



RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE

Liberté
Égalité
Fraternité



LA MOBILITÉ TOURISTIQUE

ENJEUX ET ENSEIGNEMENTS



Partenariat Cerema « PdMS en villes moyennes » | Webinaire n°3

15 juin 2023

Sandrine ROUSIC

CONTEXTE DES MOBILITÉS TOURISTIQUES EN FRANCE

- La France est **une des premières destinations touristiques mondiales** : 90 millions de touristes internationaux par an
- Près de **70 % des français partent en vacances**, 9 fois / 10 en France métropolitaine
- En 2018, la consommation touristique représentait 7,8 % du PIB
- Nombreux territoires dont l'économie s'appuie sur l'activité touristique ou qui souhaitent développer cette activité
- Profils variés de touristes qui évoluent (vieillesse population) et **diversité des pratiques de tourisme** : court, « furtif », ou long séjour, balnéaire, culturel, sportif...
- Des périodes de pics de fréquentation mais des **arrières saisons qui attirent !**
- Des communes dont la **population multiplie par 2, voir par 10 l'été !**
- Des déplacements touristiques réalisés « en groupe »
- **Essort du tourisme à vélo** : 22 millions de français qui pratiquent le vélo pendant les vacances ! La voiture reste largement utilisée à 75%..
- En France, le secteur du tourisme représente près de 11% des émissions de gaz à effet de serre, dont 77 % liées au du secteur du transport



Le sentier littoral et la corniche classée attirent 100.000 touristes l'été à Saint-Hilaire-de-Riez © Radio France - Marion Fersing

La ville Saint-Hilaire-de-Riez en Vendée compte 11.000 résidences secondaires, 43 campings et, entre l'hiver et l'été, elle multiplie sa population par dix. **Comment gérer cet afflux de touristes l'été et comment faire vivre la commune le reste de l'année ?**

ENSEIGNEMENTS SUR LES VILLES TOURISTIQUES MOYENNES



Transports urbains et tourisme
Regard sur les villes touristiques moyennes



Collection | Connaissances

success aux éditions du
Certu

Le potentiel des transports en commun est souvent bien mobilisé par les collectivités :

- l'offre à l'année est renforcée en période estivale ou hivernale (navettes gratuites, ouverture de lignes supplémentaires) ;
- l'information aux usagers est une préoccupation essentielle ;
- approche et sensibilisation des touristes par d'autres vecteurs (lieux d'hébergement).

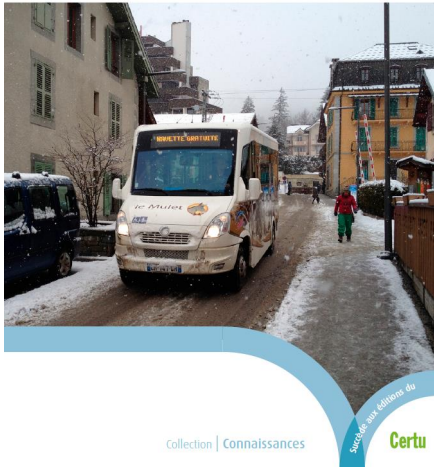
Certaines pistes de progrès apparaissent :

- **renforcer l'offre de transport des dimanches et jours fériés** à la hauteur des besoins lors de ces jours favorables aux sorties touristiques ;
- **offrir à l'usager le moyen de comparer** l'offre TC à tous les autres modes ;
- offrir aux collectivités la possibilité de comparer les fréquentations des différents modes ;
- développer le lien avec les sites fréquentés par les touristes (**billet combiné**).

