

L'introduction du Verbier E-Bike Festival : un levier pour le positionnement E-bike de la destination de Verbier – Val de Bagnes ?



Travail de Bachelor 2019, Module 786b

Étudiant : Nicolas Mari

Professeur responsable : Dominique Fumeaux

Date de dépôt : 25 novembre 2019

HES-SO Valais / Wallis – Filière Tourisme – www.hevs.ch

Nicolas Mari

Source de l'image de titre : Freeride World Tour

Résumé :

Dans le cadre de ses activités Bike générales, la destination de Verbier / Val de Bagnes souhaite se positionner sur la tendance de l'E-bike. Avec la pratique du VTT électrique, les entités touristiques aimeraient attirer une clientèle plus large dans leur panel déjà existant. Dans ce contexte, la création d'un évènement 100% dédié à l'E-bike a été développé. Ce travail va analyser comment son implémentation s'est déroulée et quelles en sont les effets, avant et après le déroulement de sa première édition en août 2019. Par le biais d'entretiens qualitatifs et d'une observation participative, ce travail a montré que l'introduction de l'évènement a été effectuée avec des coopérations avec les entités touristiques, lesquelles se sont engagées à développer la pratique du E-bike avec des développements d'itinéraires et d'adaptations d'infrastructures dans le futur. La première édition du Verbier E-Bike Festival s'est conclue avec une bonne satisfaction générale, relevée par des chiffres de fréquentation dépassant les attentes. À la suite de ces constatations, Verbier va continuer de développer ses efforts au niveau des adaptations des infrastructures, dans le but de devenir une station complètement adaptée à l'E-bike. De plus, l'évènement développer ses offres pour continuer de prendre de l'ampleur avec la vision de faire de Verbier une station-mère pour la pratique de l'E-bike. L'introduction de cet évènement figure donc comme un début vers la transition d'un positionnement E-bike très reconnu.

Mots-clés : Verbier, E-bike, festival, évènement, tendance

Avant – propos et remerciements

Passionné par la pratique du VTT et attentif à son développement dans les Alpes valaisannes, j'ai voulu faire un travail de recherche qui sur le thème du vélo et son développement. À mi-mars, j'ai eu la chance d'assister à la séance des partenaires de Valais/Wallis Promotion au Châble. Nicolas Hale-Woods y a présenté efficacement son projet du Verbier E-Bike Festival et cela m'a beaucoup intéressé. J'ai donc décidé d'effectuer une étude sur cet évènement, dont la première édition allait se dérouler en Août. Associé à Verbier Promotion qui a accepté de me soutenir dans ce travail, mon but est d'analyser l'introduction de cette manifestation et d'en présenter les conclusions dans la vision du positionnement E-bike de la destination. Le fait que le modèle du festival soit inédit m'a poussé à effectuer un travail scientifique qui relatera d'une part son déroulement et d'autre part son impact dans la station, après sa mise en place. La pratique du E-bike étant un phénomène récent, il a été parfois difficile de trouver des sources fiables pour situer au mieux l'activité dans l'environnement de Verbier, surtout avant le déroulement de l'évènement. J'ai fait de mon mieux pour reprendre les informations les plus pertinentes possibles, aussi en élargissant un peu mon champ de recherche.

Dans le but de ne pas focaliser mon étude sur de la littérature, j'ai notamment effectué une observation participative dans les coulisses de l'évènement, en tant que bénévole. Cela m'a permis de constater personnellement les comportements et réactions des participants, mais également des organisateurs et autres parties-prenantes, de manière objective. Cette notion m'est d'ailleurs très importante et, en étant externe à l'entreprise Verbier Promotion, je pense que j'ai fait de mon mieux pour ne pas rapporter d'éléments subjectifs dans cette recherche.

De plus, des entretiens qualitatifs ont été effectués chez des parties-prenantes relatifs à ce thème, dans la vision de présenter des informations concrètes et détaillées.

Outre le fait de trouver des sources scientifiques fiables relatives au VTT électrique, les principales difficultés dans ce travail consistaient à regrouper et synthétiser les sujets pertinents ou pas dans le cadre de cette question de recherche. De plus, le fait de travailler à temps plein en tant que stagiaire à Valais/Wallis Promotion a demandé une grande organisation dans le timing de rédaction de cette étude.

Remerciements :

Je souhaite remercier Malvine Moulin et Verbier Promotion SA pour avoir accepté de soutenir mon travail et qui m'ont permis de le réaliser, en me fournissant les contacts nécessaires et des témoignages pertinents.

Je tiens à remercier également mon entreprise de stage, Valais/Wallis Promotion, pour leur flexibilité quant aux demandes de congés récurrentes effectuées pour rédiger ce travail.

Par ailleurs, je remercie mon professeur responsable, Monsieur Dominique Fumeaux, pour ses conseils et ses précieux feedbacks qui m'ont aiguillé dans la rédaction de ce rapport.

Je souhaite remercier également le staff du FWT Management SA pour leur disponibilité et leur organisation soignée pour les bénévoles durant le Verbier E-Bike Festival. Merci également à eux de m'avoir transmis des documents et rapports très utiles pour ce travail.

Merci également aux personnes interviewées pour la réalisation de cette étude et de leurs précieux retours.

Finalement, je tiens à remercier mes parents et proches pour leurs relectures et leur soutien durant tout ce travail.

Table des matières

LISTE DES FIGURES.....	VI
LISTE DES ABREVIATIONS.....	VII
INTRODUCTION.....	1
1. CONTEXTE SOCIO-ECONOMIQUE.....	2
1.1 E-Bike.....	2
1.2 Présentation de la destination Verbier / Val de Bagnes	4
1.3 Background et historique du vélo dans la destination.....	6
1.4 Les organes.....	9
1.5 Clientèle visée et positionnement E-bike.....	10
1.6 L'offre « VIP Pass ».....	13
1.7 Altis.....	15
1.8 Évènementiel	19
2. PRESENTATION DU VERBIER E-BIKE FESTIVAL.....	20
2.1 FWT Management, historique et mise en place.....	20
2.2 Relations et collaborations avec la commune de Bagnes.....	22
2.3 Collaborations avec Verbier Promotion.....	23
2.4 Objectifs avant la 1 ^{ère} édition.....	25
3. REVUE DE LA LITTÉRATURE.....	30
4. QUESTION DE RECHERCHE ET OBJECTIFS.....	39
5. METHODOLOGIE.....	39
6. PRESENTATION ET DESCRIPTION DE L'EVENEMENT.....	41
6.1 Statistiques et faits.....	41
6.2 Réactions et Feedbacks des magasins de sport.....	49
6.3 Innovation dans le Verbier E-Bike Festival et la destination.....	53
6.4 Les remarques stratégiques du Verbier E-Bike Festival.....	55
6.5 Difficultés éprouvées pour l'évènement du Verbier E-Bike Festival.....	56
6.6 Changements projetés au niveau de l'évènement.....	57
6.7 Futur et autres perspectives liées à l'évènement.....	58
6.8 Perspectives de développement futures de l'offre E-bike.....	58
7. CONCLUSION.....	61
REFERENCES.....	65
DECLARATION DE L'AUTEUR.....	69

Liste des figures

Figure 1 : Différentes déclinaisons de bornes électriques « Itineris »	16
Figure 2 : Caractéristiques des différentes déclinaisons de bornes « Itineris »	17
Figure 3 : Borne de recharge à la Cabane Brunet.....	18
Figure 4 : Tendances prévues des produits touristiques alpins.....	35
Figure 5 : Autres activités touristiques effectuées pendant des vacances à vélo.....	35
Figure 6 : Vue d'ensemble des caractéristiques des participants à l'édition 2019.....	41

Nicolas Mari

Liste des abréviations :

VEBF : Verbier E-Bike Festival

FWT : Freeride World Tour

VTAE: Vélo tout terrain à assistance électrique

Introduction

Cette présente étude analyse l'effet de la création et l'implémentation du Verbier E-Bike Festival, un évènement sportif consacré aux vélos électriques, dans la stratégie Bike (vélo) générale de la destination. Dans un contexte où il y a la volonté d'équilibrer les fréquentations touristiques entre l'hiver et l'été, nous allons présenter la place de la pratique du vélo électrique à Verbier et l'apparition d'un nouvel évènement qui y est lié : le Verbier E-Bike Festival. Cette manifestation organisée par le FWT Management envisage une mise en lumière de la pratique dans le territoire et a comme vision d'en faire la station-mère au niveau mondial dans quelques années. Nous verrons comment elle a été mise en place et quelle sera sa place avant et après son déroulement dans la stratégie Bike générale de Verbier. Ce travail a comme objectif de répondre à la question suivante : En quoi le Verbier E-Bike Festival agit sur le positionnement E-bike de la destination ?

Pour y répondre, nous allons analyser le thème de la clientèle des E-bike dans la littérature scientifique, ainsi que le rôle de l'évènementiel dans cette tendance. De plus, ce travail synthétisera les données et faits relatifs à la mise en place du Verbier E-Bike Festival dans la station éponyme et présentera les conclusions de sa première édition. Des interviews qualitatifs auprès de parties-prenantes pertinentes dans le cadre de cette question de recherche ont été effectués pour mieux comprendre les différentes raisons de la mise en place et les avis liés.

Les premières parties de ce travail se concentreront sur la définition du E-Bike, le contexte actuel dans la destination de Verbier des activités liées au vélo générales et la présentation de l'évènement avant son déroulement. Après avoir posé ce contexte, la question de recherche et la méthodologie de ce travail, comprenant l'observation participative de l'auteur à l'évènement, seront présentées. Finalement, la partie d'analyse se concentrera sur les descriptions du déroulement du festival et ses incidences sur le développement du positionnement E-Bike dans le futur à Verbier. Cette partie sera soutenue par des interviews qualitatifs. La conclusion relatara les observations de l'évènement et présentera les futures perspectives de développement de l'E-bike envisageables à Verbier.

1. Contexte socio-économique

Pour cadrer cette analyse, il convient d'en cerner le contexte. La pratique de l'e-bike est un phénomène récent qui intervient dans le milieu du tourisme de montagne estival. Les vélos électriques peuvent être assimilés à un dérivé du VTT : le principe est le même, mais un moteur électrique aide les cyclistes dans leurs efforts. Il sera donc intéressant de relever les effets de cette assistance sur le potentiel de nouvelle clientèle. Pour cette étude, Verbier – Val de Bagnes, station touristique située dans les Alpes valaisannes, est déjà dotée d'une certaine renommée pour son domaine skiable, mais la station cherche à développer son offre estivale pour attirer plus de clientèle dans les mois hors-hiver (Moulin, 2019). La pratique du e-bike s'insère dans cette perspective de développement actif des saisons estivales. Voyons-en donc à présent les caractéristiques.

1.1. Le E-bike

1.1.1. Présentation générale.

Nous allons focaliser cette étude sur le mode de transport particulier qu'est l'E-bike. Il existe plusieurs autres termes similaires qui sont utilisés pour décrire cette catégorie de vélo : on peut parler aussi de « vélo à assistance électrique » (VAE), qui réfère à la catégorie générale des vélos qui sont dotés d'un moteur électrique (cyclable, 2019). L'Union Européenne définit les « cycles à pédalage assisté » tous les vélos à deux roues qui sont « équipés d'un moteur auxiliaire électrique d'une puissance nominale continue inférieure ou égale à 250 W, dont l'alimentation est soit interrompue lorsque le cycliste cesse de pédaler, soit réduite progressivement et finalement interrompue avant que la vitesse du véhicule n'atteigne 25 km/h » (EUR-Lex, 2019).

Comme mentionné dans cette définition officielle, un vélo électrique demande un effort de pédalage de l'utilisateur pour que l'auxiliaire électrique entre en fonction. La grande différence face à un vélo classique réside dans le fait que durant le mouvement de pédale entamé par le cycliste, un moteur électrique intervient et offre une force en plus qui a comme impact une augmentation de traction perceptible dans l'accélération du vélo. Contrairement à une trottinette électrique, le mouvement de pédale est obligatoire pour actionner la force

du moteur. La poussée est seulement valable après une intervention physique de l'utilisateur sur les pédales pour entamer le mouvement. Il faut donc pédaler en continu pour avoir la poussée.

Pour qu'une force dans les pédales d'un VAE puisse fonctionner, une batterie est intégrée dans la structure dudit vélo. Constituée dans la majeure partie des cas en Lithium, elle permet d'alimenter en énergie le moteur électrique, lui-même situé au nouveau du dérailleur avant lié au cadre. Cette batterie peut peser un certain poids. Il diffère selon sa capacité, mais en moyenne se situe aux alentours de 2.5 à 3 kilos (cyclable, 2019).

Concernant l'autonomie de celle-ci, là encore il diffère selon plusieurs facteurs : la capacité et la qualité des cellules, la manière dont le cycliste pédale et la température ambiante notamment. (cyclable, 2019).

Le facteur humain a la plus grande influence sur l'autonomie. Par exemple, un cycliste pesant 80 kilos consommera plus de batterie qu'un autre individu de 50 kilos qui circule d'une même manière. De plus, comme mentionné, les basses et hautes températures ambiantes vont également avoir un impact sur l'autonomie du vélo. On parle d'une température idéale de fonctionnement entre 15° et 25°C. En dehors de cette fourchette, l'autonomie est impactée en fonction de la grandeur du différentiel de température (cyclable, 2019).

1.1.2. L'utilisation :

Un vélo électrique a un principe de fonctionnement et une conception originelle similaire à un vélo sans assistance. Cependant, la force du moteur électrique à gérer peut demander une adaptation du comportement de l'utilisateur (cyclable, 2019), habitué à ne pas avoir d'autre force que celle de ses jambes. En effet, un E-bike nécessite une gestion de l'assistance du moteur ainsi que la composante « autonomie » de la batterie durant le trajet. Le moteur offre une accélération plus rapide et instantanée qui engendre une prise de vitesse plus poussée. Une vitesse supérieure demande alors une plus grande anticipation générale, tant dans les freinages que dans l'environnement général alentour. La majorité des moteurs électriques peuvent recevoir plusieurs réglages de poussée, actionnables par l'utilisateur dans un réglage situé sur le guidon. Un réglage de puissance élevé aura une influence négative sur l'autonomie de la batterie, mais décuplera la sensation d'accélération et de prise de vitesse.

En général, ces réglages de puissances sont utiles pour définir le rythme que le cycliste aimerait adopter en fonction de ses envies.

1.1.3. Les catégories de vélos électriques :

Comme son homologue physique, le vélo électrique peut être décliné en plusieurs formes adaptées à des utilisations différentes : vélos de ville à assistance électrique, offrant confort et praticité ; vélos de route à assistance électrique, avec roues étroites et privilégiant la vitesse ; VTC à assistance électrique, compromis polyvalent entre vélo de ville et VTT (cyclable, 2019).

Dans notre étude cernée sur la région de Verbier – Val de Bagnes, nous allons nous concentrer sur le VTT électrique, type le plus utilisé dans la région.

1.2. Présentation de la destination de Verbier / Val de Bagnes

1.2.1. Présentation générique du territoire de “Verbier - Val de Bagnes” :

La destination alpine de Verbier – Val de Bagnes se situe dans le canton du Valais, au sud des Alpes Suisses. La région est nichée dans un environnement montagneux. La destination comprend plusieurs territoires :

- Le village et la station de Verbier.
- Le Val de Bagnes, en contrebas de la station et s'étendant jusqu'à la frontière italienne.
- Les autres stations touristiques de Bruson et La Tzoumaz qui sont situées à l'ouest et à l'est de Verbier.

Ces régions regroupées forment donc la destination “Verbier - Val de Bagnes”, qui peut compter sur un territoire vaste et varié en termes de terrains et paysages.. Le ski alpin est le motif de voyage le plus important pour la clientèle de la destination Verbier – Val de Bagnes. En effet, les sports d'hiver ont une très grande importance dans la région, car la qualité de *neige et des pistes combinées avec la possibilité de ski hors-piste* offrent aux touristes une diversité très appréciée (Verbier Promotion, 2019). Parmi les autres motifs de visites

importants, on retrouve la gastronomie et la vie nocturne de Verbier. L'importance du ski et de la vie nocturne pour les visiteurs est plus grande à Verbier que dans d'autres destinations de montagne suisses (Verbier Promotion, 2019), et démontre une offre particulièrement qualitative en la matière. Parallèlement, le principal point faible de la destination par rapport aux autres destinations similaires de Suisse est la cherté de l'offre en général (Verbier Promotion, 2019). Une étude de Suisse Tourisme effectuée pour Verbier a relevé une particulièrement haute propension des clients à recommander les services de la destination. Le score « Net Promoter » de la saison estivale est supérieur à celle d'hiver. Cette tendance peut être expliquée par le développement croissant d'offres pour toute clientèle que la destination propose en saison estivale, dont l'e-bike.

1.2.2. Verbier en été :

La destination dispose d'un cadre naturel varié qui attire une clientèle voulant se ressourcer au frais l'été en montagne. La topographie à forts dénivelés a poussé le développement d'activités Outdoor, comme le VTT à partir des années 1990 ou la randonnée pédestre de tous niveaux. D'autres offres comme le golf et le parapente complètent le portefeuille d'activités sportives proposées pour les touristes – et la population locale – dans la région.

Les remontées mécaniques de la région couvrent un territoire vaste et certaines installations sont ouvertes 7 jours sur 7 en haute saison. Cependant, elles ne sont pas considérées comme un transport public et sont soumises à des heures d'ouvertures fixes (Téléverbier S.A., 2019).

1.2.3. Contexte de fréquentation :

Les chiffres des nuitées sont intéressants à relever brièvement pour mieux comprendre le contexte de croissance de la destination. Premièrement, il est intéressant de relever l'évolution des nuitées depuis 2014. Depuis 2014, où 1'124'150 nuitées ont été enregistrées, une hausse générale de 47.2% est constatée jusqu'en 2018, avec 1'657'234 nuitées sur l'année (Verbier Promotion, 2019).

La saison hivernale a clairement une plus grande présence que la saison estivale, qui elle génère seulement un tiers des nuitées totales au niveau de la destination dans son ensemble.

Selon Malvine Moulin, l'objectif est d'essayer « d'inverser la tendance et il y a la volonté que l'été devienne plus important » (Moulin, 2019).

En général, la saison estivale a encore beaucoup de marge de progression pour atteindre la fréquentation élevée de l'hiver, liée au ski. Le potentiel du Bike, toutes catégories confondues, n'attire pour l'instant pas autant de visiteurs effectuant au moins une nuitée dans la destination. La station est cependant dans une bonne dynamique de progression, avec des chiffres généraux qui augmentent et une volonté affirmée de travailler sur la saison estivale pour générer plus de visites hors-hiver. Les différents points pour y parvenir vont être développés plus loin dans ce rapport.

1.3. Background et historique du vélo dans la destination

Comme cité auparavant dans la présentation générique de la destination, la topographie de Verbier comportant beaucoup de dénivelés. Cela a poussé le développement d'activités touristiques telles que le VTT dans les années 1990. Intéressons-nous maintenant plus en détail sur la chronologie du développement du vélo dans son terme général dans la région de Verbier. Il est pertinent d'avoir une vue d'horizon de ce qui s'est entrepris jusqu'à l'avènement de la catégorie de vélos « E-bike », sur laquelle ce travail est centré.

