



MASTER TOURISME
Parcours Tourisme et Développement

MÉMOIRE DE DEUXIÈME ANNÉE

**Fréquentation touristique et enjeux du
développement d'un tourisme raisonné**

-

Le cas du vallon de l'Aiguebrun

Présenté par :

Héloïse Veillé

Année universitaire : **2022 – 2023**

Sous la direction de : **Driss Boumeeggouti**

Fréquentation touristique et enjeux du développement d'un tourisme raisonné

-

Le cas du Vallon de l'Aiguebrun

L'ISTHIA de l'Université de Toulouse – Jean-Jaurès n'entend donner aucune approbation, ni improbation dans les projets tuteurés et mémoires de recherche. Les opinions qui y sont développées doivent être considérées comme propre à leur auteur(e).

REMERCIEMENTS

Mes remerciements vont à l'ensemble de l'équipe Traces TPi pour leur accueil et leur bienveillance. Un grand merci à Dominique Niset et Julien Farama de m'avoir donné la chance de réaliser un stage de fin d'étude des plus enrichissant. Merci en particulier à Julien pour la confiance qu'il m'a donné tout au long du stage. Merci également à Christelle et Mathias pour leur précieuse aide, ainsi qu'à Pierre et Cassandre avec qui j'ai aussi eu la chance de travailler.

Je remercie monsieur Driss Boumeeggouti pour m'avoir accompagnée et soutenue durant deux années consécutives pour le mémoire de master 1 dans un premier temps, puis pour ce mémoire de master 2.

Merci à l'ensemble des enseignants passionnés de l'ISTHIA et en particulier à madame Jacinthe Bessière pour son accompagnement toujours bienveillant depuis mon arrivée dans l'établissement en licence 3 Tourisme et Développement, mais surtout dans le cadre du master en tant que responsable de formation.

Merci à mes camarades de classe de master pour les nombreux moments de partage dans le travail et le stress, mais surtout dans la joie et la bonne humeur.

Enfin, merci à mes deux parents pour m'avoir transmis la passion du voyage et de l'univers du tourisme ainsi que de m'avoir sensibilisée depuis toute petite à l'importance de prendre soin de notre planète. C'est sans doute ce qui m'a amené jusqu'ici aujourd'hui à rendre ce mémoire de master Tourisme et Développement. Un merci en particulier à ma maman pour son éternel soutien et la relecture attentive de ce mémoire. Un merci également à mon papa, qui a su me transmettre la valeur travail et qui part à la retraite au moment même où j'espère entrer sur le marché du travail.

SOMMAIRE

INTRODUCTION.....	7
PARTIE 1. Fréquentation touristique : enjeux et modes de gestion.....	9
Chapitre 1 - Evolution de la fréquentation touristique.....	11
Chapitre 2 - Un objectif de tourisme Facteur de développement.....	26
Chapitre 3 - Modes de gestion de la fréquentation.....	37
PARTIE 2. Étude de fréquentation par un bureau d'étude - Le cas du vallon de l'Aiguebrun.....	56
Chapitre 1 - Bureau d'étude et missions.....	58
Chapitre 2 - L'Étude de fréquentation du Vallon de l'Aiguebrun.....	67
PARTIE 3. Résultats de l'étude et Propositions personnelles.....	78
Chapitre 1 - Analyse intermédiaire - étude de fréquentation du vallon del'aiguebrun	80
Chapitre 2 - Démarche à adopter - Propositions Personnelles.....	107
CONCLUSION GÉNÉRALE.....	121

INTRODUCTION

Le contexte incertain dans lequel nous vivons, entre réchauffement climatique et crises économiques, sanitaires ou encore géopolitiques, fait questionner l'avenir du tourisme. Comment évoluera-t-il ? Il questionne également plus largement sur le développement des territoires, Quel est le bon comportement à adopter ? Le tourisme peut-il contribuer à ce développement ? Le tourisme peut-il être facteur de développement ?

En parallèle, le « *surtourisme* » semble être à l'origine des maux de nombreux territoires... il fait en tout cas l'objet de multiples critiques. Les espaces naturels sont eux confrontés directement aux effets de la (sur)fréquentation touristique d'une part, et aux effets du réchauffement climatique d'autre part. Le climat change et les pratiques ne participant pas à la préservation de l'environnement doivent être repensées. Comment peut-on minimiser les effets négatifs du tourisme ? La fréquentation touristique, avec tous les impacts qu'elle peut avoir, peut-elle être facteur de développement ? La conciliation entre la protection et la valorisation d'un espace naturel comporte, de la même manière, de nombreux enjeux. La valorisation n'est-elle pas un frein à la préservation ?

Que peut-on mettre en œuvre pour gérer la fréquentation d'une espace naturel ? L'équilibre entre liberté d'accès et nécessité de la préservation est encore une fois délicate. Comment faire pour garder ces espaces ouverts à la fréquentation du public sans entraver la biodiversité ? Il est ici intéressant de voir comment concrètement les territoires s'emparent du phénomène.

A l'heure où le tourisme fait l'objet de nombreuses critiques, se pencher sur la question de la fréquentation touristique faisait sens. L'enjeu auquel il doit faire face est immense. Il

doit réussir à concilier deux objectifs vraisemblablement contradictoires ; d'une part, être accessible au grand public et, d'autre part, adopter une approche plus raisonnée. Nous pouvons alors finalement nous demander *Comment assurer la gestion de la fréquentation touristique d'un espace naturel dans un contexte de remise en question du tourisme et de son impact ?*

Pour tenter de répondre à ces questionnements, une première partie sera consacrée à l'étude de la fréquentation touristique pour comprendre l'évolution du tourisme, les enjeux du rapport entre tourisme et environnement, le tourisme plus raisonné, ainsi que les diverses modes de gestion des flux. La deuxième partie viendra démontrer comment un bureau d'étude peut s'emparer de la question ; TRACES TPi réalisant une étude de fréquentation sur le vallon de l'Aiguebrun. Puis la dernière aura pour objectif d'illustrer ce phénomène avec le cas précis de ce vallon en apportant des premiers résultats et de premières propositions.

L'étude de fréquentation du vallon de l'Aiguebrun est encore en cours en ce début du mois de septembre. Le traitement de la dernière partie a donc été réalisé par le biais d'une analyse intermédiaire. Cette analyse intermédiaire est également incomplète puisqu'elle ne comporte pas de traitement des données quantitatives concernant les flux de fréquentation. Les données étant manquantes, il ne paraissait pas pertinent de proposer un plan d'action précis. Concernant le volet plus qualitatif de l'enquête, les échantillons faibles pour les enquêtes en ligne est à prendre en compte. Cette analyse intermédiaire peut tout de même laisser entrevoir des tendances, qui sont intéressantes à examiner.

PARTIE 1.

**FRÉQUENTATION
TOURISTIQUE :**

**ENJEUX ET MODES DE
GESTION**

Introduction Partie 1

L'objectif de cette première partie est de comprendre le phénomène de « *surfréquentation* » ou de « *surtourisme* » en observant d'où il vient. Pour cela, se pencher sur l'histoire du tourisme en France et sur la démocratisation du tourisme paraît pertinent. Il est également essentiel de comprendre la complexité qui entre en jeu dès lors que le tourisme se mêle à l'environnement. Les débats actuels autour de la fréquentation touristique démontrent cette complexité.

Bien que le cas français sera privilégié, il est nécessaire de recontextualiser ce phénomène de *surfréquentation* et de parfois prendre le recul nécessaire en apportant une vision géopolitique plus lointaine. Regarder le processus ailleurs que chez soi aide, de la même manière, à comprendre les enjeux locaux qu'impliquent le tourisme de manière globale. Ces derniers sont nombreux et le tourisme est souvent perçu comme un levier de développement local.

Mais si le tourisme peut connaître des effets pervers, alors comment doit-on s'y prendre pour le développer, pour le maîtriser ? Pour répondre à cette question, il sera tenté de se saisir de la question du développement d'un tourisme raisonné.

De nombreux modes de gestion peuvent être appliqués à un territoire et les acteurs locaux jouent un rôle essentiel dans le fonctionnement du tourisme. En fonction des dispositifs choisis, l'impact pourra être plus ou moins grand sur l'activité touristique du territoire.

CHAPITRE 1

EVOLUTION DE LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE

1. Evolution du tourisme sur le territoire français

1.1. Les débuts du tourisme

La première étape clé de l'histoire du tourisme en France remonte à plusieurs siècles¹. L'aristocratie européenne a lancé le concept du "Grand Tour" lors des XVIIème et XVIIIème siècles. Les jeunes nobles entreprenaient un voyage éducatif à travers l'Europe pour enrichir leur culture et leurs connaissances. La France, par son riche patrimoine culturel et artistique, était une destination incontournable de ce périple. Un objectif de ce « Grand Tour » était aussi de se distinguer d'une classe sociale montante : celle de la bourgeoisie. C'est le tourisme dit « *de distinction* », qui ne concerne qu'une élite. A cette époque, le tourisme concernait alors très peu de voyageurs et n'avait pas de réel impact négatif.

Au XIXème siècle, plusieurs stations thermales se sont développées pour les gens en quête de bien-être et de cures. Des villes telles que Vichy, Biarritz ou Aix-les-Bains sont devenues des destinations prisées et ont contribué à l'essor du tourisme sur le territoire français. Un effet d'imitation par la bourgeoisie est apparu. Le réseau ferroviaire français s'est ensuite étendu et les voyages sont devenus plus accessibles et plus rapides. C'est La Belle Époque (fin du XIXème, début du XXème siècle). Après les stations thermales, ce

¹ Salaméro Sylvain. *Développement et tourisme durable*. Cours de licence 3 TD, ISTHIA, Université Toulouse Jean-Jaurès, 2021.

sont les stations balnéaires qui vont se développer. La bourgeoisie se déplacera sur la Côte d'Azur, notamment à Nice et Cannes, ainsi qu'en stations de montagne telles que Chamonix. Enfin, au XXème siècle, d'autres stations balnéaires telles que Saint-Tropez et Deauville sont créées. Le tourisme balnéaire continue de croître en popularité et la côte méditerranéenne devient une destination estivale de choix pour les touristes français et étrangers.

1.2. Démocratisation du tourisme et tourisme de masse

L'année 1936 a marqué un tournant dans l'histoire du tourisme français avec l'introduction des congés payés. Sous le gouvernement du Front Populaire dirigé par Léon Blum, les travailleurs français ont obtenu le droit à deux semaines de congés rémunérés par an. Cela a entraîné une augmentation significative des déplacements et des voyages de loisirs à travers le pays. En revanche, les congés payés étaient inconnus de la classe ouvrière, rémunérée sur la base d'un taux de salaire horaire. Pour que ceux-ci puissent réellement profiter de cette révolution, le billet populaire de congé annuel a été créé et une réduction de 40 % sur le prix des billets de train leur a été accordée. 600 000 personnes en bénéficieront dès l'été 1936, ce qui facilita le départ en vacances.

Dans les années 1960, la France a connu une expansion majeure de son réseau autoroutier. Les déplacements en voiture ayant été facilités, la multiplication des voyages touristiques à travers tout le pays a pu avoir lieu. Dans les mêmes moments, les croisières ont commencé à se multiplier. Ensuite, c'est au cours des années 1980 et 1990 que le tourisme culturel a gagné en popularité. Les visiteurs étrangers ont afflué vers les villes historiques telles que Paris, Lyon, Marseille et Bordeaux pour découvrir les musées, les monuments emblématiques et la riche histoire de la France. C'est également dans les années 1990 que les pratiques des compagnies d'aviation à bas prix se sont multipliées, en parallèle de l'utilisation grandissante d'internet.

La France a continué de favoriser le tourisme en instaurant la 5ème semaine de congés payés et les RTT (loi Aubry de 1998 et 2000) qui offrent la possibilité de partir hors vacances d'été mais plus souvent lors de week-ends parfois prolongés. La désaisonnalisation est également facilitée par le développement de moyens de transport plus efficaces. Le déploiement des mobilités dont les compagnies aériennes low cost ont, de plus, favorisés les courts séjours.

Finalement, trois facteurs ont permis la croissance du tourisme ; la **hausse des revenus**, l'**extension du temps des loisirs** et la **démocratisation du transport**, notamment aérien.

Cependant, et en dépit du Front populaire, de la période des Trente Glorieuses et de l'avènement du voyage à bas coût, si le tourisme s'est démocratisé, il reste encore une activité moins abordables pour les classes populaires. Cette démocratisation n'a jamais vraiment abouti (Cousin, 2016). Le tourisme est également une activité qui reste polarisée sur certains pays. En effet, sur 197 pays, les 10 premiers pays récepteurs concentrent à eux seuls 40 % des flux². L'Europe représente à elle seule 50 % de part de marché. Quant à la France, sa position géographique lui permet de se placer en première position en terme de pays récepteurs. Elle est un lieu de passage pour de nombreux vacanciers. Il en est de même concernant les pays émetteurs avec une évolution notable dans l'émergence de la clientèle chinoise sur la scène mondiale du tourisme, passant de 5 millions de touristes étrangers en 1997 à 170 millions en 2019.

Cette croissance s'accompagne de nouvelles tendances touristiques qui encouragent une meilleure répartition du tourisme à travers le temps et l'espace ;

- Le **désir de se démarquer de la foule**, voire de la masse, implique que rien n'échappe au regard et à la présence des touristes.

² Salaméro Sylvain. *Développement et tourisme durable*. Cours de licence 3 TD, ISTHIA, Université Toulouse Jean-Jaurès, 2021.

- Les **aspirations de nombreux pays et destinations à développer le tourisme** et à attirer davantage de visiteurs. Des pays tels que l'Espagne, la France et les Pays-Bas ont vu leurs taux de fréquentation se multiplier.

- Une autre stratégie a contribué à l'affluence des destinations touristiques ; **l'organisation de rencontres d'affaires et d'événements**, devenus progressivement des axes majeurs de développement.

Les **croisières** amenant un nombre important de touristes sur un espace au même moment, et pour une courte période, ont également leur rôle à jouer dans le dit « *tourisme de masse* ». L'exemple de Venise peut ici être cité. Elle accueillait avant le Covid entre 100 000 et 200 000 croisiéristes chaque mois d'avril à octobre, c'est-à-dire 7 mois de l'année, avec des pointes dépassant ce seuil en juin et en août. (Duhamel, 2023).

L'utilisation d'**internet** a permis de rapprocher directement le touriste des différents prestataires en ayant accès aisément à l'information. Les **réseaux sociaux** permettent également à quiconque le souhaite de communiquer sur ses expériences, ses habitudes, son goût. C'est-à-dire que les utilisateurs participent à la promotion de produits, d'expériences ou d'espaces par le biais de photos ou vidéos. L'expansion des blogs et « *influenceurs* » ou « *influenceuses* » prennent part au processus. Le phénomène fonctionne également par le biais de la culture cinématographique. L'exemple de succès mondiaux de productions comme Star Wars, le Seigneur des Anneaux, Games of Throne montrent que des espaces de lieux de tournages sont devenus des destinations touristiques de premier choix. **Les films et séries télévisées** avec un succès national comme Arsène Lupin à Étretat connaissent le même type de pratiques.

Plus le tourisme va se démocratiser, plus ses conséquences positives et/ou négatives vont se ressentir.

1.3. L'émergence de nouvelles pratiques

C'est notamment à la suite du Club de Rome, au début des années 70, qu'une prise de conscience a grandi. Il a en effet mis en avant le caractère épuisable des ressources naturelles. Les limites de la fréquentation et de l'urbanisation non maîtrisées dues au tourisme ont été pointées du doigt. En 1991, les « *premières rencontres internationales tourisme et environnement* » ont lieu à La Rochelle. Elles permettent au ministère de l'environnement et au ministère du tourisme de l'époque de se rapprocher et de faire évoluer leurs visions qui étaient jusqu'ici contraires ; l'un avec un objectif premier de soutenir les défenseurs de l'environnement, l'autre avec un objectif de défendre les acteurs économiques du tourisme, et bien souvent leurs aménagements. (Stock, 2003)

Le tourisme a pendant un certain temps donné lieu à de nombreux aménagements qui ont transformé les territoires. Aujourd'hui, ces aménagements ne sont plus vus comme des prouesses, mais plutôt des actes de dégradation de l'environnement. C'est dans ce contexte de recherche d'équilibre entre espaces aménagés et espaces conservés que la réalisation de nouveaux travaux d'aménagements dans un milieu naturel peut poser question. Sur le sujet, les intérêts individuels sont souvent opposés. Un arbitrage politique doit donc être fait en ayant en ligne de mire l'intérêt général et les grands équilibres sociaux, environnementaux et économiques.

Un tourisme « *de nature* » s'est développé du fait de touristes souhaitant se différencier et recherchant de nouvelles destinations. Les entreprises touristiques ont compris cet intérêt grandissant pour la qualité de l'environnement et ont proposé de nouveaux produits. Selon Stock (2003), l'écotourisme peut être défini comme « *une forme de tourisme reposant sur la visite de lieux peu ou pas touchés par la révolution industrielle, autrement dit de lieux dans leur état de « nature » : sites naturels, populations « archaïques », etc.* »³

3 Cf Partie 1 - Chapitre 2

1.4. Des crises impactant la pratique touristique

Les crises peuvent avoir de fortes conséquences sur l'activité touristique. Cela s'est observé lors de la crise des subprimes en 2008, lors d'attaques terroristes, ou encore lors du Covid 19. En effet, si l'activité touristique dépend des moyens financiers, elle résulte avant tout de la possibilité de se déplacer. Toutefois, si l'impact ponctuel d'une crise sur le tourisme est réel, l'impact sur le long terme reste à prouver.

L'épisode du Covid-19 a fait s'interroger plusieurs acteurs sur une possible évolution des pratiques à la suite de cette crise. Mais les voyages touristiques représentent un acte de recherche du plaisir, une dépense orientée vers la satisfaction personnelle, pour laquelle les considérations liées à l'environnement sont souvent mises de côté⁴. Bien que les touristes soient sensibilisés, l'attrait du voyage est puissant et essentiel pour leur bien-être. Or, il implique le déplacement vers un lieu. Cependant, les inquiétudes environnementales ont pris de l'ampleur dans de nombreuses destinations touristiques et les touristes, une fois sur le lieu, y adoptent des comportements similaires à leur vie quotidienne dès lors que les acteurs professionnels et institutionnels créent les conditions nécessaires (tri des déchets, mobilités douces, gestion durable, etc.).

La pandémie a fait passer le tourisme par plusieurs étapes : un arrêt forcé ou une grande diminution des voyages touristiques, un tourisme de proximité qui s'est développé, puis une reprise des habitudes. La contrainte en terme de distance dans les déplacements a fait réfléchir à de nouvelles destinations plus proches de chez soi. Effectivement, le désir de voyage, de liberté et de reconnexion à la nature se fait encore plus ressentir lorsque la pratique nous a été complètement interdite. Ce phénomène a donc engendré la découverte d'espaces jusqu'alors ignorés ou l'amplification de la fréquentation d'autres lieux.

4 FROCHOT Isabelle, 2022, « L'après Covid-19 a un air de ressemblance troublant avec l'avant ». *Revue Espaces*, Juillet-Août 2022, vol. 367, p. 16-21.

2. La « surfréquentation » touristique

2.1. Une réticence de la part des habitants

Le terme « *surconcentration* » désigne une concentration qui dépasse la normale. La « *surfréquentation* » quant à elle correspond étymologiquement à un taux de fréquentation excessif d'un lieu. Quant au « *surtourisme* », il vient ajouter plus clairement la dimension touristique et insinue qu'un lieu serait touché par « *trop* » de tourisme, ne laissant ainsi place qu'aux effets néfastes de ce dernier. De nombreuses définitions viennent décrire ce phénomène.

En effet, la mondialisation du tourisme semble aujourd'hui être source de difficultés pour certaines villes, stations et sites naturels. La question du « *surtourisme* » arrive à partir des années 2000 mais prend de l'ampleur après 2015 dans la foulée des évolutions décrites précédemment⁵.

Selon Doods et Butler (2019), le surtourisme intervient lorsque « *les hôtes et les invités, les habitants et les visiteurs, estiment qu'il y a trop de visiteurs et que la **qualité de vie** dans la région ou la **qualité de l'expérience** s'est détériorée de manière inacceptable* ».

Ils mettent avant tout en avant deux acteurs principaux ; les habitants et les touristes. La mise en tourisme d'un espace serait conditionnée à la fois par l'approbation des habitants à la présence des touristes et par la volonté des touristes à interagir avec les habitants (Duhamel, 2023). Dans le cas d'un surtourisme, les lieux sont dédiés aux touristes, parfois sur des périodes précises. Les résidents doivent adapter leurs habitudes de vie en fonction du tourisme et partager l'espace.

5 Cf Partie 1 Chapitre 1

Dans les espaces urbains, lorsque le tourisme prend le dessus, des phénomènes comme la baisse de la **disponibilité de l'immobilier**, l'**inflation des prix**, la **disparition progressive des commerces de proximité**, ou encore l'**emploi de plus en plus concurrentiel**, peuvent surgir, marginaliser progressivement une partie de la population et logiquement créer des tensions. Le déploiement de la plateforme Airbnb a grandement participé à ce phénomène. L'entreprise a bouleversé les schémas préexistants en milieu urbain ; les touristes ne vont plus séjourner en hôtels dans les cœurs historiques ou quartiers périphériques, mais deviennent les « voisins » des résidents le temps de leur séjour. C'est cette proximité, cette **diminution de la distance entre habitants et touristes** qui fait également grandir les tensions (Duhamel, 2023). Un sentiment de dépossession des lieux s'empare des habitants, qui peuvent également s'inquiéter de voir arriver une culture et des mœurs différents des leurs.

Le recours à la violence a déjà pris le dessus dans certaines villes comme Amsterdam en 2013 ou Barcelone en 2014 avec « *la révolte de la Barceloneta* », un mouvement qui s'est prolongé en 2017 avec l'attaque d'un bus de touristes par un groupe anarchiste. D'autres approches ont cependant été privilégiées, comme le mouvement Wij Amsterdam lancé en 2016, une initiative citoyenne visant à promouvoir le concept du « *vivre ensemble* ».

Le tourisme n'est plus toujours évidence et objet d'un consensus local malgré le développement et les ressources qu'il engendre.

2.2. Un tourisme consommateur d'espaces

Selon Vincent Vlès (2014), « *le tourisme va rapidement apparaître comme une activité consommatrice d'espace et perturbatrice pour les écosystèmes naturels* ».

Des lieux vivent du tourisme et ont été créés pour cela : les stations. Les lieux « *touristifiés* » sont des lieux qui à l'origine n'étaient pas prévus pour ça et vont peut-être donc être particulièrement impactés par l'arrivée du tourisme. Les territoires ont du s'adapter pour accueillir les visiteurs. Des aménagements ont vu le jour dans différentes destinations, souvent au détriment d'espaces naturels. Certains territoires ont même été à l'encontre d'un classement dont ils disposaient en acceptant des aménagements « s'intégrant facilement » dans le paysage ou en prenant des mesures encourageant l'urbanisation. (Milian, 2007). C'est donc dans ce contexte que certains sites dits exceptionnels ont reçu de plus en plus de visiteurs et où le phénomène de forte fréquentation s'est installé.

Ainsi, si le développement du tourisme est peu ou mal contrôlé, les espaces naturels fragiles s'en trouveront endommagés. Ce phénomène s'est déjà produit sur plusieurs territoires (Vlès, 2014). Sur les secteurs les plus menacés, l'État est intervenu pour encourager le développement d'une politique locale de gestion des flux ayant pour objectif de restaurer les sites. Plusieurs élus y étaient hostiles car les mesures de protection étaient jugées confiscatoires et venant à l'encontre des intérêts économiques locaux.

Par ailleurs, selon Mathis Stock (2003), plus un lieu est aménagé, plus il a de succès. Cependant, sur une longue durée, ce succès ne concerne plus les mêmes catégories de population.

2.3. Un phénomène au cœur des débats

Si des cas concrets de surfréquentation touristique ont pu être observés, les médias mais aussi les internautes semblent s'être emparés du terme pour en débattre. Certains dénoncent un « *surtourisme* » et ses conséquences en particulier sur l'environnement,

tandis que d'autres alertent sur cet acharnement envers le tourisme et défendent à l'inverse un déploiement réduisant les inégalités sociales. Ces derniers s'inquiètent de cette dénonciation du « *trop* » de tourisme et de voir le tourisme dit « *de masse* » remis en cause. En effet, c'est ce tourisme de masse qui aurait avant tout permis une démocratisation du tourisme, désormais accessible au plus grand nombre. Un ras le bol se fait ressentir de la part d'une partie des acteurs du tourisme ayant l'impression d'être le sujet d'une méprise non justifiée.

Sans remettre en cause les conséquences négatives du tourisme, ils invitent plutôt à explorer des solutions au niveau de l'organisation du temps de travail et des congés. Une proposition serait de permettre des pauses plus longues qui pourraient être utilisées pour des voyages de plus longue distance. Ainsi, la possibilité de voyager plus longtemps viendrait en remplacement des séjours courts et répétés, qui nécessitent l'utilisation de vols à bas prix. Isabelle Frochot (2022) exprimait que le Covid-19 ne serait probablement pas l'événement déclencheur d'un nouveau modèle touristique, mais la combinaison des stratégies mises en œuvre par différents acteurs, qu'il s'agisse des touristes, des institutions ou des professionnels du secteur, pourrait, avec le temps, contribuer à transformer les pratiques touristiques existantes.

3. Enjeux du tourisme dans les espaces naturels

3.1. Le tourisme et ses conséquences sur un territoire

Les bienfaits du tourisme sont nombreux. Il permet de stimuler et diversifier une économie locale, de créer des emplois, d'entretenir et valoriser le patrimoine culturel, de développer des infrastructures notamment de transport, et de contribuer alors à améliorer la qualité de vie des habitants. Mais le tourisme permet surtout l'échange et l'enrichissement de l'autre. Il ouvre l'esprit en favorisant la découverte de nouvelles cultures et d'autres

façons de vivre. Selon John Locke (1632-1704), le tourisme c'est s'« *enrichir l'esprit, rectifier le jugement, écarter les préjugés de l'éducation, former les manières extérieures* ». Dans un contexte géopolitique où les tensions sont nombreuses, le tourisme permet alors de ne pas se refermer sur soi-même. Il paraît essentiel de maintenir ce type d'activité pour rapprocher les peuples et les nations. Il encourage la stabilité et la paix entre les pays et la sécurité sur les lieux d'accueil des visiteurs.

Si les vertus du tourisme sont indéniables, il n'en demeure pas moins qu'il peut avoir des conséquences néfastes sur la planète et son écosystème. En effet, pour qu'il y ait tourisme, il doit y avoir déplacement. Or, le secteur du transport est la deuxième plus grande source d'émissions de gaz à effet de serre. Le tourisme est également consommateur d'énergies et d'eau, émetteurs de déchets et peut être destructeur d'écosystème en encourageant l'urbanisation. Si l'on apporte un regard économique, plusieurs conséquences négatives peuvent être citées comme une redistribution inéquitable de la richesse, de mauvaises conditions de travail avec une saisonnalité marquée, une monospécialisation et la volatilité de la demande, ou encore l'inflation des prix. Du côté social, le tourisme peut également avoir des effets pervers tels que le travail forcé, le tourisme sexuel, la folklorisation et la perte de valeurs, le choc culturel entre richesse et pauvreté et la consommation de ressources qui peut impacter directement les habitants (exemple de l'eau). Il peut mettre à mal l'accès aux infrastructures de transport, au logement ou encore générer des nuisances comme des nuisances sonores.

Toutes ces conséquences sont des fuites touristiques. L'enjeu est donc de réussir à maximiser les bienfaits du tourisme et, à l'inverse, de parvenir à minimiser ses méfaits (ou fuites touristiques). Le tourisme peut en effet avoir un impact plus ou moins grand sur le territoire sur lequel il se déploie en fonction de la manière dont celui-ci est géré.

3.2. Des espaces naturels sensibles et fragiles

Le tourisme au sein des espaces naturels est concerné par de nombreux enjeux. Il doit fondamentalement trouver l'équilibre entre valorisation et protection. Mais ce rapport entre tourisme et environnement est souvent complexe voire contradictoire.

Le tourisme est consommateur d'espaces naturels sensibles. En effet, l'activité touristique se déploie dans des zones où il y a un intérêt spécifique, et peut donc se développer assez logiquement dans des lieux sensibles, par exemple sur des Zones naturelles d'intérêt écologique, faunistique et floristique (ZNIEFF). C'est le caractère exceptionnel de ces zones qui, d'une part, fait qu'elles abritent des espèces rares, mais c'est également cette caractéristique qui, d'autre part, va la rendre attractive et attirera les regards.

L'impact de l'activité touristique peut être plus ou moins important sur l'espace naturel en fonction du comportement de ses visiteurs. L'écotourisme⁶, concerne une catégorie de la population qui souhaite minimiser son impact, puisque sensibilisée à la cause environnementale. Malgré cela, il peut également connaître des dérives. Effectivement, la pratique grandit et le marché se développe, agrandissant ainsi les groupes et multipliant les visites. Mais préalablement au problème du nombre, la difficulté première concerne l'introduction même du tourisme dans un espace naturel. L'écotourisme va aller se développer dans des milieux reculés et donc fragiles. C'est principalement cette modification liée à l'arrivée du tourisme dans les espaces qui va venir les perturber.

Dans les espaces naturels, c'est l'équilibre des écosystèmes qui est en danger, bien que cela ne soit pas toujours perceptible par les visiteurs. La biodiversité, le vivant, est menacé, et c'est à terme le bien-être des humains qui sera impacté. Le tourisme exerce une pression sur l'environnement local avec le piétinement, le dérangement de la faune et des

6 Cf Chapitre 2

phénomènes comme l'érosion des sols. Des paysages se sont vus transformés par l'arrivée du tourisme. Des politiques publiques d'aménagement telles que le Plan Neige ou encore la Mission Racine portées par la Délégation interministérielle à l'aménagement du territoire et à l'attractivité régionale (DATAR) ont été vivement critiquées. Le Plan Neige préconisait une approche d'aménagement des zones de montagne en développant le concept des stations intégrées, adaptant ainsi les modèles d'urbanisme de son époque pour les appliquer aux petites communes de montagne. Les impacts de cette stratégie sur les territoires ont été significatifs. 23 stations ont été créées, tandis que 20 stations déjà existantes ont bénéficié de ces mesures⁷. Le Plan Racine a également modifié les paysages du Languedoc-Roussillon, dont la région côtière est devenue destination balnéaire de premier plan (Parrinello et Bécot, 2019). Malgré les efforts de reboisement entrepris, la mise en place de zones de protection s'est avérée bien moins ambitieuse que ce qui était envisagé, tandis que l'urbanisation a dépassé les limites initialement définies. L'opération de démoustication pour améliorer l'accueil des touristes a également entraîné des dommages écologiques.

La Mission MIACA sur la côte aquitaine a été déployée d'une manière différente, avec plus de vigilance concernant les enjeux environnementaux. Cette dernière était dirigée par Philippe Saint-Marc, qui était contre le bétonnage de la côte aquitaine et qui a fait alliance avec le Service de conservation de la nature. Philippe Saint-Marc sera tout de même confronté tout au long de sa mission aux résistances du pouvoir local en Aquitaine en ce qui concerne l'octroi des permis de construire et la transformation des environnements naturels en espaces artificiels (Charvolin, 2015).

