



HAL
open science

Quelles réponses en termes de services de transport aux afflux saisonniers de visiteurs ?

Louise Chasset

► **To cite this version:**

Louise Chasset. Quelles réponses en termes de services de transport aux afflux saisonniers de visiteurs ?. Gestion et management. 2011. dumas-00793086

HAL Id: dumas-00793086

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-00793086v1>

Submitted on 21 Feb 2013

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Louise CHASSET

Le 14 septembre 2011 à Lyon

Membres du jury

B. Faivre d'Arcier
P-Y. Peguy
J. Petit

[QUELLES REPONSES EN TERMES D'OFFRE DE TRANSPORT AUX AFFLUX SAISONNIERS DE VISITEURS ?]

[Intitulé du diplôme] Master Professionnel Transports Urbains et Régionaux de Personnes (TURP)		
[Tutelles] Université Lumière Lyon 2 Ecole Nationale des Travaux Publics de l'Etat (ENTPE)		
[Titre] Quelles réponses en termes de services de transport aux afflux saisonniers de visiteurs ?		
[Auteure] Louise CHASSET		
[Membres du Jury] B.Faivre d'Arcier P-Y.Peguy J.Petit		
[Nom et adresse du lieu du stage] Bureau d'études INDDIGO-ALTERMODAL 4 Avenue Millet 44 000 NANTES		
[Résumé] <p>Le tourisme est un phénomène de plus en plus répandu et important. Il permet ainsi à de nombreux territoires de vivre économiquement et socialement. Cependant, de par l'aspect saisonnier des migrations touristiques, ces territoires sont soumis à de fortes variations de population présente. Les conséquences sur le fonctionnement des réseaux de transport et plus largement sur l'environnement peuvent être néfastes si les flux de visiteurs ne sont pas maîtrisés. En termes d'offres de transport, plusieurs solutions existent et sont mises en place sur le terrain et permettent l'adaptation. Ces solutions peuvent être des aménagements, de l'ordre de la communication, ou plus largement organisationnelles. C'est la combinaison de ces outils qui constitue la solution.</p>		
[Mots clés] Mobilité touristique Transport, déplacements Tourisme Visiteur, résident		Diffusion : papier : [oui/non]* électronique : [oui/non]* Confidentiel jusqu'au : juin 2012
[Date de publication] Septembre 2011	[Nombre de pages] 69	[Bibliographie (nombre)] 20

[Entitled of Diploma] Master Degree Diploma in Urban and Regional Passenger Transport Studies		
[Supervision by authorities] Université Lumière Lyon 2 Ecole Nationale des Travaux Publics de l'Etat (ENTPE)		
[Title] Quelles réponses en termes de services de transport aux afflux saisonniers de visiteurs ?		
[Author] Louise CHASSET		
[Members of the Jury (name and affiliation)] B.Faivre d'Arcier P-Y.Peguy J.Petit		
[Place of training] Bureau d'études INDDIGO-ALTERMODAL 4 Avenue Millet 44 000 NANTES		
[Summary] <p>The phenomenon of tourism is nowadays even more extended and important than the previous years, thus this activity allows several regions to a healthy economic and social life. However, because of the seasonal aspect of these tourist migrations, these regions are subjected to high variations of population. Consequences of these variations on the transport networks functioning, and generally on the environment can be very negative if the visitors flows are not controlled. Concerning the transport supply there are various solutions which bring about adaptation and flexibility. Those tools can be constructions, communication, or more generally about actors' organisation. It is the combination of those tools which is the solution.</p>		
[Key Words] Tourist mobility Displacement, transport Tourism Visitor, resident		Distribution statement : Paper : [yes / no]* Electronic : [yes / no]* Declassification date : June 2012
[Publication date] September 2011	[Nb of pages] 69	[Bibliography] 20

REMERCIEMENTS

Je tiens en premier lieu à remercier toute l'équipe de l'agence transport et déplacements de Nantes pour leur accueil, leur disponibilité et leur enthousiasme au quotidien. Chacun d'eux m'a permis de participer aux projets en cours, me laissant une autonomie certaine tout en me faisant part de conseils avisés et nécessaires.

Merci à Patrick Sucche et Stéphane Morvan pour m'avoir fait confiance et m'avoir permis de réaliser ce stage au sein d'Inddigo.

Merci enfin à toutes les personnes que j'ai pu croiser au cours de mon stage pour leur collaboration indulgente.

SOMMAIRE

REMERCIEMENTS.....	5
SOMMAIRE	6
CONTEXTE DU STAGE	7
INTRODUCTION AU THEME	11
PRESENTATION DE L'ETUDE DE CAS.....	12
1 CARACTERISATION ET FONCTIONNEMENT D'UN TERRITOIRE SOUMIS AUX AFFLUX SAISONNIERS	16
1.1 Sources de données	17
1.2 Caractérisation de l'usager visiteur	18
1.3 Caractérisation des flux de déplacements touristiques.....	25
1.4 Synthèse : concilier visiteurs et résidents.....	31
2 SOLUTIONS OPERATIONNELLES ET ORGANISATIONNELLES POUR REpondre A L'AFFLUX DE TOURISTES SAISONNIERS	33
2.1 La problématique du dimensionnement.....	33
2.2 Une offre de transport adaptable.....	34
2.3 La tarification comme outil de report modal.....	41
2.4 Les porteurs de projet : Associer les acteurs du tourisme et des transports à la réflexion ..	43
2.5 La communication : orienter les visiteurs.....	44
2.6 Sources de financement.....	47
CONCLUSION.....	52
TABLE DES MATIERES.....	53
INDEX DES IMAGES	55
BIBLIOGRAPHIE.....	56
ANNEXES	58

CONTEXTE DU STAGE

INDDIGO est un bureau d'études français à spécification développement durable. Ce cabinet de 230 salariés présente aux collectivités et aux industriels une double facette conseil et ingénierie permettant ainsi de leur offrir une approche complémentaire en développement durable. Le conseil apporte à l'ingénierie une vision stratégique plus globale, l'ingénierie augmente la pertinence et l'opérationnalité du conseil. La société se développe depuis sa création en 1986 dans trois grands axes majeurs :

- Économiser les ressources naturelles et limiter au maximum les nuisances en réduisant et recyclant les déchets, en optimisant les usages énergétiques, en adaptant les modes de déplacement, en construisant des bâtiments sains et économes.
- Assurer un développement harmonieux des activités économiques et sociales à l'échelle des territoires, des collectivités, des entreprises.
- Contribuer à montrer l'exemple en plaçant l'humain et l'environnement au même titre que l'économique au cœur du propre projet d'entreprises.

Le bureau d'études propose d'apporter à ces clients une expertise technique ciblée, une connaissance fine des acteurs, des réglementations et des procédés (pour chaque domaine d'activité). Afin de mieux servir ses clients, INDDIGO découpe le territoire français en six grandes régions. Chaque région est représentée par au moins une agence principale basée dans une des grandes villes composant le territoire. L'agence de Nantes fait partie de l'une des 8 grandes implantations de la société INDDIGO. Elle recouvre le secteur Ouest et plus précisément les régions de la Bretagne, des Pays de la Loire, du Poitou-Charentes et des départements du Loir-et-Cher, de l'Indre et de l'Indre-et-Loire.

On retrouve dans chaque agence une organisation plus ou moins similaire avec une répartition par domaines d'activités et un management par activité. INDDIGO comprend 6 grands domaines d'activités plus communément appelés des départements. Chaque département recouvre une thématique du développement durable.

Les six départements sont les suivants :

- **Transports et déplacements (Altermodal)**

Il correspond au management de la mobilité, des transports, de l'urbanisme, de l'aménagement du territoire, du tourisme et de l'environnement. Les employés de ce département réalisent des missions de programmation et de planification, de faisabilité, d'expertise et d'assistance à maîtrise d'ouvrage. Les activités du département sont divisées en trois segments correspondant chacun à une thématique et à un référent spécialiste de celle-ci :

- Les modes doux : domaine historiquement cœur de métier du bureau d'étude, ces missions portent sur la faisabilité d'itinéraires vélo, la conception de services vélo, ou encore l'accessibilité de la voirie publique avec la réalisation de PMAV (Plan de Mise en Accessibilité de la Voirie)
- Multimodalité et transports : missions prenant en compte plusieurs modes de transport et étudiant leur organisation et gestion globale, il s'agit de la réalisation de PDU (Plan de Déplacements Urbains), de restructuration de réseaux de transport en commun ou d'analyse du stationnement automobile.

- Management de la mobilité : thématique plus récente, les missions peuvent porter sur la mise en place de PDE (Plan de Déplacements Entreprises), ou l'organisation d'un service de covoiturage.

- **Aménagement du territoire**

Ce département met en place des programmes de développement social, environnemental ou économique tels que les agendas 21, les contrats de pays ou d'agglomération, les programmes Leader, Life, les Bilans carbone, des dispositifs d'éco responsabilité, d'aménagement du territoire... Les salariés appuient les collectivités dans les démarches de concertation, de gouvernance et d'évaluation réglementaires et stratégiques. C'est en somme une aide aux démarches d'aménagements HQE, d'aménagements de ZAC, de quartiers durables, de rénovations urbaines...

- **Energie et Climat**

Les salariés de ce département mettent en place des schémas énergétiques territoriaux, des études de ressources et des plans climats. Plus techniquement, ils réalisent des audits énergétiques et ont des missions d'ingénierie de systèmes d'énergies renouvelables.

- **Bâtiment Durable**

Ce département apporte aux collectivités ou aux particuliers une expertise environnementale. Il propose des solutions concrètes et pérennes pour la construction ou la rénovation de bâtiments.

- **Déchet et écologie industrielle**

Ce département appuie les collectivités, les entreprises, les professionnels et autres éco-organismes dans leurs démarches de gestion des déchets. Il met en place des stratégies pour réduire les déchets à la source, les valoriser et les traiter au mieux. Il soutient aussi les collectivités locales, qui sont ses premiers clients, dans des démarches de prévention, de planification, de gestion et d'optimisation des services de collecte et de traitement des déchets ménagers. Enfin, il réalise des Assistance a Maitrise d'Ouvrage (AMO) ou des Maitrises d'œuvre (Moe) pour l'implantation, la conception, la construction des équipements de valorisation, de traitement et de stockage des déchets.

- **Gouvernance et gestion responsable**

Ce département propose d'accompagner les organisations publiques et privés dans leurs choix et déploiements stratégiques, à travers une expertise sociale, de concertation et sur les montages juridiques et financiers.

Lors du stage au sein du bureau d'étude INDDIGO-ALTERMODAL de Nantes, j'ai pu prendre part à différentes missions et études aux aspects très variés. Le présent document s'appuie en grande partie sur une étude menée au Pouliguen (44), dans le cadre de la révision de son Plan Local d'Urbanisme (PLU), décrite plus précisément ci-après. Les missions auxquelles j'ai pu prendre part sont les suivantes :

- **Tourne-à-droite vélo sur la Communauté d'Agglomération de Nantes**

La Communauté d'Agglomération de Nantes Métropole met en place une expérimentation sur seize carrefours à feux: sur certaines branches de ces carrefours les cyclistes sont autorisés, grâce à de nouveaux panneaux, à tourner à droite en permanence, même pendant la phase de feu rouge. La mission consiste à évaluer la pertinence d'une telle mesure en mesurant l'évolution des pratiques. *Je suis intervenue sur l'analyse et la définition d'indicateurs mesurant l'évolution des pratiques aux carrefours. Puis j'ai participé à la formalisation et synthèse des conclusions.*

- **Evaluation de l'impact économique de la pratique du vélo**

L'Union Nationale des Affaires Familiales, en partenariat avec l'Etat, souhaite faire un point sur l'offre de stationnement des vélos dans l'habitat collectif et son incidence sur la pratique cycliste à partir d'une recherche bibliographique et d'entretiens. *Ma mission a été de réaliser plusieurs entretiens qualitatifs avec des familles sur leur approche du stationnement à leur domicile ainsi que de leur pratique du vélo et son impact économique pour le ménage. Des comptes-rendus ont ensuite été produits.*

- **Itinéraire St Jacques à vélo**

Dans le cadre de l'Euro vélo route N°3, la Région Centre souhaite construire un itinéraire vélo vers St Jacques de Compostelle. Prenant en compte la qualité des cheminements disponibles, les points d'intérêt St Jacques de Compostelle et les aménagements disponibles, il s'agit de concerter l'ensemble des acteurs pour identifier l'itinéraire le plus pertinent. *Je suis intervenu pendant la phase de collecte de données auprès des différents partenaires. J'ai également participé à des réunions de concertation.*

- **Suivi des PDE de la Communauté d'Agglomération de La Rochelle**

La Communauté d'Agglomération de La Rochelle soutien les Plans de Déplacements Entreprises et Administration sur son territoire. Dans ce cadre, une enquête auprès de l'ensemble des salariés concernés est proposée. Après un premier diagnostic en 2009, il s'agit d'évaluer l'évolution des pratiques sur les déplacements domicile-travail et ainsi l'efficacité des PDE mis en place. Ma mission était de contacter la quarantaine d'entreprises participantes pour définir avec elles les modalités d'administration et de collecte des questionnaires. J'ai également réalisé une affiche de communication sur l'intérêt de prendre part à cette démarche.

- **Etude déplacements pour la commune de La Richardais**

Commune d'Ille-et-Vilaine, La Richardais souhaite avoir une expertise sur les problématiques de circulation sur sa commune, en lien avec les projets réaménagement de certains points importants de la commune. *Je suis intervenue sur la phase diagnostic de cette étude. Ma mission a consisté à la collecte et synthèse des données à partir d'études existantes et d'une étude de terrain.*

D'autre part, il m'a également été donné de participer à une mission sur la commune du Pouliguen (44), commune de bord de mer soumise à de fortes variations de population dues au phénomène saisonnier touristique. C'est donc en partie sur cette étude que s'appuie la présente réflexion. Les problématiques de la commune sont présentées comme suit dans le Cahier des Charges :

« Le Pouliguen s'inscrit au sein de la presqu'île guérandaise, dans la bande littorale urbanisée qui relie différentes polarités dont Saint-Nazaire, Pornichet, La Baule et Le Pouliguen. La commune fait partie de la communauté d'agglomération de Cap Atlantique, dont le Scot a été arrêté le 26/03/2010.

La commune, à l'interface entre marais salants et littoral a une histoire fortement liée à la pêche et à la saliculture. L'urbanisation de la ville est indissociable de la balnéarisation du territoire, et notamment de l'arrivée de la ligne de chemin de fer Saint-Nazaire – Le Croisic. Aujourd'hui, les activités de saliculture et de pêche demeurent (le centre-ville historique est tourné vers le port), mais de façon marginale, tandis que l'activité touristique s'est fortement développée. L'identité de la commune repose principalement sur ces deux grands items : les éléments naturels qui bordent la commune (et les activités qui y sont liées) d'une part et l'activité touristique anciennement ancrée d'autre part. Le patrimoine bâti notamment est le témoin de ces activités diverses : de la petite maison de pêcheur du bourg à la grande villa sur la pointe de Pentchâteau. La richesse du

patrimoine paysager et bâti de la commune sont protégés par une Zone de Protection du Patrimoine Architectural, Urbain et Paysager, instaurée en 2001.

Les problématiques de ce territoire sont données par sa géographie : Le Pouliguen est une petite commune (439 hectares), presque entièrement urbanisée et à l'interface entre marais et littoral, reliés notamment par l'étier. Ces particularités confèrent de réels atouts à la commune (en termes d'environnement et de paysage) mais circonscrivent également son développement à l'enveloppe urbaine existante.

De ce fait, la rareté et la cherté des marchés fonciers et immobiliers, la gestion de la saisonnalité, la protection de l'environnement... interrogent la capacité d'accueil de la commune et les formes de son développement. En effet, en 2006, la population communale s'élève à 5 308 habitants, soit quasiment la même population qu'en 1999. Le solde naturel, déficitaire, n'est pas compensé par un solde migratoire positif, s'ensuit donc un fort vieillissement de la population. »

Ainsi, en parallèle du Plan Local d'Urbanisme (PLU), la mission est de réaliser un diagnostic des transports et déplacements sur la commune puis d'en formuler des propositions, en lien avec les axes d'orientation du PLU en construction. »

L'étude consiste donc en l'analyse de l'offre et du fonctionnement de l'ensemble des réseaux de transport sur et à destination de la commune, en lien avec la révision du Plan Local d'Urbanisme. L'un des enjeux est la confirmation et proposition d'espaces réservés dans le code du PLU, à usage des réseaux de transport futurs. J'ai pu prendre part à la première phase de diagnostic entre mai et septembre 2011.



Figure 1 : La Côte d'Amour (Source : IGN, géoportail)

INTRODUCTION AU THEME

La France est la première destination mondiale pour le tourisme. Le poids de la consommation touristique représentait 6,2% du PIB¹ national en 2007 d'après l'INSEE. Cela représente également beaucoup d'emplois pour répondre à de fortes fréquentations, non homogènes dans le temps et dans l'espace. Au-delà de l'aspect économique des choses, il convient de s'interroger sur les conséquences de telles fréquentations sur le fonctionnement des espaces touristiques.

D'après une enquête réalisée en 2004 basée sur la méthode des flux, les touristes représentent en moyenne sur l'année 7.8% de la population présente sur le territoire de la Région Aquitaine, soit un apport de 94 000 personnes par jour. A ce phénomène d'afflux touristique massif s'ajoute celui de la saisonnalité. Ainsi, la période de vacances estivales (les mois de Juillet et Août), période privilégiée par le tourisme balnéaire, représente 51% de la fréquentation touristique sur la région. L'afflux de population touristique peut également être ponctuellement aigu lors de « pics » : le 14 Août la part de touriste équivaut à 40% de la population résidente en Région Aquitaine.

Les forts afflux saisonniers ont, dans un premier temps, plusieurs impacts sur le fonctionnement des déplacements sur les lieux concernés par les fortes concentrations. La densité d'automobile augmente donc mathématiquement ce qui provoque des phénomènes de congestions et de saturation des espaces de stationnement, posant des problèmes de fluidité des déplacements. De manière plus générale, l'environnement est directement touché par les fortes variations de fréquentations des espaces touristiques. A la fois de par la saturation des réseaux de transports, mais aussi directement par les activités humaines décuplées : production de déchets, besoins d'éclairage, activités touristiques, ..., un tourisme non maîtrisé peut engendrer des effets néfastes pour l'environnement. De plus, que ce soient en bord de mer ou en montagne, il s'agit souvent d'espaces fragiles nécessitant une protection redoublée. Les conséquences n'en sont que plus rapides et importantes.

Cependant, ces territoires sont souvent économiquement dépendants du tourisme. De nombreuses personnes travaillent dans le domaine du tourisme et vivent de cette activité. Par exemple, la commune du Pouliguen (44), située sur le littoral Atlantique, compte près de 50% de sa population active travaillant dans le secteur du commerce, transport et services divers.

Ainsi, il paraît essentiel de trouver un compromis entre les impacts positifs et négatifs du tourisme pour le territoire. Tout en accueillant les visiteurs, il s'agit de chercher des solutions pour en limiter les impacts. Cela passe notamment par l'offre et les pratiques en matière de déplacement, sur le site de vacances. La problématique est donc d'imaginer l'offre de transport et dimensionnement pour répondre aux forts afflux saisonniers de touristes, afin d'en limiter les conséquences sur l'environnement.

Dans cette étude, les stations balnéaires seront étudiées, même si les stations de montagne ou les espaces naturels protégés sont soumis aux mêmes variations de fréquentation et donc aux mêmes impacts, décalé dans le temps.

Après une définition et caractérisation de la demande et des pratiques actuelles en matière de mobilité touristique, il s'agira d'analyser les offres et dimensionnements d'offre de transport pouvant être une solution aux variations saisonnières, pour en limiter les impacts sur l'environnement. Finalement, pour aller plus loin, le concept d'écomobilité touristique et des exemples de réalisations concrètes seront présentés.

