



---

**RANDONNÉE  
PÉDESTRE  
EN ESSONNE**

---

**ESSONNE TOURISME  
2021**

# SOMMAIRE

## 03 Liste d'abréviations

## 04 Présentation de l'étude

04 Introduction et objectifs

05 Méthodologie

## 07 État des lieux de l'offre

07 Une offre d'itinéraires de randonnée bien structurée

09 Un territoire propice à l'itinérance de gare à gare

## 15 État des lieux de la demande

15 L'enquête par questionnaire

16 A) La planification et la pratique de la randonnée

19 B) Les consommations des randonneurs

23 C) Les pratiques de l'itinérance

26 Les personae

32 Pour résumer

## 34 Attractivité pour les territoires en matière de randonnée

34 Méthodologie d'analyse

35 Notoriété des territoires

41 Notoriété des itinéraires de grande randonnée

43 Stratégie de développement territorial

## 49 Bilan

## 52 Perspectives et pistes d'actions

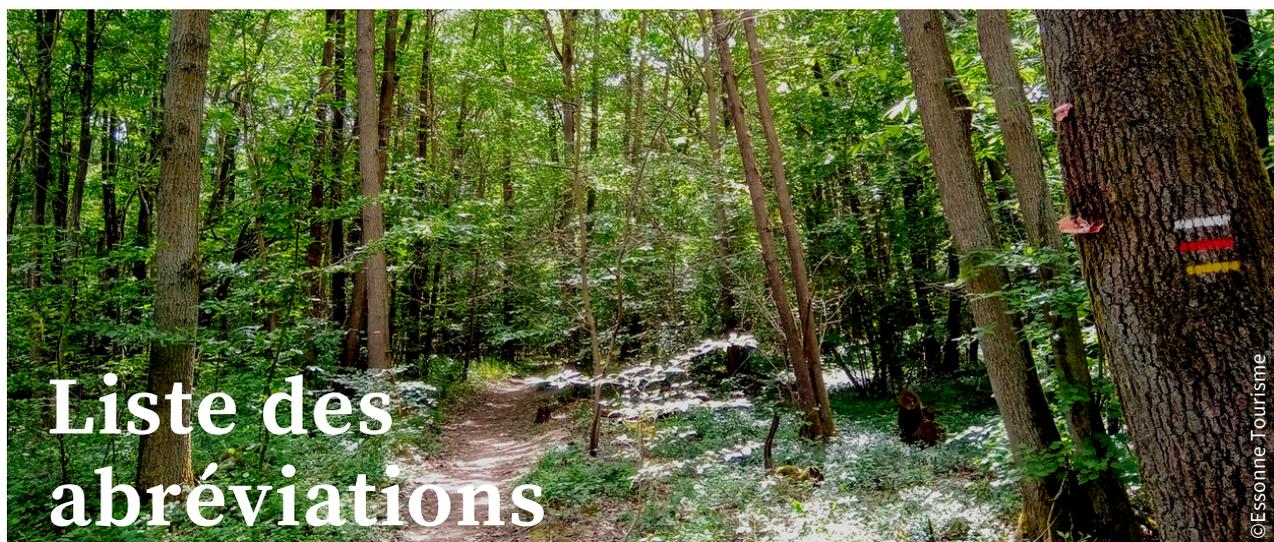
52 Un modèle en archipel à valoriser

55 Création de destinations de randonnée

56 Accompagner les commerçants pour améliorer les retombées économiques de la randonnée

58 Accompagner les hébergements touristiques pour développer des offres à destination des randonneurs





## Liste des abréviations

<b>B2B</b>	<i>Business to business</i> (action à destination des professionnels)
<b>CD91</b>	Conseil départemental de l'Essonne
<b>CDRP91</b>	Comité départemental de randonnée pédestre de l'Essonne
<b>DENV</b>	Direction de l'environnement du Département de l'Essonne
<b>EPCI</b>	Établissement public de coopération intercommunale
<b>FFRP</b>	Fédération française de randonnée pédestre
<b>GR</b>	Itinéraire de grande randonnée
<b>GRP</b>	Itinéraire de grande randonnée de pays
<b>IGN</b>	Institut national de l'information géographique et forestière
<b>ODG</b>	Organisations de gestion des destinations
<b>PDIPR</b>	Plan départemental des itinéraires de promenades et randonnées pédestres et équestres
<b>PNR</b>	Parc naturel régional
<b>PR</b>	Itinéraire de promenade et randonnée
<b>SERP</b>	<i>Search Engine Result Page</i> (page web générée par un moteur de recherche)

# I. Présentation de l'étude

## 1. Introduction et objectifs

Au sud de l'agglomération parisienne, l'Essonne est un territoire privilégié pour la randonnée pédestre. Du fait de son urbanisation modérée (81 % d'espaces ouverts<sup>1</sup>) et d'un nombre important d'espaces naturels aménagés pour l'accueil du public (25 forêts, 35 sites départementaux et 14 sites municipaux ouverts au public<sup>2</sup>), le département possède des facteurs d'attractivité pour répondre aux attentes des pratiquants de randonnée franciliens.

La randonnée pédestre bénéficie d'une structuration ancienne et d'une gouvernance rodée mobilisant le Comité départemental de randonnée pédestre (CDRP), la direction de l'environnement (DENV) du Département de l'Essonne, Essonne Tourisme et les communes essonniennes. Ce cadre institutionnel prend part dans un Plan départemental des itinéraires de promenades et randonnées pédestres et équestres (PDIPR) animé par la DENV, permettant d'identifier et de protéger juridiquement les itinéraires de pratique de la randonnée.

En Essonne, la randonnée pédestre s'inscrit principalement dans une pratique de proximité. De par son caractère péri-métropolitain et son urbanisation récente<sup>3</sup>, la demande d'accès aux espaces naturels est forte de la part des habitants du territoire. Les activités « urbaines » de pleine nature<sup>4</sup>, telles que la randonnée pédestre, le vélo tout terrain, l'escalade et l'équitation, sont privilégiées. Ainsi, le territoire essonnien se caractérise par une offre d'itinéraires de randonnée pédestre bien structurée avec 14 itinéraires départementaux balisés, 5 itinéraires de grande randonnée (GR & GRP), et 63 itinéraires de promenades et randonnées (PR), soit environ 1 900 km d'itinéraires balisés.

<sup>1</sup> Source : Institut Paris Region, 2017. Sont considérés comme espaces ouverts : les espaces agricoles, les bois et forêts, les espaces ouverts artificialisés et les milieux semi-naturels.

<sup>2</sup> Source : Département de l'Essonne, Secrets de nature en Essonne, 2021.

<sup>3</sup> L'Essonne compte 1 315 000 habitants en 2019 contre 673 000 en 1968.

<sup>4</sup> Selon le géographe Yvon Le Caro, nous pouvons opposer des activités de pleine nature dite urbaines, valorisant une approche contemplative, à des activités dites traditionnelles, telles que la chasse, la pêche et la cueillette.

Toutefois, la maturité de l'offre engendre un manque d'investissement pour l'observation des pratiques et le développement des services<sup>1</sup>. Les campagnes de comptage sur les itinéraires de randonnée et dans les sites naturels sont peu développées et coordonnées. Ainsi, le Département ne possède pas de données permettant d'évaluer l'intensité des pratiques selon les sites et les attentes des randonneurs. Ce manque de connaissance des pratiques se révèle être un frein pour dynamiser les investissements privés liés à la filière randonnée. **L'observation des pratiques et la connaissance des différents types de clientèle constituent les enjeux principaux de cette étude.**

***L'offre d'itinéraires de randonnée pédestre en Essonne est bien structurée : 14 itinéraires départementaux balisés, 5 itinéraires de grande randonnée, et 63 itinéraires de promenades et randonnées, soit environ 1 900 km d'itinéraires balisés.***

## 2. Méthodologie

L'étude s'articule en plusieurs parties possédant chacune une méthodologie singulière. L'état des lieux de l'offre repose sur l'analyse spatiale des itinéraires de randonnée en Essonne. Celle-ci vise à connaître les territoires dans lesquels l'offre de randonnée pédestre est la plus intense. Cela permet aussi de mieux appréhender le processus de structuration des itinéraires.

L'état des lieux de la demande a nécessité une méthodologie différente avec la mobilisation d'une enquête par questionnaire auto-administrée. Ce questionnaire en ligne a été diffusé sur les réseaux sociaux d'Essonne Tourisme et aux membres du CDRP de l'Essonne. Au total, 640 réponses ont été collectées.

---

<sup>1</sup> La comparaison avec la structuration des véloroutes plus récentes est intéressante. Pour les véloroutes, les comités d'itinéraires mobilisant les départements et régions s'articulent en général autour de 3 axes : infrastructure, promotion-communication, observation-services. Le dernier axe vise à développer les retombées touristiques et à évaluer les retombées économiques de l'itinéraire. Cela répond à une volonté de justifier les investissements des collectivités locales dans l'infrastructure des véloroutes.

Cette enquête a permis de recenser différents types de pratiquants de la randonnée. Pour aller plus loin dans la compréhension de ces typologies, nous avons employé la méthode des personae. Cette méthode, centrée sur les utilisateurs, permet d'en construire une représentation fictive. Les personae nous aident à mieux visualiser les attentes des pratiquants et les moyens de communication à mobiliser pour les toucher.

Une analyse de l'attractivité des territoires a pour objectif de distinguer l'intensité des pratiques de randonnée à l'échelle infra-départementale. Face au manque de données de comptage, nous avons fait le

choix de privilégier la collecte de données numériques sur les plateformes de randonnée (Visorando, Helloways, IGN Rando et Cirkwi) et d'analyser le référencement des itinéraires de grande randonnée sur les moteurs de recherche. Ces données nous permettent d'estimer la notoriété des différents territoires et itinéraires.

Grâce à ces trois méthodes, il a été possible de dresser un bilan des forces, faiblesses, opportunités et menaces pour le développement de la filière randonnée en Essonne. Suite à cela, quatre pistes d'actions à privilégier sur le territoire ont été définies.



## II. État des lieux de l'offre

### 1. Une offre d'itinéraires de randonnée bien structurée

En 2008, le Conseil départemental de l'Essonne (CD91), le Comité départemental de randonnée pédestre de l'Essonne (CDRP91) et Essonne Tourisme ont signé une convention de partenariat en vue de promouvoir la randonnée pédestre et de coordonner la création d'itinéraires, la protection des chemins, la mise en place de balisage et d'équipements. Cette convention est renouvelée tous les 5 ans.

Le CD91 a décidé le 30 novembre 1988, conformément à la loi n°83-663 du 22 juillet 1983, l'élaboration d'un PDIPR autour des objectifs suivants :

- La protection juridique des chemins ruraux, ainsi que la protection de l'environnement ;
- La pratique de la randonnée, assurant la continuité des itinéraires entre les communes, afin de constituer sur l'ensemble du territoire essonnien un réseau cohérent ;
- La découverte du patrimoine naturel, culturel et touristique essonnien.

En 2018, le PDIPR de l'Essonne comptait 2 008 km de chemins pédestres inscrits. Le Département

est également à l'initiative d'un réseau de 14 itinéraires départementaux, soit 520 km balisés en bleu, permettant de relier les différents espaces naturels sensibles du territoire.

En 2018, le Département a lancé l'application mobile « Balade en Essonne » pour permettre aux utilisateurs d'avoir accès au réseau des itinéraires départementaux et d'avoir des informations didactiques sur les sites naturels. Une nouvelle version de l'application mobile est prévue pour 2022.

Le CDRP compte 61 clubs soit 6 290 adhérents dont 120 baliseurs. Il aménage les itinéraires en créant, entretenant, balisant et sécurisant les sentiers pédestres. Les baliseurs sont formés en interne aux techniques de balisage, ce qui permet d'assurer une cohérence à l'ensemble du réseau. Outre sa collaboration avec le Département et Essonne Tourisme, le CDRP91 conventionne directement avec certaines intercommunalités du territoire<sup>1</sup> pour la création de nouveaux itinéraires de randonnée.

<sup>1</sup> Parmi les territoires ayant conventionné avec le CDRP91, nous recensons la CC Entre Juine et Renarde et la CA Versailles Grand Parc (pour la commune de Bièvres en Essonne).

En 2021, on compte 5 GR<sup>1</sup>, 2 GRP<sup>2</sup> et 72 PR. Les GR et GRP font office d'axes structurants de plusieurs centaines de kilomètres organisés autour du réseau ferroviaire. Les PR constituent des boucles locales d'une distance variant entre 3 et 25 km. Lors de la conception de ces boucles, la présence d'un site naturel, patrimonial ou paysager remarquable est privilégiée.

Essonne Tourisme, le Comité départemental du tourisme de l'Essonne, met en œuvre la politique touristique du Département dans le cadre d'un schéma départemental de développement du tourisme et des loisirs. Il agit pour la promotion des itinéraires de randonnée et la structuration d'une offre de services autour de ceux-ci afin de permettre le développement d'un tourisme vert sur le territoire.

### Le réseau des GR et des GRP en Essonne



Source : CD91

<sup>1</sup> GR1 Tour de Paris, GR2 Sentier de la Seine, GR11 Tour de l'Île-de-France, GR32 de la Seine à la Loire, GR655 Chemin de Saint-Jacques de Compostelle – Voie de Tours.

<sup>2</sup> GRP de la Ceinture verte, GRP des vallées de l'Essonne.

Dans ce sens, Essonne Tourisme éditait jusqu'en 2021 un guide de randonnées, distribué gratuitement à environ 7 000 exemplaires chaque année dans les offices du tourisme, sites touristiques et sur des événements. Ce guide présente une sélection de 10 circuits pédestres et de 10 circuits vélo dans un format « topoguide ».

Par ailleurs, depuis 2020, Essonne Tourisme propose une sélection de circuits pédestres et vélos sur son site internet via la plateforme Cirkwi. En 2022, 30 circuits pédestres et 20 circuits vélo seront en ligne. Chaque circuit est testé et validé selon des critères tels que la qualité paysagère, la présence de sites patrimoniaux et la sécurité des cheminements.

L'outil Cirkwi permet par ailleurs d'avoir des données statistiques sur les différents circuits proposés. L'analyse de ces données permet de mieux connaître les attentes des utilisateurs et ainsi d'optimiser les formats afin de répondre aux différents segments d'utilisateurs.

La ligne éditoriale pour la promotion de la randonnée est vouée à évoluer en adoptant un parti pris « inspirationnel » dans lequel l'expérience vécue sera au centre du récit. Cette ligne éditoriale devrait permettre une meilleure intégration des sites et acteurs touristiques locaux dans la promotion touristique de la randonnée.

## 2. Un territoire propice à l'itinérance de gare à gare

Le réseau ferroviaire très développé en Essonne (3 lignes de RER se divisant en 7 branches) est un atout pour le développement de la pratique de la randonnée de gare à gare. À l'origine, le GR1, créé en 1947, a été conçu pour permettre aux randonneurs de faire le tour de la région parisienne via des tronçons, de gare à gare, réalisables en une journée. La création de ce sentier de grande randonnée s'inscrit dans la continuité de la pratique de l'excursionnisme<sup>1</sup> du début du XX<sup>e</sup> siècle.