ENSEIGNEMENTS SUR LES VILLES TOURISTIQUES MOYENNES



Transports urbains et tourisme
Regard sur les villes touristiques moyennes



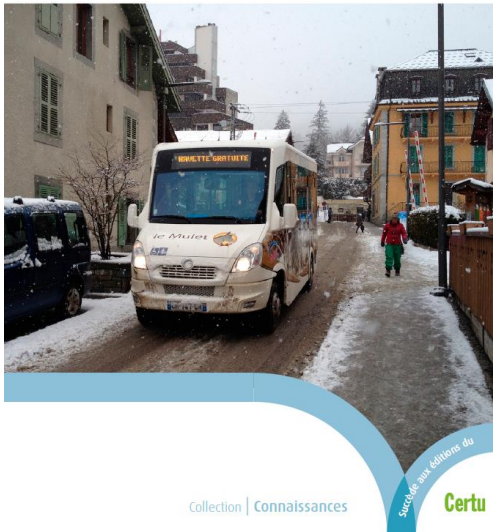
Pour améliorer ou favoriser le déplacement des touristes à l'aide des modes actifs, les communes prennent de nombreuses initiatives :

- l'aménagement de voies dédiées aux piétons et aux vélos sur la base d'un recueil des besoins et des pratiques ;
- l'offre de **stationnement sécurisé pour les vélos** ;
- l'encouragement/la mise en place de services de prêt ou de location de vélos ;
- la « **piétonnisation** » **temporaire**, pendant la saison touristique, d'espaces habituellement dédiés à la voiture. Le maire mobilise alors son pouvoir de police ;
- l'information auprès des touristes à travers une signalisation ou des plaquettes (circuits de voies vertes par exemple) ;
- des actions souvent concertées grâce à l'existence de documents de planification et de plans d'action.

ENSEIGNEMENTS SUR LES VILLES TOURISTIQUES MOYENNES



Transports urbains et tourisme
Regard sur les villes touristiques moyennes



Pour assurer une circulation et un stationnement acceptables sur leurs sites attractifs, les communes associent différents moyens d'action :

- l'aménagement de parcs de stationnement, en interconnexion avec les transports collectifs ;
- **la modulation de l'offre de stationnement : physique** (espace de stationnement calibré en fonction de la demande) **ou tarifaire** (le stationnement est gratuit ou payant suivant la saison) tant pour les parkings que pour le stationnement sur voirie ;
- une **information accrue des usagers** : accueil de l'ensemble des usagers et offres spécifiques en ce sens (emplacements réservés aux campings-cars, aux PMR) ;
- **La réduction de l'espace dédié** à la circulation des voitures en faveur des modes actifs (« piétonnisation » saisonnière) ;
- en lien avec les offres, nécessité de s'appuyer sur les nouvelles technologies pour mieux informer les touristes et les résidents.

ENSEIGNEMENTS SUR LES VILLES TOURISTIQUES MOYENNES



Transports urbains et tourisme
Regard sur les villes touristiques moyennes



Collection | Connaissances

Source : plan d'élaboration du
Certu

Pour diffuser une information la plus pertinente possible et encourager le report modal, il est nécessaire que les renseignements soient disponibles à chaque étape du déplacement :

- lors de la préparation du séjour (site Internet : information directe et mise à disposition de brochures en téléchargement) ;
- à l'arrivée (brochures et renseignements via les offices de tourisme ou les hébergements) ;
- pendant les déplacements (signalisation directionnelle sur site, applications mobiles...) ;
- dans une **démarche participative et collaborative des acteurs du tourisme et du transport.**

Les besoins de mobilité des touristes sont souvent peu connus, ce qui entraîne souvent une juxtaposition entre information touristique et information relative à l'offre de déplacements dans son ensemble.

Une piste de progrès serait de proposer au touriste une offre ciblée sur ses besoins et non une offre exhaustive qui pourrait être difficile d'accès pour des personnes non résidentes et donc ayant moins de repères géographiques.

ENSEIGNEMENTS SUR LES VILLES TOURISTIQUES MOYENNES



Transports urbains et tourisme
Regard sur les villes touristiques moyennes



Collection | Connaissances

Source : plan d'élaboration du
Certu

En synthèse,

Les pratiques touristiques sont diverses en termes de saisonnalité, et de pratiques de tourisme. Et pourtant, elles rassemblent une même problématique : **la gestion des accès aux sites touristiques et de circulation et de stationnement.**

- ❖ Importance de la coopération entre acteurs des transports et acteurs du tourisme
- ❖ La planification comme socle d'action : ne pas se contenter d'apporter une réponse sectorielle et ponctuelle à la problématique des déplacements touristiques, mais l'intégrer dans un projet global et prospectif pour le territoire
- ❖ Interconnexion autour des transports collectifs : la diversité des réponses reste un gage d'efficacité.
- ❖ Des aménagements de voirie et d'itinéraires adaptés : non à une augmentation constante de l'offre de stationnement et ne pas dimensionner pour répondre au maximum de demandes touristiques. Vers la mutualisation des espaces.