¹ Produit Intérieur Brut : un indicateur économique utilisé pour mesurer les richesses créées dans un pays donné

PRESENTATION DU CAS D'ETUDE

• Localisation et situation de la commune du Pouliguen

Le Pouliguen est une commune de Loire-Atlantique (département 44), située sur la Côte Atlantique, située dans la presqu'île guérandaise. A environ 80 kilomètres à l'Ouest de la métropole nantaise (soit 1h en voiture ou 1h30 en train), et à 20 kilomètres de l'agglomération de Saint Nazaire, Le Pouliguen dispose d'une gare ferroviaire sur la ligne « Nantes <-> Le Croisic ». La départementale D45 traverse le territoire de la commune. Le Pouliguen est limité au Sud par la mer, à l'Est par un étier le séparant de La Baule et au Nord par les marais salants. La commune limitrophe à l'Ouest est Batz s/ Mer, également commune touristique de bord de mer. Le Pouliguen fait partie de la bande littorale de bâti entre La Baule et le Croisic.



Figure 2 : Localisation de la commune du Pouliguen (44)

(Source : Citadia)



Figure 3 : Logo de la communauté de communes de Cap Atlantique

La commune fait partie de la communauté de commune de Cap Atlantique, regroupant 15 communes de la Presqu'île de Guérande. Récemment munie d'un SCOT (Schéma de Cohérence Territorial) en juillet dernier et disposant de la compétence transport régulier et scolaire, la communauté de

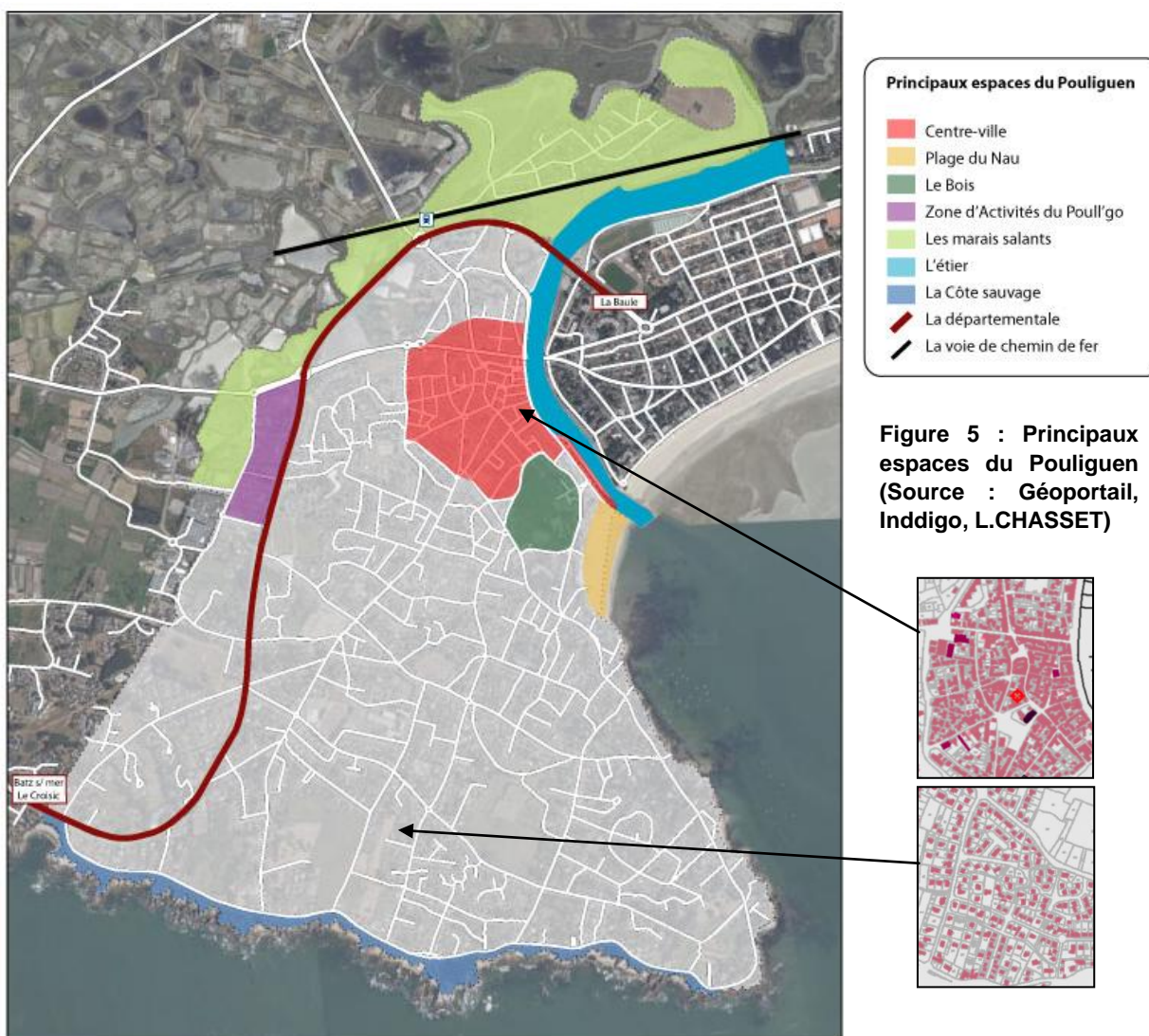
communes a choisi de déléguer cette compétence au Syndicat Mixte Réseau Cap Atlantic' les regroupant aux Conseil Généraux de Loire-Atlantique et du Morbihan. Cette offre est intégrée à celle du Conseil Général sous le nom « LILA » pour plus de lisibilité pour l'utilisateur.

La commune du Pouliguen est composée de plusieurs espaces différenciés (cf. carte ci-après). Le centre-ville, regroupant des commerces de proximité et concentrant les services, est localisé au bord de l'étier. Il se prolonge par la promenade, jusqu'à la plage du Nau. La promenade attire à la fois les résidents et les visiteurs pour des balades ou pour ses nombreuses ventes de gaufres, crêpes ou glaces. Entre le centre et la plage, un parc boisé et regroupant des équipements sportifs est également un lieu



Figure 4 : Promenade du Pouliguen (Source : Inddigo)

de loisirs pour les habitants. Au Sud, la Côte sauvage est un espace escarpé où des cheminements aménagés permettent de se promener. La commune dispose d'une Zone d'Activités regroupant une grande surface, des commerces et des activités artisanales. Finalement, la partie Nord de la commune est le début des marais salants appelés « de Guérande », dont une partie est classé « Zone humide d'importance nationale » et ZICO (Zones d'Importance pour la Conservation des Oiseaux). Cette partie du territoire est également soumis aux risques d'inondation et est séparée du reste par la voie ferrée.



Le bâti du Pouliguen est essentiellement composé de maisons individuelles, notamment au Sud de la commune. Le centre-ville est plus dense, même si le bâti ne dépasse pas le R+4 (cf. extraits du cadastre). Finalement, de nouvelles constructions dans la partie Nord du territoire sont plus hautes et atteignent des R+7. Le centre-ville ainsi que les bords de mer (parties Est et Sud de la commune) sont classés ZPPAUP (Zone de Protection du Patrimoine Architectural, Urbain et Paysager) et sont donc soumis à des règles strictes en matière d'urbanisme.

- Evolution de la population**

Le Pouliguen compte une population de 5 199 habitants au dernier recensement de 2007. Sur les dix dernières années, la population pouliguennaise est restée stable (-0.2%, cf. tableau ci-dessous) ; contrairement à la moyenne d'évolution de la population sur Cap Atlantique, qui elle a augmenté de 1.3% entre les deux derniers recensements. La commune, arrive donc à la stagnation de sa population.

Année	1968	1975	1982	1990	1999	2007
Population du Pouliguen	3 788	4 276	4 383	4 912	5 265	5 199

Figure 6 : Evolution de la population de la commune du Pouliguen entre 1968 et 2007
(Source : INSEE)

➤ *Age de la population*

Parallèlement à la stagnation, la population du Pouliguen est vieillissante. En effet, entre les deux derniers recensements de 1999 et 2007, les tranches d'âge ayant progressé sont celles concernant les plus de 45 ans. Ajoutons que la part des plus de 75 ans dans la population a augmenté de 6 points lors des huit dernières années pour représenter près d'une personne sur 5. Dans le même temps, la part des moins de 45 ans a diminué.

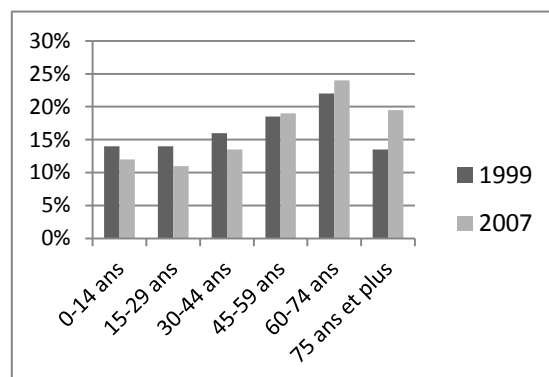


Figure 7 : Age des pouliguennais en 1999 et 2007 (Source : INSEE)

➤ *Composition des ménages*

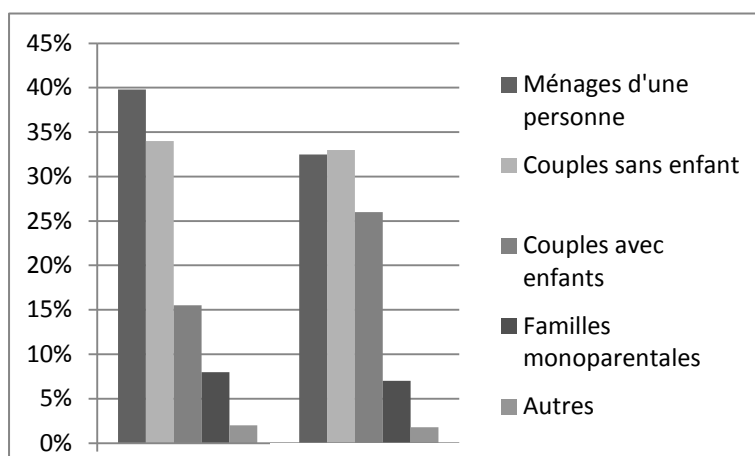


Figure 8 : Composition des ménages pouliguennais en 2007 (Source : INSEE)

D'autre part, les ménages pouliguennais sont pour la majorité (près de 75% des ménages), des personnes seules ou couples sans enfants. Les familles représentent moins d'un ménage sur cinq, alors que sur l'ensemble de la communauté d'agglomération de Cap Atlantique elles sont 1/3 des ménages en moyenne. Cela correspond en moyenne à 1.9 personnes par ménage sur la commune du Pouliguen.

Ajoutons que la population du Pouliguen en moyenne de revenus élevés. Ainsi, le revenu net moyen déclaré en en 2008 est de 24 739€, contre 23 441€ pour la Loire-Atlantique, soit 6% de plus. La source principale de revenu sur la commune sont les retraites, pensions et rentes (à hauteur de plus 44,4%).

➤ ***Ainsi, la population du Pouliguen est pour la majorité âgée et sans enfants, à la retraite et disposant de revenus importants***

• **Le marché du logement**

Plus de la moitié des logements de la commune sont déclarés en résidence secondaire, contre un peu plus d'un sur dix en moyenne dans le département de Loire-Atlantique. La part des résidences secondaires est donc élevée, même pour une commune de bord de mer. D'autre part, les logements vacants ne représentent que 1% de l'ensemble du parc locatif, soit un taux de rotation faible, donc une forte pression sur le marché de l'immobilier du Pouliguen. Parallèlement, la commune ne dispose que de 226 logements sociaux, soit 8.6% des résidences principales. Ce taux est faible compte tenu de la loi SRU (Solidarité Renouvellement Urbain) obligeant les collectivités locales à au moins 20% de logements sociaux dans leur parc.

Types de logement	Nombre	Part
Résidences principales	2610	42%
Résidences secondaires	3534	57%
Logements vacants	86	1%
Total	6230	100%

Figure 9 : Nombre de logements au Pouliguen (Source : INSEE)

- **L'activité économique**

- *La population active*

Parts de retraités dans la population totale		
Année	1999	2007
Part	32,7%	50,0%

Figure 10 : Part de retraités au Pouliguen (Source : INSEE)

La commune du Pouliguen présente un taux de chômage de 10.7 %, contre 9.8% pour la communauté de Commune de Cap Atlantique, soit un point de plus. De plus, la part des retraités a augmenté de 17 points sur les huit dernières années pour atteindre la moitié de la population en 2007, ce qui est important (cf. figure 10).

- *Les domaines d'activité économiques*

L'économie de la commune du Pouliguen est essentiellement tournée vers les activités tertiaires. En effet les secteurs primaires et secondaires ne représentent que 20 % des emplois. Le commerce, le transport et les services divers sont une part importante puisque correspondent à la moitié des postes salariés sur la commune. Ce chiffre correspond en grande majorité à l'industrie touristique, principale activité du Pouliguen.

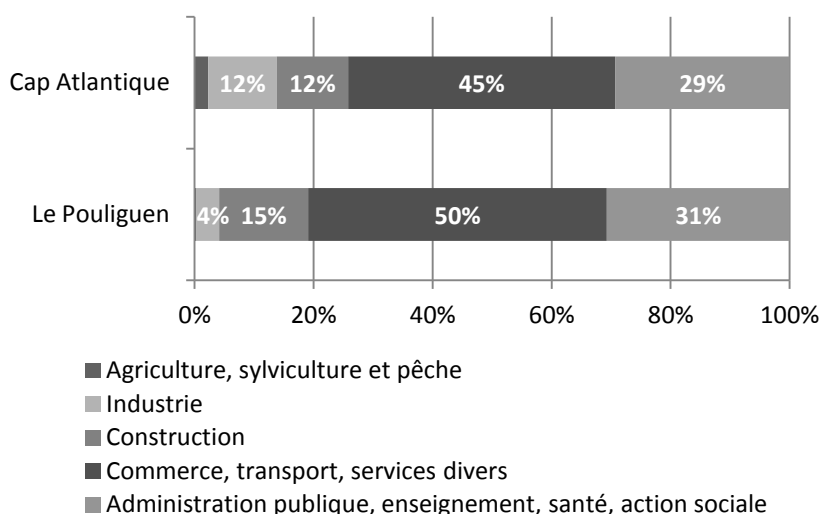


Figure 11 : Secteurs de l'économie pouliguennaise en 2007 (Source : INSEE)

- *Taux de motorisation des ménages*

Motorisation des ménages (2007)	Le Pouliguen		Batz s/ mer	
	Nombre de ménages	Part des ménages	Nombre de ménages	Part des ménages
Sans voiture	433	17%	173	12%
Une voiture	1446	56%	755	53%
Deux voitures ou plus	726	28%	516	36%

Figure 12: Taux de motorisation des ménages au Pouliguen et à Batz s/ mer en 2007 (Source : INSEE)

La commune du Pouliguen a un taux de motorisation de 84% (c'est-à-dire le nombre de ménages possédant au moins un véhicule par rapport à l'ensemble des ménages), ce qui est sensiblement en dessous de la moyenne du département Loire-Atlantique (85.3%). A titre de comparaison par rapport à la commune limitrophe de Batz s/ mer, moins de ménages ne disposent d'aucun véhicule proportionnellement à la population, alors que les taux de motorisation sont similaires. On peut donc conclure que la population pouliguennaise est sensiblement moins motorisée que ses communes limitrophes.

1 CARACTERISATION ET FONCTIONNEMENT D'UN TERRITOIRE SOUMIS AUX AFFLUX SAISONNIERS

Dans un premier temps, il s'agit de définir et étudier le fonctionnement d'un territoire soumis aux afflux saisonniers. En effet, c'est bien à partir de la compréhension des usagers visiteurs, de leurs besoins et choix en matière de déplacements que l'offre de transport proposée peut être analysée.

Au centre de la thématique se trouve la notion de site touristique. Il s'agit d'un espace bénéficiant d'une attractivité touristique certaine. Les facteurs d'attractivité touristique sont définis comme suit :

- La qualité de l'environnement : il s'agit à la fois de l'environnement naturel et urbain. Le climat recherché varie suivant les visiteurs mais également suivant la saison : alors qu'en été la chaleur sera majoritairement demandée, le froid l'emportera en hiver.
- L'intérêt des paysages : très dépendant des goûts et des couleurs, de facteur comprend à la fois les paysages naturels mais également le patrimoine bâti.
- Les activités praticables
- La notoriété et l'image de la station : chaque territoire met en avant une identité touristique, facteur d'attractivité plus ou moins forte suivant qu'elle corresponde ou non au public visé.
- Les attaches dans la région : amis, famille, sont également des raisons pour choisir un territoire spécifique pour ses vacances
- L'accessibilité et proximité du domicile : finalement, la facilité et rapidité d'accès au site est un facteur influent, notamment pour les courtes durées de séjour.

Notons que la moitié des facteurs mentionnés plus haut sont eux aussi saisonniers, ce qui explique une attractivité fluctuante au cours du temps. Les afflux de visiteurs sont concentrés dans le temps, mais également dans l'espace. Ainsi, notamment sur la côte littorale, le tissu touristique est ponctué de points de concentration de l'offre et de la demande en services touristiques, appelés station.

Sur la Presqu'île de Guérande, les personnes enquêtées déclarent choisir ce lieu de vacances pour deux principales raisons à savoir le patrimoine naturel et les paysages à 58% puis le bord de mer et la plage pour 55%². Finalement, une personne sur quatre déclare avoir un attachement avec ce territoire (famille, amis, souvenirs, ...).

Cependant les territoires touristiques concernés par cette étude sont en premier lieu ceux soumis à de fortes variations de populations saisonnières. Les sites bénéficiant d'une forte attractivité touristique sur une période de temps donnée et limités dans l'espace peuvent ainsi en subir les conséquences néfastes si les flux ne sont pas maîtrisés.

Après un rappel sur les sources de données disponibles, les visiteurs ne sont pas les seuls usagers des réseaux de transport locaux. Ils les partagent avec les résidents permanents à l'année et les travailleurs saisonniers. Il s'agit ici de préciser la demande et les pratiques des visiteurs, de caractériser les visiteurs de ces sites pour mieux en comprendre les habitudes et proposer une offre de transport adaptée.

² BRETAGNE PLEIN SUD, *Etude veille des clientèles 2010*, présentation de Cap Atlantique, 12 p.

1.1 SOURCES DE DONNEES

La principale source de données régulière sur les déplacements et la demande en transport sont les Enquêtes Ménages Déplacements (EMD). Cependant ces enquêtes ne s'intéressent qu'aux déplacements réguliers, à savoir domicile-travail, domicile-étude, ou achats par exemple. Elles sont d'ailleurs réalisées pendant les périodes de l'année et de la semaine où les enquêtés sont supposés mener une « vie régulière » (soit en semaine, et non le week-end). Les déplacements sur le lieu de vacances ne font pas l'objet d'enquêtes systématiques.

Il existe plusieurs sources d'information concernant les déplacements entre le domicile et le lieu de vacances. L'INSEE réalise des enquêtes spécifiques à la thématique et a notamment édité un document intitulé « Les vacances des français »³ reprenant de nombreuses données et comparaisons sur le sujet. Concernant les déplacements touristiques sur le lieu de vacances, les données ne sont pas aussi facilement disponibles. En effet, les enquêtes et statistiques sur la thématique ne sont pas systématiques et sont hétérogènes sur le territoire.

On distingue trois sources d'information sur la demande et les déplacements touristiques sur le lieu de vacances :

- **La méthode des flux**

Cette méthode a pour objectif de quantifier le nombre de touristes présents sur un territoire donné et délimité, au jour le jour. La fréquentation touristique est donc évaluée en prenant comme point de référence une période d'étiage des flux routiers. Puis le solde des entrées et sorties du territoire délimité est estimé à partir de comptages routiers ou enquêtes plus précises. Y sont ajoutées les fréquentations ferroviaires et aériennes. La méthode des flux est efficace par rapport à l'objectif de quantification de la présence et demande touristique. Pour mieux connaître et caractériser cette demande, des enquêtes supplémentaires sont nécessaires.

- **Les enquêtes TNS-Sofres**

TNS-Sofres⁴ est un institut de sondage intervenant sur de nombreux sujets de société. Sur commande, la société peut réaliser un large panel d'enquêtes et études statistiques, notamment sur la connaissance de la demande touristique. Dans la thématique étudiée ici, citons par exemple l'enquête « Suivi de la demande » réalisée en 2008 sur les pratiques des français pendant leurs vacances.

