ETUDE D'ÉVALUATION DES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES LIÉES À L'ESCALADE EN ESSONNE ET DANS LE SUD SEINE-ET-MARNE SYNTHESE GLOBALE

Opération réalisée par :

Essonne Tourisme

SEINE & MARNE ATTRACTIVITÉ

En partenariat avec :

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Office National des Forêts

Région îledeFrance

Parc naturel régional du Gâtinais français

Pays de Nemours

Objectifs :

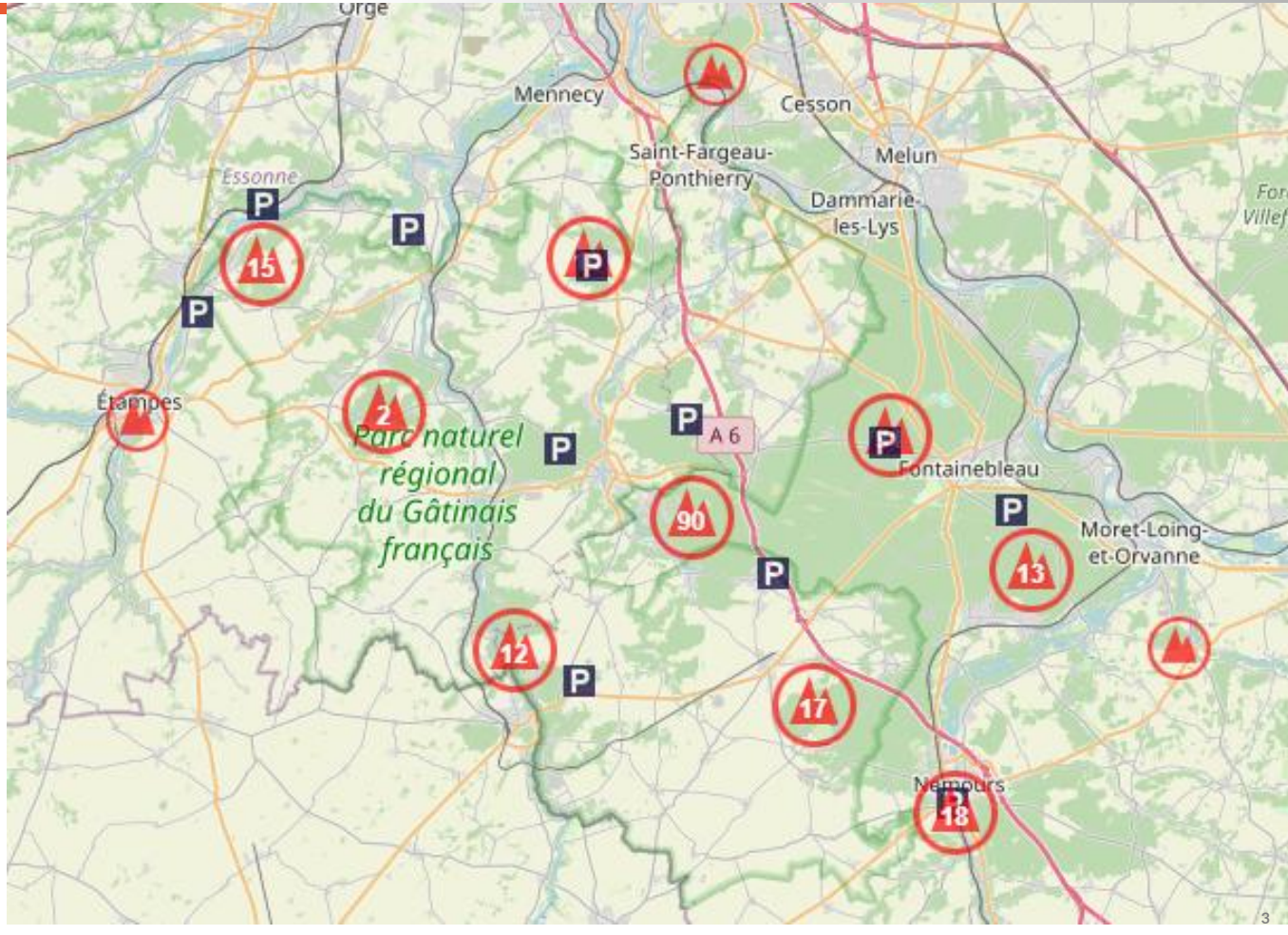
- Avoir une meilleure **connaissance des grimpeurs** (habitants, excursionnistes, touristes) : pratiques, besoins, attentes, etc. et aller au-delà des **préjugés**
- **Évaluer les retombées économiques** directes/indirectes de la clientèle des grimpeurs : typologie d'entreprises concernées dans toute leur diversité (grandes surfaces, commerces spécialisés, séminaires, formations, hébergements, autres) chiffre d'affaires, emplois estimés, etc.
- **Réfléchir aux développements touristiques** et économiques de la filière et insérer la pratique dans une démarche plus respectueuse des contraintes environnementales du milieu forestier (mobilité, érosion, déchets, sur fréquentation ponctuelle, incendie, etc.).

➔ **Enjeu politique :** Apporter des éléments concrets permettant aux décideurs (État/ONF, Département et Intercommunalités) de mieux mesurer le potentiel économique des grimpeurs afin d'éclairer leurs décisions sur des projets de développement futurs

4 grands blocs qui sont interdépendants

Première cible :	Deuxième cible :	Troisième cible :	Quatrième cible :
LES HABITANTS / GRIMPEURS	**LES EXCURSIONNISTES ET LES TOURISTES**	**LES ENTREPRISES SPECIALISEES DANS L'ESCALADE**	**LES AUTRES ACTEURS ECONOMIQUES**

Maitres d'ouvrage: Essonne Tourisme, Seine-et-Marne Attractivité
Partenaires financiers: Région Ile de France, CC du Pays de Nemours
Partenaires techniques : ONF, PNR du Gâtinais français, Gîtes de France, offices de Tourisme, EPCI concernées
Périmètre de l'étude : 3 départements, 10 intercommunalités directement concernées (6 en Seine-et-Marne, 3 en Essonne, 1 dans le Loiret).
Durée de l'étude: 1 année complète