Aujourd'hui, les pays en développement où le tourisme est arrivé plus tardivement sont particulièrement concernés par cette tension entre industrie touristique et préservation de l'environnement. Le manque de réglementation ou son insuffisant respect, associé à la prise de recul vis-à-vis des pratiques adoptées en Occident, contribue à donner l'impression que

7 GILBERT Daniel, VIGUIER Philippe, 2018, « Plan Neige », *Géoconfluences*, mars 2018

les aménagements touristiques dans ces régions sont souvent moins attentifs à la protection de l'environnement.

3.3. L'importance de l'ouverture au public de ces espaces

Comme expliqué précédemment, l'arrivée du tourisme implique des aménagements et une modification de l'environnement, mais le caractère d'utilité publique de ces évolutions doit être pris en considération. Reste à s'entendre sur ce que l'on considère comme défendant l'utilité publique ; pour certains c'est le regard économique qui primera, pour d'autres ce pourra être la dimension écologique.

Les espaces naturels sont un vrai terrain de jeu pour l'éducation, la sensibilisation et la pédagogie, notamment envers le jeune public. Un argument supplémentaire quant à l'ouverture des espaces naturels au public réside dans la défense de la liberté de l'accès à la nature. Les pays scandinaves peuvent être une source d'inspiration dans le domaine (Gariépy-Girouard, 2020). Le concept du "droit de tous" a été instauré en 1957 dans la législation norvégienne concernant les activités en extérieur. Une pratique similaire existe en Suède, en Finlande, en Islande, ainsi qu'au Danemark. En vertu de ce principe, toute personne, qu'elle soit résidente ou visiteuse, a le droit par exemple de se déplacer librement à pied, à vélo, en ski, voire à cheval, ainsi que de naviguer sur les lacs et les rivières. Elle peut également camper sous tente ou à la belle étoile, faire un feu et pratiquer des activités sportives. L'approvisionnement à partir des ressources naturelles est également autorisé. Le système repose sur la responsabilisation de chacun. La sensibilisation environnementale est favorisée dans un tel contexte d'accès universel à la nature, ce qui requiert l'implication individuelle pour sa préservation. A l'inverse, lorsque son accès est limité, il est plus aisé de se déresponsabiliser face au phénomène de dégradation de l'environnement. Le sentiment d'appartenance diminue, tout comme la conscience du rôle de chacun dans l'évolution de la nature, alors que les êtres humains en sont une composante essentielle.

L'accès à la nature, souvent considéré comme un droit humain, permettrait alors également la sensibilisation à la cause environnementale.

Le secteur du tourisme n'a pas toujours été opposé à celui de l'environnement. En effet, les touristes ont même bien souvent été à la source de premières réflexions pour préserver la nature. Il est généralement dans leur intérêt de garder des espaces naturels non transformés et de disposer de lieux qualitatifs, sources de bien-être (Stock, 2003). Nous pouvons notamment ici citer l'adoption, en 1882, de la Loi relative à la restauration et à la conservation des terrains de montagne dont le Club alpin français a été à l'origine. Cette dernière avait pour objectif de lutter contre le « *surpâturage* » et la déforestation de la montagne.

Les professionnels et les territoires se sont également saisis de ces enjeux. Une illustration la avait engagé une réflexion DATAR dans les années 60, pour concilier économie et écologie, qui a donné lieu au décret du 1^{er} mars 1967 instituant les Parcs Naturels Régionaux. La loi Paysages de 1993 lui définit 5 missions :

- protection et gestion du patrimoine,
- aménagement du territoire,
- développement économique et social,
- accueil, éducation, information,
- expérimentation et innovation.

Les Parcs Naturels Régionaux sont au nombre de 58, s'étendent sur 9,5 millions d'hectares soit 17,2% du territoire métropolitain et concernent près de 4,4 millions d'habitants⁸.

8 PARCS NATURELS RÉGIONAUX, 2023, *Les Parcs en chiffre*, <https://www.parcs-naturels-regionaux.fr/les-parcs/comprendre-les-parcs/les-parcs-en-chiffres>, janvier 2023, consulté le 23 mai 2023.

CHAPITRE 2

UN OBJECTIF DE TOURISME FACTEUR DE DÉVELOPPEMENT

1. Le développement territorial

1.1. Qu'est-ce que le développement ?

Dans le Larousse, le développement se définit par « *le fait de prendre de l'importance* » et est synonyme d'avancement, de croissance, d'épanouissement, d'évolution, de formation, de marche, de montée, de mouvement, de processus, de progrès, de progression, de prolongement. Si le développement est un terme aussi complexe, c'est parce que chacun y donne sa propre définition et peut y entendre un sens différent. Ce qui paraît essentiel pour l'un, ne l'est pas forcément pour l'autre. Ainsi, on ne souhaitera pas faire « prendre de l'importance » aux mêmes éléments, en fonction de ses intérêts. En économie, le développement est « *l'amélioration qualitative et durable d'une économie et de son fonctionnement* ». En sciences humaines, le développement est « *l'amélioration des conditions de vie d'une population* ».

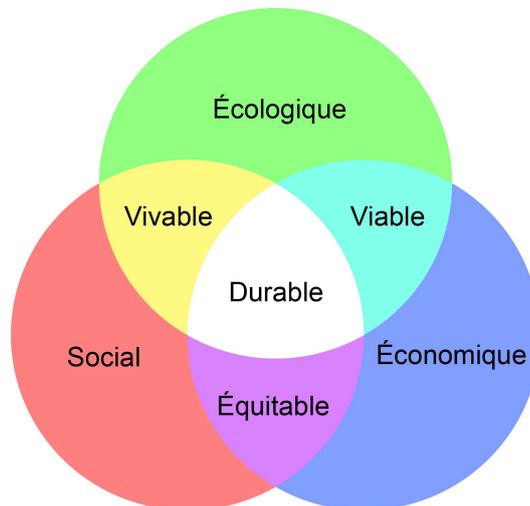
Le développement est alors défini de différentes manières. Afin de tenter une définition plus juste, il est souvent associé à un second terme, venant apporter plus de précisions. Ainsi, des termes tels que : développement économique, développement industriel, développement technologique, développement humain, ou encore développement durable,

développement territorial, développement local, développement touristique, etc. sont mis sur la table. Selon Gilbert Rist (2013, p.33-60), c'est même « *l'ensemble des activités humaines modernes qui peuvent être entreprises au nom du « développement »* ». ».

1.2. Le développement durable, un concept ambiguë

Le développement durable « *doit répondre à nos besoins présents, sans que cela n'empêche les générations du futur de répondre aux leurs* » Brundtland, 1987. Le développement durable se dit donc alternatif à un modèle de développement non durable, non tenable dans la durée. Selon l'ADEME, le développement durable est apparu dans un contexte où la démographie croissante a entraîné des besoins humains grandissant⁹. Cependant, la manière de consommer entre aussi en jeu et le modèle de consommation actuel est problématique dans un monde où les ressources sont épuisables.

Figure 1 : Schéma du développement durable¹⁰



9 ADEME, 2020, Qu'est-ce que le développement durable ?, <https://expertises.ademe.fr/expertises/developpement-durable/quest-developpement-durable>, 20 février 2020, consulté le 12 mai 2023.

10 Source : IUT de Saint-Denis - Université Sorbonne Paris-Nord, 2017.

Il repose alors sur trois piliers ; l'écologie, l'économie et le social. Il tente de trouver un compromis entre ces dimensions. D'autres concepts lui sont liés tels que le développement vivable (lorsque le social et l'écologie sont pris en compte), le développement équitable (lorsque le social et l'économie sont pris en compte) et le développement viable (lorsque l'écologie et l'économie sont pris en compte).

De nombreuses critiques du développement durable sont apparues, car c'est un concept vague que chacun peut interpréter selon ses propres besoins ou préférences. Ainsi, diverses variantes ont été défendues telles que le tourisme social, le tourisme vert ou rural, le tourisme intégré, l'écotourisme, le tourisme solidaire, le tourisme équitable, le tourisme responsable, le tourisme pro-pauvres, ou encore le tourisme communautaire.

Vivien (2005) parle de « *développement soutenable* » et explique que la notion de soutenabilité permet de « *mettre l'accent sur d'autres questions relatives à la répartition des richesses entre les générations et à l'intérieur de chacune des générations* ». En anglais, le développement durable se traduit d'ailleurs par « *sustainable development* ». Vivien explique que la définition de Brundtland ci-dessus repose encore sur un système de croissance économique : produire plus mais avec moins. Il développe ensuite d'autres théories économiques telles que l'écodéveloppement ou encore la décroissance. L'**écodéveloppement** qui se caractérisait à l'origine, à la différence du développement soutenable, par « *une grande attention au développement local* », tandis que le développement soutenable vient en réponse à des enjeux plus globaux. Cette différence a progressivement évolué et fini par disparaître pour tenter de répondre également à ces enjeux globaux. La **décroissance**, défendue par Georgescu-Roegen, Latouche ou encore Gorz, exprime l'idée qu'il serait préférable de considérablement diminuer la consommation plutôt que de se tourner vers des solutions technologiques qui pourraient mener à plus de problèmes que de solutions sur le long terme.

Si le développement durable est un concept flou, il aura au moins permis de mettre tout le monde autour de la table pour réfléchir aux enjeux actuels de notre société.

1.3. Le tourisme pour stimuler le développement local

Au début des années 1970, Michel Rocard définit le développement local comme « *une démarche fédérative visant à mobiliser durablement des acteurs d'un territoire autour d'un projet à la fois économique, institutionnel, social et culturel.* ». Jean-Louis Guigou (1998), Délégué de la DATAR, met en avant en particulier les questions économiques et sociales : *"le développement local est l'expression de la solidarité locale créatrice de nouvelles relations sociales, et manifeste la volonté des habitants d'une micro-région de valoriser les richesses locales, ce qui est créateur de développement économique"*.

D'un point de vue économique, les enjeux liés au tourisme sont importants pour les territoires. Le tourisme international est souvent vu comme la solution pour les pays en difficulté (Stock, 2003). Le développement touristique entraîne alors le développement territorial. Il peut permettre de palier à un déclin démographique en stimulant l'emploi. Le risque pour ces pays économiquement en difficulté est que le tourisme devienne une activité principale et qu'ils en deviennent dépendant.

Le tourisme suppose un agencement bien spécifique entre le lieu de départ, le lieu de transit et le lieu d'accueil ; des services d'encadrement et d'accompagnement (agences de voyages, offices de tourisme, guides) des établissements d'accueil (hébergement et restauration), des services d'animation (sport et culture), des infrastructures et autres équipements également utiles pour les résidents (transports) et des ressources touristiques (naturelles, humaines, artificielles) « *identifiables pour la clientèle à travers des images et*

représentations ». Le touriste va être amené à consommer dans ces différents lieux et services. Mais la consommation polarisée dans l'espace et dans le temps nécessite une adaptation continue en terme d'installations, d'équipements et de main-d'œuvre pour répondre aux besoins en périodes de pointes et périodes creuses.

Les retombées économiques liées au tourisme vont dépendre des flux et de leurs caractéristiques, du coût de la vie, du niveau de développement du pays d'accueil. Elles pourront permettre de relancer notamment des productions artisanales et artistiques locales. Après avoir souvent traversé une phase de restructuration, l'économie locale s'adapte en effet aux opportunités offertes par le tourisme. Dans ce contexte, le tourisme favorise une croissance qui se traduit par l'amélioration de la qualité de vie et la modernisation pour les résidents. Mais l'activité peut également être coûteuse et demander un certain nombre d'investissements. Lorsque de nouvelles charges viennent s'ajouter dans la gestion des sites, elles vont se traduire localement par une fiscalité plus élevée.

L'insertion du tourisme dans les sociétés d'accueil n'aura pas toujours les mêmes conséquences sur les territoires. En effet, « *Les situations concrètes observées sont souvent radicalement opposées. Ici, le tourisme aura permis le maintien de l'agriculture vivante, assurant à ceux qui la pratiquent des revenus suffisants. Là, il aura puissamment contribué à sa liquidation. Ici, il aura ouvert à la marée locale des débouchés profitables là, les plaisanciers auront évincé les bateaux de pêche. Ici, il déstabilise les collectivités ; là, il impulse des processus identitaires. Jeunes et vieux n'ont souvent ni la même perception ni la même lecture du fait touristique ; ils ne vivent pas la « saison » de la même façon* ». (J.M. Dewailly et E. Flament, 1993, p.204-205). Ils complètent en expliquant que dans ces espaces fragiles souvent en périphérie, le système local est rapidement ébranlé par la première phase d'essor du tourisme et va devoir ensuite retrouver un équilibre.

2. Le tourisme facteur de développement

2.1. Le tourisme durable, un vaste concept

Au début des années 1990, les organismes internationaux prennent conscience de l'importance du phénomène touristique mondial, notamment lors du Sommet de la Terre en 1992 à Rio. La charte du tourisme durable est ainsi apparue en 1995, puis le code mondial d'éthique du tourisme est créé en 1999. Celui-ci rappelle les règles de conduites à adopter par les acteurs du tourisme. Il aborde neuf thèmes :

- La contribution du tourisme à la compréhension et au respect mutuel entre hommes et sociétés (article 1).
 - Le tourisme, vecteur d'épanouissement individuel et collectif (article 2).
 - Le tourisme, facteur de développement durable (article 3).
 - Le tourisme, utilisateur du patrimoine culturel de l'humanité et contribuant à son enrichissement (article 4).
 - Le tourisme, article bénéfique pour les pays et communautés d'accueil (article 5).
 - Les obligations des acteurs du développement touristique (article 6).
 - Le droit au tourisme (article 7).
 - La liberté des déplacements touristiques (article 8).
 - Les droits des travailleurs et des entrepreneurs de l'industrie touristique (article 9).
- (Jolin, 2012 : 111)

Les professionnels et les territoires s'emparent du tourisme durable. Mais le tourisme durable, tout comme le développement, est un terme où chacun peut y trouver son compte. Il cherche à prendre en compte l'environnement et les populations locales, et fait la

promotion d'un tourisme alternatif au tourisme de masse¹¹. De nombreux autres termes de tourisme alternatif apparaissent : tourisme social, tourisme vert ou rural, tourisme intégré, écotourisme, tourisme solidaire, tourisme équitable, tourisme responsable, tourisme pro-pauvres, tourisme communautaire, ... Chaque terme sous-entend une priorité différente mais il y a derrière ces différentes définitions un objectif commun de bénéfice pour la population d'accueil.

Puisque tant de visions du tourisme durable existent, il existe aussi de multiples indicateurs. Aujourd'hui, de nombreux labels viennent « attester » de la pratique d'un tourisme durable. Mais ce grand nombre de labels entraîne alors une confusion et parfois de la méfiance quant aux marques qui ne les utiliseraient que dans un but de « greenwashing ». C'est-à-dire, schématiquement, que l'utilisateur ne cherche qu'à repeindre la façade, mais ne change pas le problème de fond. Ainsi : « *Difficile dès lors de se retrouver dans un paysage au sein duquel on peine désormais à identifier des opérateurs qui seraient non responsables, non solidaires ou non éthiques.* » (Minvielle, 2010 : 1998)

2.2. Le développement raisonné du tourisme selon Georges Cazes

Pour tenter d'y voir plus clair, nous nous référerons à la définition de Georges Cazes (2012)¹², géographe français spécialiste du tourisme. Il expose dix principes pour un développement raisonné et intégré du tourisme. C'est en additionnant ces principes, que le terme de développement « raisonné » pourra être employé, et non en les traitant individuellement.

11 Salaméro Sylvain. *Développement et tourisme durable*. Cours de licence 3 TD, ISTHIA, Université Toulouse Jean-Jaurès, 2021.

12 Publié par sa femme Elizabeth Jestaz-Cazes en 2012.

1. « *Donner la priorité aux attentes et aux volontés locales sur la satisfaction de la demande touristique.* » Il s'agit de penser le tourisme au profit de l'offre, et non plus au profit de la demande.

2. « *Mettre en service aussitôt que nécessaire un instrument d'observation permanente des mutations et de simulation des évolutions entraînées par l'intrusion touristique.* » L'objectif étant de mesurer les évolutions des territoires d'accueil notamment dans les domaines de la politique, de l'économie, du social, ou encore du culturel.

3. « *Respecter strictement le concept de « capacité de charge.* » Cependant, selon lui, il serait illusoire de chercher à respecter une limite trop précise. De la même manière, il précise que de simples aménagements peuvent parfois suffire afin d'augmenter cette capacité de charge.

4. « *Décentraliser fortement les rouages de décision, tant pour la construction que pour la sauvegarde des espaces.* » Il ajoute qu'il faut donner les outils pour permettre un contrôle local du développement « *tout en évitant, dans la mesure du possible, les concurrences et compétitions coûteuses.* ».

5. « *Garder sur place autant que faire se peut les revenus de la fréquentation touristique* ». Il évoque aussi une utilisation collective de ces revenus, par le biais d'infrastructures ou équipements.

6. « *Retenir, aux différentes étapes de l'aménagement, les principes doctrinaux du « sustainable development* ». » Ici, les exemples donnés sont les économies d'énergies ou encore le recyclage de l'eau.

7. « *Privilégier également dans le domaine de l'emploi, la fourniture locale* ». La formation de la population est à mettre en place au préalable.

8. « *Sauvegarder des espaces non soumis à la spéculation pour un développement futur en prenant des mesures pratiques de protection active de l'environnement.* » L'importance d'une législation pour la préservation de certains espaces est mise en avant, avec par exemple le droit de préemption.

9. « *Ne pas rechercher prioritairement une croissance de la fréquentation touristique relativement aisée à obtenir, mais plutôt un véritable développement intégrant des variables sociales et pas seulement des performances économiques.* » Par « développement », il ne faut pas entendre développement économique à tout prix.

10. « *Continuer à concevoir la fonction touristique comme un élément d'appoint dans un développement authentiquement intégré ; ne pas oublier qu'il s'agit d'une activité demeurant toujours saisonnière.* » L'activité touristique doit rester complémentaire, le territoire ne doit pas en dépendre.

2.3. Le cas des Grands Sites de France : entre protection et valorisation

Depuis 1977-1978, la politique « grands sites de France » a été lancée. Elle est partie du constat que de très fortes fréquentations touristiques amènent à une dégradation des espaces et ne génèrent pas assez de retombées économiques. Les espaces ne seraient donc pas assez protégés. La difficulté réside une nouvelle fois dans la relation entre tourisme et environnement. L'objectif de cette politique des « *grands sites* » est alors de restaurer les espaces dégradés, maîtriser la fréquentation et améliorer la qualité de

l'accueil. Elle suppose donc d'avoir connaissance d'un niveau de fréquentation supportable pour chaque site.

Un enjeu majeur dans le développement d'un tourisme raisonné est donc de réussir à concilier protection des milieux et fréquentation touristique. Un enjeu d'autant plus marqué lorsque la notoriété des sites est grande. Les sites classés ou inscrits sont ainsi particulièrement concernés. C'est pourquoi il est plus qu'intéressant de se pencher sur le cas des Grands Sites de France, qui ont déjà beaucoup travaillé sur la question. La protection a pour but de ne pas modifier l'aspect des lieux. Quant à la valorisation, elle semble essentielle si l'on souhaite obtenir des retombées économiques par le tourisme. Lorsque des mesures de protection sont prises, la qualité de la visite devra s'en trouver améliorée (Vincent Vlès, 2014).

Pour cela, l'Opération Grand Site (OGS), existante depuis 1970, a pour objectif de « *protéger un espace dont la dimension patrimoniale est reconnue, en vue de sa transmission aux générations futures* ». Elle réunit l'Etat, les Collectivités locales et les acteurs des sites. Les sites pouvant prétendre à une labellisation sont ceux qualifiés de vulnérables mais pour qui la fréquentation touristique génère des retombées économiques significatives pour le territoire. (Vlès, 2014) Le processus de labellisation prend du temps, il demande d'avoir un « *projet de préservation, de gestion et de mise en valeur du site, répondant aux principes du développement durable* ». (Code de l'environnement, article L341-15-1) Les sites labellisés « Grand Site de France » sont alors reconnus d'intérêt national, voire même mondial. Ils sont classés « *de grande notoriété et de forte fréquentation* ». Le label a été créé en 2002. Il est attribué pour 6 ans et peut être renouvelé par la suite.

Les Grands Sites de France sont désormais au nombre de 21 ; Aven d'Orgnac, Baie de Somme, Bibracte - Morvan des Sommets, Camargue gardoise, Cap d'Erquy - Cap Fréhel,

Chaîne des Puys - Puy de Dôme, Cirque de Navacelles, Conca d'Oru - vignoble de Patrimonio, golfe de Saint-Florent, Concors – Sainte-Victoire, Dunes Sauvages de Gâvres à Quiberon, Estuaire de la Charente - Arsenal de Rochefort, Gorges de l'Hérault, Iles Sanguinaires - pointe de la Parata, Les Deux-Caps Blanc-Nez/Gris-Nez, Marais Poitevin, Massif du Canigó, Pointe du Raz en Cap Sizun, Pont du Gard, Puy Mary - Volcan du Cantal, Solutré Pouilly Vergisson, Vallée de la Vézère. Et 30 autres sites sont engagés dans la démarche de l'obtention du label. Ils dénombrent plus de 38 millions de visiteurs par an, concernent 13 régions, 45 départements, plus de 500 communes et 1,2 million d'habitants. Selon Soline Archambault, Directrice du Réseau des Grands Sites de France, l'enjeu des sites concernés est de « *mieux accueillir les visiteurs, mieux gérer la fréquentation, pouvoir la diffuser dans le temps et dans l'espace, pour faire en sorte qu'elle bénéficie à l'économie locale tout en maintenant des activités économiques nécessaires à la qualité paysagère.* ».

CHAPITRE 3 :

MODES DE GESTION DE LA FRÉQUENTATION

1. Le tourisme et son système d'acteurs complexe

1.1. De nombreux acteurs concernés

De nombreux acteurs font partie intégrante du secteur touristique. Le système d'acteurs, c'est « *un ensemble d'acteurs individuels ou collectifs dont les actions fonctionnent de façon interdépendante, conflictuelle ou non* » selon Stock (2003). Pour comprendre le tourisme et ses enjeux, il est essentiel de se pencher sur ce système d'acteurs et s'intéresser à ceux qui le composent.

Le tourisme est aujourd'hui une compétence partagée et transversale entre l'État et ses collectivités territoriales : régions, départements et communes ou groupements de communes. La Ministre référente pour le secteur du tourisme est Olivia Grégoire : « *chargée des Petites et Moyennes Entreprises, du Commerce, de l'Artisanat et du Tourisme* » dépendant du Ministère de l'Économie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique. L'État met en œuvre la politique nationale du tourisme et est compétent pour les agréments et classements, ainsi que pour les opérations de promotion touristique nationale. L'opérateur de l'État en la matière est Atout France. Les organismes décentralisés sont ensuite les Comités Régionaux du Tourisme, les Comités Départementaux du Tourisme, ou encore les Offices de Tourisme.

A l'échelle d'une destination, il est possible de distinguer les acteurs externes des acteurs internes. Le système local est intégré dans un système global qui va l'influencer. A l'extérieur, nous pouvons donc discerner l'État, les entrepreneurs et les touristes. A l'intérieur, nous retrouvons le pouvoir local, les artisans et la population résidente. Les relations entre ces acteurs sont évolutives. La mise en tourisme d'un espace est une illustration concrète laissant intervenir les divers acteurs locaux. C'est le « *processus de transformation d'un lieu en un lieu touristique* » qui arrive à la suite de jeux d'acteurs dans un espace spatio-temporel donné (Stock, 2003).

Analyser le système touristique avec une vision globale permet de se rendre compte de la place du touriste dans ce système d'acteurs. Les touristes ont certaines pratiques, qui vont parfois s'intensifier, s'atténuer, se modifier, ou bien émerger. Ce sont ces intentions que les professionnels du tourisme essaient de comprendre pour amener sur le marché une offre adaptée qui aura alors de plus grandes chances de connaître un succès. C'est donc après que le touriste ait exprimé une volonté, un désir, que le marché va venir se former. Les touristes sont le socle du système.

Analyser le tourisme avec une vision locale permet de se rendre compte de la place des habitants dans ce système d'acteurs. La mise en tourisme est avant tout la rencontre entre habitants et touristes. Lors de leurs visites, les touristes vont effectivement venir à la rencontre des habitants. Ces derniers vont comprendre l'opportunité économique que le tourisme représente et entreront dans le système d'acteurs. Restaurateurs, hébergeurs, établissements de divertissements,... les entrepreneurs se saisissent de l'occasion pour développer leur marché en cherchant à répondre aux besoins des touristes. A l'inverse des habitants qui ne vivent pas du tourisme, ceux pour qui il est une source de revenu auront tendance à défendre son développement.

L'État se saisit également du processus, puisque concerné par des enjeux économiques et d'aménagements. La présence du touriste va bénéficier à différents secteurs économiques. Le tourisme a une dimension transversale particulièrement intéressante pour les territoires. L'État français s'est alors emparé du sujet et a été interventionniste par exemple dans le déploiement des missions Interministérielles d'Aménagement du Languedoc-Roussillon en 1963 ou encore de l'Aquitaine en 1967.

1.2. Le fonctionnement d'un lieu touristique influencé par des intérêts divergents

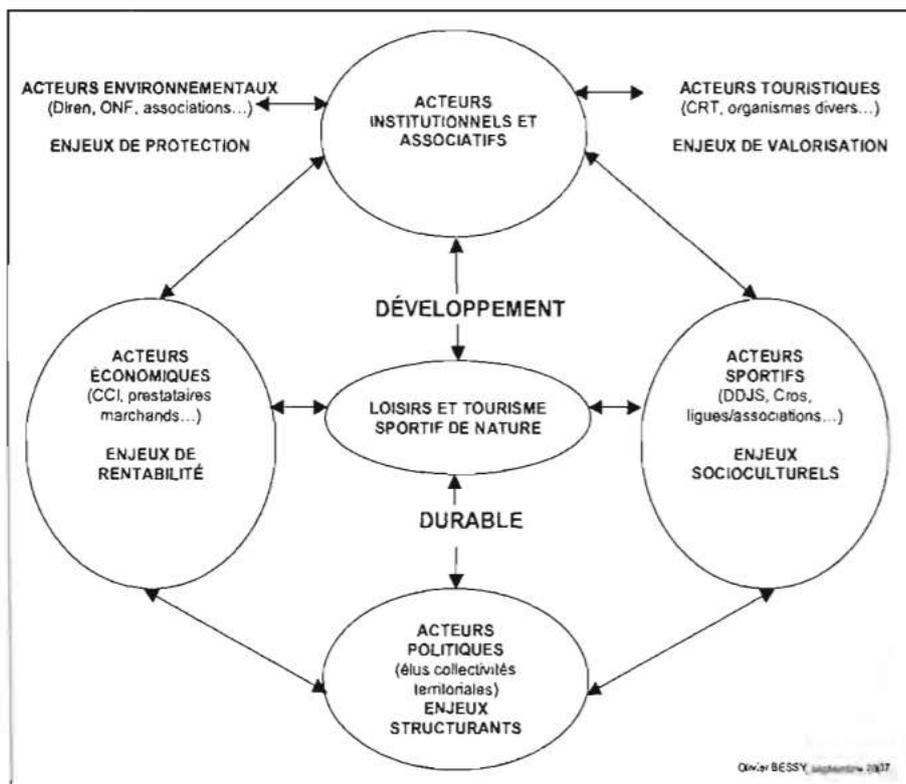
Le fonctionnement d'une destination touristique est déterminé par les caractéristiques de l'espace, l'ordre local et la répartition du pouvoir entre les acteurs. L'approche systémique, selon Stock (2003), est l'analyse de la relation entre les différents acteurs ainsi que de la relation entre les acteurs et le territoire. Elle permet de rendre compte de l'importance de l'appropriation des lieux par les acteurs du tourisme. Plus la destination est concernée par des acteurs de secteurs économiques diverses et variés, plus il faudra négocier avec le pouvoir local. Dans le cas d'une mono-activité touristique sur un espace, le rapport de force est différent et les négociations plus faciles. Il est également important de prendre en compte l'évolution dans le temps des pratiques et donc des sollicitations qui sont déterminantes dans le caractère touristique ou non d'un lieu. L'espace doit pouvoir répondre aux sollicitations pour rester touristique.

Les différents acteurs ont également un pouvoir d'influence plus ou moins élevé dans les décisions prises concernant le tourisme. Celui d'un commerçant s'élèvera en fonction d'une situation de monopole ou à l'inverse diminuera dans le cas d'une situation plus concurrentielle. Le rapport de force est déterminant dans le système local. Les différents acteurs ont des compétences qui leurs sont propres et vont agir en fonction de celles-ci.

S'ouvrir au système global permet à un territoire de contribuer à la croissance de son système local. La démarche peut se faire à l'échelle des élus, jouant de leur influence et développant leur place dans les réseaux, mais aussi à l'échelle d'un commerçant étant dans la démarche de la rencontre avec le touriste. C'est la connexion entre les acteurs qui est à travailler.

Selon Bessy (2008), dans le cas du développement d'un tourisme raisonné, chacun va s'impliquer en fonction de ses intérêts, des enjeux et de l'opportunité que représente ou non le développement durable. Selon lui, il n'existe pas de modèle unique pour le développement durable d'un territoire. Les différents acteurs doivent donc mettre en place leur offre leur permettant de répondre aux besoins et enjeux locaux.

Figure 2 : Les enjeux prioritaires des différents acteurs locaux¹³



13 Bessy, 2008, p. 46

Par ce schéma, prenant l'exemple du développement de loisirs et tourisme sportif de nature sur un territoire, il est possible de distinguer les principaux types d'acteurs et leurs enjeux prioritaires associés. Ainsi, les acteurs sportifs auront tout intérêt à rendre le sport accessible au plus grand nombre, tandis que les acteurs économiques auront des objectifs de rentabilité. Les acteurs politiques penseront, à une autre échelle, la place que doit prendre les loisirs et le tourisme sportif de nature sur leur territoire et dans le cadre des mandats en cours. Enfin, les acteurs institutionnels et associatifs, dans l'environnement et le tourisme, devront composer entre objectifs de protection et de valorisation.

Mais ce schéma doit être complété avec deux autres acteurs, cités ci-dessus, essentiels lorsque l'on parle de tourisme : d'abord les touristes eux-même, puis les habitants, premiers concernés par les effets du tourisme.