Initialement, la véritable impulsion du vélo à Verbier a été la création du « Bike Club Verbier » en 1988 (Filliez, 2019). Ce club de vélo de loisir, encore actif actuellement, a eu un rôle assez important dans la démocratisation des différentes pratiques du vélo à l'époque, mais surtout du vélo tout terrain. Le but de ce club était – et est toujours – de « développer la pratique du vélo tout-terrain dans le respect d'autrui, de la faune, de la flore et de l'environnement en général » (Bike Club Verbier, 2019). En effet, ce club a donné naissance à plusieurs éléments qui sont encore en place actuellement. En 1989, trois parcours destinés au VTT ont été balisés sur les hauts de Verbier et vers les mayens de Sarreyer, en collaboration avec le TCS (*Touring Club Suisse*) (Bike Club Verbier, 2019). Ce fut un progrès audacieux à l'époque, car ils étaient les premiers itinéraires VTT de Suisse à être balisés. Les efforts de développement ont continué en 1991, avec la création du « Grand-Prix du Mont-Fort », une course d'un dénivelé positif conséquent de 2210 mètres entre le Châble (840m) et le Col des

Gentianes (2950m) (Bike Club Verbier, 2019). Elle permettait notamment aux inscrits de pouvoir concourir et se mesurer à des champions de l'époque de la discipline (Bike Club Verbier, 2019). La popularité de cette pratique a donc pu augmenter, non seulement vers l'élite, mais également aux touristes et habitants de la région sans expérience. Pour conclure avec les réalisations-clés de ce Club, en 1996 un parcours technique de descente reliant les Ruinettes à Verbier fut réalisé. Cela a contribué à démocratiser un autre segment du vélo tout-terrain : le Downhill. Encore très archaïque, cette piste a cependant développé l'intérêt du vélo de descente et abouti à la création officielle du « Verbier Bikepark » en 2004, encore actif à présent et acteur notable du vélo à Verbier. Selon M. Filliez, les années 1988 et 2004 ont été les « deux moments-clés du développement » du VTT, toutes pratiques comprises (Filliez, 2019). Parallèlement à ces réalisations liées au Bike Club, il mentionne aussi la course du Grand Raid, dont la première édition a eu lieu en 1990. L'itinéraire de cette course destinée aux VTT Cross-Country reliait Verbier à Grimentz, après un itinéraire de plus de 100 kilomètres sur des chemins ou routes de terre. Plutôt réservée aux compétiteurs d'élite, à cause de sa difficulté accrue, elle générait un certain engouement, que ce soit pour le public que pour les concurrents. En effet, environ 1200 coureurs étaient au départ. Selon N. Filliez, « le Grand Raid a joué un sacré rôle dans le développement du VTT (...). Ça faisait connaître Verbier au loin ». (Filliez, 2019). La manifestation a donc grandement participé à l'émancipation de la popularité du VTT en montagne et plus particulièrement à Verbier. On peut donc relever que la destination s'est clairement positionnée comme acteur de grande importance pour le VTT, notamment grâce à des événements porteurs. Cependant, il est intéressant de relever que beaucoup de ces « accomplissements », s'il on peut dire, étaient menés par des privés et non par les instances officielles, comme la Commune par exemple. Il a fallu attendre 2010 pour la création d'une association officielle pour le développement du VTT, en grande partie financée par la Commune de Bagnes : Promobike.

Cette association est constituée de représentants de la Commune de Bagnes, de la société de développement de Verbier, de Téléverbier, du comité de l'office du tourisme et également de membres du Bike Club de Verbier (Filliez, 2019). Il y a donc une mise en commun des compétences entre les partie-prenantes principales de la destination au niveau de la stratégie Vélo / VTT.. Promobike est financée principalement par la Commune de Bagnes, la société de développement de Verbier et Téléverbier. Les fonds amenés sont uniquement destinés au

développement du VTT dans la destination. Sept personnes au total, dont deux sont à l'année, composent l'équipe de Promobike (Filliez, 2019).

En 2010 donc, les instances ont réuni ce centre de compétences pour créer et imaginer d'autres développements autour de la stratégie Bike de Verbier – Val de Bagnes.

En 2014, il est intéressant de relever que Verbier était la première station du Valais romand à être présente à la foire suisse de vélo « Bike Days » à Soleure. Verbier figurait donc comme destination dans cette foire spécialisée et destinée au public passionné par le vélo. C'était une manière de placer une bonne visibilité dans les activités Bike de Verbier pour un public intéressé. Par la suite, d'autres destinations du Valais ont imité Verbier et ont été attirés par la foire (Moulin, 2019). On peut donc dire que Verbier a été précurseur pour cette présence aux Bike Days, et a su s'imposer comme acteur important du Bike dès l'ouverture du salon, avant ses « concurrents ».

Guides :

Verbier a la particularité d'avoir une forte densité de guides de vélos. Ce nombre, en augmentation, montre un intérêt du public de se faire emmener dans la destination en vélo accompagné par un professionnel. « C'est certainement une force de Verbier, d'avoir ces acteurs et ces écoles de Bike finalement, qui se mettent en place. » (Moulin, 2019). On voit donc que ce secteur est porteur, particulièrement à Verbier, et qu'une demande existe.

Résumé

Pour résumer, depuis les années 1990, la destination de Verbier a bénéficié de développements continus en ce qui concerne le VTT. Les événements ont eu une grande place dans la notoriété que cette pratique suscite.

Entre les différentes formes de VTT classique, les multiples offres de Verbier – Val de Bagnes donnent la possibilité de se positionner en tant que destination « Bike » globale, comme le souligne Malvine Moulin : « C'est une force qu'on a dans la destination, c'est de pouvoir offrir pour toute discipline quelque chose, que ça soit enduro, cross-country, all-mountain et DH, et même aussi le vélo de route, puisqu'en 2009 le Tour de France a passé par là » (Moulin, 2019). On voit donc la pluralité d'offres autour du vélo que la station possède.

1.4. Les organes touristiques :

1.4.1. Verbier/Val de Bagnes – La Tzoumaz Promotion SA,

L'organisation Verbier Promotion SA s'occupe de soutenir la destination au niveau du marketing, des relations publiques et de la vente. Comme son nom l'indique, son rôle est avant tout de développer la promotion de la destination pour au final augmenter le tourisme Incoming dans la région, en attirant des visiteurs suisses et étrangers. Ses locaux sont dans le même bâtiment que l'office du tourisme de Verbier, avec qui elle collabore activement. Cette société de marketing influe donc grandement sur le tourisme régional, en effectuant des activités de promotion vers les marchés intéressants et en élaborant une stratégie visant à attirer une clientèle potentiellement intéressée et intéressante pour la station (Verbier Promotion, 2019).

1.1.1. O.Tourisme (société de développement)

La destination de Verbier dispose également d'offices du tourisme. Un office du tourisme gère, par définition, « plusieurs missions d'ordre touristique afin de promouvoir son territoire et simplifier et agrémenter le séjour des touristes » (Wagner, 2015, p.15). Son rôle a donc une certaine importance, surtout pour les événements, dont la coordination et la communication est souvent gérée par ce bureau. L'objectif en général devrait être de « communiquer de manière adéquate avec les cibles définies et proposer des événements qui leur correspondent » (Wagner, 2015, p.15).

La destination de Verbier – Val de Bagnes comprend 5 offices du tourisme, qui mettent à disposition toutes les informations touristiques de la destination :

- A Verbier, en face du Parking de l'Ermitage au centre de la station. Ce bureau est responsable de la taxe de séjour
- A La Tzoumaz
- Au Châble, dans un lieu stratégique entre la gare Terminus du TMR et le départ du télécabine menant à Verbier. Aussi dispo taxe séjour
- A Fionnay, dans le Val de Bagnes

Pour notre étude, ces entités touristiques ont donc leur importance. Nous verrons plus loin en détail la présentation d'autres parties-prenantes liées à la stratégie « E-bike ». Intéressons-nous maintenant aux volontés de ces entités en termes de clientèle visée avec cette stratégie, au niveau de la destination.

1.5. Clientèle visée par le positionnement E-bike

Quel type de clientèle la destination souhaiterait-elle attirer avec l'E-bike ? A travers deux interviews qualitatifs effectués avant la première édition du Verbier E-Bike Festival auprès de Malvine Moulin de Verbier Promotion et Julien Hess du FWT Management, nous allons chercher à le comprendre.

Nous l'avons vu précédemment, le VTT électrique est un dérivé du VTT classique avec la particularité d'avoir un moteur électrique qui aide l'utilisateur dans son élan (cyclable, 2019). Celui-ci doit donc de base savoir tenir en équilibre sur un vélo quelconque pour pouvoir circuler en E-bike. Il y a une technique de base à maîtriser, liée au sport car tout type de vélo implique mouvement au niveau des jambes notamment. De ce fait, Julien Hess identifie une ressemblance avec la clientèle active pour le ski en hiver : « [...] la première clientèle qu'on essaie d'attirer, c'est vraiment les gens qui viennent l'hiver skier. Qui connaissent déjà la station et qui connaissent Verbier et puis qui viennent la redécouvrir, finalement, avec un vélo électrique » (Hess, 2019). Une des clientèle visée est donc les connaisseurs de la station qui viennent en hiver et qui pratiquent le ski dans leurs habitudes. M. Hess parle ici de l'objectif de redécouverte du territoire avec la pratique de l'E-bike, aussi parce que la pratique du VTT classique décourage potentiellement cette clientèle d'en pratiquer (Hess, 2019). Parmi ce type de clientèle cité, on retrouve notamment des propriétaires de résidences secondaires à Verbier, dont la fréquentation en globalité en été est inférieure qu'en hiver (Hess, 2019). De la communication globale a notamment été entreprise pendant un période de pic de fréquentation en hiver pour sensibiliser ces potentiels clients : « [...] On avait profité de l'Xtreme de Verbier, parce qu'en principe ils sont tous dans le coin, pour faire une promotion de l'e-bike, pour leur dire "y'a l'e-bike cet été, pensez à revenir ! [...] Vous pourrez avoir une activité autant voire plus fun que le ski et passer d'excellentes vacances en montagne" » (Hess, 2019). On voit donc que les organisateurs accordent une certaine importance à essayer de

changer les habitudes d'une clientèle active, fidèle à la station, mais essentiellement pendant la période hivernale. On parle de la composante de « fun » ici. C'est apparemment un des moyens pour essayer d'influencer l'aspect émotionnel et la motivation de cette potentielle clientèle envers la pratique du E-bike.

Au sujet de positionner l'E-bike comme activité attirant des clients en été à Verbier, Malvine Moulin définit une tranche de clientèle particulièrement intéressante selon elle : « Celui qui voudra du balnéaire il voudra peut-être toujours du balnéaire, mais on a peut-être [...] une carte à jouer pour le public qui actuellement va faire du vélo à Majorque. Au niveau des cyclistes je pense qu'on devient une destination intéressante. » (Moulin, 2019). Il y a donc une opportunité d'attractivité dans le secteur du tourisme cycliste pour la destination et ses offres Bike dans l'ensemble, selon elle.

On distingue également une autre couche de clientèle ciblée, cette fois au niveau suisse plus particulièrement, les *Commuters* : « [...] Des gens qui finalement vont travailler en vélo, se déplacent beaucoup en transports publics et puis pendant leurs loisirs aussi ont tendance à être souvent sur une selle de vélo [...]. C'est tous les suisses romands qui justement ont déjà dans leurs habitudes de faire du vélo. » (Hess, 2019). Cette clientèle qui a déjà dans ses habitudes la pratique du vélo pourrait donc être intéressée par le « terrain de jeu » de Verbier, dont l'offre E-bike en fait partie.

En ce qui concerne les caractéristiques des pratiquants actuels d'E-bike, M. Hess mentionne le thème du pouvoir d'achat de ceux-ci : « Les gens qui pratiquent de l'e-bike c'est comme pour le ski, je pense que ça reste des gens qui ont quand même un pouvoir d'achat qui est relativement conséquent, et c'est pas forcément le prix qui va les bloquer. » (Hess, 2019). On revient donc à la proximité avec la clientèle qui skie l'hiver dans la station et on constate que leur pouvoir d'achat semble assez élevé, en général. Cela réfère également au thème des achats d'E-bike par les pratiquants. En effet, un modèle de VTT électrique neuf peut coûter quelques milliers de francs suisses, à l'état actuel (cyclable, 2019). Concernant la proportion de pratiquants qui franchit le pas – ou non – d'un achat de vélo électrique, Hess semble assez confiant dans le fait qu'elle suivra une tendance ascendante : « Plus on va avancer dans les années, plus le nombre de personnes qui troqueront leur vélo contre l'e-bike augmentera » (Hess, 2019). Cette déclaration peut être mise en lien avec les constations faites durant

l'édition « 0 » préparatoire du Verbier E-Bike Festival en 2018 (voir Présentation du Verbier-E-Bike Festival) : « On a eu plus de 15% des testeurs qui n'avaient pas de vélo électrique avant « l'évènement », qui n'en avaient jamais fait, qui ont concrétisé leur expérience par un achat d'e-bike » (Hess, 2019). Une statistique intéressante et qui démontre le rôle que le prêt d'un vélo électrique a joué dans l'aspect de conviction des intéressés vers la concrétisation d'un achat.

Si on en revient aux caractéristiques des potentiels pratiquants d'E-bike, il est pertinent de mentionner aussi la position de la clientèle actuelle dans la station pratiquant du vélo non-électrique. Quelle est son potentiel au niveau de l'E-bike ? Cette question n'est pas facile à répondre, car on constate qu'une partie des pratiquants de VTT n'ont pas encore l'envie de passer à un modèle avec moteur électrique : « Il existe les Fans de VTT et il existe ceux qui s'ouvrent à l'e-bike [...]. Pour certains, c'est encore des puristes, c'est encore du vélo, de l'effort et de la transpiration et sans moteur etc. En fait, il y a une transition qui est en train de se faire. » (Moulin, 2019). Il sera donc intéressant de constater si une évolution des mentalités se fera ou non dans les prochaines années, en lien éventuellement avec la démocratisation de la pratique du E-bike au niveau de la compétition, qui mettrait en avant son aspect sportif et physique.

Hess rappelle que l'E-bike sera une offre en plus dans les activités VTT déjà présentes dans la station et réunissant leurs adeptes respectifs : « C'est une offre en plus dans le sens où les gens qui font du VTT de descente aujourd'hui c'est pas forcément eux qui se mettent à l'e-bike. (...) On n'est pas en train de cannibaliser ce public-là, on est plutôt en train d'amener quelque chose en plus, c'est vraiment l'objectif, des gens nouveaux » (Hess, 2019). On voit donc clairement la volonté de développer une nouvelle catégorie de pratique de vélo, sans impacter les autres publics, et d'apporter une clientèle en plus dans les activités Bike générales de la destination. « Une clientèle qui, sans la batterie, peut-être se serait orienté vers des sports plus doux ou simplement de la randonnée ou du bien-être » (Moulin, 2019). On constate ici le potentiel de personnes qui n'ont pas dans leurs habitudes la pratique du vélo mais qui, grâce à l'aide du moteur électrique sur un vélo, peuvent envisager une introduction dans ce monde du cyclisme. Thème qui partage d'ailleurs la caractéristique d'être une activité « outdoor » comme la randonnée et qui agit parfois dans le même décor naturel.

En termes d'impacts économiques, la pratique du E-bike partage différents concepts liés aux répercussions économiques que la pratique du vélo ou VTT classique. Par exemple, le cycliste, qu'il soit sur vélo électrique ou non, aura peut-être besoin de s'arrêter manger et boire quelque chose après – ou pendant – son effort (Moulin, 2019). Cela a comme conséquence une fréquentation et répercussion financière dans les établissements de restauration. Comme autre exemple, au niveau de l'équipement du cycliste, il y aura éventuellement une envie de s'équiper, que ce soit pour l'aspect sécuritaire ou simplement pour des accessoires divers. « Je pense que c'est quand même un appel d'air pour tout ce qui gravite autour du Biker » (Moulin, 2019). Tout cela reste encore à mesurer et prouver mais, dans l'idée, la pratique du E-bike peut donc être également vue comme une activité pouvant engendrer d'autres répercussions sur les commerces de station ou d'altitude, similairement aux autres catégories de Bike dans la destination.

1.6. L'offre « VIP Pass »

Comme vu auparavant, la destination de Verbier propose un panel assez large d'activité en dehors de la pratique du vélo. Ces prestations sont majoritairement payantes pour le visiteur dans la région, séjournant à l'hôtel dans la région ou non. Dans ce contexte, une offre spéciale sous forme de Pass a été créée en 2017 : le VIP Pass. L'abréviation « VIP » réfère à la mention « Verbier Infinite Playground », c'est-à-dire « Terrain de jeu infini de Verbier » en français (ma traduction). Ce slogan fait également référence au patronyme « VIP » dans sa définition plus répandue de « Very Important Person ».

- **Fonctionnement :**

Le VIP Pass est une carte qui est délivrée à tous les hôtes séjournant au minimum une nuit dans la région et s'acquittant de leur taxe de séjour (Verbier Promotion, 2019). Les nuitées peuvent se faire soit chez un hébergeur professionnel (hôtels, agences immobilières, BnB et campings agréés), soit chez un hébergeur privé. Dans ce dernier cas, l'hôte est obligé de se rendre à un office du tourisme pour recevoir son Pass après avoir indiqué le début et la fin de son séjour. Cette carte est également disponible à l'achat pour les résidents de la Commune de Bagnes au prix de CHF 120.- pour les adultes et CHF 60.- pour les enfants [état oct. 2019]

(Verbier Promotion, 2019). Finalement, les propriétaires de résidences secondaires dans la Commune de Bagnes ont droit à « 1 VIP PASS saison nominatif par unité (une unité = un forfait taxe de séjour payé), et ce jusqu'à la 6e unité » (Verbier Promotion, 2019). Ces conditions insistent sur le fait qu'un Pass est nominatif. Il existe donc différentes possibilités d'obtenir ce Pass gratuitement ou sur paiement, selon les statuts de l'utilisateur. La gestion s'effectue cependant par un unique canal de distribution originel : l'office du tourisme et ses différents bureaux dispersés dans la Commune.

Le VIP Pass est donc valable dès le jour d'arrivée du voyageur jusqu'à son jour de départ de la destination. Durant cet intervalle, la carte lui permet plusieurs avantages liés aux prix des différentes offres et activités dans la station.

A noter également que cette carte est valable dans une période de l'année donnée, du 1^{er} juin au 27 octobre pour cette année 2019 (Verbier Promotion, 2019)

- **Prestations :**

Nous n'allons pas mentionner dans ce travail la liste de toutes les offres et activités de A à Z, car elle change en fonction des années et n'est pas fixe. Il est cependant intéressant de mentionner quelques thèmes compris dans ce Pass, en relation - même indirecte - avec la pratique du E-bike :

- Remontées mécaniques : elles sont gratuites pour les piétons. Pour le VTT et le Bikepark, les prix journaliers sont à 50%.
- Transports : les cars postaux peuvent être empruntés gratuitement, même avec un vélo à transporter. Dans ce cas, il est obligatoire de réserver une place à l'avance à la société qui gère ces bus (Verbier Promotion, 2019)
- Autres activités sportives : accès gratuit à certaines piscines, au minigolf et à une sélection de musées.
- Autres offres : visites guidées ou autres expériences organisées par l'office du tourisme gratuites.

Beaucoup d'offres et expériences se présentent donc d'une manière avantageuse pour un détenteur de VIP Pass. Ce qui nous intéresse particulièrement ici, c'est le forfait des remontées mécaniques avec transport de vélos disponible à moitié prix. Les cyclistes ont donc, à prix

avantageux, accès à une multitude de sentiers dans les environs du domaine skiable, sans forcément y aller en montant à vélo. Par cette promotion, les trajets en remontées mécaniques avec des vélos sont donc plus attractifs.

Objectifs et incidences du VIP Pass :

Selon Malvine Moulin, le VIP Pass a un rôle stratégique pour la destination de Verbier : « On essaie aussi de faire connaître Verbier comme station premium, mais aussi comme une station premium qui peut être abordable. » (Moulin, 2019). Ce Pass est une manière d'équilibrer en quelque sorte les visiteurs sceptiques face aux prix liés à l'image *Premium* de la station, sans pour autant impacter la qualité des prestations qui conviennent à cette image. Cet effet sur les prix amené par le VIP Pass tente de pousser les gens à effectuer les activités offertes dans la région sans que les tarifs freinent ces potentiels consommateurs.