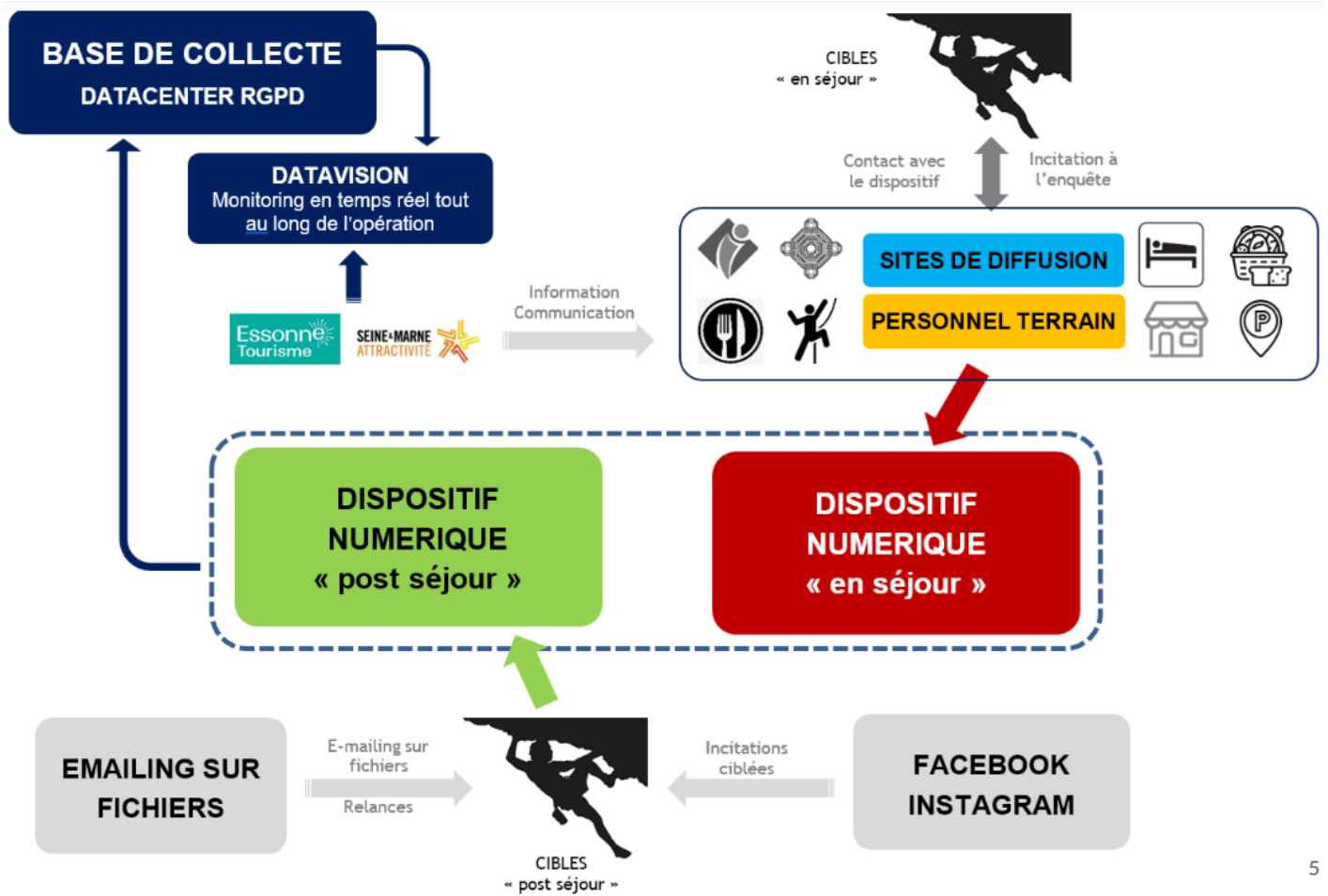


4V et Ethicalia, les deux cabinets mandatés pour cette étude

TOURISTES GRIMPEURS
Enquête quantitative

LOCAUX GRIMPEURS
Enquête quantitative

Enquête déployée sur le terrain de décembre 2024 à novembre 2025



TOURISTES GRIMPEURS
Enquête quantitative

LOCAUX GRIMPEURS
Enquête quantitative

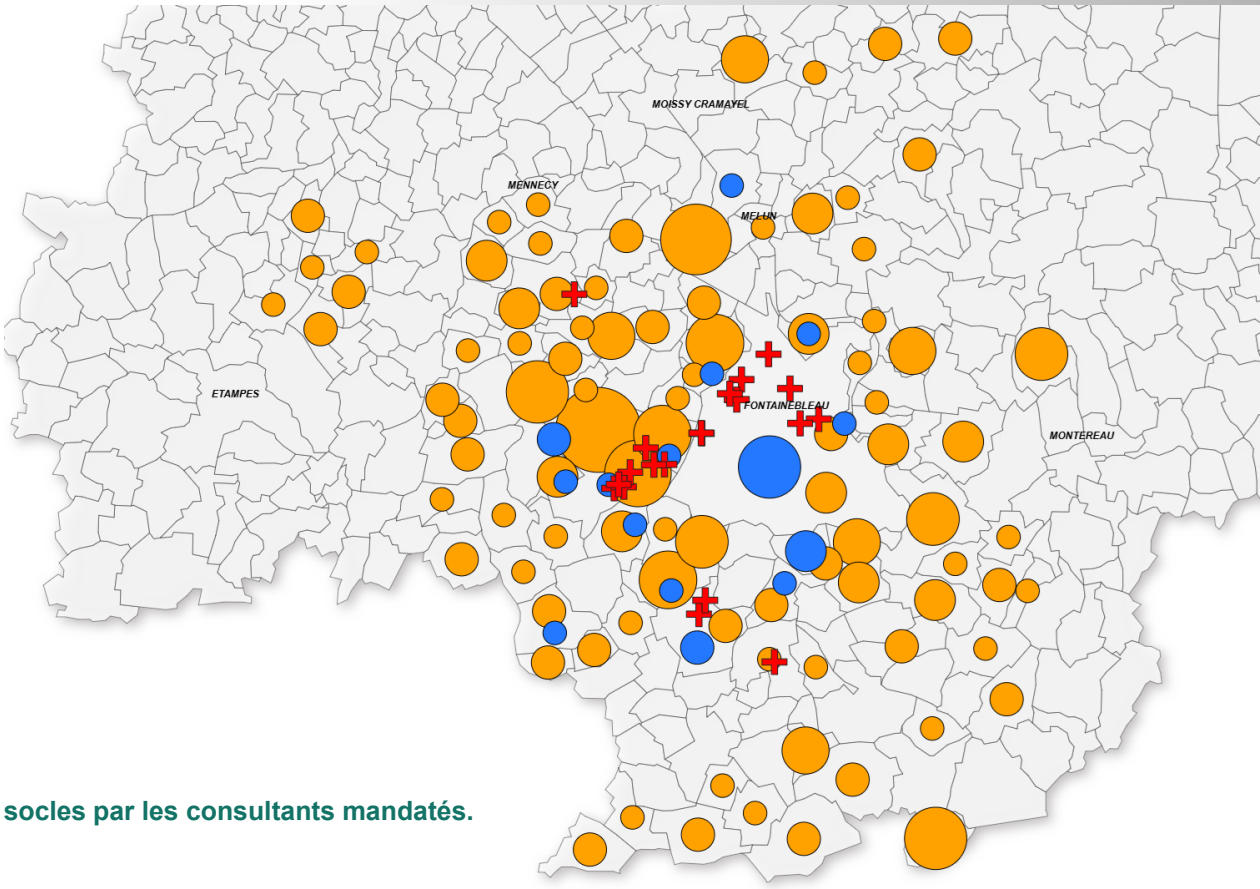
Enquête déployée sur le terrain de décembre 2024 à novembre 2025