1.3. L'importance de la gouvernance locale, des objectifs prioritaires et des liens établis avec les habitants

Le pouvoir local influence donc le fonctionnement du tourisme sur un espace. En fonction du parti politique, les objectifs de mandats seront spécifiques et les attentes vis à vis du tourisme ne seront pas les mêmes. Mais les opinions des élus, comme des autres acteurs, concernant le tourisme sont aussi influencées par leur compétence et leur connaissance du secteur. Si certains acteurs ont conscience que la fréquentation d'un lieu induit des changements, d'autres les acceptent difficilement. Les appréciations données concernant ces changements sont subjectives et dépendent alors de nombreuses variables : philosophie, opinions politiques, expériences de vie, système économique en place, fonds disponibles, ... Pour pouvoir faire des choix éclairés, les acteurs doivent être informés au mieux des conséquences de leur prise de décision, ou non prise de décision. (Vincent Vlès, 2014)

Dans certains pays d'accueil, les décisions sont prises par les pouvoirs politiques soutenus par des investisseurs internationaux, souvent à l'écart des préoccupations des populations locales. Les rapports entre sociétés d'accueil et tourisme sont alors plus difficiles. Les complications vont se faire ressentir sur l'immobilier et l'emploi qui vont devenir plus concurrentiels. Ce type de système peut mener les habitants vers un sentiment d'hostilité envers le tourisme. Les résidents locaux n'auront pas la volonté de coopérer. Or, la coopération est un levier de développement. Établir un consensus local permet de réunir les forces pour agir sur le fonctionnement de l'espace (Stock, 2003).

Bien que les caractéristiques particulières des territoires puissent engendrer des objectifs variés pour leur développement touristique, l'établissement d'une relation fructueuse avec les responsables politiques repose en grande partie sur des éléments tels que la communication, la transparence, la confiance, une compréhension approfondie du contexte local, la pédagogie et une solide implication politique¹⁴. L'enjeu est de réussir à développer une bonne cohésion entre le milieu politique et le milieu technique.

2. Le difficile calcul de la capacité de charge

2.1. La capacité de charge : un seuil à ne pas dépasser

L'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) définit la capacité de charge comme étant « *le nombre maximum de personnes qui peuvent se rendre dans une destination touristique au même moment sans provoquer la destruction de l'environnement physique, économique et socioculturel et une diminution inacceptable de la satisfaction des visiteurs* ».

14 PERRONNET Céline et DAVID Isabelle, 2021, « Comment réussir sa relation avec les élus », *Revue Espaces*, Septembre-Octobre 2021, vol.362, p. 8-69

». Selon Vincent Vlès (2014), La capacité de charge, c'est le « *niveau de fréquentation touristique qu'un site peut supporter sans que ses qualités propres, l'intérêt de la visite et le bien-être de ses habitants ne soient affectés.* » L'atteinte ou le dépassement du seuil de « *capacité d'accueil maximal* » d'un territoire est le signal d'une « *surfréquentation* » (Union européenne, 2001). Elle est un nombre, une limite, un seuil. En dessous de ce seuil, le lieu ne sera pas endommagé irrémédiablement. Si la fréquentation s'arrête, il pourra retrouver son état originaire. A l'inverse, en dépassant ce seuil, les conséquences seront irréversibles même en arrêtant la fréquentation. C'est donc à la fois un maximum et un optimum.

Selon Vincent Vlès (2014), en étant dans une démarche de tourisme durable, il est essentiel de la calculer. Elle caractérise en effet les impacts négatifs de l'activité touristique sur ces espaces : l'état de saturation (ou l'impossibilité d'accueil supplémentaire), la dénaturation (correspondant à la perte des éléments qui avaient à l'origine attiré les premiers visiteurs). Les grands sites naturels, de part leur notoriété, sont particulièrement attractifs et peuvent faire face à des niveaux de fréquentation très élevés. Connaître la capacité de charge donne la possibilité de mieux pouvoir réguler les flux en prenant des décisions adaptées. Mais son calcul n'est pas sans difficulté.

2.2. De nombreux critères objectifs et subjectifs à prendre en compte

Le calcul de la capacité de charge va dépendre **des jugements de valeur des acteurs** concernés, ainsi que de la **gestion** du site et de ses visiteurs. Ils peuvent être pris en compte par la réalisation d'enquêtes. Le calcul et sa traduction, dépendent pleinement des choix des acteurs et de leurs connaissances. La capacité d'un site à accueillir découle également **de l'interaction de différents éléments**. Certains critères sont objectifs tels que

la taille, la capacité des aménagements, la résistance des milieux, la fragilité du site, la faculté de régénération écologique, les coûts et l'équilibre de gestion. D'autres sont des critères plutôt subjectifs tels que l'esprit des lieux, l'identité du site, l'agrément de la visite. **Les compétences et la volonté de la gouvernance locale** face à l'augmentation du nombre de visiteurs vont, de même, jouer dans le calcul de la capacité de charge.

Ainsi, les sites exceptionnels doivent être capables de différencier une fréquentation qui engendre un changement irréversible de celle qui est réversible. Par conséquent, il est essentiel de comprendre le cycle de vie de ces destinations touristiques. Ceci requiert la vérification des éléments suivants :

1. **L'impact sur le site est proportionnel au nombre de touristes**, au niveau de fréquentation.
2. **La limite (quantifiable) au-delà de laquelle le changement deviendra irréversible.**

En termes de méthodologie, cela signifie qu'il est crucial de reconnaître et de comprendre deux facteurs distincts pour ces sites, chacun évalué selon des critères différents (variables propres à chaque espace) :

1. **La capacité du site à accueillir des visiteurs à différentes périodes** = capacité physique d'accueil x fréquentation. Incluant alors : offre proposée, nombre de lits disponibles, flux, fréquence ou encore durée des files d'attente.
2. **La viabilité environnementale, sociale et politique** de faire durer cette fréquentation, sans altérer négativement les écosystèmes ou les populations locales.

Les impacts recensés sur les ressources naturelles ne suffisent pas pour calculer la capacité de charge maximale ou optimale. En effet, si l'homme accède à un espace, il produira obligatoirement un changement environnemental sur celui-ci. La majeure partie de ce

changement a lieu à de faibles niveaux de fréquentation. C'est-à-dire que si l'on souhaite à tout prix réduire au maximum les changements produits, exclure les visites est l'unique issue. Cependant, cette mesure radicale n'est globalement pas souhaitable. D'où l'importance d'anticiper avant qu'il ne soit trop tard et qu'il n'y ait plus de retour en arrière possible.

En réalité, les différentes expériences touristiques et de loisirs engendrent différentes capacités de charge. Il n'existe pas un calcul qui soit applicable dans toutes situations et pour tous les sites (Vlès, 2014). Par ailleurs, des variables telles que le type d'activité pratiqué et les conditions météorologiques sont souvent plus significatives de l'impact que l'intensité de l'utilisation ou la quantité de pratiquants. Ainsi, il n'existe pas de corrélation linéaire ou proportionnelle entre niveau de fréquentation et niveau de dégradation. Le comportement des visiteurs joue donc un rôle primordial. Concrètement, deux quads traversant un chemin par temps pluvieux auront de plus lourdes conséquences sur l'état de ce dernier que le passage d'une cinquantaine de randonneurs par temps sec.

De plus, conformément aux propos de Vincent Vlès, la notion de capacité de charge est avant tout un concept qui découle d'évaluations subjectives. Ce n'est pas uniquement le résultat mécanique d'un rapport entre l'affluence touristique et les ressources naturelles. Ainsi, l'observation et la recherche sont certes essentielles dans le calcul de la capacité de charge, mais ne suffisent pas. En effet, ce qui est acceptable pour l'un n'est pas forcément acceptable pour l'autre. La capacité de charge relève du domaine politique, et non uniquement du domaine scientifique. C'est pourquoi elle nécessite l'implication de toutes les parties prenantes. Selon Mathis Stock (2003), le calcul de cette capacité de charge est même impossible dans des milieux ouverts. Il est plutôt du rôle du politique d'arbitrer entre intérêts économiques, sociaux, et environnementaux par exemple en restreignant l'accès à certains sites. Ce sont des décisions politiques, qui peuvent cependant être appuyées sur des études techniques de la fréquentation d'un espace.

La petite île de Porquerolles de 12,5 km² a mis en place ce système de quotas journaliers en période de forte fréquentation, elle voyait venir sur son territoire près de 12 000 visiteurs chaque jour. Seuls 350 résidents y vivent. L'île était concernée par des soucis de baisse de la qualité des services, d'impact sur l'esprit des lieux, de difficultés dans la gestion des déchets, d'insuffisances d'équipements sanitaires, de dégradation des plages, sentiers et de la qualité de l'eau. Après une longue négociation de plus de 10 ans, les compagnies de bateaux se sont engagées à ne pas acheminer plus de 6000 visiteurs par jour. Ce sont les élus qui doivent trancher dans ce type de cas. L'instauration de ce système a généré une meilleure répartition des flux¹⁵.

3. Les dispositifs de gestion des flux résultant d'une négociation entre acteurs locaux

3.1. Des mesures pour réguler les flux

De nombreux dispositifs peuvent être mis en place et sont plus ou moins radicaux. Leur recours est fait d'une part en fonction de la politique en place et des priorités établies préalablement, puis d'autre part en fonction du degré d'irréversibilité de la détérioration de l'espace par la fréquentation touristique.

Dans le cas de la présence de tensions liées au tourisme sur un territoire, la **régulation** s'est présentée comme solution dans les politiques en place. Elle a pour objectif de d'assurer la coprésence et la cohabitation entre touristes et habitants (Vlès, 2017). C'est la question du « *partage de la nature* » qui arrive sur la table et dont la gouvernance s'empare. (Duhamel, 2023). La régulation du tourisme peut s'articuler sous plusieurs formes.

15 PATRIARCA Eliane, 2023, « Nature et Tourisme, les risques et opportunités de l'aspiration au vert », Revue Espaces, Janvier-Février 2023, n°370

Deux grandes catégories de solutions peuvent être distinguées (Stock, 2003) :

- le **zonage** : différencier les espaces à protéger des espaces à mettre en valeur,

- les **quotas** : réguler la fréquentation des espaces fragiles.

Le zonage peut être utilisé à différentes échelles. Il consiste à délimiter des espaces pour les protéger de toute intervention, voire fréquentation. Les réserves naturelles et parcs nationaux ont été créés en ce sens. Le seul objectif de la création des premiers parcs nationaux était la protection des paysages et des écosystèmes dits remarquables. La fréquentation touristique s'y est introduite plus tard. L'exemple des chutes de l'Iguazu (entre Argentine et Brésil) montre que la fréquentation touristique, arrivée au début du XXème siècle, n'existait pas avant la création du parc, en 1934. Le statut de parc fait connaître le lieu et peut donc faire accroître sa fréquentation. A l'intérieur de ces parcs, le zonage permet d'y instaurer des règles et de concentrer la fréquentation et les aménagements sur certains endroits. Des secteurs particulièrement fragiles et menacés peuvent être interdits à toute visite. Mais il est difficile d'interdire l'accès à des sites connus et si tel est le cas, cela ne garantit pas le respect de la réglementation. Les parcs nationaux français ont une zone centrale, où toute intervention est interdite, et d'une zone périphérique, tolérant les aménagements. Cette délimitation a notamment aidé à faire accepter à la population la création de ces parcs.

Les quotas sont une autre manière de réguler les flux touristiques. Certains cas extrêmes ont opté pour une interdiction totale. Cependant, un juste milieu peut être adopté. La méthode réside alors dans le fait de stopper les entrées à partir d'un certain seuil préalablement défini. Cette méthode était déjà adoptée par des sites clos comme les musées et autres sites urbains, mais elle s'élargit désormais aux sites naturels. Elle est plébiscitée dans le cadre d'une meilleure qualité de l'expérience et d'une préservation de l'esprit des

lieux. Cependant, ce type de mesure demande de connaître une limite quantitative et de concerner un espace sans grand nombre d'accès pour pouvoir les contrôler. Les quotas peuvent être instaurés avec différents moyens sur un territoire. Certains optent pour une **réservation préalable** ou une **fermeture lorsque le quota est atteint**, tandis que d'autres lieux sont rendus **payants** pour dissuader d'y venir, en particulier en période de grande affluence.

Rendre payant l'accès à un espace qui est à l'origine du domaine public, tant un espace urbain qu'un espace naturel, pose question en terme d'égalité : Est-il souhaitable de sélectionner par les moyens financiers le profil des visiteurs qui auront accès au loisir, à la nature ? Qui devra payer ou ne pas payer ? Quel est le prix juste ? Est-il justifiable de rendre l'accès au domaine public payant ? Le droit de libre accès à la nature doit-il primer ?

Le pouvoir local et les professionnels du tourisme peuvent également agir en prenant des **mesures contraignantes** pour l'activité touristique :

- limiter la fréquentation en **rendant l'accès plus difficile** en particulier par la route,
- **contrôler strictement l'information**, voire communiquer sur une image négative : ne pas faire figurer les sentiers sur les cartes topographiques,

La question de la légitimité de nuire à l'optimisation de l'accès à un espace, ainsi qu'aux retombées que cela peut engendrer peut être mise sur la table.

- aller à l'encontre du développement de la location d'hébergements en courte durée et tenter de réintroduire la location de longue durée : limitation du nombre de jours voire interdiction de la location de courte durée, reversement d'une taxe à la municipalité.

Limiter la location, notamment des Airbnb, est cependant difficile car le respect de la réglementation pour des propriétaires qui retirent un revenu complémentaire de leur location n'est pas une évidence. Des contournements de la réglementation seraient encore possible. Si « *la coopération des plateformes collaboratives est une condition sine qua non de toute réglementation d'intérêt public efficace* » (Kerrigan et Wachsmuth, 2022), l'obstacle relevé ici est bien celui d'un rejet de la part des habitants.

Finalement, les conditions d'accueil du tourisme doivent être considérées comme une affaire locale (Duhamel, 2023). Elles sont l'objet de négociation entre les partisans du tourisme, qui sont bien souvent ceux qui en tirent des ressources, et ceux qui le subissent, dès lors qu'ils n'en tirent pas de ressources. Cette négociation entre habitants pose d'autres questions en terme de démocratie et de la légitimité que chacun aurait à imposer sa vision en ce qui concerne le tourisme.

3.2. Des mesures pour agir sur l'impact de la fréquentation

Autrement que par la régulation, le pouvoir local peut prendre des mesures pour agir sur l'impact de la fréquentation (Vlès, 2017). Il existe de la même manière de nombreuses méthodes pour y parvenir ;

- une meilleure **répartition de la fréquentation dans le temps,**

Cela implique de superviser la disponibilité de divers services tels que les transports et les logements, ainsi que de pouvoir contrôler des créneaux horaires ou tarifs. Mais la difficulté réside d'autant plus dans des variables difficilement maîtrisables telles que les conditions météorologiques et la synchronisation des périodes de congés.

- une **réorganisation de la fréquentation dans l'espace** : disperser les flux pour abaisser la pression au mètre carré ou à l'inverse concentrer la fréquentation sur un espace pour protéger les autres (aménager des chemins d'accès et interdire des voies alternatives).

- **une réglementation stricte,**

Cette dernière est nécessaire pour prévenir des stationnements anarchiques ou autres pratiques nuisibles, mais exige de mettre des moyens humains pour veiller au respect de la réglementation sur les espaces concernés.

- **imposer des conditions de visite** pour n'autoriser que les visiteurs vraiment motivés : visite guidée obligatoire, nécessité d'obtenir une autorisation préalable, etc.

Cette approche suscite des critiques de la part des passionnés tels que les randonneurs en montagne, tandis qu'elle est mieux perçue par les pratiquants occasionnels comme les promeneurs.

Toutes ces mesures vont avoir des impacts sur le territoire et son fonctionnement. Elles viennent en réponse à des priorités économiques, sociales ou écologiques données.

3.3. L'expérience des Grands Sites de France en la matière

L'expertise des Grands Sites de France en ce domaine est intéressante. Comme exprimé lors du séminaire au Centre de conférence du Ministère de l'Économie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique « *Comment gérer durablement la fréquentation dans les territoires patrimoniaux ? L'expérience des Grands Sites de France* » le 7 juin 2023, les clés de réussite des Grands Sites de France pour gérer la fréquentation sont les suivantes :

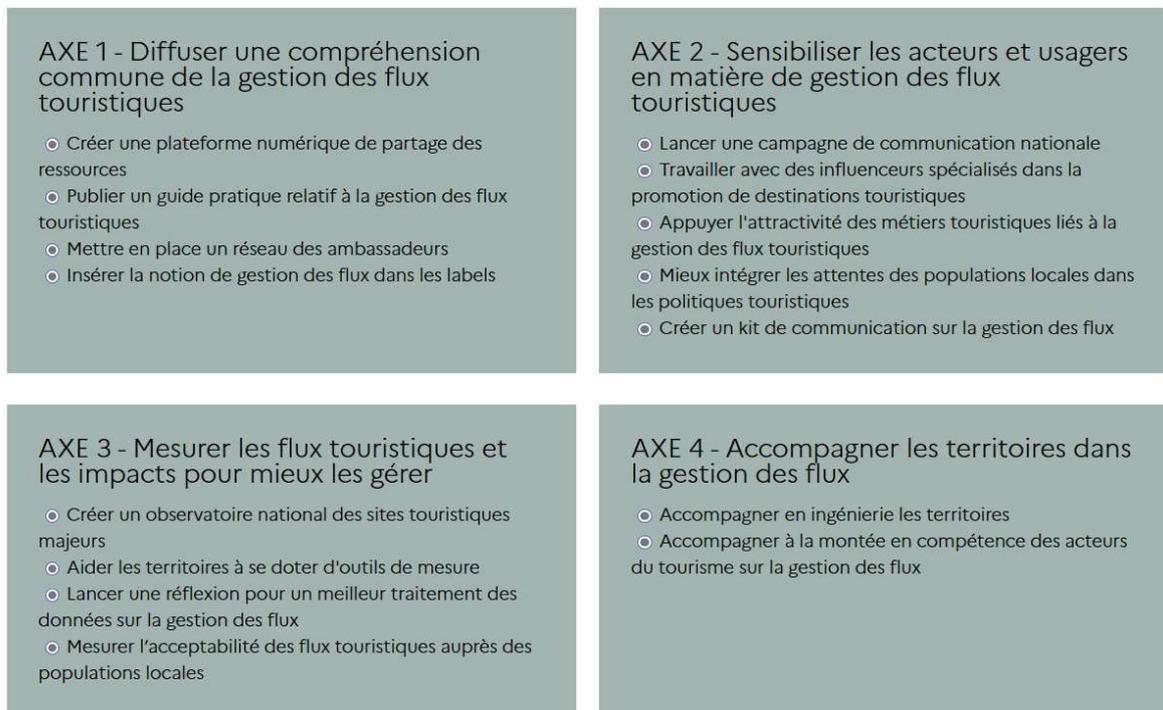
« Travailler en transversalité, avec tous les acteurs, à l'échelle pertinente, s'inscrire dans le temps long, différencier le traitement des pics de celui de la surfréquentation pérenne, travailler l'offre pour s'inscrire dans un tourisme choisi et non subi, mettre en place un projet touristique au service des habitants autant que des visiteurs, adapter ces outils selon les particularités... »

Concrètement, la méthodologie consiste à avoir « *un projet stratégique transversal associant l'observation, l'organisation de l'accueil, des stationnements et des mobilités, la conjugaison d'outils fonciers, contractuels et juridique pour réguler les flux, l'accompagnement de l'offre et du secteur privé, la présence sur le terrain pour accueillir, la communication qui informe sur les pics de fréquentation et sensibilise les différents publics...* »

Par une volonté du Ministère de l'Économie, le Réseau des Grands Sites de France coprésidait avec la Direction Générale des Entreprises un groupe de travail sur la gestion de fréquentation qui a permis la construction d'un plan d'action à destination des territoires. Ce dernier ayant pour but la « *diffusion de bonnes pratiques* »¹⁶.

16 RÉSEAU DES GRANDS SITES DE FRANCE, 2023, *La ministre Olivia Grégoire annonce le plan sur la gestion de la fréquentation au Grand Site de France Cap d'Erquy - Cap Fréhel*, [Réseau des Grands Sites de France](#), Juillet 2023

Figure 3 : Les 4 axes de la stratégie gouvernementale pour la gestion des flux touristiques en France¹⁷



Ce plan repose sur quatre axes distincts mais complémentaires. Il vise à appréhender et évaluer les conséquences des flux touristiques, à mettre en place des actions appropriées en fonction des territoires, à sensibiliser la population et à mobiliser les acteurs locaux, tout en fournissant un soutien aux territoires pour faire face à ce défi en débloquant les ressources financières nécessaires et en proposant des formations pour les acteurs locaux. Impliquer les habitants fait partie du plan pour améliorer leur tolérance quant à la fréquentation touristique. Un objectif de ce plan est de favoriser le développement économique de sites moins connus.

¹⁷ ENTREPRISES.GOUV.FR, 2023, *Gestion des flux touristiques en France : accueil et préservation du patrimoine*, [Gestion des flux touristiques en France : accueil et préservation du patrimoine | entreprises.gouv.fr](https://entreprises.gouv.fr), 19 juin 2023

Conclusion Partie 1

Il a été démontré dans cette partie que le tourisme, en dépit de ses nombreux bienfaits, est une activité à ne pas prendre à la légère. Une mauvaise considération et une mauvaise gestion de cette dernière peut altérer la nature, mais également être source de tensions au sein d'une société locale. En cas de fréquentation touristique élevée, le pouvoir local et les différents acteurs locaux, doivent alors s'emparer du sujet ensemble pour choisir un mode de gestion adapté. Pour ce faire, les attentes de chacun doivent être tirées au clair et le développement d'un tourisme raisonné est à privilégier.

Parallèlement, il est essentiel de comprendre la « *transition touristique* » que nous traversons (Duhamel, 2023). Effectivement, il semble que nous ne soyons qu'aux prémices de ce bouleversement. Les pratiques évoluent, certes, mais c'est principalement la progression exponentielle des déplacements internationaux qui est ici en jeu. Et si de nouvelles populations pratiquent le tourisme, les années à venir seront véritablement marquées par l'augmentation des mobilités touristiques. Même si le tourisme international a été temporairement freiné par la pandémie de Covid-19, le mouvement semble à présent reprendre de l'élan. En envisageant un scénario où les populations chinoises ou indiennes adopteraient des taux de voyages à l'étranger comparables à ceux des Français (23 % en 2014) ou des Allemands (70 %), ce serait entre 600 millions et un milliard de touristes dans le monde qui viendraient s'ajouter, pour ces deux pays seulement.

Les espaces naturels seront concernés par cette évolution mais aussi par le changement climatique. Ces derniers seront potentiellement de plus en plus menacés. Ce

bouleversement va venir encourager le développement des dispositifs de gestion des flux. Il est impératif de rester attentif aux évolutions à venir ainsi qu'aux éventuelles tensions qu'elles pourraient engendrer. Cela soulève des interrogations fondamentales en terme de coexistence harmonieuse et de participation démocratique à l'échelle locale.

Les solutions de gestion des flux varient selon les caractéristiques de chaque espaces et sont à adapter au contexte local. La mise en place de ces mécanismes de régulation nécessite du temps, car elle implique une coordination de tous les acteurs concernés, tels que les responsables des espaces naturels, les partenaires institutionnels, les élus locaux et régionaux, les professionnels du tourisme, les résidents, les organisations environnementales, ainsi que les associations locales.

PARTIE 2.

ÉTUDE DE FRÉQUENTATION PAR UN BUREAU D'ÉTUDE

-

LE CAS DU VALLON DE L'AIGUEBRUN

Introduction Partie 2

Après avoir étudié les principales notions liées à la fréquentation touristique et à sa gestion, il est essentiel de comprendre comment concrètement les territoires vivent la fréquentation touristique, comment les acteurs locaux s'emparent du phénomène et quels types de gestion ils peuvent adopter. Pour pouvoir s'emparer de la question de la fréquentation touristique, les territoires peuvent être amenés à faire appel à un bureau d'étude spécialisé dans l'étude du tourisme et de ses pratiques. C'est en effet en faisant appel à des spécialistes qu'ils pourront prendre connaissance du niveau de fréquentation, du profils de leurs visiteurs, de leurs attentes, et ainsi comprendre les pratiques qu'ils exercent sur leur territoire.

Ainsi, cette partie permettra de comprendre comment un bureau d'étude spécialisé peut s'emparer de la question de la fréquentation touristique et quelle méthodologie il emploie pour arriver à apprécier cette fréquentation. L'immersion au sein du bureau d'étude TRACES TPi, spécialisé sur les thématiques du tourisme, des loisirs et du patrimoine permet d'illustrer parfaitement le propos.

En conséquence, la présentation de l'entreprise et de son travail puis de l'expérience vécue dans le bureau d'étude sont essentiels. Ils aident à déterminer en quoi le bureau est compétent pour étudier la fréquentation touristique d'un territoire. La méthodologie employée par TRACES TPi pour mener à bien ces études sera décrite. Le cas d'étude est le vallon de l'Aiguebrun dont sa gestion est orchestrée par le Parc Régional Naturel du Luberon. Les enjeux du terrain d'étude seront enfin détaillés.

CHAPITRE 1

-

BUREAU D'ÉTUDE ET MISSIONS

1. TRACES Tpi : entre tourisme, loisirs et patrimoine

Le bureau d'étude TRACES TPi a deux casquettes : il est un cabinet-conseil spécialisé dans le domaine du tourisme et des loisirs, ainsi qu'une agence créative axée sur la valorisation du patrimoine¹⁸.

L'entreprise opère en France, en Suisse et au Benelux via deux structures affiliées : TRACES TPi France, située à Tournus dans le sud de la Bourgogne, et TRACES TPi Belgium, située à Flavion en Wallonie. Ces entités sont dirigées par Dominique Niset, fondateur de TRACES TPi en 1996 et administrateur délégué et co-gérant, ainsi que par Julien FARAMA, directeur associé et co-gérant depuis 2005.

L'expertise du bureau d'étude englobe donc les trois domaines du tourisme, des loisirs et du patrimoine et propose ses services autour de 6 thématiques.

¹⁸ La source de cette sous-partie est le site internet de l'entreprise (non mis en ligne à ce jour).

Figure 4 : Les 6 thématiques de TRACES TPi



- **Schémas et stratégies de développement** : L'entreprise accompagne les territoires et les destinations touristiques pour élaborer des stratégies globales ou thématiques. Ces stratégies sont basées sur l'identité et les caractéristiques propres à chaque territoire. Les acteurs locaux sont impliqués dans le processus, et des plans d'actions opérationnels et réalisables sont livrés.

- **Valorisation et interprétation du patrimoine** : TRACES TPi se spécialise dans la création de plans et de sentiers d'interprétation, ainsi que dans l'élaboration de contenus textuels, graphiques et visuels. Des éléments tels que la charte graphique, le design, la conception cartographique, les illustrations, les éditions et les outils numériques sont conçus sur mesure pour mettre en avant l'essence et l'identité des lieux.

- **Vélo/véloroutes et voies vertes** : Le bureau d'étude propose des schémas cyclables, la conception et l'audit d'itinéraires, ainsi que la mise en place de schémas de signalisation. Elle développe également des stratégies marketing pour les véloroutes et voies vertes, mène des études sur les clientèles et la fréquentation, et crée des chartes graphiques.

- **Sports outdoor** : Fortement ancrée dans son identité, l'entreprise s'est investie dans les sports outdoor depuis les années 90. Elle couvre diverses disciplines de plein air telles que la randonnée pédestre, le VTT, le trail, les activités hivernales et l'escalade. Son expertise inclut les diagnostics, les études sur les clientèles, ainsi que les enjeux d'aménagement et de développement.

- **Études de sites et équipements** : TRACES TPi accompagne la gestion et le développement de sites patrimoniaux, de parcs, d'équipements de loisirs, et d'espaces naturels remarquables. Ses équipes mettent leurs compétences au service des gestionnaires pour résoudre diverses problématiques.

- **Observation et études sur les clientèles** : L'entreprise s'est diversifiée au fil des années pour inclure des missions d'observation, d'évaluation de la fréquentation, d'analyse des impacts économiques, et d'études sur les clientèles pour une variété de clients, tels que les sites touristiques, les espaces naturels, les destinations touristiques et les organisateurs d'événements. Les thématiques de fréquentation ont connu une demande grandissante ces dernières années et le bureau d'étude a su saisir cette opportunité.

L'équipe est composée de trois consultants ; Julien Farama, Dominique Niset, Pierre Bourgeon, et de trois chargé.e.s d'étude ; Christelle Raton, Mathias Sanvoisin, Cassandre Manigault. L'entreprise comptabilise désormais plus de 130 clients, plus de 25 ans d'expérience, et a réalisé plus de 235 projets.

Figure 5 : Exemple de clients récents de TRACES TPi



Concrètement, les clients récents de TRACES TPi ont par exemple été le département de l'Ariège pour une étude sur la filière de l'escalade, le département de la Creuse pour une étude marketing de la véloroute V87, une étude d'observation de la fréquentation et des publics de la GTMC, ou encore La Baie de Somme pour une étude de fréquentation du territoire.

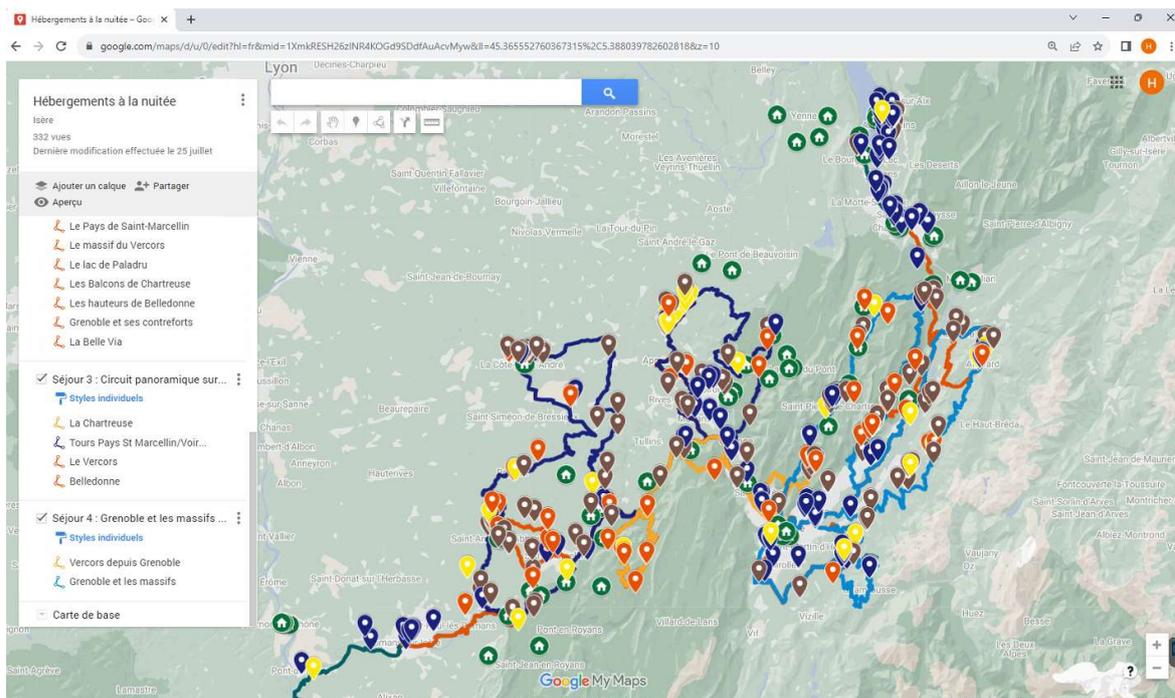
2. Des études de fréquentation aux éco-mobilités : diverses missions confiées

Si une forte fréquentation touristique peut être source de différents conflits, dont des engorgements sur les routes d'accès, l'éco-mobilité apparaît comme une alternative. Selon ADEME, l'éco-mobilité consiste à favoriser les modes de déplacement plus écologiques comme la marche, le vélo, les transports collectifs, le covoiturage, etc. en proposant des solutions alternatives au « tout en voiture ».