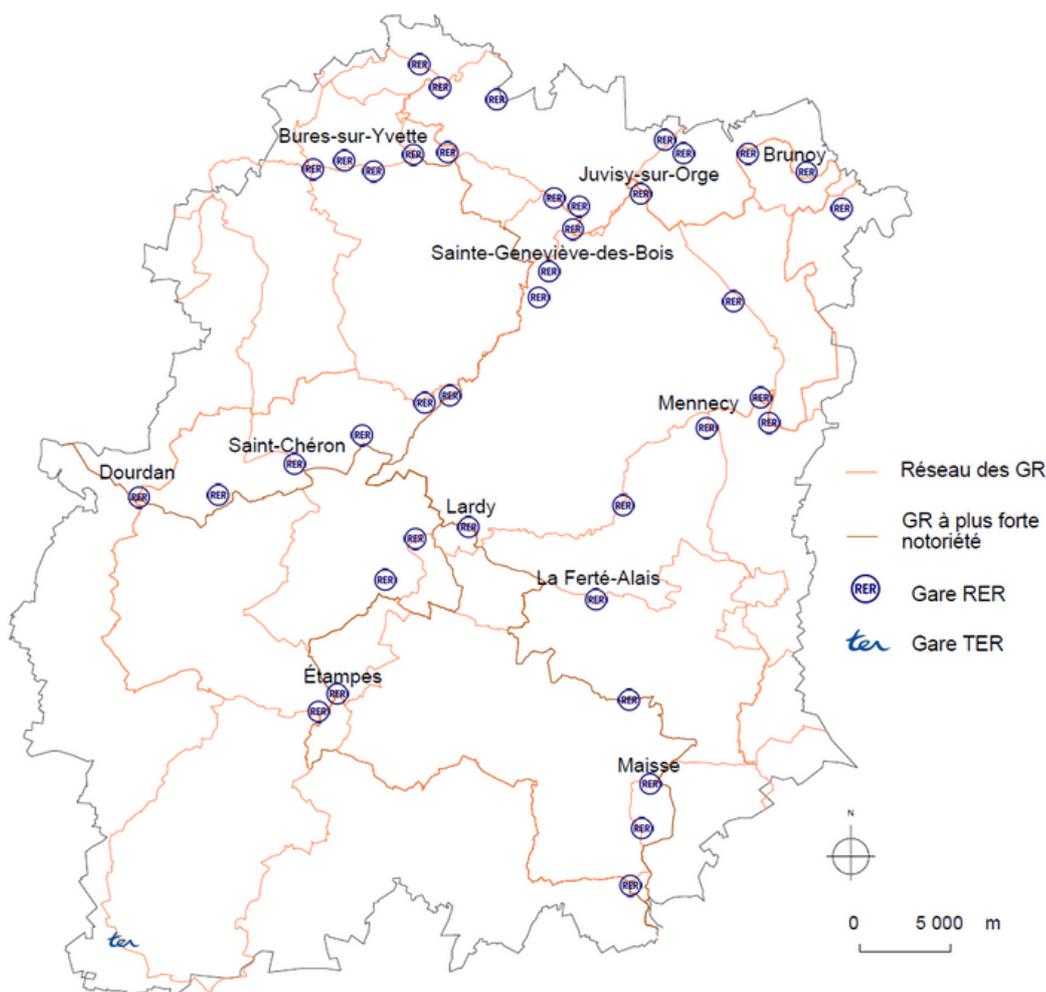
**41 gares essonniennes  
sont desservies par  
des itinéraires de  
grande randonnée.**

<sup>1</sup> Fondée en 1897, l'association des excursionnistes marseillais avait pour objectif d'organiser des randonnées et de concevoir des itinéraires à la journée autour de la cité phocéenne. Dans le même temps, des excursions à la journée se sont développées dans la région parisienne, notamment dans la forêt de Fontainebleau, grâce au développement du réseau de chemins de fer.

En 2021, on compte 41 gares essonniennes desservies par des itinéraires de grande randonnée, ce qui laisse de nombreuses possibilités pour les usagers. Les fréquences de passage, notamment le week-end, sont variables selon les lignes. Les lignes RER B, RER C (branche de Brétigny-sur-Orge), RER D (branches de Corbeil-Essonnes Plateau et Combs-la-Ville-Quincy) proposent des trains toutes les

15 minutes. Les branches d'Étampes, de Dourdan et de Versailles-Chantiers de la Ligne C ont une fréquence de 30 minutes. En revanche, la branche de Malesherbes et de Melun de la ligne D disposent d'un train par heure. Ainsi, la fréquence et le temps de parcours demeurent des éléments clés à prendre en compte dans la promotion de ces territoires.

### Gares desservies par des GR



En 2015, l'Institut Paris Région a recensé l'intégralité des itinéraires de randonnées en Île-de-France à travers la création d'une carte<sup>1</sup>. Celle-ci montre une densité plus importante des chemins de randonnée dans le sud de la région, entre les massifs forestiers de Fontainebleau et de Rambouillet.

Le département de l'Essonne se trouve au centre de cette zone dense. Ainsi, les densités du réseau ferré et des itinéraires de randonnée constituent un véritable atout pour le développement de la pratique de la randonnée de gare à gare sur le territoire. Néanmoins, cette pratique est perçue comme réservée aux initiés.

Plusieurs freins empêchent sa démocratisation. En effet, pour organiser une randonnée, il est nécessaire d'avoir une bonne maîtrise des différentes lignes de RER pour planifier le parcours. La création du site internet « [transilien.com](http://transilien.com) » et de l'application mobile facilitent l'accès aux informations mais peuvent constituer encore un blocage pour certains usagers peu familiers de ces outils.

La fréquence des trains varie en fonction des lignes et même des branches, comme il l'a été mentionné auparavant. Par ailleurs, certains trajets depuis Paris peuvent demander des changements qui rallongent le temps de voyage. Outre le facteur temps, le tarif des trajets dans la région peut constituer un frein pour les usagers occasionnels. À titre d'exemple, un billet aller/retour entre Paris et Étampes coûte 16,80 €. De plus, malgré le dézonage du passe Navigo, nombre d'usagers restent réticents aux déplacements loisirs de Paris à banlieue par manque de connaissance du réseau ferré et de l'offre de loisirs en grande couronne.

Les codes adoptés pour le réseau de randonnée pédestre constituent un quatrième frein pour la démocratisation du « gare à gare ». Les itinéraires de randonnée sous leur forme actuelle ont été conçus dans la deuxième moitié du XX<sup>ème</sup> siècle. Cette ancienneté permet au réseau d'être arrivé à maturité dans sa construction, sa protection et son entretien. Néanmoins, sa lecture n'est pas aisée pour les non-initiés. Pour la planification, il n'est pas forcément simple de trouver des informations sur les itinéraires.

---

<sup>1</sup> Institut Paris Region, « Les itinéraires de randonnée pédestre en Île-de-France », décembre 2015. Disponible sur <[www.institutparisregion.fr/nos-travaux/publications/les-itineraires-de-randonnee-pedestre-en-ile-de-france](http://www.institutparisregion.fr/nos-travaux/publications/les-itineraires-de-randonnee-pedestre-en-ile-de-france)> (page consultée le 25 novembre 2021).



Pendant plusieurs décennies, la Fédération française de randonnée pédestre (FFRP) a privilégié la vente d'un topoguide par destination de randonnée pour un prix d'environ 15 €<sup>1</sup>. La dernière édition essonnienne proposait une sélection de 40 Promenades & Randonnées sur le territoire. Le format privilégie un contenu informatif avec un « pas à pas » et une carte IGN à l'échelle 1 : 100 000 ou 1 : 250 000 selon la taille de l'itinéraire. Les fiches-randos sont agrémentées de notices sur des éléments patrimoniaux du territoire. Une réflexion est actuellement menée sur le maintien de ce format au sein de la Fédération.

L'émergence des plateformes numériques de randonnée a permis une diffusion gratuite des informations des topoguides sur internet. En France, le site leader Visorando se base sur un fonctionnement communautaire. Les fiches-randos sont rédigées et proposées par des membres de la communauté bénévole. Un système de notation permet aux usagers d'évaluer la qualité de l'itinéraire selon plusieurs critères (fiabilité, intérêt, etc.). L'algorithme du site permet de faire remonter les itinéraires les mieux notés du territoire. Ainsi, Visorando peut provoquer une concentration des flux de randonneurs sur un nombre réduit d'itinéraires de randonnée.

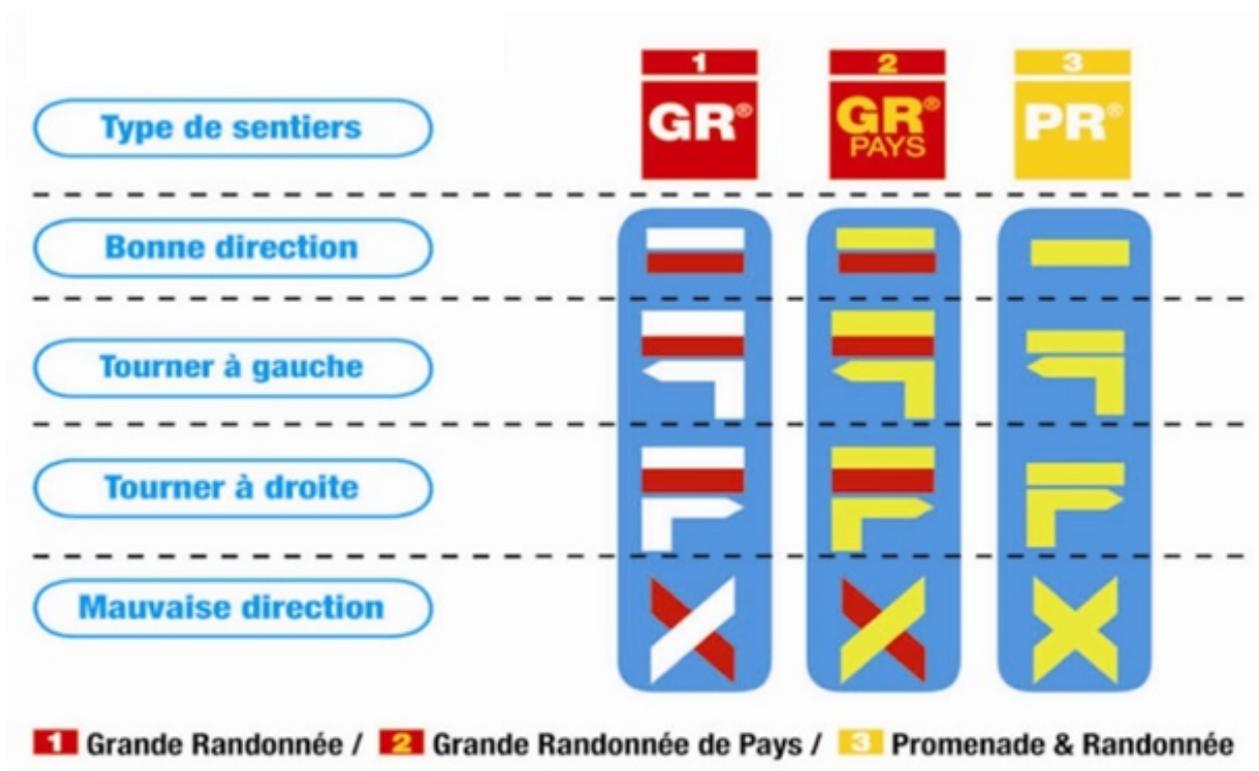
---

<sup>1</sup> Prix pour l'édition de 2017.

Afin de s'adapter à la diffusion gratuite de fiches-randos sur internet, Essonne Tourisme et le CDRP91 ont développé leurs solutions numériques pour diffuser une sélection des itinéraires de randonnée. Le CDRP91 propose sur son site web une carte interactive dans laquelle il est possible de télécharger 32 randos-fiches. À cela, on peut également citer les itinéraires de randonnée figurés en rose sur les cartes topographiques IGN, ce qui permet au lecteur d'avoir une vision du réseau présent sur le territoire.

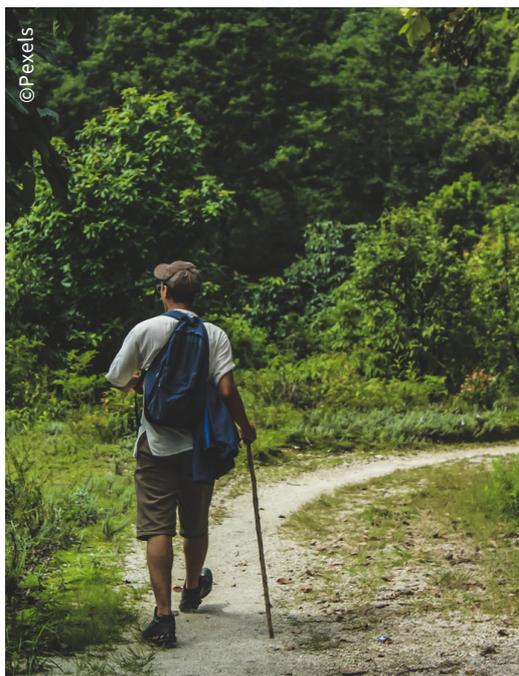
Sur le terrain, le balisage utilise des codes simples pour permettre une meilleure lisibilité du réseau. Trois couleurs sont utilisées : jaune, rouge et blanc, à travers des signes simples, afin que le randonneur puisse assimiler rapidement leur lecture. Afin de ne pas altérer la qualité paysagère, ce balisage se veut discret avec des dimensions normées (10 x 2 cm). Par ailleurs, en Essonne la couleur « bleu » est utilisée pour les itinéraires départementaux de randonnée.

### Les types de balisage



Source : FFRP

En guise de conclusion, le département de l'Essonne possède une offre de randonnée remarquablement structurée en matière d'infrastructure. Le réseau est adapté au contexte métropolitain du territoire avec une forte densité d'itinéraires offrant diverses possibilités de randonnée, et la présence de nombreuses gares RER. En termes de gouvernance, le partenariat entre le CD91, le CDRP91 et Essonne Tourisme est une référence pour les autres filières de l'itinérance douce. C'est pourquoi nous émettons des réserves sur la création de nouveaux itinéraires de randonnée à l'initiative des intercommunalités. D'une part, la maturité du réseau limite l'intérêt de ces initiatives. D'autre part, l'implication de nouveaux acteurs risque de nuire à la lisibilité globale de l'offre. La multiplicité des itinéraires peut rendre l'entretien du réseau plus complexe. Cela constitue donc un risque à moyen terme pour l'attractivité du territoire.



Toutefois, l'offre de randonnée pédestre n'est pas toujours visible et lisible pour les non-initiés. Ainsi, des actions de promotion et de marketing pourraient être envisagées pour toucher de nouvelles cibles. Pour améliorer la lisibilité des itinéraires pour les non-initiés, il est possible d'envisager deux actions : une meilleure visibilité de la signalétique (installation de panneaux Relais Informations Services et de panneaux directionnels), ou le développement d'outils pédagogiques numériques pour initier de nouveaux pratiquants aux codes de la randonnée.

La première action nécessiterait une coordination entre Essonne Tourisme et les communes/intercommunalités (selon le partage de compétence). Des services du Conseil départemental (Direction de l'Environnement, Direction de l'Infrastructure et de la Voirie) pourraient également être mobilisés. La seconde action demanderait plus de souplesse administrative, avec Essonne Tourisme comme pilote. La mobilisation de partenaires (Département, CDRP, Offices de Tourisme) serait pertinente pour une meilleure visibilité de ces outils.

## III. État des lieux de la demande

### 1. L'enquête par questionnaire

Une enquête en ligne a été diffusée auprès des usagers des réseaux sociaux d'Essonne Tourisme et des adhérents des clubs de randonnée essonniers du 4 juin 2021 au 30 juin 2021. Le questionnaire portait sur cinq thématiques principales, à savoir profil, pratiques, planification, consommations et attentes. Un total de 640 réponses a été obtenu. Cette enquête non exhaustive est une première approche de la clientèle et vise à mieux appréhender les pratiques et attentes de quelques profils de randonneurs.

Néanmoins, en raison de la représentativité des profils des répondants (190 réponses issues des réseaux sociaux et 450 des clubs de randonnée),

une vigilance doit être apportée lors de l'analyse. Les résultats montrent une surreprésentation de deux profils spécifiques : les seniors pratiquants la randonnée en club, et les femmes essonniennes d'âge moyen qui suivent les actualités d'Essonne Tourisme. Ainsi, il convient d'analyser les résultats avec précaution.

L'analyse scindera sur certaines questions les répondants en deux catégories : les répondants pratiquant la randonnée en club et ceux qui la pratiquent en individuel (n'ayant pas signalé une pratique en club).

#### **Profil « pratique en individuel »**

70 % de femmes

94 % d'essonniers

Âge moyen : 50,5 ans

#### **Profil « clubs de randonnée »**

60 % de femmes

97 % d'essonniers

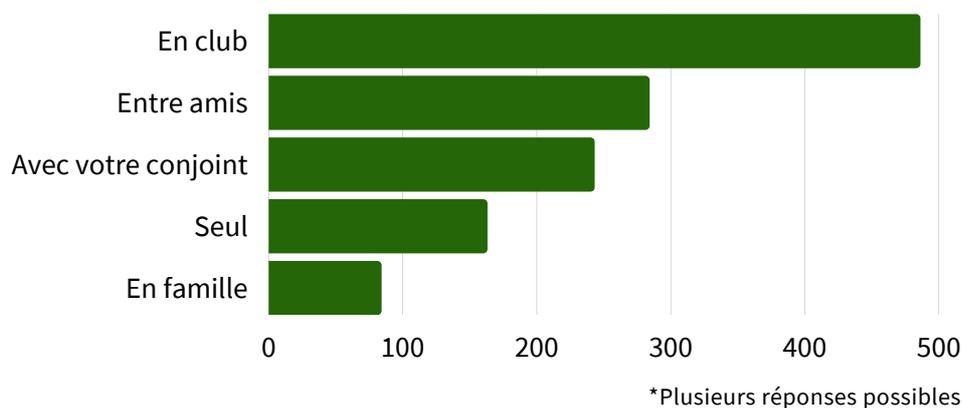
Âge moyen : 66 ans

## A) La planification et la pratique de la randonnée

Le panel de répondants se caractérise par une fréquence régulière de pratique et par un niveau intermédiaire. **87 %** des répondants déclarent faire au moins 10 randonnées par an. Ils sont **67 %** chez les randonneurs individuels. **63 %** des répondants privilégient les randonnées d'une longueur allant de 6 à 15 kilomètres.