Les coûts qui sont déchargés auprès de ceux-ci sont pris en charge par l'office du tourisme.

Pour la saison 2017-2018, 35'000 VIP Pass ont été distribués, ce qui a été « un succès » (Société de développement de Verbier, 2019)

1.7. Altis

Dans le cadre de cette partie de l'étude qui vise à comprendre les éléments déjà mis en place avant la première édition du Verbier E-Bike Festival, il est nécessaire de présenter une partie prenante très intéressante : l'entreprise Altis. Entreprise de production et distribution d'énergie, cette société a pour but de concrétiser « en continu et sur le long terme la volonté des autorités quant au développement durable et à l'autonomie énergétique » (Altis, 2019) . Elle a donc beaucoup de liens avec les collectivités publiques de la région du Val de Bagnes en ce qui concerne des « solutions d'ingénierie multiservices et intégratives des domaines de l'eau et de l'énergie ». L'une d'entre elles nous intéresse particulièrement. En effet, dans le but de « développer les services et les actions pour la promotion de la mobilité douce » (Altis, 2019), Altis a développé des bornes de recharges spécialement pour les vélos électriques. Le modèle de borne « Itineris » permet de recharger un ou plusieurs vélos électriques dans n'importe quel lieu disposant d'une fiche électrique. L'image ci-dessous nous en montre l'aspect :

Figure 1 : Différentes déclinaisons de bornes électriques « Itineris »



Source : Altis.ch

Cette sorte de parking pour vélos résiste aux intempéries et peut donc facilement être installé en extérieur de manière permanente. Les vélos disposés pour la charge sont maintenus par des barres dans lesquelles la roue avant est insérable. Le coffre proéminent que l'on distingue au centre de l'installation permet à un utilisateur de ranger et sécuriser son casque, mais également offre une « possibilité de recharge d'un téléphone » en son sein (Altis, 2019) .

Le principe de fonctionnement de cette installation est le suivant : un utilisateur de vélo électrique peut placer son vélo dans un des emplacements prévus et insérer la prise de son chargeur dans l'emplacement situé au sommet de la barre métallique permettant au vélo de tenir. Il est important de mentionner que l'utilisateur souhaitant recharger la batterie de son e-bike doit posséder le chargeur portatif de son modèle sur soi. L'installation « Itineris » ne dispose pas des câbles avec les secteurs adaptés aux branchements dans les vélos. La borne dispose d'une prise sur laquelle l'utilisateur peut brancher son propre chargeur portatif.

Comme nous pouvons le constater plus en détail dans l'image suivante, cette sorte de parking adapté aux vélos se décline en plusieurs aspects :

Figure 2 : Caractéristiques des différentes déclinaisons de bornes « Itineris »



Source : Altis.ch

Comme nous pouvons le constater, la gamme de bornes de recharge dispose de plusieurs modèles adaptés à des besoins différents. De une, trois, cinq ou six places, ces installations sont conçues en fonction du besoin de fréquentation de l'endroit où elles peuvent y être placées.

Ces bornes de recharge peuvent être soit achetées, soit louées par des collectivités publiques ou même des établissements privés. Celles-ci peuvent donc obtenir ces installations pour avoir un point de recharge pour les utilisateurs de vélos électriques. Les tarifs pour la location varient entre 150.- et 300.- par mois [état au 26.10.19] (Altis, 2019). Les prix de vente de ces installations pour les communes se situent, eux, entre 3600.- pour un modèle une place à 7800.- pour le modèle à 8 places [état au 26.10.19] (Altis, 2019). Un contrat d'achat ou de location ne prend pas en compte la facture d'énergie du secteur auquel la borne est reliée.

Ces installations destinées uniquement à la recharge de vélos électriques ont été conçues en 2018 par l'entreprise locale Altis, à la demande – indirecte – des collectivités de la région Bagnes et Entremont. De par leur capacité d'alimentation en électricité plutôt simple, avec comme contrainte une seule fiche technique à utiliser sur le lieu, ces bornes peuvent être placées à des endroits extra-urbains où des vélos électriques ont donc la possibilité d'augmenter leur autonomie. Celle-ci dépendra du temps de charge, qui lui-même dépend des modèles de vélos et leur rapidité de recharge de batterie.

Comme expliqué auparavant dans ce travail, l'autonomie d'un vélo à assistance électrique a une limite donnée qui varie en fonction des efforts et distances effectuées. La batterie limite donc en quelque sorte la liberté de déplacement, ou du moins demande une attention particulière à son égard par l'utilisateur s'il ne veut pas tomber en panne d'énergie. Dans ce contexte, l'entreprise Altis avec son produit « Itineris » propose une infrastructure qui peut fournir un potentiel point de recharge autre que celui du domicile du pratiquant d'E-bike. L'aspect peu contraignant de l'installation permet une relative flexibilité au niveau de l'emplacement de celle-ci. Pour cette raison, la commune et Verbier Promotion ont décidé de collaborer avec Altis et ont piloté l'installation d'une dizaine de ces bornes à des endroits stratégiques de la destination, c'est-à-dire où les vélos électriques ont des sentiers dédiés et où des pauses sont adaptées. En effet, la durée de recharge implique une immobilité de l'utilisateur et cette durée peut être utilisée pour une autre activité. S'il on prend l'exemple de la borne installée à la Cabane Brunet (voir image ci-dessous), le temps de latence de la recharge peut être utilisé pour fréquenter les services de l'établissement, en l'occurrence un repas ou une autre consommation ici. On peut identifier ici un potentiel levier à la consommation, lié avec le temps de recharge.

Figure 3 : Borne de recharge à la Cabane Brunet



Source : Verbier.ch

Dans cet exemple, il est nécessaire de préciser que l'endroit est en périphérie assez éloignée avec d'autres points d'intérêts. La Cabane Brunet est l'unique établissement de l'endroit et n'est pas liée à un hameau ou village. La dépendance à cette borne de recharge

augmente donc au fil des distances éloignant les centres habités et dotés d'énergie, logiquement.

A l'état d'octobre 2019, 11 bornes sont mises à disposition et promues aux utilisateurs : Devant l'hôtel de Mauvoisin, à l'extrémité du Val de Bagnes ; à la Place Centrale de Verbier ; à Médran au départ des télécabines à Verbier ; à la Croix de Cœur sur les sommets de Verbier ; à la Chaux ; au Col du Tronc ; au Col des Planches ; au Châble ; à Bruson devant l'établissement « Raclett'house » ; à la Cabane Brunet et finalement à Fionnay dans le Val de Bagnes. (Verbier Promotion, 2019)

Toutes ces positions se déclinent dans un territoire large articulé dans les destinations du Val de Bagnes et de Verbier. Ces emplacements ont été décidées de manière stratégique. Selon Malvine Moulin, ces bornes de recharge d'Altis offrent une possibilité de réguler les flux d'une manière intéressante : « En installant une borne de recharge à Mauvoisin ou à l'alpage du Tronc ou sur les hauteurs, ça incite les gens à faire certaines choses sans les remontées mécaniques et certaines autres choses avec les remontées mécaniques » (Moulin, 2019). On voit donc leur effet au niveau des choix d'itinéraires.

Plus en général, Malvine Moulin confirme l'importance élevée de cette partie prenante: « Altis est un des acteurs majeurs de ce virage e-bike qu'on est en train de prendre » (Moulin, 2019). Ces bornes sont donc des infrastructures qui ont permis de développer les offres E-bike et leur importance est soulignée.

1.8. Évènementiel

D'après les éléments cités en présentation de la station, Verbier peut se targuer d'avoir une grande quantité d'offres et activités à disposition pour les touristes. Le vélo n'en est qu'une partie. Mais comment ces activités ont su attirer leurs adeptes respectifs, qui en participent à leur longévité et succès ? L'évènementiel en peut être la réponse. En effet, nous allons aborder brièvement ici le rôle et l'effet que des manifestations peuvent générer dans des destinations alpines comme Verbier. Wagner apporte une définition pertinente de l'évènementiel en général : « L'évènementiel est un outil à ne pas négliger quand il s'agit de donner un essor à un territoire. En effet, il permet d'attirer un public pratiquant ou spectateur. Il peut aussi permettre aux individus de découvrir une pratique, de s'initier et surtout, de faire

découvrir aux visiteurs son propre territoire et les installations dont celui-ci dispose. » (Wagner, 2019, p.24)

Un évènement peut donc servir d'opportunité pour attirer des intéressés d'une pratique et – de facto - permettre la découverte de la destination, s'ils ne la connaissaient pas déjà. En somme c'est une occasion, dans le sens propre du terme, autant pour le public intéressé que pour la destination.

Un évènement permet aussi de « développer le réseau des relations publiques et tisser des liens avec les intervenants » (Wagner, 2019, p.25). L'aspect de notoriété, liée à un déplacement élevé de personnes pour un thème ou une activité précise, implique des avis et opinions qui peuvent être partagées par les médias par exemple. Tout cet aspect de communication globale centre les intérêts sur la station, aussi indirectement.

Il est donc pertinent de retenir qu'une manifestation lambda dans une destination amène des conditions avantageuses pour celle-ci, dans le concept.

Nous analyserons plus tard dans cette étude la manifestation qu'est le Verbier E-Bike Festival, en approfondissant ses conclusions.

2. Présentation du Verbier E-Bike Festival

Maintenant que nous avons abordé le contexte de la destination Verbier – Val de Bagnes et les éléments importants à prendre en compte en relation avec l'activité du e-bike, nous arrivons à une des analyses centrales de cette étude. Parmi ce contexte, un projet sous forme d'évènement a été réfléchi et mis en place : le Verbier E-Bike Festival. Nous allons chercher à comprendre quelle place occupe cette manifestation concentrée sur la thématique du vélo électrique.

2.1. FWT Management, historique et mise en place

Le Verbier E-Bike Festival est un projet qui a été imaginé par le FWT Management et son directeur, Nicolas Hale-Woods. Comme les initiales de son nom l'indique, cette organisation gère le Freeride World Tour, une compétition internationale de ski hors-piste qui a lieu depuis l'hiver 2008. Elle se déroule dans plusieurs pays en 5 manches. En 2019, la saison a été lancée

en janvier à Hakuba au Japon, en février dans la station de montagne canadienne de Kicking Horse et en Autriche à Fieberbrunn, puis en mars à Ordino Arcalis en Andorre (Freeride World Tour, 2019). Les meilleurs classés de ces étapes sont départagés durant la dernière manche en avril : l'Xtreme de Verbier sur le Bec des Rosses. Il est intéressant de relever dans ce calendrier la hiérarchie plus élevée dont Verbier peut bénéficier. L'Xtreme est placé comme la finale de la compétition et sa visibilité est donc plus importante, dans les faits. Couronnant les meilleurs participants, déjà finalistes, la manifestation est en réalité plus ancienne que la création du championnat. C'est en 1996 déjà que la première édition a eu lieu, réservée uniquement aux Snowboards. La compétition se déroulait toujours au Bec des Rosses et en fin mars-début avril. En 2004 les premiers skieurs Freeride ont été admis, suivis en 2006 par les compétitrices féminines (Rein, 2019).

Après donc avoir créé la société FWT Management qui s'occupe du championnat et des événements hivernaux, Nicolas Hale-Woods avait comme désir de créer une autre manifestation en été, afin de diversifier ses activités. Julien Hess, *General Manager* au FWT Management SA, nous confirme que la décision a été mûrement réfléchie : « L'idée de faire un événement estival à Verbier a plus de 10 ans » (Hess, 2019). Depuis environ 2009, peu après la création du Freeride World Tour, les idées se sont donc rapidement mises en place pour trouver une activité qui pourrait suppléer le Freeride en hiver. Cependant, le processus de décision a pris du temps. « On n'a jamais trouvé le sport ou le format qui convenait, pour vraiment se lancer dans quelque chose » (Hess, 2019). La volonté était donc de créer quelque chose de peu commun, qui sortait de l'ordinaire. Le déclic pour l'intérêt d'un événement sur l'activité de l'e-bike s'est effectué à Noël 2016, durant un hiver sans grandes quantités de neige. Pendant cette période où le ski était fortement limité à cause du très faible enneigement, « tout d'un coup, les gens se mettaient à faire du vélo, faire de l'e-bike » (Hess, 2019). Ce constat a été étonnant, du fait que le vélo ne prolifère habituellement pas en saison d'hiver. L'autre facteur décisif, corollaire, a été que l'été 2017 vut « les E-bike proliférer dans Verbier » (Hess, 2019). Le potentiel a donc été clairement identifié et l'idée de lancer un événement concentré sur l'e-bike a été transformée en phase de projection, pour une première édition test en août 2018 et un premier événement fini prévu dans la même période, une année plus tard en 2019.

L'année 2017 a été une période où la pratique du e-bike a fortement convaincu nombre de personnes à Verbier. « À ce moment-là, la perception du vélo électrique commençait aussi à évoluer, de manière générale ». Les mœurs s'ouvraient et un évènement sur cette pratique prenant de l'importance avait du sens. La tenue de cet évènement voulait aussi participer à faire connaître l'activités aux gens, le tout dans le cadre de Verbier. Selon Julien Hess, c'était une des raisons décisives pour justifier la pertinence de cet évènement : « C'était le sport et l'activité qui, tout d'un coup, donnait accès au terrain du Val de Bagnes pour la masse » (Hess, 2019). Par « masse », on entend les personnes qui seraient plutôt peu sportives et surtout qui n'envisageaient pas d'avoir accès aux itinéraires du Val de Bagnes en raison de leur caractéristiques compliquées. « L'objectif était de proposer à Verbier un évènement qui était en ligne avec le développement d'une activité, qui allait drainer plus de monde sur Verbier l'été, mais aussi le printemps, l'automne et parfois même jusqu'à Noël » (Hess, 2019). C'est avec donc ce motif que les organisateurs ont conçu le projet du festival, qu'ils ont soumis en début d'année 2018 à Eloi Rossier, le président de la commune de Bagnes. Son intérêt s'est avéré positif. En automne 2018, il leur a proposé d'effectuer donc une « édition 0 », afin de déterminer les caractéristiques à améliorer, pour les mettre en place publiquement dans la première édition en mi-août 2019.

L'évènement test offrait donc la possibilité de concevoir l'évènement final d'après les feedbacks des participants. « Il s'est extrêmement bien passé. Avec le feedback des testeurs on a pu affiner le concept, affiner l'offre aussi ». Grâce à ces commentaires, les organisateurs a pu concevoir la première édition dans l'optique de « correspondre à ce que le public attend » (Hess, 2019).

2.2. Relations et collaborations avec la commune de Bagnes:

Pourquoi le concept a-t-il convaincu la commune ? Selon Vincent Michellod, responsable du service Culture & Evènements à la commune de Bagnes, plusieurs éléments ont participé : Premièrement, la référence de Nicolas Hale-Woods, qui est déjà présent depuis 1996 avec l'Xtreme, présenté précédemment, et dont la professionnalité est convaincante. Deuxièmement, le fait que l'e-bike était, selon lui, adapté à la région et permettait une mise en valeur touristique du territoire agrandie à plus de visiteurs. Cet aspect toutefois a été une des motivations pour la création d'un évènement test sans public, « vu que la pratique de l'e-

bike était nouvelle et que la réelle demande n'était pas encore claire » (Michellod, communication personnelle, 2019). La vision de développement de l'E-bike était d'ailleurs également de mise avant la proposition d'organisation du FWT Management. « La volonté était cependant moins développée et les ambitions plus modestes ». La mise en proposition du VEBF a donc agi comme un effet de boost dans la volonté de développer l'e-bike.

La commune a donc convenu de subventionner la manifestation chaque année, durant des tranches de 5 ans, et en contrepartie d'un *retour annuel* de l'organisateur.

2.3. Collaborations avec Verbier Promotion :

Comme nous l'avons vu, le Verbier E-Bike Festival est conçu par une entreprise tierce de Verbier, le FWT Management basé à Lutry (canton de Vaud). Il est donc légitime de comprendre comment les collaborations se sont passées entre Verbier Promotion et la société organisatrice. Nous l'avons vu dans le chapitre précédent : la Commune de Bagnes, participant grandement au budget de la manifestation, avait une capacité de décision importante en ce qui concernait le planning notamment pour la mise en place de l'évènement. Leur soutien de la commune est lié à une convention, dans laquelle les organisateurs s'engagent à faire les choses dans l'optique de ce qui a été convenu par les instances communales. Avec Verbier Promotion, qui représente en quelque sorte les entités touristiques de la station, les échanges avec le FWT Management se sont passés d'une manière plus consultative. En effet, pendant la mise en place, c'est plutôt le FWT Management qui est venu vers Verbier Promotion pour y obtenir des feedbacks (Moulin, 2019). Ils ont notamment tenu compte de l'activité sur certains marchés sur lesquels Verbier Promotion travaillait. Cette entente a par exemple donné lieu à une visibilité du concept du Verbier E-Bike Festival pendant la foire des « Bike Days », où une audience pertinente pour Verbier y était présente. C'est un exemple des différentes collaborations entreprises entre le FWT Management et Verbier Promotion pour préparer au mieux le produit fini qu'aura été la première édition du Verbier E-Bike Festival. Malvine Moulin relevait en juillet « une complémentarité qui fonctionne assez bien, même au niveau marketing » (Moulin, 2019). Le terme de « complémentarité » est intéressant et relève des formes de collaboration pertinentes entre les deux entités, selon leurs compétences. En termes de Marketing, Verbier Promotion a son « plan d'action habituel » (Moulin, 2019), mais le FWT Management y collabore également. Par exemple, un concours lancé par Verbier

Promotion a été lancé deux semaines avant l'évènement et offrait comme lots des inscriptions gratuites pour l'une des activités durant le festival. Dans ce cas-là, c'est le FWT Management qui prenait en charge les frais d'inscription.

En termes de Marketing toujours, et plus particulièrement de communication, Malvine Moulin admirait les efforts du FWT Management avant la tenue de l'évènement : « [...] j'ai trouvé qu'ils ont fait une très forte impression parce qu'ils ont été très visibles dans les gares de suisse romande, sur Couleur 3 [...]. Ils se sont même placés sur les sachets de la boulangerie Michellod de la région, il y a le logo Verbier E-Bike Festival, donc ils ont vraiment fait un grand effort incroyable de communication » (Moulin, 2019). Les efforts de communication Marketing ont donc été importants de la part de la FWT Management pour la manifestation en elle-même. Des émissions à la radio suisse romande « Couleur 3 » aux visuels dans des boulangeries locales, la première édition du Verbier E-Bike Festival a été communiquée sous différents canaux de distribution variés. Ces efforts de communication ont été perçus positivement par Verbier Promotion, car ils promouvaient un évènement qui aura eu lieu sur le territoire de la destination, faisant donc également de la publicité indirecte pour leur territoire touristique.

Un aspect corollaire de ces différentes collaborations avec les entités publiques de la destination est que le FWT Management n'a pas forcément une liberté totale au niveau de l'organisation du Verbier E-Bike Festival, comme cette affirmation de Julien Hess peut suggérer : « Ce n'est pas autant simple que si on est 3 à décider et on fait ce qu'on veut » (Hess, 2019). On voit donc ici que les partenariats globaux entre le FWT Management, la commune de Bagnes et la destination de Verbier dans son ensemble demandent donc réflexion approfondie avant exécution des concepts pour mettre en place la première édition du Verbier E-Bike Festival. Cependant, ces collaborations avec les entités de Verbier montrent aussi, d'un autre côté, que le VEBF n'est pas un évènement isolé privé et qu'une volonté générale pousse sa fiabilité et sa crédibilité générale. Les enjeux sont plus globaux et c'est un des moyens pour intégrer une toute nouvelle offre dans le territoire.