Lors d'une immersion de 24 semaines au sein de TRACES TPi, différentes missions ont pu être confiées. L'une des missions les plus conséquentes a été la conception de séjours d'itinérance à vélo. Le commanditaire étant Isère Attractivité, l'Agence de Développement du Tourisme de l'Isère, la mission était de créer des circuits vélo autour de La Belle Via, nouveau nom de la véloroute du sillon Alpin allant d'Aix-les-Bains à Valence. Le travail avait déjà été amorcé par l'équipe de Traces TPi ; à l'aide de groupes de travail réunissant les différents acteurs, plusieurs tracés sont ressortis. Un choix a ensuite été fait en prenant en compte divers critères : circulation, état des routes, situation géographique, points d'intérêt, etc. Puis, plusieurs séjours ont été réfléchis pour des cibles distinctes. Une

première mission a été de réfléchir aux étapes des séjours puis de construire un premier document à destination du commanditaire et des territoires concernés afin de présenter les séjours avec cartes, étapes, distance, dénivelé, principaux points d'intérêt, accessibilité, etc. Le travail de 16 pages a ensuite été validé en comité technique en visioconférence¹⁹. La réalisation des séjours n'aurait pu se faire sans logiciels de cartographie tels que QGIS et MyMaps. Ces derniers ont été utilisés en tant qu'outils de travail par le bureau d'étude ainsi que pour pouvoir communiquer, mais peut également être pris en main par le client ou même le touriste réalisant son séjour à vélo.

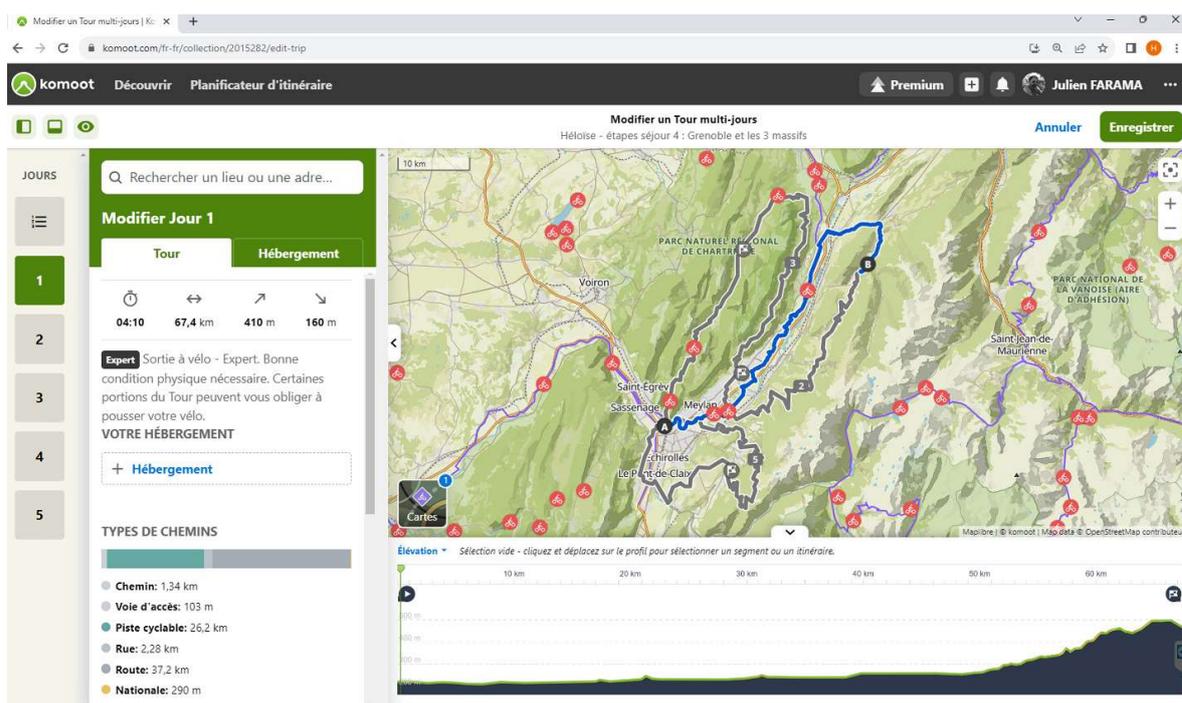
Figure 6 : MyMaps, un outil utilisable par tous



19 Cf ANNEXE A : Extrait du document intermédiaire remis à Isère Attractivité

Le client peut facilement mettre à jour son offre et les informations apparaissant, tandis que le touriste peut jouer avec les filtres pour ne laisser apparaître que ce qui l'intéresse. D'autres logiciels et sites tels que Excel, Canva et Komoot ont de la même manière été essentiels dans l'élaboration des séjours.

Figure 7 : Komoot, un outil d'enregistrement de tracés



Un autre support a ensuite été créé en ayant recours à une graphiste. La deuxième partie du travail a été de mettre en avant les hébergements possibles, les points d'intérêt sur le parcours, les restaurants, mais aussi les loueurs et réparateurs de vélo, gares, offices de tourisme, et toutes autres informations utiles. La mission s'est alors poursuivie en allant sur le terrain pour repérer les itinéraires à vélo ou en voiture lors de 6 journées. Aller sur place était également essentiel pour pouvoir rédiger les descriptifs de chaque étape. Le travail a

pu être validé par le comité de pilotage sur place. Au final, ce sont 4 séjours qui ont été créés ;

- le séjour 1 « *La Belle Via en Famille* » sur une semaine pour un peu plus de 200 kilomètres en longeant la rivière de l'Isère et en ayant tout le long une agréable vue sur les massifs, mais est adaptable sur 4 jours²⁰,

- le séjour 2 « *Entre plaines et montagnes* » qui est à la carte en choisissant ses excursions selon ses envies et son niveau, plutôt pour une cible de couples d'amis souhaitant partir entre 4 et 7 jours également,

- le séjour 3 « *Circuit panoramique sur les massifs du Vercors et de la Chartreuse* » sur une base de 5 jours, qu'il est possible de prolonger en se dirigeant vers le Vercors ou encore vers le massif de Belledonne,

- le séjour 4 « *Grenoble et les massifs de Belledonne et Chartreuse* » pour le sportifs ou pour les vélos à assistance électrique.

En parallèle de ce travail de création de séjours, la mission était de créer le lien avec les agences de voyages et tours opérateurs dans le but de voir les séjours commercialisés par ces structures. Dans un premier temps, les structures pouvant potentiellement être intéressés par la vente de séjours à vélo, en France et aux pays alentours, ont toutes été contactées une première fois afin d'évaluer l'intérêt de celle-ci à l'égard du projet et d'un futur éditeur pour leur faire découvrir le territoire et les séjours. Ce premier contact téléphonique a été un succès puisque seuls 2 structures, sur les 19 avec qui un échange a eu lieu, ont répondu négativement. Après avoir fait valider les séjours par le comité de

20 Cf ANNEXE B : Exemple du séjour 1 – Document final Séjours autour de La Belle Via

pilotage, une première proposition de programme pour l'éducteur a été envoyée à Isère attractivité.

A cheval sur la fin de cette première mission confiée, un deuxième travail s'est présenté dans le cadre d'une étude de fréquentation dans le vallon de l'Aiguebrun au sein du Parc Naturel Régional du Luberon (PNRL). Un suivi a été assuré auprès de l'interlocutrice du PNRL jusqu'à la fin de la période d'immersion chez TRACES TPi, 3 questionnaires ont été élaborés et adaptés au territoire, 12 jours de terrain ont été nécessaires et la réalisation d'un traitement intermédiaire des données de l'enquête auprès des visiteurs a également pu être réalisée. La méthodologie de cette étude sera détaillée dans le chapitre suivant.

Par ailleurs, un appui a pu être apporté sur diverses études :

- une étude de fréquentation pour la Communauté de communes Bresse Haute Seille dans le cadre du Grand Site de France en projet « *Vignobles et reculées du Jura* » : 10 jours d'enquêtes auprès des touristes et de comptages²¹.
- une étude de fréquentation dans le Parc Naturel Régional de la Sainte Baume : trois jours d'enquêtes auprès des touristes.
- une étude dans le cadre du schéma de l'itinérance du Grand-Est : réalisation d'un entretien de trois heures avec Alsace Destination Tourisme²².
- une étude pour le développement de la Cycloroute71 en Saône et Loire : participation à l'élaboration d'un carnet de route.

21 Méthodologie détaillée dans le Chapitre 2

22 Structure de stage en master 1

Ces diverses missions ont permis de travailler sur différents cas d'étude notamment dans le cadre d'enquêtes de fréquentation. Des territoires où un contexte différent entraîne des enjeux différents, ainsi qu'une méthode et une réponse adaptée. Ce qui a rendu le stage plus qu'enrichissant a été de pouvoir venir en appui sur ces multiples études.

CHAPITRE 2

L'ÉTUDE DE FRÉQUENTATION DU VALLON DE L'AIGUEBRUN

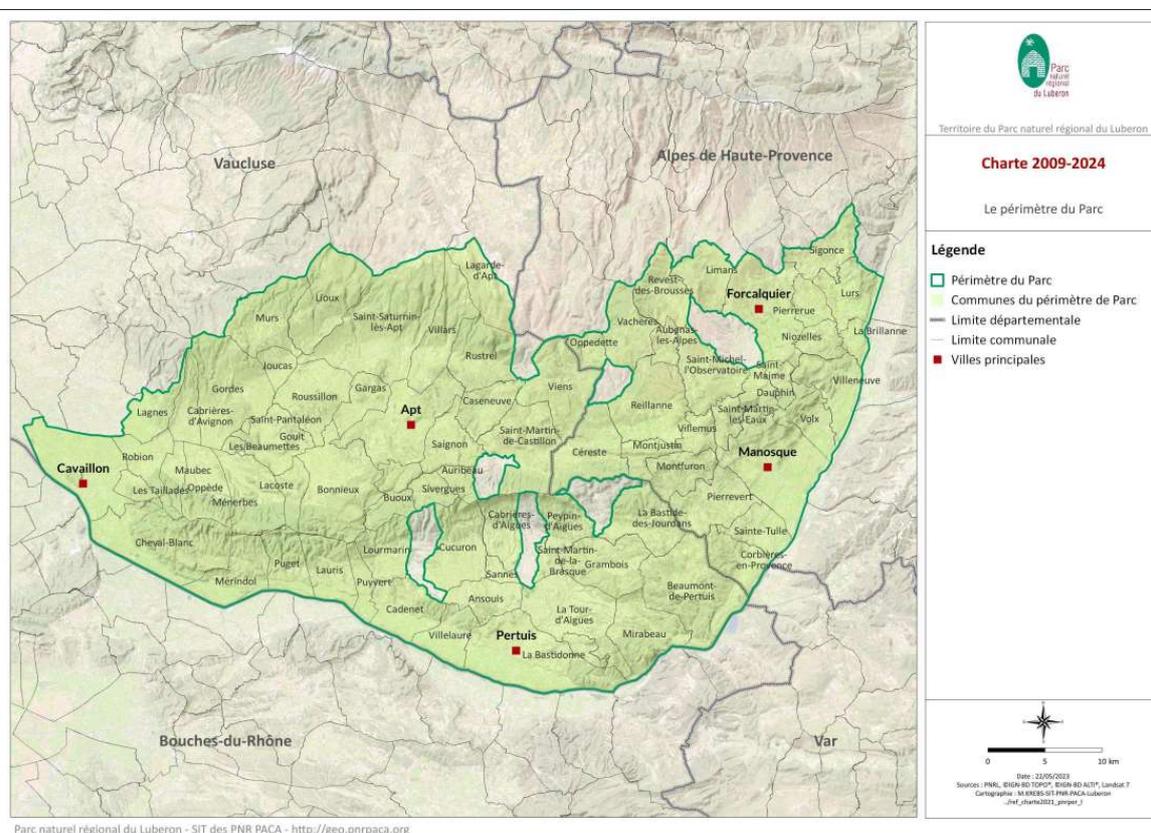
1. Contextualisation : le territoire et ses enjeux

1.1. Une fréquentation croissante au sein du Parc Naturel Régional du Luberon

Fondé en 1977, le Parc naturel régional du Luberon (PNRL) s'étend sur 78 communes qui ont volontairement adhéré en signant une charte engageant un effort conjoint vers un développement durable. Cette démarche repose sur la préservation et la mise en valeur des richesses naturelles, culturelles et paysagères du parc. L'administration en est confiée à un comité syndical composé de délégués provenant des 78 communes, des Départements des Alpes de Haute-Provence et de Vaucluse, ainsi que de la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Couvrant une superficie de 185 000 hectares, le territoire abrite une population de 183 300 personnes. Il est centré autour du massif du Luberon, qui s'étend d'est en ouest et chevauche les départements du Vaucluse et des Alpes de Haute-Provence. Le parc est divisé en cinq bassins de vie : le bassin de vie de Cavaillon, le pays d'Apt, le Sud Luberon, le bassin de vie de Manosque, le bassin de vie de Forcalquier.

Figure 8 : Territoire du Parc Naturel Régional du Luberon²³



Ce territoire bénéficie de la reconnaissance de l'UNESCO en tant que Réserve de biosphère Luberon-Lure (incluant le périmètre du PNRL ainsi que le versant sud de la montagne de Lure). Il est également désigné comme Géoparc mondial. Le PNRL s'attelle à cinq grandes missions, cités telles que définies par le code de l'environnement :

- Protection et gestion du patrimoine naturel, culturel et paysager.
- Aménagement du territoire.

²³ Source : Parc Naturel Régional du Luberon, 2023

- Développement économique et social.
- Accueil, éducation et diffusion d'informations.
- Expérimentation.

Pour gérer et assurer le bon fonctionnement du parc, le comité syndical est appuyé par une équipe technique composée d'environ cinquante membres.

Le Parc naturel régional du Luberon compte près de 1,5 million de visiteurs et 6 millions d'excursionnistes chaque année²⁴. La fréquentation du parc présente une forte saisonnalité, principalement concentrée pendant la période estivale. Certains sites naturels sensibles sont concernés par des pics d'affluence tels que les Ogres du Luberon, la Forêt des Cèdres du Petit Luberon, l'Étang de la Bonde et le Vallon de l'Aiguebrun, ainsi que dans les villages pittoresques tels que Gordes, Roussillon, Lourmarin, etc.

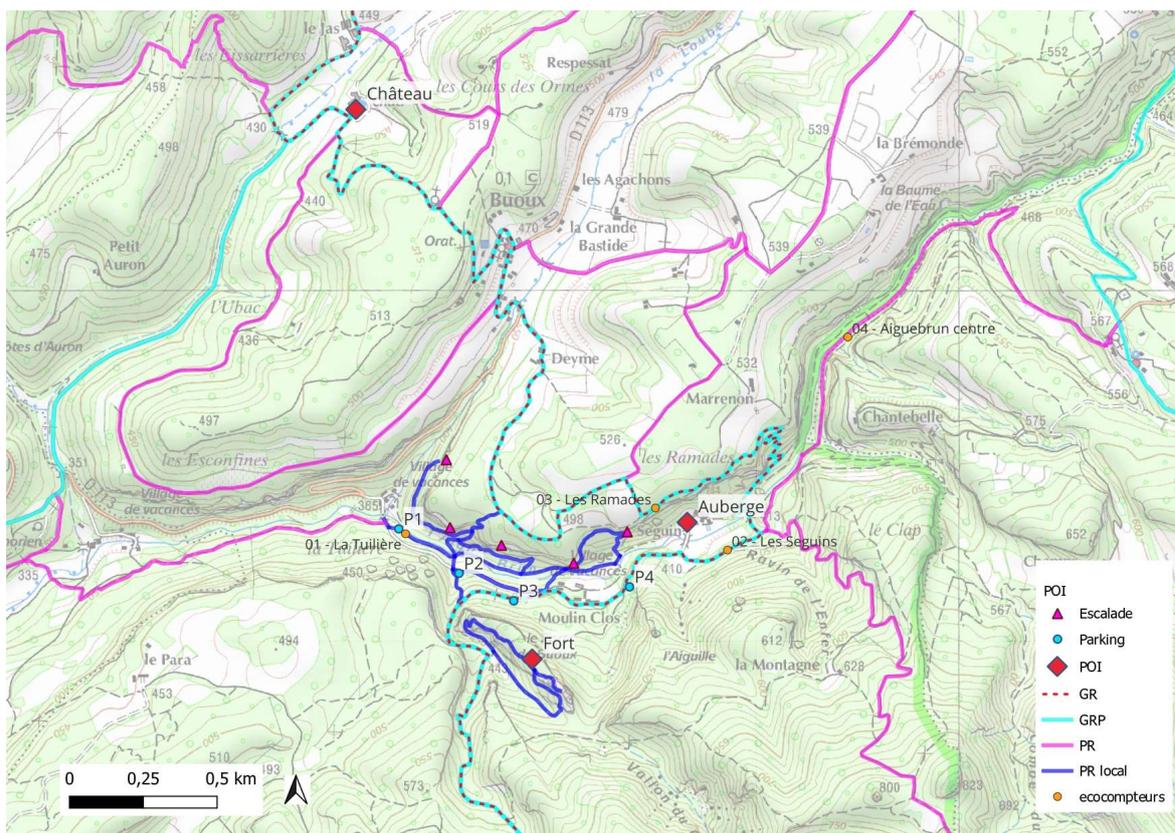
La pandémie de la Covid-19 a profondément modifié les habitudes touristiques et a accentué la nécessité de repenser la répartition des visiteurs sur l'année. La croissance constante du nombre de visiteurs dans les sites naturels exceptionnels du Luberon soulève des questions sur la gestion de leur fréquentation et, dans certains cas, sur leur sur-fréquentation. Cela nécessite une régulation et une meilleure gestion des flux dans le temps et l'espace.

24 Source : Cahier des charges de l'étude de fréquentation du vallon de l'Aiguebrun

1.2. Le vallon de l'Aiguebrun : un Espace Naturel Sensible faisant l'objet d'usages diverses et variés

Le vallon de l'Aiguebrun, situé au sein de la Communauté de communes du Pays d'Apt Luberon, possède un patrimoine naturel et culturel d'une grande valeur, offrant des paysages remarquables. Le site abrite le Fort de Buoux qui attire 25 000 visiteurs chaque année. Perché du haut de son éperon rocheux, les vestiges datant de l'époque médiévale offrent une vue sur le vallon. Tandis que le Château de Buoux et ses jardins à la française sont classés patrimoine historique. Le monument érigé à la renaissance se situe tout à proximité du vallon.

Figure 9 : Carte du Vallon de l'Aiguebrun et de ses sentiers de randonnée²⁵



25 Source : VEILLÉ Héloïse et RATON Christelle - TRACES TPi, 2023

Les falaises de Buoux attirent de nombreux grimpeurs nationaux et internationaux, et les sentiers de randonnée pédestre (GR 9, GRP Tour des Claparèdes, PR et PR local) permettent de découvrir les richesses du vallon. Ils relient aussi Apt et les villages aux alentours tels que Buoux, Sivergues, Bonnieux, Saignon. Les VTT ou visiteurs venant pour la baignade, bien qu'interdite, peuvent aussi se rendre sur le vallon. Selon le Parc Naturel Régional, cette diversité d'usages génère une fréquentation significative à différentes périodes de l'année, en particulier lors des week-ends et ponts où le soleil est présent. Afin de préserver les écosystèmes fragiles, la régulation temporelle et spatiale des flux touristiques est nécessaire.

Le vallon est considéré comme Espace Naturel Sensible depuis 2010. Il s'étend sur plus de 37 hectares, entre parcelles communales, départementales et privées. L'Aiguebrun a été déclaré dans le Plan de Gestion Stratégique des zones humides de la Réserve de biosphère Luberon-Lure comme zone humide à forts enjeux hydrologiques et biologiques.

1.3. Objectif de l'étude de fréquentation

Pour mettre en valeur les sites exceptionnels du haut vallon de l'Aiguebrun, le Parc naturel régional du Luberon, la commune et la Communauté de communes du Pays d'Apt Luberon envisagent de collaborer pour un projet global. L'objectif est d'inclure le projet du PNRL de l'ouverture au public du château de Buoux, et les perspectives de la commune de Buoux de réaménagement des anciennes colonies de la Tuilière et du Moulins Clos. L'orientation prise pour la Tuilière consiste à en faire un espace dédié à l'accueil individuel et de groupes sur des thématiques d'histoire, d'art, de nature et d'activités variées de la commune. Quant au Moulin clos, situé au pied des falaises de Buoux, il serait un espace ouvert au public et dédié à la pratique de l'escalade. Le projet du Château est lui plus avancé et plus conséquent. Le lieu deviendrait à la fois un centre d'interprétation des patrimoines pour le grand public (plutôt familial), un centre d'accueil d'évènements culturels et sportifs pour le territoire ou encore pour des évènements privés familiaux (cousinades/mariages), un lieu de formations et séminaires pour le public professionnel, associatif et institutionnel, ainsi qu'un centre d'éducation à l'environnement et au territoire pour le public scolaire.

Ce projet intègre les problématiques d'usage des axes routiers, de stationnement, de qualité d'accueil du public, de communication, de tranquillité des résidents, de risque incendie, de préservation des patrimoines naturels (notamment de l'eau), de coordination avec d'autres activités tels que le pastoralisme, ou encore la chasse et la pêche. Selon le Parc Naturel Régional, « *il y a un trop gros écart entre la renommée et l'usage du site d'une part, et sa capacité et qualité d'accueil réelles d'autre part* ». La volonté du Parc Naturel Régional est de contribuer à l'amélioration quantitative et qualitative de l'offre, par une meilleure qualité d'accueil sur le vallon et aux alentours. Tout en souhaitant concilier préservation et valorisation, un objectif du Parc est également de pouvoir permettre une fréquentation touristique familiale.

L'étude de fréquentation « *pour un projet de préservation et de mise en valeur des sites remarquables du haut vallon de l'Aiguebrun* » se concentre sur l'évaluation à la fois qualitative et quantitative de la fréquentation du vallon de l'Aiguebrun, qui englobe néanmoins un périmètre élargi d'environ 550 hectares concernant les communes d'Auribeau, Bonnieux, Buoux, Saignon et Sivergues.

2. Méthodologie employée par TRACES TPi

En réponse à cette commande TRACES TPi se chargera de l'étude le temps de 15 mois dont 12 mois d'observation. Le cabinet conseil travaillera étroitement avec la référente du PNRL pour ce projet tout au long de l'étude. Il accompagnera et formera les agents du PNR pour le relevé des données notamment quantitatives. La première phase du travail réalisée par TRACES Tpi a consisté à analyser les précédentes études réalisées, prendre connaissance des outils disponibles, faire du repérage terrain et comprendre les enjeux en échangeant avec des acteurs locaux, définir une méthodologie d'étude pertinente. Le travail sera rendu sous forme de documents synthétiques, pédagogiques, illustrés et à l'aide de cartographies. Plusieurs réunions sont prévues avec le comité de suivi : une pour le lancement, une réunion de rendu intermédiaire, une autre pour le rendu final de l'étude. Puis, une réunion pour la consultation des populations locales aura lieu, pour terminer par la restitution finale publique de l'étude.

2.1. Une enquête qualitative auprès des visiteurs, habitants et socioprofessionnels

Le protocole a dû être pensé en fonction des moyens humains et financiers dont le bureau d'étude disposait et des priorités exprimées par le Parc Naturel Régional du Luberon. L'objectif affiché est donc la réalisation de plus de 45 demi-journées d'enquêtes qualitatives avec une intention d'obtenir environ 400 enquêtes. Une enquête en ligne à destination des habitants²⁶, ainsi qu'une autre à destination des socioprofessionnels sont également incluses.

La réalisation des enquêtes auprès des visiteurs se fera sur le terrain au niveau des parkings d'accès aux espaces naturels, au départ des sentiers de randonnée, des voies d'escalade, des visites du Fort, le long des rives du vallon de l'Aiguebrun. Le questionnaire ayant pour but de cerner les attentes des visiteurs, il permettra d'avoir des indications notamment sur la provenance géographique des visiteurs et leurs profils, leurs pratiques, leurs attentes, leurs satisfactions et insatisfactions, l'identification des « parcours » des visiteurs, l'analyse des comportements des visiteurs et des pratiquants selon le type d'activités (randonnée, VTT, escalade, cheval, visite du Fort, visite du village, ...) ²⁷.

Les enquêtes en ligne viendront compléter celle des visiteurs pour apporter un éclairage sur les enjeux locaux. Leur opinion est d'autant plus intéressante puisqu'ils seront directement concernés par les mesures prises.

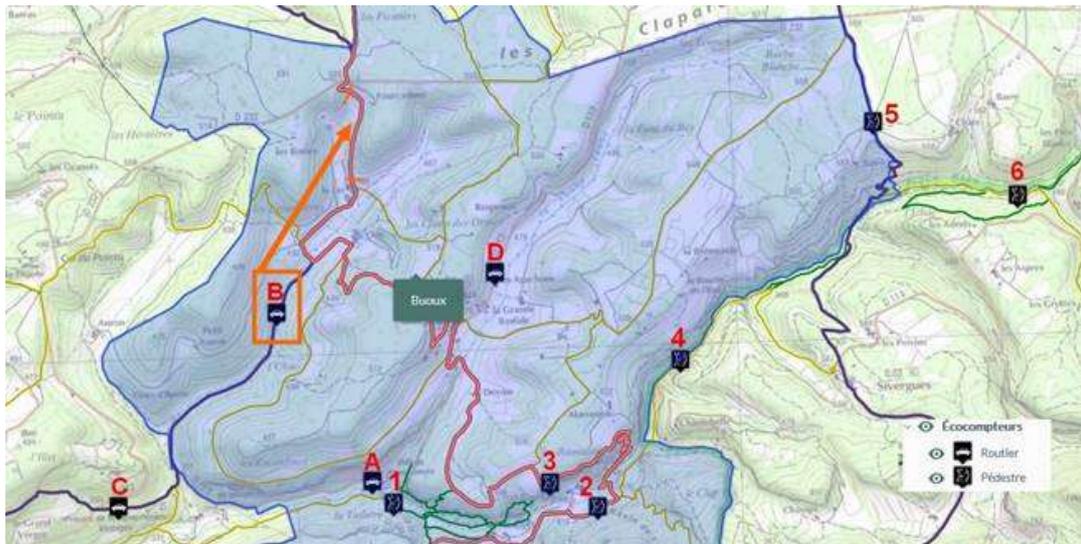
26 Cf ANNEXE B : Affiche réalisée pour la diffusion de l'enquête auprès des habitants

27 Cf ANNEXE C : Questionnaire de l'enquête en face à face auprès des visiteurs

2.2. Une enquête quantitative

Le volet quantitatif se compose d'une part d'une collecte de données des compteurs automatiques mis en place sur le territoire d'étude puis de leur analyse.

Figure 10 : Compteurs piétons et routiers sur le territoire d'étude - Ecovisio



Les 6 compteurs piétons sont disposés de manière permanente, tandis que les données des 4 compteurs routiers ne seront relevées que sur quelques jours précis.

D'autre part, l'étude quantitative se compose de la réalisation de plus de 20 demi-journées de comptage dans le but de collecter des données telles que le nombre de véhicules, le coefficient d'occupation et le taux de rotation sur les parkings. Ces journées de comptage visuels sur le terrain seront majoritairement effectuées par les moyens humains du Parc Naturel Régional du Luberon. Le croisement de ces deux méthodes avec certaines

questions de l'enquête visiteurs, permet d'estimer le nombre de visiteurs par an et le nombre de visiteurs lors des pics de fréquentation.

Un autre paramètre à prendre en compte est qu'en milieu naturel, tout ne peut pas être observé et que les données reposent aussi sur des choix quant aux demi-journées de travail. C'est donc bien le croisement de plusieurs indices (quantitatifs et qualitatifs) qui dessine un faisceau de preuves permettant d'estimer la fréquentation globale et d'obtenir des résultats au plus proche de la réalité. C'est le travail collaboratif de TRACES TPi et du Parc Naturel Régional du Luberon avec l'appui de la Garde Régionale Forestière qui a permis la récolte de ces données.

Conclusion partie 2

Si les études de fréquentation sont plutôt récentes pour Traces TPi, elles prennent désormais une grande partie du temps de travail de l'entreprise et sont devenues une des activités principales avec l'étude des sports de nature. Les éco-mobilités sont une compétence qu'ils maîtrisent et dans le cadre d'études de fréquentation elles apparaissent souvent comme un moyen de contrer des effets négatifs que peut engendrer la fréquentation touristique d'un territoire. Cette compétence est un atout pour eux et leur donne une certaine légitimité quant aux études de fréquentation. Les éco-mobilités permettent en effet par exemple de désengorger les routes des voitures et d'avoir un impact minimisé sur la biodiversité.

L'étude de fréquentation du vallon de l'Aiguebrun permet de comprendre la méthodologie employée ; un mélange de données quantitatives et qualitatives dans un objectif de se rapprocher au maximum des réalités du terrain. Le vallon de l'Aiguebrun est un cas d'étude très intéressant car il met en exergue de nombreux enjeux existant lors de la rencontre entre tourisme et environnement et notamment parce qu'il fait l'objet de nombreux usages très différents.

PARTIE 3.

RÉSULTATS DE L'ÉTUDE

ET PROPOSITIONS

PERSONNELLES

Introduction partie 3

Après avoir contextualisé l'enquête de fréquentation du vallon de l'Aiguebrun et développé la méthodologie, des premiers résultats ont pu être dégagés. Comme expliqué en introduction générale, les données ont cependant manqué pour offrir une analyse précise et juste de la fréquentation touristique du territoire. Des données qualitatives ont néanmoins pu être récoltées et analysées. Une analyse croisée des différentes enquêtes a également permis de se rapprocher un peu plus du réel. Elle permet de comprendre si les différentes parties défendent ou non les mêmes intérêts.

Un plan d'action n'a pu être réalisable mais des propositions de pistes à suivre ont été remontées avec une démarche à suivre pour la continuité de cette étude, mais aussi plus largement en dehors de celle-ci. Les pistes à suivre pour TRACES Tpi, mais aussi pour le Parc Naturel Régional du Luberon, ont été au maximum mises en relation avec ce qui a été vu dans les précédentes parties de ce mémoire. Celles-ci resteraient à approfondir, notamment lorsque toutes les informations seront réunies.