En majorité, la randonnée est considérée par les répondants comme une activité socialisante. Seulement **25,5 %** des répondants randonnent seuls. Mise à part la pratique en club qui est surreprésentée dans le panel (**75,9 %**), la randonnée se fait souvent dans un cadre amical puisque **44,4 %** déclarent la pratiquer entre amis.

### Avec qui vous pratiquez la randonnée ? (nb de réponses) \*

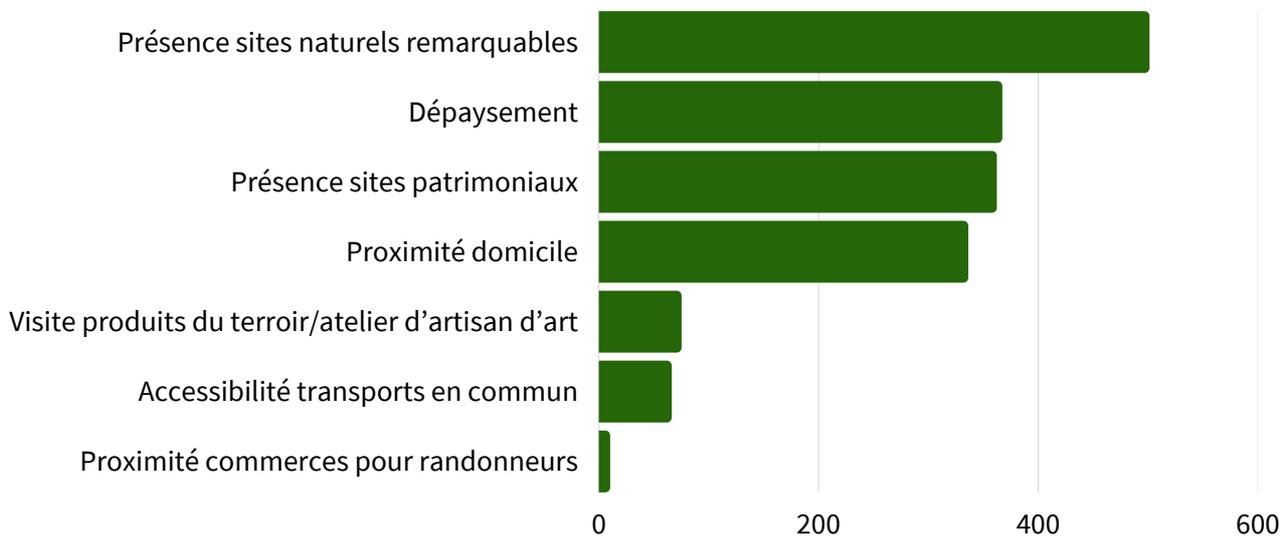


La présence de sites naturels remarquables est privilégiée par **78,3 %** des répondants. Suivent le dépaysement (**57,3 %**) et la présence de sites patrimoniaux (**56,6 %**). Ainsi, les critères privilégiés par les répondants s'inscrivent dans le champ touristique et confortent les orientations d'Essonne Tourisme et du CDRP91 dans la construction de parcours de randonnée.

La proximité du domicile est citée principalement par ceux qui randonnent pendant quelques heures en semaine. Ces réponses font apparaître des limites aux définitions que chacun possède de la

randonnée car elles intègrent des pratiques diverses, allant de la promenade de quelques heures à proximité du domicile, à la randonnée à la journée dans un rayon de 100 km de son domicile. Ainsi, les attentes en matière de planification et de consommation diffèrent selon les pratiques. Les pratiquants de proximité vont être plus sensibles à l'aménagement et l'entretien des espaces verts dans leur commune et intercommunalité de résidence. Les randonneurs vont être plutôt en attente de services touristiques tels que le balisage et la présence d'informations didactiques, de sites de visites et de commerces.

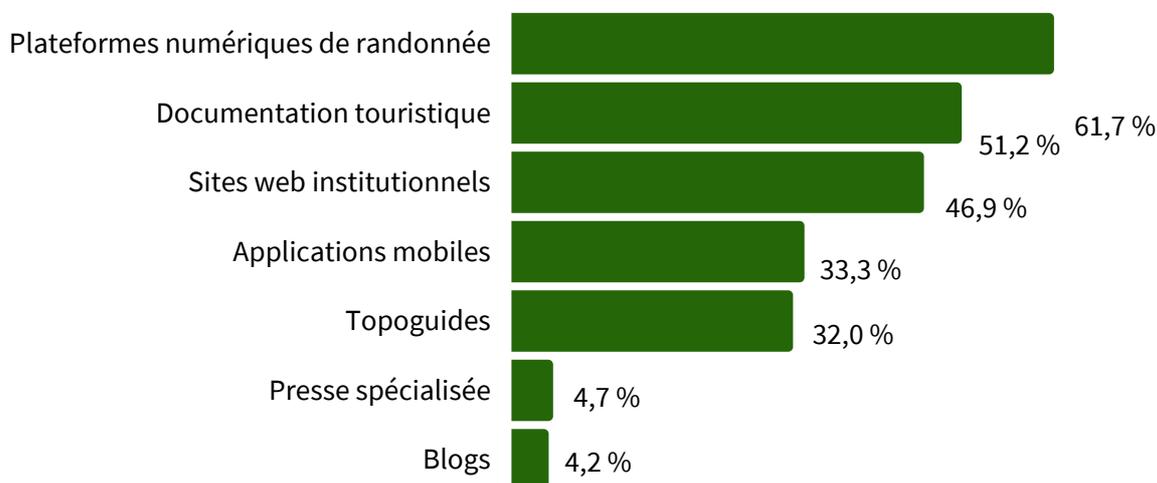
### Quels critères privilégiez-vous pour choisir le lieu de votre randonnée en Essonne ? (nb de réponses) \*



\*Plusieurs réponses possibles

Les outils utilisés par le panel de répondants pour trouver de nouveaux itinéraires restent relativement classiques, les plateformes numériques de randonnées (**61,7 %**) et les applications mobiles pouvant être assimilées à des plateformes (**33,3 %**), sont les moyens privilégiés. La communication institutionnelle reste également très suivie. En revanche, l'influence des médias (presse, blogs, etc.) semble très marginale pour ces publics.

### Quels outils utilisez-vous pour découvrir de nouveaux itinéraires de randonnée en Essonne ? \*



\*Plusieurs réponses possibles

La nature des plateformes utilisées confirme la dualité entre un public traditionnel, composé de pratiquants en club et de femmes d'âge moyen à l'initiative des activités de loisirs des ménages, et un nouveau public de la randonnée, plus jeune, plus urbain et plus sportif.

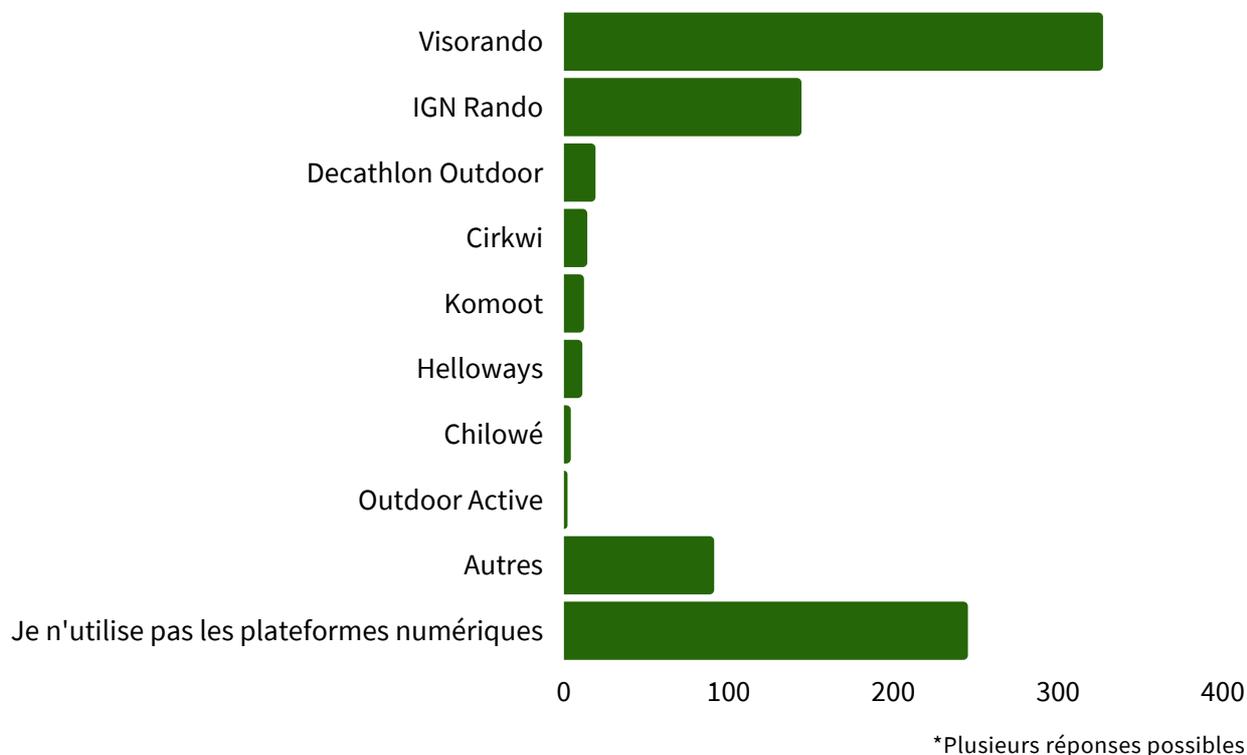
La présence marginale de randonneurs de moins de 40 ans dans le panel (**6,1 %**) interroge sur les marges de manœuvre des organismes de gestion des destinations (OGD) en matière d'influence sur les pratiques. Outre la promotion, ces organismes ont un rôle d'« encadrement » des pratiques, en communiquant sur des chartes de randonneurs ou en proposant des actions pour éviter la surfréquentation de certains sites. Ainsi, une réflexion sur la capacité des acteurs publics à canaliser les flux et à développer les retombées économiques de la randonnée semble pertinente et peut être une source d'innovation territoriale.

L'utilisation des plateformes émergentes telles que Chilowé (**0,6 %**), Helloways (**1,7 %**) et Komoot (**1,9 %**) reste marginale chez les répondants. En revanche, Visorando se positionne en tant que plateforme la plus utilisée (**51,2 %**), devant IGN Rando (**22,5 %**). Ces deux plateformes privilégient la création de contenus dans un cadre communautaire avec des parcours à l'initiative de membres bénévoles et une évaluation par notation faite par les utilisateurs.

Le fonctionnement communautaire nous interroge sur le rôle et l'influence des OGD dans la promotion de la randonnée pédestre. La validation par des pairs semble faire autorité pour les utilisateurs. Cela peut s'expliquer principalement par la fluidité de l'outil de signalement permettant une information rapide en cas d'obstacle.

***Visorando et IGN Rando sont les plateformes les plus utilisées. Elles privilégient la création de contenus à l'initiative de membres bénévoles et une évaluation par notation faite par les utilisateurs.***

### Quels outils utilisez-vous pour découvrir de nouveaux itinéraires de randonnée en Essonne ? (nb de réponses) \*



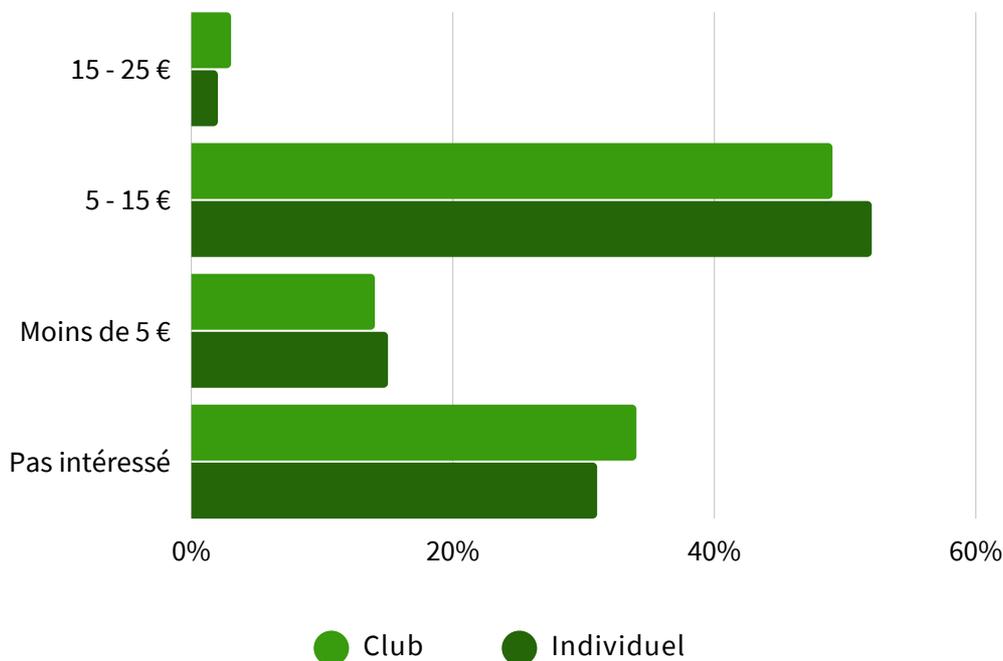
## B) Les consommations des randonneurs

Les types de dépenses sur le territoire de randonnée varient selon le profil des pratiquants. La pratique en club semble être le principal critère déterminant. En effet, **62 %** des pratiquants de la randonnée en club peuvent fréquenter les bars et cafés à l'issue de leur randonnée, contre **52 %** des pratiquants individuels. Cette différence peut s'expliquer par la convivialité souvent recherchée par le premier groupe. Le bar-café permet aux randonneurs de partager un moment convivial à la fin de l'activité. Néanmoins, cette pratique reste occasionnelle pour **57 %** des répondants, et leurs retombées demeurent modestes,

**55,5 %** des enquêtés déclarant être prêts à dépenser une somme inférieure à 5 € dans les bars-cafés.

Les individuels fréquentent davantage les boulangeries et salon de thés (**61 %**) que les randonneurs en club (**52 %**). Cette pratique reste pourtant occasionnelle pour **54 %** des individuels. Par ailleurs, **54 %** d'entre eux déclarent être prêts à dépenser plus de 5 € dans l'achat d'un panier pique-nique. Les offres de formule déjeuner en boulangerie, se situant en moyenne à 7 €, répondent bien aux attentes des enquêtés.

### Quelle somme seriez-vous prêt à dépenser pour un service de panier pique-nique adapté, sur le lieu de la randonnée ?



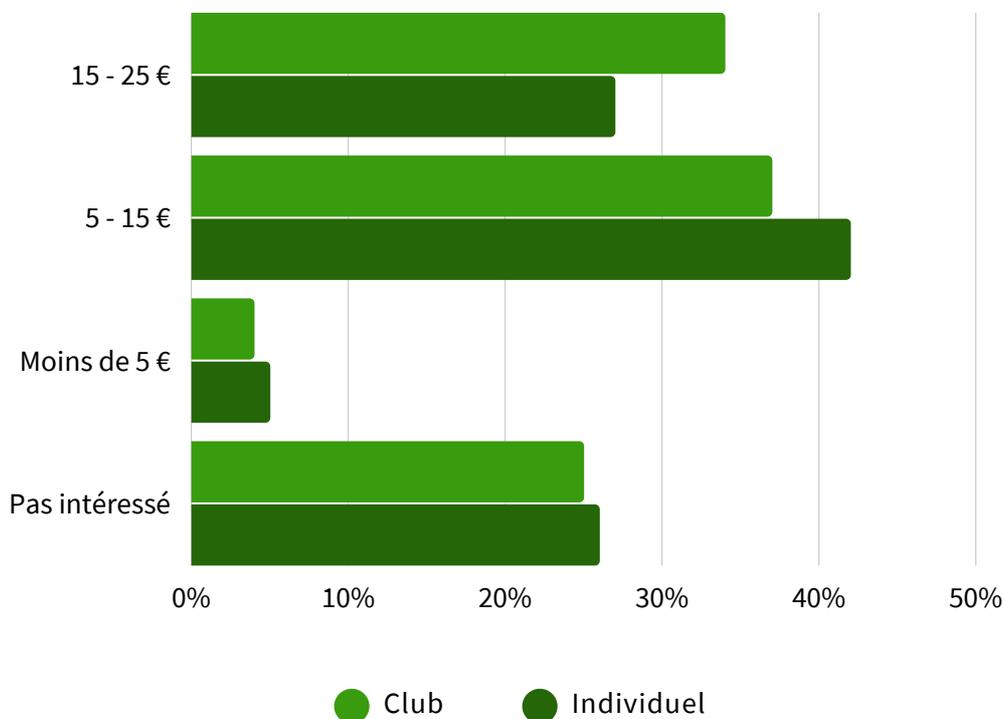
En revanche, la clientèle pour la création d'une offre supérieure, tels que les paniers pique-nique du BonPicNic, serait plus difficile à trouver. Les tarifs moyens de 15-16 € semblent trop élevés pour **98 %** des répondants, même si **26,3 %** déclarent que l'utilisation de produits locaux pour ces services alimentaires est essentielle.