- **Le suivi local**

Finalement, une collectivité peut décider de suivre localement la demande touristique, via la concours des acteurs touristiques du territoire comme notamment les OTSI (Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative), les hébergeurs, les restaurateurs ou prestataires de services touristiques. La collectivité joue alors le rôle de récolte et d'homogénéisation des données.

La Région Pays de la Loire a mis en place un observatoire régional du tourisme permettant la veille et l'étude de la conjoncture touristique sur la région. Ces mesures sont intéressantes car suivies dans le temps mais peu précises sur les pratiques de déplacements à un niveau plus local.

³ Source : Laurence Dauphin, Marie-Anne Le Garrec et Frédéric Tardieu, *Les vacances des français depuis 40 ans*, INSEE, 2008, 40 p.

⁴ SOCIÉTÉ FRANÇAISE D'ENQUÊTES PAR SONDAGES

La Communauté de Communes de Cap Atlantique, à laquelle appartient Le Pouliguen, ne dispose pas de statistiques régulières et suivies. Un observatoire du tourisme est en cours de mise en place afin de permettre d'identifier les pratiques et étudier leurs évolutions dans le temps et dans l'espace. Cependant, une étude a été menée en 2010 intitulé « Veille des clientèles » sur le périmètre de la Presqu'île de Guérande avec le soutien du Comité Départemental du Tourisme. L'enquête a été réalisée en face à face par l'intermédiaire de 14 offices de tourisme entre avril et septembre 2010. Le questionnaire portait sur trois grands thèmes : le profil des touristes, la préparation du séjour et le séjour en lui-même⁵. L'échantillon représentatif est de 1 880 touristes français. Malgré le biais des offices de tourisme, les professionnels locaux du tourisme estiment que les résultats sont proches de la réalité.

Localement, la commune du Pouliguen dispose d'informations plus qualitatives que quantitatives. C'est à travers la connaissance de terrain des hébergeurs touristiques et une enquête auprès des clients en contact avec l'office de tourisme qu'il est possible de connaître la demande locale. L'office de tourisme participe également au projet « Cyvel ». Il s'agit d'une base de données régionale sur la demande touristique, alimentée par l'ensemble des acteurs du tourisme partenaires. Elle est notamment utilisée par les OTSI (Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative) pour renseigner les clients mais sert également à la production de statistiques sur la demande touristique. Cette base ne regroupe malheureusement aucune information sur les déplacements touristiques directement.

1.2 CARACTERISATION DE L'USAGER VISITEUR

Afin de répondre pertinemment à la demande en transport des visiteurs, il s'agit dans un premier temps de mieux les connaître. La notion de visiteur est le concept de base des statistiques touristiques françaises. Cela regroupe toutes les personnes « en visite » sur un lieu donné, regroupant les excursionnistes (au maximum une journée en dehors du domicile) et les touristes (plus d'une journée en dehors du domicile). Cette première approche ci-après des caractéristiques communes ou non aux visiteurs permettra ensuite d'en caractériser les habitudes de déplacements.

Le visiteur est, par définition un individu en visite, donc dont le cadre de vie habituel est autre. Il se rend dans un lieu de vacances ou d'excursion qu'il considère attractif, nécessite un lieu d'hébergement dans le cas de touristes et ne connaît pas la région pour une partie d'entre eux. Ces nouveaux visiteurs sont donc dépendants des informations et indications qui lui seront accessibles.

1.2.1 VISITEURS, TOURISTES, EXCURSIONNISTES ET ITINERANTS

1.2.1.1 Quelques définitions

D'après l'Organisation Mondiale du Tourisme, le tourisme est défini 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 à des fins de loisirs, pour affaires ou autres motifs". On distingue ensuite les touristes, qui passent au moins une nuit hors de leur environnement habituel (définition selon l'ISEE), des excursionnistes, qui n'en passent aucune. Lorsqu'un touriste ne passe pas deux nuits consécutives sur le même site, on parle d'itinérance. Les visiteurs regroupent les touristes, excursionnistes et itinérants, par opposition aux résidents qui eux, sont dans leur environnement habituel. La variété de pratique en matière de tourisme signifie plusieurs types de

⁵ Cf. questionnaire en annexe 1

demandes en termes de transport. En effet, alors que les touristes sont directement sur place, les excursionnistes prennent le temps d'aller-retour pour visiter le site : les temps d'activités, horaires d'arrivée et de départ ne seront donc pas les mêmes. Les itinérants quant à eux, outre le fait qu'ils disposent généralement de leur propre mode de transport (véhicule, vélo ou pieds), ont également pour objectif d'avancer sur leur parcours pendant la journée. Les périodes réservées à la visite seront donc plus réduites.

Le terme visiteur regroupe donc toutes les pratiques du tourisme.

1.2.1.2 *Les visiteurs dans un cadre différent du leur*

Les visiteurs sont à la fois des personnes habituées du site et des personnes pour qui le site touristique est une découverte. L'enquête menée sur la Presqu'île de Guérande en 2010⁶ montre que ces deux populations se côtoient et que les « habitués » n'hésitent pas à revenir chaque année. Les pratiques de déplacements des nouveaux clients dépendent fortement de l'offre visible, autour de laquelle une communication accessible est mise en place.

Lors de leur séjour, les estivants ne sont pas dans leur cadre habituel de vie, ni de déplacements. Même si certains reviennent chaque année, ils n'ont ainsi pas d'habitudes, notamment en termes de pratiques de déplacements lors de leur arrivée sur le site. Ajoutons que le cadre détendu des vacances et la modification du mode de vie et de ses repères, avec moins de contraintes (notamment de temps), que dans la vie quotidienne le reste de l'année. Les usagers se déplaçant sont certainement plus enclin à envisager d'autres modes de transport. Cela est une réelle chance pour le territoire receveur puisque des solutions innovantes peuvent plus facilement être mises en place, acceptées et utilisées.

Il s'agit donc d'amener les visiteurs à prendre d'autres habitudes, dès leur arrivée sur le site. La communication aux nouveaux arrivants est essentielle dans le bon fonctionnement des réseaux de transport. L'ensemble des caractéristiques décrites sont spécifiques aux visiteurs et pas toujours évidentes à concilier avec les besoins des résidents.

1.2.2 TYPLOGIES DE VISITEURS

1.2.2.1 *L'âge des visiteurs*

La variété des âges de la population des visiteurs est grande et participe fortement à l'identité du territoire. En effet, l'âge des visiteurs est à mettre en lien avec les activités pratiquées et les services proposés. Le tableau ci-après reprend la répartition suivant les âges des touristes et la période de l'année, à l'échelle des Pays de la Loire et de la France.

⁶ BRETAGNE PLEIN SUD, *Etude veille des clientèles 2010*, présentation de Cap Atlantique, 12 p.

Age de l'individu (en séjours)	Hiver (2008/2009)		Eté (2009)	
	Pays de la Loire	France	Pays de la Loire	France
15-24 ans	15%	14%	11%	14%
25-34 ans	20%	20%	19%	18%
35-49 ans	26%	26%	29%	27%
50-64 ans	24%	25%	26%	26%
65 ans et +	14%	15%	15%	16%

Figure 13 : Age des touristes dans les Pays de la Loire et en France
 (Source : Les chiffres clés du Tourisme en Pays de la Loire, 2010)

Paradoxalement, la part des personnes âgées partant en vacances n'est pas plus élevée en dehors des vacances estivales alors que ces personnes pour la majorité ne travaillent plus. Les personnes présentes en été sont en moyenne plus âgées que pendant la période d'été. La population la plus représentée en Pays de la Loire sont les 35-49 ans. Il est dommage de ne pas disposer des statistiques concernant les plus petits. Cela confirmerait l'identité familiale de ce territoire touristique.

A l'échelle de la Presqu'île de Guérande⁷ et en période estivale, les plus de 50 ans représentent 57% des touristes, alors que près d'un tiers ont entre 35 et 49 ans. Ces chiffres caractérisent le territoire comme un territoire touristique familial et à dominante « jeunes retraités ».

1.2.2.2 Le tourisme : une activité collective

Le tourisme se pratique dans la grande majorité des cas collectivement. Au-delà, les groupes sont à géométrie variable et les vacances ou excursions sont l'occasion de passer du temps avec d'autres personnes que dans l'environnement habituel. Ainsi, les visiteurs peuvent voyager seuls, en couple, en famille ou avec des amis. La proportion entre ces types de groupes varie beaucoup suivant le type de tourisme et les services proposés par le territoire touristique. En termes de transport, cela se traduit par des besoins de transports collectifs. Une offre adaptée quelque soit le mode de transport considéré, permettrait la prise en charge de groupes nombreux et la mobilité collective : les véhicules de transport en commun seraient dimensionnés en conséquence, les bandes cyclables suffisamment larges. Les tarifications en matière de transport touristique peuvent également prendre en compte l'aspect collectif de cette mobilité.

A l'échelle de la Presqu'île de Guérande, les touristes viennent principalement en couple (à hauteur de 42%) ou bien en famille (33%). D'autre part, la région Pays de la Loire à laquelle appartient Le Pouliguen propose un tarif spécialement pour les groupes : les trajets sont illimités sur le réseau TER pour les groupes de 2 à 5 personnes sur deux jours pour 40 €.

⁷ Source : BRETAGNE PLEIN SUD, *Etude veille des clientèles 2010*, présentation de Cap Atlantique, 12 p.

1.2.2.3 La provenance des visiteurs

La connaissance de la provenance des visiteurs présente l'intérêt de mieux comprendre et expliquer les pratiques de déplacements sur le lieu de vacances. Cette information est également nécessaire pour construire une communication efficace auprès du public ciblé.

A l'échelle de la région Pays de la Loire, l'observatoire du tourisme dispose de données de suivi de la provenance des touristes sur le territoire (les excursionnistes ne font pas l'objet de cette statistique). Ainsi, fréquentation touristique mesurée à partir du nombre de nuitées, plus de 2.5 millions de nuitées internationales ont été comptabilisées sur l'année 2009, soit 17% de l'ensemble des nuitées sur la région. Les origines des touristes étrangers sont diverses (cf. figure 14).

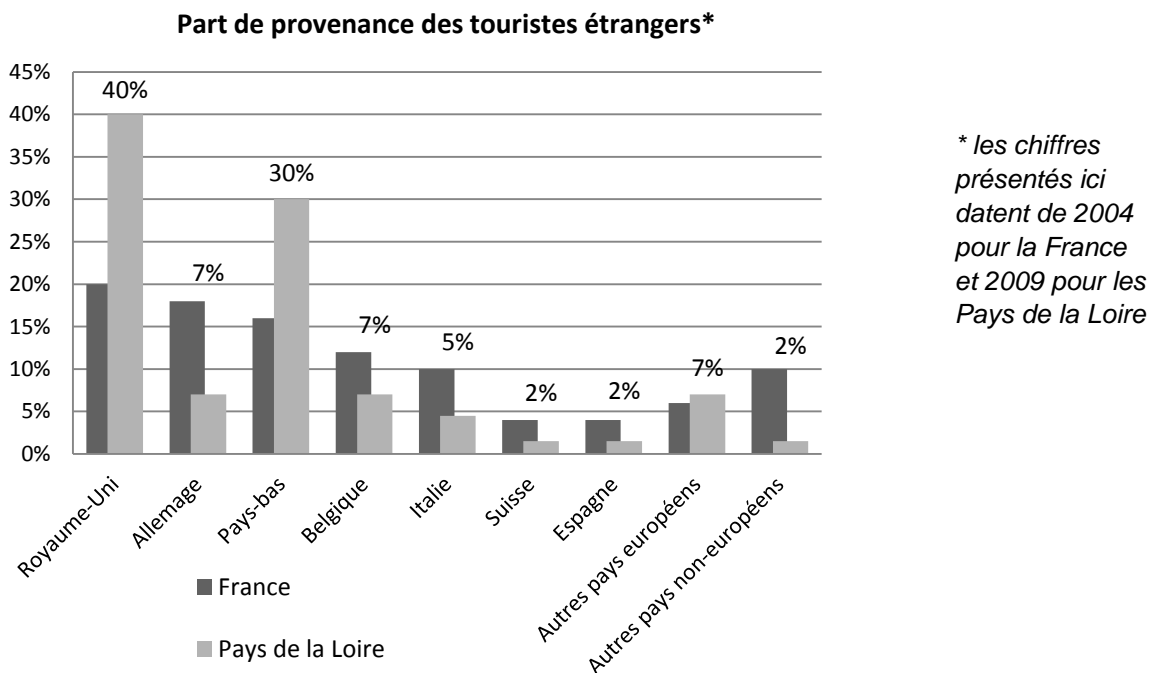
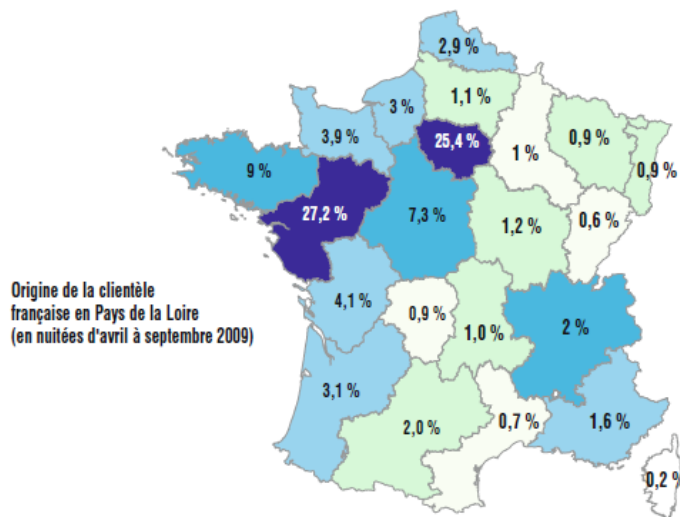


Figure 14 : Provenance des touristes étrangers en Pays de la Loire et en France
(Source : INSEE, Observatoire du tourisme de la région Pays de la Loire)

Le Royaume-Uni et les Pays-Bas sont fortement représentés en Pays de La Loire, comparé aux moyennes françaises. Au contraire, les pays du Sud de l'Europe et l'Allemagne, plus éloignés, sont peu émetteurs de touristes vers cette région. Les touristes non-européens sont peu représentés.

Figure 15 :
Origine de la clientèle française en Pays de la Loire
(Source : Observatoire du tourisme des Pays de la Loire)



Concernant les origines de la clientèle française, la région Pays de la Loire accueille principalement des touristes issus de la région et d'Ile-de-France. Sinon, la zone de chalandise est limitée aux départements limitrophes (cf. Figure 15).

L'enquête Veille⁸ sur la clientèle à l'échelle de Cap Atlantique montre que 40% des touristes proviennent des départements situés à moins de 300 kilomètres de la Presqu'île de Guérande. Un quart des touristes sont originaires de la région parisienne, les Pays de la Loire étant la seconde provenance avec 17% des interrogés.

A l'échelle du Pouliguen, la provenance des visiteurs est approchée via l'enquête qualité de l'office de tourisme. Ainsi, sur les 20 400 visiteurs accueillis au cours de l'année 2010, 6.5% étaient clientèle étrangère, principalement des britanniques, belges et allemands. La responsable de l'office de tourisme précise que la clientèle française provient de la Région Ouest (Nantes, Angers) pour la majorité puis de la région Ile-de-France. En majorité citadins, ces visiteurs connaissent et pratiquent déjà les transports en commun. Il sera donc plus évident pour eux de les emprunter sur leur lieu de vacances.

En conclusion, au Pouliguen de même que dans la région Pays de la Loire, le public touristique est majoritairement français et local.

1.2.3 LES PRATIQUES TOURISTIQUES

Après la connaissance des visiteurs du territoire, il convient de préciser leurs pratiques en matière de tourisme.

1.2.3.1 La durée du séjour

Le visiteur est en séjour sur le territoire pour une durée déterminée, pouvant aller d'une nuitée⁹ à plusieurs semaines. Sur l'ensemble de la France, la durée moyenne des séjours a tendance à diminuer. Pour près de 6 nuitées en 1998, la durée était à 5,4 nuitées en 2004(cf. tableau ci-dessous). La tendance est confirmée localement par la responsable de l'office de tourisme du Pouliguen : « Aujourd'hui les visiteurs séjournent pour une semaine, où il y a 20 ans ils partaient pour le mois. A contrario, ils n'hésitent pas à faire de courts séjours et plus souvent (grands week-ends ou ponts) ». La diminution des durées de séjour signifie l'augmentation du nombre de déplacements. Les pratiques touristiques évoluent donc avec le temps et les modes de vie.

⁸ Source : BRETAGNE PLEIN SUD, *Etude veille des clientèles 2010*, présentation de Cap Atlantique, 12 p.

⁹ Définition de nuitée : nombre total de nuits passées par les clients dans un établissement ; deux personnes séjournant trois nuits dans un hôtel comptent ainsi pour six nuitées de même que six personnes ne séjournant qu'une nuit (source : INSEE)

Durée moyenne des séjours personnels

	<i>en nuitées</i>						
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Ensemble des séjours personnels	5,9	5,7	5,8	5,6	5,6	5,5	5,4
Agrément	7,7	7,5	7,6	7,5	7,4	7,3	7,1
Famille, amis	4,1	3,9	4,0	4,0	4,0	3,9	3,8
Autre (santé, formation, ...)	6,6	6,1	6,5	5,9	5,8	6,2	6,1

Source : SDT, direction du Tourisme-TNS Sofres.

Figure 16 : Evolution de la durée moyenne des séjours personnels en France

(Source : SDT, direction du Tourisme-TNS Sofres)

Les visiteurs ne restent donc que pour une durée déterminée dans la station. De plus les séjours sont échelonnés ; pendant que des touristes arrivent, d'autres sont sur le départ et des excursionnistes en journée de découverte. Les besoins des visiteurs seront donc spécifiques, ne l'engageant pas dans des préoccupations de long terme sur le territoire mais plutôt sensibles à des solutions immédiates et rapidement accessibles.

A l'échelle de la Presqu'île de Guérande, deux estivants sur trois réalisent un séjour d'au moins une semaine, dont 30% plus de 15 jours. Au sein du tiers restant, la moitié ne restent que le temps d'un week-end (séjour d'au plus trois jours). Les publics sont donc divers et nécessitent tous d'être pris en compte.

1.2.3.2 Les types d'hébergement

Il existe plusieurs types d'hébergements comme l'hôtellerie de plein air (également appelés campings), les hôtels, les gîtes ou chambres d'hôtes. Les résidences secondaires peuvent également représenter une part importante des hébergements touristiques.

Le nombre de lits touristiques sur la commune du Pouliguen ne fait pas l'objet de statistiques, il est néanmoins possible de recalculer une estimation des fréquentations par types d'hébergement à partir de ratios définis par la Direction du Tourisme.¹⁰ Ainsi la commune du Pouliguen dispose au total environ 16 000 lits touristiques, dont près de 90% en résidences secondaires, et l'essentiel des 10% restant en hôtellerie de plein air. Les résidences secondaires représentent une part importante de l'hébergement touristique au Pouliguen. L'intensité touristique¹¹ de la commune est donc de 3,1, ce qui reste relativement moyen.

1.2.3.3 Les activités pratiquées

Parmi les visiteurs, les activités et rythmes pratiqués peuvent être variés. En effet, alors que certains visiteurs profitent de leur séjour pour visiter des musées ou lieux d'intérêt, faire du sport, participer à des festivals, d'autres préfèrent avoir une activité restreinte, « parce que c'est ça, les vacances. »¹². Ainsi, d'après une enquête Direction du tourisme/TNS Sofres sur le Suivi de la Demande de 2008, près de 18% des enquêtés déclarent ne pratiquer aucune activité particulière pendant leur séjour¹³.

¹⁰ Cf. Annexe 3

¹¹ L'intensité touristique est la rapport entre le nombre de lits touristiques et la population résidente

¹² Source : BRETAGNE PLEIN SUD, *Etude veille des clientèles 2010*, présentation de Cap Atlantique, 12 p.

¹³ Enquête Direction du Tourisme/TNS Sofres sur le Suivi de la Demande Touristique (2008), auprès de 20 000 enquêtés de 15 ans et plus, interrogés tous les mois sur leur déplacements touristiques

Plus précisément, l'enquête permet de mettre en avant les activités pratiquées préférentiellement lors de vacances sur le littoral (à différencier d'autres espaces comme la montagne, les territoires urbains ou ruraux). Le graphique ci-après reprend le pourcentage de séjours concernés par la pratique de chaque type d'activités. Un séjour peut ainsi regrouper plusieurs activités.