CHAPITRE 1

ANALYSE INTERMÉDIAIRE

-

ÉTUDE DE FRÉQUENTATION DU VALLON DE L'AIGUEBRUN

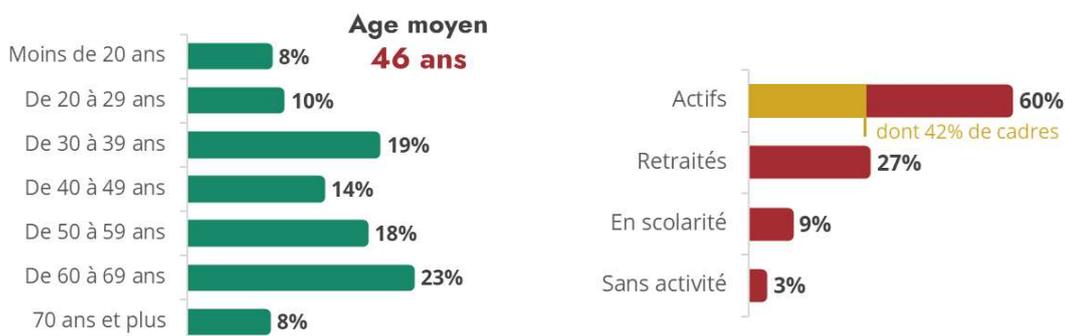
1. Traitement des données de l'enquête auprès des visiteurs

1.1. Méthodologie du traitement de données et profil des répondants

Dans le cadre d'un rendu intermédiaire, les données de l'enquête terrain auprès des visiteurs ont pu être analysées en prenant en compte les questionnaires jusqu'à la fin du mois de juillet. Les données ont été traitées par le biais de deux logiciels complémentaires : Modalisa et Excel. 205 enquêtes ont donc fait l'objet de l'analyse et correspondent à un total de 430 visiteurs interrogés. 1 enquête correspond en effet à 3,2 personnes en moyenne. Lorsque nécessaire, les non-réponses ont pu être exclues du calcul et les données ont parfois été redressées pour être plus représentatives. C'est à dire que les pourcentages énoncés peuvent être calculés sur la base du nombre d'enquêtes ou sur la base du total de visiteurs, en fonction de la question et donc du calcul le plus pertinent à lui associer.

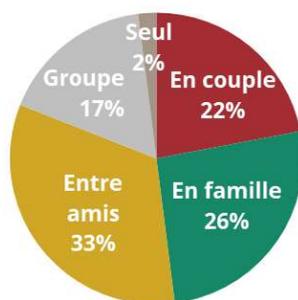
Une analyse du profil des répondants a dans un premier temps été effectuée. En terme de genre des visiteurs se rendant dans le vallon de l’Aiguebrun, une majorité ne se dessine pas clairement. Il est plutôt équilibré avec 52 % d’hommes et 48 % de femmes. La part des 60 à 69 ans est la plus représentée, à hauteur de 23 %, tandis que la moyenne d’âge s’élève à 46 ans. 60 % des visiteurs sont des actifs, dont 42 % sont cadres.

Figure 11 : Age et catégorie socio-professionnelle des répondants – Enquête visiteurs²⁸



Les visiteurs interrogés sont équitablement répartis entre touristes et excursionnistes avec une part de 50 % pour chaque catégorie. 59% des visiteurs sont déjà venus dans le vallon auparavant. 33 % des visiteurs viennent entre amis, suivi de 26 % en famille et 22 % en couple. Seulement 2% sont venus seuls.

Figure 12 : Types de groupe des visiteurs – Enquête visiteurs²⁹



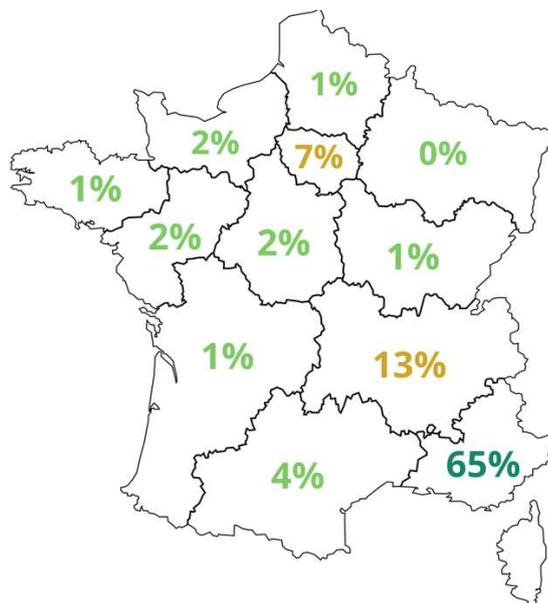
28 Source : VEILLÉ Héloïse - TRACES TPi, 2023

29 Source : VEILLÉ Héloïse - TRACES TPi, 2023

Le vallon apparaît comme **un espace naturel où l'on aime revenir, ainsi qu'un lieu adéquat pour passer du temps avec ses proches**. Un profil type a pu en être ressorti : un homme de 46 ans venu une nouvelle fois dans le vallon de l'Aiguebrun en couple.

L'analyse s'est poursuivie par celle de l'origine géographique des visiteurs, qui témoigne d'un **tourisme de proximité bien ancré**. 88 % viennent de France et 65 % de ces derniers viennent de la région Provence-Alpes-Côte-d'Azur. Parmi les touristes ; 28 % de ceux qui résident en France viennent de la région Provence-Alpes-Côte-d'Azur et 28 autres % viennent de la région Auvergne-Rhône-Alpes. Ces derniers sont suivis de la région Île-de-France à hauteur de 15 %. En terme de départements, 19 % des touristes viennent des Bouches-du-Rhône. Parmi les excursionnistes ; 53 % résident dans le Vaucluse et 40 % dans les Bouches-du-Rhône. Enfin, 49 % des visiteurs étrangers habitent en Allemagne, devant la Suisse à 13 % et les Etats-Unis à 11 %.

Figure 13 : Origine des visiteurs résidents en France – Enquête visiteurs³⁰

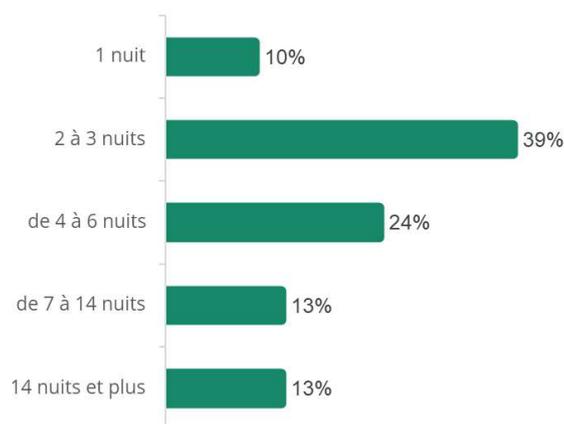


30 Source : VEILLÉ Héloïse - TRACES TPi, 2023

1.2. Caractéristiques de séjour et de visite du vallon de l'Aiguebrun

Du côté des caractéristiques de séjour, 81 % des touristes sont en séjour fixe, contre 19 % en itinérance. 49 % d'entre eux viennent entre 1 à 3 nuits. Les quelques très longs séjours font cependant élever la moyenne du nombre de nuitées à 6 nuits. Par ailleurs, les touristes en séjour fixe se rendent en moyenne 1,8 fois dans le vallon de l'Aiguebrun durant leur séjour. C'est **un tourisme le temps d'un week-end ou d'un week-end prolongé** qui ressort ici.

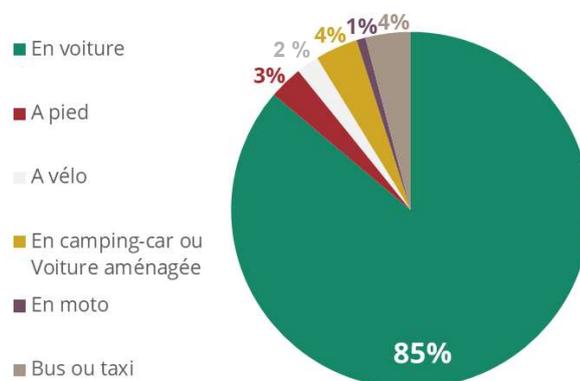
Figure 14 : Durée de séjour des touristes – Enquête visiteurs³¹



Concernant les caractéristiques de la visite ; la voiture reste, pour 85 %, le premier moyen de transport utilisé. 5 % seulement utilisent les mobilités douces (vélo ou marche). Les trois principaux lieux de stationnement sont P4 à 37 %, le parking de l'auberge à 20 % puis P3 à 18 %. Seuls 4 % se sont garés en dehors du vallon. Un facteur intéressant à relever est que **96 % des visiteurs disent s'être garés facilement**. Une voiture contient en moyenne 2,3 personnes. **Deux principales portes d'entrée** à distinguer ; 43% des visiteurs passent **par Buoux** pour arriver sur site tandis que 42 % arrivent **par Lourmarin**.

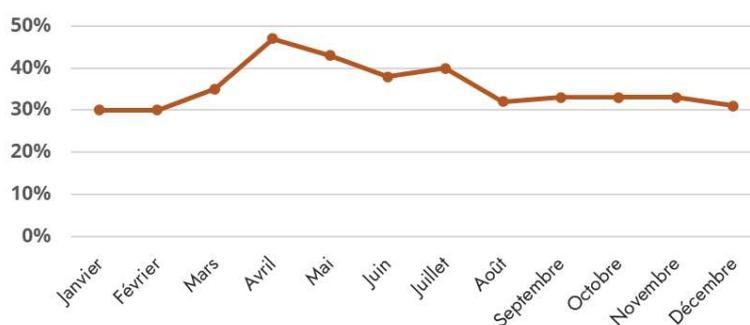
³¹ Source : VEILLÉ Héloïse - TRACES TPi, 2023

Figure 15 : Moyen de déplacement pour arriver sur le vallon – Enquête visiteurs³²



Une analyse de la répartition temporelle des flux a été réalisée mais connaît des limites. Elle concerne 147 questionnaires sur un total de 205, c'est à dire les questionnaires avec au moins une personne déjà venue. Parmi eux, 91 ont répondu à la question « *Quand êtes-vous venu sur le vallon de l'Aiguebrun dans les 12 derniers mois ?* ». Les autres étaient venus avant, ou ne savaient pas dire sur quels mois. Le total des réponses est donc de 386. Un autre facteur à prendre en compte est que les enquêtes ayant commencé depuis le mois d'avril, les visiteurs ne venant qu'entre les mois d'août et mars n'ont pas pu être pris en compte.

Figure 16 : Répartition des flux sur les 12 derniers mois³³



32 Source : VEILLÉ Héloïse - TRACES TPi, 2023

33 Source : VEILLÉ Héloïse - TRACES TPi, 2023

Cependant, les résultats de ce traitement de données sont les suivants ; parmi les répondants, 47 % sont venus au moins une fois sur le mois d'avril. 30 % des flux ont lieu durant le printemps (avril, mai, juin). Les répondants sont venus en moyenne sur plus de 4 mois différents. Des déclarations des visiteurs peuvent également aider à comprendre le phénomène de fréquentation du vallon ; « *l'été dernier, il y avait beaucoup de monde* » ou encore « *il y a plus de monde à l'automne et au printemps* » sont revenus plusieurs fois lors des échanges avec les répondants.

La durée de visite est particulièrement longue. Les visiteurs du vallon de l'Aiguebrun prennent leur temps puisqu'ils restent en moyenne 4 heures 21 sur place. **La randonnée** est l'activité qui est la **principale raison de venue** (37%) et qui est **la plus réalisée sur place** (47%). L'escalade est le deuxième principal motif de venue (21%) et est troisième en terme d'activité réalisée sur place (22%) derrière la promenade (24%). En se penchant sur les différents types de groupe (famille, amis, couple, groupe, personne seule), la randonnée arrive pour tous en première position en tant que motif de venue. Il en va de même pour les activités réalisées où la randonnée est la plus citée par tous les types de groupe, sauf pour les familles pour qui c'est la promenade qui arrive en premier (35%).

Près de la moitié des visiteurs viennent pour le **caractère exceptionnel du site (48%)** et la seconde raison qui se distingue est la **fraîcheur et la biodiversité du vallon (33%)**. Ce sont ensuite la proximité, la tranquillité, le site d'escalade historique et enfin le hasard qui suivent. 18 % des visiteurs venant pour la première fois sont arrivés dans le vallon par hasard ; le vallon se trouvait sur leur route/chemin, la météo était agréable ici, ou encore pour changer de lieu.

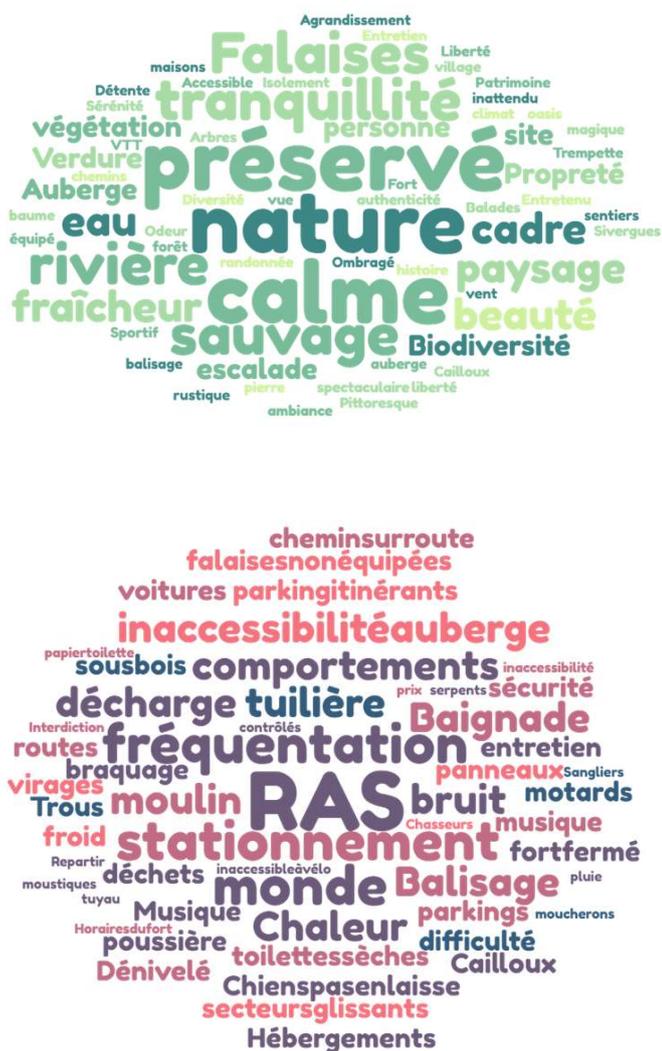
Figure 17 : Réponses à la question « pourquoi venir ici plutôt qu'ailleurs ? » – Enquête visiteurs³⁴



Le vallon de l'Aiguebrun est **un lieu très apprécié de ses visiteurs**. Effectivement, de 1 (ordinaire) à 5 (exceptionnel), 83 % placent au minimum le curseur à 4. 56 % donnent précisément le chiffre de 5. Les raisons de l'appréciation des visiteurs sont la nature préservée et sauvage, le calme et la tranquillité, les falaises, le paysage / le cadre, la rivière. 35 % déclarent qu'il n'y a rien de particulier qu'ils n'apprécient pas. A l'inverse, 11 % désignent qu'ils n'apprécient pas la fréquentation d'une manière générale et 7 autres % déclarent ne pas aimer « *quand il y a trop de monde* ».

34 Source : VEILLÉ Héloïse - TRACES TPi, 2023

Figure 18 : Nuages de mots le plus apprécié/le moins apprécié – Enquête visiteurs³⁵

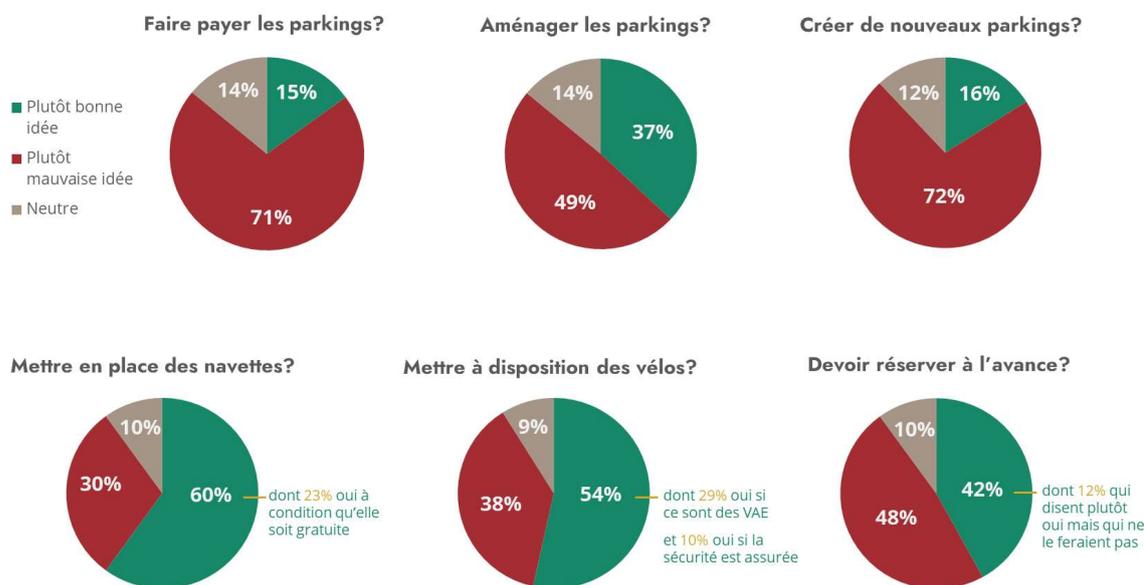


35 Source : VEILLÉ Héloïse - TRACES TPi, 2023

1.3. Opinion des visiteurs sur les dispositifs de gestion des flux et le projet du château

La dernière partie du questionnaire avait pour objectif de récolter l'opinion des visiteurs quant aux mesures de gestion des flux. Il est important de considérer que les répondants qui ont répondu positivement aux différentes questions sont partis du principe que le vallon est, au moins sur certaines périodes, surfréquenté. Les résultats montrent que **le paiement et la création de nouveaux parkings sont majoritairement rejetés** par les visiteurs (avec respectivement 71 % et 72 % de visiteurs contre). **Les avis sont plus mitigés** concernant **l'aménagement** des parkings, la **réservation** préalable et la mise à disposition de **vélos**. En sachant que parmi les 42 % déclarant la réservation comme une bonne idée, 12 % annoncent d'ores et déjà qu'eux ne le feraient pas. Les **navettes** sont, pour 60 % des visiteurs, plutôt une bonne idée. Mais 23 % d'entre eux précisent qu'elle doit être gratuite.

Figure 19 : Opinions sur les dispositifs de gestion des flux – Enquête visiteurs ³⁶



36 Source : VEILLÉ Héloïse - TRACES TPi, 2023

Les remarques et justifications des répondants ont été traitées sur la base de l'ensemble des répondants (plutôt bonne idée, neutre, plutôt mauvaise idée) dans l'objectif de rassembler les réponses telles que « *c'est une bonne idée seulement si [...]* » et « *c'est une mauvaise idée sauf si [...]* ». Bien qu'ils soient représentatifs des pensées des répondants, les pourcentages énoncés peuvent paraître peu élevés puisqu'ils sont basés sur le total des 205 répondants d'une part, et qu'ils se basent sur des réponses libres et spontanées d'autre part. Les éléments ci-dessous sont donc bien à prendre en considération.

Les répondants à l'hypothèse des parkings payant font remonter des éléments tels que ;

- un souci de discrimination et de sélection par l'argent (9%),
- qu'il serait inconcevable de faire payer les habitants (7%),
- que ça ne résoudra pas le problème (6%),
- le problème de rendre l'accès à la nature payant (6%).

Certains des répondants seraient seulement prêts à payer s'ils savent où va l'argent (aménagement, équipements et/ou préservation du vallon) (8%), ou encore seulement en période de forte affluence/si c'est vraiment nécessaire (6%). D'autres remarques et inquiétudes ont été remontées ; « *ça va encourager le parking sauvage* », « *il n'y aurait plus personne* », « *ça fait trop touristique* », « *l'entrée du fort est déjà payante* », « *ce n'est pas possible de venir autrement qu'en voiture* », ...

Les répondants à l'hypothèse de l'aménagement et/ou la création de parkings font remonter des éléments tels que :

- une dénaturation des lieux et une atteinte à la biodiversité (21%),
- un moyen d'augmenter encore plus la fréquentation (21%),
- il serait bien d'utiliser les bâtiments abandonnés (La Tuilière et le Moulin Clos) pour cela et notamment pour stationner des vans et campings-car (7%),
- il serait bien de délimiter les places (4%),
- une mesure non utile (4%) : « depuis que P4 a été agrandi, il y a plus de places ».

D'autres remarques sont remontées telles que ; « ce ne sont pas des solutions pour la protection du site », « s'il y a création de parking, l'entrée sera payante », « il ne faut pas agrandir les parkings », « ce sont des mesures qui encouragent la voiture », « si on délimite, les normes vont au final faire perdre des places, notamment avec du stationnement handicapé », ...

Les répondants à l'hypothèse de mettre en place des navettes font remonter des éléments tels que :

- il y aurait encore plus de monde/ça changerait l'esprit des lieux (9%),
- c'est trop contraignant, les gens préfèrent la liberté, l'autonomie, la flexibilité (7%),
- ce serait une bonne idée pour des périodes précises, quand il y a trop de monde (6%).

Des remarques ont été spécifiées telles que ; « *on ne viendrait plus s'il fallait prendre une navette* », « *il ne faut pas faciliter l'accès, c'est un endroit qui se mérite* », « *ça coûte cher* », « *ça va faire un effet bateau de croisière, tout le monde va arriver en même temps* », « *ça s'est fait dans les calanques et depuis il y a trop de monde et des dégradations* », « *ce n'est pas adapté pour les habitants* », ... ou des commentaires sur certaines conditions à l'introduction de navettes comme « *il faut penser à mettre des navettes tard pour les grimpeurs* », « *elle doit accepter les animaux* », « *il faut qu'elle parte de Bonnieux et Lourmarin* », « *s'il y a un forfait avec l'entrée du fort oui* », « *mais il faut qu'elle soit électrique* », etc.

Les répondants à l'hypothèse de mettre à disposition des vélos font remonter des éléments tels que ;

- ce n'est pas une solution adaptée pour tout le monde (17%), en particulier aux grimpeurs qui sont chargés (12%),
- c'est bien pour les autres mais ils ne les utiliseraient pas (6%),
- il est dangereux de faire du vélo ici : routes étroites et sinueuses (9%),
- le lieu n'est pas adapté : trop vallonné ou ça abîmerait les sentiers (6%).

Les autres remarques ont été les suivantes : « *ça coûte cher pour la collectivité* », « *il fait chaud l'été pour faire du vélo* », « *ça nécessiterait trop d'aménagements* », « *on préfère marcher* », « *ceux qui veulent faire du vélo en ont déjà* », « *par contre ça serait bien de mettre du stationnement vélo dans le vallon* », « *en complément d'une navette oui* », etc.

Parmi les répondants pensant que ça serait une bonne idée, 29 % déclarent qu'il faut mettre des vélos à assistance électrique et 10 % disent qu'il faut assurer la sécurité.

Les répondants à l'hypothèse de la réservation préalable font remonter des éléments tels que ;

- seulement si c'est vraiment nécessaire (11 %), dont en période de forte affluence seulement (6%),

- oui pour les touristes mais « *pas pour les habitants* » ou « *pas pour ceux qui viennent en mobilités douces* » ou « *pas pour les grimpeurs* » (8%),

- il faut mettre en place une bonne communication / que le système de réservation soit facile (5%) : « *si le site est traduit en anglais* »

De nombreuses craintes sont aussi évoquées ;

- ce système empêche l'improvisation, la spontanéité (15%), c'est une perte de liberté (5%),

- c'est trop contraignant, il est difficile de prévoir (11%), ils ne le feraient pas (10%),

- ce n'est pas utile (5%).

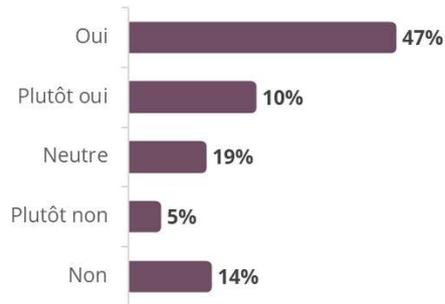
D'autres remarques spécifiées ont été les suivantes ; « *on ne viendrait plus si on ne se sent pas chez nous* », « *tout le monde n'a pas facilement accès à internet* », « *ce n'est pas*

possible de contrôler, il y a trop d'accès », « ça transformerait le lieu en musée », « la météo peut être aléatoire, c'est difficile de prévoir », « c'est pas les calanques ici », « il n'y aurait plus d'authenticité », « mais il faut prendre en compte l'avis des habitants, ne pas les exclure », etc.

Enfin, il a été demandé aux visiteurs s'ils avaient d'autres suggestions ou remarques à faire. 11 % expriment qu'il faut **se garer plus loin et venir en marchant**. D'autres idées ont été évoquées : « *il faut disperser les flux* », « *faire des quotas* », « *il vaut mieux que la régulation se fasse toute seule, on repart si on n'a pas de place* », « *il faudrait pouvoir y aller à cheval* », « *il faut faire respecter la loi, verbaliser* », « *il ne faut pas faire trop de pub* », « *il faut communiquer sur la fréquentation, par exemple en rouge quand il y a trop de monde, en vert quand c'est ok* », « *encourager le covoiturage* », « *il faut sensibiliser* », « *mettre une barrière à l'entrée pour les voitures* », « *réguler par le temps passé dans le vallon pour visiter* », etc. Par ailleurs, la **Crainte de voir le vallon de l'Aiguebrun dénaturé** a été exprimée 53 fois et le fait que le vallon n'était **pas saturé**, en tout cas lorsqu'ils viennent, est ressorti au moins 33 fois.

La dernière question portant sur le projet du **musée** au château de l'environnement et l'envie de s'y rendre a connu une **majorité de « oui »** à 47 %, le taux de réponse « non » et « plutôt non » s'élève quant à lui à 19 %.

Figure 20 : Réponses à la question sur le musée du Château de l'Environnement « *Avez vous envie de vous y rendre à son ouverture ?* » – Enquête visiteurs³⁷



Des remarques ont été ajoutées par certains répondants telles que ;

- la volonté/possibilité de s'y rendre seulement sous certaines conditions : si le prix est raisonnable, s'il est sur le chemin, en fonction du thème, s'il est bien indiqué, s'il est facilement accessible (6%),
- un mécontentement lié au projet du château : hôtel*** et problème de ressource en eau (6%),
- une vigilance à avoir car c'est un projet qui pourrait ramener encore plus de monde (4%),
- un projet intéressant pour rendre le site accessible, sensibiliser, transmettre un savoir/une histoire (3%),
- un accord avec l'idée du projet mais ne s'y rendraient pas forcément de leur côté (2%).

37 Source : VEILLÉ Héloïse - TRACES TPi, 2023

Certains se sont également prononcés positivement mais déclarent « *on ne le ferait qu'une seule fois* » ou encore « *il faudrait faire un ticket fort/château* ». D'autres évoquent que « *C'était génial que les enfants puissent faire des classes vertes là-bas* ». Enfin, certains disent « *venir pour la nature et pas pour s'enfermer* ».

2. Analyse croisée des résultats intermédiaires

2.1. Résultats de l'enquête en ligne auprès des habitants

Le traitement intermédiaire des données de l'enquête en ligne auprès des habitants, tout comme celui de l'enquête auprès des socioprofessionnels exposé à la suite, permet de comprendre le point de vue et les pratiques de ces derniers. Il peut également permettre d'affirmer ou de corriger certaines analyses suite au traitement des données de l'enquête visiteurs. Les deux enquêtes sont donc complémentaires³⁸. Les données analysées correspondent à 143 réponses mais seuls les 65 répondants dans le périmètre retenu autour du vallon de l'Aiguebrun ont été retenus. Le périmètre rassemblait les communes de ; Apt, Auribeau, Bonnieux, Buoux, Cadenet, Caseneuve, Castellet-en-Luberon, Céreste, Cucuron, Gargas, Gignac, Goult, Joucas, Lacoste, Lagarde d'Apt, Lauris, Lioux, Lourmarin, Ménerbes, Murs, Puyvert, Roussillon, Rustrel, Saignon, Saint-Martin-de-Castillon, Saint-Pantaléon, Saint-Saturnin-Lès-Apt, Sivergues, Viens et Villars. L'échantillon est donc faible mais peut permettre de laisser entrevoir des tendances.

Le profil des répondants à cette enquête est donc le suivant ; 53 % d'hommes, une moyenne d'âge de 52 ans, majoritairement des cadres (26%), artisans chefs d'entreprise (23%) ou retraités (22%). Ils proviennent à 25 % de la commune de Buoux, d'Apt à 23 %, de Bonnieux à 11 %, ou encore de Sivergues à 8 %. Plusieurs communes ne sont pas représentées. En terme de types de groupe, 22 % déclarent se rendre seuls sur le vallon de l'aiguebrun, contre 7 % concernant les enquêtes visiteurs. Ce chiffre indique que les habitants viennent plus facilement seuls dans le vallon que les touristes. Mais les habitants préfèrent avant tout s'y retrouver **entre amis** (34%).

38 Les données brutes des enquêtes en ligne (habitants et socioprofessionnels) ont été traitées par Mathias Sanvoisin, l'enquête visiteurs et le croisement des analyses par Héloïse Veillé. - TRACES TPi, 2023

Les sites visités par plus de 40% des répondants sont le Fort, le village de Buoux et le vallon dans son ensemble.

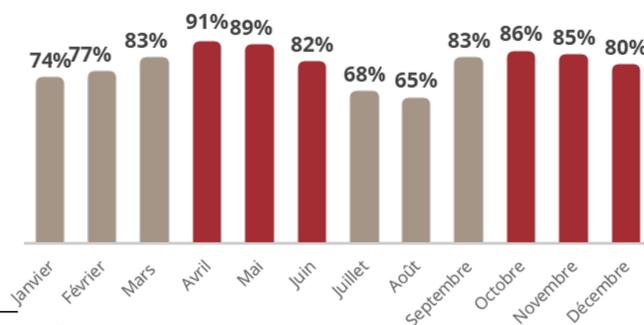
Figure 21: Moyenne du nombre de visites par an par site - Enquête habitants³⁹

L'auberge	11	Le vallon dans son ensemble	22
Les falaises d'escalade	17	Le village de Buoux	18
Le Fort	2	Le château de Buoux	14

Les lieux que les habitants s'approprient le plus semblent être le vallon dans son ensemble, le village de Buoux, ainsi que les falaises d'escalade. Pour ne pas fausser le nombre moyen, des réponses faisant état de 365 visites par an ont été retirées de l'analyse. Effectivement, un habitant peut se rendre à Buoux 365 jours par an parce qu'il y habite.

58 % des répondants viennent toute l'année mais une distinction se fait tout de même au printemps (87 % des répondants s'y rendent à cette période) et à l'automne (pour 84% des répondants). La **fréquentation du vallon par les habitants** semble **diminuer** sur certains mois, en particulier sur **juillet et août**. Ces derniers exprimaient « *ne pas vouloir venir lorsqu'il y a trop de monde* » dans l'enquête visiteurs. Il sera intéressant d'obtenir ici les données quantitatives pour apporter une analyse claire des comportements et de la fréquentation.