Les brasseries-restaurants (**47 %**) et les superettes-supermarchés (**31 %**) sont moins fréquentés par les randonneurs. Ainsi, leurs consommations sont difficiles à cerner car elles sont rarement planifiées à l'avance. Quand les randonneurs prévoient de quoi se nourrir pendant la randonnée, les achats se font généralement avant le départ et à proximité du lieu de résidence. En effet, la présence de commerces est un motif de

venue sur un territoire uniquement pour **1,6 %** des répondants. On remarque alors que pour la clientèle randonneuse, c'est l'offre qui génère la demande : les consommations sur le territoire sont des achats d'impulsion motivés par l'offre de commerces existante.

Néanmoins, certains restaurants réputés pour leur cadre et la qualité de leurs services, possèdent une renommée chez cette clientèle, notamment chez les pratiquants en club. C'est notamment le cas pour la « Chaumière du Télégraphe » à Champcueil et le restaurant « La Mangeoire » à Auvers-Saint-Georges. **34 %** des randonneurs en club se disent prêts à dépenser entre 15-25 € pour une formule déjeuner adaptée aux randonneurs, contre **27 %** parmi les individuels.

### Quelle somme seriez-vous prêt à dépenser pour un service de formule « randonneur » dans un restaurant, sur le lieu de la randonnée ?

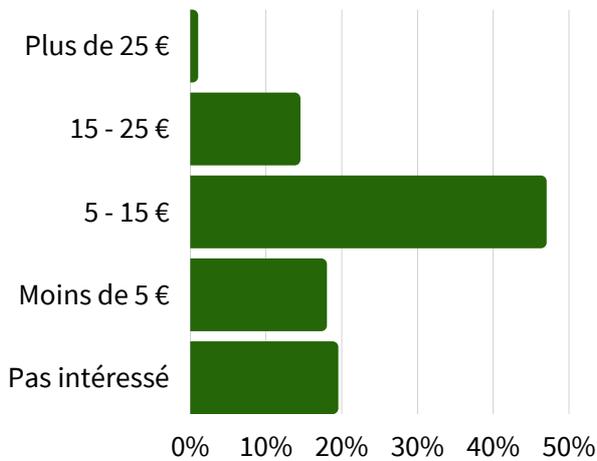


En revanche, pour les boulangeries-pâtisseries présentant une offre de déjeuner standardisée, il est plus difficile de faire ressortir des adresses ayant un rayonnement dépassant la commune et ses environs. Ainsi, la localisation demeure un facteur d'attractivité déterminant. Seuls les boulangeries-pâtisseries se situant sur les itinéraires de randonnée les plus fréquentés peuvent compter sur une clientèle de randonneurs.

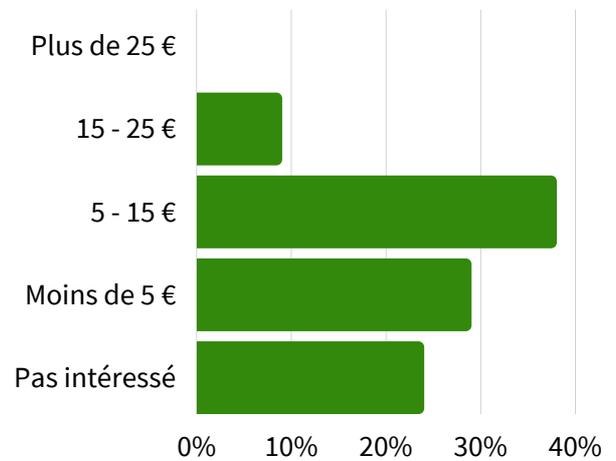
En matière de randonnée accompagnée, la présence d'un expert commentant divers points d'intérêts sur le parcours est l'offre qui suscite le plus d'intérêt parmi les répondants, avec **62,5 %** qui seraient prêts à dépenser plus de 5 € pour ce type de services. Suivent ensuite les visites d'exploitation agricole et sites artisanaux (**47 %**), et les randonnées accompagnées par un guide-accompagnateur (**46 %**). Les promenades contées (**38,5 %**) et les jeux de piste (**24,5 %**) sont moins attractifs à ces clientèles, qui pratiquent peu cette activité en famille.

**Quelle somme seriez-vous prêt à dépenser pour les services d'accompagnement suivants ?**

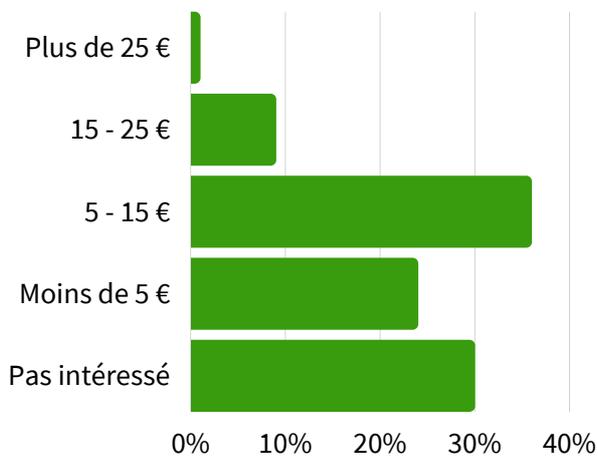
**Randonnée thématique encadrée par un expert**



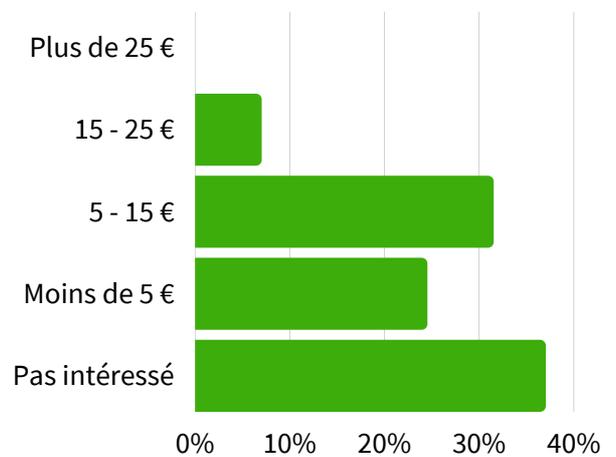
**Randonnée avec visite d'exploitation agricole ou de site artisanal**



**Randonnée encadrée par un guide accompagnateur**



**Promenade contée**

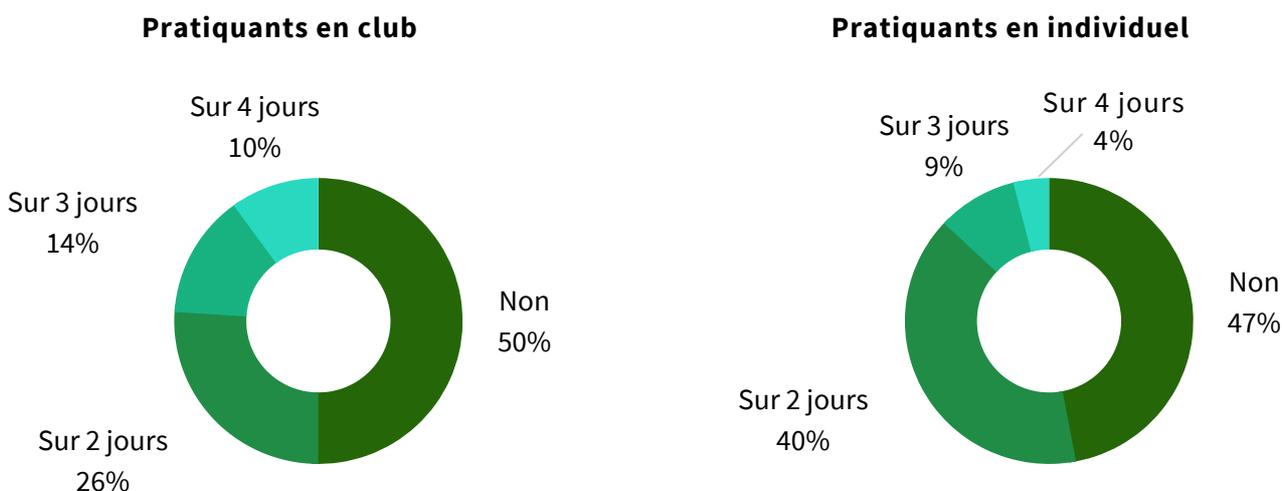


### C) Les pratiques de l'itinérance

Globalement l'Essonne n'est pas considéré comme une destination d'itinérance pour les randonneurs. Néanmoins, il existe une opportunité de développement étant donné que **50 %** des pratiquants en club et **53 %** des pratiquants individuels déclarent un intérêt pour la pratique itinérante dans le département.

Un format sur 2 jours serait privilégié par **40 %** des individuels et **26 %** des pratiquants en club. Aujourd'hui l'offre d'hébergements touristiques adaptée aux randonneurs en Essonne est peu lisible. Il est difficile pour les professionnels du tourisme de savoir quels types d'hébergements sont privilégiés par cette clientèle. Une nouvelle fois, les attentes diffèrent selon le cadre de pratique.

#### Seriez-vous intéressé par une randonnée itinérante (sur plusieurs jours consécutifs) en Essonne ?

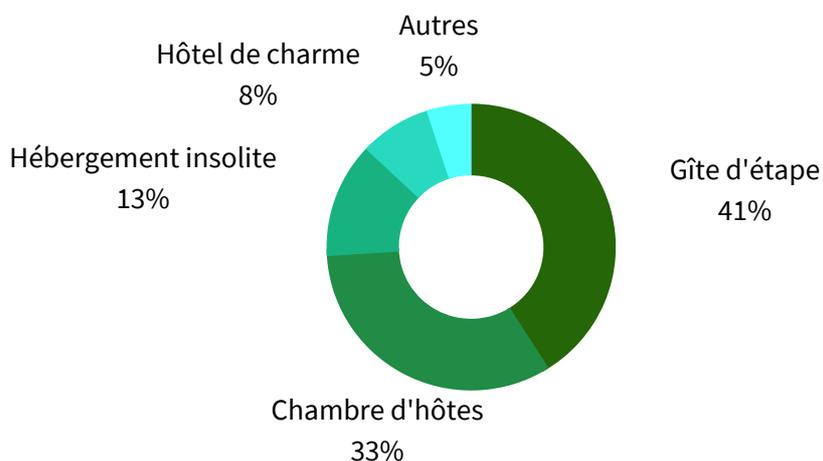


Les pratiquants en club privilégient les gîtes d'étape (**41 %**), tandis que les individuels préfèrent les chambres d'hôtes (**31 %**). Toutefois, les gîtes d'étape restent populaires parmi les individuels (**27 %**) malgré un mode de réservation pas optimal pour ce public (réservation ouverte uniquement aux groupes de 12 personnes minimum).

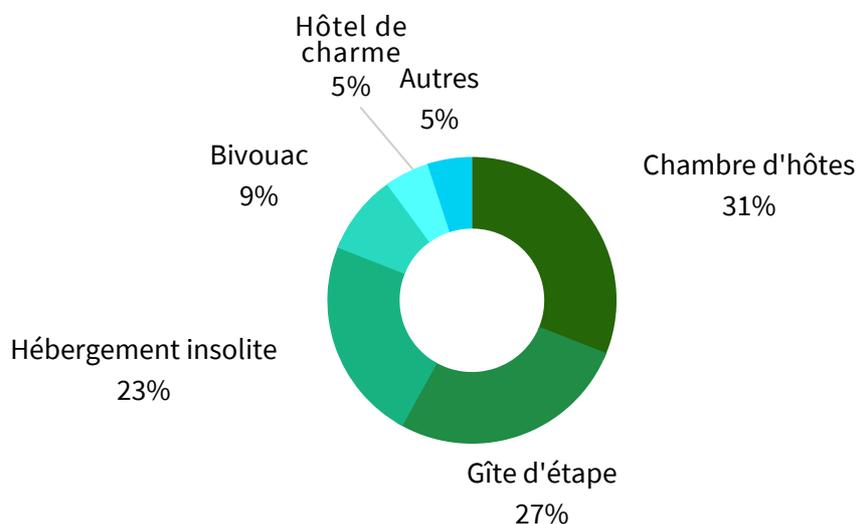
L'intérêt pour l'hébergement insolite est plus important chez les individuels (**23 %**) que chez les pratiquants en club (**13 %**) et peut s'expliquer par la capacité d'accueil souvent réduite (2-4 personnes). Le bivouac est mentionné par des individuels de moins de 40 ans uniquement (**9 %**). En revanche, on remarque que le camping n'est pas un type d'hébergement privilégié, comme il a pu l'être auparavant.

## Si oui, quel type d'hébergement privilégieriez-vous ?

### Pratiquants en club



### Pratiquants en individuel



Bien qu'il existe des opportunités pour le développement de l'itinérance de randonnée pédestre en Essonne, il reste un travail important pour permettre à l'offre de gagner en lisibilité chez les randonneurs. Les gîtes d'étape du territoire sont gérés par des associations et des municipalités. Des stratégies commerciales n'y sont pas menées pour toucher de nouvelles clientèles, ce qui fait que leur notoriété reste limitée en dehors des clients réguliers, principalement des clubs de randonnée.

En matière de confort, il est difficile de jauger le curseur en matière de qualité-prix. Mais il est fort probable qu'une modernisation de ces équipements soit nécessaire, notamment en matière d'accueil et de services de restauration sur place. Des expériences telles que les « refuges de haute campagne », créés par la société Mad Jacques en Picardie, sont des initiatives qui pourraient être reproduites sur le territoire essonnien (cf. « Inspiration » ci-après).

Pour les chambres d'hôtes dont l'offre est diffuse sur le territoire, l'accent devra être mis sur la « mise en marché » d'itinéraires de 2 à 3 jours. Comme vu précédemment, le réseau de randonnées est particulièrement dense mais ces itinéraires ne véhiculent pas d'imaginaires forts, mis à part le GR655 dit « Chemin de Saint-Jacques de Compostelle, voie de Tours ».

Ces dernières années des initiatives ont eu lieu pour faire la promotion de segments des GR essonnien. On peut évoquer l'itinéraire sur 2 jours « Cap sur Chevreuse », développé par Helloways empruntant le GR1 entre Lardy et Dourdan, et « Crapahuter à travers l'Essonne » via le GRP des Vallées de l'Essonne par Chilowé, le PNR de la Haute Vallée de Chevreuse et Essonne Tourisme.

À l'instar du concept de la Mad Jacques, l'Essonne gagnerait à développer des offres d'itinérance où l'hébergement est pleinement intégré à l'itinéraire de randonnée. Toutefois, cela nécessite une collaboration étroite entre OGD et hébergements touristiques afin d'avoir une maîtrise totale du projet, de la conception du produit à sa commercialisation.

### *Inspiration*

#### **Hébergements innovants à destination des randonneurs**

Lancée en 2017, la Mad Jacques est à l'origine une course d'auto-stop vers un village de Creuse dans lequel se tient un rassemblement festif. À partir de 2018, l'association Mad Jacques développe de nouvelles formules (vélo, bikepacking, trek) reprenant le format microaventure + rassemblement festif.

À l'été 2020, la société Davai'Davai, créée par les organisateurs de la Mad Jacques, a ouvert un « refuge de haute campagne » dans un village de l'Oise. Reprenant les codes du refuge de haute montagne, cet hébergement touristique temporaire vise à offrir un point de chute aux microaventuriers. Outre l'hébergement, des itinéraires pédestres et cyclos sont proposés pour rejoindre le refuge.

## 2. Les personae

Grâce à une expérience sur le terrain, en observant et en échangeant avec des randonneurs, tout comme en analysant les contenus des médias et réseaux sociaux, ainsi qu'à la suite d'un atelier, il a été possible d'identifier 5 types de pratiquants de la randonnée en Essonne. L'analyse de leurs attentes, pratiques et moyens d'informations mobilisés permet alors de compléter les informations recueillies via l'enquête en ligne.