EN CONCLUSION, PROPOSER DES ALTERNATIVES À LA VOITURE

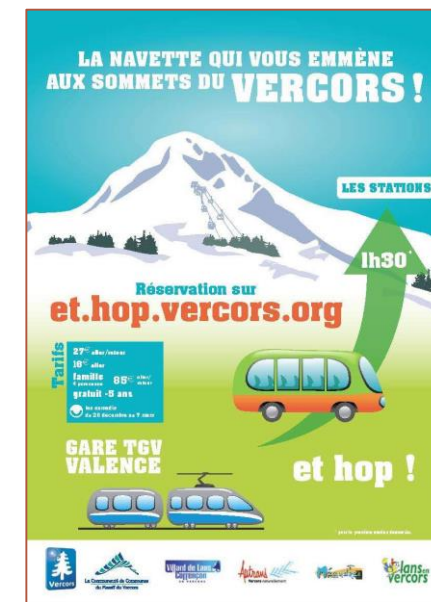
Proposer ou encourager les alternatives à la voiture depuis la zone de résidence :

- encourager la pratique du covoiturage, l'usage du train
- organiser l'intermodalité, depuis et vers les gares et les lieux de séjour : services de navettes ...

Une information claire, à jour, et accessible est nécessaire !

Proposer ou encourager les alternatives à la voiture sur le lieu de séjour :

- Services de transport collectif, transport à la demande, location de vélo, autopartage...
- ...et les aménagements associés (cheminement piétons, cyclables), zones de rencontres ou piétonnes, aires de mobilité...
- Des aménagements et services de mobilité « touristiques » qui profitent également aux résidents (et vice-versa)
- Une réversibilité ou mutualisation des aménagements
- Faire découvrir d'« autres sites » (diversification des pratiques, répartition des flux)



NOUVEAUX ENJEUX LIÉS À LA MOBILITÉ TOURISTIQUE (1)

Attractivité forte des villes touristiques et particulièrement des sites en espaces naturels

- Contexte sanitaire et contrecoup du confinement avec des envies de séjours à proximité et de grands espaces, boom du VAE, nouveaux publics (peu expérimentés), nouveaux besoins, nouvelles pratiques
- Prise de conscience environnementale et évolution sociétale → tendance observée depuis 2020
- Perception des parcs : logique de « consommation de l'espace »
- Une fréquentation dépassant la capacité d'accueil de leur territoire, pouvant amener une dégradation de certains lieux, des impacts sur la population locale, une pollution des écosystèmes, etc.



NOUVEAUX ENJEUX LIÉS À LA MOBILITÉ TOURISTIQUE (2)

Phénomènes liés à des manifestations ponctuelles, récurrents en période estivale mais parfois aussi toute l'année :

- saturation des parkings et manque de stationnements vélos
- stationnement gênant sur voiries, stationnement sauvage sur espaces naturels, privés ou interdits
- congestion routière sur des accès non adaptés à l'affluence,
- problèmes de sécurité routière et des conflits d'usages (voitures, vélos, campings-cars,...)
- services de mobilité alternative non adaptés
- certains sites plus impactés, souffrant de pics de fréquentation avec une atteinte à la quiétude des lieux



COLLECTIVITÉS ET GESTIONNAIRES DE SITES SOUHAITENT UNE GESTION OPTIMISÉE DES FLUX TOURISTIQUES

Limiter soit le flux de touristes sur site, soit le nombre de voitures en accès au site. Plusieurs leviers sont possibles :

- Sensibiliser à la préservation des sites, signalétique/nudges, médiation gardes et police municipale
- Offrir des solutions de mobilité alternative afin de limiter la pression automobile lors des pics de fréquentation, événements « journée sans voiture »
- Communiquer en temps réel sur l’affluence d’un site, observer la fréquentation (waze, traces GPS outdoorvision)
- Proposer des aménagements adaptés aux nouveaux usages,
- Rediriger vers d’autres sites,
- Contrôler l’accès sur les sites sensibles (quotas),
- Désaisonnaliser les activités,
- Inciter « à ne pas venir », campagne de démarketing territorial sur les réseaux sociaux notamment, intervention sur mauvais médias.
- Accompagner l’accueil (mesurer l’affluence, accueil numérique du client, gamification de l’attente...)