Pour conclure, on peut relever des intérêts communs, entre la destination composée de l'OT et Verbier Promotion, et le FWT Management. Tous deux veulent une meilleure offre, c'est un *win-win*. Le FWT Management est certes une organisation externe aux organes de

Verbier, mais ses événements et activités ont un fort rattachement à la destination bagnarde. Le Xtreme de Verbier en est d'ailleurs un bon exemple.

2.4. Objectifs avant la 1^{ère} édition :

Avant la première édition du Verbier E-Bike Festival, quelles étaient alors exactement les attentes du projet pour le court et long terme ? Pour le découvrir, nous allons entre-autres nous baser sur cinq objectifs annoncés et présentés par Nicolas Hale-Woods lors de la Partnermeeting du 27 mars 2019, où étaient présents différents représentants de destinations touristiques du Valais. Lors de cette séance organisée par Valais/Wallis Promotion, le président du FWT a eu l'opportunité de présenter son événement et les perspectives qu'il y attache. Nous allons donc analyser ses déclarations, pour mieux comprendre les visions qui sont liées au projet de la mise sur pied d'un événement comme le Verbier E-Bike Festival dans la station éponyme.

« Etablir l'évènement comme l'évènement 100% électrique No1 au monde : le premier, le plus grand, le plus qualitatif. » (Hale-Woods, 2019)

Pour décortiquer cette citation et afin de mieux la comprendre, il est pertinent de reprendre des explications que Julien Hess a mentionnées dans le cadre de la mise en place du modèle de l'évènement. Selon lui, il y avait deux approches possibles. La première consistait à faire « quelque chose de complet et d'important dès le début », sous-entendant avec plusieurs offres dans un même festival et permettant également de « voir qu'est-ce qui marche et qu'est-ce qui ne marche pas » (Hess, 2019). La deuxième stratégie consistait à « tatonner » (Hess), mais avec le risque de ne pas atteindre « les objectifs souhaités très rapidement d'une part, et d'autre part que d'autres stations aillent plus vite que nous » (Hess, 2019). Ce dernier point est intéressant et relève un aspect de rapidité de la mise en place qui joue un rôle apparemment au niveau des autres stations similaires. On peut donc déceler un aspect de concurrence au niveau de l'implémentation du festival, où l'exclusivité d'être les premiers sur le marché des événements E-bike avait de l'importance. Julien Hess confirme que c'est la première stratégie citée plus haut qui a été privilégiée, avec donc un modèle avec beaucoup d'offres et « beaucoup de choses... mais c'était selon nous important de pouvoir proposer tout ça » (Hess, 2019). Cette multitude d'offres se situe cependant sous la seule

thématique de l'E-bike : « C'est ça la spécificité de notre évènement, c'est comme ça qu'on voulait se positionner. (...) C'était de créer une nouveauté en se disant " que de l'e-bike " (sic)» (Hess, 2019). En réalité, cet aspect qui vise principalement une offre pour les vélos électriques est le principal enjeu pour se montrer comme une manifestation innovante dans le marché des évènements de vélo en montagne. Nicolas Filliez, président de Promobike et membre du comité de l'évènement, le confirme : « On est un peu les précurseurs avec ce genre de festival, donc d'évènement e-bike, et si ça faisait plus que 3 ans, il y aurait eu quelqu'un qui aurait pris cette idée avant nous. » (Filliez, 2019). On voit donc clairement que le FWT Management voulait proposer un modèle inédit pour se montrer comme avant-gardiste dans le monde de l'évènementiel. Un concept qui aurait été adopté par d'autres destinations si le temps de mise en place avait été trop long, 3 ans ici comme précisé. Le fait de se montrer comme précurseur peut donc être lié avec l'objectif de devenir la manifestation la plus importante au niveau mondial. Les organisateurs ont comme vision de profiter de l'absence d'un réel modèle de festival 100% E-bike dans la concurrence pour développer leur évènement jusqu'à un niveau mondial.

« Décliner l'évènement sous la forme d'un Tour mondial et positionner Verbier - Val de Bagnes comme destination pionnière » (Hale-Woods, 2019)

Le Verbier E-Bike Festival lancée dans sa forme pour sa première édition inclut une partie destinée à la compétition en VTT électrique et c'est sur ce thème que cet objectif se concentre. La première édition a intégré la course du Tour du Mont-Blanc, réservée aux participants professionnels ou amateurs, constituée d'un itinéraire autour de la montagne éponyme et dont l'arrivée et le départ s'effectuent à Verbier. Cette compétition, dont **l'analyse de son déroulement** sera expliquée dans la partie finale de cette étude, n'est liée à aucun calendrier mondial et figure comme une nouveauté par sa forme, comme le confirme Julien Hess : « Là avec le vélo, il n'y a personne qui a encore vraiment un tour établi, au niveau de l'e-bike » (Hess, 2019). Cette absence de compétition centrée sur le VTT électrique a donc poussé la volonté de création progressive d'un Tour mondial, dont l'évènement de Verbier y serait le départ de son développement et sa mise en place.

Ce Tour mondial serait constitué d'évènements similaires au Verbier E-Bike Festival, « avant tout grand public, mais avec une partie compétitive qui qualifie (sic) les gens par exemple pour le Tour du Mont Blanc » (Hess, 2019). Le rôle de Verbier serait donc plus

important dans la compétition, affirmant son rôle de pionnier dans la création de ce projet de Tour mondial. Nous y reviendrons plus en détail à la conclusion de ce travail.

« Réunir 2'500 participants dès la 1ère édition en 2019 et atteindre les 10'000 participants en 2023. » (Hale-Woods, 2019)

Les organisateurs ont défini comme objectif global de réunir un total de 10'000 participants toutes catégories confondues pour l'édition de 2023 à Verbier. Ce chiffre représente également un enjeu-clé en vue de rééquilibrer la fréquentation de clientèle d'hiver et d'été dans la station, selon Julien Hess : « Ce jour-là clairement on aura atteint notre objectif, la station sera pleine autant en été qu'en hiver » (Hess, 2019). En comptant l'édition de 2019 analysée dans ce rapport, ce chiffre est visé après 5 éditions de l'évènement à Verbier.

Au niveau de la première édition, M. Hess concorde avec l'affirmation de l'objectif en estimant en juillet « un succès à partir de 2500 [participants] » et « un flop [...] en dessous de 1500 » (Hess, 2019). La progression au niveau statistique sera donc à surveiller. Cependant, selon lui, il ne faut pas tout miser sur les chiffres de fréquentation pour juger du succès des prochaines éditions. Il y a d'autres composantes autant importantes : « C'est le nombre de participants, c'est que ces parties prenantes repartent avec une belle expérience, qu'ils aient envie de revenir. Que l'industrie qui vient avec ces vélos, soit également satisfaite et reparte avec une bonne expérience. Que nos partenaires, principalement les partenaires institutionnels que sont la station, la commune, soient aussi satisfaits parce que on a réussi à amener une belle animation qui a amené un retour sur investissement direct conséquent. » (Hess, 2019)

On voit donc ici une vue d'ensemble des parties-prenantes participant à la réussite des éditions du Verbier E-Bike Festival. La satisfaction de l'industrie qui participe à la présence pour les essais d'E-bike durant le Bike Test est à souligner. Ce sont des parties-prenantes clés pour ne pas sous-estimer pour l'évènement. Malvine Moulin le confirme et note également comme facteur de succès l'importance « d'arriver de se caler sur l'échéancier des marques. » (Moulin, 2019). La présence de marques de vélos électriques influenceuses pour le Bike Test a donc également son importance pour présenter des produits attractifs et récents au public intéressé aux essais de nouveautés pendant la partie du « Bike Test ». Nous y reviendrons en fin de cette étude.

Il y a passablement de facteurs qui influenceront la réussite – ou non - vers ce chiffre cité. Un d'entre eux est particulièrement lié à l'incertitude : la météo. Julien Hess mentionnait en juillet, avant la première édition, qu'il s'attendait que beaucoup de gens s'inscrivent en dernière minute, « lorsqu'ils verront la météo » (Hess, 2019). C'est effectivement une donnée à prendre en compte et qui peut mener à de grandes fluctuations de chiffres, le vélo étant une discipline d'extérieur et lié au mouvement.

« Faire découvrir au monde la richesse du terrain de jeu et l'hospitalité de Verbier - Val de Bagnes » (Hale-Woods, 2019)

Cet objectif montre l'importance que les organisateurs accordent à l'intégration de l'évènement dans le territoire de Verbier – Val de Bagnes. A travers l'évènement qui se déroule dans ce « terrain de jeu » diversifié, les organisateurs montrent clairement le sens global de notoriété sur Verbier qu'ils aimeraient générer vers les pratiquants ou futurs adeptes du l'E-bike. Au sujet de cette intégration dans le tissu local, Julien Hess insistait en Juillet sur l'aspect de valeur ajoutée pour la destination entière, y-compris ses habitants : « On fait de notre mieux pour que cet évènement, finalement soit vu comme une réelle valeur ajoutée pour la population locale, pis (sic) finalement qu'ils se l'approprient. Si on se met la population locale à dos, ça va par définition pas bien fonctionner. » (Hess, 2019). On voit donc l'accent qui a été mis sur le fait d'avoir créé un évènement tenant compte des intérêts de la population et pouvant potentiellement leur apporter quelque chose d'une manière ou d'une autre. Le comité d'organisation qui a façonné le Verbier E-Bike Festival inclut par ailleurs des personnalités locales « *qui ont une certaine aura, un certain réseau* » (Hess, 2019) vers la population locale.

« Positionner Verbier - Val de Bagnes comme pionnier ». (Hale-Woods, 2019)

Le FWT Management donne une certaine importance dans ses communications au sujet de l'exclusivité de son nouvel évènement. Selon les faits, le Verbier E-Bike Festival est un projet bâti dans les volontés de développement et d'avant-gardisme de la destination de Verbier. Son implémentation a pris en compte le fait d'être inclusif avec son environnement. Pour les organisateurs, celui-ci constitue un point fort à mettre en avant au vu de sa compatibilité avec les bénéfices du vélo électrique et du profil de sa clientèle, comme cité auparavant. Julien Hess confirme que l'idée principale pendant le processus de création de

l'évènement était de « proposer à Verbier un évènement qui était en ligne avec le développement d'une activité, qui allait drainer plus de monde sur Verbier l'été, mais aussi le printemps, l'automne et parfois même jusqu'à Noël » (Hess, 2019). L'exclusivité d'un évènement neuf et dont le format est innovant et large vise donc à avoir le plus d'impact possible pour attirer une clientèle intéressée par la pratique à Verbier, en vue globale de rééquilibrer les fréquentations aussi pendant les entre saisons.

« Assurer un héritage de l'évènement avec des parcours balisés, une information et des événements récurrents tout au long de l'année. » (Hale-Woods, 2019)

Sur cet élément, Julien Hess informe que c'est principalement la commune en collaboration avec Promobike qui définira les réalisations : « On va s'asseoir avec eux et puis définir. [...] Financer le balisage, l'homologation, le balisage de ces parcours, la responsabilité revient à la commune (sic) » (Hess, 2019). Vincent Michellod confirme l'influence de la mise en place du Verbier E-Bike Festival dans les décisions : « Le Verbier E-bike Festival aura une répercussion sur la facilité d'homologuer les tracés » (Michellod, communication personnelle, 2019). On constate donc un partenariat qui se met en place entre les organisateurs et la commune, laquelle aimerait profiter de la notoriété de l'évènement pour développer des itinéraires E-bike dans la région, afin d'avoir une offre globale dans la destination. Une vision partagée par Nicolas Filliez, directeur de Promobike : « Se dire après 5 ans, on a un évènement, c'est la pierre angulaire, autour de ça faut que les gens qui viennent à l'évènement ils reviennent et puissent trouver une offre qui ne soit pas une seule fois par année, ou il y a vraiment une offre e-bike (sic) » (Filliez, 2019). C'est donc une stratégie de long-terme qui ressort de ses propos, tenant compte du développement global à effectuer pour une offre « E-bike » non seulement une fois par année durant la manifestation du Verbier E-Bike Festival, mais pour toutes les saisons hors-hiver. Selon lui, cela pourrait permettre de fidéliser la clientèle qui aura pris part au festival et de les faire revenir dans la destination avec une offre pour E-bike bien fondée. On parle d'héritage dans cet objectif, ce qui souligne la volonté de mettre en place plus durablement dans l'année des efforts d'offres pour E-bike créées pour l'évènement. Nous y reviendrons en conclusion de cette étude.

3. Revue de la littérature

Après une présentation générale de la pratique du E-bike ainsi que des caractéristiques de la destination de Verbier – Val de Bagnes, il est maintenant nécessaire d’approfondir la littérature scientifique pour mieux comprendre les concepts liés à la mise en tourisme de cette récente tendance.

Premièrement et avant de commencer à décortiquer les concepts, il est nécessaire de situer la pratique du e-bike par rapport à son homologue, le VTT.

Nous avons vu plus tôt dans ce travail que les caractéristiques originelles de la pratique du VTT et du E-bike se rejoignent. Un constat partagé également par Wild (ma traduction) (2019, p.2), qui définit l'expérience de l'utilisation d'une bicyclette électrique *similaire à celle de l'utilisation d'une bicyclette à pédales traditionnelle*. Le sujet de l’e-bike n’étant pas encore assez développé dans la littérature scientifique, cette revue va également inclure une petite proportion d’études ayant pour base le VTT classique. Les attributs de ces études pouvant être transposés à la pratique de l’E-bike seront identifiés clairement, afin de ne pas non plus trop mélanger les deux types de pratiques.

Le VTT, cette nouvelle offre apparue dès les années 1990 combinant mobilité et sport joue notamment un grand rôle dans le cadre de la fréquentation des stations de ski en été. Picchio, dont l’étude se concentre sur la destination de Verbier comme cette présente, confirme que les stations touristiques alpines « profitent de cet engouement pour le VTT et promeuvent de plus en plus cette activité estivale qui peut également combler les périodes creuses au printemps et en automne. » (Picchio, 2019, p.17). Cela rejoint d’ailleurs ce qui a été cité précédemment dans les objectifs généraux du Verbier E-Bike Festival. Économiquement, cette fréquentation d’adeptes a des effets positifs selon Pröbstl-Haider : « D'un point de vue économique, les touristes en VTT contribuent à des résultats positifs. Ils contribuent de manière significative aux saisons intermédiaires et prolongent l'ensemble de la saison touristique » (ma traduction) (Pröbstl-Haider, 2017). Le terme de « contribution » est à relever. On parle donc d’un apport, significatif en l’occurrence ici, de cette pratique dans l’économie des stations de ski dans les saisons creuses que sont le printemps, certains moments de l’été, ainsi que l’automne.

L'engouement du VTT s'explique par plusieurs facteurs. De manière générale, les aspects d'aventure et d'expériences ressortent comme principales caractéristiques motivant les adeptes à pratiquer du vélo tout terrain sous toutes ses formes, en montagne. Pechlaner, dans son rapport de l'Eurac Research sur le futur du tourisme cycliste dans les Alpes, parle d'une motivation prédominante de « ressentir la sensation d'une véritable aventure dans la nature et sortir de l'environnement urbain et protégé. » (ma traduction) (Pechlaner, Demetz, & Scuttari, 2015). Lié à ce concept, Pechlaner mentionne aussi l'aspect de l'expérience du voyage et ses déclinaisons : « La variété des expériences que la pratique du VTT peut offrir inclut montagnes, paysages, action, gastronomie, événements, culture... L'expérience du voyage a toujours fait partie de la culture du VTT. » (ma traduction) (Pechlaner, Demetz, & Scuttari, 2015). La mobilité du pratiquant combiné à des spectacles naturels ou émotionnels composent donc cette culture du Bike, dont l'aspect de l'aventure ressort comme le plus motivant. On peut aussi interpréter que la pratique du VTT permet aux participants d'éventuellement sortir de leur zone de confort, variable selon les cas, pour ressentir une sensation de liberté et d'aventure, comme mentionné précédemment. Nous reviendrons plus en détail sur d'autres motivations des adeptes de l'E-bike en particulier plus loin dans cette revue de la littérature.

Après cet aperçu très général de la pratique du Bike général, analysons les aspects du marché du VTT qui nous ont amenés peu à peu au développement des VTT électriques.

« En plus d'être un sport relativement jeune, le vélo de montagne se caractérise par une innovation permanente ». (ma traduction) (Pechlaner, Demetz, & Scuttari, 2015). Pechlaner mentionne que l'aspect innovatif des vélos tout terrain est particulièrement présent et développé. La haute technologie et l'innovation permanente dans l'industrie du VTT fascine, surtout chez les hommes, selon lui. Mais quelles sont ces innovations ? « Depuis les années 1980, le développement du VTT s'est largement concentré sur la fabrication de vélos plus légers, plus rapides et avec une meilleure suspension » (ma traduction) (Pechlaner, Demetz, & Scuttari, 2015). Ce sont donc des caractéristiques qui participent directement – ou indirectement – à aider le pratiquant dans ses efforts. Dans notre thématique, le deuxième terme lié à la rapidité est pertinent : il nous amène à l'idée du développement d'un type de vélos plus rapides que le VTT conventionnel. Dans ce concept, les VTT électriques munis de batteries ont fait leur apparition. Comme expliqué au début de cette étude, ce genre de vélo

apporte non seulement une capacité de prise de vitesse plus rapide, mais peut également réduire les efforts. Des caractéristiques confirmées par plusieurs études, dont celle de Fishman : « Un des principaux avantages des vélos électriques est qu'ils peuvent maintenir leur vitesse avec moins d'efforts. » (ma traduction) (Fishman, Cherry, 2016). Il y a donc toujours un effort à faire pour avancer, mais celui-ci est assisté avec le moteur électrique qui fournit une aide en plus. Un élément souligné par Casey-Langford, qui souligne que l'E-bike offre encore « des niveaux modérés d'activité physique » (ma traduction) (Casey-Langford et al., 2017). C'est d'ailleurs une caractéristique qui se rejoint avec la comparaison entre VTT classique et E-bike, au début de ce chapitre. Un VTT électrique demande aussi des efforts générés par l'utilisateur, y-compris en ce qui concerne le pilotage.

« Dans l'ensemble, le thème qui ressort clairement de la recherche sur les bicyclettes électriques et l'activité physique est qu'elles offrent un niveau d'activité physique inférieur à celui des bicyclettes traditionnelles, tout en atteignant un niveau nécessaire pour améliorer la santé. » (ma traduction) (Fishman, Cherry, 2016). L'activité physique sur un E-bike, toutes catégories confondues, est donc inférieure que sur un autre vélo sans traction électrique. Cependant, la variable « plaisir » de l'utilisateur est elle plus élevée : « Les mesures de l'effort physique étaient plus faibles avec un vélo électrique qu'avec un vélo traditionnel, mais le niveau de plaisir et de vitesse était plus élevé. » (ma traduction) (Fishman, Cherry, 2016)

D'après ce constat, nous pouvons à présent analyser quels sont finalement les attentes des pratiquants ou de la clientèle potentielle de VTT électriques.

L'étude de Wild a décelé 4 thèmes pour lesquelles des cyclistes qualifieraient leur trajet d'agréable ou excitant (ma traduction) (Wild, 2019):

- Un degré élevé de contrôle des trajets et de fiabilité des heures d'arrivée
- Niveaux agréables de stimulation sensorielle ;
- Les effets de « se sentir mieux » de l'exercice d'intensité modérée
- De plus grandes possibilités d'interactions sociales.

