est en croissance (en volume potentiel) et assez facile à faire basculer dans la réalisation pour les nonclients relatifs.
- Le marché de nouvelles clientèles à aller chercher (sportifs par exemple, ou familles avec jeunes enfants...) est beaucoup plus compliqué à "convertir" en pratiquants des Chemins.
- L'enjeu du retour des cheminants sur des territoires traversés en mode "tourisme classique" est une réalité: 30% d'entre eux comptent le faire et 60% sont indécis...

PAROLES ET IDEES DE "PROS" (acteurs privés, publics, associatifs)

- Catégoriser les tronçons en fonction de leur typologie, de leur difficulté, du temps pour le réaliser, des paysage traversés...
- Développer des outils de type "vous avez aimé ce tronçon, alors vous aimerez sans doute faire celui-là".
- Créer un outil numérique de génération de parcours en fonction de critères (temps disponible, difficulté, distance quotidienne...
- Former et équiper les hébergeurs, les offices de tourisme d'outil de présentation des autres Chemins (ailleurs que sur leur territoire).
- Communiquer plus fortement sur l'offre méconnue de certains tronçons, de certaines voies.
- Développer le réflexe de la GRC chez les hébergeurs, les OT (récupération de données, envoi d'informations, proposition de séjours...).
- Intégrer plus fortement les habitants dans des démarches d'accueil spécifique des cheminants: actions spécifiques avec les scolaires, actions culturelles sur le terrain (expo itinérante...), actions d'accueil spécifiques (dans les OT, les commerces...).
- Mobiliser la volonté politique locale : informer, former, intervenir auprès des élus locaux.

(extraits tirés des focus group, des interviews, des forums d'échanges)



Point clé

Améliorer l'expérience vécue avec les Chemins : aménagements, offres et services

- Le questionnement est posé sur les "aménagements de base" à développer : il y a des carences mais où placer le curseur pour ne pas dénaturer l'expérience vécue ?
- Jusqu'où faire du cheminement une aventure "bornée", "calibrée", sans toucher à son ADN et à sa spécificité par rapport à d'autres itinéraires?
- La problématique d'un accès public à de l'eau potable et celle du traitement des déchets produits sont déjà ou peuvent devenir important sur certaines zones (poubelles, toilettes...).
- La connectivité est désignée comme un service "basique" mais des carences fortes sont observées sur les Chemins et les points d'hébergement.
- L'enjeu des services numériques en cours de cheminement pour trouver son chemin, un site à visiter, de l'eau, un hébergement disponible...
- L'intégration de la "diaspora" des afficionados pour accompagner, coacher, informer de futurs cheminants, devenir des "mentors"...
- La logique de l'itinérance: la disparition des limites administratives dans les services proposés (cartes, guides, outils numériques...).
- Lever le frein important de la "logistique", accompagner en amont les "primopratiquants, apporter du concret, des solutions, des conseils pratiques...
- Mettre des "touristes" au contact des Chemins pendant leur séjour (faire connaître, créer l'envie, transmettre, rassurer...): sentier de découverte, parcours expérientiels...

PAROLES ET IDEES DE "PROS" (acteurs privés, publics, associatifs)

- Créer des « zones de services » sur des points de départ et d'arrivée importants (accès wifi, eau, bancs de repos, informations…), des « conciergeries » dédiées
- Faire des hébergements des lieux ressources (infos, aides, services complémentaires...).
- Renforcer l'offre d'équipements et d'hébergements dans certaines zones.
- Développer des solutions à la demande croissante pour le bivouac.
- Géopositionner tous les services de base (points d'eau, wc, abris, bancs, commerces, bars, cimetières, tampon de crédencial, signalétique...) y intégrer les remontées d'infos des pratiquants (avis, alertes...).
- Mettre en place des comités d'itinéraires pour réfléchir globalement aux problématiques d'outils d'infos, d'aménagement...
- Avoir une approche spécifique "vélo": identifications très précises des itinéraires, des points d'hébergements adaptés...
- Créer une base de données d'expériences, de souvenirs, d'astuces, pousser aux partages, créer des « totem des expériences » sur le parcours...
- Créer le "meetic pour se lancer" : rassurer, faciliter les échanges, les astuces..
- Insister sur les "Chemins pour Tous" : ouvrir les Chemins aux personnes en situation de handicap, créer des tronçons adaptés, des services adaptés.