UNE GOUVERNANCE À METTRE EN PLACE

Une coordination des acteurs du tourisme et des
acteurs des mobilités à renforcer :

- La Région (TER, intermodalité et tourisme)
- Les AOM locales (services de mobilité...)
- Les PNR
- Les communes, le département (gestionnaires de voiries, tourisme...)
- Les transporteurs et les opérateurs de services de mobilité
- Les établissements touristiques, les gestionnaires de sites
- Les offices de tourisme, les comités et agences régionaux et départementaux du tourisme
- Les hébergeurs
- ...



Maison de l'écomobilité – PNR haute
Vallée de Chevreuse



EXEMPLES D' ACTIONS ATOUT FRANCE DANS LE DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE TOURISTIQUE

Pour ce qui relève du **Pôle Campagnes**, créé en 2020 :

- **Campagne de communication #Remarquablefrance** pour promouvoir la France hors des sentiers battus (l'art de vivre, la culture et le patrimoine, les animations locales, la nature et l'humain)
- **Sensibiliser les acteurs aux enjeux d'accessibilité et de mobilité touristique** : projet en cours de mise à disposition d'une **plateforme de sensibilisation en ligne** avec ARTIPS, à destination dans un premier temps des professionnels du tourisme.
- **Valoriser la filière d'agritourisme au niveau national**
- **Etat des lieux de l'hébergement à la campagne en portant notamment à connaissance l'apport des résidences secondaires** sur les territoires avec des données actualisées post-Covid.

- Guide réalisé à destination des **visiteurs, des élus et acteurs du tourisme**
- Propose des **données sur les mobilités touristiques** ainsi que des **recommandations** par type d'acteur (élus, acteurs du tourisme) pour développer des **mobilités touristiques durables**, comme les **mobilités électriques (IRVE)**
- S'adresse aux **voyageurs nouvellement acquéreurs d'un véhicule électrique**, en donnant des bonnes pratiques pour voyager en France.

**A T O U T
F R A N C E**
Agence de développement
touristique de la France



3 AMI INTÉRESSANTS DU PLAN DESTINATION FRANCE
AMI Transformation durable de l'économie touristique
AMI Destinations digitales

AMI Plateformes d'appui à l'innovation et à l'expérimentation touristiques

Appel à manifestation d'intérêt

Office de Tourisme et de la mobilité



Du 10 mai au 10 juillet 2023



©G.DESCHAMPS

Vers des offices de tourisme et de la mobilité en Occitanie porté par l'ADEME et le CRTL (vise une dizaine d'offices de tourisme accompagnés)

- Informer sur l'ensemble des offres de mobilité du territoire régional, tous modes confondus
- Promouvoir des solutions alternatives à la voiture thermique
- Mettre à disposition des services de mobilités bas carbone en lien avec les actions de la collectivité

ACCOMPAGNEMENT DE LA GESTION DES FLUX TOURISTIQUES PAR LA RÉGION SUD



Challenge « Innovation & gestion des flux touristiques » en 2020

- Enjeu : stimuler l'innovation dans le domaine de la gestion des flux touristiques, afin de favoriser l'étalement de la fréquentation touristique dans le temps et dans l'espace et/ou contribuer au développement d'un tourisme écoresponsable
- 3 lauréats : sociétés Affluences, Visitmoov et Feelcity

Appel à Projets Sites Touristiques Exemplaires en 2022

- L'AAP vise à identifier et aider des opérations d'amélioration de l'expérience client de sites emblématiques forts, ou à fort potentiel de développement, ainsi que des projets de pilotage numérique des flux touristiques.
- Objectif : optimiser les conditions d'accueil et d'information des visiteurs.