POINTS DE DIFFUSION

Spot de grimpe

Points de diffusion de l'enquête avec suivi des animateurs terrain

Autre points de diffusion de l'enquête



Animation et échanges hebdomadaires des sites socles par les consultants mandatés.

Étude d'évaluation des retombées économiques liées à l'escalade en Essonne et dans le Sud Seine-et-Marne

+ **Enquête Elus**
+ **Interviews Qualitatives** (élus, féderation, associations, entreprises, etc)
+ **Enquête Entreprises**
+ **Enquête Grimpeurs**

Déroulé de l'enquête

- Questionnaire administré par Sphinx du 07 mai au 05 juin 2025 (3 relances)
- Envoi de l'enquête aux élus des 204 communes des territoires concernés
- Environ 20 % de taux de réponse
- Des réponses contrastées en fonction des territoires

- Une conscience presque unanime qu'il s'agit d'une destination mondiale (près de 80%)
- Mais l'impression de ne pas faire partie de cette destination (50%) s'il n'y a pas de « blocs » sur le territoire communal
- Environ 1 élu sur 2 favorable à une démarche concertée afin d'engager une démarche collective pour mieux gérer les flux liés à la pratique, ce qui démontre un travail nécessaire d'appropriation de cette notion de destination touristique

ENQUÊTE GRIMPEURS

PROFILAGE - DÉPENSES - COMPORTEMENTS - ATTENTES

- 4.838 témoignages récoltés

- **3.779 conservés pour l'analyse**
  - **2.588 touristes-grimpeurs (68%)**
  - **1.191 excursionnistes-grimpeurs (32%)**



Étude d'évaluation des retombées économiques liées à l'escalade en Essonne et dans le Sud Seine-et-Marne

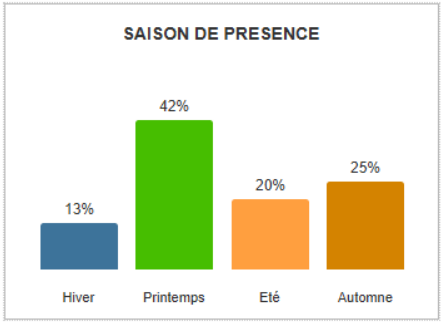
GRIMPEURS
Profilages et principaux résultats

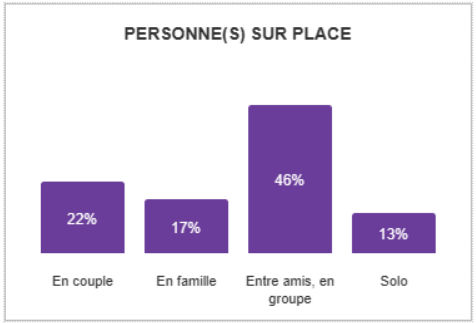


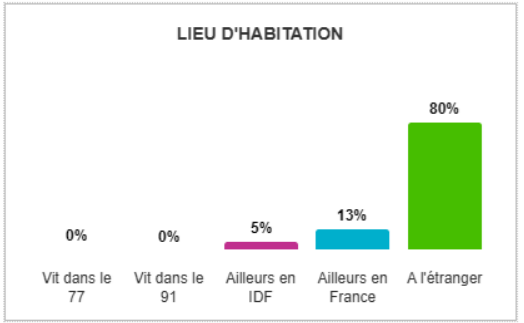
ENQUÊTE GRIMPEURS : REPRÉSENTATIVITÉ DES RÉPONDANTS