(extraits tirés des focus group, des interviews, des forums d'échanges)





Chemins de Saint-Jacques-de-Compostelle en France



L'Agence française des chemins de Compostelle et les actions engagées

Depuis 1990, l'AFCC est l'opérateur national des collectivités locales pour la valorisation des chemins de Saint-Jacques-de-Compostelle et pour le développement d'un tourisme culturel au service des territoires.

Depuis 2015, l'Etat lui confie l'animation du réseau du bien culturel en série « Chemins de Saint-Jacques-de-Compostelle en France » inscrit sur la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO.

Elle fédère des Régions, Départements, communes et intercommunalités, associations, offices de tourisme, hébergeurs et œuvre pour :

- · l'information du public;
- le développement de l'itinérance, la qualification de l'offre, la promotion des itinéraires et du bien du patrimoine mondial;
- le conseil et la formation;
- la création et la diffusion d'outils de médiation culturelle;
- la coopération en France et en Europe.

Plus d'informations sur : www.chemins-compostelle.com

Dimension culturelle des chemins de Compostelle

- Animation d'un conseil scientifique
- Organisation de rencontres interdisciplinaires, thématiques (Marcher pour guérir), de conférences...
- Préservation et mise en valeur du bien du patrimoine mondial de l'Unesco : élaboration des plans de gestions
- Médiation et formation : publications, webinaires, relations médias, ...
- · Coordination d'une saison culturelle
- Déploiement de chantiers participatifs (1000 mains)
- Développement d'expériences artistiques (Fenêtres sur le paysage)
- Action éducative et pédagogique
- Partenariat avec les réseaux associatifs

Faire connaitre la richesse des paysages, du patrimoine, des cultures et la diversité des itinéraires, partager les histoires, les savoirs, les expériences et les valeurs humanistes d'hospitalité et de fraternité

Qualité, aménagements, offre de services

- Observation des flux et des publics
- Information gratuite du grand public : site, documentations pratiques, conseils
- Etat des lieux des itinéraires et mise à niveau des aménagements, des équipements et des services
- Animation d'un réseau d'hébergeurs (charte Accueil)
- Développement d'un réseau de Communes haltes pour garantir accueil et services
- Diversification de l'offre: Saint-Jacques à vélo, tourisme culturel (contenus et sites de visite)
- Amélioration de l'accessibilité handicap
- Expérimentation de nouveaux services
- Structuration de comités d'itinéraires avec la FFRando, les collectivités, les acteurs privés

Développer et améliorer la qualité de l'offre sur chacun des itinéraires en mobilisant les acteurs publics et privés et proposer des services adaptés

Optimisation de l'impact des chemins pour les territoires traversés

- Réalisation d'outils de promotion (dépliants et vidéos) soulignant les richesses et les spécificités des itinéraires
- Une nouvelle approche « séjours » en lien avec les opérateurs touristiques
- Collaboration avec les opérateurs de transports publics
- Réflexion sur les « hubs » et les accès
- Mise en service du site et de l'appli
 GeoCompostelle (suggestions de parcours de 2 à 15 jours)
- Partenariats avec les organisations professionnelles agricoles (Vins du Sud-ouest, AO)
- Sensibilisation, mobilisation et accompagnement des acteurs publics locaux
- Implication des habitants dans l'accueil et le partage

Penser le bien du patrimoine mondial et les itinéraires comme un facteur d'attractivité et une ressource pour le développement culturel, économique et social des territoires











Organisation
des Nations Unies
pour l'éducation,
la science et la culture

Chemins de Saint-Jacquesde-Compostelle en France
inscrits sur la Liste du
patrimoine mondial en 1998



RECION BOURGOGNE FRANCHE COMTE