RESTRICTION DE FRÉQUENTATION PAR LA MISE EN PLACE DE QUOTAS AU PARC NATIONAL DES CALANQUES

Permis de visiter Sugiton expérimenté en 2022

- Accès à la calanque de Sugiton et des Pierres Tombées sur réservation gratuite uniquement
- Objectifs : limiter le nombre de visiteurs pour freiner les effets de la sur-fréquentation sur ce site emblématique et amorcer la restauration du milieu naturel
- Jauge de 400 visiteurs / jour
- Modalités de réservation et d'accès :
 - Des panneaux d'information sont installés sur site avec présence d'agents du Parc
 - Possibilité de réserver pour un groupe de 5 personnes de 3 jours avant et jusqu'à 18h la veille du jour de visite (max 8 fois/an/pers)
 - QR code à présenter lors de la visite
- > Retours positifs, reconduit en 2023



ACCUEIL DES TOURISTES À LA POINTE DU RAZ

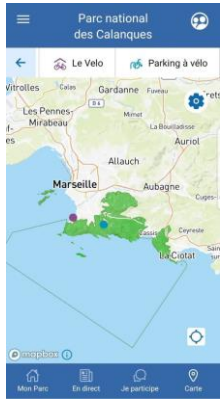
Forte attractivité avec 850 000 visiteurs /an

Engagement vers la mise en oeuvre d'une politique de développement durable

- Parking automobile payant d'avril à novembre 2022, macaron gratuit résident
- Arrêt autocars au niveau du parking (Réseau Breizhgo)
- Mise en place d'itinéraires cyclables, campagne de communication, incitation parking gratuit pour les vélos
- Navette électrique env 1km (PMR/enfant gratuit, personne valide 1€ A ou R)
- Sensibilisation du public avec l'entrée gratuite au Centre d'Interprétation et à l'auditorium pour découvrir le Grand Site de France et le Cap Sizun



SENSIBILISATION, BULLETIN D'ENGAGEMENT, MOBILITÉ ALTERNATIVE, MAISON ECO-MOBILITÉ, JAUGE NAVIRES



Date : _____
 Site d'intervention : _____

Mon éco-bilan d'acteur du PNR
 Je coche ce que je fais déjà :

	Souvent	Toujours
1 Je me renseigne sur mon itinéraire et ses difficultés et d'adapte les équipements	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2 J'imprime un sentier balisé	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3 Je tiens mon chien en laisse et je ramasse ses crottes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4 J'adopte les bons comportements face à un troupeau	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5 Face à un chien de protection, je m'arrête et j'adopte les bons comportements	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6 Je ramasse tous mes déchets même organiques (et papier toilette) à la maison	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7 J'accepte les imprévus et je suis prêt à faire un demeurant ou un détour si nécessaire	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8 Je tiens compte des autres, de leurs activités et j'adapte mes pratiques sur le terrain	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9 Je respecte l'interdiction de fumer, de faire un feu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10 Je limite ma cueillette aux espèces communes et comestibles et pour ma consommation personnelle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11 Je bivouaque de manière sommaire et discrète	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12 Je reconnais que je suis sur une propriété privée	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13 Je diffuse les bonnes pratiques auprès de mon entourage	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

J'améliore ce que je fais déjà et/ou j'adopte de nouveaux gestes ou comportement.
 Je m'engage à : _____

Pour sensibiliser les autres à la préservation du PNR je m'engage à lire les supports d'accompagnement avec une personne de mon entourage (enfants, amis, ...)

Prénom : _____ Signature(s) : _____

J'accepte que mon prénom figure sur le site web afin de témoigner de mon engagement pour la préservation du PNR.

En accord avec la MGPH accord en vigueur le 25 mai 2016, vous disposez d'un droit d'accès, de rectification et de suppression de vos données personnelles. Pour toute demande de correction à contacter le responsable du traitement, rue de l'Éclaircie Parc National Régional des Préalpes d'Azur 1, avenue François Galzy 06460 Saint-Vallier-de-Thiery - France.