Touristes - grimpeurs

2 600 réponses

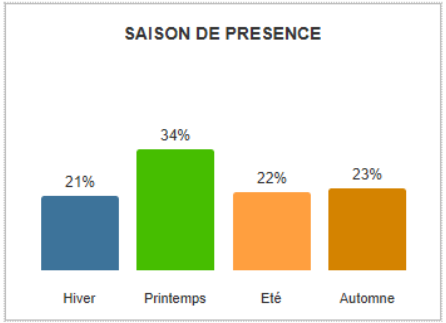


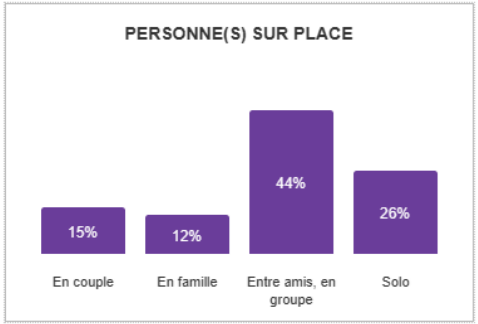


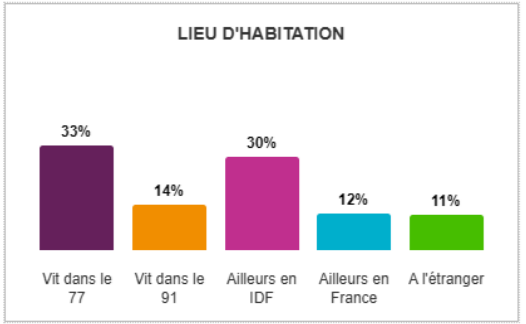


Excursionnistes - grimpeurs

1 200 réponses







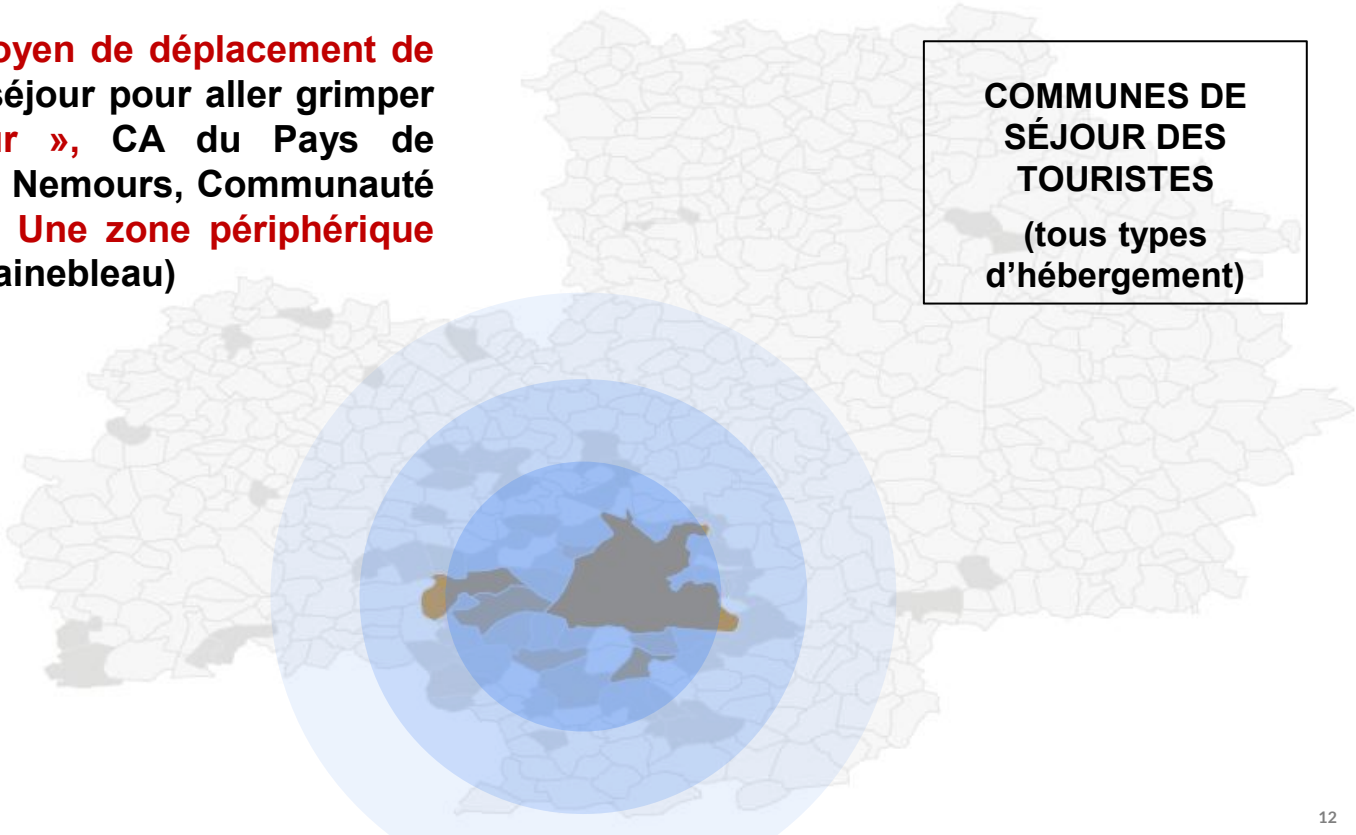
LES TOURISTES : LIEU DE SÉJOUR

Les touristes ont un rayon moyen de déplacement de 19-20 km depuis leur lieu de séjour pour aller grimper en forêt. Une zone « cœur », CA du Pays de Fontainebelau, CC du Pays de Nemours, Communauté de Communes des 2 Vallées. Une zone périphérique plus large (30 à 35 KM de Fontainebleau)

COMMUNES DE SÉJOUR DES TOURISTES

(tous types d'hébergement)

	%
FONTAINEBLEAU	20%
GREZ-SUR-LOING	15%
MILLY-LA-FORÊT	14%
NOISY-SUR-ÉCOLE	13%
LA CHAPELLE-LA-REINE	7%
BOURRON-MARLOTTE	5%
BARBIZON	5%
LARCHANT	2%
LE VAUDOUÉ	2%
ONCY-SUR-ÉCOLE	2%



GRIMPEURS : 3 GRANDES TYPOLOGIES

TOURISTES
Environ 74 000/an

- Etrangers (75 à 80%)
- Séjours longs (9 à 10 nuits)
- Viennent 1 ou 2 fois par an (1,6)
- 3 à 5 grimpeurs présents : entre amis ou en famille (avec des enfants),
- Bleau est le spot mythique où il "faut" venir grimper en extérieur.
- Outils d'information : Boolder (68%), bleau.info (52%)
- Deux profils très différents :
  - Hébergement marchand
  - Hébergement non marchand (bivouac)

EXCURSIONNISTES (franciliens)
Environ 406 000/an

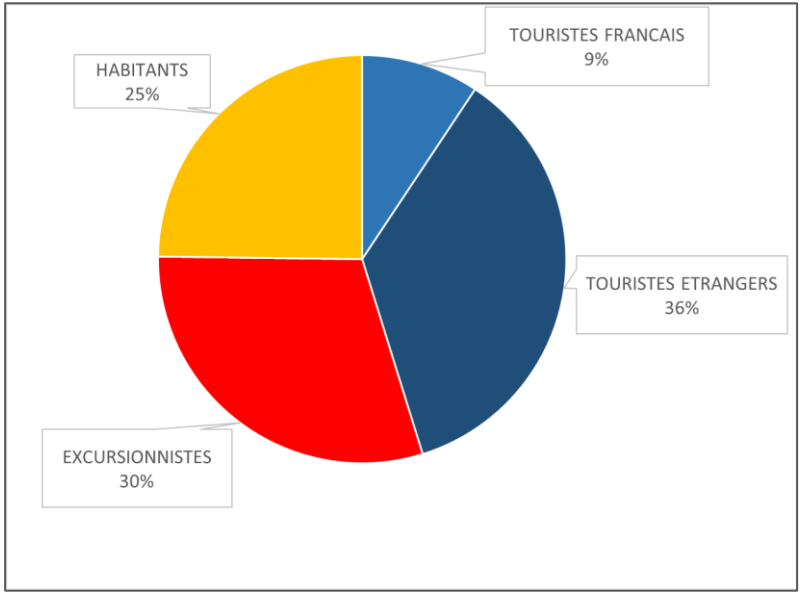
- Fréquentent surtout une dizaine de spots dans la forêt
- Viennent 12 à 14 fois par an
- 3 à 5 grimpeurs présents : entre amis
- Pratique intensive du bloc en salle dans la semaine :
  - *Grimpent avec les "codes" du bloc en salle : musique, vidéos, réseaux sociaux, magnésie…*
- Outils d'information : Boolder (68%), bleau.info (64%)
- Deux profils très différents :
  - Le "parisien" en transport en commun
  - Le "banlieusard" en voiture