Pour les présenter, le choix a été fait d'utiliser la méthode marketing des personae. Les personae sont des personnages imaginaires représentant

un groupe ou segment cible dans le cadre du développement d'un nouveau produit ou service ou d'une activité marketing<sup>1</sup>.

L'outil des personae part du postulat que chaque personne aura une consommation touristique alignée avec le reste de son comportement de consommation quotidien. Les personae doivent donc refléter non pas un style d'activités ou d'offres touristiques mais un profil global d'attitudes, de comportements, de valeurs.

Les 5 personae identifiés dans le cadre de cette étude sont :

### Clotilde

La Parisienne en quête de nature

### Christophe

Le sportif

### Nathalie

L'Essonnienne d'âge moyen à la recherche de nouvelles activités

### Melissa

La mère de famille qui souhaite initier ses enfants à la nature

### Patrick

Le randonneur en club

<sup>1</sup> Source : [www.definitions-marketing.com](http://www.definitions-marketing.com)

**Clotilde, 32 ans, Paris, urbaniste****DESCRIPTION**

Originaire du Puy-en-Velay, elle est venue habiter à Paris il y a 7 ans après des études à Lyon. Elle connaît peu l'Île-de-France, mais souhaite s'échapper de son 35m<sup>2</sup> pour retrouver la nature l'espace de quelques heures.

**ATTENTES**

Découvrir des sites offrant une forte impression de nature, rapidement (1h max) et facilement accessibles en train.

**MOTIFS DE VISITE**

- Sensible à la tendance « microaventure »
- Pratique sociale, entre amis, ou dans le cadre d'un événement décalé (Mad Jacques)

**SOURCES D'INFORMATIONS**

- Médias web émergents (Chilowé, Helloways, Enlarge Your Paris)
- Instagram, influenceurs Youtube

**SITES FREQUENTÉS**

- Vallées de l'Yvette, de la Méranaise et de la Bièvre
- Possibilité de développement dans les vallées de l'Yerres et de l'Orge Aval (d'Athis-Mons à Bretigny-sur-Orge)

**ATTENTES DE CONSOMMATION**

- Achat de produits locaux dans des fermes (panier pique-nique)
- Tiers lieux, néo-guinguettes

**Nathalie, 51 ans, Breuillet, comptable****DESCRIPTION**

Habite en Essonne depuis 25 ans. Elle est divorcée et vit en concubinage avec son nouveau compagnon depuis 2 ans. Ses 3 enfants n'habitent plus à son domicile. Elle souhaite profiter de son temps libre pour découvrir le territoire dans lequel elle vit.

**ATTENTES**

- Présence d'un itinéraire balisé et clair
- Appétence pour le patrimoine culturel et naturel

**MOTIFS DE VISITE**

- Volonté de découvrir de nouveaux lieux de promenades à moins d'1h de son domicile
- Pratique en couple ou en petit groupe d'amis
- Manifestation conviviale de randonnée type Rando des 3 châteaux

**SOURCES D'INFORMATIONS**

- Communication institutionnelle (Essonne Tourisme, Offices de Tourisme)
- Plateformes numériques de randonnée (Visorando, IGN Rando)
- Groupes Facebook de randonnée

**SITES FREQUENTÉS**

- Autour des pôles touristiques principaux du département : Milly-la-Forêt, Chamarande, Dourdan et Vallée de l'Yerres
- Espaces naturels à proximité du domicile

**ATTENTES DE CONSOMMATION**

- Boulangerie/Salon de thé selon possibilité pratique
- Restaurant si planifié
- Produits du terroir selon opportunités

**Melissa, 38 ans, Itteville, infirmière****DESCRIPTION**

Après avoir grandi à Choisy-le-Roi, elle et son mari ont souhaité acheter une maison pour fonder une famille. Après avoir saisi l'opportunité de travailler au Centre Hospitalier Sud Francilien, ils ont emménagé en Essonne. Le couple a désormais deux enfants et souhaite profiter de leur cadre de vie verdoyant pour faire connaître la nature à leurs bambins.

**ATTENTES**

- Espaces offrant plusieurs possibilités d'activités (promenade, jeux de balles, pique-nique, etc.)
- Espaces sûrs permettant une surveillance visuelle des enfants

**MOTIFS DE VISITE**

Sortie dans le cadre de la cellule familiale ou au sein d'un groupe interfamilial.

**SOURCES D'INFORMATIONS**

- Bouche à oreille et habitudes
- Google
- Influenceurs lifestyle sur Instagram

**SITES FREQUENTÉS**

- Sites ouverts proposant une variété d'activité : Domaine de Chamarande, Îles-de-loisirs, forêt des Grands Aaux
- Sites de promenade à proximité du domicile

**ATTENTES DE CONSOMMATION**

- Pique-nique préparé à domicile
- Collation selon opportunité
- Outils de gamification gratuits (jeu de piste, geocaching)

**Patrick, 65 ans, Saint-Chéron, retraité****DESCRIPTION**

A toujours vécu en Essonne, il s'est inscrit avec un ami au club de randonnée présent sur sa commune à sa retraite, il y a 3 ans. Très vite, le club de randonnée lui a permis de sympathiser avec de nouvelles personnes. Il est devenu très impliqué dans la vie locale en participant bénévolement à plusieurs animations dans la commune.

**ATTENTES**

- Circuits de randonnée balisés
- Restaurants proposant une offre à destination des groupes
- Visites guidées de sites touristiques pour randonnée exceptionnelle

**MOTIFS DE VISITE**

- Activité socialisante dans le cadre de sorties club
- Découverte du patrimoine naturel et culturel du territoire

**SOURCES D'INFORMATIONS**

- Club de randonnée
- Sites institutionnels (Essonne Tourisme, Offices de Tourisme)

**SITES FREQUENTÉS**

Ensemble des itinéraires de randonnée pédestre du département.

**ATTENTES DE CONSOMMATION**

- Visites groupées d'un site touristique
- Restaurants dans le cadre d'une randonnée exceptionnelle
- Bar/Café selon opportunités

## Christophe, 40 ans, Orsay, ingénieur



### DESCRIPTION

Pratique le running depuis une dizaine d'années. D'abord un moyen d'entretenir sa forme, la course à pied est devenue très vite une passion, le quadragénaire participant régulièrement à des courses pour battre ses chronos. Depuis 3 ans, il s'est mis au trail, ce qui lui a permis de découvrir de nouveaux chemins autour de chez lui et de se fixer de nouveaux challenges.

### ATTENTES

- Challenge sportif, recherche de difficultés (dénivelé, technicité)
- Parcours pas forcément balisés mais entretenus

### MOTIFS DE VISITE

- Pratique en petit groupe informel
- Participation à des compétitions

### SOURCES D'INFORMATIONS

- Habitude, bouche à oreille, clubs
- Réseaux sociaux : Strava et influenceurs sports sur Youtube

### SITES FREQUENTÉS

- Station de trail de Bures-sur-Yvette, Forêt des Trois Pignons
- Espaces naturels à proximité du domicile

### ATTENTES DE CONSOMMATION

- Commerces hybrides avec espace de petite restauration et vente d'articles de sport
- Compétitions organisées

### 3. Pour résumer

L'enquête sur les pratiques et les attentes des randonneurs en Essonne nous donne plusieurs enseignements pour définir une stratégie de développement des retombées économiques pour cette filière. La consommation dans le cadre d'une randonnée reste le fait d'opportunité, cas à part des randonnées « événementielles » de type randonnée de fin d'année ou randonnée avec la visite d'un site touristique. Ainsi, la connaissance des flux des randonneurs et des territoires attractifs doit être priorisée pour la mise au point d'une stratégie.

Pour un développement de services commerciaux, cette connaissance territorialisée des flux doit se faire à une échelle très fine. Les consommations au cours de la randonnée n'étant souvent pas planifiées, les achats sont plutôt de l'ordre de l'impulsion.

Pour attirer les flux, il est donc nécessaire que les polarités commerciales soient traversées par des sentiers de randonnée. Par exemple, une polarité commerciale se trouvant à 200 mètres d'un sentier de randonnée attractif aura des difficultés à capter les randonneurs.

Dit autrement, il ne sera pas possible de provoquer une envie d'achat si les commerces ne sont pas visibles.

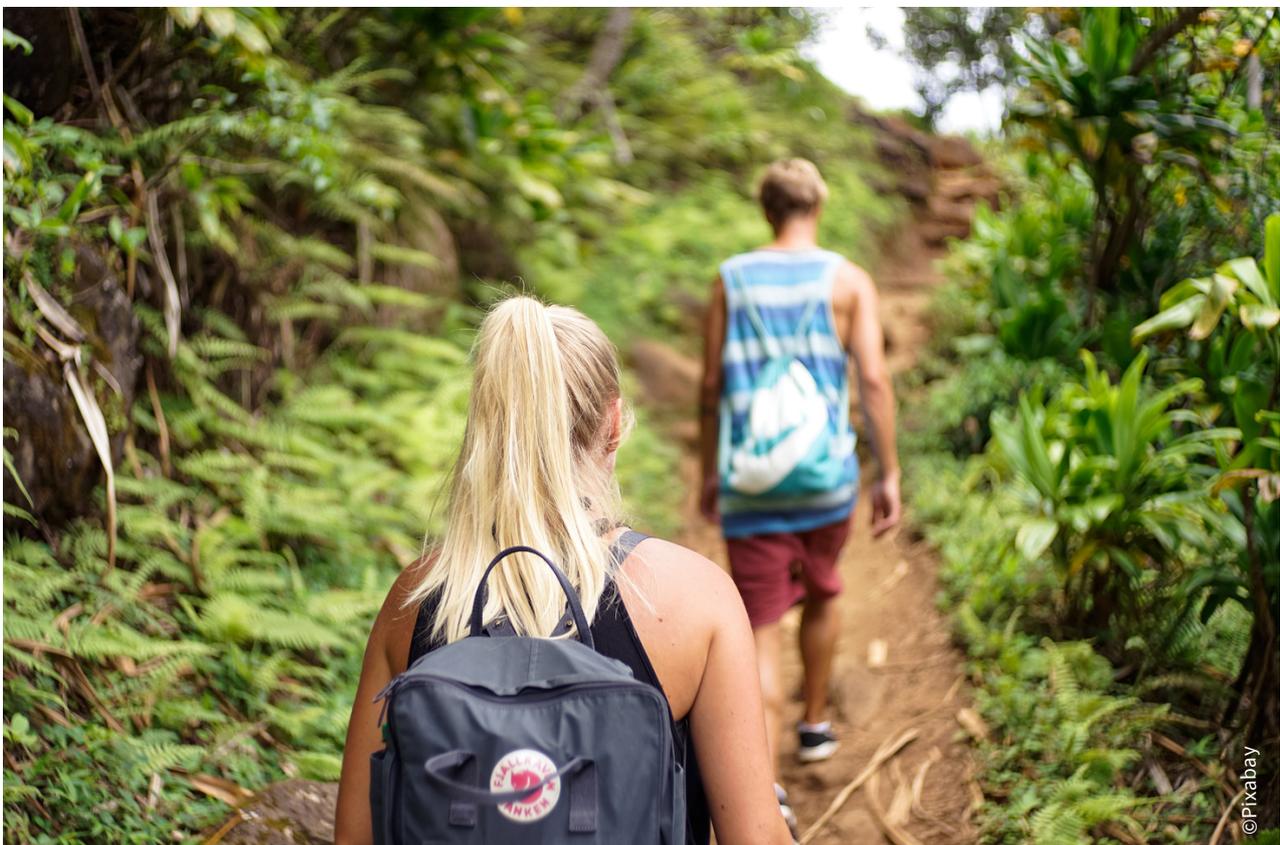
Au regard de la conception des itinéraires de randonnée, certaines gares situées dans des territoires attractifs pour la randonnée offrent un potentiel de développement commercial. Les randonneurs et les navetteurs sont alors identifiés comme les deux clientèles principales. Or, une offre à destination de ces clientèles nécessite l'emploi à des horaires décalés : en début de matinée et en fin de journée du lundi au vendredi pour les navetteurs, et le week-end pour les randonneurs.

Autre enseignement, la moitié des pratiquants interrogés sont ouverts à des expériences d'itinérance sur le territoire. Parmi les types d'hébergements proposés, les gîtes d'étape et les chambres d'hôtes suscitent le plus d'intérêt. Néanmoins, une réflexion reste à mener sur les actions à mettre en œuvre pour pouvoir transformer cet intérêt en réservation de séjour.

L'identification de personae permet d'élargir les résultats de l'enquête à d'autres types d'utilisateurs. Les résultats de l'enquête ont montré une surreprésentation des seniors pratiquants la randonnée en club, et des femmes essonniennes d'âge moyen à la recherche d'activités de loisirs. Cependant, d'autres utilisateurs méritent d'être pris en compte, tels que des Parisiens en quête de verdure, les familles en quête de nature, et les sportifs. Ces personae permettent d'élargir les publics cibles afin d'identifier des enjeux plus vastes et de mieux répondre aux attentes en termes de services, d'informations et de sites de pratique.

À titre d'exemple, en termes de communication, nous constatons la pertinence de partenariats avec des médias spécialisés et des influenceurs pour toucher certains publics, notamment les familles, les Parisiens et les sportifs.

En matière d'aménagement, il semble important de spatialiser les types de pratiques pour avoir une meilleure lisibilité des opportunités de développement de la randonnée sur le territoire. Cet aspect est d'ailleurs central dans la réflexion menée dans la partie suivante sur l'attractivité.



## IV. Attractivité pour les territoires en matière de randonnée

### 1. Méthodologie d'analyse

La pratique de la randonnée n'est pas uniforme dans l'ensemble de l'Essonne. Bien que l'offre d'itinéraires de randonnée soit dense et les « zones blanches » peu nombreuses, les observations de terrain nous poussent à formuler l'hypothèse de pratiques différenciées dans le département. En effet, tous les territoires ne semblent pas avoir la même attractivité. Certains connaissent une forte fréquentation pour des usages de proximité, d'autres ont une notoriété qui dépasse l'échelle locale.

Ainsi, l'état des lieux de l'offre présenté auparavant peut être partiel. C'est pourquoi, en complément, une analyse territoriale des pratiques s'avère pertinente. Cette étude spatiale est essentielle pour faire émerger des pistes plus précises de développement de la randonnée sur les différents territoires essonniers. L'objectif est de distinguer les types de services à développer répondant au mieux aux pratiques existantes dans chaque territoire.

Des analyses quantitatives et qualitatives sur le terrain sont alors nécessaires. Pour qu'une campagne de comptage soit pertinente à l'échelle de l'Essonne, au moins 20 points de

comptage auraient été nécessaires sur des sites et itinéraires majeurs, avec une amplitude temporelle d'au moins 21 jours. Pour avoir une approche qualitative, visant à distinguer les pratiques de proximité (balade, entraînement sportif), il aurait fallu procéder à des observations et enquêtes de terrain.

Ces méthodes de travail étant très coûteuses et chronophages, le choix pour ce rapport a été de procéder à une analyse des données numériques liées à la randonnée via des plateformes. Outre des informations telles que tracés GPX, photographies et textes « topoguides », il est en effet possible de collecter des données relatives à la réception de l'offre par les internautes à travers leurs consultations, leurs commentaires et leurs téléchargements. Cela permet d'avoir une estimation des territoires les plus attractifs. Par ailleurs, les plateformes peuvent se différencier par le profil de leurs utilisateurs, ce qui rend possible une analyse d'attractivité des sites et territoires en fonction de différents segments de clientèle.

Dans cette étude, les données de 4 plateformes numériques sont mobilisées :

- l'offre d'itinéraires sur la plateforme collaborative IGN Rando ;
- le nombre de commentaires et les notes données par les utilisateurs des itinéraires essonniers sur la plateforme Visorando ;
- le top 10 des itinéraires franciliens les plus téléchargés sur Helloways ;
- le nombre de consultations sur le module Cirkwi du site web d'Essonne Tourisme pour la randonnée.

Une analyse via la *Search Engine Result Page* (SERP) des itinéraires de grande randonnée traversant l'Essonne est également réalisée. La SERP désigne la page web générée par un moteur de recherche pour répondre à une requête d'un internaute. Elle permet, d'un côté, d'avoir une vision de la notoriété des itinéraires dans les moteurs de recherche, et de l'autre, d'analyser les mots-clés mobilisés pour les décrire.