Retrouver toutes les actions du Parc National Régional des Préalpes d'Azur sur www.parc-prealpesdazur.fr



Les aménagements cyclables

Un réseau cyclable structurant d'intérêt départemental (pistes / voies vertes / voies partagées)



Des sites départementaux de sport et loisirs (cyclotourisme / sport / VTT)



QUELQUES RESSOURCES SUR LA MOBILITÉ TOURISTIQUE

Cerema

Transports urbains et tourisme

Pour une meilleure prise en compte des touristes dans les politiques de mobilités urbaines

La mobilité et les déplacements des personnes touristiques
Retour sur questions et de cas
Les principaux enseignements et les bonnes pratiques

L'organisation mondiale du tourisme (OMT) définit le « tourisme » comme les activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans des lieux situés en dehors de leur environnement habituel. Ces activités s'accompagnent d'une mobilité particulière par rapport à la mobilité quotidienne, en termes de temporalités, de répartition modale, de localisation géographique... L'accessibilité même des sites et centres d'intérêt touristiques, des lieux d'hébergement conditionne la pérennité de l'activité touristique sur laquelle repose souvent tout ou partie de l'économie territoriale. De fait, mettre en cohérence les services de mobilité et l'offre de tourisme dans le cadre plus global de l'aménagement du territoire est un des enjeux des politiques publiques en termes d'économie, d'accessibilité et d'attractivité pour les territoires concernés.

1. Une approche thématique des déplacements touristiques

Organiser les déplacements liés au tourisme événementiel

La gestion des déplacements lors d'un événement localisé dans un espace et dans un temps limité pose des enjeux forts, notamment en termes de sécurité. L'attention est ici portée sur les pratiques de gestion des déplacements dans les villes confrontées à une dispersion forte des flux lors d'événements d'envergure au moins nationale. Tous les modes de transports sont concernés et tous les usagers sont abordés, y compris celle des personnes à mobilité réduite.

La thématique des déplacements touristiques est complexe, dans la mesure où plusieurs types de touristes et de tourisme cohabitent mais aussi où le contexte territorial est prépondérant dans l'analyse des besoins et des comportements. Le Cerema a choisi d'engager des études sur trois thèmes principaux, dans l'objectif de mieux appréhender les offres de mobilité urbaine proposées aux touristes.

Avril 2015

Collection | Connaissances

Spécie aux éditions du **Certu**

Cerema

Transports urbains et tourisme

Pratiques françaises pour une mobilité touristique durable

La France est une des premières destinations touristiques mondiales, avec 83 millions d'arrivées de touristes internationaux. En outre, près de 70 % des français partent en vacances, neuf fois sur dix en France métropolitaine. De fait, le tourisme représente 7 % du PIB du pays. Les enjeux économiques de cette activité sont donc particulièrement stratégiques.

Pour les territoires, l'accueil de plus d'une fois la population française, et parfois dans des temporalités courtes, interpelle les acteurs locaux qui doivent mettre en place des politiques publiques adaptées et ce d'autant que l'objectif gouvernemental est d'accueillir 100 millions de touristes d'ici 2020. Dans ce but, et afin que la France garde son rang international, les conditions d'accueil et de déplacements des visiteurs doivent atteindre un meilleur niveau de service et une qualité qui répondent au mieux aux besoins des touristes et aux enjeux environnementaux.



Fiche - avril 2019

Collection | Connaissances

Cerema

Connaitre la mobilité touristique

Guide méthodologique pour la réalisation d'enquêtes



Collection | Connaissances

fntv
Fédération nationale des transports de voyageurs

OBSERVATOIRE du MAAS

MAAS & TOURISME

Constats et préconisations

OCTOBRE 2022



REPUBLIQUE FRANÇAISE, Cerema, UTP, AGIR TRANSPORT, ATEC ITS FRANCE, gart, ADICET, REGIONES DE FRANCE, SYNTREC INGENIERIE

Information sur l'offre multimodale pour accéder à destination depuis le lieu de résidence (longue distance)

Information sur les offres de mobilités à proximité de l'hébergement

Information sur les modalités d'accès aux activités et sites touristiques

Merci pour votre attention