HABITANTS
Environ 7 000

- Bleau est un terrain de jeu quotidien, historique et à domicile.
- 45 à 50 "sessions" en moyenne par an
- 44% grimpent plusieurs fois par semaine en forêt
- En solo ou en petits groupes d'amis : vont grimper en voiture
- Information "grimpe" : bleau.info (65%), Boolder (59%)
- Très sensibles aux problèmes de fréquentation des sites et à la préservation de la forêt
- Possiblement des relais efficaces de diffusion des bonnes pratiques sur le terrain

VOLUMES DES 3 GRANDES TYPOLOGIES

	TOURISTES	EXCURSIONNISTES	HABITANTS
BLEAU : JOURNÉES-GRIMPEURS PAR AN	843 à 979.000	336 à 390.000	278 à 323.000



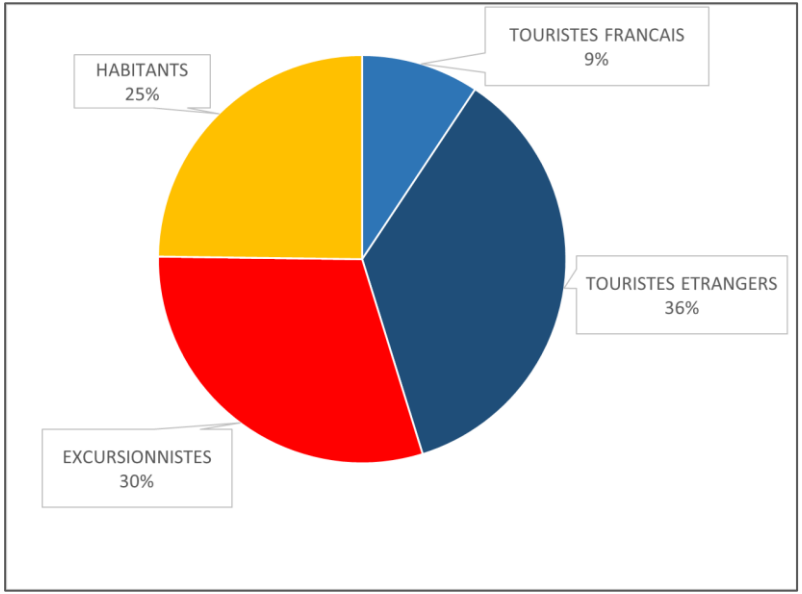
1.100.000 à 1.300.000 journées-grimpeurs par an

Comparatif : Château de Fontainebleau

580 à 590.000 visites / an

VOLUMES DES 3 GRANDES TYPOLOGIES

	TOURISTES	EXCURSIONNISTES	HABITANTS
BLEAU : JOURNÉES-GRIMPEURS PAR AN	843 à 979.000	336 à 390.000	278 à 323.000



1.100.000 à 1.300.000 journées-grimpeurs par an

Comparatif : Le Surf en Nouvelle-Aquitaine

1.000.000 journées-surf par an

GIP LITTORAL 2030

** Estimation suite à l'état des lieux de la filière SURF en Nouvelle Aquitaine - 2017*

LES TOURISTES (910.000 journées-grimpeurs par an)

EN HÉBERGEMENT MARCHAND (55%)

- Gîte, location (33%)
- Camping (27%)

- 7 à 8 nuits sur place
- CSP Supérieures
- En famille, avec des enfants
- 3 à 5 personnes
- 60% font aussi autre chose (balade, restaurant, visite…)

Enjeux, attentes :

➢ Propreté, poubelles
➢ Lisibilité de l'offre touristique
➢ Adaptation aux enfants
➢ Infos "bonnes pratiques"
➢ Langues étrangères



La famille Weber
Habitent à Cologne (DE)
Ingénieure, enseignant
2 enfants de 9 et 11 ans



Elise, Maarten, Tom
3 amis
Vivent à Liège (BE)
Educatrice spécialiséé
Technicien en maintenance
Développeur front-end

EN HÉBERGEMENT NON MARCHAND (45%)

- Van, bivouac… (85%)
- *Camping (12%)*
- *Amis, famile, residence secondaire, etc*

- 9 à 10 nuits sur place
- CSP supérieures/moyennes
- Entre amis
- 3 à 5 personnes
- Séjour quasi "100% Bloc" : parfois un restaurant, un bar…

Enjeux, attentes :

➢ Accès à des zones de bivouac
➢ Services de base sur bivouac
➢ Meilleure gestion des flux des grimpeurs (spots et parkings)
➢ Infos "bonnes pratiques"

LES EXCURSIONNISTES (360.000 journées-grimpeurs par an)

BANLIEUSARDS

- Un homme (69%)
- Vient en voiture perso (60%) et co-voiturage (22%)
- CSP Supérieures (60%)
- Solo (22%), entre amis (50%)
- Toute l'année, un peu moins l'été
- Habitude et usage diversifié des spots de bloc dans la forêt

Enjeux, attentes :

➢ Stationnement, parking
➢ Accessibilité et signalétique
➢ Gestion de la fréquentation
➢ Infos "bonnes pratiques"
➢ Déchets, poubelles



Thomas, 38 ans

Habite à Antony

Ingénieur informatique dans une scale-up à Paris



Mehdi 24 ans

Habite à Paris 11e

Développeur informatique dans une agence web

PARISIENS

- Un homme (65%)
- Vient en RER/Train (69%)
- CSP supérieures (67%)
- Entre amis (60%), 3 à 5 personnes
- Vient toute l'année, un peu moins en hiver
- Pratique centrée sur les spots mythiques (Isatis, Cuvier…)

Enjeux, attentes :

➢ Transports, navettes
➢ Infos "co-voiturage"
➢ Accessibilité et signalétique
➢ Infos "bonnes pratiques"
➢ Collaboration avec salles de bloc

LES HABITANTS (300.000 journées-grimpeurs par an)



