

Impacts des mesures de gestion de la fréquentation dans les sites naturels exceptionnels

Séminaire PUCA : Les sites exceptionnels : quelle contribution au développement local ?

Paris, 12 juillet 2017

Sylvie Clarimont, professeur, UMR 5319 Passages / Université de Pau et des Pays de l'Adour

Vincent Vlès, professeur, UMR CERTOP 5044/Université de Toulouse

Jérôme Piriou, Maître de conférences, ESC /La Rochelle, UMR 5319 Passages

Éléments de contexte

En Europe, diversification de l'offre touristique portée par la valorisation de la culture et du patrimoine avec deux points forts qui concernent en tout premier lieu des sites naturels remarquables

- **Tourisme de nature** : progression de la demande de 20% / an (contre une moyenne de 2,7 % pour les autres formes de tourisme)
- **Tourisme de proximité** : passage de l'expérience de la **distance** et des **congés**, qui marquaient les « vacances » à la **proximité**, la **quotidienneté**

(Sources : OMT, 2002. *Tourisme : horizon 2020, Prévisions globales et profils de segments de marché*, vol. 7., 145 p et vol 4. Europe, 91 p.)

Présentation des travaux par l'équipe de recherche

- Rappel objectifs de la recherche et déroulement
- Présentation méthode de recherche combinant démarches qualitative et quantitative
- Les notions de sur-fréquentation, de régulation des flux, de capacité de charges, etc. de quoi parle-t-on ?
- Résultats :
 - Une grande variété de modes de régulation des fréquentations
 - Une expérience des visiteurs globalement satisfaisante, mais...
- Conclusion : une recomposition du territoire de gestion des sites naturels en cours



1- OBJECTIFS DE LA RECHERCHE ET DÉROULEMENT

Constat liminaire


- La gestion des sites classés ou inscrits de forte notoriété est confrontée à la difficile articulation entre :
 - protection,
 - préservation de « l'esprit des lieux »
 - et valorisation, élément souvent essentiel à l'économie touristique locale
- Ceci dans un contexte souvent contraint :
 - pressions locales pour urbaniser ou équiper le site
 - contestation de la protection de la part de certains acteurs
 - vulnérabilité des sites face aux risques naturels (érosion marine ; incendies de forêt ; érosion torrentielle ; avalanches ; inondations ; etc.)
 - transformation des modes d'occupation du sol avec déprise agricole et progression spontanée de la végétation



Quelles conséquences des mesures de préservation ?

Dans ce contexte, comment assurer une meilleure articulation entre la gestion des flux et la nécessaire ouverture au public de ces hauts-lieux ?

Où en est-on dans la mise en œuvre d'expériences d'optimisation des flux dans ces sites ?



H1 : La France, et plus largement les pays du Sud de l'Europe, sont encore dans une phase d'expérimentation (causes multiples : réticences des gestionnaires, résistance des usagers, etc.).

Comment les gestionnaires des sites appréhendent-ils l'atteinte ou le dépassement de la « capacité de charge » ?

H2 : Visiteurs et habitants perçoivent les mesures de maîtrise des flux de façon contrastée.

Comment les mesures de gestion des flux sont-elles perçues par les visiteurs et vécues par les habitants de ces hauts-lieux ?

H3 : Les visiteurs semblent *a priori* hostiles à toute mesure de restriction de l'accès à un site naturel exceptionnel qu'ils considèrent comme un objet patrimonial d'accès libre et gratuit.

Objectifs de la recherche

1. Actualiser et voir où en est l'application de la notion de « capacité de charge » dans la gestion des grands sites patrimoniaux
2. Mettre en évidence les modes de gouvernance en œuvre pour articuler protection / développement dans la définition d'un projet global de territoire
3. Contribuer à la connaissance des impacts économiques, sociaux, politiques et environnementaux des méthodes de gestion des flux mises en œuvre
4. Analyser la façon dont les habitants vivent un grand site et les transformations symboliques liées à la labellisation
5. Analyser les perceptions du site naturel exceptionnel par les visiteurs



Confronter les perceptions habitantes à celles des visiteurs.

Contribuer à éclairer les choix publics en matière de gestion des flux de visiteurs

Terrains retenus : 6 + 1

Critères de sélection retenus pour mener une analyse comparée d'espaces touristiques différents :

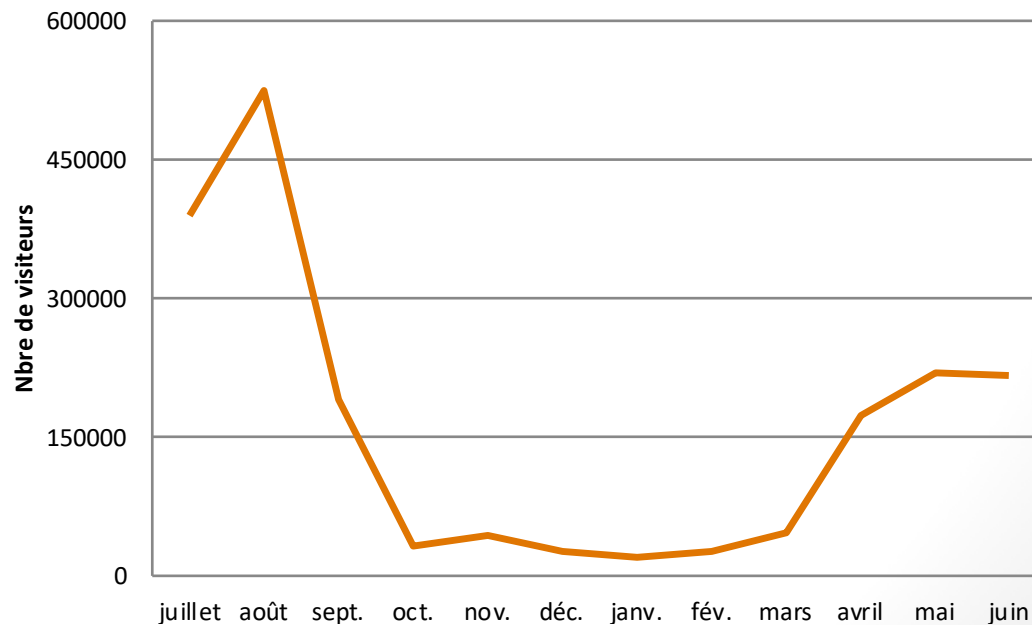
- Variété des situations géographiques (littoral, montagne) et touristiques
- Variété des itinéraires de labellisation GSF :
 - Labellisation ancienne (Pointe du Raz en Cap Sizun et Sainte Victoire, 2004)
 - Labellisation récente (Massif du Canigou, 2012)
 - Labellisation visée au terme d'une OGS (Pilat)
 - Itinéraires de labellisation singuliers : Gavarnie (Patrimoine mondial de l'UNESCO transfrontalier, 1997), Réserve naturelle nationale de Néouvielle)
 - Projets émergents de labellisation des sites classés des Bouillouses-Lannoux-Camporells et de la Réserve naturelle nationale de Néouvielle



Terrains : des traits communs

- Des sites classés au titre de la loi de 1930
- Des sites à forte notoriété caractérisés par :
 - Une fréquentation forte et concentrée spatialement
 - Une fréquentation à la saisonnalité marquée
 - Des mesures de maîtrise des flux présentes, mais à l'ambition variable

Figure 1 : La fréquentation mensuelle de la Dune du Pilat, en 2013-2014



(d'après SMGDP, 2014)

2- UNE DÉMARCHE MÉTHODOLOGIQUE HYBRIDE

Le recours à des méthodes de recherche éprouvées mêlant approches qualitatives et quantitatives

Recension et analyse de la littérature scientifique et technique (410 documents)

Entretiens semi-directifs auprès des gestionnaires des sites (66 entretiens réalisés en 2015 + 20 en 2016)

Enquête ethnologique auprès des habitants d'un grand site (Gavarnie) : 10 entretiens qualitatifs (2015)

Entretiens semi-directifs (2016) auprès de commerçants de la Dune du Pilat, Gavarnie et Pointe du Raz (24 au total)

Photo-questionnaire auprès des visiteurs de trois sites (Pilat, Ste Victoire, Gavarnie) : près de 300 visiteurs interrogés, en 2015 et 2016


Entretiens semi-directifs auprès des parties prenantes

Thèmes abordés	Objectifs
Conditions d'émergence du programme de gestion des flux	Cerner les temporalités du programme de gestion des flux : de l'émergence du problème à son traitement Repérer le ou les moments de rupture Identifier le ou les acteurs décisifs
Contenu du programme de gestion des flux	Cerner la méthode de gestion des flux mise en œuvre Déterminer le mode local de définition des indicateurs et la définition de l'acceptable Identifier le degré de prise en compte de toutes les parties prenantes voire du public dans l'élaboration du plan de gestion
Suivi et exécution du programme de gestion des flux	Identifier les modalités de mise en œuvre et de suivi du plan de gestion
Opinion plus générale et distanciée sur les actions	Déterminer le regard porté <i>a posteriori</i> sur le programme : ses réussites, ses échecs et ses impacts éco, social, politique et env.



66 entretiens effectués en 2015

Enquête ethnologique à Gavarnie

- Objet de l'enquête : appréhender la façon dont les habitants de Gavarnie perçoivent les mesures de protection du site
 - Sujet sensible pour des raisons économiques en premier lieu :
« Écoutez, nous, sans le cirque, on est rien. D'abord, c'est notre gagne-pain, si on peut dire. Alors, on n'est pas assez stupide pour bousiller notre gagne-pain. Et puis, c'est pas que notre gagne-pain. Le cirque, on y est attaché ! On l'aime. »
 - Risque d'une bipolarisation des réponses entre adhésion aux mesures de maîtrise de fréquentation ou rejet de celles-ci
- Emprunt d'une voie détournée pour aborder le sujet : « l'histoire des habitants de Gavarnie »
 - Récit de parcours de vie, dans et hors de Gavarnie
 - Récit du temps qui passe  Récit de soi et du lieu
- Entretiens formels, libres auprès de 10 personnes (hommes et femmes), nés à Gavarnie entre 1920 et 1950
 - Entretiens d'une durée de 3/4 d'heure à 3 heures
 - Entretiens visant à saisir la façon dont ses interlocuteurs se représentent et racontent les années où le tourisme a « explosé » à Gavarnie
- En parallèle, entretiens informels : conversations « ordinaires », au fil des jours

Des entretiens semi-directifs auprès des commerçants

Principaux thèmes abordés	Sous-thèmes	Objectifs
Histoire et caractéristiques de l'activité commerciale	<p>Date d'installation du commerçant sur le site</p> <p>Activité exercée préalablement et lieu d'exercice</p> <p>Raisons de l'installation sur le site</p> <p>Évolution de l'activité commerciale</p> <p>Période d'ouverture annuelle et journalière</p> <p>Activité complémentaire éventuelle</p> <p>Nombre d'employés</p> <p>Surface commerciale</p> <p>Évolution chiffre d'affaire</p> <p>Avantages et inconvénients liés à l'exercice de l'activité commerciale sur le site</p>	<p>Disposer de quelques données précises afin de déterminer le profil du commerçant. Questions destinées également à créer un climat de confiance</p> <p>Retracer l'itinéraire professionnel du commerçant et ses motivations à exercer en un tel lieu</p>
Rapport du commerçant au site naturel	<p>Rapport au site naturel</p> <p>Type et période de pratique du site naturel</p>	Comprendre le sens accordé au fait d'exercer une activité en un tel lieu
Perception de la politique de gestion du site	<p>Connaissance de l'OGS et opinion sur celle-ci</p> <p>Opinion sur le ou les classements du site</p> <p>Améliorations envisageables</p> <p>Opinion sur les mesures de maîtrise de la fréquentation</p>	Évaluer le degré de connaissance de la politique de gestion du site et l'intérêt du commerçant pour celle-ci
Perspectives d'avenir du commerçant	<p>Perception de l'avenir de son activité</p> <p>Disposition à aller exercer ailleurs</p>	Appréhender le niveau d'attachement au lieu