Figure 22 : Saisonnalité de la fréquentation du vallon de l'Aiguebrun - Enquête habitants⁴⁰



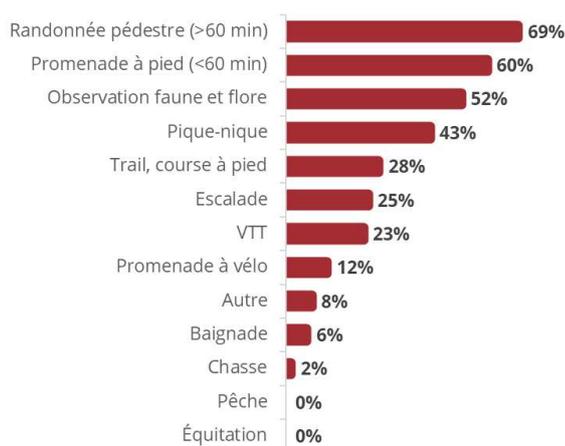
39 Source : SANVOISIN Mathias - TRACES TPI, 2023

40 Source : SANVOISIN Mathias - TRACES TPI, 2023

Le moyen de transport le plus utilisé reste la **voiture à 70 %** ce qui vient confirmer l'analyse de l'enquête visiteurs. Mais les habitants semblent laisser plus de place à la marche, avec **22 % qui affirment s'y rendent à pied**.

Les habitants restent également longtemps dans le vallon avec une moyenne de **4h26** ; temps représentatif de la durée de visite moyenne du total des visiteurs qui s'élevait à 4h21. La **randonnée** arrive ici aussi en première position, elle est une activité réalisée pour **69 % des habitants**. C'est ensuite la promenade (60%), l'observation de la faune et la flore (52%) ainsi que le pique-nique (43%) qui suivent. Mais **l'escalade**, qui arrivait en tant que deuxième activité du vallon pour les visiteurs, ne concerne ici **que 25 % des habitants**.

Figure 23: Activités extérieures pratiquées lors des visites - Enquête habitants⁴¹



Le vallon est avant tout pour les habitants **un site paysager exceptionnel**, puis **un espace naturel sensible et fragile**, ainsi qu'**un espace de sport de nature**. Ces informations viennent également s'inscrire dans la même logique que les différentes réponses à l'enquête auprès des visiteurs.

41 Source : SANVOISIN Mathias - TRACES TPi, 2023

Concernant les éléments devant guider la démarche de gestion des flux du vallon, selon les habitants il faut en priorité **veiller à la bonne intégration des équipements pour garder le caractère naturel du site**. Ceci vient confirmer l'inquiétude d'une « *dénaturation des lieux* » évoquée dans l'enquête visiteurs. Le deuxième élément exposé est la **gestion de la circulation et du stationnement des véhicules**, arrivant à égalité avec la **limitation du niveau de fréquentation** dans le but de protéger et préserver les sites et milieux naturels. La gestion de la circulation et du stationnement dénote avec les 96 % des visiteurs qui disent s'être garés facilement dans l'enquête visiteurs. Du côté de la limitation du niveau de fréquentation, c'est l'élément arrivé le plus de fois à la première place (33 %).

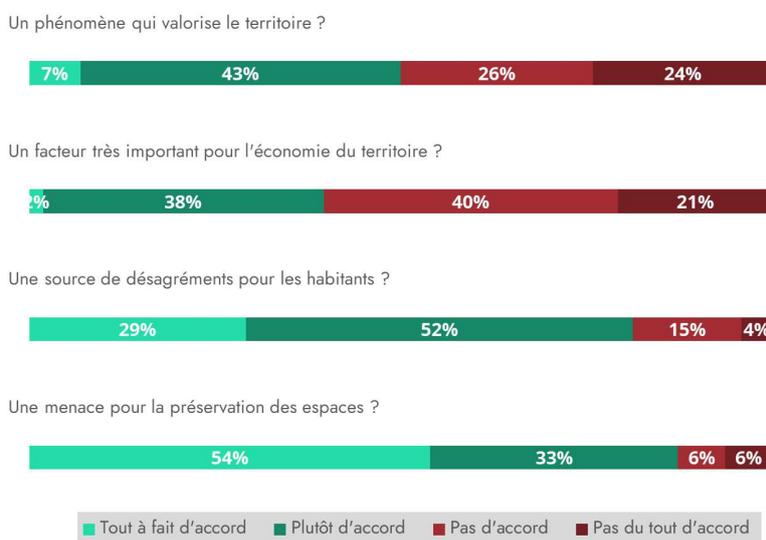
Figure 24: Réponses à la question « *Quels sont pour vous les éléments essentiels qui doivent guider la démarche de gestion du vallon de l'Aiguebrun ?* » - Enquête habitants⁴²



L'élément phare qui ressort de cette enquête est que **la fréquentation touristique est unanimement perçue comme une source de désagréments pour les habitants et une menace pour la préservation des espaces**. A l'inverse, les aspects positifs de la fréquentation touristique comme la « *valorisation du territoire* » et « *un facteur important pour l'économie d'un territoire* » ne font pas l'unanimité.

42 Source : SANVOISIN Mathias - TRACES TPi, 2023

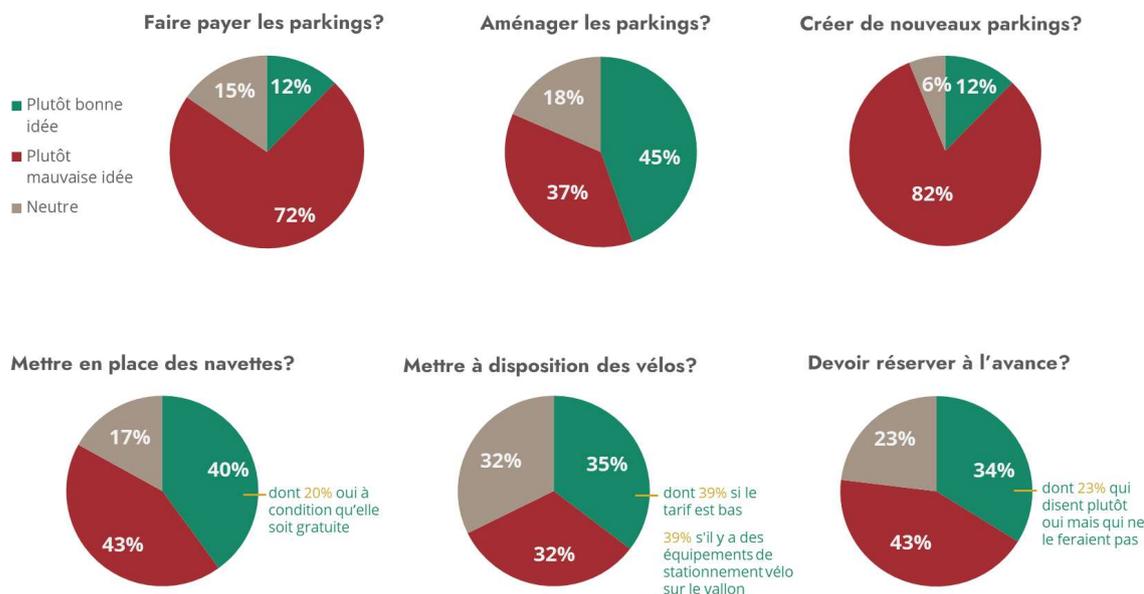
Figure 25 : Réponses à la question « *Selon vous, la fréquentation touristique est [...]» -
Enquête habitants⁴³*



Pour finir, l'analyse de l'opinion des habitants quant aux dispositifs de gestion des flux **confirme le rejet de rendre les parkings payant ou d'en créer de nouveaux**. Le refus quant à la création de parkings est même encore plus marqué par les habitants avec 82 % contre. Les habitants se positionnent cependant **un peu plus positivement pour l'aménagement** de ces derniers avec 45 % de « *plutôt bonne idée* » contre 37 % dans l'enquête visiteurs. Mais les résidents se montrent aussi **plus dubitatifs concernant la proposition de navettes, de vélos, ou de réservation préalable** avec respectivement 20, 19 et 8 points de pourcentages en moins pour les réponses « *plutôt bonne idée* » des différentes mesures . Un fort taux de réponses « *neutre* » est également à relever.

43 Source : SANVOISIN Mathias - TRACES TPI, 2023

Figure 26 : Opinions sur les dispositifs de gestion des flux – Enquête habitants⁴⁴



2.2. Résultats de l'enquête en ligne auprès des socioprofessionnels

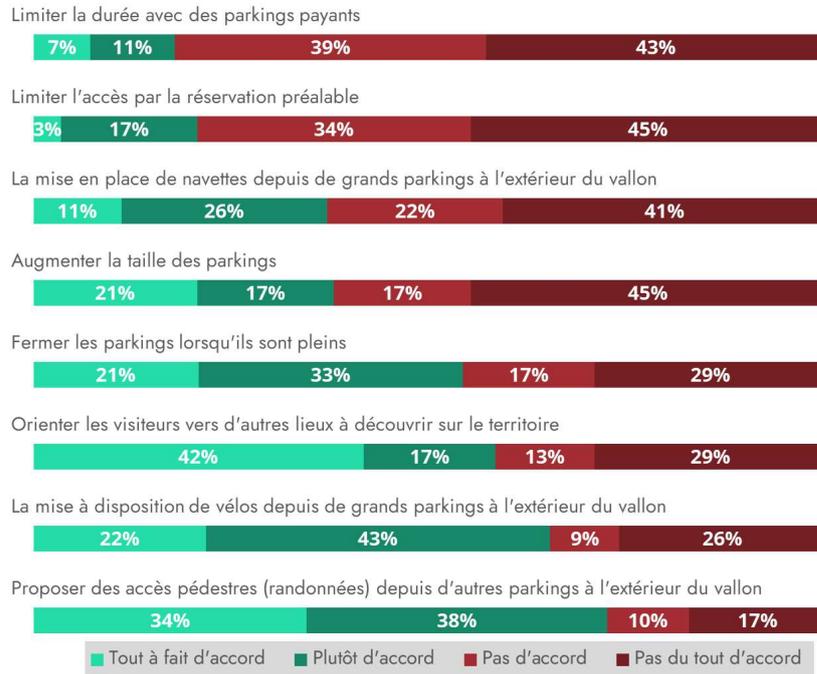
L'enquête en ligne auprès des socioprofessionnels n'a pas connu un franc succès et le traitement de ses données ne repose donc que sur les 40 répondants étant dans le périmètre retenu. Cet échantillon très faible doit donc amener à prendre les analyses ci-dessous avec un recul nécessaire. Ce sont à 78 % des hébergements qui ont répondu à l'enquête. Ces derniers proviennent principalement d'Apt, Bonnieux et Roussillon.

⁴⁴ Source : SANVOISIN Mathias - TRACES TPi, 2023

Seuls 61 % des répondants affirment fréquenter le vallon à titre personnel. Le village de Buoux (pour 65%), les rives de l'Aiguebrun (61%) et le Fort (48%) sont les trois premiers espaces sur lesquels ils se rendent. **91 % des socioprofessionnels disent conseiller le vallon de l'Aiguebrun à leurs clients et 88 % déclarent que les retours sont plutôt positifs.** Ce dernier chiffre confirme la satisfaction des visiteurs qui ressort de l'enquête visiteurs. Les sites qu'ils conseillent sont le vallon dans son ensemble (pour 72%), le Fort (50%), ou encore l'auberge (41%). Ils suggèrent le lieu particulièrement pour des activités telles que la promenade (72%), la randonnée (69%).

L'avis des socioprofessionnels a ensuite été demandé pour les différentes solutions de gestion des flux. Sur l'illustration ci-dessous, l'hypothèse de parkings payants est une nouvelle fois réfutée tandis que celle de la réservation prend un autre tournant. En effet, 8 répondants sur 10 sont **contre les parkings payants et la réservation.** Les **navettes** et **l'agrandissement des parkings** font également l'objet d'une forte opposition (2 répondants sur 3). Fermer les parkings lorsqu'ils sont pleins n'a pas donné lieu à une majorité quelconque. Enfin, 2 répondants sur 3 **approuvent la facilitation de l'accès aux piétons et aux vélos depuis l'extérieur du vallon, ainsi que l'orientation vers d'autres lieux à découvrir.**

Figure 27 : Opinions des socioprofessionnels sur des dispositifs de gestion des flux –
Enquête socioprofessionnels⁴⁵



Si le vallon de l'Aiguebrun était inaccessible, cela aurait, pour 79 % des socioprofessionnels, **peu ou pas de conséquences sur leur activité**. Malgré cela, 68 % des socioprofessionnels considèrent le vallon comme **un espace fragile** et 26 autres % très fragile. La **préservation** du vallon est importante pour 45 % d'entre eux et **très importante** pour 52 autres %.

Les suggestions évoquées par les socioprofessionnels ont été peu nombreuses ; « *installer des toilettes sèches* », « *installer des poubelles avec tri* », « *réserver l'accès aux randonneurs* », « *limiter et contrôler l'accès* », « *tracer les places de parking au sol* », « *entretenir les routes pour faciliter la circulation* », « *ne pas multiplier les interdictions pour conserver cet espace de liberté* », « *aménager le domaine du Moulin Clos* », ou encore « *établir un sentier obligatoire pour préserver la nature* ». Chaque élément n'est remonté qu'une seule fois.

⁴⁵ Source : SANVOISIN Mathias - TRACES TPI, 2023

2.3. Synthèse des résultats intermédiaires de l'enquête qualitative

Sur un espace où la randonnée est l'activité principale, où la voiture est le moyen de déplacement pour 85 % des visiteurs et où les routes d'accès sont peu nombreuses, étroites et sinueuses, un enjeu semble se dégager dans le développement de l'utilisation des mobilités douces. La communication sur des départs de randonnée en dehors du vallon paraîtrait pertinente. Elle permettrait d'agir sur le comportement, et non sur le nombre comme évoqué en Partie 1 Chapitre 3 : *Modes de gestion de la fréquentation*. Les possibles problèmes de stationnement, d'engorgement des routes d'accès au vallon ou encore de sécurité sur celles-ci pourraient se voir clairement diminués.

Le vallon de l'Aiguebrun apparaît nettement comme un lieu où le tourisme de proximité et la fidélisation s'est bien développée. Les visiteurs aiment revenir et apprécient le site. Ils ne rencontrent, pour une grande majorité, pas de problème de stationnement. La durée moyenne de visite conséquente, avec plus de 4h20, associée à la fidélité des visiteurs ainsi qu'à leurs retours positifs, sont le signe d'une **satisfaction des visiteurs**. Actuellement en cette année 2023 et selon les données disponibles (c'est à dire seulement par l'analyse des données qualitatives), **le vallon ne semble pas subir un phénomène de surfréquentation impactant significativement la qualité de la visite**.

La qualité de vie des résidents semble, selon eux, **plus impactée**. La fréquentation touristique est unanimement perçue comme une source de désagréments pour les habitants et une menace pour la préservation des espaces. Des tensions sont perceptibles. L'enquête visiteurs a d'ailleurs fait ressortir plusieurs témoignages contre « *le projet du château* ». Celui-ci a en effet fait l'objet de rassemblements et d'une pétition avec plus de 17 500

signatures⁴⁶. Si prendre en considération l'avis des habitants est essentiel, il faut réaliser que leur attachement au territoire les amènera toujours à s'inquiéter des modifications que toute activité pourra lui apporter. De même, en fonction de leurs connaissances et surtout de l'intérêt, économique particulièrement, qu'ils trouvent ou non dans la fréquentation touristique, ils n'auront pas la même approche. L'image du « *touriste* » entre aussi en jeu dans ce phénomène puisque celui-ci est poursuivi par son image d'individu destructeur de milieu et puisque, comme le dit si bien Jean-Paul Sartre, « *l'enfer c'est les autres* ».

Les socioprofessionnels apportent une autre vision puisqu'ils trouvent un intérêt économique dans le développement du tourisme. Ils peuvent cependant bien souvent être également résidents et avoir un attachement au lieu sur lequel ils travaillent. Ils ont aussi **une volonté de préservation**, qui est très nettement ressortie dans l'enquête. Cet enjeu de protection du vallon fait l'unanimité dans les trois enquêtes et ressort notamment avec le rejet d'un dispositif tel que la création de parkings.

Une hypothèse probable à ce jour, suite aux témoignages des visiteurs et par le biais d'une observation des comportements d'une manière globale (hors territoire d'étude), est que le vallon a connu **un phénomène amplificateur de la fréquentation par un effet post Covid** particulièrement l'année passée. Après avoir été contraints de rester chez soi, les ménages ont souhaité repartir, retrouver leur liberté et notamment se reconnecter aux espaces naturels. Le temps a laissé les anciennes habitudes reprendre leur place et la possibilité de voyager à plus loin, notamment à l'international, a pu entraîner une fréquentation plus faible de certains lieux, en comparaison au pic de fréquentation de l'année précédente. Ce pic de fréquentation a pu alerter les acteurs locaux, inquiets pour la préservation de leurs territoires, qui ont alors souhaité s'emparer du phénomène pour gérer au mieux cette fréquentation. Les bureaux d'études ont pu connaître une plus forte sollicitation sur ces thématiques. C'est aujourd'hui **un « retour à la normale »** qui semble

46 Ci-contre la pétition en question :
<https://www.mesopinions.com/petition/nature-environnement/sauvegardons-chateau-environnement-buoux/200491>

s'être installé dans le vallon. Par ailleurs, un autre élément permettant de recontextualiser est à prendre en compte ; celui de l'inflation qui touche de nombreux pays dont la France et qui a pu avoir une incidence sur le taux de départs en vacances. Cette hypothèse restera à être confirmée ou infirmée lorsqu'un niveau suffisant de données qualitatives et surtout quantitatives seront disponibles.

Si les données manquent pour pouvoir analyser avec assurance le cas du vallon de l'Aiguebrun, des tendances peuvent se dessiner par cette analyse intermédiaire. Des préconisations avec un plan d'action détaillé à suivre ne pourront être avancées mais des pistes, tant pour le territoire que pour le bureau d'étude, peuvent d'ores et déjà être explorées. Celles-ci sont le sujet du prochain chapitre.

CHAPITRE 2

DÉMARCHE À ADOPTER

-

PROPOSITIONS PERSONNELLES

1. Démarche à adopter par TRACES TPi pour la continuité de cette étude

1.1. Une étude environnementale à prendre en considération

En parallèle de l'étude de fréquentation de TRACES TPi, une étude environnementale a été menée en cette année 2023 par Cécile Albert, chargée d'étude au Centre National de la Recherche Scientifique (CNRS) et à l'Institut Méditerranéen de Biodiversité et Ecologie (IMBE) à l'initiative du Parc Naturel Régional du Luberon. Celle-ci montre que la fréquentation du vallon entraîne un phénomène d'érosion. Le piétinement impacte la biodiversité du vallon. Les constats sont les suivants ;

- « *Mauvais état de santé des buis de la ripisylve⁴⁷ et du sousbois. Pyrale depuis 2019-2020* »,

⁴⁷ Végétation arborée bordant un cours d'eau.

- « *Présence probable de sangliers qui retournent la terre là où la végétation est clairsemée* »,
- « *Ouverture de sentiers et non respect des sentes existantes (multiplication des sentes) : promeneurs, VTT, grimpeurs* »,
- « *Surfréquentation, piétinement et nombreux chiens non tenus* »,
- « *Le squat en camion qui est pourtant interdit car « les panneaux ne sont pas officiels » ».*

Les conséquences de ces dégradations sont donc l'érosion très prononcée sur certains endroits et une « *ouverture importante* » du sous-bois. Ces détériorations entraîneraient des conséquences probables sur la biodiversité ; « *faune du sol, oiseaux, etc.* ». Les préconisations données sont les suivantes ;

- « *Travailler avec les associations sur la restauration des accès/sentiers (Greenspit, Aptitudes escalade, ..), bénévolat* »,
- « *Renforcer et clarifier la signalisation, la rendre officielle* »,
- « *Sensibiliser l'ensemble des publics concernés par la conservation (préservation des sols, de la végétation, lierres, lianes, ...)* »,
- « *Encourager les pratiques respectueuses comme celles préconisées sur les topos ou sur <https://www.aptitudes-escalade.com/actus/> » : le site recommande de ne pas se garer sur le parking de l'auberge (réservé à sa clientèle), sur le parking du Fort (réservé à sa clientèle),*

devant le portail du Moulin Clos (accès des services de secours), ou encore sur l'espace de contournement après l'auberge. Il prévient qu'il est interdit de camper ou dormir dans ses véhicules sur le vallon et de faire du feu. Il propose ensuite en alternative des campings, encourage le covoiturage, propose de se garer sur le parking du village de Buoux ou de « Barbe blanche » situé un peu plus loin.

- « *Monter des projets de recherche-action* ».

Cette étude sur l'état de la biodiversité du vallon doit être prise en considération par TRACES TPI, celui n'étant pas spécialisé dans l'impact de la fréquentation sur l'environnement. Il est essentiel que les acteurs du secteur touristique et les acteurs du secteur de l'environnement travaillent ensemble pour un développement raisonné des territoires.

Il est intéressant de relever que le terme « *surfréquentation* » a été évoqué dans cette étude. Il traduit un sentiment qu'une trop forte fréquentation du vallon entrave sa biodiversité. Ce ressenti est à nuancer en repositionnant le contexte évoqué dans le chapitre précédent ; un probable effet post Covid ayant augmenté les flux, puis un « *retour à la normale* ». Malgré cela, le niveau de fréquentation, même hors pic de fréquentation de l'année passée, est peut-être déjà trop élevé selon cette chercheuse. Dans un contexte où la volonté de conserver le vallon en tant que lieu ouvert au public est là, l'acceptation d'une évolution de la faune et de la flore doit se faire. Elle doit cependant évidemment être maîtrisée au maximum. Les remarques sur les panneaux de signalisation, la sensibilisation et la communication, les propositions alternatives de parkings à l'extérieur du vallon et le covoiturage sont donc intéressantes.

1.2. Utiliser la prospective pour guider les acteurs locaux dans leurs décisions

Comme expliqué en Partie 1 - Chapitre 3 de ce mémoire ; pour pouvoir faire un choix éclairé, les pouvoirs politiques doivent avoir toutes les informations et connaître les conséquences de leurs décisions, ou non prise de décision, actuelles. Ainsi, la méthode prospective peut être un moyen de parvenir à cette transmission de l'information. Elle est en effet un outil permettant d'apporter un éclairage sur les différentes évolutions possibles. La prospective permet de se projeter et l'anticipation peut alors se faire plus facilement pour le territoire.

La prospective peut être défini comme suit⁴⁸ : « *Toute démarche qui consiste à réfléchir à l'avenir pour nourrir la prise de décision immédiate dans un contexte d'incertitude.* » « *Réfléchir à l'avenir en fonction des besoins en terme de décision publique* » ou encore « *S'adapter aux évolutions et bâtir des stratégies pour mettre en œuvre un choix politique lié à une vision d'avenir.* »

Elle permet de comprendre et faire comprendre ce qui est souhaitable et ce qui ne l'est pas, mais aussi ce qui risque de se passer si l'on n'agit pas et qu'on laisse les évolutions se faire toutes seules. Il faut au préalable bien avoir cerné l'environnement avec les tendances lourdes, les signaux faibles et les ruptures possibles. Les tendances lourdes sont les éléments importants de l'écosystème qui nous entoure, en lien avec le sujet traité, et qui influencent les pratiques touristiques. Les signaux faibles sont quant à eux par exemple des pratiques actuellement émergentes et qui pourraient à leur tour devenir tendances lourdes. Après avoir imaginé les différents scénarios, une stratégie et un plan d'action en conséquences pourront être avancés.

48 RIOU J., 2023, « Cours de Prospective »

Plusieurs paramètres vont entrer en jeu, en voici une liste non exhaustive ;

- les procédures réglementaires,
- le calendrier électoral,
- les évolutions technologiques,
- les évolutions réglementaires,
- l'évolution des besoins,
- l'évolution des attentes sociétales,
- le coût du projet.

Dans le cas d'une étude de fréquentation, il est intéressant de pouvoir se pencher dans un premier temps sur des scénarios globaux concernant le territoire d'étude : un scénario désirable (dans le meilleur des cas), un scénario sombre (dans le pire des cas), un scénario au fil de l'eau (si on ne prend pas de décision, qu'on laisse les choses se faire toutes seules). Par la suite, s'intéresser aux différents scénarios possibles en fonction des modes de gestion adoptés paraît pertinent et permettrait aux acteurs locaux de se projeter facilement.

Dans le cas du vallon de l'Aiguebrun, si les données manquent pour proposer des scénarios pertinents, pouvant se rapprocher au maximum de la réalité, certains paramètres sont déjà à

prendre en compte et des pistes peuvent également être avancées. Avec les premières données, une possible analyse était que le site a connu un phénomène amplificateur de la fréquentation par un effet post Covid mais que la fréquentation s'est abaissée en cette année 2023. Malgré tout, des enjeux pour l'avenir sont à prendre en considération. Ce n'est pas parce qu'un « *retour à la normale* » a lieu que la fréquentation touristique d'un espace sera stabilisée. Le contexte dans lequel nous évoluons nous le rappelle ; les pratiques évoluent et peuvent être bouleversées d'un jour à l'autre. La très probable augmentation à venir des départs en vacances internationaux, ainsi que le contexte de réchauffement climatique pourront entraîner des hausses de fréquentation sur certains lieux, dont des espaces naturels appréciés pour leur fraîcheur. Tel est le cas du vallon de l'Aiguebrun qui se trouve être un espace naturel où la biodiversité apporte une fraîcheur rare dans la région. Ces espaces convoités risquent de l'être de plus en plus. Leur préservation doit être anticipée. Ceci est à mettre en parallèle avec l'évolution des espaces naturels dans ce contexte de changement climatique. En effet, les milieux naturels n'ont pas forcément besoin du tourisme pour se voir modifiés. Ils peuvent être bouleversés par le climat et par les intempéries qu'entraînent le réchauffement climatique, rendant alors les lieux moins accueillants. Un exemple peut être donné par les sécheresses sur certains espaces. Cette évolution pourrait également modifier les comportements des touristes à la recherche de lieux agréables. Un contexte incertain menaçant, dans ces deux cas, la biodiversité du vallon qui sera amenée à évoluer.

1.3. Se saisir des dispositifs de gestion mis en place sur d'autres territoires

Une étude comparative peut permettre de repositionner le vallon de l'Aiguebrun par rapport à des territoires où la fréquentation touristique est problématique. Elle permet de comprendre les dispositifs qui ont été choisis en fonction du contexte et des

caractéristiques du territoire. Celle-ci pourra évidemment également s'appliquer pour d'autres études de fréquentation.

Un essai est présenté ci-dessous ;

Le tableau ne doit pas être considéré comme exhaustif. Il illustre simplement des cas de territoires où des dispositifs de gestion des flux ont pu être mis en place.

Ajouter à ce tableau l'impact des différentes mesures serait plus qu'intéressant. Il est cependant difficile d'obtenir ces informations, qui restent d'ailleurs plutôt subjectives s'il n'y a pas eu d'étude pour les analyser.

Figure 28 : Les dispositifs de gestion des flux⁴⁹

49 Veillé Héloïse, 2023

	DISPOSITIF MIS EN PLACE	MOYENS MIS EN OEUVRE	EXEMPLE DE LIEU	OBJECTIF	LIMITES DU DISPOSITIF
Diminution du volume des flux	Ferméture du site	Ferméture au grand public, ouverture d'une reproduction	Grotte de Vieux, Grotte de Lascaux	Stopper la dégradation	- Mesure radicale
	Système de réservation	Réservation en ligne Patrouilles de police, agents de sensibilisation personnes depuis	Calanque de Sugiton : 6 fois moins de personnes depuis	Régénération du site Protection de la faune et de la flore, maintien de l'aspect paysagé du site	- Question du droit d'accès au patrimoine naturel ou historique, en particulier sur un domaine public. - Implique de pouvoir contrôler tous les sites d'accès
	Péage	Nécessite de trouver le prix dissuasif qui permettra un niveau de fréquentation compatible avec la préservation du site	Majorque : augmentation générale de la qualité de l'offre et des tarifs	Réduire la fréquentation Diminuer les dégradations	- Question de la justice sociale dans l'accès aux loisirs et à l'environnement - Question du droit d'accès au patrimoine naturel ou historique, en particulier sur un domaine public
	Contrôle strict de l'information	Politiques tarifaires en fonction des heures de pointe	Musée du Louvre	Minimiser la fréquentation	- Question de la nuisibilité à l'optimisation de l'accès et à ses retombées
Agir sur l'impact de la fréquentation	Politique de limitation de l'hébergement touristique	Ne pas faire figurer les sentiers sur les cartes topographiques Ouverture d'appartements touristiques autorisés seulement en zone où l'activité touristique est moins dense. Appartements en location illégale repeints et retirés du marché local Taxe de séjour appliquée aux hôtels Taxe de séjour appliquée aux hôtels remplacée par une taxe concernant tous les hébergements touristiques.	Parc National des Pyrénées Barcelone	Diminuer le nombre de lits touristiques au profit de logements pour les habitants	- Mesure pouvant être jugée contre-productive car entraîne une baisse de l'offre et donc une hausse des prix
	Rendre l'accès difficile	Diminution du nombre de lits touristiques Interdiction de la location en courte durée depuis mai 2022 Eloignement du parking Interdiction de venir en voiture au village	Majorque (Balears) Berlin Pointe du Raz Cirque de Gavarnie	Limiter les flux en choisissant de ne laisser venir que les plus motivés	- Question de la justice sociale dans l'accès aux loisirs et à l'environnement : laisser de côté ceux qui n'ont pas la santé
	Étalement de la fréquentation	D'autres itinéraires créés pour offrir une vue comparable	Cirque de Gavarnie	Abaissement de la pression au m ²	- Nécessité de maîtriser transports, hébergements, tranches horaires, tenirs hors saison, ... mais aussi parfois conditions météorologiques, temps de vacances, ... (souvent plus délicat)
	Concentration de la fréquentation	Aménagement de cheminement d'accès et interdiction des voies alternatives Police touristique Ne pas sortir des sentiers, ne pas cueillir de fleurs, tenir les chiens en laisse, etc. Bien tracer les sentiers pour limiter le piétinement et ses effets érosifs.	Dune du Pilat Parcs Régionaux	Protection des milieux naturels en laissant des espaces fermés au public. Éviter le stationnement anarchique et les pratiques destructrices Éduquer pour limiter l'impact de la venue des touristes sur un espace	- Effet de masse sur des zones restreintes - Libéré des touristes réduite - Nécessité des moyens humains - Question de l'efficacité de ces mesures de sensibilisation
Les deux	Aménagements « intelligents »	Visite guidée obligatoire Demande d'autorisation préalable	Vallée des Merveilles Réserve cynégétique de Chambord	Aménager pour mieux accueillir mais être vigilant à l'impact sur les milieux N'autoriser que les visiteurs vraiment motivés	- Les aménagements vont venir modifier le milieu
	Instaurer des conditions de visite	Durée maximale de visite de 4 heures (contre Macchu Picchu 11 heures auparavant).		Augmenter la rotation pour répondre à la demande Tenir de ne pas avoir un trop grand nombre de personnes présentes au même moment	- Question du droit d'accès au patrimoine naturel ou historique, en particulier sur un domaine public. (solution très critiquée par les passionnés mais plus acceptée par les pratiquants occasionnels) - Question du droit d'accès au patrimoine naturel ou historique, en particulier sur un domaine public. - Libéré des touristes réduite

2. Proposition d'une démarche à adopter par TRACES TPI et par le territoire suite à cette étude

2.1. Pistes de réflexion pour une évolution de la méthodologie des prochaines études de fréquentation

L'étude de fréquentation du vallon de l'Aiguebrun peut connaître plusieurs limites. Il a par exemple pu être difficile de comparer l'enquête visiteurs avec celle des habitants et celle de socioprofessionnels car les réponses proposées n'étaient pas toujours similaires, bien que la question ait la même finalité. De plus, les répondants des deux enquêtes en ligne ont les diverses réponses possibles sous les yeux, tandis que les répondants de l'enquête visiteur n'en ont pas connaissance. Effectivement, les questions sont posées de manière ouverte, et les réponses indiquées sur le questionnaire ne servent qu'à gagner du temps à l'enquêteur. Ce sont les réponses revenant régulièrement qui sont ont été indiquées. Cette différence va venir influencer les réponses et les résultats n'auraient certainement pas été les mêmes.