On retrouve donc l'aspect d'activité physique qui motive les pratiquants à envisager un trajet en extérieur, mais également l'aspect des stimulations des sens qui sont liés aux sports en plein air et en nature. Le thème du contrôle des temps de trajets peut lier à une

augmentation ou diminution des rythmes. Or, comme prouvé auparavant, les moteurs électriques sur des vélos permettent de réduire les efforts. Les vélos électriques jouent donc un rôle dans le contrôle global du rythme sur lequel les pratiquants désirent s'aligner. Wild confirme que « non seulement les vélos électriques permettent aux cyclistes de ressentir les effets de l'exercice, mais ils leur donnent aussi l'occasion de contrôler leur niveau d'effort afin de le maintenir dans la plage d'intensité modérée que la plupart des gens jugent la plus agréable. » (ma traduction) (Wild, 2019). Particulièrement sur des terrains accidentés, les VTT électriques permettent donc une régulation d'intensité physique adaptée au besoin du cycliste.

Cet aspect peut être mis en lien avec le dernier thème cité, les interactions sociales. En effet, cette régulation de rythme aidée par l'assistance à un moteur électrique sur un vélo permet une socialisation plus saine. En effet, Wagner parle d'encouragement de « mixité sociale et ethnique », impliquant potentiellement des « rencontres de nouvelles personnes » durant les trajets (Wagner, 2015, p.24). La régulation de vitesse permise par les vélos électriques fait alors sens dans ce contexte, qui plus est dans un environnement avec forts dénivelés comme celui de Verbier. Cette socialisation dans les trajets a la capacité d'être « flexible », selon Wild. Elle situe le type d'interactions sociales d'un cycliste entre la perception de « solitude » des déplacements en voiture et les demandes « *in your face* » dans les transports publics (Wild, 2019). C'est un milieu, selon elle.

En somme, la pratique du E-bike permet de réduire l'importance de la composante « activité physique » d'un déplacement. Cela implique qu'un autre marché cible est touché, selon Pröbstl : « Cette nouvelle tendance émergente influence le marché cible global et attire également les personnes âgées et les touristes qui sont plus intéressés par l'expérience du paysage que par l'exercice physique. » (ma traduction) (Pröbstl-Haider, 2017). Le VTT électrique paraît donc une opportunité pour ce genre de marché, comme prouvé avec ses caractéristiques précédemment citées.

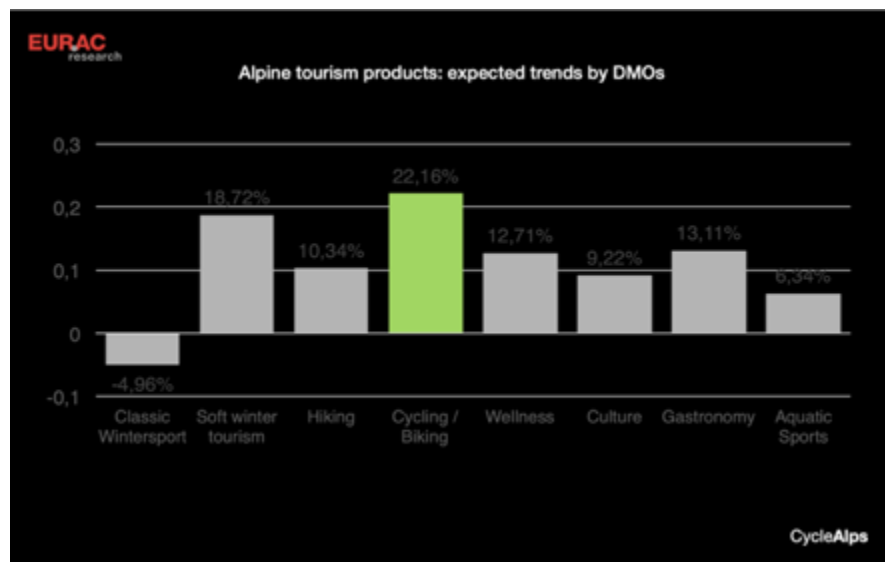
S'il on analyse le marché global du VTT électrique, le constat est donc que cette pratique va amener un panel de clientèle plus large que celui des VTT classiques : « Les experts partent du principe que les E-MTB amèneront de nouveaux types d'adeptes du VTT, car ils permettent à tous les groupes d'âge de faire du VTT grâce à la réduction de l'effort physique nécessaire.

Pour la même raison, ils permettent aux cyclistes de parcourir de plus longues distances par tour et de s'attaquer à des terrains plus difficiles ou plus escarpés que ce que leur niveau de forme physique leur permettrait normalement. » (ma traduction) (Pröbstl-Haider, 2017). Une opportunité donc pour les stations de montagne, comme Pechlaner le précise également : « La technologie e-bike offre un terrain de jeu intéressant pour le développement du trekking à vélo dans les Alpes. Spécialement pour une utilisation hybride (piste cyclable, route, chemins forestiers) de nouvelles opportunités peuvent être créées pour le segment traditionnel des cyclistes *Trekking* ». (ma traduction) (Pechlaner, Demetz, & Scuttari, 2015). Que retenir de ces citations ? On constate que les VTT électriques permettent de combler quelque peu les carences physiques de certains adeptes, surtout au niveau de terrains escarpés où la force électrique supplémentaire joue un rôle en gardant un élan. Cela ouvre donc potentiellement la pratique du E-bike à une clientèle moins expérimentée, et donc plus large que les adeptes « traditionnels » du VTT classique. Au niveau d'une destination, Pechlaner parle ici « d'opportunités » à créer pour attirer une clientèle supplémentaire par rapport aux adeptes du VTT normal. Cela nous amène à la partie suivante de cette revue de littérature, dans le focus sur la destination en son ensemble et les incidences du E-bike dans la stratégie Bike générale.

Pour cela, nous allons notamment nous baser sur quelques statistiques de l'étude de CycleAlps (2015), qui présente une vue d'ensemble des caractéristiques du marché du tourisme cycliste dans les Alpes. (Pechlaner, Demetz, & Scuttari, 2015)

En général, le marché du Bike en son ensemble est dans une tendance en hausse. Comme nous pouvons le constater avec ce graphique ci-dessous, l'activité du vélo sur route et du Bike est le produit touristique alpin le plus en vogue selon les DMO, dans ces estimations datant de 2015. La pratique du E-bike s'insère donc elle-même dans un secteur en fort développement.

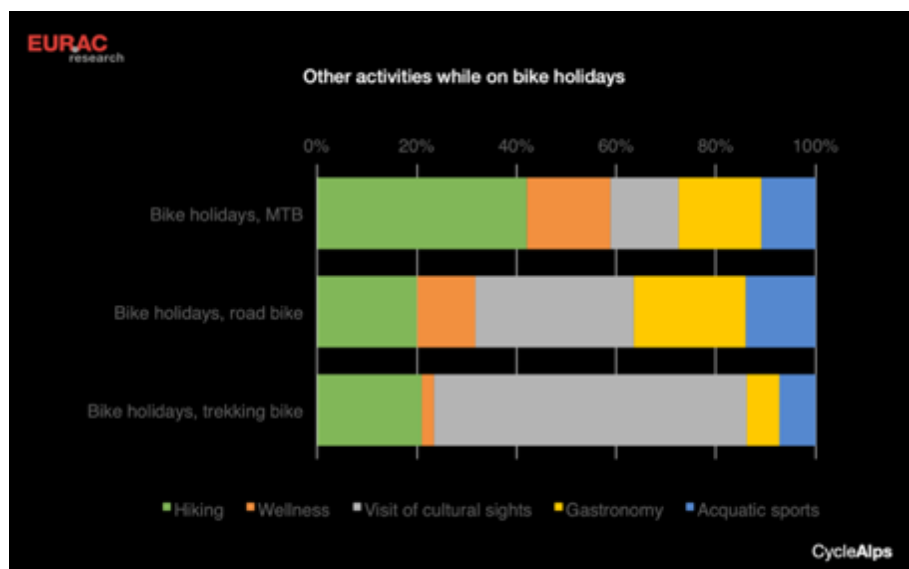
Figure 4 : Tendances prévues des produits touristiques alpins



Source : EURAC-Research

Un autre graphique montre les activités que la clientèle de ce secteur effectue en plus du vélo pendant un séjour. Dans notre cas, concentrons-nous sur la première ligne qui réfère à la tranche de pratiquants de VTT. On relève donc que la randonnée pédestre, la gastronomie et le Wellness concernent également cette tranche de clientèle. Ce n'est donc pas à priori une activité de niche, dans le sens où les adeptes n'utilisent pas tout leur séjour exclusivement pour pratiquer du vélo. Les autres offres de la destination en son ensemble sont également concernées par ces visiteurs.

Figure 5 : Autres activités touristiques effectuées pendant des vacances à vélo



Source : EURAC-Research

Une destination qui vise à attirer ce public de cyclistes, E-bike y-compris, doit devenir « Bike Friendly ». C'est le constat de Pechlaner en ce qui concerne la capacité à une station alpine à attirer cette clientèle et offrir un cadre adapté à leurs besoins : « (...) Utilisez cette attitude pour donner à votre destination une identité qui lui est propre. Parkings spécialement aménagés, signalétique, location, cartes, architecture... Il y a de nombreuses possibilités pour accueillir chaleureusement les cyclistes. » (ma traduction) (Pechlaner, Demetz, & Scuttari, 2015). Toute une gamme d'infrastructures donc qui donnent une ambiance agréable pour le visiteur motivé par la pratique du vélo dans le territoire, qui se sentira bienvenu dans la station. On constate donc que plusieurs parties-prenantes sont concernées par ces exemples d'aménagements cités. Nous y reviendrons plus tard.

Dans ce contexte, venons-en maintenant à un thème nous concerne également dans cette étude : le rôle de l'évènementiel, en relation avec la création du Verbier E-Bike Festival précédemment expliqué.

La littérature scientifique reconnaît un rôle positif des événements lorsqu'il s'agit d'attirer un public cible particulier. Un terme intéressant de Pechlaner est particulièrement pertinent à relever : « *testivals* » (Pechlaner, Demetz, & Scuttari, 2015). Cette dénomination correspond à un festival composé de tests pour une pratique particulière, qui permet de faire découvrir ladite pratique au public intéressé. Dans notre étude, le format du Verbier E-Bike Festival peut en effet y ressembler. Nous y reviendrons en fin de rapport. Pechlaner cite aussi : « Les événements sont toujours un conducteur pour votre destination. Mais faites qu'ils soient spéciaux. Juste un autre marathon n'est pas le problème et n'a pas assez de pouvoir pour du « story telling » (ma traduction) (Pechlaner, Demetz, & Scuttari, 2015). On constate donc l'importance de relier des événements avec des expériences spéciales et innovantes, pour ne pas tomber dans l'anonymat d'une manifestation lambda. L'aspect des expériences correspond d'ailleurs à ce qui a été cité dans les motivations des cyclistes plus tôt dans cette revue. Une autre théorie avancée sur les événements sportifs est qu'ils ont une importance dans l'image de la destination entière, selon Chalip, qui mentionne que les événements sportifs ont un potentiel pour « optimiser l'ensemble du commerce et des revenus » et « améliorer l'image de la destination hôte ».(ma traduction) (Chalip, 2004). Un concept

impliquant des synergies sur l'ensemble de la station peut donc avoir un bon effet sur la perception de la destination, en particulier pour le public ciblé. Selon Getz, les événements ont également d'autres rôles importants à jouer : « [...] du développement communautaire à la rénovation urbaine, du développement culturel à la promotion des identités nationales. » (ma traduction) (Getz, 2007). Il y a donc des enjeux, si l'organisateur rassemble correctement les parties-prenantes. Toujours selon Getz, ceux-ci devraient être le moins possible externes aux parties-prenantes de la destination, au contraire : « Les gestionnaires d'événements intéressés à développer leur potentiel touristique devraient idéalement devenir des intervenants engagés dans le processus de planification touristique de la communauté ou de la destination. En travaillant ensemble en tant que consortium de lobby et de marketing, les événements peuvent chercher à influencer le positionnement et la marque de la destination, le travail de financement et de développement, les programmes de recherche et d'évaluation, le tout pour faire avancer la cause des événements spécifiques et du secteur événementiel. » (ma traduction) (Getz, 2007). Comme présenté auparavant, nous pouvons constater que le Verbier E-Bike Festival a suivi ce modèle. En effet, le comité comporte des membres ayant des relations directes avec la commune et Verbier Promotion, notamment. Cette manière d'organiser l'évènement amène plusieurs avantages : « Par exemple, pendant qu'un gestionnaire d'évènement mène un sondage auprès des visiteurs afin de dresser le profil de ses clients, la destination doit comprendre les segments touristiques potentiels de l'évènement et les faire correspondre à son offre. » (ma traduction) (Getz, 2007). Il y a donc un réel intérêt commun de travailler en synergie pour un évènement, sportif dans notre cas. Aussi en matière de communication, les synergies sont importantes comme le mentionne Pechlaner : « Si en tant que destination vous voulez avoir une communication efficace, des partenariats stratégiques avec l'industrie ou d'autres partenaires d'intérêt spécial sont très utiles. » (ma traduction) (Pechlaner, Demetz, & Scuttari, 2015). En somme, en plus de coopérer avec les institutions publiques touristiques de la station, les synergies avec les autres parties-prenantes externes de l'industrie qui participent à l'évènement sont aussi importantes à développer. Pour le Verbier E-Bike Festival, cela a été entrepris à travers les coopérations avec les marques de vélos électriques, présentes en station. De manière générale sur l'évènement, ces fournisseurs sont autant importants pour le client que les offres qu'un évènement propose. « Ils ont le canal vers le consommateur final et ensemble vous pouvez créer l'environnement émotionnel pour le cavalier : technologie et paysage » (ma traduction)

(Pechlaner, Demetz, & Scuttari, 2015). Au final, on retrouve également ces deux motivations identifiables pour les pratiquants de VTT, classique ou électrique.

Pour résumer les faits et constatations, nous pouvons identifier des éléments qui sont intéressants dans le cadre du tourisme estival en montagne.

Il est encore tôt pour affirmer que l'e-bike de montagne est une solution révolutionnaire dans le cadre du tourisme estival. Cependant, plusieurs données profilent une adaptation idéale pour une offre supplémentaire avantageuse dans une station de montagne comme Verbier. L'e-bike en tant qu'activité a le potentiel de créer une offre, dans le cadre des activités Mountainbike dans la station. La clientèle des e-bikes serait un plus par rapport aux autres catégories de pratiquants de VTT.

4. Question de recherche et objectifs

Nous avons vu dans les pages précédentes certaines données relatives à la clientèle visée par la pratique de l'E-bike. Dans ce contexte, la création du Verbier E-bike Festival a été présentée et différents objectifs relevés. Nous avons vu que des coopérations assez présentes avaient été entreprises entre le FWT Management, organisateur de l'évènement, et les entités communales et touristiques de la région. Tout cela a comme but final de développer la pratique du E-bike.

Par conséquent, ce travail va se pencher sur la question suivante : En quoi le Verbier E-Bike Festival agit sur le positionnement E-bike de la destination ? Nous avons vu précédemment les faits de la mise en place. A présent, il est temps de présenter des éléments de réponse à cette question en analysant le déroulement de l'évènement. Ces prochaines analyses effectuées après la tenue de l'évènement vont donc nous le montrer.

5. Méthodologie

L'auteur a effectué une observation participative en tant que bénévole, respectivement guide pour l'activité de la Rando Gourmande. Voici un bref résumé de ses constatations personnelles entre le jeudi 14 et dimanche 18 août (voir annexes pour plus de détails).

Jeudi.

Pour cette première journée, il est à relever que l'administration liée aux bénévoles était bien préparée. L'infrastructure de logement était prête et les formalités d'identification bien menées. Concernant les remarques générales, la gestion des inscriptions au Châble a engendré une queue et certains participants à la Rando Gourmande ont passé plus de temps qu'ils ne l'avaient prévu à ce processus d'inscription et d'identification obligatoire. De plus, certains participants se sont vus attribués des types de vélo électriques typés ville, ce qui ne les a pas enchantés. Il a d'ailleurs été constaté quelques pertes de contrôles durant le trajet, mais sans grandes conséquences. Le deuxième stand de nourriture, à Bruson, a provoqué des

attentes. La place manquait. Ce sera corrigé les jours suivants, avec un changement d'endroit et une grande tente. De bons feedbacks étaient donnés dans l'ensemble et on trouvait quelques pratiquants qui prenaient le temps de faire quelques photos sur l'itinéraire. A noter également la présence de Nicolas Hale Woods, directeur du festival, à l'arrivée de l'itinéraire, prenant quelques feedbacks des participants.

Vendredi.

Durant ce deuxième jour, une longue queue s'est formée le matin à l'endroit de la remise des vélos. Il y manquait de débit et les derniers participants sont partis vers 11h30 du matin, ce qui a eu donc conséquence que les derniers vélos ont été remis vers 18h le soir, soit plus tard que prévu. Les tours se sont déroulés dans la normalité. Le soir, une ambiance très conviviale était constatable dans la station de Verbier, avec notamment la remise des prix des coureurs du Tours du Mont-Blanc.

Samedi.

Ce jour où la plus grande fréquentation était attendue – environ 200 participants – n'a cependant pas causé de problèmes d'attentes comme le jour précédent. Un public enthousiaste a pu notamment assister à une présentation narrative d'un film d'une histoire locale, qui n'aura pas été représenté les autres jours. La soirée était également marquée par une forte fréquentation dans les établissements de restauration de la station.

Dimanche.

Le deuxième jour le plus fréquenté pour la Rando Gourmande a commencé avec la constatation d'une panne de fusibles dans le local où les vélos électriques loués étaient chargés la nuit. Du fait d'un trop grand nombre de chargeurs sur trop peu de prises communes, la distribution a donc été impactée et retardée. Cependant, tous les vélos ont quand même pu être distribués et il y en avait assez. Par ailleurs, il est à noter que des flèches supplémentaires avaient été tracées par les organisateurs sur certaines intersections. La fréquentation à Verbier était moins marquée que les jours précédents durant la soirée. Soirée qui était dédiée aux bénévoles, avec une ambiance décontractée et satisfaite d'avoir participé à l'évènement.

6. Présentation et description de l'évènement : résultats et constatations

6.1. Statistiques et faits

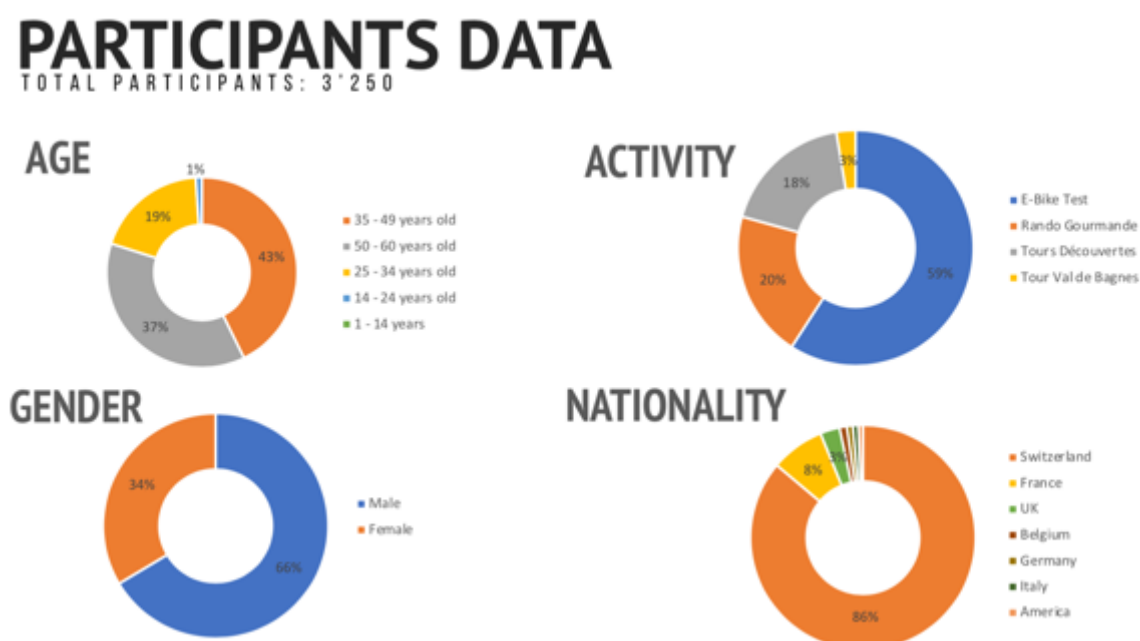
Le Verbier E-Bike Festival s'est déroulé comme prévu du 14 au 18 août. La météo durant les 4 jours a été favorable pour le bon déroulement de la manifestation et a également contribué à des inscriptions de dernière minute (Hess, 2019). Le soleil était présent de jeudi à vendredi et la température adaptée à la mobilité en plein air. Voyons à présent quelles ont été les données-clés de l'évènement :

6.1.1. Résultats :

La première édition du Verbier E-Bike Festival du 14 au 18 août a accueilli un total de 3250 participants issus de 27 nationalités. La personne participante la plus âgée avait 89 ans. Quelques 1000 VTT électriques étaient disponibles pour des tests, qui ont totalisés 5600 essais.