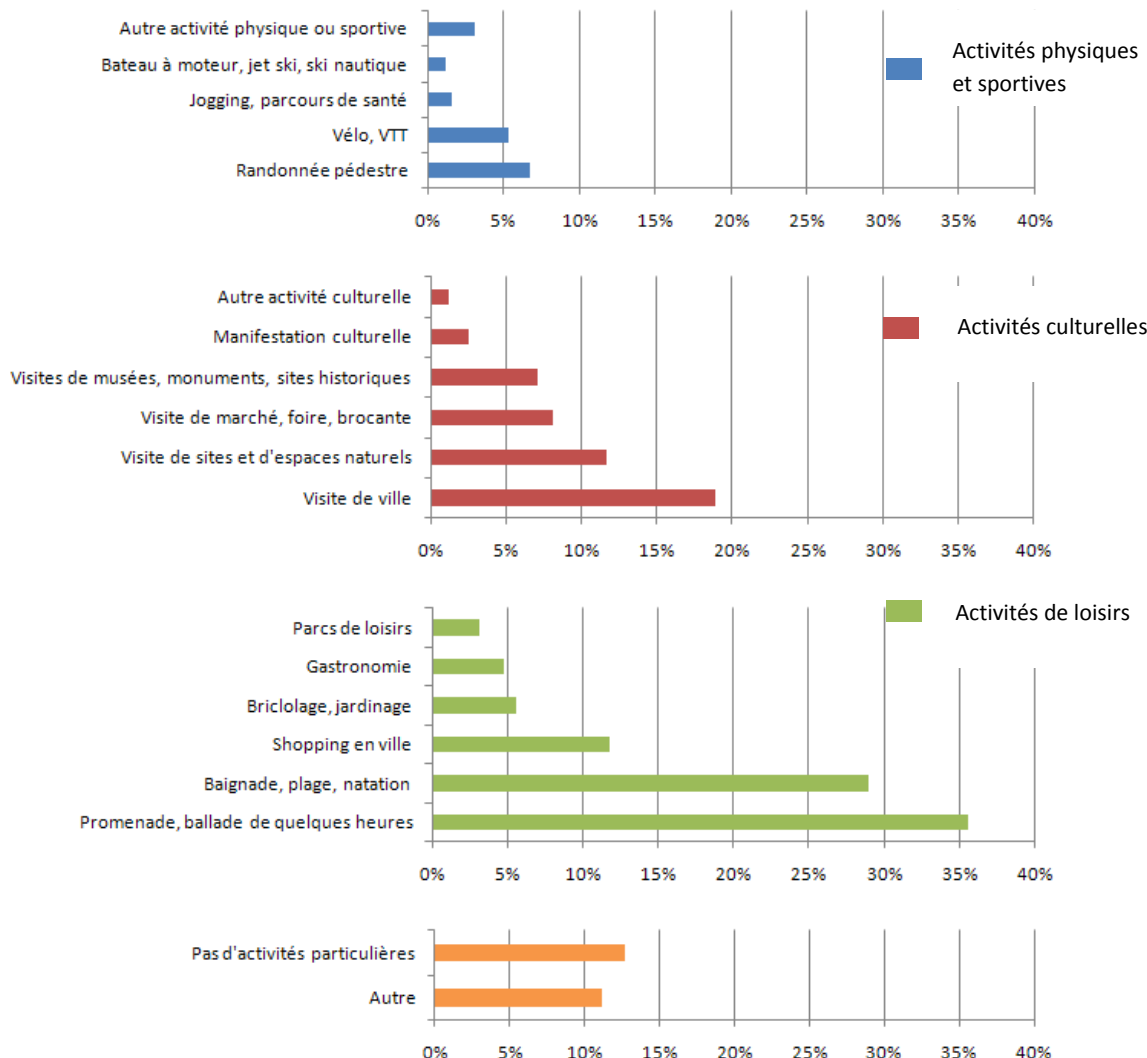


Figure 17 : Activités pratiquées sur le littoral (Source : Enquête déclarative SDT/TNS Sofres, 2007)

Concernant les séjours de vacances sur le littoral, les activités de loisirs sont les plus pratiquées, notamment la plage et la promenade. La plage est citée dans près de 30% des séjours. Il s'agit donc d'un pôle générateur touristique important dans une commune balnéaire comme Le Pouliguen. La visite de ville est également une activité souvent pratiquée sur le littoral ; les transports pour y accéder et y circuler doivent donc être soignés.

Les principales activités pratiquées déclarées lors de l'enquête réalisée à l'échelle de Cap Atlantique confirment la tendance :

- ➔ La randonnées/promenade
- ➔ La plage, la baignade
- ➔ Les visites culturelles

...Alors que les activités sportives ne sont pas beaucoup citées.

Les activités pratiquées sont essentielles à connaître pour en déduire les pôles générateurs de trafic, points de départ à l'analyse des offres de transport.

1.3 CARACTERISATION DES FLUX DE DEPLACEMENTS TOURISTIQUES

Les volumes de déplacements ne sont pas constants dans le temps. Ils varient au cours de la journée entre les heures de pointe et les heures creuses. Ils sont également soumis à un phénomène de saisonnalité, attaché aux spécificités du territoire. Ces variations ne sont pas ressenties au même moment dans l'année suivant le type d'espace touristique : alors qu'une station balnéaire verra de fortes fréquentations en période estivale, une station de montagne aura un pic de fréquentation en hiver, puis, dans de moindres mesures, en été. En effet le tourisme est une activité essentielle pour certaines communes qui voient leur population varier au cours des saisons. Certains territoires voient donc leur population augmenter fortement et sont amenés à devoir gérer de nouveaux flux de déplacements locaux.

1.3.1 VOLUMES DE DEPLACEMENTS GLOBAUX VARIABLE DANS LE TEMPS POUR UN ESPACE LIMITE

1.3.1.1 *La variation saisonnière*

Les territoires étudiés sont définis par la forte variation de leur population au cours du temps. Ce sont des espaces délimités, identifiés et attractifs. En effet, l'année est découpée en saisons, c'est-à-dire des périodes correspondant à un niveau de volume touristique. Il s'agit donc d'un cycle, toujours sur une année, voyant défilier successivement la « basse saison » (période peu attractive), et la « haute saison » (période très attractive). Entre les deux, l'« intersaison » correspond à la situation d'entre-deux, non moins facile à gérer. Cet enchaînement est le phénomène de saisonnalité.

La haute saison revient chaque année à la même période temporelle pour un territoire donné. Elle dépend en effet de l'attractivité du site, elle-même soumise au climat. Cependant d'un espace à un autre ces périodes ne se juxtaposent pas. La haute saison est définie par la présence la plus forte de touristes sur une période. Cela est lié à une attractivité du lieu, et à une disponibilité des touristes (vacances scolaires). Ainsi, alors que la haute saison des stations balnéaires comme Le Pouliguen (44) est en période estivale, soient Juillet et Août, la haute saison des stations de ski sera plutôt entre Décembre et Février.

A des fins d'illustration, les courbes ci-après représentent les populations résidentes et présentes, à l'échelle du département. Le premier graphique correspond au département de Loire-Atlantique (44), identifié comme balnéaire : la haute-saison s'étire entre Juillet et Août. Le second graphique traite du département de la Haute-Savoie (74), au relief montagnard. La haute saison recouvre à la fois les mois de sports d'hivers (janvier-février-mars) et ceux de période estivale (juillet-août).

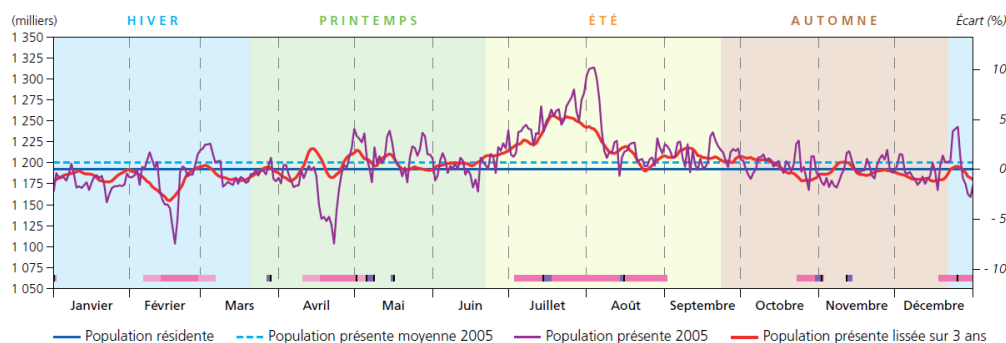


Figure 18 : Population résidente et présente en Loire-Atlantique au cours de l'année
 (Source : Mobilité touristique et population présente, Ministère délégué au Tourisme, 2006)

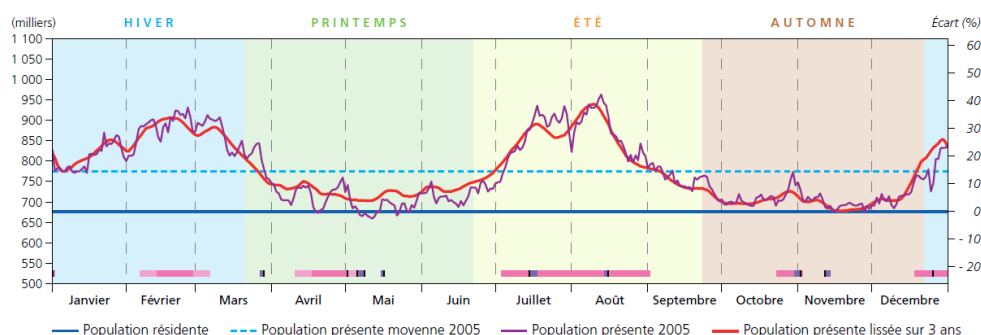


Figure 19 : Population résidente et présente en Haute-Savoie au cours de l'année
 (Source : Mobilité touristique et population présente, Ministère délégué au Tourisme, 2006)

La Presqu'île guérandaise n'échappe pas à la tendance des stations du littoral et du département de Loire-Atlantique. Le graphique ci-après présente la fréquentation journalière moyenne sur les années 2005 et 2006. La haute saison se concentre sur les mois de juillet et août et l'intersaison d'avril à juin, puis septembre, périodes au climat le plus agréable. Même si les fréquentations touristiques en période estivale sont similaires entre 2005 et 2006, celles d'intersaison sont plus variables. En effet il s'agit d'une période dont l'attractivité touristique (cf. § 1.1) dépend essentiellement du climat, facteur changeant d'une année sur l'autre.

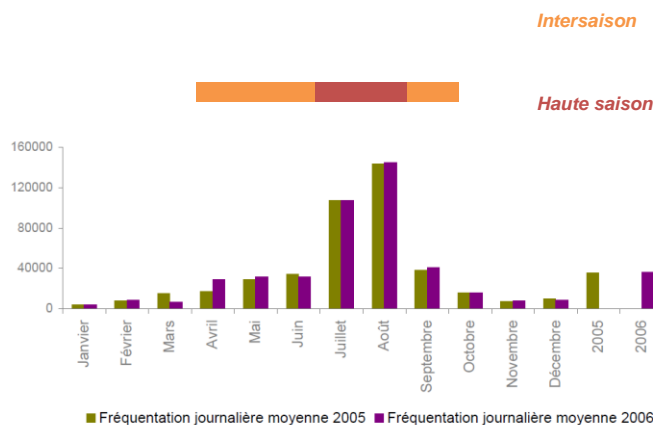


Figure 20 : Fréquentations journalières moyennes de la Presqu'île Guérandaise en 2005 et 2006
 (Source : CCI Nantes-St Nazaire)

Parallèlement au phénomène de saisonnalité, les sites touristiques sont soumis à des variations de population au cours de la journée.

1.3.1.2 La variation journalière

A l'image des déplacements quotidiens domicile-travail, il existe des heures de pointe concernant les déplacements touristiques, le matin et le soir. Ainsi, une étude basée sur les données de la Direction Départementale de l'Équipement de la Manche, met en évidence l'existence de ces heures de pointe. Le graphique ci-après présente le nombre de véhicules arrivant et partant du parking du Mont Saint-Michel. Les deux courbes correspondent aux nombres de départs et d'arrivées. Les volumes chiffrés ne sont pas communiqués par l'étude mais ne limitent pas la démonstration ici. En en faisant la somme, apparaissent des pics du nombre de véhicules appelé « bosses du chameau » pour son aspect graphique. L'heure de pointe d'arrivée est dans ce cas entre 11h et 12h, alors que l'heure de pointe de départ est entre 16h et 17h.

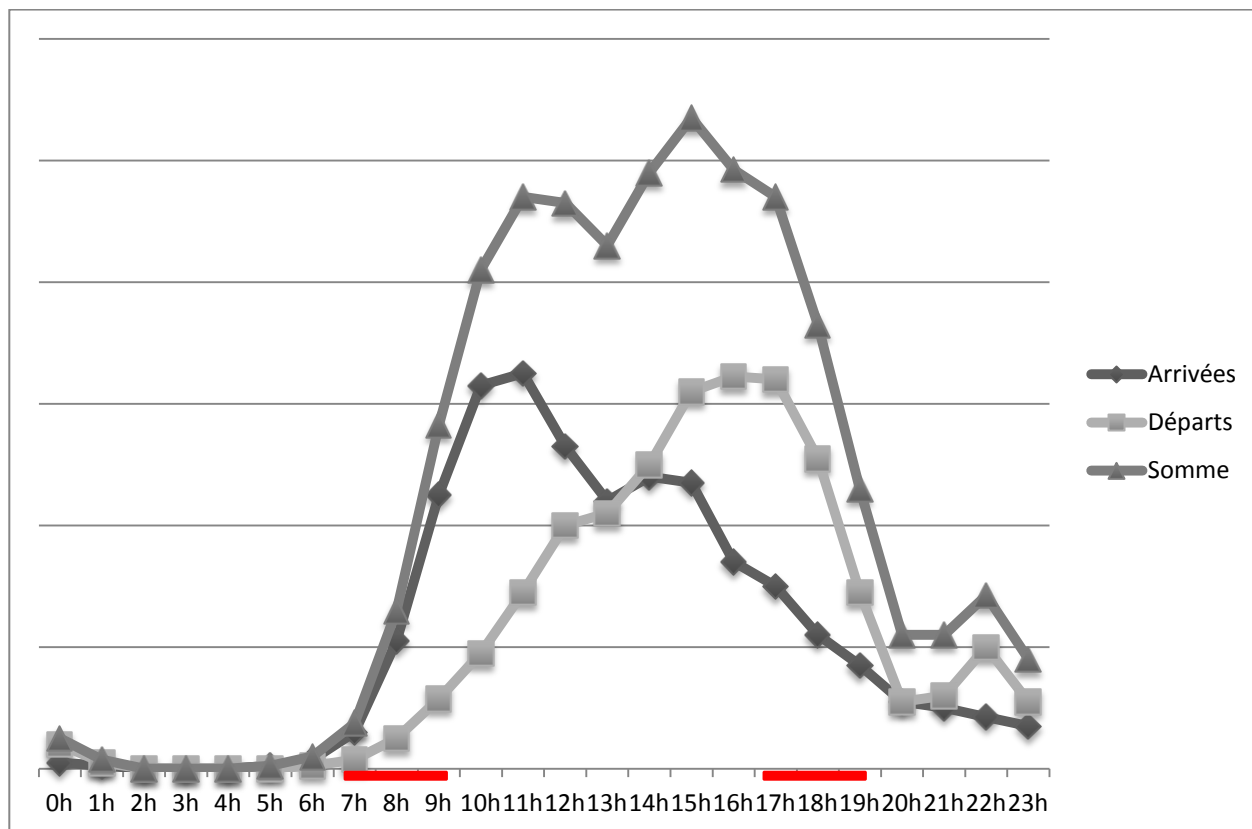


Figure 21 : Répartition moyenne horaire journalière des arrivées et des départs des véhicules au Mont-Saint-Michel en 2004

(Source : Etude de fréquentation du Mont Saint Michel, FIGESMA, 2005)

Cette étude n'est pas généralisable à l'ensemble des sites touristiques mais a le mérite de mettre en évidence l'existence d'heures de pointe dans un contexte uniquement touristique (les déplacements domicile-travail sont négligeables au Mont Saint Michel). Les horaires de ces heures de pointe sont variables d'un site à l'autre dépendant de l'accessibilité du site et des activités qui peuvent y être pratiquées. La commune du Pouliguen ne dispose d'aucunes données sur les heures de pointe spécifiquement touristiques.

La forme des courbes est caractéristique du fonctionnement journalier heure de pointe / heure creuse. En effet, les déplacements domicile-travail présentent également les mêmes pics en heure de pointe du matin et du soir et un léger creux pour le midi. L'heure de point du soir est étalée

dans le temps. Cependant, ces pics ne sont pas aux mêmes horaires. En effet, d'après le CERTU¹⁴, les heures de pointes du matin sont entre 7h et 9h et celles du soir entre 17h et 19h (elles sont reportées sur le graphique en, rouge). En comparaison, les pics de fréquentation du Mont Saint Michel sont plus resserrés ; l'HPM (Heure de Pointe du Matin) est plus tard et l'HPS (Heure de Pointe du Soir) est plus tôt.

Outre les temporalités, il est possible de dégager d'autres habitudes de déplacements spécifiques aux visiteurs, ci-après présentées.

1.3.2 LES PRATIQUES DE DEPLACEMENTS DES VISITEURS

Les visiteurs ont, en général, un profil et des besoins spécifiques, distincts des attitudes habituelles des résidents. Ainsi, les habitudes de mobilité leurs sont également bien particulières. J. Petit décrit les demandes en transport différentes que sont les résidents et les visiteurs dans la vallée de Chamonix. Il distingue les « pratiques quotidiennes » des « mobilités touristiques à destination ». Ainsi malgré ces divergences, « Le système de transport sera donc considéré comme le lieu d'interaction entre différents groupes de locaux et de visiteurs ».

Afin de proposer une offre adaptée, il s'agit de continuer à caractériser les pratiques de déplacements des visiteurs.

1.3.2.1 *Motifs de déplacements et pôles générateurs de trafics touristiques*

Les motifs de déplacements spécifiques aux visiteurs, sur leur lieu de vacances ne font pas l'objet d'enquêtes et statistiques régulières. En effet, il existe des données sur les motifs de déplacements touristiques amenant les visiteurs à se rendre dans une station touristique particulière, mais aucune information sur leurs déplacements sur place. Egalement, les motifs de déplacements sont étudiés à travers les Enquêtes Ménages Déplacements (EMD), mais il s'agit de questions sur les déplacements réguliers.

Ainsi, afin d'identifier les motifs de déplacements et les pôles générateurs touristiques, il s'agit de prendre pour point de départ les besoins du visiteur, thématique sur laquelle les données sont plus fournies. Les besoins d'un touriste sont donc définis ainsi¹⁵ :

- ➔ Besoin d'information : Concernant l'hébergement, la restauration, les transports, les visites ou tout autre service, les visiteurs sont à la recherche d'information supplémentaire.
- ➔ Besoin de sécurité : le visiteur est en dehors de son cadre habituel et souhaite réussir ses vacances ; il a donc besoin de sécurité.
- ➔ Besoin de services : le visiteur a besoin de services tels que l'hébergement, de restauration, ou encore de transport. Il est particulièrement sensible à ce que les services proposés lui soient adaptés et puissent être personnalisés.
- ➔ Besoin de divertissement : « pour échapper à sa routine quotidienne », le visiteur cherche également à se divertir par des activités sportives et de loisirs.
- ➔ Besoin de changement : « un touriste veut vivre une expérience » et souhaite donc des activités amenant vers l'évasion et le dépaysement.

¹⁴ Centre d'Etudes sur les Réseaux, les Transports, l'Urbanisme et les constructions publiques

¹⁵ <http://www.detailformation.com/les-besoins-dun-touriste/>, [22/08/2011]

A partir de l'identification de ces besoins, il s'agit de définir les pôles générateurs de trafic correspondants.