Par ailleurs, le questionnaire de l'enquête en face à face auprès des visiteurs comporte beaucoup de questions ouvertes. Or, les questions fermées sont plus faciles et rapides à analyser. Le traitement des questions ouvertes se fait en effet via Modalisa, mais il nécessite de repasser sur chaque réponse pour en regrouper. Le procédé est très vite long. D'autant plus que lorsqu'un rendu intermédiaire doit être fait, il faut traiter une première fois les réponses, puis le faire une deuxième fois pour le rendu final. C'est-à-dire traiter les nouvelles réponses, mais également celles que l'on avait déjà traitées auparavant en repassant alors sur chaque réponses. En plus d'être long à analyser, il peut être difficile de donner du poids à ce qu'on ressort auprès du client. En effet, on peut en général

difficilement appuyer un propos avec l'aide d'un chiffre puisque les réponses peuvent être très diversifiées. Il est cependant important de garder des questions ouvertes tel que cela a été fait pour les suggestions et remarques. Ces dernières sont essentielles pour comprendre les enjeux du territoire et recueillir l'avis d'une population.

De plus, du côté de l'enquête à destination des habitants notamment, de nombreuses réponses ont dû ne pas être prises en compte à cause du lieu d'habitation qui était soit non indiqué, soit non dans le périmètre retenu. Il faudrait au préalable bien délimiter le territoire et faire en sorte que ceux qui ne sont pas dedans ne répondent pas. Pour cela, demander la commune d'habitation dans les premières questions paraîtrait pertinent. De plus, ceux qui n'ont pu être pris en compte car non considérés comme des habitants auraient potentiellement pu remplir un questionnaire à destination des visiteurs s'ils se sont en effet déjà rendus sur le site. Après avoir rempli la commune, un renvoi vers le bon questionnaire pourrait être réalisé. Cette méthode éviterait que les répondants donnent de leur temps sans que leurs réponses ne soient exploitables. Ces questionnaires viendraient en complément de ceux complétés en face à face sur le terrain. Ils viendraient augmenter le nombre de répondants et serait un bon moyen d'obtenir des données sur les visiteurs hors des jours fixés pour s'y rendre, ce qui rapprocherait potentiellement l'enquête un peu plus de la réalité. Il est, par contre, important de garder cette approche terrain qu'apporte les enquêtes en face à face. Elles permettent d'être au plus proche de la réalité et de ne pas passer à côté d'éléments essentiels quant aux caractéristiques du site et des pratiques notamment.

Une interrogation supplémentaire réside dans la pertinence de demander l'avis des touristes sur des sujets qu'ils ne maîtrisent pas forcément. Si connaître leurs pratiques et les comportements qu'ils adoptent face aux différents dispositifs de gestion adoptés est intéressant, il ne paraît pas clairement nécessaire de recueillir leur avis sur chaque site où une étude de fréquentation aura lieu. En outre, un décalage peut exister entre ce qui est annoncé (par exemple un individu qui dit refuser de devoir réserver à l'avance) et les

comportements réelles après la mise en place du ou des dispositifs (s'il n'a pas le choix et que la motivation est suffisante, ce même individu pourra en venir à la réservation). Cette méthode pourrait être remplacée par d'une part, une étude globale sur les comportements des touristes face aux dispositifs de gestion des flux, d'autre part par des entretiens qualitatifs avec les différentes parties prenantes et sur ces questions, en particulier avec des personnes qui connaissent bien les lieux et les enjeux.

En définitif, si le territoire a les moyens financiers et la volonté d'obtenir des chiffres précis de fréquentation, alors les écompteurs et les enquêtes comme celles du vallon de l'Aiguebrun sont nécessaires. Sinon, des entretiens qualitatifs avec les différentes parties prenantes peuvent permettre d'apprécier les périodes de fréquentations et les attentes de chacun.

2.2. Appropriation de l'étude par le Parc Naturel Régional du Luberon et chemin à suivre

Adopter une démarche de développement d'un tourisme raisonné n'est pas toujours chose simple. C'est pourquoi se référer aux 10 principes de Georges Cazes peut permettre d'avoir un cadre de référence. Les principes ne peuvent être traités à part, ils fonctionnent en cohérence les uns avec les autres et c'est leur addition qui permet de pouvoir évoquer un tourisme raisonné. Il ne suffit pas de l'appliquer de la même manière pour chaque territoire. Chaque espace connaissant des enjeux différents, les réponses ne pourront être similaires. Certains principes peuvent s'appliquer particulièrement au vallon de l'Aiguebrun ;

Suite à l'étude menée par TRACES TPi, le Parc Naturel Régional du Luberon ne doit pas rester sur ses acquis. Il doit se mettre à jour régulièrement pour comprendre et appréhender

au mieux les pratiques touristiques du vallon. Le maître mot à suivre est l'anticipation. Pour pouvoir anticiper au mieux, il faut être en possession du plus d'éléments possible. Le PNRL doit si possible mesurer les évolutions de son territoire et notamment du vallon de l'Aiguebrun. Il est également important de prendre connaissance des éléments définissant la capacité de charge de son territoire, sans pour autant chercher à respecter une limite trop précise qui ne serait pas contrôlable dans un espace tel que le vallon de l'Aiguebrun. Enfin, si des aménagements sont effectués, il faudra respecter les principes du « *sustainable development* », notamment ici pour le Château de l'Environnement où une attention doit être notamment portée sur la gestion des ressources en eau. Mais un principe particulièrement intéressant est le suivant ;

9. « *Ne pas rechercher prioritairement une croissance de la fréquentation touristique relativement aisée à obtenir, mais plutôt un véritable développement intégrant des variables sociales et pas seulement des performances économiques.* » Les « *valeurs sociales* » doivent donc également guider la démarche du Parc Naturel Régional du Luberon, y compris dans son projet lié au Château de l'environnement.

Par ailleurs, en reprenant également les différents principes, le tourisme doit avant tout être pensé pour bénéficier aux habitants. Or, dans le cas du Parc Naturel Régional du Luberon, des tensions entre les habitants et la structure se font ressentir. Il est intéressant de s'interroger sur la source de cette tension. L'exemple du Château de l'Environnement est là aussi significatif. Il illustre parfaitement le sujet ; un projet qui a été mené « *sans la moindre concertation au niveau local* », qui a provoqué la colère d'habitants qui se sont rassemblés et ont lancé une pétition. En ce début d'année 2023, chaque partie a organisé sa propre réunion publique. Le Parc Naturel Régional du Luberon doit travailler sur la communication et la pédagogie envers le Collectif de Buoux s'il veut renouer les liens et faire accepter le projet. La préservation du vallon fait l'unanimité et semble un enjeu prioritaire tant pour les habitants que pour les visiteurs et les socioprofessionnels. Il serait intéressant d'utiliser ce contexte pour permettre de favoriser l'échange en réunissant les

différentes parties prenantes. Un autre élément qui vient révéler les tensions sur le territoire est la vandalisation à plusieurs reprises d'écocompteurs qui ont été mis en place. Si tout le monde a ses propres intérêts à défendre, il reste essentiel de chercher à entretenir une bonne entente et une bonne cohésion entre toutes les parties prenantes pour avancer ensemble plus efficacement vers un objectif de développement d'un tourisme raisonné.

Conclusion partie 3

Les premières données suite à l'analyse intermédiaire de l'étude du vallon de l'Aiguebrun ne révèle pas de problème de qualité de la visite. Cependant, les résidents semblent ressortir un certain mécontentement, principalement lié au projet du château. Ce projet semble central pour le territoire et des enjeux de coordination et coopération se cachent derrière celui-ci. Les tensions que le Parc Naturel Régional connaît avec les habitants de son territoire peuvent être un frein dans le développement touristique, même raisonné, du territoire. La pédagogie, bien qu'elle est un cheminement qui peut être long, est nécessaire.

Du côté de TRACES TPi, plusieurs outils pourraient aider dans la démarche des études de fréquentation. Le premier élément évoqué ici est la prise en considération de l'étude environnementale menée par une chercheuse spécialisée sur les thématiques de la biodiversité. Le secteur du tourisme et celui de l'environnement entretiennent des rapports fragiles et il est essentiel que les deux rassemblent leurs compétences pour orienter les territoires vers les meilleures solutions possibles dans la gestion des flux. Par ailleurs, c'est la prospective qui peut être utilisée comme outil d'aide à la décision auprès des acteurs locaux. Elle permet de se projeter et de comprendre ce qui est souhaitable pour mener ensuite des actions concrètes allant dans ce sens. Enfin, une étude comparative permet de se repositionner et de comprendre comment les dispositifs de gestion des flux sont adoptés ailleurs.

CONCLUSION GÉNÉRALE

Le tourisme peut être fragilisé par de nombreux événements extérieurs et semble de plus en plus fragile dans le contexte du réchauffement climatique. Malgré cela, et pour toutes les raisons positives que le tourisme procure, ce n'est pas parce que le climat change que l'humain va arrêter de voyager. Les tendances montrent même plutôt l'inverse. C'est pourquoi il est essentiel de tenter de comprendre les pratiques touristiques et les enjeux de leur développement sur les territoires.

Lorsque tourisme et environnement se rencontrent, beaucoup d'enjeux interviennent. Si leur mise en relation peut avoir différentes conséquences, positives ou négatives, la pratique ne sera pas pour autant laissée de côté par les touristes. Il est donc du devoir des acteurs locaux de réussir à accompagner au mieux ce phénomène. Il est également nécessaire de sans cesse se mettre à jour, le tourisme étant très sensible aux événements extérieurs. Il faut donc être acteur dans les questions de fréquentation touristique pour cerner les enjeux et pouvoir contrôler au mieux ses effets. Même si des facteurs externes entrent en jeu et peuvent venir tout chambouler, si l'on n'est pas acteur, on ne peut que subir des conséquences non désirées.

C'est aussi pour cette raison que le tourisme doit être développé de manière réfléchie. Un tourisme raisonné permet d'être plus résilient. Et la résilience des territoires permet une plus grande adaptation dans ce monde où les pratiques évoluent sans cesse. Le tourisme doit être accompagné dans sa phase de « transition ». Un danger dans la gestion de la fréquentation est de le rendre élitiste ; il est effectivement simple et efficace de réguler les flux par l'argent. La question morale de la liberté doit aussi ne pas être prise à la légère, en particulier dans les espaces naturels où celle-ci peut être la raison de la venue des touristes.

L'enjeu primaire est donc de pouvoir développer le tourisme pour tous, tout en préservant au maximum les espaces, naturels notamment.

Il existe de nombreux modes et dispositifs de gestion des flux. Les acteurs locaux doivent choisir la meilleure solution et s'approprier les dispositifs en fonction des caractéristiques de leur territoire d'une part, et en fonction de leurs objectifs et priorités d'autre part. La première étape reste de rassembler les différentes parties prenantes et de se mettre d'accord sur des objectifs à tenir. Le niveau de « surfréquentation » d'un territoire et son caractère spatio-temporel va également pouvoir orienter vers le type de mesure à mettre en place. Un site qui connaît simplement quelques périodes dans l'année avec une trop grande fréquentation ne prendra pas les mêmes mesures qu'un site avec une grande majorité de périodes de grande affluence.

Le cas du vallon de l'Aiguebrun est révélateur d'un territoire sensible à ces enjeux et qui a une volonté d'être acteur de la fréquentation touristique. Il montre également qu'un espace peut connaître une très forte affluence et être très peu fréquenté à la fois sur des périodes très rapprochées. Il met en avant un site avec des enjeux liés à son accessibilité ; un vallon avec des routes d'accès sinueuses et peu nombreuses. Il illustre que les relations conflictuelles entre les différentes parties prenantes, et notamment avec les habitants, sont le signe d'une défaillance dans le système d'acteurs. Elles entravent le développement du tourisme, quel qu'il soit ; raisonné ou non. La bonne cohésion doit être de mise dans le développement d'un tourisme raisonné. La pédagogie a, quant à elle, un grand rôle à jouer ici. Une communication réussie entre les socioprofessionnels et les habitants d'un territoire permet d'être armé au mieux pour développer un tourisme raisonné.

BIBLIOGRAPHIE

BALLESTER Patrice, 2018, « Barcelone face au tourisme de masse : “tourismophobie” et vivre ensemble », *Téoros*, Presses de l’Université du Québec, 2018, vol.14, n°2.

ZUINDEAU Bertrand « VIVIEN Franck-Dominique, 2005, *Le développement soutenable*, Paris, La Découverte, collection Repères », *Développement durable et territoires*, Lectures (2002-2010), mis en ligne le 27 novembre 2005, URL : <http://journals.openedition.org/developpementdurable/1538>

COUSIN Saskia, et REAU Bertrand, 2016, *Conclusion / Une histoire de pouvoir, éd., Sociologie du tourisme*, La Découverte, p. 99-102.

CHARVOLIN Florian, 2015, « La naturalisation de la côte Aquitaine », *Études rurales*, n°195, p. 59-78.

DENIEUIL, Pierre-Noël, 2008, « Développement social, local et territorial : repères thématiques et bibliographiques sur le cas français », *Mondes en développement*, vol. 142, n°2, p. 113-130.

Doods R. et Butler R.W, 2019, *Overtourism, Issues, realities and solutions*, Berlin/Boston, De Gruyter-Studies in tourism, 287 p.

DUHAMEL Philippe, 2023, « Le « surtourisme » ou la rupture d'un contrat habitants/touristes : le cas des lieux touristiques en Europe », *L'Information géographique*, février 2023, vol. 87, p. 100-122.

GIACOMO Parrinello, BECOT Renaud, 2019, « Regional Planning and the Environmental Impact of Coastal Tourism: The Mission Racine for the Redevelopment of Languedoc-Roussillon's Littoral » *Humanities*, vol. 8, n°1, 13 p.

GARIEPY-GIROUARD Étienne, 2020, «Le libre accès à la nature : un droit à inscrire dans la loi », *Relations*, vol. 00343781, n°806, p. 38-39

MILIAN Johan, 2007, « La politique des "sites naturels" classés dans les Pyrénées : rétrospective des applications et enjeux contemporains », *Cybergéo - Espace, Société, Territoire*, n°400

RIST Gilbert, 2013, *Le développement. Histoire d'une croyance occidentale*. Paris, Presses de Sciences Po, 512 p.

STOCK Mathis, DEHOORNE Olivier, DUHAMEL Philippe, GAY Jean-Christophe, KNAFOU Rémy, LAZZAROTTI Olivier, SACAREAU Isabelle, VIOLIER Philippe, 2003, *Le Tourisme Acteurs, Lieux et Enjeux*, Paris, Belin Sup Géographie, 303 p.

VLES Vincent, 2018, "Hésitations et recompositions dans la gestion des flux de fréquentation dans les sites naturels exceptionnels", *Via*, 2018, vol.11, p. 11-12.

VLES Vincent, 2014, « Impacts des mesures de préservation des grands sites naturels », *HAL Sciences Humaines et Sociales*, n°01184808, 15 p.

TABLE DES ANNEXES

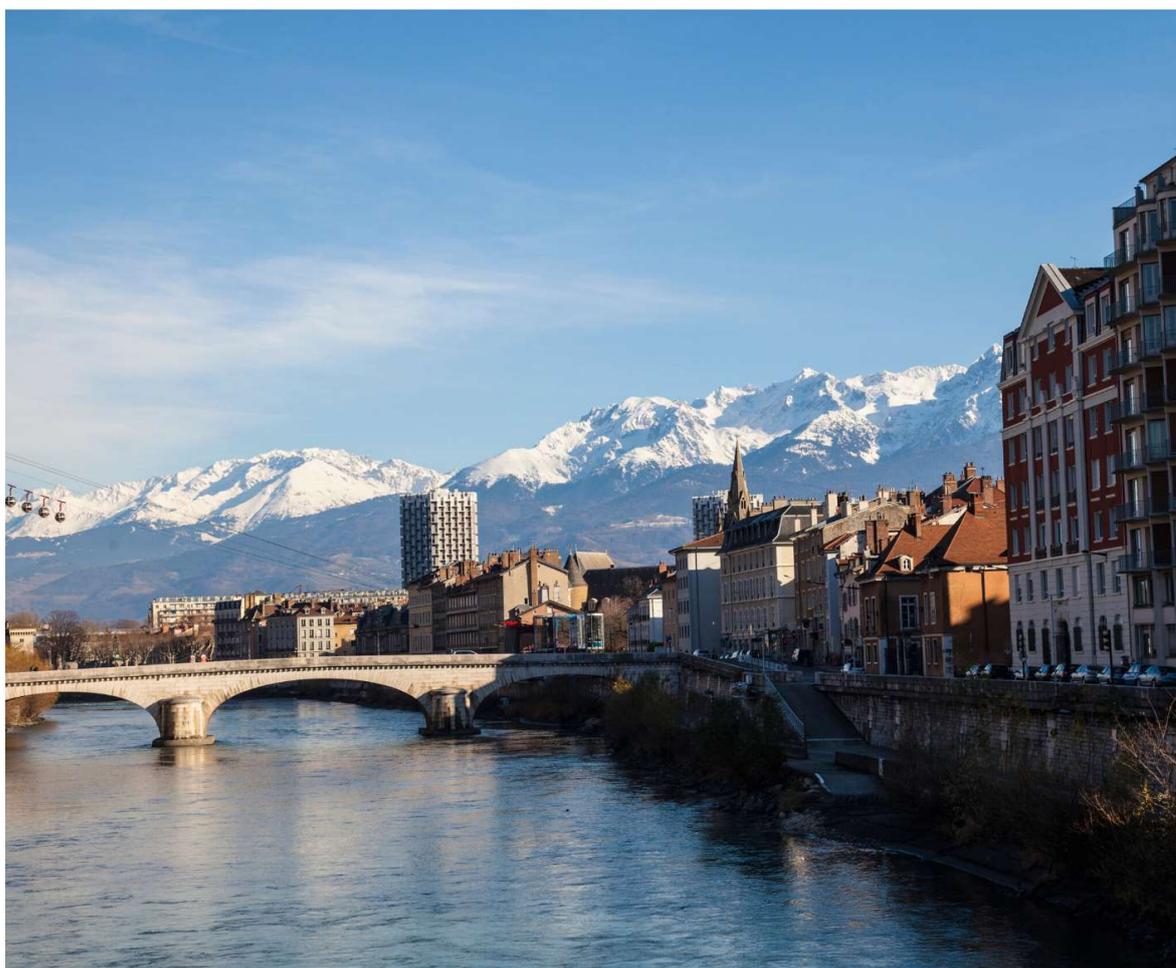
ANNEXE A : Extrait du document intermédiaire remis à Isère attractivité

ANNEXE B : Exemple du séjour 1 – Document final Séjours autour de La Belle Via

ANNEXE C : Affiche réalisée pour la diffusion de l'enquête auprès des habitants

ANNEXE D : Questionnaire de l'enquête en face à face auprès des visiteurs

SÉJOURS
AUTOUR DE **LA** ———
BELLE
————— **VIA** EN ITINÉRANCE
À VÉLO



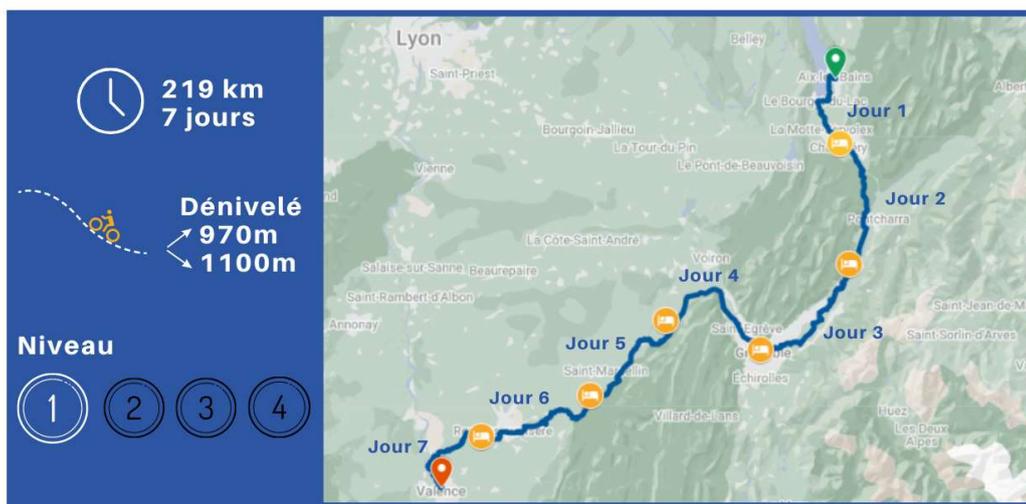
SÉJOUR 1

EN FAMILLE

Aix-les-Bains



Valence



LES ATOUTS DU SEJOUR



Un parcours d'itinérance à vélo à la portée de tous, grâce à la véloroute qui suit le cours de la rivière.

Se trouver entre les différents massifs montagneux et en prendre plein la vue tout le long du séjour.

Plusieurs arrêts possibles sur le chemin et des idées de micro excursions à proximité.

Passage par Grenoble, capitale des Alpes.

Découverte de l'artisanat local, passages entre vignes ou noyeraies.

Différents points d'eau avec plusieurs bases de loisirs sur le chemin.

Une connexion à la ViaRhôna pour rejoindre Valence.



Des hébergements
Accueil vélo
en gîtes
et hôtels



ou en version
campings

PROFIL ALTIMETRIQUE



JOUR 1

Aix-les-Bains (73) → Chambéry (73)

22.9 km

🕒 1h54

Dénivelé
↗ 100m

A VOIR / A FAIRE

Lac du Bourget
Aix-les-Bains
Chambéry

🍽️ Repas libre

🏠 Hébergement : Hôtel
Accueil Vélo

JOUR 2

Chambéry (73) → Le Touvet (38)

31.1 km

🕒 2h37

Dénivelé
↗ 200 m

A VOIR / A FAIRE

Entre les massifs montagneux
Vignes
Lac
Fort Barraux

🍽️ Repas libre

🏠 Hébergement : Gîte
Accueil Vélo

JOUR 3

Le Touvet (38) → Grenoble (38)

38.3 km

🕒 3h08

Dénivelé
↗ 60m

A VOIR / A FAIRE

Bases de loisirs et espaces
naturels sensibles
Grenoble

🍽️ Repas libre

🏠 Hébergement : Hôtel/
auberge Accueil Vélo

JOUR 4

Grenoble (38) → Poliénas (38)

30.2 km

🕒 2h21

Dénivelé
↗ 50 m

A VOIR / A FAIRE

Pays de la noix
Au pied du Vercors

🍽️ Repas libre

🏠 Hébergement : Gîte
Accueil Vélo (+17mn)
(+12mn jour 5)

JOUR 5

Poliénas (38) → La Sône (38)

31.5 km

🕒 2h45

Dénivelé
↗ 240m

A VOIR / A FAIRE

Vinay, noyers et artisanat
local
Base nautique
Jardin avec cascade

🍽️ Repas libre

🏠 Hébergement : Gîte
Accueil Vélo

JOUR 6

La Sône (38) → Granges-les-
Beaumont (26)

35.3 km

🕒 3h

Dénivelé
↗ 170m

A VOIR / A FAIRE

Grotte
Romans-sur-Isère,
ancienne cité médiévale

🍽️ Repas libre

🏠 Hébergement :
Hôtel-Restaurant

JOUR 7

Granges-les-
Beaumont (26) → Valence (26)

24.1 km

🕒 2h

Dénivelé
↗ 110m

A VOIR / A FAIRE

Barrage
Site troglodyte
Lac
Valence

🍽️ Repas libre

ACCESSIBILITÉ



En train :

Arriver à la gare d'Aix-les-Bains
depuis Grenoble, Valence, Annecy,
Lyon, Genève, ou encore Paris.
Repandre le train à la gare de
Valence.



En voiture :

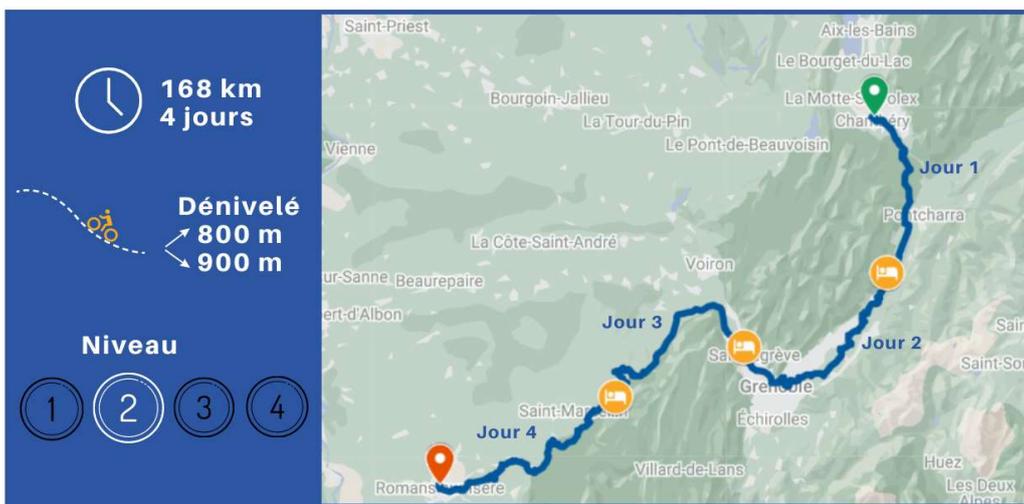
Laisser sa voiture à Aix-les-Bains.
Prendre le train TER à la gare de
Valence pour récupérer sa voiture à
Aix-les-Bains.

UN SÉJOUR POSSIBLE EN 4 JOURS

Chambéry (73)



Romans-sur-Isère (26)



JOUR 1

Chambéry (73) → Le Touvet (38)

34.1 km

2h53

Dénivelé
↗ 210 m

SUR LE CHEMIN

Chambéry
Vignes
Lac
Fort Barraux

- Repas libre
- Hébergement : Gîte
Accueil Vélo

JOUR 2

Le Touvet (38) → Grenoble (38)

46.3 km

3h41

Dénivelé
↗ 80 m

SUR LE CHEMIN

Entre les massifs
montagneux
Bases de loisirs
Grenoble

- Repas libre
- Hébergement : Hôtel
Accueil Vélo

JOUR 3

Grenoble (38) → Cognin-les-Gorges (38)

40.3 km

3h15

Dénivelé
↗ 140 m

SUR LE CHEMIN

Pays de la noix
Au pied du Vercors

- Repas midi libre
Restaurant soir
Accueil Vélo

- Hébergement : Gîte
Accueil Vélo (+10mn)
(+8mn jour 4)

JOUR 4

Cognin-les-Gorges (38) → Romans-sur-Isère (26)

44.6 km

3h45

Dénivelé
↗ 290 m

SUR LE CHEMIN

Noyers et artisanat local
Base nautique
Jardin et cascade

- Repas libre

Hébergements également possibles en campings

ACCESSIBILITÉ



Arriver gare de Chambéry
repartir gare de Romans-sur-Isère



Chambéry : parking gratuit La Poterie (Bus ligne D si besoin)
Retour : train Romans-chambéry

Séjours autour de La Belle Via

EN ITINÉRANCE À VÉLO

SÉJOUR 1 | La Belle Via en famille

Niveau* 1 2 3 4
*Voir annexe

AIX-LES-BAINS
VALENCE

 **Durée**
7 jours

 **Distance**
217 km

 **Dénivelé**
+ 930 m / - 1 060 m

 **Cible**
Familles, débutants



Un parcours d'itinérance à vélo au pied des montagnes et à la portée de toutes les familles en suivant le cours de l'Isère.

Un itinéraire paysager exceptionnel qui part des bords du plus grand lac naturel de France à Aix-les-Bains et qui chemine ensuite entre les massifs des Bauges, de la Chartreuse et de Belledonne jusqu'au Vercors. Il permet enfin de retrouver les ambiances provençales de la Drôme du côté de Valence. Le tout en un peu plus de 200 kilomètres ! Cette traversée se déroule en grande partie sur une agréable voie très accessible en admirant les massifs sans avoir à grimper de difficiles cols : le spectacle est assuré. Un voyage parfait pour une évasion en famille.

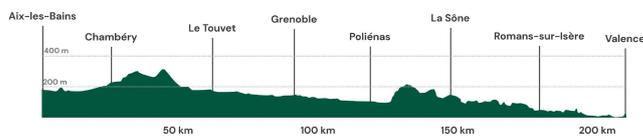
Plusieurs arrêts sont possibles sur le chemin et des idées de micro-excursions à proximité du parcours sont données.



SÉJOUR 1 | La Belle Via en famille

Niveau 1 2 3 4

PROFIL ALTIMÉTRIQUE



Ce parcours peut également être réalisé en 4/5/6 jours en faisant de plus longues étapes ou en reliant Chambéry à Romans-sur-Isère. Il est donc facilement adaptable, notamment pour les familles, en fonction de l'âge et des capacités physiques de chacun. Voir p.14

JOUR 1 | AIX-LES-BAINS CHAMBÉRY



Durée
2h05

Distance
24.8 km

Dénivelé
+ 100 m



La station thermale d'Aix-les-Bains, en Savoie, est un point de départ idéal. Vous pourrez profiter d'une balade en bateau, vous baigner dans le lac du Bourget, ou encore visiter Aqualis, un centre d'interprétation dédié au lac. Une visite en bateau de l'Abbaye de Hautecombe est incontournable. En ce qui concerne le patrimoine, Aix-les-Bains saura vous séduire avec sa diversité de monuments, allant des vestiges romains au style Belle Époque. À partir du port, vous pourrez emprunter La Belle Via, qui longe la promenade Lamartine en bord de lac pour vos premiers tours de pédale. Elle longe ensuite la rive et les plages du plus grand lac naturel de France. Plus loin, vous pourrez apercevoir les ruines du Château de Thomas II avant de rejoindre la voie verte en direction de Chambéry, ville d'Art et d'Histoire. Au programme, la visite du château des Ducs de Savoie ou une exploration des ruelles de la vieille ville. Chambéry, qui a successivement été une cité gallo-romaine, la capitale du duché de Savoie indépendant, puis une ville française, dévoile de multiples facettes à découvrir.