Le photo-questionnaire pour interagir avec les visiteurs



(Gavarnie, juillet 2016)

Objectifs et intérêt de l'enquête visiteurs

- **Objectifs :**

- Prendre en compte les 3 composantes de l'espace touristique :
 - Espace concret de la visite
 - Espace imaginé
 - Espace idéal
- Connaître les perceptions, représentations et pratiques de l'espace naturel afin d'éclairer l'action publique



Cerner les forces et faiblesses des aménagements
Faire émerger le souhaitable ou, au contraire, l'indésirable,
l'inutile ou l'inadapté

- **Intérêt et difficultés** d'une méthode d'enquête par questionnaire :
 - Interroger un nombre important de visiteurs (traitement statistique)
 - Difficultés à rendre compte de la complexité de l'acte perceptif
 - Difficultés à intégrer la dimension spatiale dans le questionnaire / usagers occasionnels de l'espace naturel
- Choix du photo-questionnaire avec plusieurs questions ouvertes :
 - Photo permet d'intégrer la dimension spatiale et paysagère
 - Photo permet de pallier la pauvreté lexicale ou le déficit de connaissance sur l'environnement et/ou le lieu (Le Lay *et al*, 2005)

Enquête par photo-questionnaire auprès des visiteurs

- Vérifier l'intelligibilité des questions
- Proposer aux visiteurs d'intervenir sur les **deux questionnaires** (logique de coproduction)

Février 2015 : 1^{ère} phase-test (Pilat) - **49 visiteurs**

Avril 2015 : 2^{ème} phase-test, photo-questionnaire (Pilat) - **35 visiteurs**

- Évaluer l'intérêt du **photo-questionnaire unique** (primo-visiteurs et « habitués » du site)
- Déterminer le mode d'enquête (auto-administré ou en face à face)

- Trois sites (Pilat, Sainte Victoire, Gavarnie) et trois enquêteurs
- Période de forte affluence
- Contraintes inégales selon les sites

Étés 2015 et 2016 : questionnaire sur 3 sites (259 visiteurs)

Structure photo-questionnaire

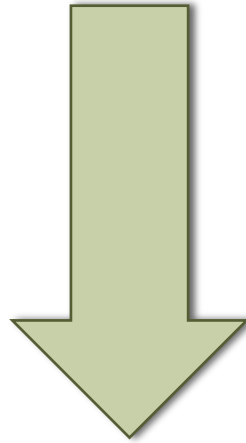
- **Visite et conditions de visite du site**
 - Mode d'accès
 - Lieu de stationnement
 - Nombre et fréquence de visites
 - Motif de la visite
- **Perception du site**
 - Appréhension « Grand site »
 - Propriété du site
 - Aménagement du site
 - Degré de satisfaction / visite site
 - Sensibilité paysagère (photos)
- Point de vue sur la **préservation du site et les mesures de maîtrise de la fréquentation**

Dites ce que vous suggère chacune de ces photos du site du Pilat. Utilisez le cercle blanc pour classer les photos de 1 (celle que vous préférez) à 8 (celle que vous aimez le moins).



3- PRINCIPAUX RÉSULTATS

Le premier objectif du programme de recherche était d'examiner la manière dont des sites naturels remarquables en France ont géré, dans des contextes variés, les flux de visiteurs.



Des territoires de gestion de taille, de cohérence et d'ambition inégales
Des politiques de gestion de la fréquentation variées

Des territoires de gestion d'ampleur et de cohérence inégales

- **Des territoires de gestion de taille inégale**
 - Un territoire excédant le site classé à Ste Victoire
 - Un territoire délibérément restreint à la dune du Pilat (site classé tel que défini en 1943, avant l'extension controversée de 1994)
- **Des territoires constitués en réponse à une menace de destruction du caractère naturel du site sous l'effet :**
 - *D'une trop forte fréquentation aux effets destructeurs (Pointe du Raz)*
 - *D'une urbanisation non maîtrisée (Dune du Pilat) :*

Extension du classement de la dune du Pilat justifiée par l'existence d'une triple menace anthropique : elle « avait pour objectif d'empêcher à la fois l'implantation incontrôlée des accès, campings et aires de stationnement générés par la fréquentation touristique et l'avancée d'une urbanisation menaçant la forêt et l'ensemble d'un site unique en Europe » (SMGDP, 2011 : 24)

- Des **territoires de gestion constitués en réponse à une catastrophe** : Sainte Victoire

- Incendie du 28/08/1989 : destruction de 5500 ha
- Création du Syndicat intercommunal du Massif

- Toutefois, rôle ambivalent du risque naturel : Dune du Pilat

- PLU de La Teste (2011) reconnaît l'existence d'un risque majeur incendie pour les zones urbanisées sous couvert forestier et les aires de camping
- PPRIF prescrit en février 2007 pour La Teste et non approuvé



Massif
dunaire du
Pilat : plage
du Petit Nice



(Clichés S.
Clarimont, mai
2015)

Des obstacles à la constitution de territoires de gestion opérationnels

- **L'émiettement communal et la difficile émergence d'une structure fédératrice, la difficile insertion dans un projet de territoire étendu à l'échelon pluricommunal**
 - Réserve naturelle nationale de Néouvielle : fragilité du portage associatif du projet PER
 - Gavarnie-Mont Perdu : un Patrimoine mondial à la gestion fragmentée
 - Frontière internationale
 - Logique communale
 - Création en déc. 2015 de la commune nouvelle de Gavarnie-Gèdre se substituant à la CC Gèdre-Gavarnie (2000) : une stratégie de résistance communale face au projet de création d'une grande intercommunalité (loi NOTRe) et à la perspective de réduction de la DGF ?
- **Une municipalisation de la gestion des sites souvent néfaste**
- **Une propriété foncière mal maîtrisée**
 - Importance de la propriété indivise en montagne pyrénéenne : poids des commissions syndicales
 - Commission syndicale de la vallée du Barège (1839), regroupant 17 communes du Pays Toy (dont Gavarnie, Gèdre, Barège, Luz-St Sauveur) pour gérer 40 000 ha d'estives et de forêts
 - Importance de la propriété privée
- **Des politiques d'acquisition foncière parfois mal vécues localement (Pilat)**

Une grande variété de modes de régulation de la fréquentation

Agir sur le volume de la fréquentation

STOPPER LA FREQUENTATION

LIMITER LA FREQUENTATION

REGULER LA FREQUENTATION

Agir sur l'impact de la fréquentation

AUGMENTER LA RESISTANCE DU SITE

MODIFIER LA NATURE DE LA FREQUENTATION

- Une connaissance imparfaite des flux de visiteurs
- Des actions de remédiation (aval) plus que de prévention (amont)
- Dans certains cas, fixation empirique de maxima à ne pas dépasser, sorte de capacité de charge qui ne dit pas son nom se traduisant par :
 - La mise en place théorique de quotas de visiteurs (Parc national d'Ordesa)
 - La fermeture de certaines pistes (Canigó) ou de certains sentiers (Gavarnie)
 - Le développement de mesures dissuasives pour décourager le visiteur : non-entretien délibéré de pistes d'accès au massif (Canigó), limitation de la capacité d'accueil des parkings (Sainte Victoire)
 - L'étalement de la fréquentation avec offre «coucher de soleil » (Pilat)

Le second objectif du programme de recherche visait à analyser, en recourant à des enquêtes, la façon dont les habitants d'une part et les visiteurs d'autre part « vivent » un site exceptionnel, quelle expérience ils tirent des transformations symboliques et des pratiques liées à leur labellisation.

Selon, R.B. Alldredge (1972) la perception de la qualité de l'expérience récréative est *inversement corrélée au nombre de personnes présentes sur le site*. Qu'en est-il ?

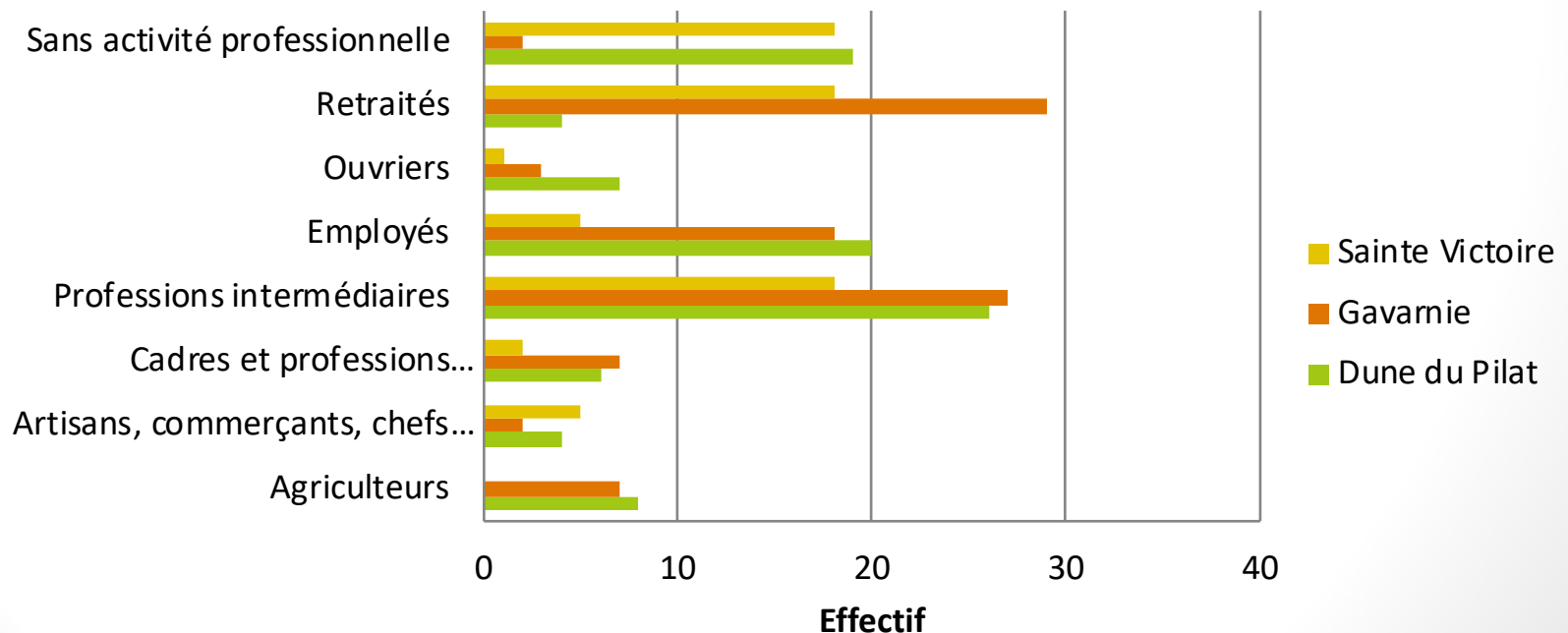


Des visiteurs globalement satisfaits, mais rétifs à la mise en place de mesures de régulation des flux perçues comme contraires à une libre découverte du site