6.1.2. Analyse des participants

Figure 6 : Vue d'ensemble des caractéristiques des participants à l'édition 2019



Source : FWT Management

Dans ce graphique transmis le 30 septembre par le FWT Management, on peut constater les caractéristiques effectives des gens qui ont pris part au Verbier E-Bike Festival en tant que pratiquants. Ces données montrent les caractéristiques des 3250 participants à la première édition, toutes catégories comprises.

Âge :

- On constate un pourcentage très faible de participants en-dessous de 14 ans. Cela peut s'expliquer par la législation interdisant à ce jeune public l'usage d'un vélo à propulsion électrique. Il n'est cependant pas indiqué dans ces chiffres les personnes qui accompagnaient les participants de manière externe à l'évènement, en tant que spectateurs. Il ne faut donc pas affirmer que cette couche d'âge était inexistante durant la manifestation, du moins en matière de présence.
- La proportion des jeunes de 14 à 24 ans se montre également infime (1%). Le Verbier E-Bike Festival n'a apparemment pas beaucoup attiré de public jeune en tant que participants, même si leur âge autorisait la possibilité d'inscriptions.
- Le public jeune de 25 à 34 ans figure au 19% des participants au total, en troisième position de proportion après les 50-60 ans et les 35-49 ans, respectivement. On voit donc que le public qui a été le plus présent dans les inscriptions se situe dans la fourchette entre 35 ans et avant la cinquantaine.

Genre :

- Le deux-tiers d'inscrits étaient des hommes et le tiers restant, des femmes.

Nationalités :

- Le marché étranger représente moins des 13% des participants au total. A noter la présence dominante de la France (8% du total) dans ces marchés. Cela peut s'expliquer par la proximité avec ce pays. Quoi qu'il en soit, c'est une clientèle qui s'est intéressée aux offres et a contribué d'une manière notable aux inscriptions au niveau étranger.

On trouve la clientèle anglaise au second rang des nationalités étrangères. Elle est de base plutôt attachée à la station de Verbier, et c'est peut-être la notoriété du lieu qui a amené ces visiteurs. En général, c'est une clientèle suisse qui domine les statistiques d'inscriptions à 86%.

Activités :

- **E-Bike Test :**
 - De par sa proximité dans la station, c'est l'offre qui a attiré le plus de pratiquants. Rappelons qu'un participant à l'E-bike Test devait s'acquitter d'un montant forfaitaire pour pouvoir utiliser les modèles sur différents parcours autour de la station, dans un but de pouvoir découvrir la pratique de l'e-bike ou également de pouvoir comparer plusieurs modèles de marques différentes.
- **Rando Gourmande :**
 - Cette activité a été la deuxième offre du festival en termes d'inscriptions, non loin devant les Tours Découverte, qui accusent un retard infime de 2% dans les statistiques. Focalisant son offre sur les expériences le long du tracé, la Rando Gourmande a attiré des personnes voulant profiter de pratiquer du vélo électrique tout en profitant de différents arrêts culinaires.
- **Tours découverte :**
 - En troisième position non loin derrière la Rando Gourmande, cette activité permettait de circuler sur différents parcours de niveaux différents, sans chronométrie. Une offre qui a convaincu 18% des personnes inscrites au total.
- **Tour du Val de Bagnes :**
 - Réservée aux intéressés qui voulaient effectuer une partie compétitive avec leur VTT électrique, cette course chronométrée totalise les 3% du total des inscriptions. Cela peut s'expliquer par le fait que la compétition n'était pas ouverte à tous les niveaux.

Satisfaction des participants.

Peu après l'évènement, les organisateurs du Verbier E-Bike Festival ont effectué un sondage auprès des participants des différentes catégories de la manifestation. Il a donc permis de recueillir des feedbacks et notes des participants volontaires sur leurs expériences. Le sondage comportait 13 questions avec des réponses à choix multiples, des propositions, des notes de 1 (mauvais) à 5 (excellent), tous assortis de champs de texte libres pour relever d'autres précisions. Voici les résultats, séparés en thématiques :

1. Comment avez-vous connu le VEBF ?

Les répondants ont connu le Verbier E-Bike Festival majoritairement grâce aux réseaux sociaux. Cela concorde avec les grands efforts de promotion online que le FWT Management a entreprise afin de faire connaître son évènement. Cela a permis d'attirer – et convaincre – la plus grande partie des sondés.

Le bouche à oreille suit en deuxième position, à 7% derrière. L'évènement, par sa première édition, a donc fait parler la population intéressée et ont été convaincu de s'inscrire. Dans les autres réponses, les affiches et publicités urbaines ont contribué à 16% de la notoriété. La promotion de l'évènement au niveau visuel a donc permis d'attirer une certaine quantité de personnes en relation avec les milieux urbains. Suit ensuite la catégorie « autre », où les sondés avaient la possibilité d'écrire une réponse non proposée. Dans ce champ, la plus forte récurrence concerne « QoQa ». En effet, le FWT Management a lancé une offre sur ce portail de ventes en ligne (Qsport, 2019), et cela a contribué à faire connaître l'évènement. D'autres mentions comme « expos » et « partenaires » montrent indirectement l'étendue de la stratégie de communication multicanaux du FWT Management, qui a contribué à obtenir ces chiffres. Les communications dans les journaux, les magasins de vélo et à la radio constituent les dernières réponses choisies, là aussi montrant la diversification des moyens de communication pour faire connaître et vendre cette première édition du Verbier E-Bike Festival.

Inscriptions :

Pour cet évènement, toutes les inscriptions s'effectuaient sur un portail digital dédié. Les réponses ci-dessous indiquent la manière de ces inscriptions :

- 80% des participants se sont inscrits en ligne (à l'avance)
- 12% sur place avec les Ipads mis à disposition
- 6% sur place avec téléphones personnels

On voit donc qu'une minorité de 18% des inscriptions se sont faites sur place, pendant les 4 jours. Une grande proportion de personnes a validé son inscription avant de venir physiquement à la manifestation. L'obligation de s'inscrire en ligne permettait une meilleure organisation pour préparer les vélos de location, par exemple.

Une note de 3.9 sur 5 (équivalent 78%) a été attribuée par les sondés pour le système d'inscription en ligne du Verbier E-Bike Festival. Les principaux commentaires négatifs décrivaient un processus compliqué et fastidieux du fait qu'une seule inscription à la fois était possible.

Lié à ce système d'inscription en ligne, le processus de transmission d'informations par email ou SMS en amont de l'évènement a également reçu un feedback des sondés. Avec une note similaire aux inscriptions, ici à 4 sur 5 (équivalent 80%), ce service a surtout été critiqué dans le cadre de la Rando Gourmande. Les participants relatent un manque de clarté concernant le lieu où retirer les vélos électriques de location. Cet élément concorde avec les observations faites sur place, où les mêmes critiques surgissaient.

En ce qui concerne le processus d'accueil pour la validation des inscriptions, celui-ci a récolté le plus mauvais score de 3.74 sur 5 dans le sondage (équivalent 74.8%). La lenteur, le manque d'informations sur les raisons de la photo obligatoire et le fait de devoir donner deux cartes bancaires consistent en les principales remarques négatives des sondés. Ces éléments destinés à la sécurité de l'évènement – surtout au niveau des prêts de vélos électriques, coûteux – ont peut-être gêné la sphère privée des participants.

2. Bike Test : feedbacks (235 réponses)

Pour cette activité qui permettait des essais de nouveaux modèles de VTT électriques, l'aspect du prix et de la qualité des vélos testés ressortent comme les meilleures notes des sondés. Concernant les vélos, on peut constater en général que ceux-ci étaient très appréciés, mais en revanche les sondés ont jugé qu'il n'y en avait pas assez de disponibles. Avec un score

général de 32.65 sur 40 points disponibles (équivalent 81,6%), c'est une activité qui a été appréciée mais qui n'a apparemment pas pu satisfaire forcément tout le monde, de par une disponibilité de vélos restreinte, selon les sondés.

3. Rando Gourmande (120 réponses)

Les aspects préférés des sondés concernent la qualité de la nourriture et du parcours. Malgré quelques fortes montées et un kilométrage total de plus de 30 km, l'itinéraire a plu aux participants. Du côté des aspects négatifs, la qualité de la signalétique et des vélos de location ressort comme points faibles. Comme constaté sur place, certains vélo électriques typés ville n'avaient pas la cote, mais étaient imposés du fait du manque de disponibilité d'autres VTT électriques. Concernant la signalétique, il est intéressant de relever que des indications supplémentaires ont été rajoutées le dernier jour, confirmant alors que les organisateurs ont reçu des remarques liées à cela les trois jours précédents. Le sondage ne dit pas si les notes négatives liées à la signalétique prenaient en compte le fait d'être accompagné par des guides durant le parcours.

Avec un score cumulé de 24.78 sur 30 points disponibles (équivalent 82,6%), la Rando Gourmande confirme cependant les réactions des participants sur place, très enthousiastes en général par leur expérience.

4. Tours découverte (105 réponses)

Encore une fois, comme la Rando Gourmande, la qualité des parcours pour cette offre est saluée par les sondés. Cependant, la qualité de la signalétique est beaucoup mieux notée que l'offre citée précédemment. Des panneaux de plusieurs couleurs, certes plus vives que le vert pâle de ceux de la Rando Gourmande, avaient cependant la même taille et mise en forme. Pour les éléments négatifs, à relever le facteur du prix qui récolte la note la plus basse.

Le score total de 33.02 sur 40 (équivalent 82.5%) se situe dans la norme, par rapport aux autres offres précédentes.

5. Tour du Val Bagnes (33 réponses)

Pour cette offre réunissant les motivés par la compétition, les 33 réponses de participants relèvent une bonne satisfaction au niveau de la qualité des parcours et du prix, correct selon

eux. Dans les éléments négatifs, on retrouve l'aspect de la signalétique, comme les avis de la Rando Gourmande. Cependant, le score (4.07) de ce thème est n'est pas autant bas. En général cette offre, qui réunissait une couche de pratiquant de niche, axée sur la compétition, récolte le meilleur score de satisfaction cumulé de 22.37 sur 25 (équivalent 89.4%) par rapport à toutes les autres offres du Verbier E-Bike Festival présentées par ce sondage.

6. Sponsors les plus vus

Une partie de ce sondage a voulu définir quels logos partenaires ont été les plus vus par les sondés. On peut retenir que la marque de la destination de Verbier a clairement obtenu la plus grande visibilité aux yeux des 360 répondants. Suivent d'autres marques comme Bosh et Kärcher, laquelle avait des stands de lavages jaune plutôt visibles. La société Altis, présentée auparavant dans ce travail, a généré plus de visibilité que la Commune de Bagnes. A noter également les scores plus élevés de marques locales comme « White Frontier » ou « Bli Bla Blo » qui se situent devant des grandes marques internationales comme « Mercedes-Benz », qui mettait à disposition des véhicules de courtoisie, ainsi que « Rent a Bike », sponsor-titre de la Rando Gourmande qui mettait à disposition grand nombre de vélos au départ.

7. Propension à l'achat de vélo électrique

A la question du sondage « Est-ce que votre expérience sur l'événement s'est / va se concrétiser en achat d'un vélo électrique ? », les avis sont très intéressants à analyser dans le cadre de notre étude. Nous l'avons mentionné plus tôt dans ce travail, l'édition « 0 » de 2018 avait convaincu 15% des participants à acheter un vélo électrique à la suite de cela. Après cette première édition officielle du Verbier E-Bike Festival, cette proportion d'achat confirmé se monte à 18.1%. A cela s'ajoute 22% de sondés qui y pensent « certainement », mais n'ont pas encore franchi le pas de l'achat. 30% ont mentionné « peut-être » et 28% n'ont pas d'intention d'effectuer un achat de vélo électrique. Pour cette dernière donnée, plus grande que le chiffre de convaincus confirmant leur intention d'achat, il est à constater que le vélo électrique n'a pas rempli assez de critères pour justifier un achat. Nous ne les connaissons pas, dans ce sondage. Concernant les 30% d'indécis, il y a encore un effort de persuasion à faire.

Ce classement montre que l'intérêt existe et que la proportion de convaincus a augmenté par rapport aux données de l'édition « 0 », recueillant moins de participants. Cependant, le

pourcentage le plus élevé lié à la réponse « peut-être » ne permet pas de faire de conclusion tranchée sur les avis.

8. Points à retenir.

La note générale des sondés quant à leur expérience au Verbier E-Bike Festival atteint les 4.3 sur 5 (équivalent à 86% de satisfaction). C'est une note plutôt honorable et les feedbacks recueillis pourront aider à améliorer les points faibles pour les éditions futures.

9. Le Tour du Mont-Blanc, bref bilan :

Dans ces statistiques ne figurent pas les données relatives au Tour du Mont Blanc, compétition réservée à l'élite des participants. Voici donc quelques données-clés récoltées par le biais d'un témoignage effectué par une équipe de deux participants au Tour du Mont-Blanc, Nadine Sapin et Vincent Julliot, au magazine sportif « L'équipe » après la course.

On peut relever quelques citations qui montrent le profil particulier de cette course réservée à l'élite, dans le point de vue des athlètes qui y ont participé : « Il faut bien se rendre compte de ce que 75 % des chemins que nous avons empruntés sont infaisables en VTT "normal". À 30 ou 35 % de pentes, dans les cailloux et les racines qui affleurent, nous aurions passé notre temps à porter le vélo. » (Haralambon, 2019).

On constate donc la difficulté accrue du tracé qui a donc été conçu spécialement pour l'e-bike.

En général, la difficulté de ce tracé demandait donc beaucoup de technique, et ce avec une intensité constante. Selon l'article, « les forts pourcentages exacerbent la difficulté à répartir précisément son poids sur les deux roues, à délester l'arrière pour pouvoir monter, tout en renforçant l'appui et le grip sur les fractions de seconde où se joue le franchissement de l'obstacle. » (Haralambon, 2019).

Ce qu'il est intéressant de retenir, c'est que la difficulté du tracé était une composante qui a mis à l'épreuve – littéralement – les équipes. Avec l'aide de leur assistance, les équipages ont dû apparemment redoubler d'efforts pour parvenir à parcourir les itinéraires à un rythme élevé, qui plus est. De plus, les équipages devaient également penser à la gestion de l'autonomie de leurs batteries, une limite de consommation étant imposée durant les

parcours : « Le règlement autorisait chaque équipe à consommer entre 1 950 et 2 100 watts-heures (Wh) chaque jour. Nos deux coureurs partageaient avec deux batteries de 500 Wh chacun. La bonne gestion de ces réserves était un aspect fondamental de la réussite. » (Haralambon, 2019) En plus de la composante technique difficile des itinéraires, les concurrents ont dû stratégiquement réfléchir à la gestion de leur autonomie.

Ces éléments montrent l'aspect difficile de l'épreuve, où la coordination « homme et moteur électrique » était donc très importante.

6.2. Réactions et feedbacks des magasins de sport

Cette première édition du Verbier E-Bike Festival a notamment pris place au centre de Verbier, le long de l'artère principale qu'est la Rue de Médran. A cet endroit particulièrement, il y a eu une forte concentration de personnes et passants. Outre les stands spéciaux montés pour les exposants de vélos, des magasins de sport établis dans la rue étaient également ouverts et offraient leurs conseils. La question qui peut donc se poser, et qui est adéquate avec l'étude de la rentabilité du Verbier E-Bike Festival pour la destination de Verbier, serait d'analyser si cette fréquentation aurait apporté des avantages à ces magasins locaux. En effet, une fréquentation élevée de personnes potentiellement intéressées par le produit « E-bike » ont parcouru la station. Ces magasins en ont-ils tiré parti pendant cette période ? Afin de connaître plus particulièrement l'effet de cette fréquentation sur ces magasins de sport à proximité, des entretiens ont été réalisés deux mois après la manifestation, durant l'après-midi du 10 octobre. Avec l'aide de ces témoignages, cette étude va tenter de comprendre si cette fréquentation élevée de personnes durant les 4 jours du 14 au 18 août a eu des effets visibles – ou non - sur 3 magasins de sports très concernés par la vente et la location de vélos électriques.

Statut des magasins sondés :

Backside, le premier magasin interviewé, occupe un statut spécial dans notre récolte d'informations, car il a été mandaté par la marque « Trek » pour gérer leur stand d'exposant. De plus M. Jérôme Michellod, le responsable de Backside qui a répondu à mes questions, a eu des liens avec la coordination de la gestion des vélos durant la « Rando Gourmande ». Il est

cependant à préciser que les locaux de « Backside » étaient également ouverts de manière indépendante, notamment pour leur activité de location de vélos qui se déroule durant la saison indépendamment du festival. Ils se situent à l'extrémité de la rue de Médran, après les stands des exposants.

Le deuxième magasin contacté, Ski Service, n'a pas eu de collaborations directes avec des marques. Cependant, sa position stratégique à mi-hauteur de la rue de Médran implique qu'il était très concerné par la fréquentation de cette rue interdite aux voitures et consacrées aux stands des exposants. A noter que pour l'interview, je n'ai pas eu l'occasion de discuter avec le patron, M. Hanspeter Gubler. Il m'a cependant conseillé de m'adresser à Ben, le responsable « vélos » du magasin, qui était présent durant la période du festival.

Le constat général qui touche à l'apport du festival dans les ventes ou locations est plutôt ambigu. M. Michellod affirme que « concrètement et directement [...], ça n'a pas non plus fait décoller les ventes. » (Michellod, 2019). Il n'y a donc pas eu de hausse perceptible en ce qui concerne les ventes d'E-bikes dans son magasin. Il mentionne cependant « beaucoup de contacts, beaucoup de gens intéressés, mais dans le concret et économiquement parlant pas vraiment. » On voit donc qu'il y a eu de l'intérêt de la part de la masse présente au festival, mais peu de gens ont franchi le pas de l'achat. Chez Ski Service, la tendance ressort que la location a beaucoup plus fonctionné que la vente d'e-bikes (Ben, 2019). Comment expliquer cette réticence à l'achat ? Plusieurs aspects expliquent cela. Certains entrent plutôt dans l'aspect macro-économique de cette industrie : « Bosh [...] lancent leur nouveau moteur pour l'année prochaine, donc je pense que les gens aussi attendent un petit peu ces nouveaux modèles. » (Michellod, 2019). Le fabricant Bosh étant l'équipementier de nombreuses marques de vélos électriques, ce nouveau composant touche donc un grand panel de vélos actuels. M. Michellod affirme qu'une composante psychologique de nouveauté freine certains clients : « La clientèle est plutôt friande de nouveauté, elle n'a pas envie d'avoir un vélo qui a 3 ou 4 ans » (Michellod, 2019).