Chambéry

- Hôtel des Princes
04 79 33 45 36
- Kyriad Chambéry Centre Curial
04 79 36 13 64
- Hôtel Mercure Chambéry-Centre
04 79 62 10 11
- Hôtel-Restaurant Actuel Chambéry Centre Gare
04 79 44 32 75

- Aix-les-Bains, ville thermale et nautique
- Les plages
- Les Rives du Lac du Bourget
- Les espaces naturels protégés du Bourget-du-Lac
- La ville de Chambéry et ses ruelles

À PROXIMITÉ

- L'Abbaye de Hautecombe

JOUR 2  CHAMBÉRY
LE TOUVET



Après votre arrêt à Chambéry, vous retrouverez la voie verte au sud de la ville, en direction de Myans. De là, de petites routes agréables vous conduiront au charmant lac de Saint-André, puis à Chapareillan, niché parmi les vignobles de Cœur de Savoie.

Ensuite, vous passerez devant le fort Barraux, édifié au XVI^{ème} siècle et remanié au XVII^{ème} par Vauban. En continuant, vous rejoindrez les rives de l'Isère près de Pontcharra, ville natale du célèbre chevalier Bayard. Vous entrerez alors dans la vallée de l'Isère, dominée par d'un côté par les falaises de la Chartreuse et de l'autre par les hautes cimes de Belledonne qui vous accompagneront tout au long de cette partie du parcours. Un peu plus loin vous arriverez au village du Touvet, où se trouve un château avec de magnifiques jardins et un surprenant escalier d'eau.

 **Durée**
2h40

 **Distance**
31.8 km

 **Dénivelé**
+ 200 m



- Le Touvet**
- Gîte l'Escapade
06 30 10 34 90
 - Chambre d'hôtes L'Abelli d'Estelle (3 pers)
04 76 97 26 74
- La Terrasse**
- Camping du Lac de la Terrasse
04 76 08 28 68
(6,3 km après l'étape)
- Sainte-Marie-d'Alloix**
- Chambre d'hôtes La Maison d'Euterpe (6 pers)
06 60 53 90 56
(3 km avant l'étape)



- Les vues sur les massifs montagneux
- Les vignobles de Savoie
- Ferme pédagogique Aux fruits de la treille - Myans
- Lac de Saint-André
- Caveau du Lac Saint-André, musée du Vigneron
- Fort Barraux
- Espace Naturel Sensible de la Rolande
- Les jardins et le château du Touvet

À PROXIMITÉ

- Porte-de-Savoie : Caveau de dégustation Domaine des Anges
- Pontcharra : Plan d'eau des Lônes

JOUR 3  LE TOUVET
GRENOBLE



En reprenant une route partagée, vous resterez sur la rive droite de l'Isère. À proximité de Crolles, vous traverserez les prairies humides de l'Espace Naturel Sensible du Marais de Montfort, où les libellules, les papillons rares et les orchidées cohabitent. La suite du parcours se déroulera dans des paysages verdoyants offrant une vue imprenable sur les massifs de Belledonne, de la Chartreuse et du Vercors.

Vous entrerez dans Grenoble par le campus universitaire. Située au carrefour de trois vallées, la ville est surplombée par le site fortifié de la Bastille, auquel vous pourrez accéder en téléphérique. De nombreuses pistes cyclables sillonnent la ville pour le plus grand bonheur des habitants et visiteurs. Innovante et en constante mutation depuis les JO de 1968, Grenoble mérite que l'on s'y attarde. Une dizaine de musées sont accessibles gratuitement, sur différentes thématiques. Le musée dauphinois ainsi que le musée de Grenoble sont des sites à découvrir en famille.

 **Durée**
2h52

 **Distance**
36.3 km

 **Dénivelé**
+ 60 m



- Grenoble**
- Le Hüb by Privileges
06 07 41 58 90
 - KOSY Appart'hôtels - Les Cèdres
04 76 28 10 00
 - Mercure Grenoble Centre Président
04 76 56 26 56
 - OKKO Hôtels Grenoble Jardin Hoche
04 85 19 00 10



- Les Bases de loisirs de La Terrasse et du Bois Français
- La Terrasse : Artisanat - Atelier Pachamama Terres, poterie
- Marais de Montfort
- Espace Naturel Sensible de la Boucle de la Taillat
- Grenoble et ses nombreuses activités : Le Téléphérique Grenoble-Bastille et son fort, le musée de Grenoble, Dauphinois, Archéologique Saint-Laurent, de l'Ancien Évêché, La Casemate... le quartier Saint-Laurent, les œuvres de street art, le parc Paul Mistral...

JOUR 4  GRENOBLE
POLIÉNAS



© bernagreau



Après avoir quitté Grenoble, vous emprunterez une voie verte paisible et ombragée située entre la Chartreuse et le Vercors. Cette voie vous mènera à proximité du pont-barrage de Saint-Egrève, dernier aménagement hydraulique construit sur l'Isère. Le parcours continuera vers la digue du Drac au niveau du pont du Vercors de Veurey-Voroize. Vous poursuivrez votre balade en pédalant le long de la rive droite de l'Isère et vous obtiendrez une vue saisissante sur la puissante rivière et les falaises de roches blanches. Vous suivrez les digues boisées de l'Isère et découvrirez les îles de la rivière où se reposent des mouettes, goélands et grands cormorans. Il est conseillé de faire une pause à l'espace vélo aménagé pour prendre le temps d'observer la biodiversité et pour recharger vos batteries.

Vous passerez près de Saint-Quentin-sur-Isère, où vous pourrez apercevoir au loin les derniers sommets du sud du Jura, avant d'arriver à votre étape : Poliénas.



Durée

2h26



Distance

31,5 km



Dénivelé

+ 50 m



Poliénas

- Gîte La Noyeraie (6 pers)
04 76 40 79 40

Sur le parcours

- Gîte La Draie
Vinay
06 84 68 19 69
(12 km de Poliénas)
- Chambre d'hôtes La Cendrière (8 pers)
Beaulieu
06 48 51 59 81
(12 km de Poliénas)
- Chambre d'hôtes Au Vieux Four (6 pers)
La Rivière
06 18 40 45 53
(13 km de Poliénas / 5,5 km de La Belle Via)



- Saint-Martin-le-Vinoux : La Casamaures
- Les étangs
- Les noyeraies
- Les vues sur l'Isère et le massif du Vercors

JOUR 5  POLIÉNAS
LA SÔNE



© Chavrier



Vous atteindrez Saint-Gervais, où la voie verte prend fin au niveau du pont. Vous pourrez faire une pause à son port, situé de l'autre côté de la rivière. Ensuite, vous continuerez sur une route partagée pour entrer véritablement dans la région de la noix de Grenoble. La ville de Vinay, situé au cœur de la plus grande noyeraie d'Europe, abrite Le Grand Séchoir, un musée dédié à ce célèbre fruit à coque. Votre prochaine étape vous conduira à Saint-Marcellin, qui a donné son nom au fromage emblématique du Dauphiné. Après le village, vous traverserez l'Isère pour rejoindre Beauvoir-en-Royans et visiter le village reposant Couvent des Carmes. Une fois de plus, vous traverserez la rivière pour arriver à La Sône. Ce village est réputé pour son étonnant et remarquable Jardin des Fontaines Pétrifiantes.



Durée

2h50



Distance

33,4 km



Dénivelé

+ 240 m



La Sône

- Gîte La Glycine
06 09 45 24 71
- Chambre d'hôtes Veyret (2 pers)
06 09 45 24 71
- Gîte Au bonheur de Tao (8 pers)
06 64 96 30 85

Sur le parcours

- Camping Flower du Lac de Marandan
04 76 64 41 77
(2 km avant La Sône)
- Gîte d'étape Delphinal (14 pers)
Beauvoir-en-Royans
06 14 90 58 61
(7 km avant La Sône)



- Vinay : noyers et artisanat local, Le Grand Séchoir
- Village médiéval et Couvent des Carmes de Beauvoir-en-Royans
- La Sône : Jardin des fontaines pétrifiantes, église Saint-Pierre, Tour Médiévale, statue de la Vierge Noire
- Saint-Hilaire-du-Rosier : Moulin La Belle huile

JOUR 6  LA SÔNE
ROMANS-SUR-ISÈRE



© mid_2009



Durée

2h25



Distance

28.5 km



Dénivelé

+ 160 m



Vous continuerez votre parcours en roulant entre les noyeraies, les vergers et les barrages jusqu'à Saint-Hilaire du Rosier. Juste avant d'atteindre Saint-Nazaire-en-Royans, vous traverserez la rivière, marquant ainsi votre entrée dans le département de la Drôme.

De Saint-Nazaire-en-Royans jusqu'à Eyremeu, la véloroute longera le canal de la Bourne. Après avoir passé le barrage de Pizançon, vous arriverez à Romans-sur-Isère, la capitale de la chaussure de luxe. La ville abrite un musée qui retrace l'histoire de cette industrie. Si vous préférez l'architecture, Romans-sur-Isère offre également un riche patrimoine où l'art roman se mêle à l'art gothique et à l'époque industrielle. La collégiale Saint-Barnard et la Tour Jacquemart sont notamment des témoins précieux de son passé de cité médiévale.



 Romans-sur-Isère

- Hôtel Magdeleine
04 75 02 33 53
- Hôtel de la Gare
09 51 62 38 62
- Hôtel-Restaurant Le Clos des Tanneurs
04 75 05 10 20
- Hôtel L'Orée du Parc
04 75 70 26 12



- Base nautique du Martinet
- Romans-sur-Isère, ancienne cité médiévale et ses monuments (collégiale, tour...)
- Musée de la chaussure de Romans
- Musée de la Pogne Pascalis de Bourg-de-Péage

À PROXIMITÉ

- Grotte de Thais

JOUR 7  ROMANS-SUR-ISÈRE
VALENCE



© istockphoto.com



Durée

2h35



Distance

30.4 km



Dénivelé

+ 140 m



Après avoir traversé la rivière, vous arriverez à Bourg-de-Péage sur l'autre rive, puis vous traverserez le barrage de la Vannelle. En suivant la route menant à Châteauneuf-sur-Isère, vous pourrez apercevoir d'anciennes carrières de molasse ainsi que des grottes troglodytes creusées dans les falaises. Les derniers coups de pédale le long de la rivière vous conduiront à Pont d'Isère, à la confluence de l'Isère et du Rhône. L'arrivée à Valence, avec ses marchés colorés, ses jardins, la vitalité de ses quartiers et ses rues piétonnes accueillantes, donne à cette fin de parcours un parfum de Provence. Vous pourrez vous balader dans son centre-ville historique pour découvrir la cathédrale Saint-Apollinaire, la Maison des Têtes et les ruelles pittoresques bordées de maisons à colombages.



 Valence

- Hôtel de France
04 75 43 00 87
- Atrium Hôtel
04 75 55 53 62
- Hôtel-Restaurant Les Négociants
04 75 44 01 86
- Vélo Gîte Valence (11 pers)
04 75 80 53 43
(à 3 km par la ViaRhôna)
- Hôtel-Restaurant Novotel Valence Sud
04 75 82 09 09
(à 3 km par la ViaRhôna)



- Barrage et passerelles
- Site troglodyte
- Plan d'eau les Lilas
- Lac d'Aiguille
- Centre-ville de Valence : Parc Jouvet, centre aquatique, parc de Châteaupert, maison de la nature et de l'environnement, ...

ACCESSIBILITÉ



En train

Arrivée gare d'Aix-les-Bains (Chambéry possible pour parcours raccourci)
Reprenre le train à la gare de Valence (ou Romans-sur-Isère en version 5 jours)



En voiture

Arriver à Chambéry : parking gratuit La Poterie + Bus ligne D si besoin
Retour : prendre le train à Romans-sur-Isère pour retourner à Chambéry

Découvrez où se trouvent les gares et les loueurs de vélos :



En flashant ce QR Code :

Ou en cliquant sur ce lien : [Intermodalité – Google My Maps](#)



Où louer un vélo ?

- **Natura vélo**
Location de vélos classiques, VAE, VTTAE à Grenoble au 09 52 82 98 53
- **Carbone Zéro**
Valence : 04 75 56 99 06
- **Station Bee's**
Tournon-sur-Rhône : 07 85 85 65 83

Où faire réparer son vélo ?

- **Natura vélo**
Grenoble : 09 52 82 98 53
- **Vélogik Saint-Bruno**
Grenoble : 04 58 17 17 89
- **Carbone Zéro**
Valence : 04 75 56 99 06
- **Station Bee's**
Tournon-sur-Rhône : 07 85 85 65 83



Etape 1 : Chambéry

- **L'Atelier** : 04 79 70 62 39
- **L'Actuel** : 04 79 44 32 75
- **Le Savoyard** : 04 79 33 36 55

Etape 2 : Le Touvet

- **Le Touvet**
Restaurant Brasserie O54 : 04 76 08 56 98
Meg's Diner : 04 76 04 82 32
- **La Terrasse**
Brasserie Le Bon Plan : 04 76 99 74 18

Etape 3 : Grenoble

- **Grenoble**
L'Impertinence : 04 28 70 58 05
- **Gières**
Le Château des Arènes : 04 76 24 22 86
- **Fontanil-Cornillon**
L'Arbre Bleu : 04 76 75 27 38
- **Etape 4 : Polliénas**
 - **Tullins**
Restaurant Le Vert : 04 56 25 49 80
 - **Rovon**
Chez Fabienne : 06 62 34 15 00
 - **Vinay**
Auberge La Noyeraie : 04 76 36 70 29
Sandwicherie de la Gare : 04 57 33 11 38
L'Atalante : 04 76 36 61 21

Etape 5 : La Sône

- **La Sône**
Restaurant La Sônoise : 04 76 36 88 42
Restaurant Maison Gaia : 06 09 30 17 64

Etape 6 : Romans-sur-Isère

- **Romans-sur-Isère**
Restaurant Mandrin : 04 75 02 93 55
Le Comptoir des Lodges : 04 75 45 40 92
Au Petit Maxime : 04 75 02 58 26
- **Bourg-de-Péage**
Pizzeria du Midi : 04 75 02 74 13
Pizzeria La Comedia : 04 75 02 85 25
Nell'Burger : 06 52 42 38 56

Etape 7 : Valence

- **Hôtel-Restaurant Les Négociants** : 04 75 44 01 86

Retrouvez l'intégralité de l'offre en hébergement

En cliquant sur ce lien : [Hébergements | Google My Maps](#)

Ou en flashant ce QR Code :



SÉJOUR 1 | Un séjour possible sur 4 jours

- Durée**
4 jours
- Distance**
157 km
- Dénivelé**
+ 730 m / - 830 m
- Cible**
Familles, débutants

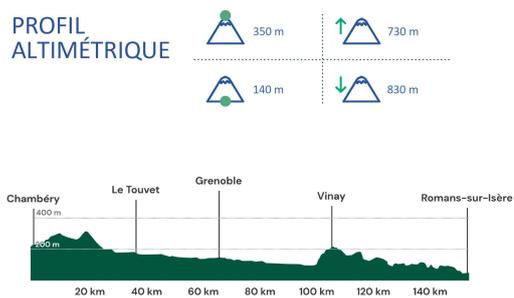


Vous disposez de moins de temps pour découvrir l'Isère ?
 Faites votre parcours en 4 jours !
 En ajoutant progressivement quelques kilomètres à vos journées et en raccourcissant le parcours, La Belle Via reste à la portée de tous.

- Jour 1 : Chambéry – Le Touvet**
2h40
31 km
- Jour 2 : Le Touvet – Grenoble**
2h50
36,2 km
- Jour 3 : Grenoble – Vinay**
3h20
40,8 km
- Jour 4 : Vinay – Romans-sur-Isère**
4h10
49,7 km

SÉJOUR 1 | Un séjour possible sur 4 jours

PROFIL ALTIMÉTRIQUE



Etape 1 : Le Touvet

- Gîte l'Escapade
Le Touvet
06 30 10 34 90
- Chambre d'hôtes L'Abelli d'Estelle (3 pers)
Le Touvet
04 76 97 26 74
- Camping du Lac de la Terrasse
La Terrasse
04 76 08 28 68
(6,3 km après l'étape)
- Chambre d'hôtes La Maison d'Euterpe (6 pers)
Sainte-Marie-d'Alloix
06 60 53 90 56
(3 km avant l'étape)

Etape 2 : Grenoble

- Le Hub by Priviledges
06 07 41 58 90
- KOSY Appart'hôtels – Les Cèdres
04 76 28 10 00
- Mercure Grenoble Centre Président
04 76 56 26 56
- OKKO Hôtels Grenoble Jardin Hoche
04 85 19 00 10

Etape 3 : Vinay

- Gîte La Draie (4 pers)
Vinay
06 84 68 19 69
- Chambre d'hôtes La Cendrière (8 pers)
Beaulieu
06 48 51 59 81
- Gîte de La Gare (9 pers)
Vinay
04 57 33 11 38
- Auberge La Noyerale
Vinay
04 76 36 70 29

ANNEXE

NIVEAUX

Données journalières

	VÉLO CLASSIQUE	VAE
1	20-40 km 250 m dénivelé+ maximum	30-50 km 500 m dénivelé+ maximum
2	30-50 km 500 m dénivelé+ maximum	50-70 km 1 500 m dénivelé+ maximum
3	50-70 km 1 500 m dénivelé+ maximum	60-80 km 2 000 m dénivelé+ maximum
4	60-80 km 2 000 m dénivelé+ maximum	80 km et + 2 000 m dénivelé+ maximum

TEMPS

- SÉJOUR 1 : calculé pour un niveau débutant
- SÉJOUR 2 : calculé pour un niveau intermédiaire
- SÉJOUR 3 : calculé pour un niveau intermédiaire
- SÉJOUR 4 : calculé pour un niveau sportif

OFFICES DE TOURISME

Bureau d'Information Touristique de Pontcharra : 04 76 97 68 08
Office de Tourisme Grenoble Alpes : 04 76 42 41 41
Office de Tourisme du Pays Voironnais : 04 76 93 17 60
Office de Tourisme Saint-Marcellin Vercors Isère : 04 76 38 53 85

BORNES DE RECHARGE VÉLO

Flashez ce QR Code :



Ou cliquez sur ce lien : [Points de recharge VAE
Isère Tourisme \(isere-tourisme.com\)](https://www.isere-tourisme.com)

LA —
BELLE
— VIA

ANNECY - CHAMBEVY - GRENOBLE - ROMANS



Scannez le QR CODE et répondez à l'enquête pour nous aider à mieux connaître les attentes et habitudes des habitants

ANNEXE D : Questionnaire de l'enquête en face à face auprès des visiteurs

N° du questionnaire : Site : Date : Heure :
 Conditions météo : Soleil Couvert Pluie Vent Autre (à préciser :

VOTRE PROFIL

Vous êtes venu sur le site : Seul En couple En famille Entre amis Autre _____

Quel est le profil des visiteurs qui composent votre groupe (vous inclus) :

COMPOSITION	SEXE	AGE	CSP*	Code Postal ou Pays	Profil	Primo/Déjà venu	*Aide au remplissage N° CSP Insee 2020
Répondant					<input type="checkbox"/> Habitant <input type="checkbox"/> Touriste <input type="checkbox"/> Excursionniste	<input type="checkbox"/> Primo-visiteur <input type="checkbox"/> Déjà venu	1. Agriculteurs
Accompagnant n°1					<input type="checkbox"/> Habitant <input type="checkbox"/> Touriste <input type="checkbox"/> Excursionniste	<input type="checkbox"/> Primo-visiteur <input type="checkbox"/> Déjà venu	2. Artisans, chefs entreprise
Accompagnant n°2					<input type="checkbox"/> Habitant <input type="checkbox"/> Touriste <input type="checkbox"/> Excursionniste	<input type="checkbox"/> Primo-visiteur <input type="checkbox"/> Déjà venu	3. Cadres
Accompagnant n°3					<input type="checkbox"/> Habitant <input type="checkbox"/> Touriste <input type="checkbox"/> Excursionniste	<input type="checkbox"/> Primo-visiteur <input type="checkbox"/> Déjà venu	4. Professions interm.
Accompagnant n°4					<input type="checkbox"/> Habitant <input type="checkbox"/> Touriste <input type="checkbox"/> Excursionniste	<input type="checkbox"/> Primo-visiteur <input type="checkbox"/> Déjà venu	5. Employés
Accompagnant n°5					<input type="checkbox"/> Habitant <input type="checkbox"/> Touriste <input type="checkbox"/> Excursionniste	<input type="checkbox"/> Primo-visiteur <input type="checkbox"/> Déjà venu	6. Ouvriers
Accompagnant n°6					<input type="checkbox"/> Habitant <input type="checkbox"/> Touriste <input type="checkbox"/> Excursionniste	<input type="checkbox"/> Primo-visiteur <input type="checkbox"/> Déjà venu	7. Retraités
Accompagnant n°7					<input type="checkbox"/> Habitant <input type="checkbox"/> Touriste <input type="checkbox"/> Excursionniste	<input type="checkbox"/> Primo-visiteur <input type="checkbox"/> Déjà venu	8. Sans activité
Accompagnant n°8					<input type="checkbox"/> Habitant <input type="checkbox"/> Touriste <input type="checkbox"/> Excursionniste	<input type="checkbox"/> Primo-visiteur <input type="checkbox"/> Déjà venu	9. En scolarité

Avec ____ (nb) chiens

[Si profil = touriste] CARACTERISTIQUES DU SEJOUR TOURISTIQUE

Quel type de séjour réalisez-vous ? Un séjour fixe Un séjour en itinérance

Quelle est la durée totale de votre séjour ? [_____] nuits

Si Séjour = FIXE

Type hébergement : Hôtel Camping Gite (dont AirBnB) Ch. hôtes Amis ou Famille Rés. secondaire Village Vacances

Auberge des Seguins Autre : _____

Commune hébergement : _____ (ou nom de l'hébergement : _____)

Nombre de visites passées ou prévues sur le vallon de l'Aiguebrun au cours du séjour : [_____]

Si Séjour = ITINERANT

Type itinérance : A pied A vélo Camping-car Van Voiture Moto Autre _____

Type hébergement : Hôtel Camping Gite Ch. hôtes Amis ou Famille Auberge des Seguins Véhicule aménagé Autre : _____

Commune hébergement hier : _____ Commune hébergement ce soir : _____

Est-ce que votre passage sur le territoire a été motivé par la visite du Vallon de l'Aiguebrun ? Oui Non Pas uniquement

Comment avez-vous connu ce vallon ? Bouche à oreille, conseils d'amis/famille Internet, réseaux sociaux Presse, brochures touristiques
 Guides touristiques Office de Tourisme Prestataire touristique Film Autre : _____

[Si déjà venu] FREQUENCE DE VISITE

Combien de fois êtes-vous venus dans le Vallon de l'Aiguebrun au cours des 12 derniers mois ? Nb = ____ par semaine par mois

Sur quels mois êtes-vous venus ? (Indiquer le nombre de fois dans les cases, cocher si on ne sait pas le nombre)

Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre

[OU] Combien de fois par an ? Nb = ____ [OU] Combien de fois dans votre vie ? Nb = ____

CARACTERISTIQUES DE VOTRE VISITE

[Hors randonneurs seulement de passage]

A quelle heure êtes-vous arrivé sur le vallon ? [_____]

Combien de temps allez-vous/avez-vous passé sur le vallon ? [_____] heures

Par quel moyen de transport êtes-vous arrivé ? En voiture A pied A vélo En moto En Camping-car ou VA

[Si voiture] Nb de personnes par voiture : _____ Lieu de parking actuel : P1 P2 P3 P4 Parking de l'auberge Parking de Buoux

Autre _____ Vous êtes-vous garés facilement ? Oui Non

Quelle route d'accès/sortie empruntez-vous ? (cf carte fiche d'aide au remplissage) :

Accès par le nord en passant par Buoux Accès depuis Apt sans passer par Buoux Accès par le sud depuis Lourmarin

Table des matières

INTRODUCTION.....	7
PARTIE 1.....	9
Fréquentation touristique :.....	9
enjeux et modes de gestion.....	9
Introduction Partie 1.....	10
Chapitre 1.....	11
Evolution de la fréquentation touristique.....	11
1. Evolution du tourisme sur le territoire français.....	11
1.1. Les débuts du tourisme.....	11
1.2. Démocratisation du tourisme et tourisme de masse.....	12
1.3. L'émergence de nouvelles pratiques.....	15
1.4. Des crises impactant la pratique touristique.....	16
2. La « surfréquentation » touristique.....	17
2.1. Une réticence de la part des habitants.....	17
2.2. Un tourisme consommateur d'espaces.....	18
2.3. Un phénomène au cœur des débats.....	19
3. Enjeux du tourisme dans les espaces naturels.....	20
3.1. Le tourisme et ses conséquences sur un territoire.....	20
3.2. Des espaces naturels sensibles et fragiles.....	22
3.3. L'importance de l'ouverture au public de ces espaces.....	24
Chapitre 2.....	26
Un objectif de tourisme Facteur de développement.....	26
1. Le développement territorial	26
1.1. Qu'est-ce que le développement ?	26
1.2. Le développement durable, un concept ambiguë.....	27
1.3. Le tourisme pour stimuler le développement local.....	29
2. Le tourisme facteur de développement.....	31
2.1. Le tourisme durable, un vaste concept.....	31
2.2. Le développement raisonné du tourisme selon Georges Cazes.....	32
2.3. Le cas des Grands Sites de France : entre protection et valorisation.....	34
Chapitre 3 :.....	37
Modes de gestion de la fréquentation.....	37
1. Le tourisme et son système d'acteurs complexe.....	37
1.1. De nombreux acteurs concernés.....	37
1.2. Le fonctionnement d'un lieu touristique influencé par des intérêts divergents.....	39
1.3. L'importance de la gouvernance locale, des objectifs prioritaires et des liens établis avec les habitants.....	41
2. Le difficile calcul de la capacité de charge.....	42
2.1. La capacité de charge : un seuil à ne pas dépasser.....	42
2.2. De nombreux critères objectifs et subjectifs à prendre en compte.....	43
3. Les dispositifs de gestion des flux résultant d'une négociation entre acteurs locaux...46	46

3.1. Des mesures pour réguler les flux.....	46
3.2. Des mesures pour agir sur l'impact de la fréquentation.....	49
3.3. L'expérience des Grands Sites de France en la matière.....	51
Conclusion Partie 1.....	54
PARTIE 2.....	56
Étude de fréquentation par un bureau d'étude.....	56
.....	56
Le cas du vallon de l'Aiguebrun.....	56
Introduction Partie 2.....	57
Chapitre 1.....	58
.....	58
bureau d'étude et missions.....	58
1. TRACES Tpi : entre tourisme, loisirs et patrimoine.....	58
2. Des études de fréquentation aux éco-mobilités : diverses missions confiées.....	61
Chapitre 2.....	67
L'Étude de fréquentation du Vallon de l'Aiguebrun.....	67
.....	67
1. Contextualisation : le territoire et ses enjeux.....	67
1.1. Une fréquentation croissante au sein du Parc Naturel Régional du Luberon.....	67
1.2. Le vallon de l'Aiguebrun : un Espace Naturel Sensible faisant l'objet d'usages diverses et variés.....	69
1.3. Objectif de l'étude de fréquentation.....	72
2. Méthodologie employée par TRACES TPI.....	73
2.1. Une enquête qualitative auprès des visiteurs, habitants et socioprofessionnels.....	74
2.2. Une enquête quantitative.....	75
Conclusion partie 2.....	77
PARTIE 3.....	78
Résultats de l'étude.....	78
et Propositions personnelles.....	78
Introduction partie 3.....	79
Chapitre 1.....	80
analyse intermédiaire.....	80
.....	80
étude de fréquentation du vallon de l'aiguebrun.....	80
1. Traitement des données de l'enquête auprès des visiteurs.....	80
1.1. Méthodologie du traitement de données et profil des répondants.....	80
1.2. Caractéristiques de séjour et de visite du vallon de l'Aiguebrun.....	83
1.3. Opinion des visiteurs sur les dispositifs de gestion des flux et le projet du château	88
2. Analyse croisée des résultats intermédiaires.....	96
2.1. Résultats de l'enquête en ligne auprès des habitants.....	96
2.2. Résultats de l'enquête en ligne auprès des socioprofessionnels.....	101
2.3. Synthèse des résultats intermédiaires de l'enquête qualitative.....	104
Chapitre 2.....	107

démarche à adopter.....	107
-.....	107
Propositions Personnelles.....	107
1. Démarche à adopter par TRACES TPi pour la continuité de cette étude.....	107
1.1. Une étude environnementale à prendre en considération.....	107
1.2. Utiliser la prospective pour guider les acteurs locaux dans leurs décisions.....	110
1.3. Se saisir des dispositifs de gestion mis en place sur d'autres territoire.....	112
2. Proposition d'une démarche à adopter par TRACES TPi et par le territoire suite à cette étude.....	115
2.1. Pistes de réflexion pour une évolution de la méthodologie des prochaines études de fréquentation.....	115
2.2. Appropriation de l'étude par le Parc Naturel Régional du Luberon et chemin à suivre.....	117
Conclusion partie 3.....	120
CONCLUSION GÉNÉRALE.....	121

FRÉQUENTATION TOURISTIQUE ET ENJEUX DU DÉVELOPPEMENT D'UN TOURISME RAISONNÉ

Le phénomène de « *surfréquentation* » a été le sujet de nombreux débats récemment. Il sous-entend pour beaucoup un « *tourisme de masse* » très critiqué par de nombreux acteurs mais défendu par d'autres qui soutiennent un tourisme qui ne stigmatiserait plus selon les classes sociales. Ce mémoire traite alors des enjeux liés à la rencontre entre le tourisme et les espaces naturels. Le contexte de réchauffement climatique et la fragilité des espaces naturels demandent une attention particulière dans le développement du tourisme sur un territoire, qui se doit d'être raisonné. Les territoires peuvent s'emparer de différents modes de gestion pour gérer cette fréquentation touristique. Il est montré comment un bureau d'étude peut s'emparer du sujet, en illustrant le propos par une étude de fréquentation sur le vallon de l'Aiguebrun au sein du Parc Naturel Régional du Luberon.

MOTS CLÉS : FRÉQUENTATION - ESPACES NATURELS - SURFRÉQUENTATION - TOURISME RAISONNÉ

TOURISTICAL FREQUENTATION AND THE CHALLENGES OF DEVELOPING SUSTAINABLE TOURISM

The phenomenon of "over-visiting" has been the subject of much debate recently. For many, it means "mass tourism", very criticized by many people, but defended by others who support tourism which would no longer stigmatize according to social class. This dissertation looks at the issues involved in bringing tourism and natural areas together. The context of global warming and the fragility of natural areas call for particular attention to be paid to the development of tourism on a territory, which must be sustainable. Territories can take advantage of different management methods to manage this tourist traffic. We show how a consulting firm can tackle this issue, illustrating the point with a study of visitor numbers in the Aiguebrun valley in the Parc Naturel Régional du Luberon.

KEYWORDS : FREQUENTATION- NATURAL AREAS - OVER-VISITING - SUSTAINABLE TOURISM