Les visiteurs enquêtés :

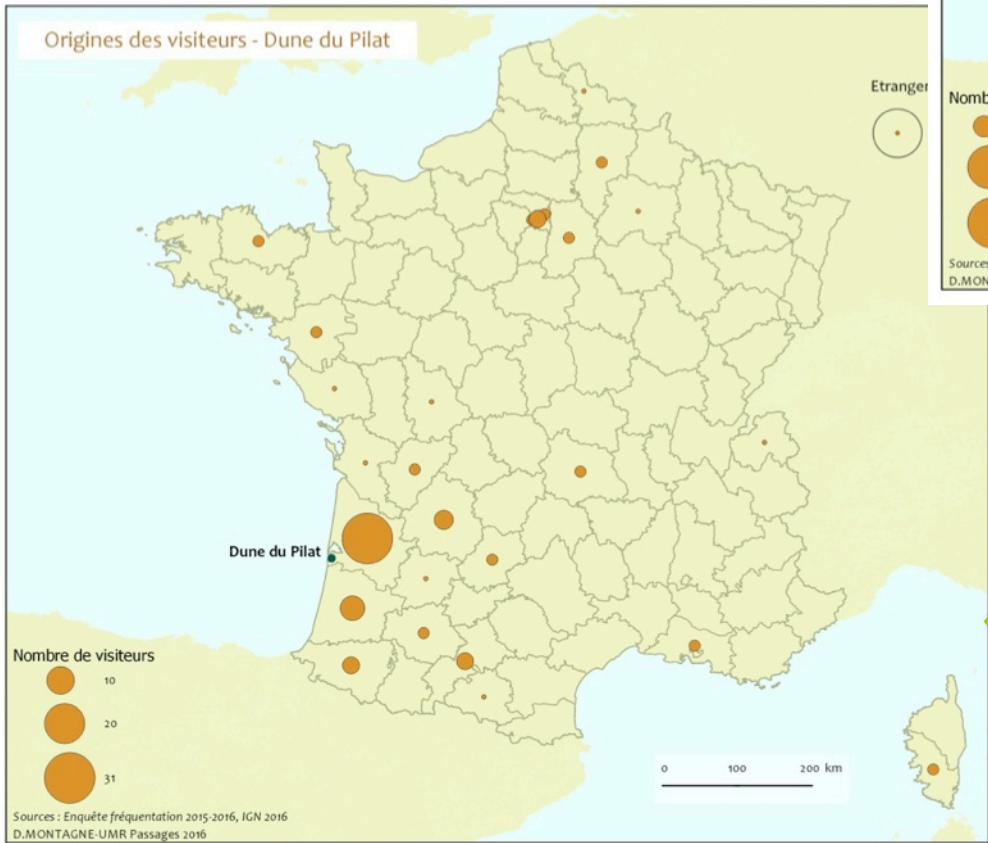
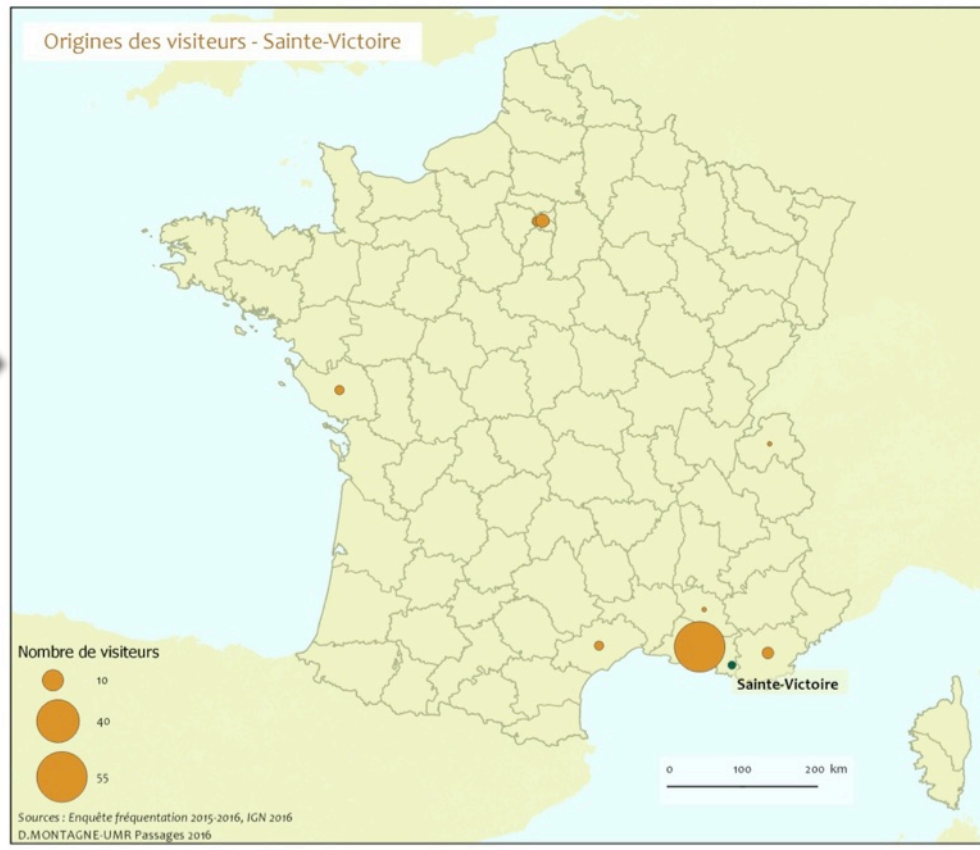
- Des couples, des groupes, rarement des personnes seules (moins de 15 %)
- Des répondants (porte-parole) majoritairement masculins : près de 60 % des répondants
- Des Français principalement : 95 % de l'échantillon
- Des CSP assez diversifiées : des professions intermédiaires (27,7 % de l'effectif), des retraités (à peine moins de 20 %) et des employés (16,8 %)
- Des enseignants bien représentés : 11,3 % de l'effectif, mais minoritaires

Répartition de l'effectif enquêté par CSP



Des visiteurs originaires de départements plus ou moins proches

Le poids de la fréquentation départementale, pour le massif de la Sainte Victoire

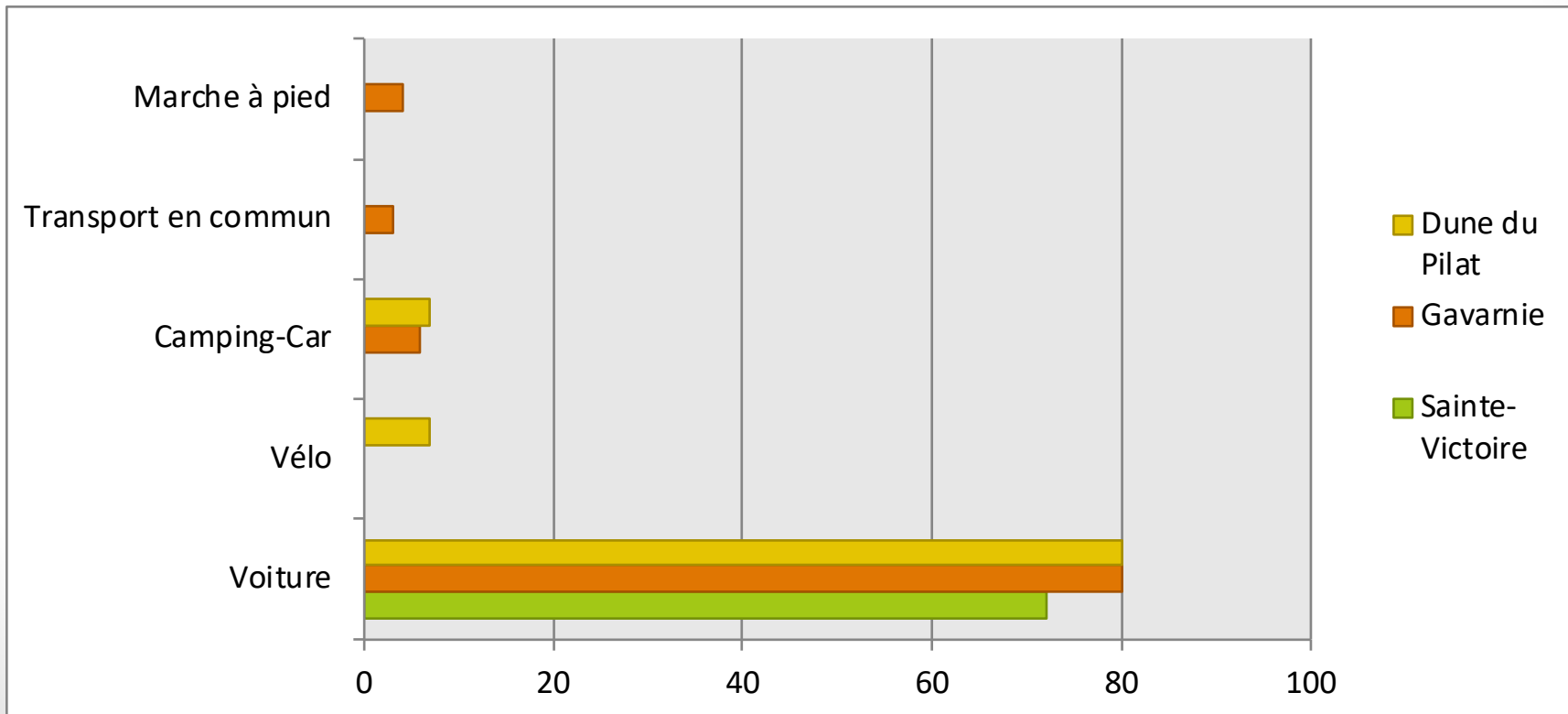


Une fréquentation plus diffuse pour la Dune du Pilat, malgré le poids du Sud-ouest

Des visiteurs venus en voiture

- Des modes d'accès motorisés prépondérants : voiture (90 %) et camping-car (5 %).
- Toutefois, 3 % sont venus en vélo, 1,6 % à pied et 1,2 % en transports en commun