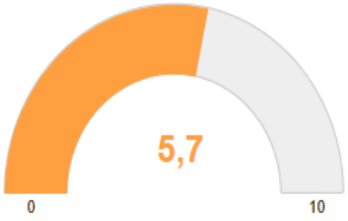
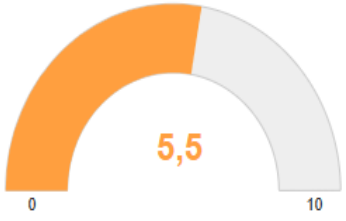
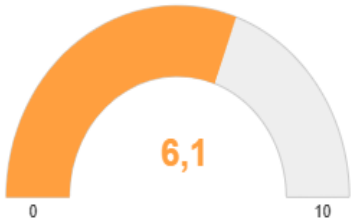
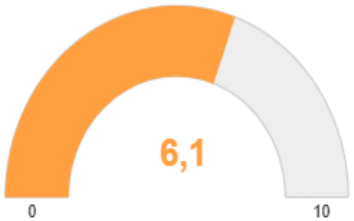
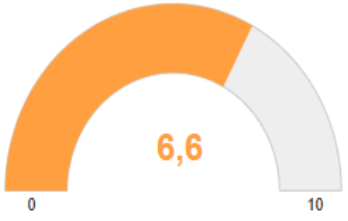
Claire, 42 ans
Habite à Noisy-sur-Ecole
Infirmière à Fontainebleau

- Vit dans le 77 (69%) / Vit dans le 91 (31%)
- 40 ans de moyenne et CSP Supérieures (58%)
- Grimpe vraiment toute l'année (en moyenne 50 fois par an), juste un peu moins l'été
- Va grimper en voiture (79%)... et un peu à vélo (18%)
- Pratiques multiples : en solo, en couple, entre amis, avec les enfants...
- Usage très diversifié des spots de bloc dans la forêt (connaissance très poussée des sites)
- Souvent en position de "médiatrice" sur le terrain

<u>Enjeux, attentes :</u>

➢ Saturation de sites, fréquentation, gestion des flux
➢ Stationnement, parkings
➢ Respect et protection de la forêt
➢ Respect et protection des blocs
➢ Impact de la magnésie

Niveau de prise de conscience de l'impact de la pratique sur la forêt

TOURISTES EN GÎTE	TOURISTES EN VAN AMÉNAGÉ	EXCURSIONNISTE D'ANTONY	EXCURSIONNISTE DE PARIS	HABITANTE NOISY SUR ECOLE
				
				
5,7	5,5	6,1	6,1	6,6
0 10	0 10	0 10	0 10	0 10

Étude d'évaluation des retombées économiques liées à l'escalade en Essonne et dans le Sud Seine-et-Marne

Focus "Retombées économiques"



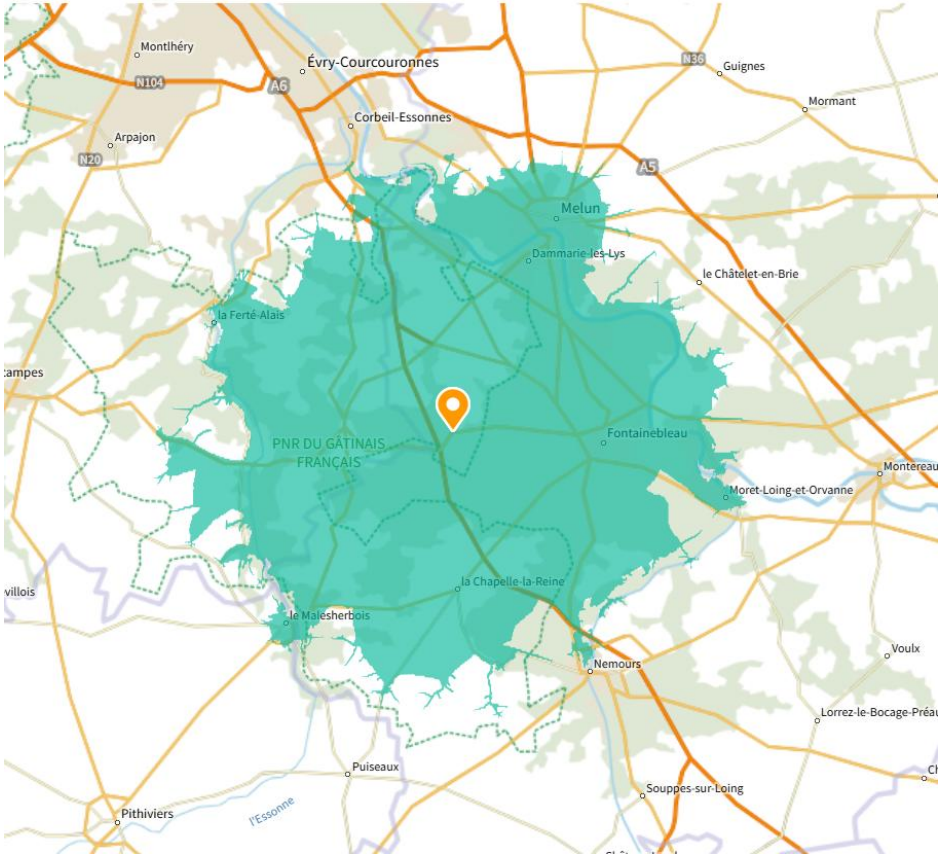
ENQUÊTE ENTREPRISES

LA VISION DES ENTREPRISES LOCALES

- **4.365 entreprises interrogées**
  Tous secteurs de la vie quotidienne



- **1.126 réponses collectées**
- **1.037 conservées pour l'analyse**
  - **672 entreprises situées en "coeur de zone"**
  - **365 entreprises situées au-delà de cette zone**



Cœur de zone
basé sur la distance moyenne de rayonnement des grimpeurs

LA VISION DES ENTREPRISES LOCALES (1037 réponses)

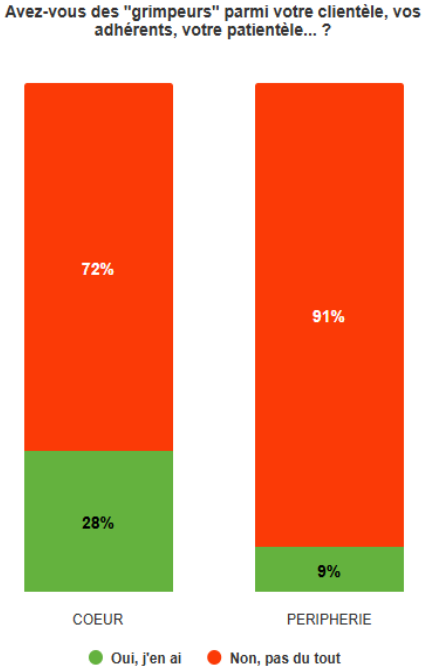
Avez-vous des grimpeurs dans votre clientèle, vos adhérents, votre patientèle… ?