- **Pôles générateurs liés à l'information** : les principaux points d'information auprès des touristes sont les offices de tourisme et syndicats d'initiative. Ils disposent des données sur le territoire sur l'ensemble des thématiques.
- **Pôles générateurs liés à l'hébergement** : il existe plusieurs types d'hébergements comme les campings, les hôtels, les gîtes, les chambres d'hôtes ou les résidences secondaires.
- **Pôles générateurs liés à l'alimentation** : on distingue deux catégories de points d'approvisionnement, à savoir d'un côté les marchés ou supermarchés et de l'autre les restaurants.
- **Pôles générateurs liés aux divertissements et aux loisirs** : les besoins de divertissement et loisirs sont importants chez les visiteurs, à mettre en lien avec les activités pratiquées lors de leur séjour (cf. § 1.1). Les pôles générateurs correspondant sont diverses et variés et regroupés en trois catégories : les pôles culturels (musées, expos, ...), les pôles sportifs (centres nautiques, parcs d'aventures dans les arbres, ...) et les pôles de détente (plage, forêt, ...).

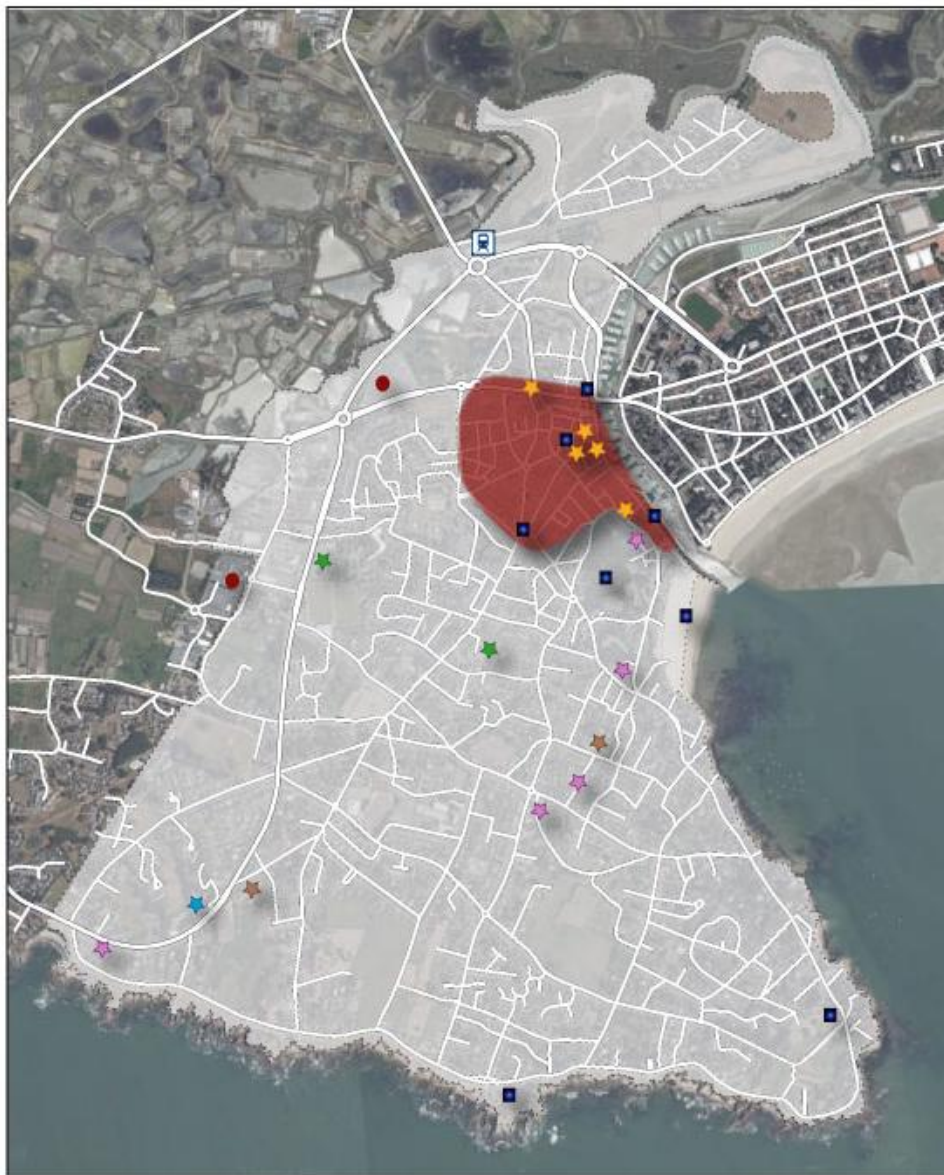


Figure 22 :

Principaux pôles générateurs de trafic touristiques du Pouliguen

La commune du Pouliguen est fortement équipée en pôles générateurs de trafics. Les équipements commerciaux et de loisirs sont concentrés entre le centre-ville et la plage. Seule la côte sauvage au Sud est excentrée. L'ensemble des pôles générateurs de la commune ne sont pas très éloignés puisque l'ensemble du territoire représente une surface de 3x2 kilomètres. Les déplacements touristiques dans la ville représenteront donc de courts trajets.

- ***L'ensemble des lieux de visite et de divertissement sont donc d'importants pôles générateurs de trafics importants pour les touristes. Ces activités sont le plus souvent pratiquées en groupe.***

1.3.2.2 Une mobilité principalement collective et encombrée

Information détaillée dans le § 1.2.2.2, les séjours touristiques sont dans la majorité des cas collectifs (amis, famille, couple, ...), ce qui appelle des offres transport permettant le déplacement de groupes, que ce soit dans les infrastructures, matériels roulants ou tarification.

La présente étude ne traite que de la mobilité des visiteurs, sur le site même. Ainsi même si les personnes en itinérance portent avec eux leurs bagages, la grande majorité ne transporte que de quoi se déplacer sur la journée, soit au plus fort un sac à dos par personne. Cela se traduit, en termes d'offre de transport, par des réseaux ou véhicules capables d'accueillir des groupes potentiellement nombreux, également des espaces de stockage pour des bagages, plus conséquents pour des personnes voyageant entre leur domicile et leur travail.

1.3.2.3 Les parts modales

Les parts modales des déplacements des visiteurs sur un territoire touristique sont une information essentielle pour analyser le territoire. A travers la connaissance des pratiques des visiteurs, il est possible de compléter le diagnostic sur les déplacements du territoire et de proposer des pistes d'actions pour en améliorer la situation.

Cependant ces données ne font pas l'objet d'enquêtes systématiques et sont d'ailleurs très peu disponibles concernant les déplacements des visiteurs. En effet, l'INSEE dispose de données précises sur les modes de transports utilisés pour les déplacements domicile-travail mais pas leur équivalent dans le cadre de séjours touristiques. Ces données ne sont donc qu'accessibles à la suite d'enquêtes spécifiques réalisées sur site et en haute saison. Il n'existe ainsi aucune donnée sur les parts modales des visiteurs au Pouliguen ou sur la communauté de communes de Cap Atlantique.

Les parts modales dépendent fortement de l'offre de de la communication autour de celle-ci. Ainsi, et encore plus concernant les déplacements touristiques, elles sont très variables d'un site à l'autre et ne sont analysables qu'au cas par cas.

1.4 SYNTHÈSE : CONCILIER VISITEURS ET RÉSIDENTS

Les visiteurs, qu'ils soient touristes ou simples excursionnistes, ont donc des besoins et des pratiques spécifiques qui s'ajoutent aux nécessités de déplacement des résidents permanents. Ces deux types de populations n'ont cependant pas les mêmes objectifs et motifs de déplacement. Alors que les premiers sont principalement concernés par la thématique dans leurs déplacements quotidiens domicile-travail ou achats, les seconds restent en attente de solutions de transport dans le cadre de leurs vacances, soit notamment un autre rythme et d'autres destinations géographiques.

Afin d'illustrer les différences d'objectifs en matière de déplacements entre les visiteurs et les résidents, Jacques et Robert, deux personnages présents au mois d'août sur la station fictive de Baignade-sur-mer, exposent leur point de vue.



- Jacques habite à Baignade-sur-mer, une petite commune de 10 000 habitants située au bord de la côte Atlantique. Il travaille dans la ville d'à côté entre 8h et 17h, et s'y rend en voiture pour une dizaine de kilomètres. Ses enfants prennent le car tous les matins pour se rendre à l'école, vers 7h. Jacques a l'habitude de faire ses courses une fois par semaine au supermarché. Pour se déplacer, Jacques a ses habitudes et petits raccourcis pour aller plus vite, parce que pour lui, les transports doivent être rapides et directs, efficaces et sûres.



- Robert est en vacances à Baignade-sur-mer. Il aime admirer des paysages, flâner le long du port et profiter de la plage. Il campe à une dizaine de kilomètres de la mer avec sa famille. Le matin, ils partent vadrouiller vers 10h et aiment prendre leur temps. Le soir, ils apprécient un petit restaurant sur le port. Ne connaissant pas très bien la région, ils suivent les panneaux de jalonnement et disposent d'une carte offerte par l'office de tourisme. Robert se déplacerait bien à vélo mais n'a pas pu l'apporter avec lui ; il pense donc en louer un sur place. Pour lui, les transports doivent être agréables et sans contraintes.

Les visiteurs et résidents n'ont donc pas les mêmes besoins et attentes vis-à-vis du réseau de transport, tous modes compris. Cette différence est à analyser pour pouvoir proposer des solutions permettant de satisfaire les deux types de public et de concilier leurs demandes.

Ainsi, lors du diagnostic déplacements de la commune du Pouliguen, toutes les thématiques abordées ont été traitées avec une grille de lecture des attentes des divers usagers. Le diagnostic du Pouliguen a donc été construit autour d'une lecture transversale des périodes différenciées de l'année, donc des demandes différentes en matière de transport. Les schémas ci-après synthétisent les trois phases de la saison touristique du Pouliguen (44) et les besoins de la population correspondants.

► Une lecture transversale : les temporalités

► Un fonctionnement au rythme des saisons touristiques :

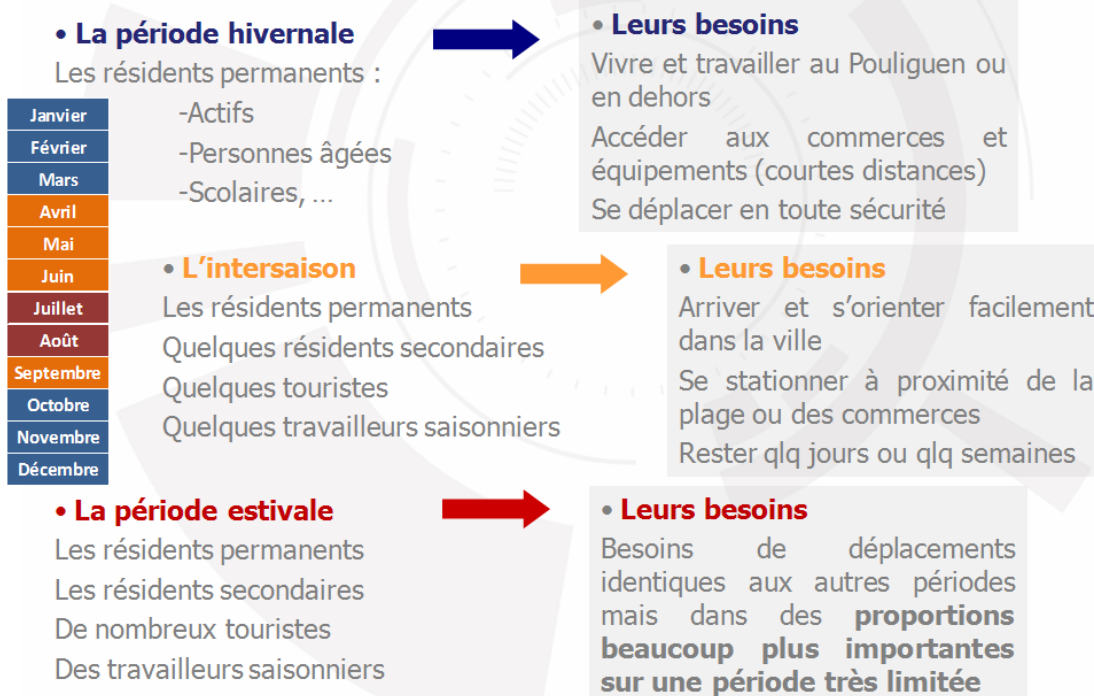


Figure 23 : Extrait du diagnostic déplacements du Pouliguen, Inddigo, 2011

En conclusion, il existe tout un panel d'usagers entre les résidents et les visiteurs : les résidents secondaires et travailleurs saisonniers ont également des besoins différents. Cette différenciation entre résidents et touristes est d'ailleurs largement assumé et revendiqué. Les services, notamment de transport, conçus pour les visiteurs et présentés comme tels ne sont généralement pas utilisés par les résidents. La saisonnalité est ainsi le phénomène de lecture et de compréhension du fonctionnement d'un territoire soumis à des afflux touristiques importants. L'arrivée massive de nouvelles populations provisoires soulève de nombreuses problématiques de gestion de l'espace public. Les transports sont l'un des enjeux principaux de ces territoires, pour en limiter l'impact à la fois sur le fonctionnement de l'espace et des déplacements, et sur l'environnement au sens large du terme.

Synthèse sur le Pouliguen

La commune du Pouliguen est une station balnéaire à l'identité marquée. Les visiteurs de la commune sont en grande partie des familles originaires des régions limitrophes ou de la région parisienne. Les visiteurs habitent dans des résidences secondaires en grande majorité. Ils séjournent pour des séjours longs et pratiquent essentiellement des activités comme la plage ou la promenade, accessibles sur place. La commune est d'ailleurs bien équipée en pôles générateurs de trafics touristiques, essentiellement concentrés dans le Nord de la commune. Finalement la période estivale est la haute saison et voit la population multipliée par quatre. Comparé à l'intensité touristique de 3,1, les excursionnistes représentent une part importante des visiteurs. La lecture du territoire doit donc se faire à travers ces temporalités saisonnières.

2 SOLUTIONS OPERATIONNELLES ET ORGANISATIONNELLES POUR REpondre A L'AFFLUX DE TOURISTES SAISONNIERS

2.1 LA PROBLEMATIQUE DU DIMENSIONNEMENT

La forte variabilité de la population présente a une influence sur l'utilisation et la fréquentation des différentes infrastructures ou services mis en place. Ainsi, aussi bien le taux d'occupation des emplacements de stationnement, que la fréquentation des lignes de transports en commun, ou encore l'utilisation des routes varient en fonction des afflux saisonniers.

Concrètement, une enquête a été réalisée en 2009 pour étudier le taux d'occupation des stationnements matérialisés (c'est-à-dire des parkings ou stationnements sur voirie délimités par de la peinture au sol) de la commune du Pouliguen. Le taux d'occupation est le pourcentage d'emplacements occupés par rapport à l'ensemble de l'offre disponible. Les deux cartes ci-après permettent de comparer la situation entre deux jeudi, en haute saison et en intersaison. Chaque surface en couleur correspond à un espace de stationnement matérialisé. Le dégradé de couleurs montre les taux d'occupation. En noir, l'espace de stationnement est dit saturé, c'est-à-dire que le taux d'occupation est supérieur à 100%. Au plus fort de la haute saison, l'offre de stationnement est donc sous-dimensionnée par rapport à la demande. Cependant, dès l'intersaison, les principaux parkings de la commune sont sous-occupés, et donc surdimensionnés.

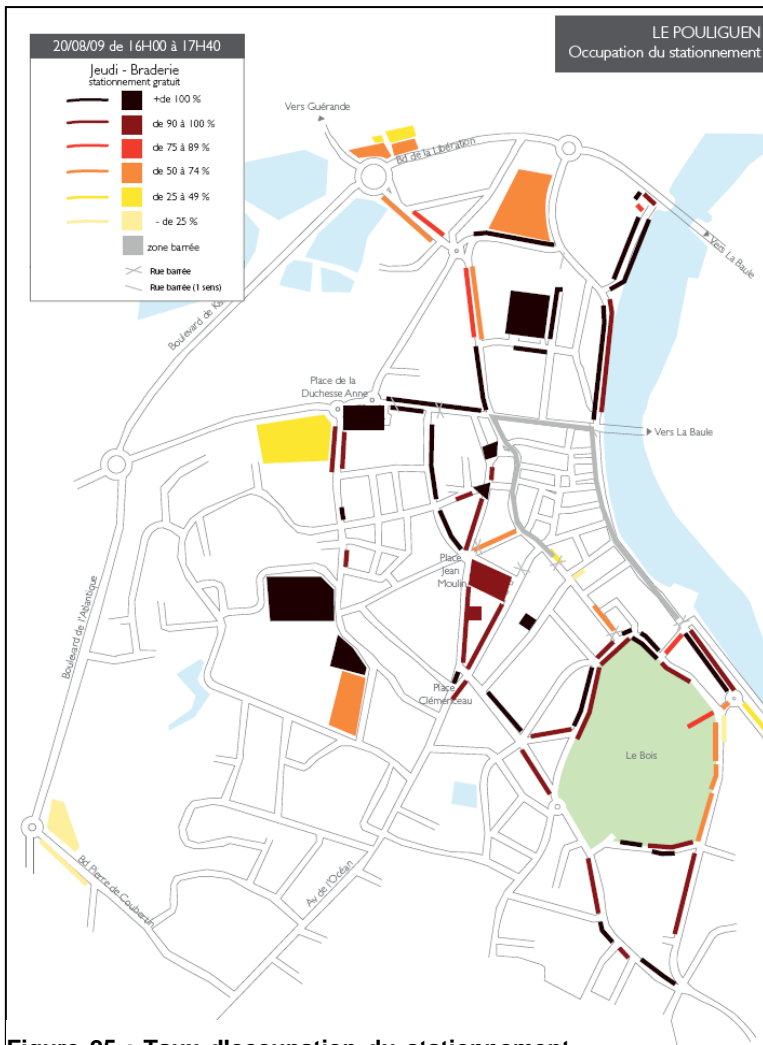


Figure 25 : Taux d'occupation du stationnement
le jeudi 20 Août 2009 en haute saison (16h-17h)

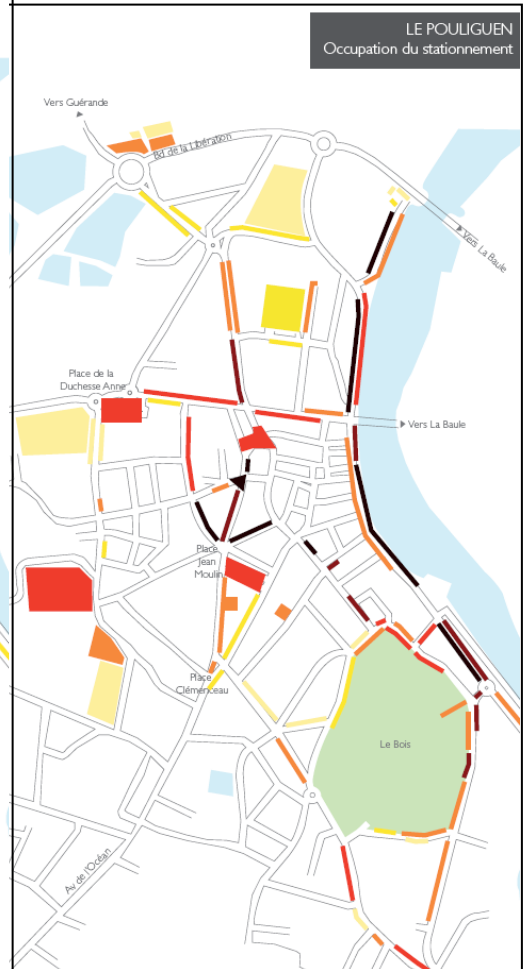


Figure 24 : Taux d'occupation du stationnement
le jeudi 3 Septembre, en intersaison (16h-17h)

Source : Etude de projet d'un parking de stationnement,
AUP-IOSIS-MOBILITUDE, 2009

Face à une forte variation de population présente donc d'usagers potentiels, la question du dimensionnement de l'offre est donc posée. En effet, quel que soit le mode de transport considéré, l'offre doit-elle être calibrée pour un fonctionnement en basse saison ou en haute saison ?