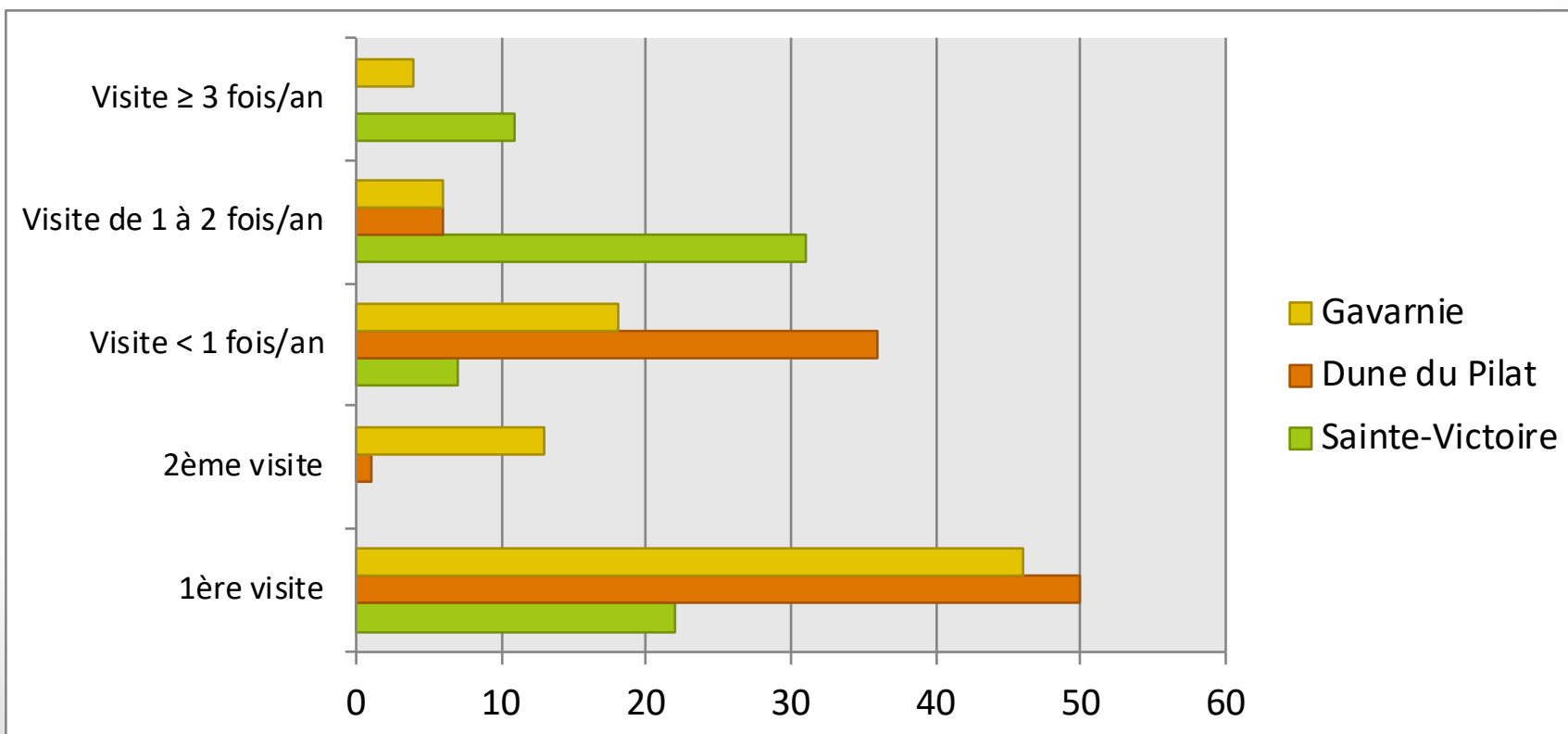
Modes d'accès au site : la prépondérance de l'automobile



Des « habitués » plus présents parmi les visiteurs de la Sainte Victoire

- Une durée approximative de visite de 4 à 5 heures, mais avec des variations suivant les sites.
- Plus de la moitié (55 %) ont déjà visité le site, mais parmi eux les visiteurs réguliers sont rares : pour 10 %, c'est la deuxième visite.

Fréquence de visite : des primo-visiteurs plus nombreux à Gavarnie et Dune du Pilat



Perceptions des visiteurs

LA RECONNAISSANCE DU CARACTÈRE EXCEPTIONNEL DU SITE VISITÉ

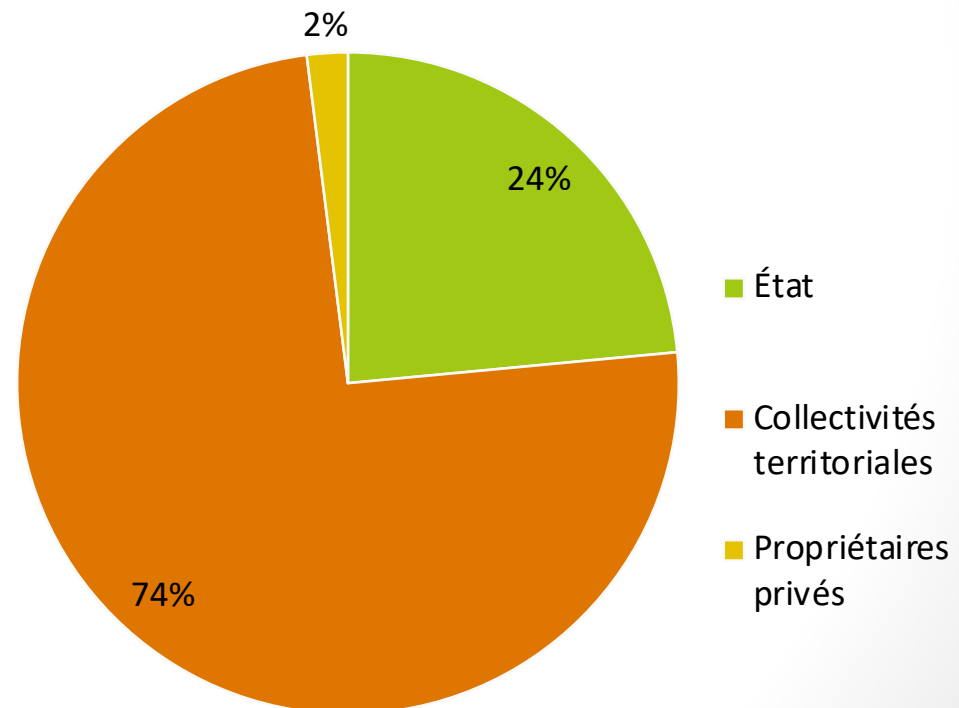
« Qu'est-ce qu'un Grand site, pour vous ? » : « *un site que l'on doit voir et qui est exceptionnel* »

- Un label GSF méconnu, des labels autres peu connus (< 9 % des réponses)
- Des réponses à la question renvoyant :
 - Au caractère **singulier et exceptionnel** des lieux : « *quelque chose de rare dans le monde qu'on ne trouverait pas ailleurs* » (G23), « *quelque chose qui sort de l'ordinaire, différent, unique* » (G50)
 - A la **notoriété** des lieux : , un site qui « *attire beaucoup de monde* » (DP 26), « *quelque chose de très visité et de très connu* » (DP 2), « *un site célèbre et populaire* » (DP 94) « *un site qu'on connaît tous par sa notoriété* » (SV38), « *un site qu'il faut voir et visiter* » (SV20)
 - A l'**immensité** des lieux : « *se sentir dans un lieu qui nous dépasse* » (DP 87), « *la beauté du site, on se sent tout petits par rapport à l'immensité du site* » (Pilat, 14/04/2015)
 - A la **protection** : un site protégé ou à protéger

Le site exceptionnel : un patrimoine commun devant relever d'une propriété publique

- Une nette préférence pour une propriété publique de ces sites, mais aux mains des collectivités territoriales
- Taux de réponse en faveur de l'État :
 - Plus fort à Gavarnie (31,1 %)
 - Plus faible à la Sainte Victoire (16,8 %)
 - En position intermédiaire à la dune du Pilat (21,1 %)

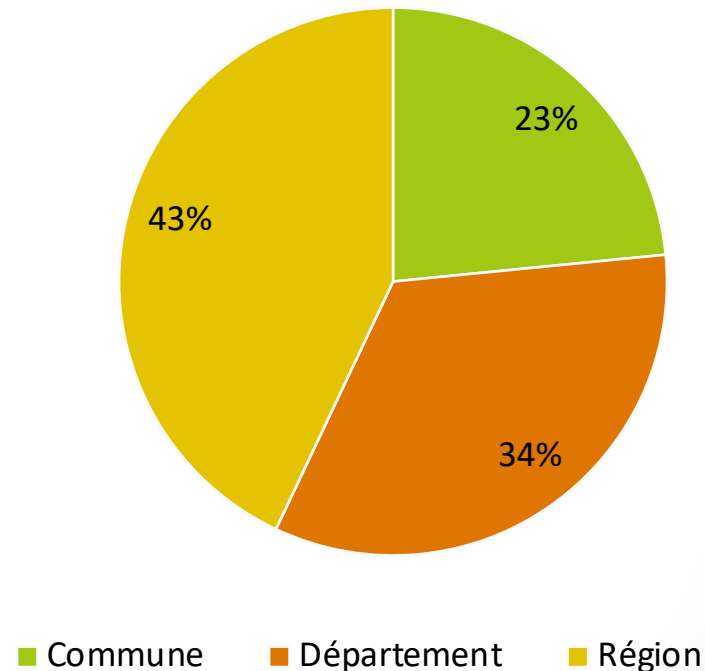
« Selon vous, à qui devrait appartenir le site de... ? »



Une propriété publique pour une gestion patrimoniale et « désintéressée »

- Caractère « désintéressé » de l'acteur public par rapport au propriétaire privé : « *pas à des privés qui en ferait un acte commercial* » (DP6) ; « *Il faut pouvoir protéger au mieux ce site c'est l'Etat à mon avis qui peut le faire le mieux sans considérations économiques* » (DP1)
- Des hésitations sur la bonne distance, entre proximité et éloignement : « *Il ne faut pas le local, car ils vont faire dans leur intérêt* » (DP5) ; « *c'est au niveau local qu'on est le plus à même de voir les dangers qui peuvent détériorer le site, depuis Paris on ne peut rien voir* » (DP 25).

Le choix d'une échelle intermédiaire : la région



Perception des visiteurs

UNE NETTE PRÉFÉRENCE POUR LES PAYSAGES « EMBLÉMATIQUES »

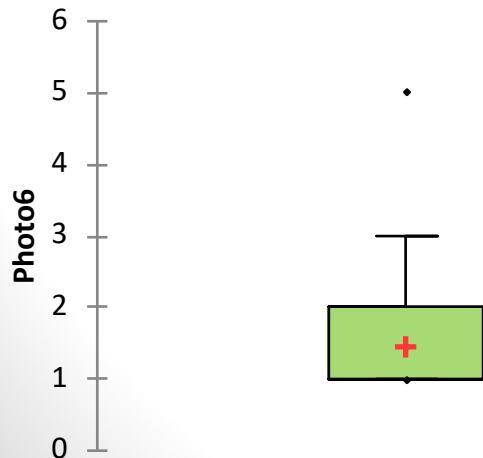
Les vues les plus appréciées : des paysages « pittoresques »



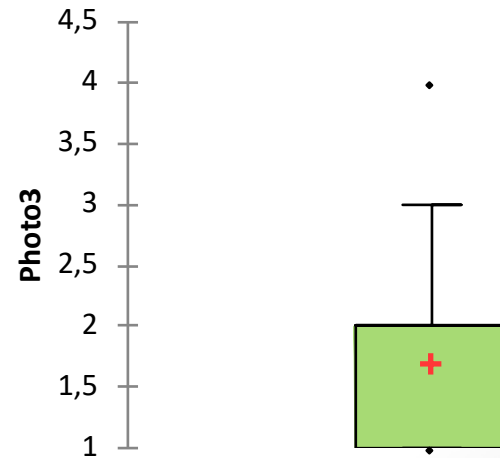
Photo 6 : « C'est vraiment l'image qu'on se fait de la dune »

Photo 3 : « la Sainte Victoire que l'on aime tous »

Box plot (Photo6)



Box plot (Photo3)



Les vues les plus répulsives : des espaces ordinaires



Photo 1 : des appréciations divergentes

« Les commerces et le parking, c'est plus vraiment la dune, mais j'aime bien ce qu'ils en ont fait quand même » ; « le parking est bien aménagé et puis à l'ombre » ; « Le parking est bien organisé, avec une bonne signalétique »

« C'est trop petit comme parking au vu de la fréquentation » ; « Il est payant donc c'est quand même dommage pour accéder à un site naturel qui appartient à tous »



Photo 8 : « un paysage banal et sans émotion »