## 2. Notoriété des territoires

### IGN Rando

La plateforme numérique IGN Rando a été créée par l'Institut national de l'information géographique et forestière dit IGN. L'IGN est un acteur historique pour les pratiquants de la randonnée. Cet établissement public à caractère administratif a pour mission d'assurer la production, l'entretien et la diffusion de l'information géographique de référence en France. L'institut produit des cartes topographiques dans lesquelles sont figurés les itinéraires de randonnées. Celles-ci servent de référence pour les randonneurs pour leur planification.

Avec la révolution numérique, l'institut a créé IGN Rando au moment où la carte topographique n'est plus perçue comme un élément incontournable pour nombre de randonneurs. La plateforme numérique propose une banque de circuits créés par des membres de la communauté IGN Rando. Ces membres peuvent être des organisations territoriales du type office de tourisme, mais aussi des clubs de randonnée et des particuliers. IGN Rando se distingue par son offre pléthorique avec près de 200 000 parcours et ses 3 200 contributeurs (en 2021). L'application mobile liée à la plateforme compte plus de 100 000 téléchargements sur Android (en sept. 2021).

***IGN Rando dispose d'une offre abondante avec près de 200 000 parcours, 3 200 contributeurs et plus de 100 000 téléchargements sur son application mobile.***

À la vue du nombre de contributeurs, l'analyse des concentrations d'itinéraires dans certains territoires semble intéressante. La carte et le tableau ci-après indiquent les zones principales. Afin de mieux identifier les territoires concernés, les communes traversées par les itinéraires sont citées dans le tableau. Les communes en rouge sont celles possédant une gare et servant souvent de porte d'entrée de la destination. L'accessibilité en transports en commun semble être un facteur important pour l'attractivité puisque 6 destinations sur 9 possèdent des gares.

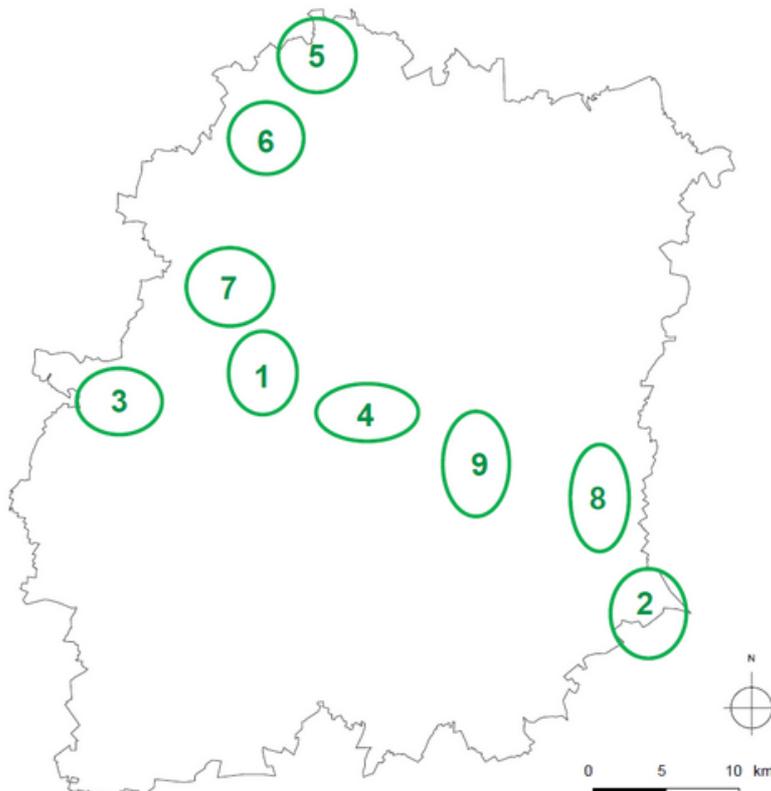
On distingue 7 destinations comptant plus de 10 circuits chacune sur la plateforme IGN Rando, avec une surreprésentation de territoires situés dans l'Hurepoix, à l'ouest du département. Les hautes vallées de l'Orge et de la Renarde, entre Arpajon et Dourdan, arrivent en tête des destinations rando avec 16 circuits. Viennent ensuite la forêt des Trois Pignons dans le Gâtinais, Dourdan, la moyenne vallée de la Juine, la vallée de la Bièvre, la vallée de Chevreuse en Essonne, et la vallée de la Rémarde.

***L'accessibilité en transports en commun semble être un facteur important pour l'attractivité des destinations de randonnée.***

Dans l'Hurepoix, les destinations de randonnée se trouvent aux franges de l'agglomération parisienne. Même pour le territoire de la vallée de Chevreuse en Essonne, qui est pourtant un espace plutôt urbanisé, on constate une dispersion des itinéraires vers les vallées de la Mérantaise, la forêt communale de Gif-sur-Yvette et le viaduc des Fauvettes, qui constituent des îlots de verdure sur ce territoire. Il en est de même pour la haute vallée de la Bièvre dont la

population des communes demeure limitée au regard des territoires voisins (chacune comptant moins de 10 000 habitants). Signalons la possibilité d'un biais avec un membre qui serait très productif et rentrerait plusieurs itinéraires sur la plateforme. C'est pourquoi des données sur la réception des circuits par les utilisateurs (nombre de consultations, téléchargements et commentaires) peut sembler plus pertinente.

**Concentration d'itinéraires sur la plateforme IGN Rando \***



	<b>Destination rando</b>	<b>Communes</b>	<b>Nb de circuits</b>
1	Orge et Renarde	Breuillet, Égly, Saint-Chéron, Saint Sulpice de Favières, Saint-Yon, Souzy-la-Briche, Villeconin	16
2	Trois Pignons	Milly-la-Forêt, Moigny-sur-École	14
3	Dourdan	Dourdan, Les Granges-le-Roi	13
4	Moyenne vallée de la Juine	Auvers-Saint-Georges, Bouray-sur-Juine, Chamarande, Janville-sur-Juine, Lardy	13
5	Vallée de la Bièvre	Bièvres, Igny	13
6	Chevreuse en Essonne	Bures-sur-Yvette, Gometz-le-Châtel, Gif-sur-Yvette, Villiers-le-Bâcle	12
7	Vallée de la Rémarde	Bruyères-le-Châtel, Briis-sous-Forges, Saint-Maurice-Montcouronne, Vaugrigneuse	10
8	Moyenne vallée de l'Essonne	Cerny, La Ferté-Alais, Itteville	8
9	Vallée de l'École	Courances, Milly-la-Forêt, Moigny-sur-École	5

\*Données récoltées en février 2020

## Visorando & Helloways

Visorando est une plateforme lancée en 2013 dont le concept est de permettre aux utilisateurs de partager leurs itinéraires de randonnée. Pour assurer une qualité des contenus, les utilisateurs empruntant les itinéraires de la communauté sont encouragés à laisser des commentaires et à noter les parcours selon plusieurs critères : fiabilité du tracé, fiabilité de la description et intérêt de la randonnée.

Aujourd'hui, Visorando compte environ 2 millions d'utilisateurs, ce qui en fait la plateforme de randonnée leader en France. Au cours de l'enquête avec les randonneurs (partie 4), 51,2 % des répondants ont déclaré utiliser Visorando. Ainsi, le nombre de commentaires laissés par les utilisateurs peut nous donner un aperçu des itinéraires les plus populaires.

À l'instar des données collectées sur IGN Rando, on constate une surreprésentation d'itinéraires situés dans l'Hurepoix (6 itinéraires sur 10). Par ailleurs, les 3 itinéraires comptant plus de 100 commentaires se situent tous dans l'Hurepoix.

**Visorando est la plateforme de randonnée leader en France avec environ 2 millions d'utilisateurs.**

### Top 10 des itinéraires les plus commentés sur Visorando \*

Rang	Nom	Destination rando	Nb commentaires	Note
1	Les viaduc des Fauvettes et la forêt de Gif-sur-Yvette	Chevreuse en Essonne	159	4,77
2	Entre l'Orge et la Renarde	Orge et Renarde	133	4,87
3	La forêt de la Tête Ronde et le bois de Saint-Aubin	Chevreuse en Essonne	109	4,76
4	Les coteaux de la Juine au départ de Lardy	Vallée de la Juine	91	4,59
5	Moulins et menhir de l'Yerres	Valée de l'Yerres	90	4,74
6	Vauboyen et les bois de Bel-Air et de Montéclin	Vallée de la Bièvre	76	4,61
7	Les étangs de Mennecey	Vallée de la Rémarde	69	4,59
8	Le bassin de Trévoix et l'église Saint-Didier	Marais de l'Essonne	68	4,79
9	La forêt des Grands Avaux	Gâtinais français	55	4,66
10	En forêt de Verrières et le long de la Bièvre	Vallée de la Bièvre	52	4,53

\*Données du 20 septembre 2021

Plus largement, 4 itinéraires sur 10 sont situés au nord-ouest du département, dans les destinations rando de Chevreuse en Essonne et de la vallée de la Bièvre. Parmi eux, 2 itinéraires dans la partie essonnienne de la vallée de Chevreuse sont également dans le top 10 des parcours les plus téléchargés sur la plateforme Helloways. Ainsi, bien que le profil sociologique des utilisateurs de Visorando soit plus large que celui d'Helloways, très marqué CSP+ urbain de 25-45 ans, nous constatons des similarités entre les deux plateformes dans la localisation des sites les plus fréquentés.

L'accessibilité en transports en commun depuis le centre de Paris semble être un élément clé pour les usagers d'Helloways. Les circuits les plus attractifs conjuguent cette accessibilité

avec des paysages vallonnés constitués d'espaces forestiers et de fonds de vallée semi-naturels aménagés pour la promenade. Nous retrouvons ce type de paysage dans la vallée de l'Yerres (5ème itinéraire du classement).

Néanmoins, en ce qui concerne les utilisateurs de Visorando, l'accessibilité n'est pas un facteur déterminant. Citons, à titre d'exemple, l'itinéraire « Entre l'Orge et la Renarde », autour de Saint-Sulpice-de-Favières et moins facile d'accès malgré un point de départ situé à la gare de Breuillet-Village, qui se trouve parmi les itinéraires les mieux notés. Les utilisateurs y vantent la variété des paysages et le calme.

***Les circuits les plus attractifs combinent accessibilité avec paysages vallonnés constitués d'espaces forestiers et de fonds de vallée semi-naturels aménagés pour la promenade.***

### **Essonnetourisme.com - Cirkwi**

Le top 10 des randonnées les plus consultées sur le module Cirkwi du site internet d'Essonne Tourisme, qui rassemble plus d'utilisateurs essonniers, offre un complément au palmarès de Visorando. On remarque que la répartition géographique des itinéraires les plus consultés sur le site web d'Essonne Tourisme est plus homogène<sup>1</sup>. Par ailleurs, sur Cirkwi on constate

une meilleure performance des randonnées à difficulté modérée situées à proximité de sites touristiques phares de l'Essonne, tels que le Domaine départemental de Chamarande et la Propriété Caillebotte. Ainsi, le profil d'utilisateurs de ces sites semble être moins typé « randonneur » que sur les autres plateformes.

<sup>1</sup> À ce sujet, il convient de signaler une certaine homogénéité de l'offre de 20 itinéraires mis en ligne en 2020, avec une volonté de privilégier la qualité des itinéraires à la quantité, afin de ne pas laisser de zone de blanche et de proposer les meilleurs itinéraires sur chaque territoire.

## Top 10 des itinéraires les plus consultés sur *essonnetourisme.com* en 2020

Rang	Randonnée	Destination rando	Consultation en 2020
1	Le belvédère de Chamarande	Vallée de la Juine	3 057
2	Les villégiatures de l'Yerres	Valée de l'Yerres	2 194
3	La vallée de la Renarde	Orge et Renarde	1 746
4	Milly-la-Forêt et le Coquibus	Gâtinais français	1 467
5	La traversée des sables	Vallées de l'Essonne et de la Juine	1 206
6	Les Grands Avaux	Gâtinais français	974
7	Autour du château du Marais	Orge et Renarde	926
8	Promenade des bourgs (Évry)	Vallée de la Seine	625
9	Autour du château de Courances	Gâtinais français	614
10	Sentiers des cressonnières	Vallées beauceronnes	524



Pour résumer, les données des plateformes numériques de randonnée nous livrent une lecture géographique de la pratique de la randonnée en Essonne avec l'émergence de 5 polarités principales : la partie essonnoise de la vallée de Chevreuse, les hautes vallées de l'Orge, de la Renarde et de la Rémarde, ainsi que la moyenne vallée de la Juine autour de Lardy et Chamarande. On distingue dans le même temps des polarités secondaires telles que la vallée de l'Yerres, la forêt des Grands Avaux et Milly-la-Forêt. Cependant, d'après la perception des utilisateurs, la fréquentation de ces itinéraires reste modérée, ce qui peut être un atout pour le territoire face à des sites proches très fréquentés, tels que la forêt des Trois Pignons.

***La partie essonnienne de la vallée de Chevreuse, les hautes vallées de l'Orge, de la Renarde et de la Rémarde, la moyenne vallée de la Juine autour de Lardy et Chamarande constituent les polarités principales sur les plateformes numériques de randonnée.***

### 3. Notoriété des itinéraires de grande randonnée

L'analyse SERP des itinéraires de grande randonnée présents sur le territoire essonnien permet d'avoir des informations quantitatives sur leur notoriété grâce au nombre de résultats générés sur les moteurs de recherche. La connaissance des mots-clés associés aux recherches donne plus d'éléments qualitatifs qui nous permettent d'estimer la part de la randonnée dans les résultats. Sur les centaines de kilomètres que comptent les itinéraires de grande randonnée, certains tronçons peuvent être plus populaires que d'autres.

#### **Nombre de résultats SERP pour les itinéraires de grande randonnée essonniens**

<b>Itinéraire</b>	<b>Nombre de résultats</b>
GR 1	21 000 K
GR 2	15 600 K
GR 11	4 990 K
GR 32	226 K
GR 655	44 K
Voie de Tours	29 600 K
GRP Vallées de l'Essonne	472 K

Le GR1 est celui qui bénéficie de la plus forte notoriété avec 21 millions de résultats. Commencé en 1947, cet itinéraire est l'un des plus anciens en France. Son nom, « Tour de Paris », permet une identification rapide du concept. En revanche, son petit frère, le GR11, bénéficie d'une notoriété plus réduite, avec 4,99 millions de résultats. La recherche des mots-clés liés au GR11 démontre une confusion avec son homonyme espagnol traversant les Pyrénées. Ainsi, le GR francilien n'intervient que dans 3/10 des résultats SERP. Bien que proposant un tracé alternatif au GR1, l'identité du GR11 manque de clarté, ce qui nuit à la lisibilité de l'itinéraire pour les non-pratiquants de la randonnée en grande couronne.

Les résultats du GR655 en matière de notoriété paraissent faibles avec 44 000 résultats. Cependant, il serait pertinent d'ajouter ceux relatifs à la « Voie de Tours ». En effet, le GR655

est le nom de la Via Turonensis, dite Voie de Tours, du chemin de pèlerinage jusqu'à Saint-Jacques-de-Compostelle. Ainsi, la notoriété du terme « Voie de Tours » est largement supérieure, avec 29,6 millions de résultats. Sur cet itinéraire, il convient de noter que les désaccords entre Compostelle 2000<sup>1</sup> et la Fédération française de randonnée pédestre sur le parcours dans la Beauce engendrent une dispersion des pèlerins. Le référencement lié à la Voie de Tours de l'association jacquaire étant meilleur que celui de la FFRP, une majorité de pèlerins quittent le GR655 pour rejoindre directement Orléans via la plaine de Beauce et Angerville<sup>2</sup>.

Le GR2, dit Au fil de la Seine, possède une notoriété intéressante avec 15,6 millions de résultats. En Essonne, les berges de Seine constituent le seul espace carencé en matière d'itinéraires de randonnée. La partie à l'aval de Paris semble bénéficier d'une plus forte notoriété<sup>3</sup>.

***Le GR1 est l'itinéraire qui bénéficie de la plus forte notoriété sur les moteurs de recherche. La notoriété du terme « Voie de Tours » est très importante. Le GR2, dit Au fil de la Seine, possède lui aussi une notoriété intéressante.***

<sup>1</sup> Association qui a pour but « [...] de venir en aide au pèlerin ou marcheur en partance sur le chemin de Compostelle et de lui donner tous les moyens de préparer son voyage ».

<sup>2</sup> Après Étampes, le GR655 rejoint Orléans par la vallée de l'Essonne alors que l'itinéraire conseillé par Compostelle 2000 est plus direct, en traversant la plaine de Beauce via Angerville.

<sup>3</sup> Le segment entre Paris et Giverny avait été retenu pour candidater au concours national du « Plus beau GR de France » organisé par la Fédération française de randonnée pédestre en 2018.