Un dimensionnement basé sur le maximum de demande, soit la haute saison, permet un fonctionnement sans saturation tout au long de l'année. C'est-à-dire que même pendant les pics de fréquentation, l'offre pourra répondre à la demande. Cependant, un tel calibrage concernant les infrastructures nécessite des investissements et infrastructures importantes, pour seulement quelques semaines dans l'année. Les coûts d'exploitation sont ainsi exorbitants comparés à l'usage qui en est fait. Outre la problématique des ressources disponibles (cf. §2.6), les impacts fonciers et environnementaux sont à mettre en balance avec l'utilité ponctuelle de telles structures.

2.2 UNE OFFRE DE TRANSPORT ADAPTABLE

Les aménagements voirie et espaces de stationnement sont figés et dimensionnés pour une durée longue. Cependant la variation forte de la demande en lien avec les afflux de visiteurs saisonniers nécessite une réponse plus flexible. Ainsi il existe des outils permettant une offre modifiable. Plusieurs modes de transport sont concernés comme la voiture, les transports en commun ou les modes doux. Ces solutions ont pour objectif de gérer la période de forte affluence et les hyperpointes de la demande. Concernant Le Pouliguen, l'ensemble de ces outils décrits ci-après sont mis en place en juillet et août, haute saison touristique pour la commune.

Ainsi, à partir des infrastructures, notamment routières, immuables, il est envisageable de modifier le plan de circulation et de jalonnement, mais aussi le plan de stationnement. L'offre en transports en commun peut également être étendue et développée lors des périodes estivales. Les modes doux répondent particulièrement bien aux enjeux de flexibilité des communes touristiques. Finalement, plusieurs autres modes de transport, alternatifs à la voiture individuelle, ou restant à inventer, peuvent remplir ce rôle d'adaptabilité de l'offre en transport.

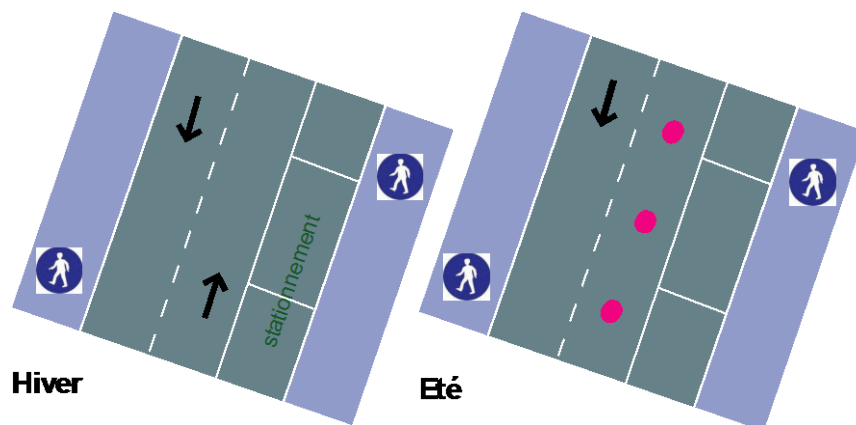
2.2.1 ADAPTER LE PLAN DE CIRCULATION ET DE JALONNEMENT

Dans un premier temps, une modification du plan de circulation est envisageable. Même si les infrastructures routières sont figées, les sens de circulation peuvent être adaptés et certaines voiries interdites. Dans la grande majorité des cas, il ne s'agit pas de tendre vers un accroissement de la capacité du réseau routier, mais plutôt de la limiter en certains points pour soutenir les modes alternatifs à la voiture.

Par exemple sur la commune du Pouliguen, plusieurs changements sont apportés au plan de circulation habituel, notamment sur la promenade, le long de l'étier, espace très fréquenté. En hiver, soit la basse saison, la rue est circulaire en double sens et les piétons cheminent uniquement sur les trottoirs. Pendant l'été, soit aux mois de juillet et août, l'une des voies voiture est neutralisée temporairement (à l'aide de mobilier urbain), pour laisser plus de place aux piétons (cf. Figure 26).

Figure 26 : Schéma des dispositions de circulation été/hiver sur la promenade du Pouliguen (44)

(Source : L. CHASSET)



D'autre part, une partie des visiteurs saisonniers ne connaissent pas la commune dans laquelle ils circulent. Via le plan de circulation, il est possible de canaliser les flux par et vers les espaces voulus. En effet, si l'utilisateur n'a pas préparé son voyage, l'information au cours de celui-ci devient prépondérante. Ajoutons également que le jalonnement est particulièrement efficace dans le cas de méconnaissance du réseau par l'utilisateur. Il suivra donc facilement des panneaux du type « centre-ville » ou « plage ».

A titre d'exemple, la commune du Pouliguen dispose d'un plan de jalonnement indiquant principalement les destinations de « centre-ville », « plage », « côte sauvage », les parkings les plus importants, et « autres directions » pour sortir de la ville. La carte ci-dessous reprend le positionnement des panneaux de jalonnement et trace les itinéraires jalonnés. Ainsi chaque couleur correspond à un itinéraire jalonné et chaque flèche le positionnement d'un panneau. En rouge, l'itinéraire vers le centre-ville oriente et canalise les véhicules vers une unique entrée du centre. Les deux autres voies d'accès sont réservées à la sortie du centre et donc jalonnées en « autres directions » (itinéraire vert) [cf. zoom A]. De plus [cf. zoom B], le jalonnement en direction du centre-ville dirige en fait vers les parkings importants les plus proches (parking du marché et parking d'été), et non directement au cœur du centre, non-adapté à la circulation automobile.

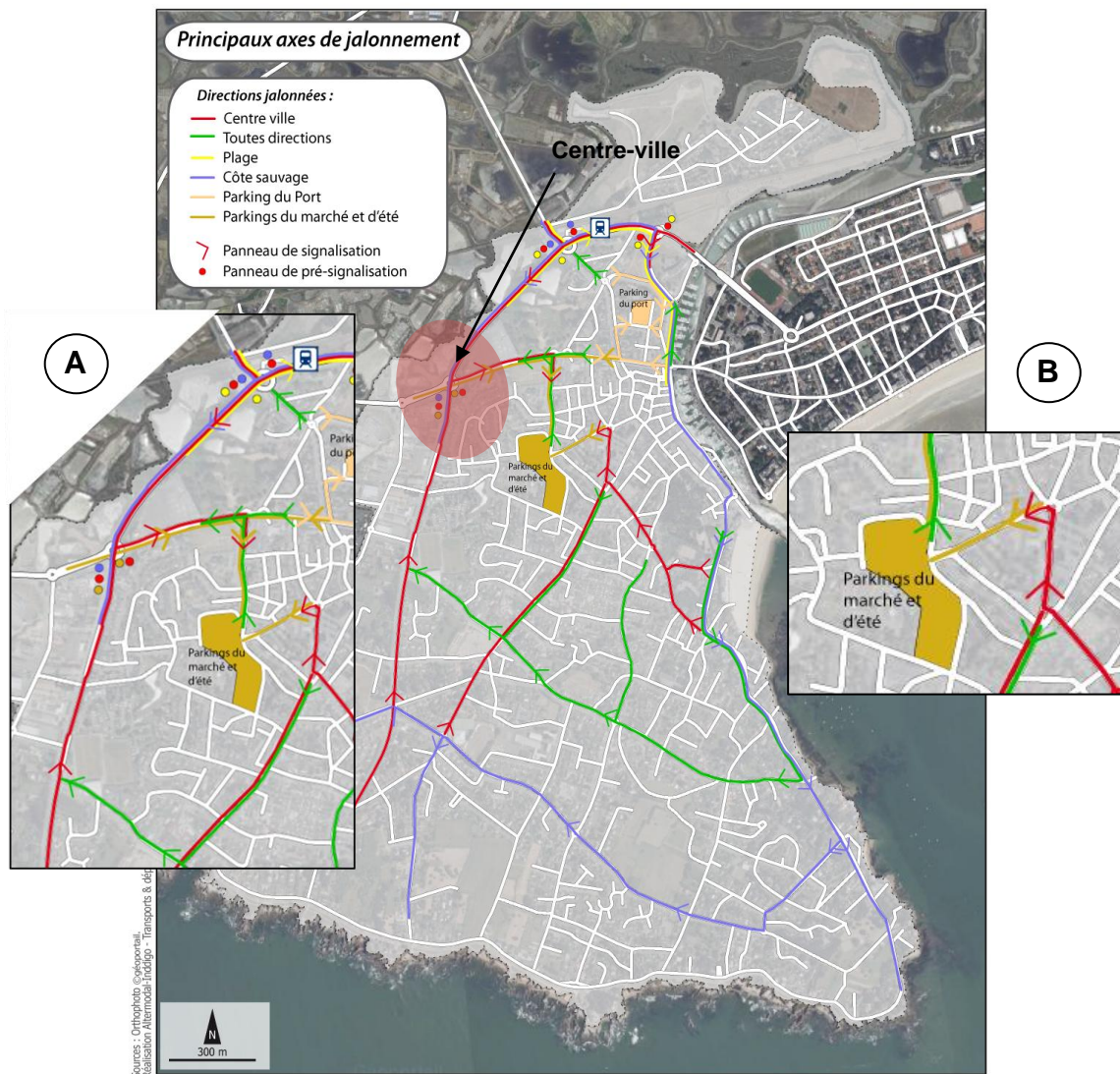


Figure 27 : Principaux axes de jalonnement du Pouliguen (44), Inddigo, 2011

En conclusion, le plan de circulation et de jalonnement est un outil qui permet une certaine flexibilité et la canalisation des flux sur le réseau routier, bien plus pour les visiteurs que pour les résidents. Autre composante essentielle, le plan de stationnement peut également faire l'objet d'une adaptation, en lien avec le plan de circulation qui en assure la desserte.

2.2.2 ADAPTER LE PLAN DE STATIONNEMENT

En lien avec l'adaptation du plan de circulation, le plan de stationnement peut également être modifié. Ainsi, certains parkings sont rendus accessibles uniquement en période de forte affluence. Ce sont en général des espaces aménagés au minimum et pouvant remplir d'autres fonctions le reste de l'année. C'est le cas au Pouliguen où plusieurs espaces sont appelés et jalonnés « Parking d'été » [cf. photo à droite]. L'indication du nombre de places important (280), incite d'autant plus le visiteur à s'y rendre. Ils ne sont a priori utilisés



qu'en période estivale. Le revêtement en herbe n'est pas optimum dans le cas d'un parking à usage permanent mais est suffisant pour l'usage qui en est fait et permet de limiter l'imperméabilisation du sol.

(Source : Inddigo)



Figure 28 : Parking d'été du Pouliguen et son jalonnement

D'autre part, il est également possible de jouer sur la réglementation et la gestion du stationnement (gratuit, payant, uniquement pour une durée de stationnement limitée, ...). Ainsi, le stationnement à durée limitée permettra un meilleur taux de rotation¹⁶ des véhicules garés. Le stationnement payant incitera les usagers à se reporter sur des emplacements à usages gratuits à proximité. Cela permet par exemple de diminuer la demande en stationnement en centre-ville ou le long de la plage et de les reporter sur des parkings plus en extérieur du cœur urbain. Sur la photo à droite, le jalonnement vers le parking d'été précise qu'il est « gratuit », cela afin de le rendre encore plus attractif (le détail des réglementations du stationnement du Pouliguen sont présentés dans le § 2.3 : La tarification comme outil de report modal).

Toujours dans le but de proposer des outils permettant la flexibilité dans les transports, les transports en commun peuvent également être l'objet d'adaptation à la demande.

2.2.3 ADAPTER L'OFFRE DE TRANSPORTS EN COMMUN

Un outil souvent utilisé dans les zones touristiques type stations balnéaires ou parcs naturels pour répondre à la forte augmentation de la demande en déplacements de la période estivale, est l'adaptation de l'offre de transports en commun. Reliant les pôles générateurs touristiques du territoire, ces navettes sont en général entièrement dédiées au transport de visiteurs et répondent donc spécifiquement à leurs besoins. Elles fonctionnent sur une période déterminée de l'année et à des horaires correspondant aux arrivées et départs pratiqués par les touristes. Elles sont souvent mises en place en guérison du problème de sur-fréquentation, et non en anticipation (ce qui permet une connaissance des pratiques sur le territoire en amont de la mise en place du service). L'initiative est, dans la grande majorité des cas, locale. La rapidité des transports n'étant pas un critère aussi prépondérant dans le choix modal des visiteurs que dans celui des résidents, ce type de navette n'a pas la vitesse comme objectif principal, contrairement aux transports réguliers locaux. Destiné aux visiteurs, ce type de navette peut être de modes de transport moins souvent utilisés que le bus ou le train, comme le bateau ou la navette hippomobile.

Sur la commune du Pouliguen, le réseau de transport régulier du Conseil Général adapte ses itinéraires et ses horaires en période estivale. Ainsi, la ligne M, circulant exclusivement pendant les mois de juillet de d'août est une navette à destination des visiteurs, faisant le tour de la commune. Elle dessert la plage, les campings, le supermarché, la côte sauvage, la gare SNCF, le centre de voile, Pour une communication plus efficace, elle porte un nom spécifique, en plus d'être la ligne M du réseau départemental, sous le nom de Pouligu'en Bus. Le tarif d'un trajet est fixé à 2€. Pour une journée



¹⁶ Taux de rotation : rapport entre le nombre de véhicules relevés en stationnement sur places autorisées, et le nombre de places autorisées.

classique d'exploitation, la navette compte 110 montées/descentes soient 55 voyages pour 8 courses par jours pour 8 kilomètres commerciaux pour une course. La fréquentation de la ligne est donc faible.



Figure 29 : Offre publique de transports en commun au Pouliguen (44) (Source : Inddigo)

Ainsi, la rentabilité de l'exploitation des lignes touristiques de transports en commun n'est pas le premier objectif. Il s'agit en premier lieu de répondre à une saturation du réseau routier. Les modes doux sont également un outil pertinent.

2.2.4 LE ROLE DES MODES DOUX DANS LES DEPLACEMENTS TOURISTIQUES

Les modes doux regroupent l'ensemble des modes de transport fonctionnant uniquement grâce à la force humaine. Les plus connus sont le vélo et la marche, mais il en existe bien d'autres comme les rollers ou la trottinette par exemple. Les modes doux jouent un rôle particulier dans les déplacements touristiques. En effet, ils correspondent particulièrement aux critères de la demande de transport des visiteurs : ils permettent la flexibilité et la facilité d'accès et donc des problèmes de stationnement et de circulation limités (dans un contexte de saturation des réseaux). Même si les trajets sont éventuellement allongés dans le temps, la rapidité des transports n'est pas le premier critère pour un visiteur. Les modes doux correspondent à la demande en transport mais répondent également aux problématiques posées par la variation de population présente sur les territoires touristiques :

- Consommation d'espace : que ce soit pour la circulation ou pour le stationnement, les modes doux nécessitent un espace limité (comparé à la voiture particulière). Par exemple, alors qu'un emplacement de stationnement pour une voiture représente 13m², l'implantation d'un arceau pour vélo nécessite entre 1.5 m² et 2 m² ¹⁷. Les déplacements en sont ainsi fluidifiés.
- Impacts sur l'environnement plus largement : Fonctionnant uniquement à la force humaine, les émissions, de gaz à effet de serre par exemple, sont réduits.

La commune du Pouliguen a une surface d'environ 6km². Les distances entre les pôles générateurs de trafics sont donc tout à fait praticables en modes doux, y compris la marche. La carte en annexe (cf. Annexe 5) reprend les principaux temps de parcours à pied sur la commune du Pouliguen : par exemple, se rendre de l'église à la plage représente 8 minutes de marche et depuis le parking du centre-ville situé sur la Place de la Duchesse Anne, il faut compter 5'30 minutes pour se rendre sur les quais à pied.

Afin de faciliter les circulations à vélo, Le Pouliguen dispose de cheminements cyclables et de zones à réduction de vitesse. La carte ci-après reprend les itinéraires et aménagements à destination des visiteurs et résidents sur le territoire de la commune. On distingue les itinéraires jalonnés des aménagements.

Le Pouliguen dispose de cheminements cyclables sur son territoire, pour une pratique essentiellement de loisirs. En effet, il existe deux itinéraires permettant soit de longer la côte Atlantique entre Le Croisic et La Baule, soit de faire une boucle dans les quartiers résidentiels de la ville. Les liaisons entre les pôles générateurs, touristiques notamment, sont peu traitées. Les discontinuités d'aménagements ne permettent pas une offre de qualité sur le territoire de la commune. On pourrait par exemple imaginer un cheminement vélo, jalonné du moins, permettant de rejoindre la plage depuis les campings ou entre la gare et l'église. De plus, la commune est bien équipée en arceaux pour le stationnement des vélos (y compris à la gare) et quatre loueurs proposent des vélos de la ½ journée à la semaine.

¹⁷ Source : club des villes et territoires cyclables



Figure 30 :
Cheminements cyclables du Pouliguen

(Source :
Inddigo, L.Chasset)

D'autre part, l'accessibilité pour les Personnes à Mobilité Réduite (PMR) des réseaux de voiries ainsi que des réseaux de transports en commun est un enjeu de plus en plus important. Les Pays de la Loire comptent par exemple en moyenne 15% de personnes de plus de 65 ans parmi les touristes visitant son territoire. Même si la mobilité touristique est en grande partie collective (il est donc possible de compter sur la solidarité familiale), c'est une problématique peu traitée, si ce n'est dans des séjours spécifiquement dédiés à cette tranche d'âge.

2.2.5 LES NOUVELLES FORMES DE MOBILITE – LE COVOITURAGE

Le covoiturage est également un mode de transport intéressant pour les situations de fortes variations de population. En effet, même si les infrastructures routières restent nécessaires et figées à une dimension fixe, le partage d'une voiture pour un trajet permet de limiter les variations de nombre de véhicules sur les routes. De plus, les périodes de pics de demande correspondent aux périodes de pics d'offre, ce qui permet un plus grand nombre de combinaisons pour former les équipages de covoiturage.

Dans la pratique, les réflexions menées sur une offre organisée de covoiturage sont souvent tournées vers les déplacements domicile-travail. Concernant les déplacements de touristes ou excursionnistes, l'offre n'est pas structurée et mise en avant par la communication. La pratique existe, mais de façon plus spontanée et est difficile à mettre en exergue via des études ou enquêtes. Le taux moyen d'occupation d'une voiture particulière est de 1,2 en mobilité quotidienne et est supérieure à 2 pour la mobilité de longue distance. Ainsi, même si l'offre n'est pas structurée, dans la pratique, les séjours touristiques sont l'occasion de partage du véhicule particulier.

2.3 LA TARIFICATION COMME OUTIL DE REPORT MODAL

Les outils permettant la flexibilité de l'offre comprennent également la tarification. La tarification est le fruit de la valeur de production du service, de considération économiques de marché et de considération politiques. La tarification peut également être construite dans l'objectif de guider la demande, que ce soit dans les transports en commun ou le stationnement.

La tarification mise en place, outre une ressource supplémentaire pour la collectivité locale, est également un fort levier de report modal. En effet, à travers les prix affichés, les tarifs peuvent détourner ou inciter et ainsi influencer les pratiques de la population. A titre d'exemple, un tarif de stationnement très élevé combiné à une offre de transport en commun attractive et plus abordable, incitera le report modal vers la solution collective. L'offre de transport en commun, le stationnement ou tout simplement l'accès sont les trois points principaux possiblement payants sur un site touristique. Les politiques de tarification y sont différentes suivant que l'offre est publique ou payante. Dans le cas d'un service public, la tarification sera fixée de manière à inciter au report modal (prix du titre de transport collectif attractif et prix du stationnement dissuasif). En effet la plupart de ces offres spécifiquement à destination des visiteurs sont mises en place pour limiter les impacts négatifs d'une mobilité non raisonnée ; l'objectif essentiel est donc le report modal ou spatial (inciter à emprunter un autre itinéraire par exemple). Dans le cas d'un service privé, c'est bien le jeu de l'offre et de la demande qui régit la politique de tarification. C'est-à-dire que ce n'est pas uniquement la valeur du produit qui donne son prix, mais bien la relation entre sa rareté et sa demande. Un produit très demandé et peu produit aura un pris élevé alors qu'un produit peu demandé et très produit aura un prix faible.