« C'est pas la Sainte Victoire ça, on aime moins »

: « C'est pas des paysages ça ! »

« C'est dégueulasse, les habitations devraient pas être là »

« C'est un paysage dégradé »



Un paysage de périphérie urbaine méditerranéenne, ordinaire et sans qualités

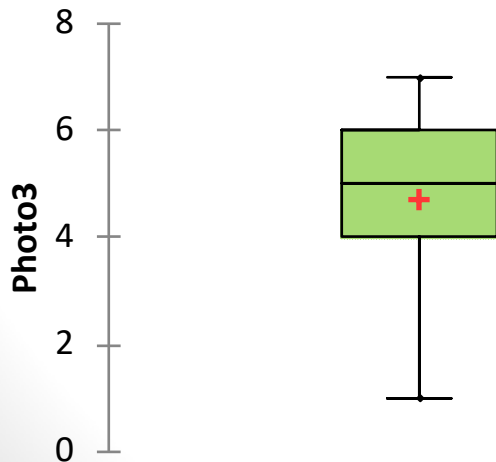
Des vues en position intermédiaire, inégalement appréciées



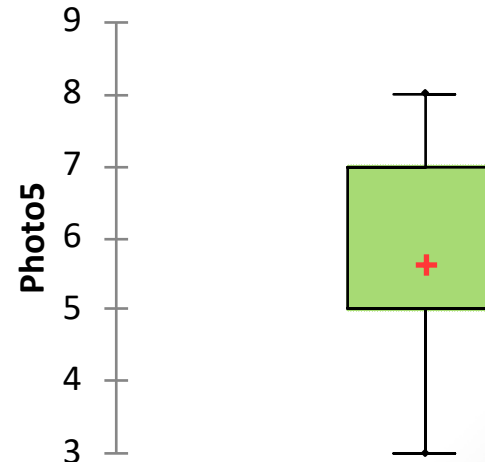
Photo 3 : « C'est l'épreuve du site »

Photo 5 : « un petit point de vue où se poser »

Box plot (Photo3)



Box plot (Photo5)





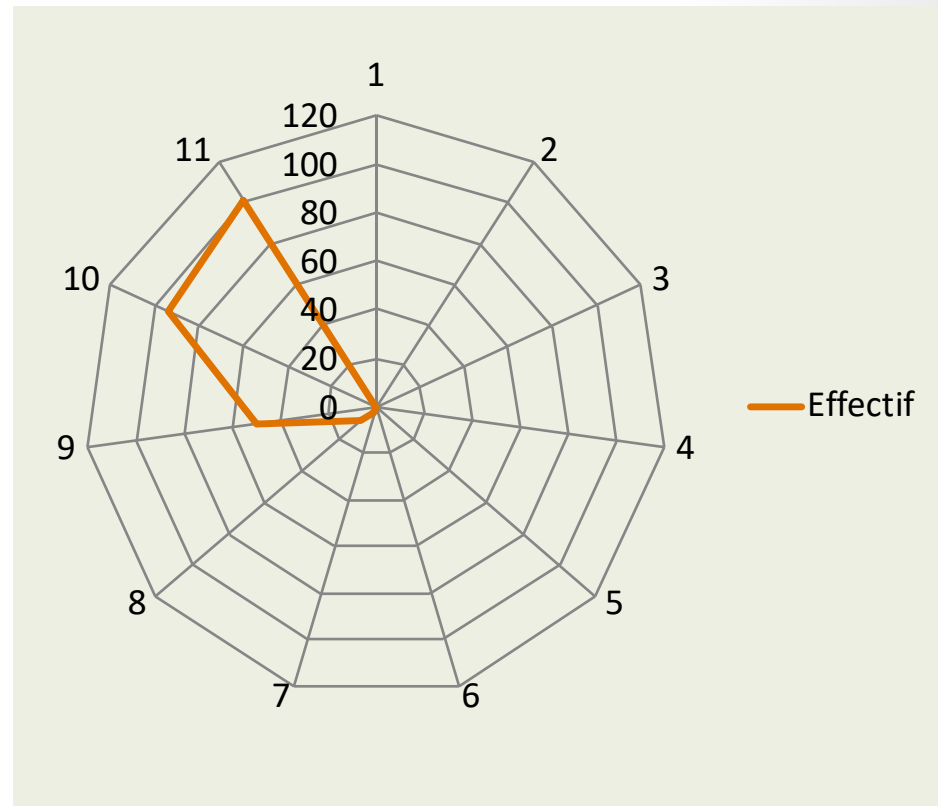
Cliché S. Clarimont, juin 2016

Perception des visiteurs

**UNE EXPÉRIENCE DE VISITE
GLOBALEMENT SATISFAISANTE, MAIS...**

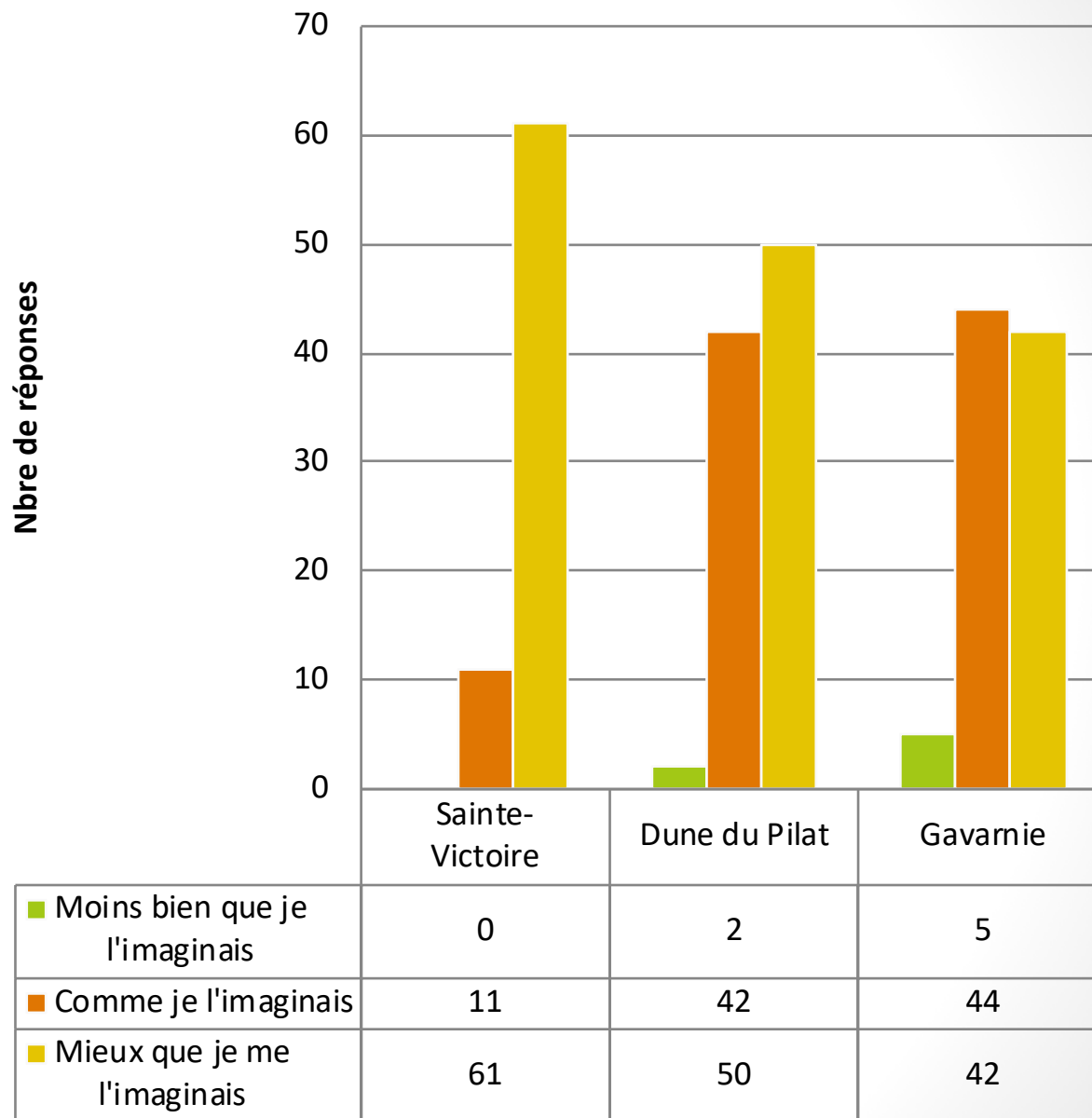
Un très haut niveau de satisfaction

- La plupart des visiteurs sont ravis de leur visite :
 - 55 % se disent comblés et 45 % satisfaits
 - Pour près de 60 % d'entre eux, le site est mieux qu'ils ne l'imaginaient
- La plupart recommanderait le site à des amis et lui attribue une note moyenne de 9,11/10 avec un faible écart-type (0,89)



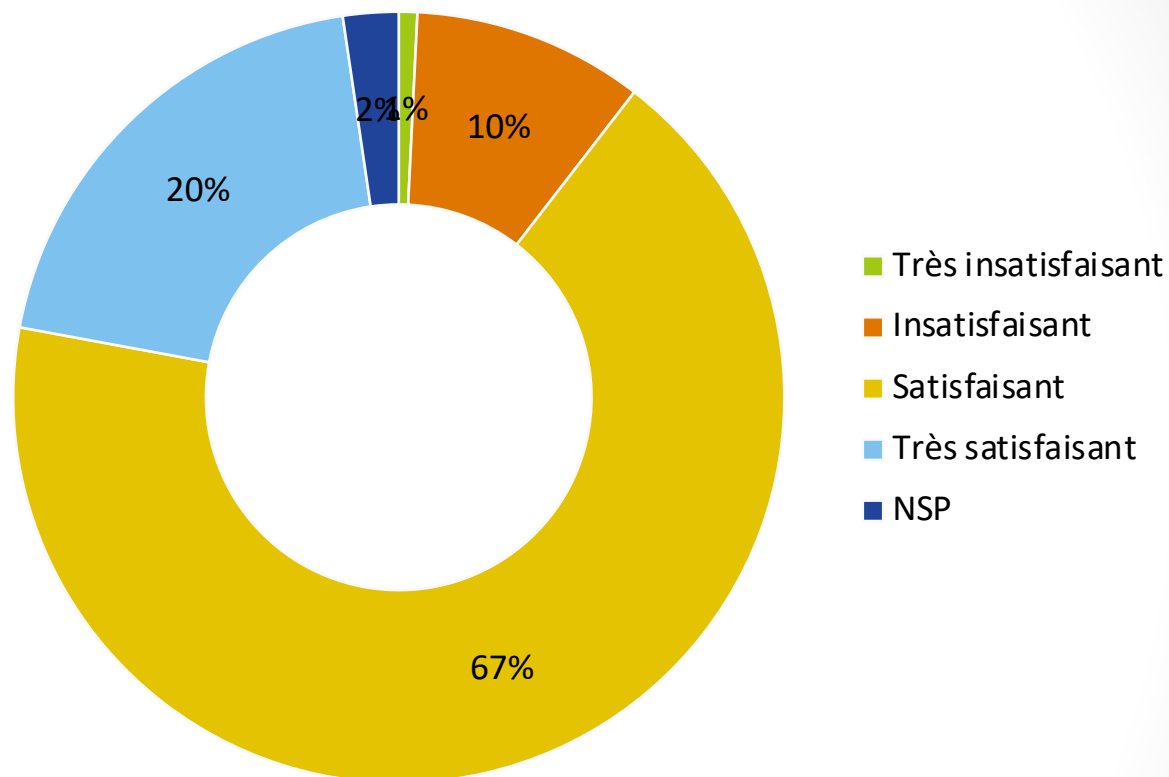
L'appréhension du site réel par rapport au site imaginé