- **En zone "Cœur", 28% des entreprises déclarent avoir des grimpeurs dans leur clientèle.**

  Les grimpeurs sont surtout cités par :
  - les hébergements touristiques (76% les citent)
  - les petits commerces alimentaires (39%)
  - la restauration et les bars (45%)
  - les prestataires d'activités et les sites de visites (40%)

- **En Périphérie** (au-delà de la zone "Coeur"), **cette proportion tombe à moins de 1 entreprise sur 10.**

NB : "avoir" des grimpeurs dans sa clientèle ne signifie pas forcément qu'ils pèsent vraiment dans son chiffre d'affaires.



« Dès qu'on se trouve dans le cœur de la zone de pratique, les grimpeurs font partie du quotidien de beaucoup d'entreprises ; dès qu'on s'éloigne, ils deviennent une clientèle marginale »

LA VISION DES ENTREPRISES LOCALES (1037 réponses)

A combien estimez-vous la part de la clientèle "grimpeurs" dans votre CA annuel ?

- **Entreprises en zone Cœur** : en moyenne autour de **15%** du CA est attribué aux grimpeurs par les entreprises répondantes

- Les résultats sont très différents selon les secteurs d'activité
  - 32% du CA annuel pour des hébergements touristiques
  - 20% pour des prestataires de loisirs et les sites
  - 15% pour des commerces alimentaires
  - 14% pour des transports
  - 12% pour de la restauration
  - 9% pour des commerces non alimentaires
  - 3% pour des praticiens de santé

- **En périphérie** : plutôt autour de **6%** en moyenne, sans représentativité au niveau des secteurs d'activité.

A noter **cette part "grimpeurs" dans le CA est présente sur les 4 saisons** (plus forte au printemps et à l'automne) : les grimpeurs aident donc à lisser l'activité sur l'année, ce qui est précieux pour de petites entreprises.

« Dans le cœur de la zone, les grimpeurs, ce n'est pas qu'une micro-niche : pour certains secteurs d'activité, on parle de 20 à 35% du chiffre d'affaires. »

GRIMPEURS : RETOMBÉES ÉCONOMIQUES LOCALES

	TOURISTES	EXCURSIONNISTES	HABITANTS
BLEAU : DÉPENSE MOYENNE SUR PLACE PAR JOUR DE GRIMPE ET PAR PERSONNE	**32,0 €**	**19,5 €**	**14,5 €**

Eléments de comparaison

Séjour (TOURISTES)	Type d'offre	Hébergement dominant	Budget moyen/jour/pers
Surf	Séjour autonome	Camping, locatif, petit hôtel	75–105€
Cyclotourisme	Itinérant autonome	Bivouac, camping	40–50€
Cyclotourisme	Itinérant confort	Gîtes, hôtels	75–85€
Randonnée itinérante	Autonomie, gîtes	Refuges, gîtes d'étape	55–65€
Pèlerinage	Autonomie, simple	Gîtes pèlerins, bivouac	30–45€
Montagne été	Séjour sportif famille	Village vac., résidence tourisme	95–135€

Sources :
https://pro.auvergnerhonealpes-tourisme.com/60e-cest-la-depense-moyenne-dun-touriste-francais-ayant-sejourne-en-auvergne-rhone-a
https://planificateur.a-contresens.net/budget-pays-FR-france.html
https://www.trekking-mont-blanc.com/prix-tour-du-mont-blanc
https://lescheminsverscompostelle.fr/pratique/quel-budget-pelerinage-compostelle
https://www.santiagooo.com/article/quel-budget-quotidien-sur-le-chemin-de-st-jacques
https://www.campingestela.fr/budget-pour-le-chemin-de-stevenson-
https://rafting-castellane.fr/tous-nos-tarifs/
https://www.canyoningverdon.fr/tarif.php
https://www.escalade-canyoning-jura.com/tarifs/
https://www.sport-decouverte.com/magazine/prix-du-canyoning/
https://www.audescapades.com/tarifs.html
https://www.decathlontravel.com/voyages/landing/canyoning-france
https://www.decathlontravel.com/voyages/sport-escalade/voyage-weekend-via-ferrata-dans-les-alpes/BBEQWW
https://www.kazaden.com/sp-multi-activites-montagne/ac-sejour-multi-activites-en-eau-vive-2424

GRIMPEURS : RETOMBÉES ÉCONOMIQUES LOCALES

BLEAU : TOTAL DES DÉPENSES RÉALISÉES SUR PLACE PAR LES GRIMPEURS



	TOURISTES	EXCURSIONNISTES	HABITANTS
	16,2 à 18,7 M€/an	6,6 à 7,6 M€/an	4,1 à 4,6 M€/an
APPORT À L'ÉCONOMIE LOCALE	23 à 26 M€ par an		*Dépenses de vie courante*
Hébergements	6,9 M€/an	28%	0,0%
Matériel (achat, location)	2,7 M€/an	10%	4%
Prestations locales, coach, stage	0,3 M€/an	1,5%	3%
Restaurants, bars	4,0 M€/an	16%	12%
Commerces alimentaires	5,9 M€/an	24%	21%
Transports sur place	4,0 M€/an	16%	58%
Autres dépenses	1,1 M€/an	4,5%	2%

Étude d'évaluation des retombées économiques liées à l'escalade en Essonne et dans le Sud Seine-et-Marne

Principaux enseignements



PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

Une filière encore peu structurée…

- **Clientèle encore "invisible"** : seules 28% des entreprises en zone Cœur déclarent avoir des grimpeurs dans leur clientèle, et moins de 10% en périphérie.

- **Pas pensée comme une filière économique** : la grimpe n'est pas identifiée comme un secteur à part entière, très loin de l'écosystème structuré du surf sur la côte aquitaine (marques, écoles, fabricants matériels…)

- **Une "économie de cueillette"** : on laisse venir cette clientèle naturellement, sans stratégie collective, sans offre clairement dédiée, sans services adaptés, sans gouvernance ni outils partagés d'observation ou de décision.