Dans son magasin, les achats d'e-bikes sont principalement des modèles d'occasion qu'il revend à un prix adéquat, moins onéreux que des modèles neufs sur commande : « Là en l'occurrence on est en train de vendre toute notre flotte d'occasion, et les E-bikes se sont vendus franchement bien. Je ne sais pas si le festival en lui-même a un impact direct là-dedans,

mais indirectement oui, indéniablement » (Michellod, 2019). Le Verbier E-Bike Festival lui a donc donné « indirectement beaucoup d'impact, [...] et à terme ça aide aussi notre activité ». On peut comprendre par « indirect », une promotion générale du vélo électrique qui informe et convainc les intéressés à franchir le pas de l'achat. Le festival n'a donc pour l'instant pas réussi à propulser directement les ventes. Cependant, l'évènement s'insère comme un moyen de faire connaître le vélo électrique à la population intéressée, ce qui peut provoquer un levier dans l'achat d'un e-bike par la suite. Cette notion s'aligne par ailleurs sur les objectifs initiaux de l'évènement mentionnés par le FWT avant la première édition. M. Michellod aborde même la comparaison avec l'Xtreme de Verbier : « On peut comparer ça à l'Xtreme, et c'est grâce à ce type d'évènement que ça va booster cette activité. » Cet avis est intéressant, car le terme « booster » est mentionné. Le Verbier E-Bike Festival a donc un grand rôle pour agrandir le potentiel de clients et la notoriété de la pratique, selon ce commerçant baigné dans l'industrie. L'Xtreme a une composante importante de communauté : beaucoup d'adeptes se rendent à Verbier pour faire la fête, en quelque sorte, de la pratique du Freeride. Ce sont des passionnés de la pratique qui se rassemblent. D'ailleurs, peut-on comparer l'e-bike au ski Freeride ? Pour Ski Service, il est encore trop tôt pour faire la comparaison, concernant le secteur de la location : « On loue bien le vélo, mais c'est rien par rapport au ski, pour l'instant (sic) ». (Ben, 2019) Il y a donc encore beaucoup de progression à faire pour rejoindre les chiffres de location de skis en hiver. Cependant, en comparaison des deux évènements, « L'E-bike festival c'était mieux pour nous que le Freeride World Tour (sic). Parce qu'on a bien loué les vélos, et pendant l'Xtreme, on louait comme un jour normal. » (Ben, 2019). Cette remarque est très intéressante. Dans une des semaines d'hiver les plus fréquentées de Verbier, la location de ski ne suit toutefois pas la tendance et stagne, selon lui. Le Verbier E-Bike Festival leur a permis d'attirer les gens intrigués par la pratique du e-bike et transformer cet intérêt en chiffres de location plus élevés que la normale. Pour contexte, ce magasin en est à sa deuxième année de location de vélos électriques. Par ailleurs, le succès de location après les 4 jours du festival s'est-il confirmé les jours suivants ? « Après le festival, on a loué peut-être un peu mieux, mais c'était pas énorme (sic) » (Ben, 2019). Le festival n'a donc pas non plus créé de « avant/après » assez net pour confirmer des chiffres de locations élevés. Cependant la tendance est bonne, selon lui. Pour expliquer cette grande demande de location durant les 4 jours, on peut aussi prendre en compte la position centrale du magasin dans ce « village » de stands de tests. Cependant, le magasin aurait pu mieux être en valeur : « L'escalier devant là-dehors, c'était

un peu bloqué pendant le festival » (Ben, 2019). La conséquence était que le magasin n'était pas assez visible. Malgré ce petit inconvénient, le magasin Ski Service était très satisfait du festival : « On a loué beaucoup de vélos pendant le festival, ouais... et c'était bien ! (sic) » (Ben, 2019).

Si on en revient à la comparaison hiver – été, Jérôme Michellod cible l'inconvénient principal de l'e-bike face au ski : son prix, qui demande beaucoup d'investissement. « Une paire de ski c'est 10 fois moins cher, voire plus, qu'un vélo électrique. [...] Il faut l'amortir. [...] Ça prend beaucoup de place. Ça demande beaucoup de maintenance (sic) » (Michellod, 2019). En somme, en plus d'être coûteux à l'achat, un vélo est plus encombrant et demande des frais supplémentaires par rapport à des skis, pour le loueur. Plus en général, l'hiver devient plus difficile selon lui : « L'hiver aussi ça devient un petit peu plus compliqué, on est dépendants des conditions de neige. » (Michellod, 2019). Si on revient avec nos constats précédents, l'E-bike permet effectivement de réduire la dépendance aux bonnes conditions de météo. La discipline a, selon lui, le potentiel de devenir autant importante que le ski : « Si ça continue dans ce même genre, je pense que c'est quelque chose qui va vraiment s'équilibrer, entre l'hiver et l'été » (Michellod, 2019). On peut relier cet avis avec le constat intéressant de Ski Service, mentionné auparavant, sur le succès plus élevé du Verbier E-Bike Festival pour la location que pendant l'Xtreme. Selon ces témoignages prémices, le marché du E-bike, de location ici, aurait les moyens d'équilibrer l'été et l'hiver.

En termes de Business général du marché des e-bikes, M. Michellod est « très confiant, au vu de l'évolution de ces dernières années [...] ». À terme, je pense que ça sera même plus intéressant de travailler l'été » (Michellod, 2019). Cette déclaration, bien que potentiellement subjective, montre qu'un grand potentiel existe en termes de Business pour un magasin de sport avec les E-bikes.

Les mesures à effectuer pour le futur :

Pour M. Michellod, la destination de Verbier a un grand rôle dans le développement de l'e-bike. Elle devrait faire « de la promotion, de la visibilité, c'est de créer des éléments comme on en a eu pendant le Verbier E-Bike Festival, qui sont très porteurs. Je pense ce qui manque concrètement c'est un petit peu ce qu'on ne voit pas, c'est d'encourager déjà les gens à utiliser des vélos » (Michellod, 2019). Cette dernière phrase montre effectivement l'aspect

immatériel sur lequel les entités touristiques de Verbier peuvent influencer : l'encouragement de la pratique du E-bike. Notons également la pertinence soulignée de la création du Verbier E-Bike Festival, qui combine effectivement l'aspect incitatif à la pratique du E-bike et les chiffres plus concrets qui amènent de la clientèle, potentiellement intéressée qui plus est. « Globalement on doit avoir une stratégie sur le long-terme [...]. On est conscients que ça prend beaucoup de temps et que c'est compliqué » (Michellod, 2019). Il comprend la difficulté d'amener une nouvelle pratique comme l'E-bike et prône de ce fait une stratégie claire au long-terme afin de mettre en place une offre avec une bonne assise. À noter encore que M. Michellod voit éventuellement un développement à faire pour l'e-bike en hiver : « *Du Fatbike, des choses comme ça. C'est là qu'il y a le potentiel actuellement* ». Cela rejoint effectivement les perspectives citées brièvement durant l'interview avec Nicolas Filliez, qui croit aussi à ce genre de vélo qui serait adapté aux conditions hivernales (Filliez, 2019).

6.3. Innovation dans le Verbier E-Bike Festival et la destination.

Dans notre étude qui traite de la stratégie touristique globale d'une destination avec l'intervention d'un produit récent comme l'E-bike, il est intéressant de comprendre les concepts d'innovations qui sont présents dans les enjeux. Le Verbier E-Bike Festival est un évènement qui a intégré passablement de nouveautés. Comme souvent lors de la première édition d'une manifestation, la composante d'innovation entre en compte sur de multiples aspects.

Pour la conception du Verbier E-Bike Festival, Nicolas Hale-Woods s'est basé sur Whistler et le succès du vélo en général dans cette station du Canada. On peut donc parler d'un Benchmark, et ce même au niveau de la progression projetée de l'évènement. Par exemple, les objectifs d'atteindre 50/50 de fréquentation en hiver et été ou 10'000 participants en 5 éditions sont fortement inspirées par les tendances observées à Whistler, qui sont maintenant effectives. Au niveau de l'objectif général à long-terme pour Verbier, la similarité entre le modèle canadien est claire : imposer cette discipline comme étant l'équivalence du ski en hiver. On parle donc d'un modèle d'innovation « d'exportation d'un exemple de réussite. » (Maret, 2019)

Dans le cadre du Verbier E-Bike Festival, nous trouvons aussi le modèle d'innovatif lié à l'importance du co-développement général grâce à des feedbacks des utilisateurs,

notamment. Comme décrit auparavant, l'évènement a connu une « édition 0 » en 2018 qui visait à tester les offres et obtenir des retours constructifs de quelques participants volontaires. Par ce modèle, les utilisateurs font partie du développement du produit et celui-ci est alors adapté sur la base des retours des participants.

Plus en général sur la station, d'autres innovations sont à noter. Prenons l'exemple d'un secteur où l'évolution de la pratique de l'E-bike apparaît effectivement comme opportunité d'emplois supplémentaires : les guides de tour en vélo. C'est une offre assez répandue dans la station, pour le VTT. Or, maintenant que les E-bikes prennent de l'importance, on constate qu'un nouveau type d'emploi lié se crée : guide de tour en E-bike. Il y a donc une autre opportunité de spécialisation pour les guides VTT et le métier de « guide de tour en vélo » prend donc de l'importance en sa globalité, grâce à l'avènement de l'E-bike. Le nouveau public intéressé par le vélo électrique a donc la possibilité d'apprendre la pratique au mieux, encadré par un professionnel qui connaît la région. C'est donc une opportunité d'emploi en plus.

Il existe également des innovations dites « dérivées » (Maret, 2019) qui sont constatables avec le début de l'E-bike à Verbier. Par exemple, afin de permettre le transport de vélos électriques plus lourds et encombrants sur les remontées mécaniques de Verbier, un nouveau type de support externe est à l'étude (Moulin, 2019). Fabrice Tirefort, responsable du Bikepark, a prévu de concevoir une structure hybride externe aux cabines des remontées mécaniques qui permettrait de transporter autant des vélos en été que des skis ou snowboard en hiver, ce qui n'est pas encore actuellement le cas (Moulin, 2019). On voit donc ici que de la tendance de l'E-bike pousse à des innovations qui permettent *in fine* d'adapter les infrastructures à la pratique, ici avec un système « 2 en 1 » entre le Bike et le ski sur les remontées mécaniques.

On constate l'innovation en tant que thématique générale a une grande place dans l'implémentation de l'E-bike à Verbier. Les nouveautés de ces vélos, autant technologiques que pratiques, poussent le développement d'opportunités au sens large dans la station. L'émulation de cette nouvelle pratique a des répercussions claires sur ses parties prenantes, qui réagissent à cela et proposent (ou devront proposer, selon l'ampleur du développement dans les années prochaines) des solutions pour s'y adapter.

6.4. Les remarques stratégiques du Verbier E-Bike Festival :

Dans cette partie d'analyse, nous allons chercher à comprendre quels sont les feedbacks au niveau stratégique. Pour cela, nous allons nous appuyer sur un entretien effectué avec Nicolas Filliez, président de Promobike et membre du comité d'organisation de l'évènement.

Selon lui, la première édition du Verbier E-Bike Festival a été indéniablement bonne. Premièrement au niveau des chiffres, où les 3500 participants totaux dépassent les objectifs qui étaient estimés à 2000 (Filliez, 2019), mais également au niveau de la satisfaction des parties prenantes, autorités y-comprises : « On peut être que contents, il y a eu la satisfaction des exposants, il y a eu la satisfaction des cafetiers-restaurateurs-hôteliers et bailleurs d'appartements. [...] On a eu la satisfaction de nos mécènes. » (Filliez, 2019). Des propos qui viennent confirmer notamment avec les entretiens réalisés dans deux magasins de sport de la station, développé précédemment. Une satisfaction générale également partagée apparemment par les autorités ayant participé indirectement au financement de la mise en place de la manifestation. De plus, parmi les participants, Filliez a aussi relevé un enthousiasme général : « (...) on a eu des retours positifs ou les gens disaient « l'année prochaine on revient avec des copains », et puis plein de gens de 50-60 ans, 80 ans, de tous âges en fait » (Filliez, 2019). Une audience large qui se montre ouverte à revenir pour la prochaine édition avec d'autres connaissances, pour certains.

Un autre constat intéressant, lié à l'observation de la fréquentation dans la station durant le festival, est à relever : « À un moment donné on avait l'impression d'être dans la semaine du Freeride World Tour à Verbier en fin de saison, la *Fiesta* (sic) vu le monde qu'il y avait » (Filliez, 2019). Cette comparaison assumée avec la fréquentation observée durant la période de l'Xtreme de Verbier, manifestation très reconnue au niveau du Freeride et organisée également par le FWT Management, montre un réel engouement visible dans la station, où le Bike Test avait lieu à travers la rue centrale. Une comparaison également abordée par le magasin Ski Service, comme cité auparavant, qui leur a laissé bonne impression au niveau des locations. À propos du Bike Test, Filliez a constaté une forte demande sur ces vélos essayables sur les 4 jours, lié à la présence des marques de l'industrie du E-bike présentes (Filliez, 2019). Par ailleurs, concernant ces parties-prenantes, certaines ont affirmé, après cette première édition, leur grand intérêt de présence dans la manifestation au futur : « On a eu une trentaine

de marques, ils (sic) ont quasi déjà tous re-signé pour l'année prochaine, et puis on a des marques qui vont venir en plus » (Filliez, 2019). L'industrie du vélo électrique a donc apprécié le concept d'évènement et d'autres marques ont apparemment également constaté un intérêt dans le futur à effectuer des activités de promotion comme le Bike Test dans le futur. Nous l'avons vu auparavant dans ce travail, ce sont des parties prenantes importantes au niveau de l'évènement et même de la destination, laquelle profite de leur présence également. Cela montre indirectement que le territoire de Verbier – Val de Bagnes est adapté à des VTT électriques de par ses dénivelés, et cet intérêt des marques est une manière de justifier cette affirmation. Le test de vélos électriques dans un environnement avec dénivelés naturels permet d'affirmer les qualités de franchissement de ceux-ci, notamment. Certaines marques l'ont compris et, selon Nicolas Filliez, se poseraient même la question de la pertinence de leur présence dans d'autres foires promotionnelles comme « Eurobike », importante manifestation à Friedrichshafen en Allemagne, où les tests de vélos ne sont possibles que sur une aire plane (Eurobike, 2019). Cela reste encore à confirmer, bien entendu, mais cela montre que le modèle du Verbier E-Bike Festival a su convaincre auprès de l'industrie des marques présentes et même absentes pour cette première édition. Cela peut s'expliquer également par le bon emplacement de date du festival par rapport au calendrier des nouveautés des marques, selon Filliez : « [...] on a mis l'évènement à mi-août parce que les modèles de l'année suivante sortent au début août, et puis on peut avoir en primeur pour présenter les modèles de l'année suivante [...]. Le but c'est d'avoir un salon du e-bike » (Filliez, 2019). On peut donc voir ici que l'opportunité de devenir un acteur majeur dans les présentations de nouveaux VTT électrique par l'industrie est assumée. Il sera intéressant de voir si les prochaines éditions réussiront à réellement mettre en place cette idée de salon, lié au Bike Test dont le succès a été au rendez-vous cette année.

6.5. Difficultés éprouvées pour l'évènement du Verbier E-Bike Festival.

Nous allons présenter ici en bref quelques éléments qui ont demandé un certain effort de gestion par les organisateurs. En général, la première édition de quelconque nouvel évènement implique inévitablement des éléments imprévus (Hess, 2019). Malgré les commentaires reçus des utilisateurs durant l'édition « 0 » de 2018, certaines choses n'ont pas fonctionné. Typiquement, selon observation personnelle durant la Rando Gourmande, le problème de panne de charge des vélos électriques survenue au matin du dimanche en est un

exemple, comme précisé dans l'observation participative auparavant dans cette étude. Ce genre d'imprévus sont des « maladies de jeunesse », comme le mentionne Nicolas Filliez, qui explique également que le temps est un facteur à prendre en compte concernant la mise en place de l'évènement : « On a mis beaucoup de choses en place en peu de temps » (Filliez, 2019). En effet, il mentionne que l'idée de l'évènement est venue à peine il y a 3 ans (Filliez, 2019). De ce fait, des modèles ou formats seront à changer pour les prochaines éditions.

6.6. Changements projetés au niveau de l'évènement :

Encore sous formes de projets, certains changements pour les prochaines éditions vont être instaurés après les observations effectuées en août. Filliez parle notamment de possibilités de nouveaux parcours modifiés et élargis dans d'autres régions limitrophes au Val de Bagnes. Selon son optique, « [...] si on veut vendre le tourisme et vendre un évènement, on ne doit pas se cantonner au Verbier – Val de Bagnes » (Filliez, 2019). Il y a donc une volonté de diversifier les offres d'itinéraires, notamment pour chercher d'autres types de paysages visuellement plus sauvages que la région de Verbier particulièrement (Filliez, 2019).

Des autres adaptations au niveaux des itinéraires et de la gestion des groupes sont discutées pour certaines autres offres, notamment la Rando Gourmande. En général, ce sont les observations et les feedbacks liés aux participants qui sont la base de ces possibles décisions d'adaptations. Pour la Rando Gourmande, un Benchmark sur un évènement similaire en Italie a permis de déceler une adaptation potentiellement faisable pour l'année prochaine (Filliez, 2019). À noter que concernant le Tour du Mont-Blanc, le concept actuel est jugé comme base à reprendre pour les années prochaine, du fait de la limite des infrastructures : « On va rester sur cette forme, au niveau infrastructures on ne peut pas arriver avec 1500 participants, je pense qu'un jour si on arrive à 80 participants c'est un gros maximum, tant que la charge des batteries prend autant de temps. » (Filliez, 2019). On voit donc que la dépendance de la charge des batteries entre les 3 étapes ne permet pas une augmentation infinie du nombre de concurrents. Cela confirmera donc l'aspect élitaire de la compétition, mais également la volonté de prioriser un aspect visuel et médiatique spectaculaire de tout l'évènement, en ne facilitant pas les itinéraires. (Filliez, 2019). Au niveau de l'itinéraire, soumis à des restrictions de par le fait qu'il traverse plusieurs pays, il pourrait là y avoir des changements : « Il est parti sous une forme avec certaines autorisations, mais je

pense que dans le temps il va évoluer. » (Filliez, 2019). Il sera donc intéressant de constater si ces autorisations auront des incidences dans la création de nouveaux itinéraires, toujours suivant le modèle d'un tour autour du Mont-Blanc.

6.7. Futur et autres perspectives liées à l'évènement

Lors d'une présentation publique du concept du Verbier E-Bike Festival en mars 2019, à l'occasion d'une séance réunissant les partenaires de l'entreprise de promotion intersectorielle Valais/Wallis Promotion, plusieurs stations du canton ont montré de l'intérêt au développement de la pratique de l'E-bike (Filliez, 2019). Une idée de « Tour du Valais en une semaine, avec le suivi des valises et les gens se promènent à vélo » (Filliez, 2019) a été abordée brièvement dans des discussions. On voit donc que la pratique du E-bike n'intéresse pas seulement la région touristique de Verbier / Val de Bagnes, mais plusieurs autres stations du canton. Nicolas Filliez voit le développement de la pratique également dans le domaine des 4 Vallées, dont Verbier fait partie : « On doit laisser de côté l'esprit de clocher. Les gens quand ils viennent ils ne sont plus comme un plateau comme Verbier mais ils circulent dans toute la région, dans les 4 Vallées. » (Filliez, 2019). De par cette vision globale, il pense également à la création d'une nouvelle offre, « avec un Tour du Mont-Fort ou quelque chose comme ça, et impliquer les stations des 4 Vallées. » (Filliez, 2019). Comme mentionné, ces éléments restent des projets, à l'heure actuelle.