Des sites dépassant les attentes des visiteurs



Des aménagements jugés positivement

« Que pensez-vous de l'aménagement du site ? »

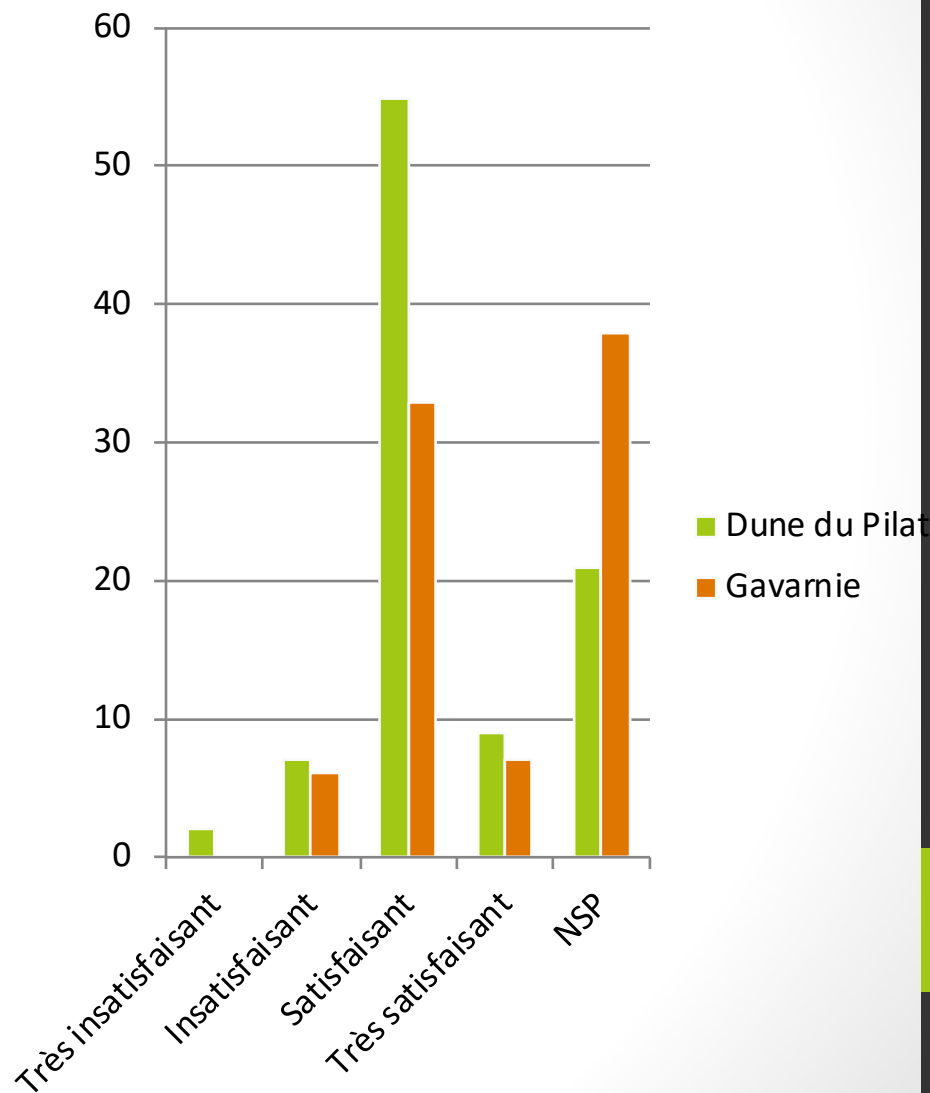


- Cependant, de légères différences entre sites :
 - Niveau global de satisfaction plus haut à la Sainte-Victoire : seulement 3 répondants (4,2 % de l'effectif total) insatisfaits
 - Un peu plus bas à la Dune du Pilat : 14 répondants insatisfaits (14,9 % de l'effectif total)

Une offre commerciale également valorisée

- Répondants globalement satisfaits (53,9 %) voire très satisfaits (6,6 %) de l'offre commerciale
- Mais, de nombreuses non réponses (30,3 %)
- Capacité à répondre étant liée à la fréquentation des commerces, à l'expérimentation de la qualité de l'accueil, des produits et des prix proposés
- Expérience commerciale souvent postérieure à l'expérience de visite du site

Que pensez-vous de l'offre commerciale présente sur le site ou à proximité immédiate de celui-ci ?



Des observations permettant de préciser les motifs de satisfaction

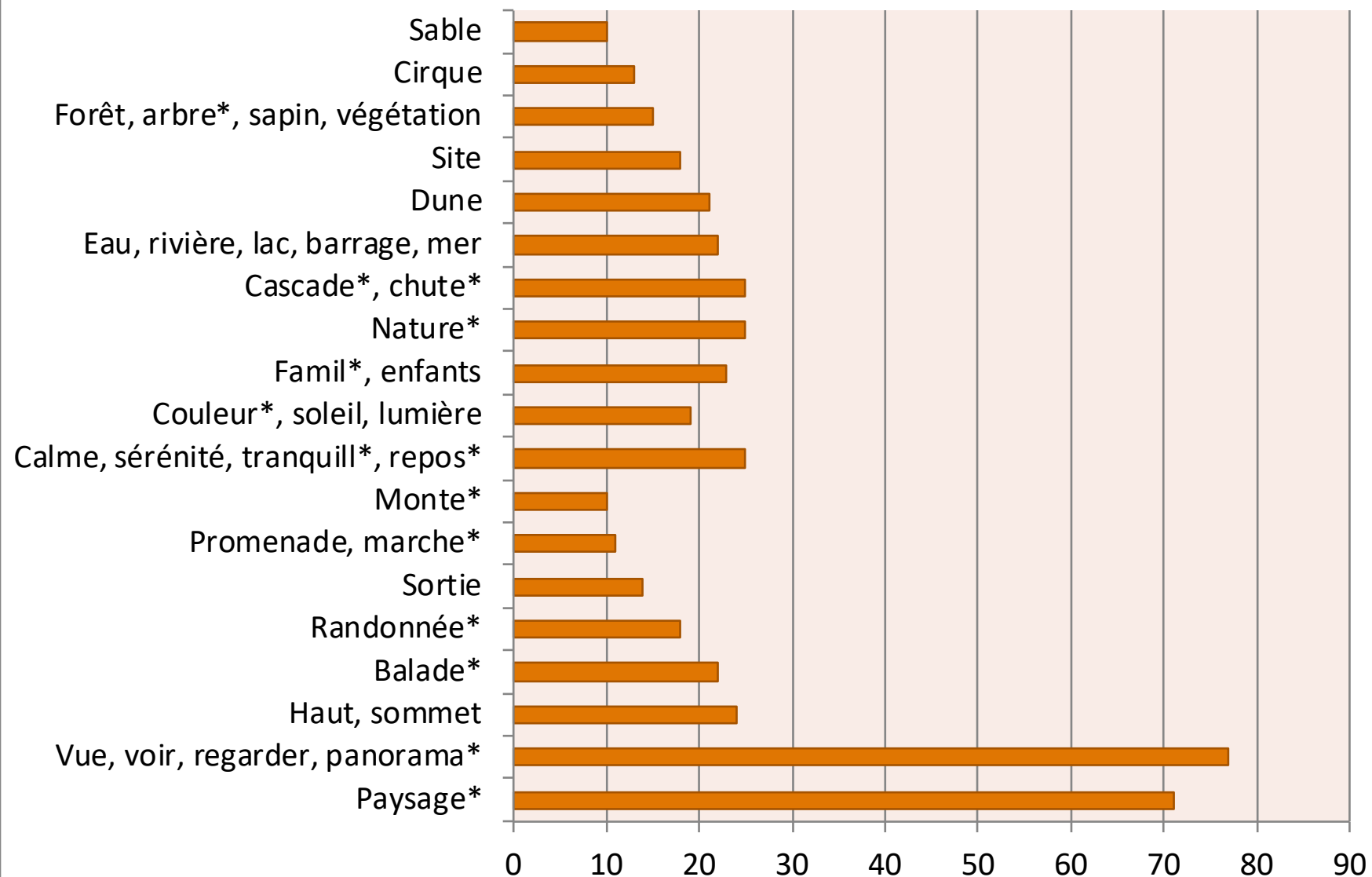
Dune du Pilat

- Qualité de la signalétique
- Commodité d'accès hors période estivale
- Qualité de l'accueil
- Bonnes conditions d'accès en vélo
- Intégration paysagère et caractère « léger » des aménagements
- Améliorations de l'aménagement du site notées par quelques « habitués »

Sainte Victoire

- Qualité de la signalétique et du balisage des sentiers
- Qualité de l'entretien des sentiers
- Absence de commerces notée comme un aspect positif
- Qualité des parkings
- Intégration paysagère des aménagements « de taille humaine »
- Améliorations notables de l'aménagement du site souvent évoquées

Lemmatisation des réponses à la question : « Qu'avez-vous le plus aimé durant votre visite ? », dans les trois sites



Nuage de mots relatifs à la question « Qu'est-ce que vous avez le moins aimé ? » à la dune du Pilat



Les éléments les moins appréciés

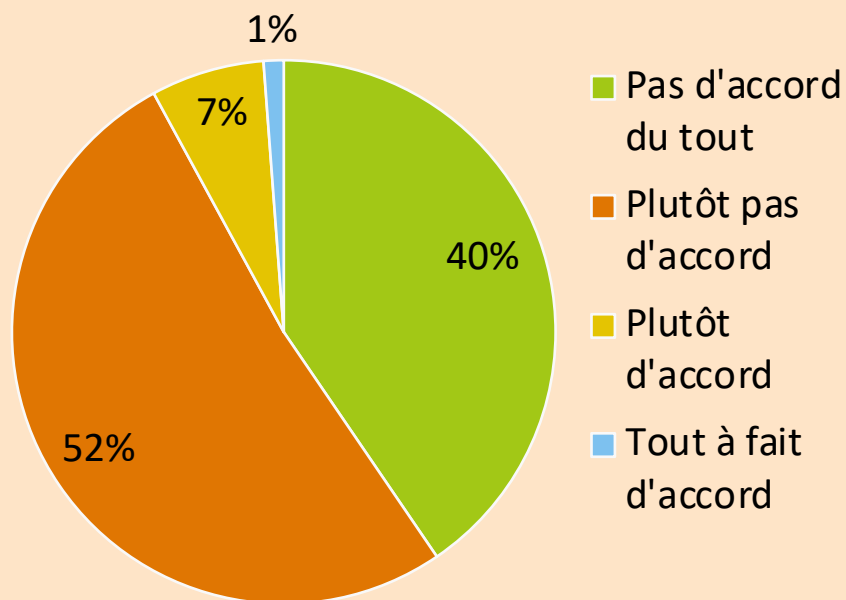
- « **Le monde** » : une fréquentation excessive en haute saison induisant des difficultés d'accès et de stationnement
- **Le stationnement payant** : une mesure impopulaire, assimilée à un péage :
 - « *Les péages doivent pas avoir lieux dans un site naturel* » (DP 48) ; « *Ah oui ! Le péage ! C'est quand même pas super, les sites naturels doivent pas être aussi chers pour les familles* » (DP 49) ; « *Ça m'emmerde tout de même que le parking soit payant, c'est pas un musée non plus !* » (DP 54)
- **Le stationnement supposé anarchique**
 - La photo stationnement le long de la chaussée, à l'entrée du canyon d'Añiscló : rejet quasi unanime (10,8)
 - « *Ça on n'aime pas les gens se garent n'importe comment* » ; « *De tels stationnements rendent l'accès difficile et dangereux* »



