

Enjeux

Gérer la fréquentation des sites touristiques

La fréquentation excessive de certains sites emblématiques a des effets négatifs sur la population, la biodiversité et l'expérience même des touristes que des acteurs locaux s'efforcent de limiter, en travaillant collectivement à différentes échelles.

Selon le ministère du Tourisme, 80 % de l'activité touristique se concentre sur 20 % du territoire. Or, depuis la sortie de la crise Covid, la fréquentation des sites touristiques les plus emblématiques, membres du Réseau des grands sites de France (RGSF), a atteint 38 millions de visiteurs, bondissant de 20 à 200 % selon les lieux. Si le tourisme apporte des retombées économiques pour les territoires concernés, sa concentration, avec une surfréquentation de certains lieux à certaines périodes, a un impact négatif, entraînant une érosion due au piétinement, une perte de biodiversité, un stationnement anarchique, une fragilité liée à une mono-économie touris-

tique et une exaspération de la population locale.

Le RGSF, qui regroupe 50 collectivités, a justement été créé en 2000 pour affronter ces questions collectivement. Dans son guide pour une « gestion durable de la fréquentation », il préconise « une stratégie globale comprenant les questions de gouvernance, gestion d'usages et d'aménagements, sensibilisation des professionnels, habitants et visiteurs, communication en amont et sur site, offres de tourisme durable et promotion de modes de découvertes alternatifs notamment en écomobilité. » L'État souhaite soutenir les collectivités locales dans cette mission, sachant que la compétence tourisme est partagée

entre l'État, les régions, les départements et le bloc communal. La Direction générale des entreprises et le RGSF ont copiloté un groupe de travail dédié à la gestion des flux touristiques. En juin 2023, la ministre déléguée au tourisme Olivia Grégoire a annoncé un plan de quinze mesures pour lutter contre le « surtourisme ». Atout France, opérateur de l'État en matière de tourisme, a lancé le 5 octobre 2023 un appel à manifestation d'intérêt (1) pour accompagner en ingénierie les collectivités et les sites « sur le diagnostic des flux et leur gestion, la montée en compétences des acteurs notamment sur la gestion des données ou la mise en place d'une stratégie en matière de communication ». Un appel à manifestation d'intérêt (AMI) permettant un appui financier jusqu'à 200 000 euros.

3 QUESTIONS À



© Réseau des Grands Sites de France

Soline Archambault
Directrice
du Réseau
des grands sites
de France

La question de la gestion de flux touristiques est-elle récente ?

C'est un enjeu ancien et même constitutif de la démarche Grands Sites de France qui date de la fin des années 1990. Toutefois, les Grands Sites de France comme la plupart des espaces naturels, ont vu une augmentation considérable de cette pression de la fréquentation à la suite de la crise Covid. On observe un changement de pratiques relativement durable avec toujours des phénomènes de pics mais plus répartis sur l'année avec une saison touristique qui s'étale de mars à octobre.

Quels enseignements le réseau des Grands Sites de France transmet-il à travers son guide sur la gestion durable de la fréquentation ?

Fréquemment interrogés par d'autres réseaux, le ministère en charge du tourisme, la Direction générale des entreprises, la Banque des territoires ou l'Agence nationale de la cohésion des territoires, nous avons essayé de structurer une réflexion méthodologique partie d'un recueil d'expériences large au sein du réseau. Ce qui est difficile pour les collectivités, c'est souvent de savoir par où commencer et comment agir. Nous avons identifié dix leviers parmi lesquels celui qui nous a paru le plus important est d'avoir une stratégie territoriale et partenariale de moyen et long terme concertée et appropriée par l'ensemble des acteurs.

La régulation des flux par la solution des quotas ou restrictions, souvent médiatisée, ne vous semble pas être la meilleure...

C'est un des leviers seulement, mais qui peut être rejeté par les habitants. S'ils ne sont pas partie prenante d'un projet collectif et n'y trouvent pas un intérêt, ils ne vont accepter ni la restriction, ni la pression touristique. Pour agir sur la fréquentation, il faut une série d'actions à mettre en cohérence et que les acteurs s'appuient sur une connaissance fine du territoire afin de valoriser quelque chose de vraiment local, non standardisé, et de partager un projet d'avenir pour le territoire à cinq, dix ou quinze ans.

Mesure des flux

Pour mieux gérer les flux, il est d'abord important de les mesurer et de les connaître. Or, « nous manquons cruellement de données », a reconnu la ministre, annonçant la création d'un observatoire national des sites touristiques majeurs. Le RGSF met déjà en place localement des outils de mesure permettant de mieux cerner le profil et les habitudes de déplacement de leurs visiteurs. « La connaissance des flux doit devenir le curseur de l'action raisonnée du gestionnaire qui réfléchit à la limite de la capacité d'accueil sur son site », indique-t-il dans son guide.

Le syndicat mixte départemental des massifs Concors-Sainte-Victoire (Bouches-du-Rhône), qui réunit deux sites classés, la montagne Sainte-Victoire et le massif forestier du Concors, dont la fréquentation est passée de 927 000 en 2010 (date de mise en place



Le Grand Site Puy Mary - Volcan du Cantal a déployé cinq maisons de site pour éviter de cristalliser la fréquentation à un seul endroit.