La commune du Pouliguen a bien compris l'enjeu de la tarification et adapte les tarifs de stationnement à l'affluence saisonnière, tout en prenant en compte la proximité des activités touristiques. En prenant l'exemple de la réglementation du stationnement, la carte ci-après reprend la localisation de l'offre de stationnement matérialisée sur la commune et la réglementation appliquée. Ainsi, le stationnement situé à proximité de l'église, la promenade, le parc ou la plage, soit les principaux pôles générateurs touristiques, sont mis en stationnement payant pendant l'été uniquement (à raison de 1 euro par heure). Cela incite donc les automobilistes à se reporter sur les espaces de stationnement gratuits plus excentrés comme le parking d'été par exemple. La mention « gratuit » est d'ailleurs précisée sur les panneaux de jalonnement pour inciter à s'y stationner. Cela permet de gérer la forte affluence de véhicule dans le centre-bourg et à proximité des pôles générateurs de trafic touristiques.

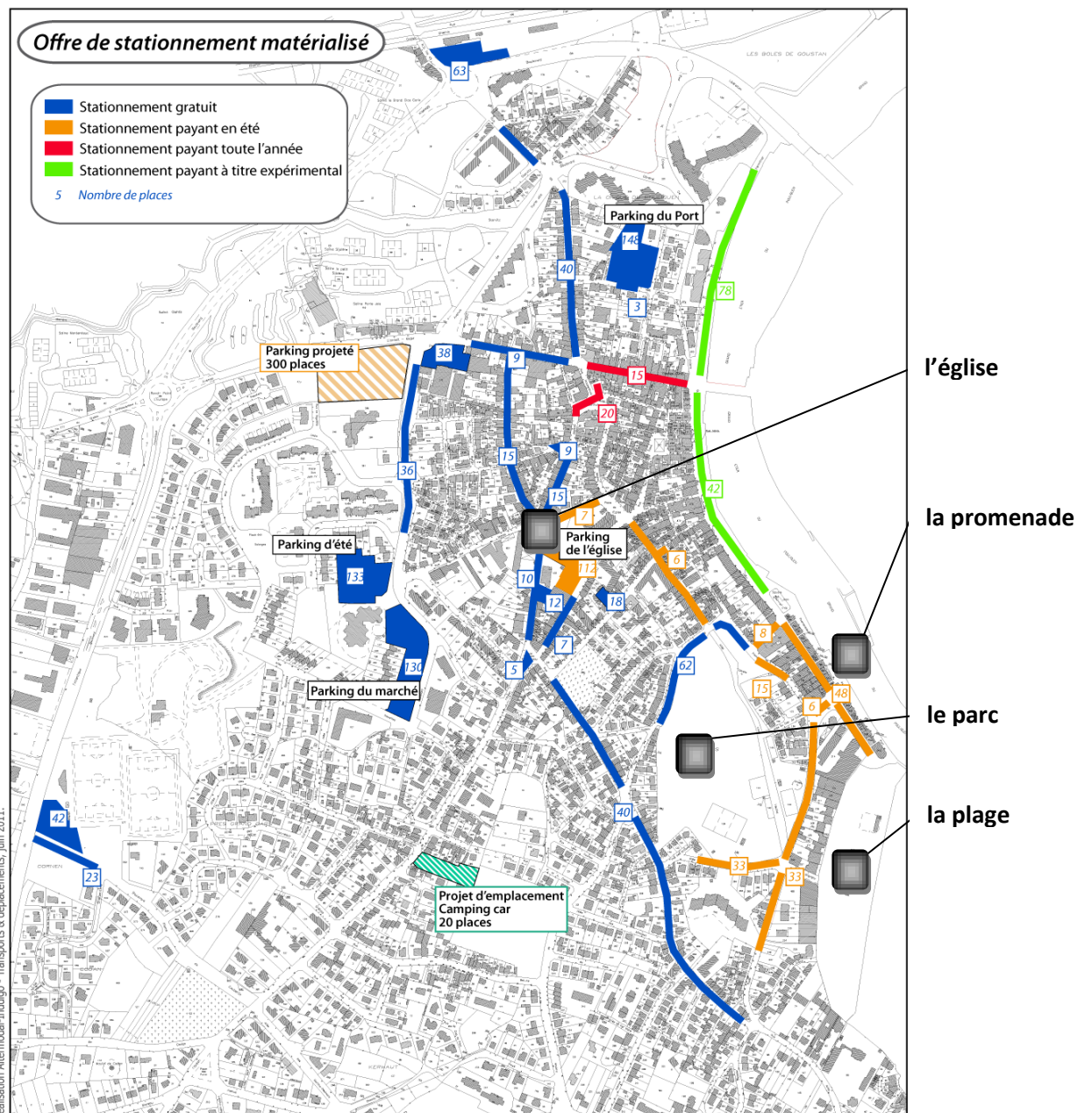


Figure 31 : Offre de stationnement matérialisé sur la commune du Pouliguen (44), Inddigo, 2011

→ C'est bien la combinaison de tous ces outils qui est la solution et permet la flexibilité pour s'adapter aux variations de population. L'intermodalité est également essentielle pour un réseau de transport efficace. Il est par ailleurs impossible de définir une plan d'actions universel, chaque site étant différent et nécessitant un panel de solutions qui lui sont propre.

Les solutions en terme de services de transports sont diverses et à combiner pour répondre aux afflux touristiques saisonniers. Le réel enjeu de l'absorption de telles variations de population est bien d'en limiter l'impact environnemental sur des sites souvent fragiles et protégés, dont la qualité est aussi le facteur de leur attractivité touristique. Au-delà des outils opérationnels, les solutions organisationnelles ont également un rôle essentiel à jouer.

2.4 LES PORTEURS DE PROJET : ASSOCIER LES ACTEURS DU TOURISME ET DES TRANSPORTS A LA REFLEXION

Le transport de personnes est règlementé par la loi. En effet, d'après la loi LOTI (Loi d'Orientation sur les Transports Intérieurs) de 1982, la licence de transporteur est nécessaire pour avoir l'autorisation de transporter des personnes. Il s'agit de s'assurer des capacités et du sérieux du transporteur. Côté public, la collectivité doit disposer de la compétence et être Autorité Organisatrice de Transports (AOT) sur son territoire pour pouvoir y planifier les réseaux de transport en commun. Ces acteurs, en premier lieu orientés vers l'offre régulière, ont cependant aussi la compétence pour proposer des liaisons à destination des visiteurs. C'est le cas sur Le Pouliguen : la commune est desservie toute l'année par la ligne régulière P du Conseil Général de Loire-Atlantique et son exploitant. En période estivale, ce même acteur du transport étant son réseau et met en place la ligne de car M supplémentaire, qui a pour fonction de transporter les visiteurs sur la commune.

D'autre part, les acteurs du tourisme peuvent également être concernés. En effet, la loi sur l'exercice des activités relatives à l'organisation et à la vente de voyages ou de séjours (loi n°92-645, 1992) prévoit la mise en place de la licence d'agence de voyage. A destination des « personnes physiques ou morales qui se livrent ou apportent leur concours, quelles que soient les modalités de leur rémunération, aux opérations consistant en l'organisation ou la vente », elle est suffisante et nécessaire pour mettre en place un service à destination touristique, notamment une offre de transport. En tant qu'agent de voyage, il est également possible de vendre et composer des produits « packagés » incluant une offre transport et une autre service comme l'hébergement ou une activité de loisirs. Sur la commune du Pouliguen, « Les Trains de la Brière », transporteur privé proposent des navettes vers La Baule ou Le Croisic. Il s'agit d'un « petit train », dont l'offre est clairement affichée à destination des visiteurs. Le matériel roulant et la communication autour de l'offre ciblent ce type de public (cf. Figure 32). Les horaires de passage sont adaptés à une activité touristique : il n'existe aucune offre avant 10h30 le matin, en adéquation avec le rythme de vie des visiteurs (cf. § 1).

Horaires au départ du Pouliguen
10h30
11h30
12h00
14h30
15h00
19h00



Figure 32 : "Petit train de Brière" et les horaires au départ du Pouliguen

(Source : <http://www.trains-touristiques.fr/CircuitLBLC.htm>)

Les porteurs de projets innovants en matière de transport dédiés aux visiteurs ne sont en général pas des Autorités Organisatrice de Transport, du moins à l'origine. En effet, l'initiative de la mise en place de navettes par exemple, est souvent le fruit du constat d'un besoin, observé sur le terrain, par des acteurs bien souvent structures relevant du champ de l'environnement ou du tourisme (comme les Parcs Régionaux Naturels ou les Grands Sites). Ce n'est que par la suite que les spécialistes des services de transport sont associés au projet. L'enjeu est donc bien d'amener les acteurs du tourisme et du transport d'un même site, à travailler dans le même sens, le plus en amont possible.

La collaboration entre les acteurs permet un projet concerté mais également une communication mieux intégrée.

2.5 LA COMMUNICATION : ORIENTER LES VISITEURS

La communication est un enjeu important dans la maîtrise des flux touristiques. En effet, tout au long du séjour et de sa préparation, la communication permet d'informer les visiteurs sur les offres transports existantes et à l'orienter vers des solutions de déplacements les moins contraignantes pour lui et celles aux impacts moindres pour l'environnement sur place.

On distingue deux temps de communication auprès des (futurs) visiteurs :

- ➔ Lors de la préparation du séjour ou de l'excursion : en amont du déplacement, le visiteur planifie ses déplacements à distance.
- ➔ Au cours du séjour : pendant déplacement, alors que le visiteur est sur place

D'autre part, les nouvelles technologies de communication jouent un rôle important dans le changement de pratiques en matière de tourisme. Que ce soit Internet, les GPS ou les Ipad, il s'agit de moyens de communication plus rapides et instantanés, plus facile à mettre à jour également. Une multitude d'offre est maintenant accessible, l'utilisateur et le prestataire de service peuvent plus facilement être directement en contact. Les séjours sont plus souvent composés à la carte, directement par le visiteur.

La communication à destination des visiteurs est un domaine spécifique. La mise en avant du territoire passe par la définition de son identité touristique, à vendre auprès du public¹⁸. Ainsi, chaque projet de communication appuie l'identité et rentre dans son cadre. L'identité est également définie en fonction du public de visiteurs que l'on souhaite attirer. En effet, les atouts d'un territoire mis en avant ne seront pas les mêmes suivant si l'on vend une station balnéaire familiale ou une station pour pratiquer le surf. La stratégie de communication est donc construite en fonction de l'identité vendue du territoire et du public cible correspondant (cf. Figure 33).

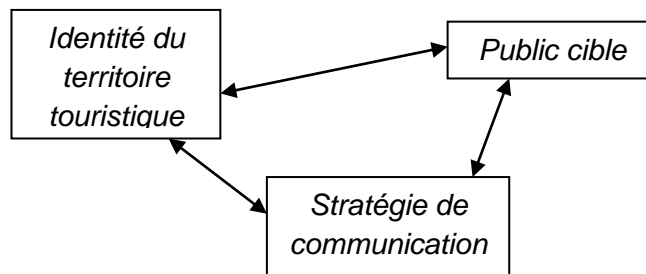


Figure 33 :
La communication à destination des visiteurs
(Source : L.Chasset)

La stratégie de communication est un projet global comprenant une réflexion sur :

- **Le message diffusé** : l'information que l'émetteur (prestataire de service touristique ou collectivité) souhaite faire passer au récepteur (potentiel visiteur) est le message. Il s'agit du fond et non de la forme de l'information. Le message sera interprété par rapport à son contexte.

¹⁸ Source : Fabienne BAIDER, Marcel BURGER et Dionysis GOUSOS (dir.) (2004), *La communication touristique. Approches discursives de l'identité et de l'altérité*, Paris, L'Harmattan.

- **Le support de communication** : La forme du message et son support peuvent prendre des formes très diverses. On distingue les supports matériels, des supports multimédias et Internet, ou encore humains. Les supports matériels peuvent être de différentes formes et tailles. Les dépliants, plaquettes et brochures permettent le détail de l'information et peuvent être personnalisée à plusieurs publics cibles. Ils nécessitent un contact entre l'émetteur et le récepteur. Les panneaux d'information ou de jalonnement sont des sources d'information « en dur » et peu flexibles. Ils dispensent l'information en permanence sur le terrain. Internet permet de nouvelles formes de consommation du tourisme. Diffusant l'information directement auprès du visiteur et facilement mis à jour, Internet est consulté en amont de l'excursion. Les outils d'information en temps réel de type GPS ou Ipod permettent au public équipé de situer les services recherchés à proximité et éventuellement un accès à Internet. L'intérêt de tels outils est sur le moment, « en instantané », au court de l'excursion. Finalement, les guides et agents d'accueil assurent également une part de la communication auprès des visiteurs, essentiellement « sur le terrain », mais les voyageurs diffusent aussi l'information en amont du voyage. Tous ces supports de communication sont complémentaires. Le tableau ci-après reprend les caractéristiques de chacun.

Types de supports de communication	Dépliants et plaquettes	Panneaux d'information et de jalonnement	Internet	Outils d'information en temps réel	Etre humain
En amont de l'excursion	x		x		x
Au cours de l'excursion	x	x		x	x
Personnalisable	+		+	+	++
Facilement mis à jour	+		++	++	++
Disponibilité de l'information	+	++	++	++	
Accessibilité de l'information	+	+	+		++
Pérennité de l'information	++		+	+	

L'enquête Veille de la Clientèle sur Cap Atlantique¹⁹ révèle que 42% des touristes ont utilisé Internet pour préparer leur séjour, tandis que les brochures des offices de tourisme ont servi dans 27% des cas.

La commune du Pouliguen utilise plusieurs de ces outils pour communiquer auprès de ses visiteurs. Dans un premier temps, une carte touristique est éditée chaque année reprenant l'essentiel de l'information à destination des visiteurs, de manière intégrée. Les sens de circulation automobiles et emplacements des parkings, les itinéraires cyclables et cheminements piétons, les points d'arrêts de transport en commun, les campings et principaux points d'intérêt de la commune sont situés.

D'autre part, un site Internet est dédié à l'information auprès les visiteurs du Pouliguen. Il reprend les informations complètes concernant les lieux d'hébergements, de restauration, de visite et de divertissement. Concernant les informations liées aux transports, le site reprend tous les modes de transport permettant d'accéder à la commune. Les déplacements internes sont eux abordés via la carte touristique de la commune, disponible en téléchargement.

¹⁹ BRETAGNE PLEIN SUD, *Etude veille des clientèles 2010*, présentation de Cap Atlantique, 12 p.

- **Le réseau de diffusion** : les relais de diffusion sont variés et en relation avec les visiteurs. Les offices de tourisme ou syndicats d'initiatives sont des espaces identifiés par les visiteurs. Les hébergements touristiques sont également les diffuseurs de cette information.

La communication et information autour des transports ne suivent les mêmes canaux s'agissant de s'adresser aux visiteurs ou aux réguliers. En effet, les réseaux d'information dans les transports en commun sont construits pour l'information auprès des usagers réguliers. Les transports spécifiquement à destination des visiteurs empruntent donc les réseaux touristiques.

De plus, les transports sont fortement liés au lieu de résidence et aux activités pratiquées. C'est donc l'occasion d'une communication intégrée. Notons par exemple que la présentation des campings municipaux du Pouliguen sur le site Internet de la commune, outre détailler les horaires d'ouverture ou les services disponibles, précise les distance des points clés de la commune pour les visiteurs (« Situation : 1 km de la plage et 800 m du centre ville, 200 m commerces, restauration sur place »). Cette vision globale et intégrée des déplacements n'est pas aussi systématique concernant les domicile-travail et la localisation des activités dans la ville.

Ainsi un développement possible sur la commune serait le déploiement d'offres intégrées. Proposer des produits touristiques incluant le transport et l'hébergement par exemple permet une meilleure visibilité. L'utilisateur dispose ainsi des solutions « clés en main », adaptées à son hébergement, pour ses déplacements sur le territoire. Les hébergeurs peuvent également prendre part à la conception et la mise en place de liaisons entre les lieux de connexion de transport en commun (les gares par exemple).

Le site Internet « Suisse Mobile » est un bon exemple de ce que peut être la communication multimodale autour de l'écomobilité touristique. En effet, sur une interface unique, l'utilisateur a accès aux informations liées à la marche, au vélo, au VTT, aux rollers, au canoë, au train ou encore au bateau, et ce sur tout le territoire suisse. La copie d'écran ci-dessous présente la cartographie interactive proposée, permettant d'afficher les itinéraires de chacun des modes, à différentes échelles. De plus, le site Internet met à disposition des fiches synthétiques d'itinéraires reprenant entre autres la description du parcours et les moyens d'accès au site. Les services annexes y sont également détaillés comme les hébergements, les services de réparation pour les vélos par exemple, ou encore les sites intéressants à visiter le long du parcours. L'utilisateur a donc à disposition toutes les informations nécessaires à la préparation de son séjour, ce qui permet plus de liberté vis-à-vis de la voiture.

La communication auprès des visiteurs en termes de transports peut donc prendre des formes et canaux de diffusion diverses. Les outils opérationnels, organisationnels sont combinés pour une offre efficace et adaptée à l'utilisateur-visitateur.

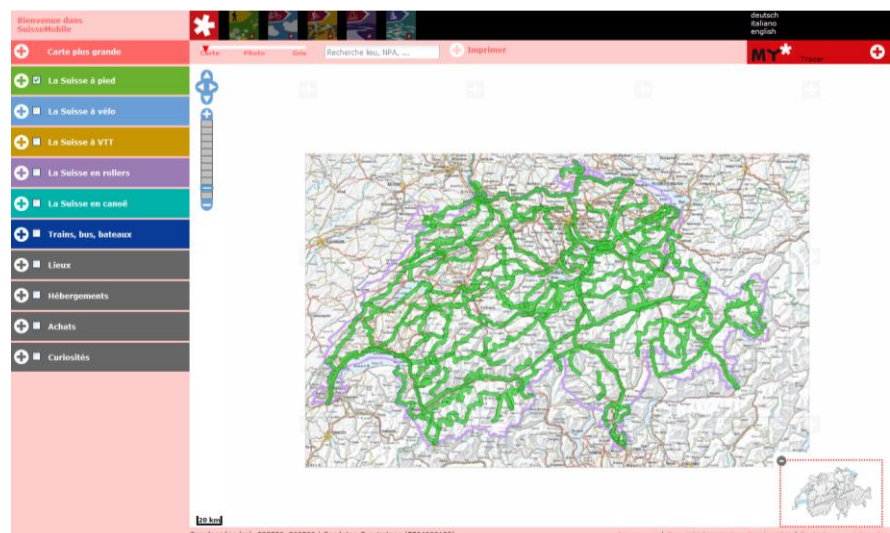


Figure 34 :

Copie d'écran du site Internet www.schweizmobil.ch

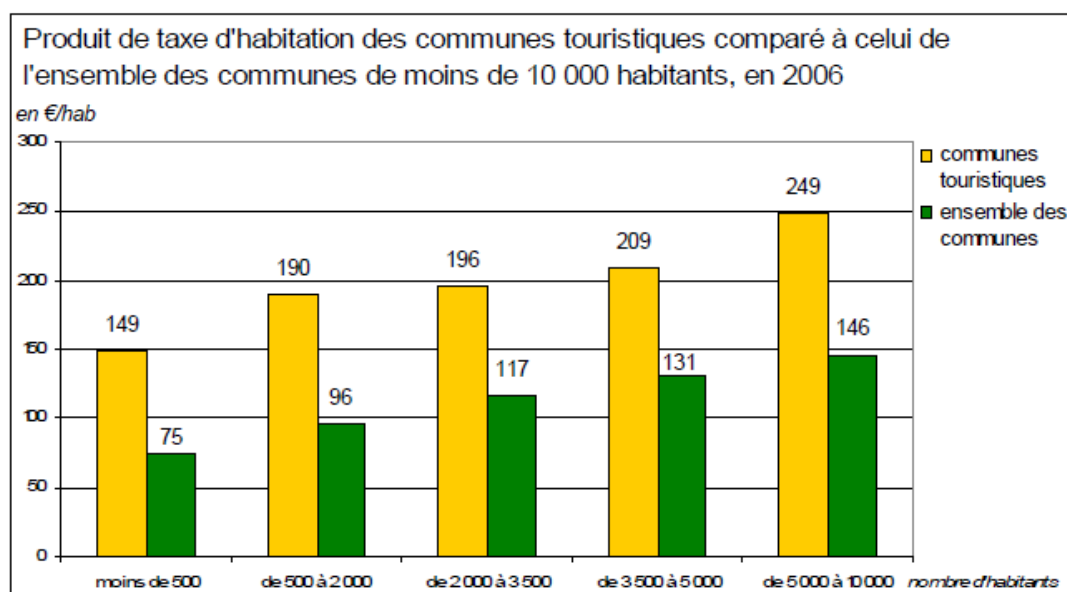
2.6 SOURCES DE FINANCEMENT

L'ensemble des solutions en termes d'offre de transport nécessite une source de financement supplémentaire pour les communes touristiques. Même si peu de taxes supplémentaires existent, les taxes existantes sont en général plus rémunératrices que pour la moyenne des communes françaises. Les données sur le volume de taxes récoltées ne sont pas disponibles.