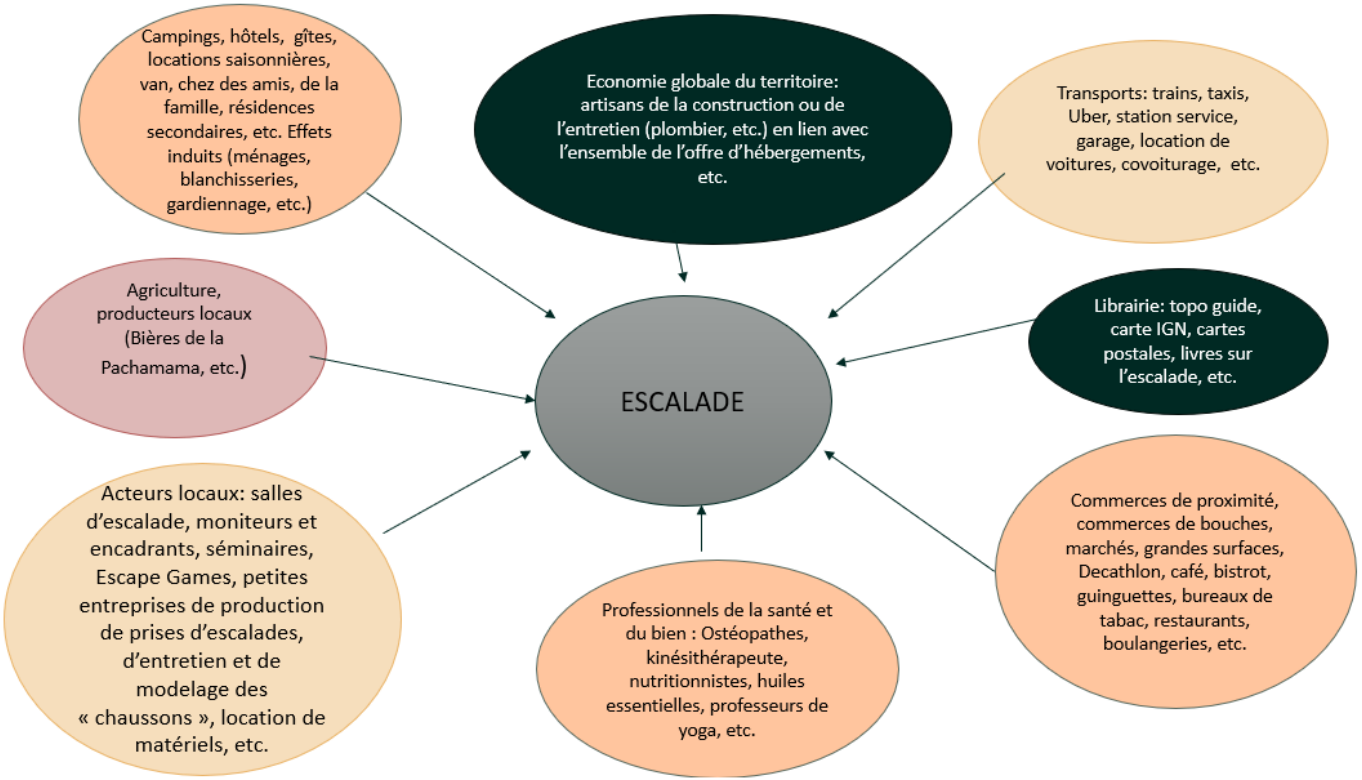
- **Difficulté à apparaître dans les chiffres** : contributions diffuses, petites TPE, dépenses éclatées dans la vie quotidienne (transport, alimentation, hébergement, bars…) rendent la filière quasi insaisissable dans les statistiques officielles (Insee, Urssaf…)

PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

… mais déjà stratégique pour le territoire

- **Un poids économique réel** : 23 à 26 M€ de dépenses annuelles réalisées sur place par les grimpeurs, dont 30% pour les hébergeurs touristiques et 70% en dépenses de vie courante (alimentation, bars, restaurants, carburants…)
- **Un enjeu majeur pour certaines TPE** : en zone Cœur, les grimpeurs représentent en moyenne 15% du CA, mais cette moyenne atteint 35% pour des hébergeurs, prestataires de loisirs, commerces alimentaires… et même beaucoup plus dans certains cas particuliers
- **Un "amortisseur" de saisonnalité** : la part "grimpeurs" est présente sur les 4 saisons, avec des pics au printemps et à l'automne, participant à lisser l'activité des petites entreprises au-delà des seules vacances d'été.
- **Un levier d'image et d'attractivité internationale** : "Bleau" est perçu comme un spot "mythique" et "unique" par des touristes très majoritairement étrangers, CSP+, connectés aux salles de bloc et aux réseaux sociaux, ce qui projette le territoire bien au-delà de l'Île-de-France.
- **Un potentiel à structurer** : en l'articulant avec les stratégies d'accueil des publics et de préservation de la forêt, et avec une gouvernance adaptée, la filière "bloc à Bleau" peut devenir un véritable pilier de développement durable pour le territoire.

Secteurs d'activités concernés, emplois directs et indirects et induits liés à la pratique de l'escalade en foret de Fontainebleau.



Étude d'évaluation des retombées économiques liées à l'escalade en Essonne et dans le Sud Seine-et-Marne

Enjeux et grandes orientations



La forêt de Fontainebleau, **une destination "grimpe" internationale**

UNE FRÉQUENTATION EN AUGMENTATION 1

2 **DES RISQUES EN AUGMENTATION**

- Gêne des riverains
- Etat des routes
- Déchets / matière fécale
- Impact érosif
- Risque incendie
- Perturbations écologiques
- Pics d'affluence

DES ENJEUX DE GESTION ET DES BESOINS DE SERVICES 3

4 **MOBILISATION DES ACTEURS :**
Comment l'accueil des clientèles "grimpe" peut avoir un effet d'entrainement positif pour l'accueil du public et le tourisme sur le territoire ?

QUEL PILOTE POUR QUELLE POLITIQUE D'ACCUEIL À L'ÉCHELLE DE LA DESTINATION ? 5
Travail en court dans la perspective de la prochaine réunion avec l'ensemble des acteurs après les élections

Place désormais, en 2026, à la co-construction d'un plan d'actions avec l'ensemble des parties prenantes du territoire.

ETUDE D'ÉVALUATION DES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES LIÉES À L'ESCALADE EN ESSONNE ET DANS LE SUD SEINE-ET-MARNE

Opération réalisée par :

Essonne Tourisme

SEINE & MARNE ATTRACTIVITÉ

En partenariat avec :

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Office National des Forêts

Région îledeFrance

Parc naturel régional du Gâtinais français

Pays de Nemours