Le GR32 et le GRP des Vallées de l'Essonne ont des notoriétés plus modestes avec, respectivement, 226 000 et 472 000 résultats<sup>1</sup>. Reliant la Seine à la Loire, entre Saint-Fargeau-Ponthierry et Orléans, le GR32 traverse des territoires peu denses avec une offre faible en transports en commun, ce qui rend difficile une pratique découpée en tronçons. Situé en plaine, son attractivité pour de courts séjours reste limitée.

En revanche, le nombre de résultats du GRP des Vallées de l'Essonne est plutôt encourageant pour un itinéraire nouveau, créé en 2019. L'analyse des recherches associées<sup>2</sup> sont pertinentes en rapport avec des itinéraires départementaux tels que « vallée de la Juine », « Chemin des marais de l'Essonne » et « Chemin des sables ».

## 4. Stratégie de développement territorial

Nous avons vu que les pratiques de la randonnée sont diverses et qu'elles ne se répartissent pas de manière homogène sur le territoire essonnien. La connaissance territorialisée de ces pratiques possède un intérêt pour l'identification des potentialités de développement touristique de la randonnée dans chaque territoire. Ainsi, en s'appuyant sur nos enquêtes (questionnaires et personae), et sur les données numériques récoltées, nous pouvons distinguer trois types de pratiques :

- Promenades de proximité
- Randonnées à la demi-journée ou à la journée
- Excursions à la journée par un public urbain

### Les promenades de proximité

Les promenades de proximité se composent de pratiques réalisées de manière régulière à proximité du domicile. Elles offrent une certaine diversité car on peut y assimiler des pratiques sportives (courses à pied), des promenades avec des animaux de compagnie, et des promenades plus classiques. Certains lieux comme les rives de l'Essonne et de l'Yerres peuvent faire l'objet de forte fréquentation ponctuelle et donc de conflits d'usage. Il peut exister alors une forte attente de la population riveraine en matière d'aménagement et de sécurisation des sites.

<sup>1</sup> Via l'analyse des mots-clés, il apparaît que le terme « GR32 » est majoritairement utilisé pour des plaques de laines de verre.

<sup>2</sup> Les recherches associées sont générées automatiquement sur la base d'un algorithme pour déterminer les termes liés à la recherche sur le web.

Les sites principaux pour les promenades de proximité se trouvent dans les forêts publiques et proches des cours d'eau des territoires urbanisés du département. En matière d'aménagement, les berges de l'Orge sont un exemple parlant avec le projet de Promenade de l'Orge, développé par le Syndicat de l'Orge depuis 1977 entre Arpajon et Athis-Mons. Aujourd'hui arrivé à maturité, la Promenade est investie par les populations riveraines et le site est identifié comme le « poumon vert » de Cœur d'Essonne Agglomération.

En ce qui concerne la pratique de la marche, l'espace se distingue par l'aménagement de larges chemins blancs offrant une exposition mineure au risque. Il arrive que des itinéraires de randonnée empruntent une partie de ces promenades aménagées. Dans les territoires périurbains et ruraux, l'aménagement des berges est plus limité voire inexistant. Le cas de l'amont de l'Orge à partir d'Arpajon est parlant. Cela peut s'expliquer par une artificialisation

moindre des espaces ouverts et une demande moins forte de la part des riverains.

Toutefois, des territoires urbains comptent des sites propices à la pratique de la promenade de proximité à développer en matière d'aménagement. Nous pouvons citer la promenade de la Seine dont la continuité pédestre du chemin de halage rive gauche reste à améliorer, et des chemins en rive droite qui pourraient être aménagés. Des connections pédestres entre la forêt de Saint-Eutrope et les quartiers résidentiels aux alentours pourraient être améliorées pour permettre une meilleure appropriation du lieu par les riverains.

Par rapport aux autres territoires analogues, la basse vallée de l'Essonne entre Corbeil-Essonnes et Mennecy accuse un retard important avec la persistance d'espaces délaissés, peu propices à la promenade. Un travail long de reconquête est toutefois mené par le Département et la Communauté d'Agglomération Grand Paris Sud.



***Les sites principaux pour les promenades de proximité se trouvent dans les forêts publiques et proches des cours d'eau des territoires urbanisés. Le projet de Promenade de l'Orge est un bel exemple en matière d'aménagement.***

## Les randonnées à la demi-journée ou à la journée

Les randonnées à la demi-journée ou à la journée se font principalement sur des itinéraires balisés. Elles correspondent aux cotations « bleu », « orange », « rouge » et « noir » de la Fédération française de randonnée pédestre. Ces randonnées se dirigent à des publics habitués ou à bonne condition physique. Les pratiques se font dans le cadre de sorties encadrées par un club, par des groupes informels (groupes d'amis, familles, couples) ou en solitaire.

Le réseau d'itinéraires de randonnée balisés dans le département est plutôt homogène. Néanmoins, on constate la présence de sites à plus forte notoriété tels que les vallées de la Renarde, de l'Orge Amont et de la Juine. Ainsi, le GR1 entre Lardy et Saint-Chéron semble être le tronçon de grande randonnée le plus pratiqué en Essonne. En témoigne la création d'une offre de randonnée sur 2 jours par le site Helloways nommée « Cap sur Chevreuse ».

Bien que ce tronçon soit apprécié des randonneurs, cet exemple montre la difficulté à lier ce territoire à une marque à forte notoriété. Helloways fait référence à un parc naturel régional proche, celui de Chevreuse, sans que l'itinéraire soit inclus dans le périmètre du parc. Ainsi, un travail d'image de marque reste à faire pour améliorer la notoriété de cette destination à l'échelle régionale.

En dehors de ces territoires, les marais de l'Essonne et la vallée de l'École autour de Milly-la-Forêt rencontrent également un certain succès. À cette dernière, on pourrait inclure la forêt départementale des Grands Avaux qui reste un site très apprécié des connaisseurs. La forêt de Dourdan et la moyenne vallée de l'Essonne, autour de la Ferté-Alais, sont des sites de qualité avec une offre de randonnée structurée. Néanmoins, leur notoriété semble moindre. Ainsi, des actions de développement en matière de communication pourrait être effectuées afin d'offrir des alternatives aux massifs de Rambouillet et de Fontainebleau, et de valoriser les sites en Essonne.

***Bien que le réseau d'itinéraires de randonnée balisés soit plutôt homogène, on constate la présence de sites à plus forte notoriété tels que les vallées de la Renarde, de l'Orge Amont et de la Juine.***

## Les excursions à la journée par un public urbain

Les excursions à la journée par un public urbain sont des randonnées organisées par des groupes informels sur le territoire. Ce qui caractérise cette pratique, c'est la provenance des pratiquants et les modes de transports employés. Ils résident dans les territoires urbains de la région : Paris, petite couronne mais aussi dans des territoires du nord de l'Essonne tels que les vallées de l'Yvette, de la Seine et de l'Yerres. Ils privilégient le train pour accéder au point de départ de la randonnée. Ainsi, l'accessibilité et la nature sont les deux critères majeurs pour la sélection du lieu de randonnée.

Les sites de pratique pour cette catégorie sont plus développés en Essonne. On constate que ces publics privilégient des sites se trouvant à moins d'une heure en transports en commun depuis le centre de Paris. Ainsi, la destination de randonnée « Chevreuse en Essonne », avec la gare de Bures-sur-Yvette comme centre de gravité, reste la plus populaire. Cette commune permet d'ailleurs de relier trois sites particulièrement appréciés pour le sentiment de nature qu'ils offrent : le viaduc des Fauvettes, la vallée de la Mérantaise et la Forêt départementale de Gif-sur-Yvette.

La haute vallée de la Bièvre, entre Versailles et Massy, constitue une autre destination appréciée des urbains parisiens.

***La destination de randonnée la plus populaire pour les excursions à la journée est « Chevreuse en Essonne », avec la gare de Bures-sur-Yvette comme centre de gravité.***

Dans ces deux destinations, l'enjeu serait d'encourager la création de services et de commerces pouvant générer des dépenses de la part des excursionnistes. Au-delà des retombées économiques pour le commerce local, le développement des services pourraient permettre une amélioration de l'image des territoires en montrant une bonne articulation des valeurs de naturalité (ressourcement, bien-être, calme) et d'urbanité (rencontres, diversité, sérendipité).

La vallée de l'Yerres et la moyenne vallée de l'Orge, autour de Longpont-sur-Orge et Montlhéry, sont moins connues du public urbain. Toutefois, ces sites possèdent des qualités en matière d'accessibilité et de sentiment de nature qui pourraient les rendre attractifs pour ces visiteurs. Pour cela, l'enjeu de notoriété reste prépondérant.

### Potentialité des sites selon les pratiques

Types de pratique	Sites fréquentés	Sites à développer
Promenades de proximité	Massif de Sénart-Rougeau	Promenade de la Seine
	Forêt de Verrières	Forêt de Saint-Eutrope
	Promenade de l'Orge	Basse Vallée de l'Essonne
	Promenade de l'Yvette	
	Liaison verte de l'Yerres	
Randonnée à la demi-journée ou à la journée	Vallée de la Renarde	Moyenne vallée de l'Essonne
	Moyenne vallée de la Juine	Forêt de Dourdan
	Vallée de l'Orge Amont	
	Marais de l'Essonne	
	Vallée de l'École	
Excursion à la journée par un public urbain	Chevreuse en Essonne	
	Vallée de la Bièvre	

En guise de conclusion, les données numériques collectées sur les plateformes de randonnée et le SERP montrent une attractivité hétérogène des territoires essonniens en matière de randonnée. Cette connaissance doit nous permettre de mener une stratégie plus fine et plus ciblée, prenant en compte la diversité des pratiques et des demandes d'utilisateurs, l'accessibilité, et le sentiment de naturalité offert *in situ*.

On constate que d'un territoire à l'autre les enjeux ne sont pas les mêmes, d'où la nécessité d'orienter les stratégies de développement de la randonnée soit vers la création d'aménagements, le développement de la notoriété, ou le développement des services. Toutefois, l'équilibre entre développement des retombées touristiques et l'acceptabilité locale de la fréquentation reste un défi pour l'attractivité des destinations de randonnée potentielles.

Contrairement aux départements franciliens voisins, l'Essonne ne possède pas de grands sites naturels en tension, à l'instar des Trois Pignons, de Franchard et d'Apremont, dans la forêt de Fontainebleau. Le département se trouve plutôt dans un schéma d'archipel de petits sites aménagés mais avec une notoriété limitée. Ce qui peut être à la fois considéré comme un atout en matière d'expérience de visite, mais aussi comme une faiblesse en matière de rayonnement à l'extérieur du territoire et de retombées touristiques.

*Trois stratégies de développement de la randonnée sont envisageables selon les enjeux dans chaque territoire : la création d'aménagements, le développement de la notoriété, ou le développement des services.*



## V. Bilan

L'Essonne se caractérise par des infrastructures de randonnée de qualité. Se trouvant dans un bassin de pratiques important, le réseau d'itinéraires de randonnée y est particulièrement dense. Spécificité du territoire, la pratique y est plutôt répartie de manière homogène, chaque EPCI pouvant compter plusieurs circuits à valoriser sur son territoire. Néanmoins, le développement de la randonnée répond principalement à des pratiques de résidents et d'excursionnistes de proximité.

Le rayonnement de cette offre en dehors de l'échelle départementale est limité. Cela peut s'expliquer par l'absence d'un site naturel phare reconnu nationalement, et par l'image du département, à la même échelle, qui est plus assimilée à une image de « banlieue parisienne » qu'à une image verte.

L'aménagement de nombreux sites naturels et forêts ouverts au public témoigne des réponses aux attentes des résidents. La création de parcs de stationnement de petite capacité sont privilégiés pour éviter les fortes influences et pour provoquer une diffusion des circulations sur le territoire. Ce parti pris d'aménagement engendre une bonne gestion des conflits d'usages, qui sont peu nombreux sur le territoire, et une expérience de visite de qualité.

Néanmoins, cet aménagement peut provoquer une forme d'entre-soi dans laquelle les sites ne sont connus que des initiés (riverains et pratiquants intensifs de la randonnée). Cela provoque un manque de lisibilité de l'offre pour le grand public, ainsi que de la demande pour les commerçants et les socioprofessionnels. Dès lors, les retombées économiques directes liées à la randonnée paraissent limitées.

Ainsi, le développement d'une stratégie marketing et de services innovants à destination des randonneurs excursionnistes ou en court-séjour, dans la mouvance de la microaventure, constitue l'enjeu principal pour un développement touristique lié à la randonnée pédestre.



	FORCES	FAIBLESSES
ATTRACTIVITÉ	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un réseau d'itinéraires dense et à maturité</li> <li>• Une offre riche de forêts et sites naturels aménagés pour l'accueil du public</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Absence de site à forte notoriété à l'échelle nationale</li> <li>• Territoire qui n'est pas associé à la nature à l'échelle nationale</li> </ul>
GOUVERNANCE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Une gouvernance efficace pour la gestion de l'infrastructure</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Absence de dynamique interterritoriale pour promouvoir et communiquer sur les itinéraires de grande randonnée</li> </ul>
USAGES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peu de conflits d'usages</li> <li>• Territoire apprécié des initiés</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Département perçu comme une destination d'excursion mais pas comme une destination de séjour</li> </ul>
OFFRE TOURISTIQUE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diversité paysagère du territoire</li> <li>• Un axe fort Milly-la-Forêt/Dourdan, trait d'union entre les massifs de Fontainebleau et de Rambouillet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peu d'offres touristiques conçues pour les randonneurs</li> <li>• Manque de visibilité de l'offre pour les non-initiés</li> <li>• Offre faible et vieillissante de gîtes d'étape sur le territoire</li> <li>• Offre de commerces de proximité peu adaptée à l'usage de la randonnée</li> </ul>

**OPPORTUNITÉS**

**MENACES**

**PRATIQUANTS**

- Profiter du regain d'intérêt pour la randonnée de la part d'une population jeune et urbaine

- Réticence au développement de l'offre de randonnée de la part des riverains et pratiquants des sites, par peur de surfréquentation
- Vieillesse des pratiquants

**STRUCTURATION**

- Développer l'offre de microaventure (hébergements insolites, aires de bivouac)
- Encourager la création d'offres de commerces de proximité innovants privilégiant les produits locaux et l'accueil de randonneurs

- Concurrence avec des filières offrant une meilleure rentabilité (MICE, évènementiel)
- Dépendance vis-à-vis du bénévolat pour l'entretien des itinéraires de randonnée



## VI. Perspectives et pistes d'actions

Le diagnostic réalisé précédemment nous livre des enseignements pour un développement touristique de la filière randonnée en Essonne. L'offre du réseau d'itinéraires étant arrivé à maturité, l'enjeu est de s'appuyer sur les caractéristiques du territoire, situé en plaine et en périphérie de métropole, pour développer des services touristiques adaptés.

À l'accoutumée, les destinations de randonnée les plus attractives d'un point de vue touristique

se trouvent dans des territoires de montagne éloignés des agglomérations, la localisation des parcs nationaux en étant une illustration parlante. Ainsi, le développement de la randonnée en Essonne s'inscrit dans une réponse à une demande de pratique de proximité et d'excursionnisme. D'où l'impossibilité de copier un modèle montagnard mais de valoriser un modèle péri-métropolitain spécifique.

### 1. Un modèle en archipel à valoriser

L'offre des lieux de pratiques en Essonne se caractérise par une organisation spatiale que l'on pourrait qualifier d'archipellaire. Le département compte plusieurs forêts publiques et espaces naturels sensibles de taille relativement modeste. En comparaison avec les départements voisins de grande couronne, l'Essonne ne possède pas de grands massifs forestiers. La forêt domaniale de Sénart constitue la forêt publique la plus étendue du département avec 3 000 hectares, tandis que la forêt domaniale de Rambouillet (78) et la forêt domaniale de Fontainebleau<sup>1</sup> (77) comptent, respectivement, 14 000 et 17 000 hectares.

En Essonne, sur l'axe allant des massifs forestiers de Fontainebleau à Rambouillet<sup>2</sup>, on recense 18 forêts communales, départementales et régionales. Aucune n'a une superficie supérieure à 250 hectares. Ces forêts constituent des polarités pour la pratique de la randonnée en Île-de-France. Polarités, de par leurs notoriétés qui en font des lieux d'attraction, mais aussi de par les services qu'elles offrent grâce aux espaces d'accueil du public comprenant des aires de stationnement, des espaces de pique-nique et des panneaux d'informations. Ce qui en fait des points de départ appréciés pour la randonnée.