6.8. Perspectives de développement futures de l'offre E-bike

À ce stade de l'étude, nous avons vu que le Verbier E-Bike Festival et sa fréquentation liée ont été une impulsion plutôt élevée dans les volontés de développement de l'E-bike dans la station. Ce grand projet, qui a été mis en place conjointement avec les autorités de la Commune de Bagnes notamment, a donné lieu à cette première édition qui a rassemblé 3250 participants, au-delà des attentes. Il y a eu une réelle volonté de fond de créer ce concept d'évènement pour développer l'offre E-bike de la destination, comme le soulignait Julien Hess en juillet déjà : « La commune de Bagnes si elle a décidé de nous soutenir et d'accepter notre projet finalement, c'est parce qu'ils croient et ont envie de faire de l'e-bike un des axes de l'offre touristique de Verbier Val de Bagnes, et ça ne se crée pas en 1 année » (Hess, 2019).

On voit donc que l'évènement est vu comme un début sur une stratégie de long terme pour faire développer la pratique du E-bike dans la région, en la déclinant comme un des positionnements dans l'offre touristique globale. Nous l'avons également mentionné dans la partie de la clientèle et de la présentation initiale de l'évènement, il y a une volonté et nécessité d'assurer l'héritage de l'évènement avec une offre E-bike intégrée dans la destination. Le but d'avoir « une offre qui a une bonne assise » (Moulin, 2019) passe par plusieurs moyens, au-delà de l'évènement en soi.

Moyens :

- Adaptation des infrastructures :

La question des adaptations des infrastructures pour l'intégration de l'E-bike en son tout dans la station consiste en un enjeu important, selon Malvine Moulin : « La partie adaptation de l'infrastructure, respectivement amélioration de l'expérience client, elle va influencer si oui ou non on va être perçus comme LA destination d'e-bike. » (Moulin, 2019). Pour se faire une place de choix dans les consommateurs, la destination se doit de s'équiper pour convenir à un développement de la pratique. Cela a déjà commencé : nous avons vu que la partie-prenante « Altis », qui a développé des bornes de recharges pour ce type de vélos dans des endroits stratégiques du territoire, apporte une réelle plus-value en ce qui concerne les itinéraires adaptés aux vélos électriques. Cependant, d'autres adaptations sont encore à faire. Les remontées mécaniques de la destination doivent notamment être modernisées pour permettre le transport de vélos électriques plus lourds et volumineux que des VTT classiques. Certaines installations ont actuellement une limite de poids externe qui est inférieure au poids d'un E-bike (Moulin, 2019). Au niveau des commerces également, il n'existe pas encore d'emplacements officiels où pouvoir placer des vélos électriques devant les magasins. Finalement, la création de nouveaux itinéraires homologués pour les E-bike est également dans les discussions. Pour cet élément, Promobike en est la principale partie prenante (Filliez, 2019). La mise en place de panneaux et autres développements de parcours demandent validation de l'Etat du Valais. A ce propos, Nicolas Filliez relate une lenteur administrative notable dans les validations d'autorisations (Filliez, 2019), ce qui a comme conséquence de ralentir les processus de créations d'itinéraires.

En résumé, le développement des adaptations d'infrastructures afin d'accueillir les pratiquants d'E-bike au mieux pour les prochaines années sont à l'étude. Moulin parle d'un besoin de faire un inventaire public pour concrétiser ces adaptations, qui contribueront à l'amélioration de l'expérience client globale des pratiquants d'E-bike (Moulin, 2019). Dans la globalité pour la destination, le but est de « créer une infrastructure qui soit utilisable 10 mois sur 12 » (Filliez, 2019), donc dans la majorité de l'année, itinéraires compris.

Perspectives au niveau du thème de la mobilité :

Le fait d'intégrer l'E-bike dans les activités de la station touche également à l'aspect écologique de la mobilité, au niveau général dans la région. Selon Filliez, le VTT électrique a un rôle à jouer dans le développement de la mobilité douce dans la station, en plus d'être une offre touristique (Filliez, 2019). En effet, les vélos électriques ont selon lui la capacité à réduire l'utilisation de la voiture privée, dans son ensemble, au niveau de la région. L'avènement de cette pratique a aussi un but de « voir la mobilité différemment à Verbier et dans la région. » (Filliez, 2019), mais dans sa globalité. Il cite comme exemple la possibilité qu'aurait l'E-bike de remplacer les petits trajets en voiture pour circuler en station. Malvine Moulin confirme les rapprochements de la tendance des e-bike avec la possibilité de transition vers une mobilité douce. La société Altis, présentée auparavant dans ce travail, en est une partie-prenante essentielle (Moulin, 2019). « Ils ont envie d'être un moteur de la transition énergétique, donc c'est vrai qu'on [Verbier Promotion] a envie de contribuer à ce mouvement. » (Moulin, 2019).

Ce thème est un vaste sujet qui mériterait d'être approfondi dans une autre étude. Cependant, il est à relever que les volontés existent pour utiliser la présence de pratiquants d'E-bike en transition vers une mobilité plus douce au niveau de la région.

7. Conclusion.

Ce travail montre plusieurs éléments relatifs à la mise en place d'un positionnement E-bike dans la station de Verbier, dans le cadre d'une volonté d'y développer la fréquentation estivale. Dotée déjà d'une offre exhaustive en matière de vélo, la destination a saisi l'opportunité de développer sa stratégie avec l'avènement de la pratique du vélo électrique. À travers cette offre en plus, Verbier Promotion compte notamment viser une clientèle similaire à celle qu'elle attire l'hiver. La discipline de l'E-bike permet d'élargir le champ de pratiquants de VTT à une population plus large. En effet, les caractéristiques des E-bikes permettant des trajets ménageant les efforts des pratiquants grâce à leur moteur électrique apportent une composante de plaisir potentiellement plus élevée qu'un trajet en VTT normal. La topographie des itinéraires de la région de Verbier étant composée en grande partie de dénivelés importants, le rôle de l'assistance électrique y est donc particulièrement important. La littérature scientifique confirme ce potentiel de développement de cette pratique dans les Alpes. Adaptée à une cible plus large de cyclistes, la pratique a notamment comme avantage des possibilités d'interactions sociales élevées en relation avec les différents modes d'assistances permettant d'adapter le rythme aux autres pratiquants d'un groupe. En termes de répercussions touristiques, les études confirment que les potentiels pratiquants cherchent également à profiter d'autres offres de la destination, comme la gastronomie ou le bien-être, similairement aux cyclistes de VTT classique. Cette pratique agrandirait donc les répercussions économiques dans plusieurs commerces, même moins liés directement à la pratique du vélo. Au niveau des itinéraires, des possibilités de régulation de flux ont été opérées grâce à des emplacements de bornes de recharges sur différents endroits du territoire de Verbier – Val de Bagnes. Ces bornes, conçues par Altis, une entreprise locale, permettent de recharger les batteries des moteurs électriques et rétablir leur niveau d'autonomie. Cette dépendance de chargement de batterie pour des vélos électriques a donné l'opportunité de construire un réseau d'itinéraires attirant les pratiquants vers les emplacements de ces bornes gratuites, liés à un point d'intérêt. L'entreprise Altis a d'ailleurs été une des premières parties-prenantes à fournir ces infrastructures dans le cadre de la stratégie E-bike. En somme, il y a la volonté de promouvoir cette pratique afin d'élargir la clientèle générale des activités de vélo dans la destination. À ce propos, des promotions incitatives comme le VIP Pass ont été mises en place

pour attirer et ne pas freiner une potentielle clientèle ne voulant pas trop dépenser pour pratiquer du vélo en général dans la destination.

Dans ce contexte, la création d'un évènement était un bon moyen pour développer la pratique du E-bike et la démocratiser. Le FWT Management, entreprise évènementielle organisant également le Freeride World Tour et la finale de Xtreme à Verbier, s'est présentée et a réussi à réunir différentes parties-prenantes également locales pour mettre en place une manifestation permettant la découverte de l'E-bike sous forme de diverses offres. Créant un modèle pionnier et innovant, ils se sont mis d'accord avec les entités publiques de Bagnes pour développer des synergies communes afin de mettre en place un évènement conséquent en ligne avec le développement de l'E-bike. Cette réunion des compétences est avantageuse selon la littérature scientifique. Elle permet de générer un modèle d'évènement avec une base solide et des possibilités de développements concrètes. Le FWT Management a su intégrer son évènement et se montrer comme grande partie-prenante au niveau du développement de l'E-bike dans la destination. Cela se voit également dans l'interview de Julien Hess, qui utilise le terme « nous » quand il s'agit d'évoquer l'offre et les développements de l'E-bike à Verbier, même s'il fait partie d'une entreprise évènementielle qui n'a pas son siège dans la région.

La première édition du Verbier E-Bike Festival intervient donc parfaitement dans les volontés de développement de l'E-bike, citées auparavant. Sa mise en place a même poussé une vision encore plus claire sur les développements futurs de la pratique, notamment au niveau des itinéraires. Les synergies ont permis de concevoir une manifestation innovante, pertinente, inclusive dans la région et pionnière au niveau des stations alpines.

Cette première édition, née après un évènement d'essai confidentiel en Août 2018 et dont les feedbacks ont été pris en compte pour cette année, a connu un succès au niveau des chiffres d'après les organisateurs. Les 3250 participants sont qualifiés de très bons et au-dessus des attentes. Cependant ce n'est pas l'évènement qui a attiré le plus de participants en été à Verbier. La Spartan Race a attiré environ 4000 participants à mi-septembre (Charlet, 2019). Cette compétition de sport extrême n'avait cependant pas autant de collaborations avec les entités publiques comme le Verbier E-Bike Festival. De plus, sa clientèle n'était pas autant large et concernait des sportifs d'élite essentiellement. Les chiffres du Verbier E-Bike

Festival sont donc à mettre dans ce contexte. Il n'en demeure pas moins que la satisfaction de l'évènement est généralement bonne, autant chez les participants (86% selon un sondage du FWT) que chez les organisateurs, comme confirmé par l'entretien avec Nicolas Filliez notamment. Concernant les participants, les données de cette étude ont relevé une plus grande présence des 35-60 ans et un public majoritairement suisse. Une promotion multicanaux explique notamment le réveil de leur intérêt quant à participer à cet évènement. L'offre du festival la plus fréquentée était le Bike Test en station. Une importance marquée pour attirer plus de marques de vélo sera mise pour les prochaines années et transformer l'offre en sorte de salon pour VTT électriques. Par ailleurs, la propension de l'intérêt d'achat d'un E-bike est en augmentation selon les participants du sondage, mais la majorité n'en sont pas encore convaincus. Lié à ce thème, l'analyse effectuée dans ce travail quant aux impacts de l'évènement chez les magasins de sport montre que les ventes n'ont pas sensiblement augmenté durant la période. Cependant, un magasin a considérablement loué de vélos dans la période. En général, ils sont confiants quand au grand potentiel économique de l'E-bike et voient la manifestation comme bon moyen de démocratiser la pratique.

Au niveau de l'évènement, cette étude montre également quelques problèmes rencontrés essentiellement en relation avec les infrastructures et le matériel. Selon les organisateurs, ce sont des erreurs de jeunesse relatives à la première édition officielle de la manifestation. Des éléments qui ont été pris en compte pour ne pas survenir dans les prochaines éditions.

En ce qui concerne le développement de l'offre E-bike dans la destination, ce travail montre que le Verbier E-Bike Festival a agi comme un important élément quant à la volonté de créer de nouveaux itinéraires homologués mais également envisager des adaptations d'infrastructures, notamment au niveau des remontées mécaniques. Il y a la volonté d'améliorer l'expérience client générale pour les pratiquants d'E-bike.

Ce travail montre donc que l'introduction du Verbier E-Bike Festival dans les activités Bike déjà présentes à Verbier positionne la station comme pionnière avec ce genre d'évènement. La clientèle visée par cette pratique se confirme dans les caractéristiques des participants et prouve qu'une audience plus large, de tout âge, est adaptée.

Limites du travail et perspectives de recherches futures :

De par une littérature scientifique encore peu abondante, ce travail a présenté l'E-bike comme nouvelle tendance. Il sera donc intéressant de voir sa progression dans les années qui suivent. De plus, de par la première édition du Verbier E-Bike Festival en tant qu'évènement officiel, peu de comparaisons peuvent se faire quant à son développement. Quand les éditions suivantes auront lieu, il sera là approprié d'en observer plus en détail les performances et les évolutions. En général, il est donc encore trop tôt pour faire des conclusions tranchées sur le développement de l'évènement et son émulation précise dans la station, au long terme.

L'aspect de la mobilité douce liée à ce type de vélos est également à observer ces prochaines années. Il est encore trop tôt pour affirmer que ce type de transport peut définitivement remplacer certains déplacements en voiture. Il y a encore tout un aspect de persuasion psychologique qui est à analyser, de manière pragmatique. Ce travail montre cependant que les E-bikes ont, théoriquement, les caractéristiques pour changer les modes de trajets dans la destination. Malvine Moulin confirme que certains déplacements entre les résidences secondaires et le centre de la station commencent à se faire (Moulin, communication personnelle, octobre). Il sera donc intéressant d'en constater l'évolution.

Il sera également intéressant de constater si l'augmentation de pratiquants d'E-bike mènera à des accidents ou problèmes de cohabitation dans les itinéraires, car la capacité d'élargir le territoire de découverte avec un E-bike pourrait causer des dérives. Il serait à analyser lesquelles précisément.

Références

- Altis. (2019, Octobre 26). *Altis Itineris*. Récupéré sur Altis: <https://www.altis.swiss/produit-itineris>
- Altis. (2019, Octobre 26). *Bornes Vélos – Liste des prix de location (uniquement bornes brandées)*. Récupéré sur Altis: https://4749466d-ac04-4a06-bab6-8afc13901b27.filesusr.com/ugd/990051_c0355dd6298f4fdea28f838502adc029.pdf
- Altis. (2019, Octobre 26). *Notre histoire*. Récupéré sur Altis: <https://www.altis.swiss/historique>
- Angers, M. (1996). *Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines, deuxième édition*. Anjou: Les éditions CEC inc.
- APA. (2010). *Publication Manual of the American Psychological Association, Sixth Edition*. Washington: Auteur.
- BAKBASEL. (2010). *Benchmarking du tourisme - Le secteur suisse du tourisme en comparaison internationale , Rapport de synthèse du "Programme de benchmarking international du tourisme suisse, mise à jour 2008 - 2009"*. Basel: BAK Basel Economics AG.
- Ben. (2019, Octobre 10). (N. Mari, Intervieweur)
- Bike Club Verbier. (2019, Novembre 2). *L'histoire du Club*. Récupéré sur Bike Club Verbier: <http://www.bikeclubverbier.ch/lhistoire-du-club>
- Boudreau, B. P. (1997). *Présentation et rédaction d'un travail de recherche, 2e édition, revue et augmentée*. (C. d. éducation, Éd.) Récupéré sur <http://www.umoncton.ca/umcm-bibliotheque-crp/node/29>
- cyclable. (2019, Octobre 23). *Comment choisir la batterie de son vélo à assistance électrique ?* Récupéré sur cyclable: <https://www.cyclable.com/comment-choisir-la-batterie-de-son-velo-a-assistance-electrique/>

cyclable. (2019, Octobre 23). *Tout sur le vélo à assistance électrique*. Récupéré sur cyclable:
<https://www.cyclable.com/tout-sur-le-velo-a-assistance-electrique/>

EUR-Lex. (2019, Octobre 23). *Règlement (UE) n ° 168/2013 du Parlement européen et du Conseil du 15 janvier 2013 relatif à la réception et à la surveillance du marché des véhicules à deux ou trois roues et des quadricycles Texte présentant de l'intérêt pour l'EEE*. Retrieved from EUR-Lex: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=CELEX:32013R0168>

Eurobike. (2019, Novembre 5). *Eurobike Festival Day*. Récupéré sur Eurobike:
<https://www.eurobike.com/de/>

Filliez, N. (2019, Octobre 8). (N. Mari, Intervieweur)

Freeride World Tour. (2019, Septembre 19). *Results*. Récupéré sur Freeride World Tour:
<https://www.freerideworldtour.com/results?season=182&level=all&competition=2>

Haralambon, O. (2019, Octobre 12). *Tour du Mont-Blanc en vélo à assistance électrique : ils racontent*. Récupéré sur L'équipe: <https://www.lequipe.fr/Velo-mag/Decouverte/Actualites/Le-vtt-a-assistance-electrique-n-est-pas-une-balade-de-sante/1050938>

Hess, J. (2019, Juillet 23). (N. Mari, Intervieweur)

Maret, M. (2019, Août). "L'émergence du tourisme estival en Valais se concrétise : en quoi le "e-bike festival" de Verbier est-il un modèle d'innovation ?".

Michellod, J. (2019, Octobre 10). (N. Mari, Intervieweur)

Moulin, M. (2019, Juillet 30). (N. Mari, Intervieweur)

Pechlaner, H., Demetz, M., & Scuttari, A. (2015). *EURAC Research*. Récupéré sur yumpu.com:
<https://www.yumpu.com/en/document/read/53712153/alpnet-eurac-cyclealps-finalpdf>

Qsport. (2019, Novembre 5). *Verbier E-Bike Festival Journée VTT électrique*. Récupéré sur Qsport: <https://qsport.qoqa.ch/fr/offers/19067>

Rein, 3. D. (2019, Septembre 19). *L'XTREME DE VERBIER - 20 ANS D'HISTOIRE*. Récupéré sur 30°: <https://www.30degres.swiss/articles/l-xtreme-de-verbier-20-ans-d-histoire>

Société de développement de Verbier. (2019). *Rapport de gestion 2018*. Verbier.

Téléverbier S.A. (2019, Août 10). *Horaires été 2019*. Récupéré sur Verbier 4 Vallées: <http://www.verbier.ch/fr/domaine-skiable/infos-pratiques-shop-online/horaires-ete/horaires-ete.htm>

Tourisme Québec. (2007). *Une analyse quantitative de l'évolution des voyages internationaux des Américains entre 1995 et 2005*. Récupéré sur <http://www.tourisme.gouv.qc.ca/publications/publication.asp?id=13&categorie=60>

Verbier Promotion. (2019, Octobre 26). *Bornes de recharge*. Récupéré sur Verbier: <http://www.verbier.ch/fr/urltest/bornes-listingm-ilo85.html>

Verbier Promotion. (2019, Octobre 26). *Comment bénéficier du Verbier Infinite Playground*. Récupéré sur Verbier: <http://www.verbier.ch/fr/comment-beneficier-du-verbier-infinite-playground-pass.htm>

Verbier Promotion. (2019, Octobre 23). *Comment bénéficier du Verbier Infinite Playground Pass*. Récupéré sur Verbier: <http://www.verbier.ch/fr/comment-beneficier-du-verbier-infinite-playground-pass.htm>

Verbier Promotion. (2019, Octobre 26). *Offres et avantages*. Récupéré sur Verbier: <http://www.verbier.ch/fr/les-offres-et-avantages.htm>

Verbier Promotion. (2019). *Rapport de gestion 2018*. Verbier: Société de développement de Verbier.

Verbier Promotion. (2019, Août 3). *Verbier Promotion SA*. Récupéré sur Verbier: <http://www.verbier.ch/fr/fppoi-verbier-promotion-sa-4429.html>

Wagner, F. (2015, Septembre). Comment un organisme tel qu'un office de tourisme peut-il insuffler une dynamique à un territoire grâce au sport et au VTT en particulier ? L'exemple des Deux Alpes. Nancy, Lorraine, France.

Déclaration de l'auteur

Je déclare, par ce document, que j'ai effectué le travail de Bachelor ci-annexé seul, sans autre aide que celles dûment signalées dans les références, et que je n'ai utilisé que les sources expressément mentionnées.

Nicolas Mari

A handwritten signature in dark ink, appearing to read 'N. Mari', is written on a light-colored, slightly textured background.