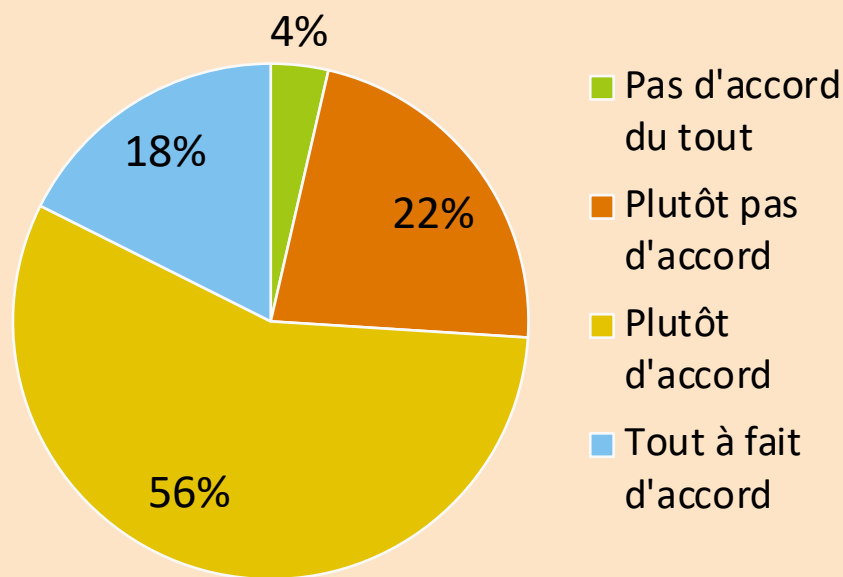
(Clichés S. Clarimont, juin 2016)

Des impacts de la fréquentation inégalement perçus

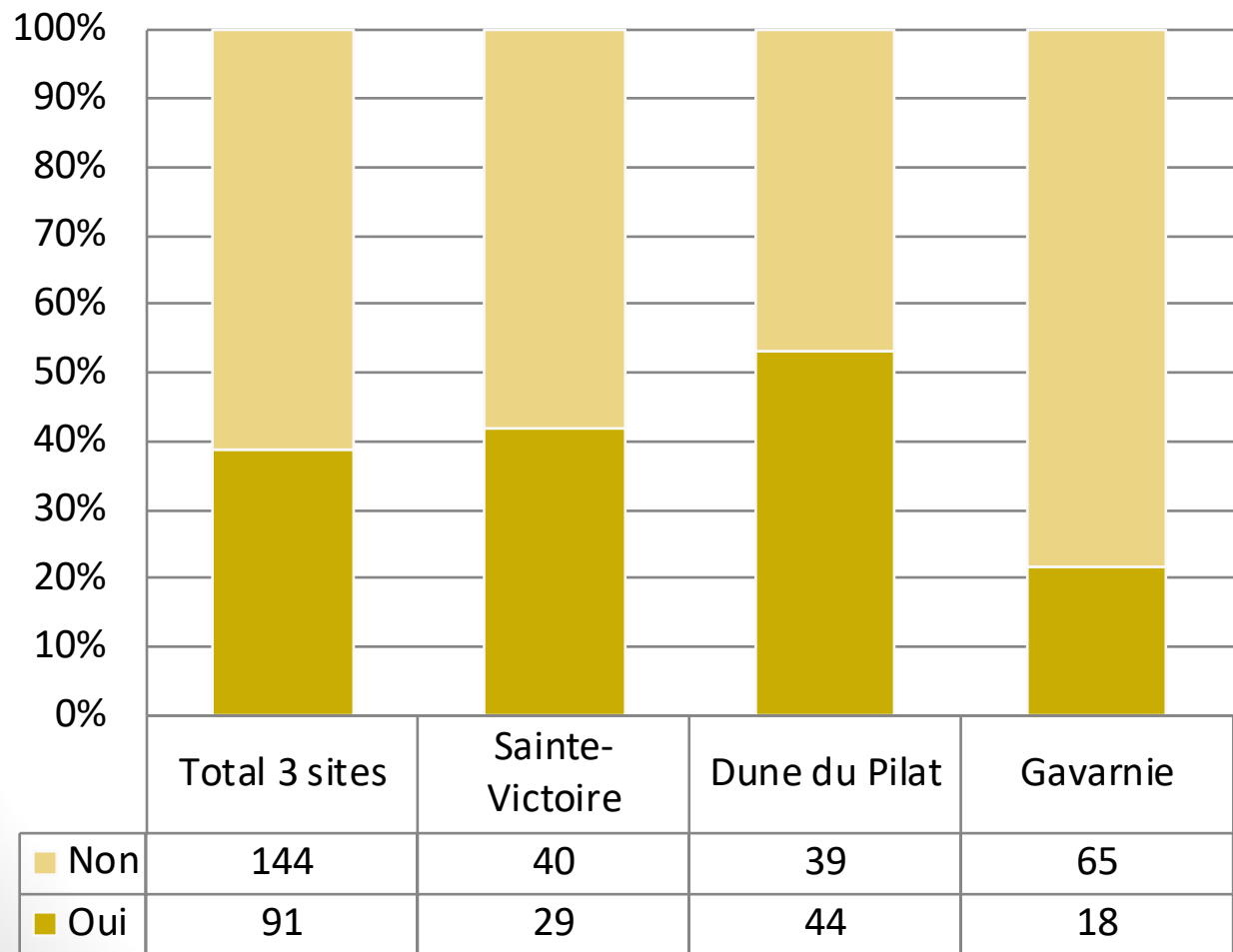
Diriez-vous que l'ouverture d'un site naturel au public n'a pas d'effets sur l'environnement ?



Diriez-vous que sur la fréquentation des sites entraîne systématiquement une dégradation des milieux ?



- Pourtant, la grande majorité des visiteurs interrogés (61,3 %) estime le site visité peu menacé et globalement bien préservé
- 70,2 % n'a pas observé de problèmes liés à la fréquentation
- La quasi-totalité des visiteurs considère le niveau de préservation du site visité bon (77 %), voire excellent (17,1 %)



Estimez-vous que le site de ... est un espace naturel menacé ?

... mais des remarques invitant à nuancer cette assertion

- Plusieurs visiteurs rencontrés au Pilat, en avril 2015, ont mentionné les menaces pesant sur l'espace dunaire :
 - Recul du trait de côte
 - « Des maisons ont disparu, des maisons qui étaient au bord de la dune, vers la plage de la corniche »
 - Avancée du cordon dunaire souvent mis en avant :
 - « Les campings sont menacés sous l'effet de l'avancée de la dune, mais c'est pas grave »
 - « recul de la dune vers la route, tous les ans. On y marche dessus et ça fait descendre tout le sable »
 - Incivilités : « Les déchets, les saletés que les gens laissent » ; « En été, c'est là que c'est le plus sale »



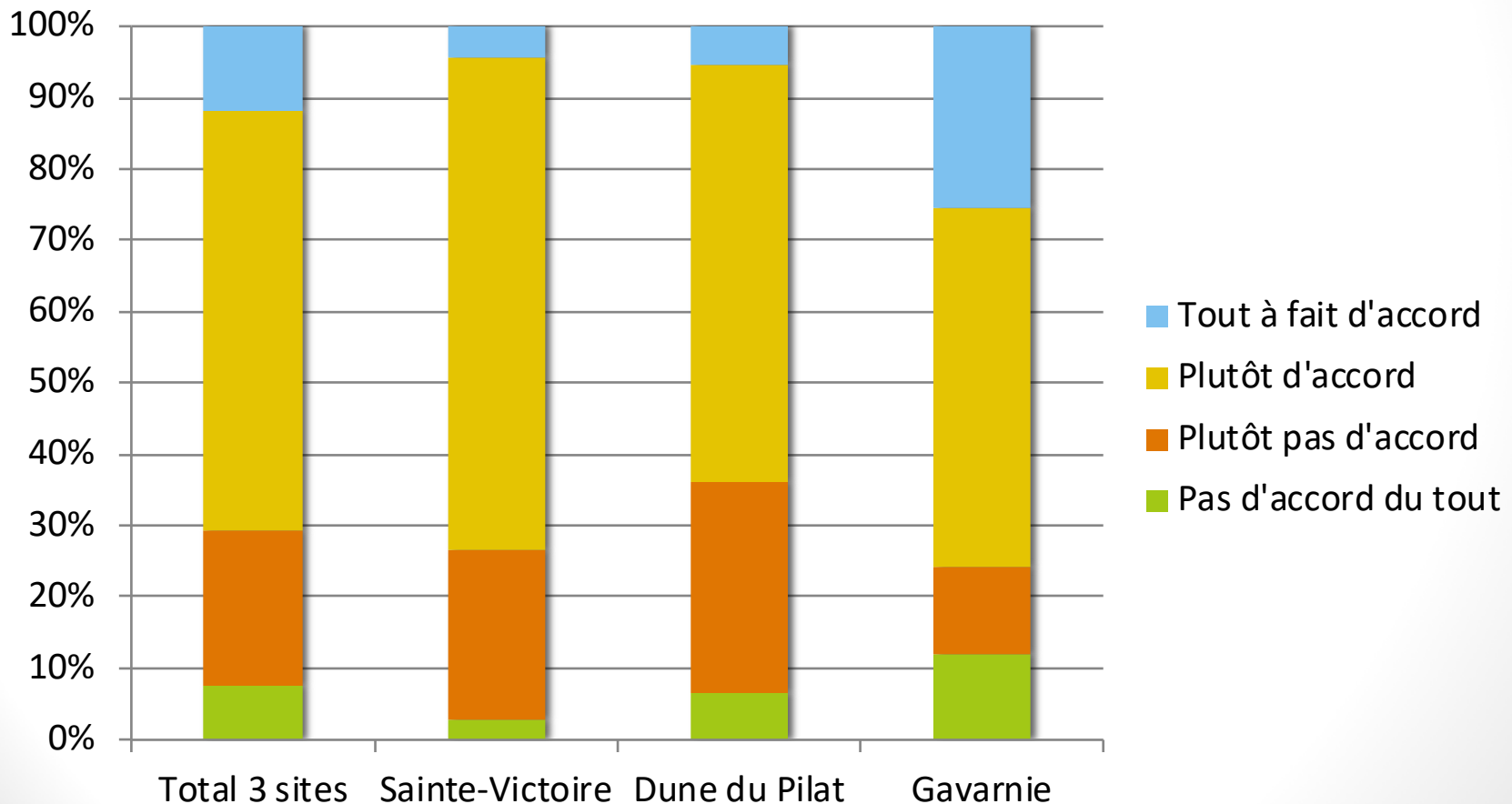
Cliché S. Clarimont, juin 2016

Perception des visiteurs

UN REJET DES MESURES DE MAÎTRISE DE LA FRÉQUENTATION

Le principe de la régulation accepté

Diriez-vous que des mesures de régulation des flux de visiteurs doivent être mises en place dans les sites naturels très fréquentés ?