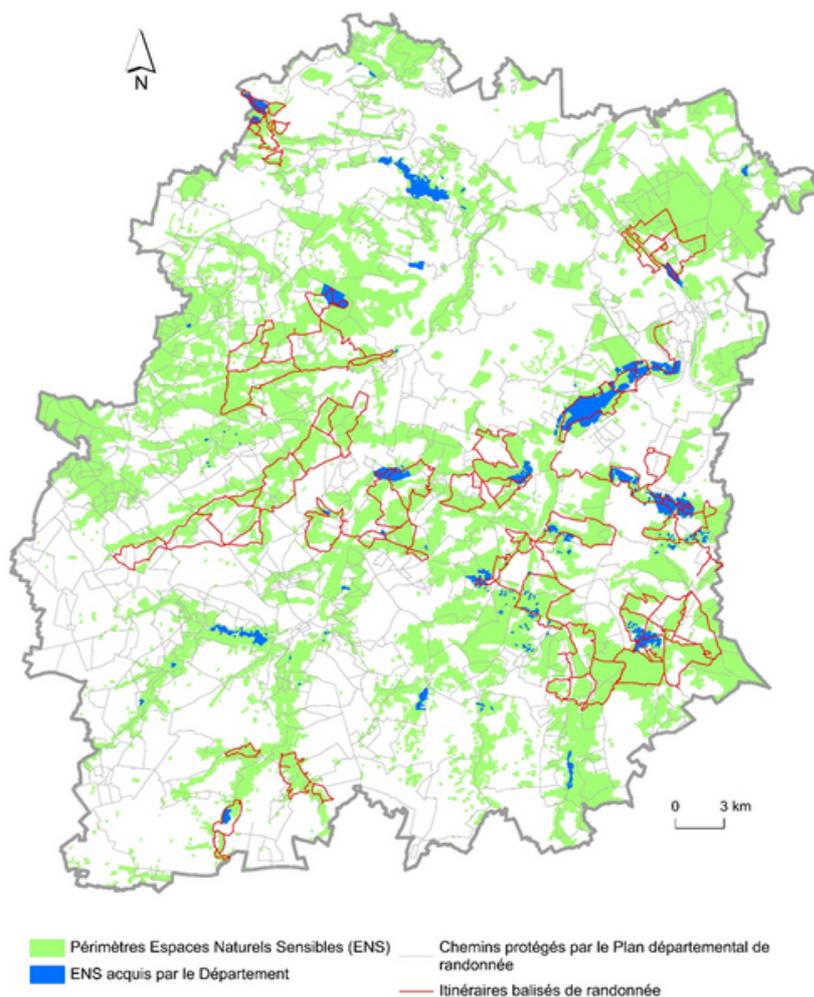
<sup>1</sup> 25 000 hectares si on ajoute les forêts domaniales des Trois pignons et de la Commanderie situées à proximité.

<sup>2</sup> Axe aussi nommé Milly-la-Forêt/Dourdan. En effet, ces deux communes peuvent être considérées comme des portes d'entrée essonniennes vers les massifs de Fontainebleau et de Rambouillet.

À l'instar de ce réseau en archipel de forêts publiques, les aires de stationnement sont assez nombreuses mais avec des capacités d'accueil modestes. Contrairement aux massifs forestiers de Fontainebleau et Rambouillet, il n'existe pas d'aires de stationnement avec des capacités supérieures à 100 véhicules légers.

Cette organisation spatiale peut constituer un atout si on prend en compte l'expérience des visites et la gestion des conflits d'usage. Le Département de l'Essonne valorise cette organisation en archipel à travers la création de 14 itinéraires départementaux de randonnée. Ceux-ci ont vocation de relier plusieurs espaces naturels publics situés dans des espaces géographiques restreint.

### Les itinéraires départementaux de randonnée



***Les 18 forêts communales en Essonne constituent des polarités pour la pratique de la randonnée et des points de départ aménagés appréciés.***

La principale limite de cette organisation spatiale est la lisibilité difficile de l'offre pour les non-initiés à la randonnée. Le caractère diffus de l'offre de circuits engendre un manque de notoriété. Le territoire ne bénéficie pas d'un site naturel « totem » dont la notoriété dépasse l'échelle départementale.

On constate également une faiblesse au niveau de l'offre de circuits d'initiation à la randonnée. Dans la dernière édition du topoguide de la FFRP « L'Essonne à pied », on recense la présence de 3 circuits « verts », de niveau facile, sur 40.

En général, les parcours faciles empruntent des chemins agricoles et des allées forestières, ce qui peut leur conférer un caractère monotone. L'expérience bellifontaine<sup>1</sup> témoigne d'une appétence des non-randonneurs pour des sentiers pouvant présenter un caractère modérément escarpé. Ainsi, la boucle du Rocher du Duc dans la forêt départementale des Grands Avaux, courte (3,5 km) mais relativement escarpée avec des points de vue, peut constituer un modèle reproductible dans d'autres forêts départementales présentant une géologie similaire, telles que le Belvédère et la Roche-Turpin.

***L'organisation en archipel des forêts publiques peut représenter un frein pour les non-initiés à la randonnée.***

<sup>1</sup> Dans le cadre du projet européen INTERREG Progress (2003-2008), l'ONF Fontainebleau a fourni des traqueurs GPS à des usagers sur les sites de Franchard et d'Apremont. L'analyse des données GPS a montré qu'une majorité privilégiait des parcours de moins de 5 km comprenant des parcours escarpés.

## 2. Création de destinations de randonnée

L'organisation spatiale de la randonnée en archipel engendre une lisibilité difficile de la randonnée pour les non Essonnais. Comme vu précédemment, l'identification de la destination « Essonne » n'est pas aisée. En matière de randonnée, le territoire se divise en de nombreuses vallées sans qu'aucune d'entre elles ne possède une notoriété permettant de faire « destination », à l'instar de la vallée de Chevreuse. Pourtant, avec le découpage du département en établissement public de coopération intercommunale (EPCI), plusieurs font référence à des rivières ou des vallées dans leur appellation<sup>1</sup>.

La randonnée pédestre peut constituer pour ces nouveaux territoires un marqueur identitaire à valoriser. De par les réseaux spatiaux qu'ils tissent sur le territoire, les itinéraires de randonnée peuvent créer du lien entre les communes et servir d'appui pour valoriser le petit patrimoine<sup>2</sup>. Toutefois, cette prise en main de la randonnée par les EPCI peut engendrer une

fragmentation territoriale en matière de promotion de la randonnée, les territoires administratifs ne coïncidant pas forcément avec les espaces de pratiques. Ce qui pourrait engendrer une lisibilité encore plus difficile de la destination pour les non Essonnais.

Il serait donc pertinent de travailler sur l'idée de marque territoriale infra-départementale pour la valorisation de la randonnée, en s'appuyant sur des noms ayant le plus gros potentiel. Ainsi, le Gâtinais français, de par son assimilation au PNR, est une marque offrant une notoriété sur laquelle s'appuyer. En matière de visibilité, les territoires concernés, à savoir la CC des 2 Vallées et la CC du Val d'Essonne, gagneraient à coopérer autour de la promotion de la randonnée dans cette destination.

***Les itinéraires de randonnée peuvent créer du lien entre les communes et servir d'appui pour valoriser le petit patrimoine.***

<sup>1</sup> CC des 2 Vallées, CC du Val d'Essonne, CC Entre Juine et Renarde, CC du Val d'Yerres Val de Seine.

<sup>2</sup> Plusieurs intercommunalités ont déjà lancé des projets de valorisation des itinéraires de randonnée, que ce soit avec la création de nouveaux itinéraires (CC Entre Juine et Renarde), la création de guide de randonnée (CC du Val d'Essonne) ou la création d'une signalétique intercommunale (CA Versailles Grand Parc, CA du Val d'Yerres Val de Seine).

Au centre du département, comme vu précédemment avec l'exemple de l'itinéraire conçu par Helloways dans les vallées de la Juine et de l'Orge, on constate une difficulté pour nommer ce territoire. De notre point de vue, il semble pertinent de s'appuyer sur l'appellation « Hurepoix » désignant l'ancien pays traditionnel se trouvant au nord-ouest du département. La CC Entre Juine et Renarde et la CC du Dourdannais en Hurepoix pourraient servir de cadre pour cette destination de randonnée.

Autour de ces destinations, des projets en matière de promotion et de communication pourraient voir le jour avec une volonté de rendre l'offre plus lisible et attractive en dehors des frontières du territoire. L'échelle infra-départementale des destinations de randonnée pourrait être pertinente aussi pour mener des actions à destination des socioprofessionnels, notamment les commerçants et les hébergements touristiques.

***Afin de rendre l'offre plus lisible et attractive en dehors des frontières essonniennes, il serait pertinent d'envisager des projets en matière de promotion et de communication.***

### 3. Accompagner les commerçants pour améliorer les retombées économiques de la randonnée

Nombre d'actions touristiques au sujet de la randonnée relèvent de la promotion-communication à destination des usagers. Or, le diagnostic précédent montre que les marges de progression se situent davantage dans le développement des services offerts aux randonneurs. D'où l'intérêt de réfléchir à une stratégie de structuration de l'offre de services à destination de cette clientèle.

Nous avons conscience que les flux de randonneurs ne permettront pas à cette

clientèle de devenir majoritaire dans le chiffre d'affaires des commerçants. La randonnée pédestre restera certainement une activité d'appoint. Cependant, il est possible de développer des produits pouvant s'adresser à des clientèles diverses dont les randonneurs. Le cas du restaurant « La Chaumière du Télégraphe » à Champcueil est un exemple d'un établissement situé à proximité d'une polarité de randonnée, la forêt des Grands Aaux, ayant réussi à diversifier ses clientèles pour se pérenniser.

**Restaurants en site naturel péri-métropolitain**

Créées dans l'après-guerre dans deux sites forestiers satellites du massif de Fontainebleau, la Chaumière du Télégraphe à Champcueil (91) et l'Auberge de la Dame Jouanne à Larchant (77) sont deux exemples de restaurants qui ont su se renouveler pour capter une clientèle diversifiée. Les gérants de la Chaumière du Télégraphe ont capitalisé sur l'implantation du lieu, excentré de toute habitation, pour proposer des concerts et une ouverture tardive. En raison de son architecture singulière et sa terrasse en forêt, le restaurant est aujourd'hui devenu un établissement réputé localement. Après une réouverture en 2011 suite à des travaux de mise aux normes, l'Auberge de la Dame Jouanne a pris le parti de proposer une carte dans la mouvance bistronomique, tout en conservant une décoration rappelant l'histoire des pionniers de l'escalade.

La temporalité est la principale limite au développement d'une offre commerciale à destination des randonneurs. Cette activité est souvent pratiquée les week-ends et jours fériés par les clientèles individuelles. Celles-ci peuvent se confronter aux horaires de fermeture des commerces. Dans les communes rurales, les boulangeries ferment habituellement en début d'après-midi, de 13h à 16h, ce qui peut limiter les achats d'impulsion en cours de randonnée.

Face à cette problématique de fermeture des commerces ruraux, les pratiquants de la randonnée ont tendance à anticiper leurs besoins en emportant ce qu'ils vont consommer pendant l'activité. Cela engendre une spirale négative où la faible perception de la demande par les commerçants ne les incite pas à anticiper les attentes de cette clientèle potentielle. Des solutions peuvent être développées pour pallier ce manque telles que l'installation de paniers pique-nique dans des distributeurs automatiques, ou le développement de commerces de proximité dans les gares.

***Une valorisation des produits locaux dans les commerces pourrait inciter les randonneurs à consommer localement. Outre les retombées économiques, cela permettrait d'enrichir la dimension expérientielle de la randonnée et d'améliorer l'attractivité des itinéraires.***

La standardisation de l'offre dans les boulangeries-pâtisseries, supérettes et brasseries constitue une deuxième limite pour l'amélioration des retombées économiques liées à la randonnée. Pour les randonneurs, l'offre de commerces de bouche sur le territoire ne se distingue pas de celles qu'ils retrouvent à proximité de leur domicile, ce qui ne la rend pas attractive. Ainsi, une valorisation des produits locaux dans les commerces pourrait inciter les randonneurs à consommer localement.

Lors de l'enquête, 86,5 % des répondants ont témoigné d'un intérêt pour l'emploi des produits locaux dans les produits alimentaires pouvant être consommés lors de leurs randonnées. Pour 26,3 %, cela est un facteur essentiel pour l'attractivité des commerces de bouche. Outre les retombées économiques directes, l'emploi de produits locaux permettrait d'enrichir la dimension expérientielle de la randonnée sur le territoire et d'améliorer l'attractivité des itinéraires essonniers.

## 4. Accompagner les hébergements touristiques pour développer des offres à destination des randonneurs

Au cours de l'enquête à destination des pratiquants de la randonnée, nous avons constaté que la moitié des répondants (51,8 %) étaient intéressés par une expérience d'itinérance sur le territoire. Les types d'hébergement privilégiés demeurent le gîte d'étape (37,2 %) et la chambre d'hôtes (31,9 %). Des pistes d'actions peuvent alors être préconisées pour améliorer l'attractivité de ces hébergements pour les randonneurs.

L'Essonne compte deux gîtes d'étape. Le « Refuge du Coquibus » est géré par une

association, et l'auberge « L'Épi d'Or » par une municipalité<sup>1</sup>. Le Refuge du Coquibus existe depuis plusieurs décennies et perdure par la fidélité des bénévoles qui l'animent. Les clientèles sont constituées de groupes de randonneurs et de cyclotouristes, tout comme de groupes familiaux et amicaux pour des réunions privées. La gestion associative est souvent un frein pour un développement commercial de l'activité et l'élargissement des clientèles. Ainsi, on constate à la fois un vieillissement des bénévoles et des clientèles, d'où la menace d'un déclin de cette activité.

---

<sup>1</sup> À l'heure où cette étude a été rédigée, l'Auberge de l'Épi d'Or est fermée, et ce depuis la crise sanitaire. Sa réouverture par la municipalité de Boissy-la-Rivière n'est pas statuée. Cet hébergement accueille, entre autres, des scouts, des jeunes autistes et bénévoles venus du monde entier (source : « Boissy-la-Rivière : la première auberge de jeunesse de France a été construite en Essonne », Le Parisien, 22 mars 2019).

**La moitié des répondants à l'enquête (51,8 %) seraient intéressés par une expérience d'itinérance en Essonne, privilégiant comme type d'hébergement le gîte d'étape (37,2 %) et la chambre d'hôtes (31,9 %).**

L'édition 1995 du topoguide de la FFRP « L'Essonne, les chemins de la découverte » recense 6 gîtes d'étapes. Ce qui nous force à constater la disparition de 4 gîtes d'étape en 25 ans. Signalons la reconversion de ces sites dans l'événementiel privé et professionnel. Fort de ce constat, le concept de gîte d'étape nous semble à repenser pour tendre vers une professionnalisation et modernisation de ces hébergements. Les refuges de haute campagne développés par la Mad Jacques (cf. page 25) témoignent d'une opportunité de modernisation du concept de gîte d'étape.

Contrairement aux gîtes d'étape, l'offre de chambre d'hôtes semble s'être renforcée sur le territoire en 25 ans. On recense 29 maisons d'hôtes labellisées Gîtes de France et Clévacances en Essonne, soit 73 chambres et 171 lits<sup>1</sup>. À l'instar des commerces alimentaires de proximité, la clientèle des randonneurs n'a pas vocation à devenir la clientèle majoritaire des chambres d'hôtes. Néanmoins, il est possible de proposer des pistes de développement.

**Le concept de gîte d'étape reste à repenser pour tendre vers une professionnalisation et modernisation de ces hébergements.**

Le développement de labels spécifiques de type « Rando Accueil » pourrait permettre une meilleure identification des chambres d'hôtes par les randonneurs. Plus généralement, l'accent mériterait d'être mis sur des actions B2B<sup>2</sup>, c'est-à-dire l'accompagnement des gérants de chambres d'hôtes à travers des formations de sensibilisation à l'accueil de randonneurs ou au développement d'une stratégie commerciale tournée vers cette clientèle.

<sup>1</sup> Données du 1er novembre 2021.

<sup>2</sup> *Business to business*, soit une action à destination des socioprofessionnels du tourisme.

# 2021

## RANDONNÉE PÉDESTRE EN ESSONNE

Ce document est téléchargeable sur :  
[pro.essonnetourisme.com](http://pro.essonnetourisme.com)

Pour une demande de renseignement sur  
la randonnée pédestre :

**Rémi Salaün - 01 64 97 36 92**

[r.salaun@essonnetourisme.com](mailto:r.salaun@essonnetourisme.com)

Pour contacter l'observatoire du tourisme :

**Daiane Seno Alves - 01 64 97 96 32**

[d.senoalves@essonnetourisme.com](mailto:d.senoalves@essonnetourisme.com)

[essonnetourisme.com](http://essonnetourisme.com)