© J. Lamy

de l'observatoire de la fréquentation) à 1,55 million en 2022, a plusieurs outils de mesure : des dispositifs de comptage automatique depuis le début des années 2000, des équipes de gardes nature sur le terrain, la plateforme Outdoor vision (2) qui capte les traces GPS des pratiquants ainsi que le dispositif Flux Vision Tourisme (3). « C'est en combinant ces données et informations qu'on peut avoir un diagnostic du territoire et commencer à élaborer une stratégie de gestion de la fréquentation », souligne Virginie Isambert, cheffe de service aménagement du Grand Site.

Travail partenarial à différentes échelles

Pour être labellisé Grand Site et orienter sa stratégie, le Grand Site estuaire de la Charente et arsenal de Rochefort a fait un état des lieux en 2013 et 2018 afin de connaître la fréquentation en matière de quantité, qualité, satisfaction et rotation sur les parkings de ses cinq sites majeurs. « Comme il y a des problématiques et des acteurs différents entre les paysages naturels de marais, de littoral et le patrimoine historique avec la Corderie royale et les forts (dont le plus connu est le fort Boyard), nous avons mis en place plusieurs observatoires avec les acteurs locaux », témoigne Samantha Bertrand, coordinatrice tourisme durable et accessibilité. Une instance à l'échelle de l'estuaire réunit aussi une fois par an les acteurs locaux des cinq sites : communes, conservatoire du littoral et sites de visite. Le grand site du massif du Canigó (Pyrénées-Orientales) a également travaillé à différentes échelles : un comité de destination, instance informelle pour se projeter et mutualiser les moyens réunissant les communes du syndicat

mixte Canigó Grand Site (créé en 2002), les communautés de communes, offices du tourisme, département des Pyrénées-Orientales, direction départementale des territoires ; et dix comités de secteur. « Ce sont des mini-parlements locaux permettant de réunir le monde politique et socio-économique afin de changer d'échelle sur la gestion des flux vers le pic et passer d'une fréquentation subie à la coconstruction d'une destination durable », témoigne Florian Chardon, directeur du Grand Site qui a remporté en 2022 le Trophée Horizons pour un tourisme durable récompensant « une stratégie territoriale de plus de dix ans qui aborde l'ensemble des composantes d'une gestion durable de la fréquentation : gouvernance, stratégie marketing, gestion des flux, aménagements... »

Mobilités douces et restrictions

Pour éviter la surfréquentation concentrée en un site, des démarches de diffusion de cette fréquentation dans le temps (avec un tourisme quatre saisons) et l'espace sont développées. Ainsi le Grand Site Puy Mary - Volcan du Cantal a déployé cinq maisons de site pour éviter de cristalliser la fréquentation sur le Pas de Peyrol, porte d'entrée emblématique du Grand Site. « Un des leviers est une stratégie de vases communicants entre des territoires trop fréquentés et d'autres qui pourraient bénéficier d'une économie touristique mieux structurée et accompagnée », explique Soline Archambault, directrice du RGSE.

Les mobilités douces sont une autre piste pour réduire le surtourisme. Ainsi le Grand Site de la Baie de Somme est entièrement accessible sans voiture, en train, bateau ou vélo (avec 44 km

d'itinéraires cyclables reliés à l'Eurovélo 4 d'où partent huit boucles dans l'arrière-pays). Le Grand Site du Marais poitevin entretient et promeut 800 km de pistes cyclables. Les agences de développement touristique de l'Hérault et de l'Aude ont commencé à coconstruire des offres touristiques sans voiture entre les trois Grands Sites en territoires ruraux du cirque de Navacelles, Saint-Guilhem-le-Désert et la vallée du Salagou-cirque de Mourèze. S'orienter vers un tourisme qui prend le temps et respecte les paysages : une solution d'avenir ! | Par Catherine Stern

(1) s.421.fr/atout-france-AMI

(2) Développée par le pôle des sports et activité de pleine nature du ministère des Sports.

(3) Solution développée par Orange permettant d'analyser la fréquentation de territoires et le déplacement des populations à partir des données de téléphonie mobile.

Dix leviers pour mieux gérer la fréquentation

Le guide « Gestion durable de la fréquentation dans les Grands Sites de France - méthodes et pratiques » identifie dix leviers interdépendants pour protéger les sites, renforcer l'acceptabilité du tourisme et proposer une visite apaisée aux visiteurs en favorisant des comportements de tourisme durable, en diffusant les flux dans l'espace et le temps : mise en place d'une stratégie territoriale et d'une gouvernance concertée, observation de la fréquentation, accueil des visiteurs et médiation, communication (sur site et avant site) et sensibilisation, régulation des flux, aménagement du site, gestion de la circulation et des stationnements, développement des mobilités douces, gestion des activités de pleine nature, transformation de l'offre en slow tourisme avec l'identification et la transmission des valeurs du site aux acteurs du tourisme, aux prestataires, aux acteurs institutionnels...
s.421.fr/frequentation-sites