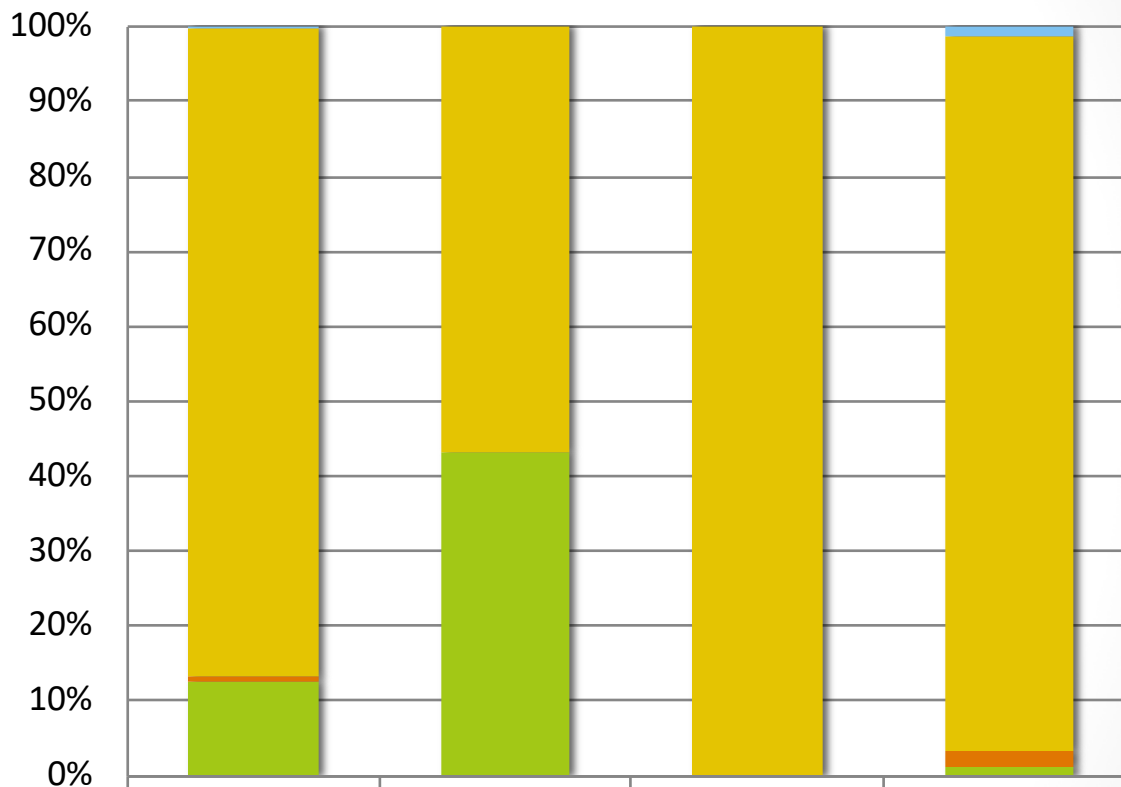
Sa mise en œuvre *in situ* majoritairement rejeté

Accepteriez-vous des éventuelles restrictions ?	Oui, mais en haute saison seulement	Oui, tout le temps	Non	NSP
Interdire l'accès à la totalité du site	12,2 %	0,8 %	86,3 %	0,4%
Interdire l'accès à une partie du site	30.4 %	4,7 %	63,6 %	1,2 %
Limiter les heures et les jours de visite	34,1 %	5,9 %	58,8 %	1,2 %
Limiter le nombre de visiteurs (quotas)	29,2 %	2,3 %	66,5 %	1,9 %
Mettre en place un péage	4,7 %	1,6 %	92,9%	0,8 %
Éloigner les zones de stationnement + navettes	17,8 %	12 %	68,6 %	1,6 %
Autoriser seulement visites guidées	1,6 %	0,8 %	97,3 %	0,4 %
Interdire certaines activités	3,2 %	15,5 %	79 %	2,4 %

Mais, des appréciations variables selon les sites et selon les mesures

Accepteriez-vous ces éventuelles restrictions ?

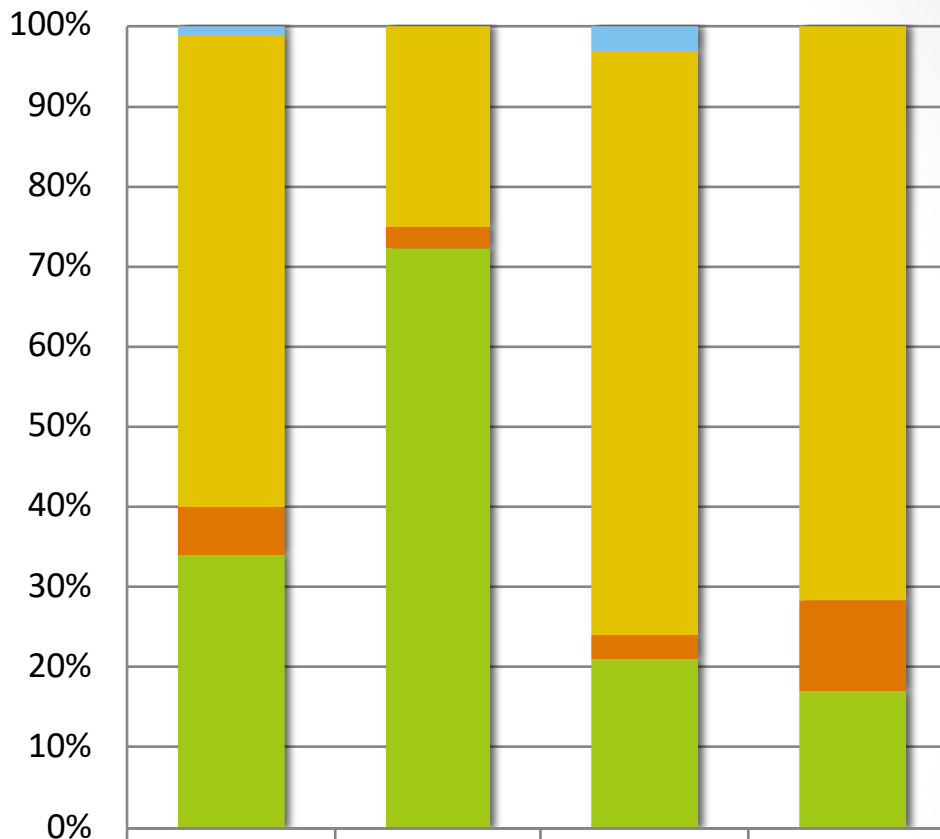
Interdire l'accès à la totalité du site.



	Total 3 sites	Sainte Victoire	Dune du Pilat	Gavarnie
Ne sais pas	1	0	0	1
Non	220	41	94	85
Oui, tout le temps	2	0	0	2
Oui, mais en haute saison seulement	32	31	0	1

Accepteriez-vous ces éventuelles restrictions ?

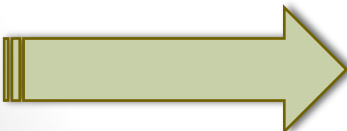
Limiter les heures et les jours de visite



	Total 3 sites	Sainte Victoire	Dune du Pilat	Gavarnie
Ne sais pas	3	0	3	0
Non	150	18	69	63
Oui, tout le temps	15	2	3	10
Oui, mais en haute saison seulement	87	52	20	15

Pour conclure

- Des hauts-lieux « que l'on doit voir » du fait de leur caractère « exceptionnel »
- Constituant un patrimoine commun de la nation.
- Considérés par la quasi-totalité des visiteurs comme des biens patrimoniaux à intégrer au domaine public de l'État ou des collectivités territoriales.
- Expression d'un désir de nature « sauvage », mais accessible, entretenue et sûre



Une conception du site naturel comme un lieu d'accès libre et gratuit



Conclusion : une recomposition du territoire de gestion des sites naturels en cours

- **Accroissement** du nombre d'usagers et des difficultés d'accès au site



réduction de la qualité perçue du site de visite

- Les gestionnaires tentent des solutions par une synthèse des actions de :
 - La **dimension écologique**
 - La **dimension économique**
- Cependant afin de prendre en compte la **qualité globale de la visite du site**, certains devraient être mieux pris en compte :
 - Le **confort** de découverte
 - L'**expérience** positive (image, notoriété)
 - Dimension de **représentation**

Sans appropriation politique locale, les systèmes de régulation des flux de visiteurs ne suffisent pas à créer une dynamique de constitution des territoires de gestion des fréquentations.



Les expériences remarquables relevées montrent l'importance, comme outil de gouvernance, des coopérations interterritoriales et des recompositions des stratégies de gestion des flux autour de destinations étendues, plus qu'une focalisation sur les sites eux-mêmes.



Conclusion : une recomposition du territoire de gestion des sites naturels en cours

Sans appropriation politique locale, les systèmes de régulation des flux de visiteurs ne suffisent pas à créer une dynamique de constitution des territoires de gestion des fréquentations.



les expériences remarquables relevées montrent l'importance, comme outil de gouvernance, des coopérations interterritoriales et des recompositions des stratégies de gestion des flux autour de destinations étendues, plus qu'une focalisation sur les sites eux-mêmes.

ANNEXES

Dune du Pilat : une situation économique du commerce plutôt satisfaisante

- Faible rotation des commerces
- Absence d'activité commerciale complémentaire : saison touristique assez étendue
- Chiffre d'affaires en hausse régulière :
 - « Ça va dans le bon sens » !
 - Effets positifs de la réduction du nombre de commerces (fermeture de la Palombière)
- Mais, des conditions d'exercice de l'activité difficiles (relative précarité) en dépit d'une amélioration de la situation depuis 2007



Cliché S. Clarimont, février 2015

Gavarnie et Pointe du Raz : une situation plus difficile, entre malaise et crise avérée

- Sentiment de crise à Gavarnie, depuis les années 1990
- Crise économique : érosion de la clientèle, baisse du chiffre d'affaires, forte saisonnalité
- Crise sociale : rupture du système de transmission héréditaire
 - Développement de friches commerciales
 - Cession des baux commerciaux à des repreneurs extérieurs au territoire (Gard, Nord)



Cliché S. Clarimont, juillet 2016

- Une **réfutation de la notion de « surfréquentation »**
- Une **mise en cause de la qualité de l'accueil et de l'animation** à Gavarnie et à La Pointe du Raz
 - Village « laid » aux espaces publics médiocres (Gavarnie)
 - Automatisation du parking : « échange est devenu inexistant » ; « décalage entre le label et la façon d'accueillir » (PR)
- **Des avis divergents sur le stationnement payant** : un « point d'amélioration prioritaire » ?
 - A la Pointe du Raz, absence de tarif dégressif et de gratuité en soirée :
 - Un motif de crispation / « décisions subies » : « On existe, on est là, on est 14, on aimerait être plus acteurs. On a un avis seulement consultatif »
 - Un sentiment d'injustice / autres sites naturels du périmètre GSF dotés de parkings gratuits
 - A la Dune du Pilat, un mode de fonctionnement bien accepté par les commerçants
 - Une reconnaissance de l'action engagée par le SMGDP : amélioration de l'entretien, sécurisation du site, meilleure « promotion » du site
 - Une « mise en ordre » de la gestion du stationnement, mais des problèmes de saturation de la capacité d'accueil en haute saison
- Un **rejet unanime des mesures de maîtrise de la fréquentation**



(Clichés S. Clarimont : Pointe du Raz, juin 2016 ; Gavarnie, juillet 2016)