2.6.1 LES RESSOURCES LOCALES LIEES AU TOURISME

Localement, il existe plusieurs ressources financières pour les collectivités. La fiscalité directe, c'est-à-dire due nominativement par les personnes physiques et morales, est la principale source de revenu des collectivités locales. Il s'agit de plusieurs taxes :

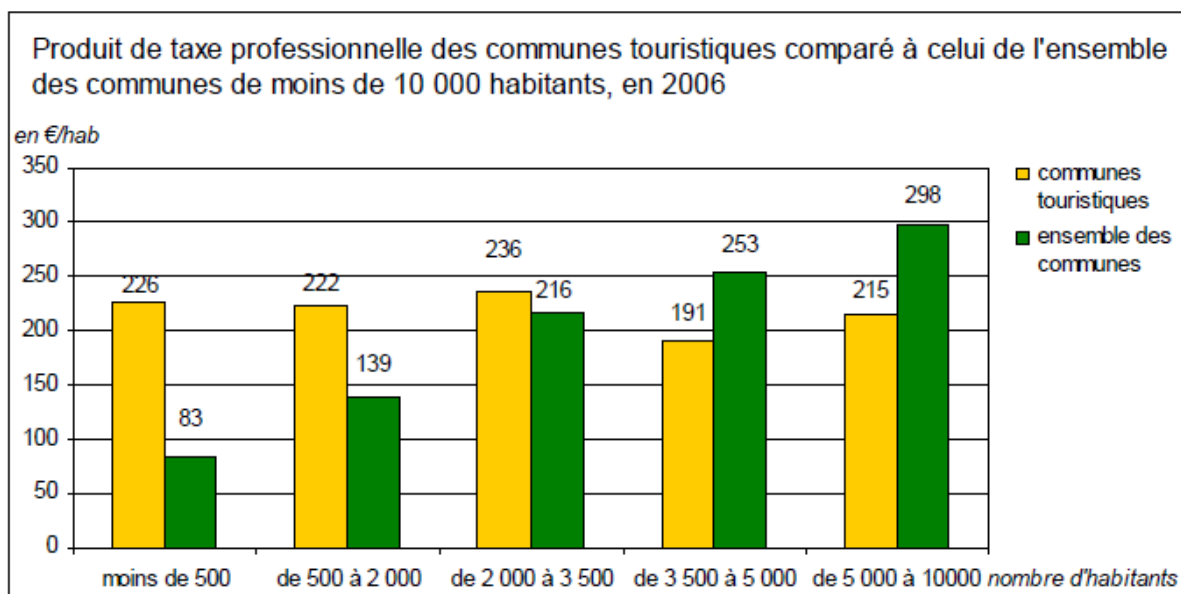
La taxe d'habitation : Perçue par les communes, les EPCI et les départements, la taxe d'habitation est due par toute personne disposant d'un logement, qu'elle soit propriétaire, locataire ou occupant à titre gratuit. Cette taxe est due aussi bien pour les résidences principales que pour les résidences secondaires. Cependant, il existe des mesures d'allègement ou de plafonnement de la taxe d'habitation qui ne sont valables que sur les résidences secondaires. Les communes « touristiques » disposant en moyenne de plus de résidences secondaires que la moyenne des communes, cela est une première source de revenue supplémentaire pour les communes « touristiques ». A titre d'exemple, la commune du Pouliguen compte 57% de résidences secondaires dans son parc de logements. D'autre part, la taxe d'habitation est le produit d'une base par un taux. La base étant liée à la valeur locative cadastrale, elle sera plus élevée dans une station balnéaire par exemple, de par l'attractivité du lieu. Le produit en sera donc un peu plus élevé. On constate ainsi que le produit de la taxe d'habitation des communes « touristiques » est plus élevé, d'un rapport entre 1,7 et 2 par rapport à la moyenne des communes françaises (cf. Figure 35).



Source : DGCL/DESL, 2006

Figure 35 : Produit de la taxe d'habitation des communes touristiques comparé à celui de l'ensemble des communes, en 2006

La taxe professionnelle : « La taxe professionnelle (TP) est due chaque année par les personnes physiques ou morales qui exercent à titre habituel une activité professionnelle non salariés en France »²⁰. Cette taxe n'existe plus depuis la loi des finances de 2010 et a été remplacée par la Contribution Economique Territoriale (CET). Il reste néanmoins intéressant de comparer les recettes fiscales des communes touristiques ou non à partir de l'ancienne taxe professionnelle.



Source : DGCL / DESL, 2006

Figure 36 : Produit de la taxe professionnelle des communes touristiques comparé à celui de l'ensemble des communes, en 2006

Le produit de la taxe professionnelle, toutes activités confondues, était beaucoup plus élevé pour les communes de moins de 2000 habitants (jusqu'à 2 fois plus pour les communes de moins de 500 habitants). Cela était dû à la forte proportion qu'occupe l'activité touristique dans l'économie locale. L'attractivité touristique draine nombre d'activités comme des commerces dont une « petite » commune ne bénéficieraient pas sinon. A titre d'exemple, la commune du Pouliguen compte deux grandes surfaces et nombre de commerces de proximité en centre-ville pour un peu plus de 5 000 habitants.

Il existe également la taxe sur le foncier bâti et la taxe sur le foncier non-bâti, n'ayant que peu d'impact sur les finances locales touristiques par rapport à la moyenne des communes françaises.

²⁰ Article 1447 du Code général des impôts

- *La fiscalité indirecte spécifique aux activités de tourisme*

La taxe de séjour : Les communes classées « touristiques » d'après l'article L133-11 (cf. annexe 6), ont la possibilité d'appliquer la taxe de séjour sur leur territoire. La taxe concerne les personnes séjournant dans les hôtels, les villas et meublés de tourisme ou les terrains de camping. La taxe de séjour peut être collectée soit sur chaque nuitée et chaque personne, ou de manière forfaitaire, toujours en passant par les organismes d'hébergement. La taxe de séjour est une « taxe affectée », c'est-à-dire que le produit collecté doit être destiné à améliorer les conditions d'accueil des touristes (aussi bien l'animation, que l'assainissement ou l'embellissement). Le produit moyen perçu est de 9€/habitant résident.

Une taxe départementale additionnelle peut être instaurée afin d'améliorer les voies d'accès et de circulation, notamment destinées aux visiteurs et touristes, ainsi qu'à la promotion touristique du département.

Plusieurs stations touristiques de montagne comme Chamonix ont d'ailleurs mis en place une carte d'hôte, fournie par les hébergeurs aux visiteurs contre paiement de la taxe de séjour. Cette carte donne droit à la libre circulation sur le réseau de transport en commun. Ce fonctionnement améliore la vision qu'ont les visiteurs de la taxe de séjour et perçoivent plus directement son utilité.

La redevance sur les remontées mécaniques : En application de la « loi montagne », les communes concernées peuvent instaurer une redevance sur les remontées mécaniques, directement perçue sur l'usager, via le titre de transport. De même, il s'agit d'une taxe affectée au développement du tourisme de la pratique du ski. Une taxe départementale additionnelle peut également être perçue. Le produit moyen perçu est de 56€/habitant résident.

- *Le versement transport additionnel pour les communes « touristiques »*

Le versement transport (VT) est un impôt assis sur la masse salariale, due par toutes les entreprises de plus de neuf salariés. Le VT est instauré sur l'ensemble du Périmètre de Transports Urbains (PTU), soit un ensemble de communes, ou communautés de communes ayant la responsabilité de l'organisation des transports en commun. Il est affecté aux dépenses liées à l'investissement ou l'exploitation des transports en commun. Le VT est le produit de la masse salariale par un taux. Ce taux, fixé par la collectivité locale perceptrice, et répond à plusieurs plafonds précisés par la loi, suivant le nombre d'habitants du PTU ou les projets en matière de transports en commun.

Or, d'après l'article L. 2333-67, si au moins une des communes appartenant au PTU est classée « commune touristique », au sens de l'article L. 133-11 du code du tourisme, le plafond du taux applicable est relevé de 0,2%. Ceci est une nouvelle source supplémentaire de revenu pour les communes « touristiques ».

Toujours dans le cas d'une commune touristique ou d'une structure intercommunale comprenant au moins une commune touristique, le Versement Transport peut être prélevé, même si le seuil obligatoire de 10 000 habitants n'est pas atteint.

Les sources de financement supplémentaires pour une commune touristique sont donc nombreuses. Cependant ces communes bénéficient également de retombées économiques importantes liées à l'activité touristique.

2.6.2 LES RETOMBÉES ECONOMIQUES

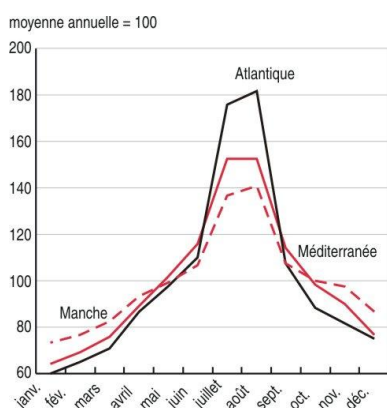
Outre les sources de financements liées aux impôts et taxes, le tourisme ou les aménagements touristiques sont sources de retombées économiques importantes, via les prestataires de services touristiques. Ainsi que ce soit sur l'hébergement, la restauration, les activités de loisirs ou plus largement les commerces, l'activité touristique permet la création d'emploi et la production de richesses. Cependant il est difficile de mesurer précisément les gains, peu dissociables des autres secteurs de l'économie. De plus, le tissu économique est continu donc isoler une commune pour mettre en avant des chiffres précis sur les retombées économiques liées au tourisme est complexe. Il existe donc des données au niveau national issues des informations comptables fournies par les entreprises appartenant au domaine du tourisme. Les données à un niveau local ne sont que rarement disponibles.

Ainsi, l'activité touristique représente un secteur important créateur d'emplois. A l'échelle nationale, cela représente près de 560 000 équivalents temps-plein (soient environ 890 000 emplois salariés), répartis dans les différents métiers de prestation touristique, comme le reprend le tableau ci-dessous :

Entreprise du secteur du tourisme	Nombre d'entreprises	Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	Valeur ajoutée (en millions d'euros)	Nombre de salariés (en équivalent temps pleins)
Hôtels et hébergements similaires	20 533	16 186	7 922	137 922
Autres hébergements touristiques	14 879	5 253	1 825	32 338
Restaurants	13 6702	36 915	15 864	316 388
Débits de boissons	50 363	6 812	3 081	38 314
Agences de voyages et voyagistes	5 325	15 384	2 068	33 267
TOTAL	227 802	80 550	30 760	558 229

Figure 37 : Nombre d'entreprise et d'équivalents temps-plein du secteur du tourisme en 2008

A titre de comparaison, le nombre d'emplois dans le secteur du tourisme en France représente 4.3% des emplois à l'échelle nationale. La restauration est, devant l'hôtellerie, l'activité la plus pourvoyeuse d'emplois.



Particulièrement sur la côte littorale, la part des emplois liés au secteur du tourisme est importante et fortement marquée par la saisonnalité. Ainsi, en période estivale, le littoral Atlantique compte 80% d'emplois liés au tourisme de plus que la moyenne annuelle (cf. Figure 38).

Figure 38 : Emploi salarié touristique mensuel - Espaces littoraux (Source : INSEE)

A l'échelle de la commune du Pouliguen, économie essentiellement tournée vers l'activité touristique, le secteur de l'économie « commerce, transport, services diversés » fait vivre près de la moitié (49%) de la population active²¹. Aucune données plus précises ne sont disponibles à l'échelle locale.

Quelques grands projets touristiques font l'objet d'une étude approfondie des retombées économiques associées. C'est le cas de la Loire à Vélo par exemple. Itinéraire à vélo longeant la Loire sur près de 800 km, les touristes itinérants dépensent en moyenne 68€ par jour (et jusqu'à 89€ par jour pour les touristes itinérants étrangers). Cela représente sur l'ensemble de l'année 2010, 15.3 M€ de retombées économiques directes, ce qui est loin d'être négligeable pour les territoires traversés. Ces données sont tirées d'enquêtes auprès des usagers itinérants.

Les retombées économiques de projets touristiques sont réellement importantes mais difficiles à chiffrer pour en montrer l'importance pour l'économie locale. Dans l'évaluation économique d'investissement dans le tourisme, il est donc judicieux de les prendre en compte.

²¹ Source : INSEE

CONCLUSION

Synthèse sur le Pouliguen

La commune du Pouliguen connaît de forts enjeux par rapport à la maîtrise des flux de déplacements touristiques importants en juillet et août sur son territoire. Ainsi plusieurs outils sont mis en place ; les plans de circulation, jalonnement et stationnement, soient les domaines que maîtrisent totalement la commune sont adaptés, et ce en cohérence les uns par rapport aux autres, et régulés par une politique tarifaire réfléchie. Les modes doux font l'objet d'un travail régulier même si leur place par rapport à la voiture reste moindre. L'offre de transports en commun est développée pendant la haute saison. Toutes les offres des différents modes de transports sont globalement ajustées à la variation de la demande, même si la concertation entre les acteurs n'est pas systématique. Une plus grande concertation permettrait d'approfondir la cohérence entre les différents réseaux en travaillant l'intermodalité et de proposer une communication intégrée à destination du visiteur.

L'activité touristique permet à de nombreux territoires de s'assurer une vie économique et sociale en bonne santé. Cependant les variations saisonnières de population peuvent avoir des conséquences néfastes si les flux de déplacements, notamment, ne sont pas maîtrisés. Il existe tout un panel de solutions en termes d'offres de transport, permettant l'adaptation au cours de l'année, pertinentes que si elles sont combinées. Ces outils sont à accompagner par une démarche de concertation entre les acteurs de transport et du tourisme. Les financements sont disponibles et souvent affectés. Finalement, la réussite de la mise en place de tels services est soumise à la concertation des acteurs à la fois du tourisme et du transport, pour définir une offre adaptée au territoire permettant de limiter l'impact des visiteurs.

Plus largement, la présente réflexion est d'abord un travail de recueil de données et de synthèse. En effet, la problématique des déplacements touristiques est à la rencontre de deux domaines d'études, les transports et le tourisme. La bibliographie sur le sujet est limitée. C'est bien à partir d'informations diverses et fragmentées et de conclusions tirées d'expériences sur le terrain que s'est construit ce rapport. D'autre part, il semble compliqué de conclure sur les « solutions miracles » puisque qu'aucune n'est universelle : c'est au cas par cas qu'il convient de définir la série de mesures pertinentes à mettre en place.

Afin de poursuivre la réflexion, il conviendrait de la compléter par un suivi de plusieurs expériences, aux conditions diverses, afin de permettre une analyse sur le long terme. En effet ces offres de transport sont en général récentes et nécessitent encore quelques années de recul pour en mesurer réellement les impacts sociaux, économiques et environnementaux.

TABLE DES MATIERES

REMERCIEMENTS.....	5
SOMMAIRE	6
CONTEXTE DU STAGE	7
INTRODUCTION AU THEME	11
PRESENTATION DE L'ETUDE DE CAS.....	12
1 CARACTERISATION ET FONCTIONNEMENT D'UN TERRITOIRE SOUMIS AUX AFFLUX SAISONNIERS	16
1.1 Sources de données	17
1.2 Caractérisation de l'utilisateur visiteur	18
1.2.1 Visiteurs, touristes, excursionnistes et itinérants.....	18
1.2.2 Typologies de visiteurs	19
1.2.3 Les pratiques touristiques	22
1.3 Caractérisation des flux de déplacements touristiques.....	25
1.3.1 Volumes de déplacements globaux variable dans le temps pour un espace délimité.....	25
1.3.2 Les pratiques de déplacements des visiteurs.....	28
1.4 Synthèse : concilier visiteurs et résidents.....	31
2 SOLUTIONS OPERATIONNELLES ET ORGANISATIONNELLES POUR REpondre A L'AFFLUX DE TOURISTES SAISONNIERS	33
2.1 La problématique du dimensionnement.....	33
2.2 Une offre de transport adaptable.....	34
2.2.1 Adapter le plan de circulation et de jalonnement.....	34
2.2.2 Adapter le plan de stationnement	36
2.2.3 Adapter l'offre de transports en commun	37
2.2.4 Le rôle des modes doux dans les déplacements touristiques.....	39
2.2.5 Intermodalité et nouvelles formes de mobilité	40

2.3	La tarification comme outil de report modal	41
2.4	Les porteurs de projet : Associer les acteurs du tourisme et des transports à la réflexion ..	43
2.5	La communication : orienter les visiteurs.....	44
2.6	Sources de financement.....	47
2.6.1	<i>Les ressources locales liées au tourisme.....</i>	47
2.6.2	<i>Les retombées économiques.....</i>	50
CONCLUSION.....		52
TABLE DES MATIERES		53
INDEX DES IMAGES		55
BIBLIOGRAPHIE		56
ANNEXES		58

INDEX DES IMAGES

Figure 1 : La Côte d'Amour	10
Figure 2 : Localisation de la commune du Pouliguen (44).....	12
Figure 3 : Logo de la communauté de communes de Cap Atlantique.....	12
Figure 4 : Promenade du Pouliguen.....	12
Figure 6 : Evolution de la population de la commune du Pouliguen entre 1968 et 2007.....	13
Figure 5 : Principaux espaces du Pouliguen	13
Figure 9 : Nombre de logements au Pouliguen	14
Figure 7 : Age des pouliguennais en 1999 et 2007	14
Figure 8 : Composition des ménages pouliguennais en 2007.....	14
Figure 10 : Part de retraités au Pouliguen.....	15
Figure 12: Taux de motorisation des ménages au Pouliguen et à Batz s/ mer en 2007	15
Figure 11 : Secteurs de l'économie pouliguennaise en 2007	15
Figure 13 : Age des touristes dans les Pays de la Loire et en France	20
Figure 14 : Provenance des touristes étrangers en Pays de la Loire et en France	21
Figure 15 : Origine de la clientèle française en Pays de la Loire.....	21
Figure 16 : Evolution de la durée moyenne des séjours personnels en France	23
Figure 17 : Activités pratiquées sur le littoral.....	24
Figure 18 : Population résidente et présente en Loire-Atlantique au cours de l'année	26
Figure 19 : Population résidente et présente en Haute-Savoie au cours de l'année	26
Figure 20 : Fréquentations journalières moyennes de la Presqu'île Guérandaise en 2005 et 2006	26
Figure 21 : Répartition moyenne horaire journalière des arrivées et des départs	27
Figure 22 : Principaux pôles générateurs de trafic touristiques du Pouliguen	29
Figure 23 : Extrait du diagnostic déplacements du Pouliguen, Inddigo, 2011	32
Figure 24 : Taux d'occupation du stationnement le jeudi 3 Septembre, en intersaison (16h-17h)	33
Figure 25 : Taux d'occupation du stationnement le jeudi 20 Août 2009 en haute saison (16h-17h)	33
Figure 26 : Schéma des dispositions de circulation été/hiver sur la promenade du Pouliguen (44).....	35
Figure 27 : Principaux axes de jalonnement du Pouliguen (44), Inddigo, 2011.....	36
Figure 28 : Parking d'été du Pouliguen et son jalonnement	37
Figure 29 : Offre publique de transports en commun au Pouliguen (44).....	38
Figure 30 : Cheminements cyclables du Pouliguen	40
Figure 31 : Offre de stationnement matérialisé sur la commune du Pouliguen (44).....	42
Figure 32 : "Petit train de Brière" et les horaires au départ du Pouliguen.....	43
Figure 33 : La communication à destination des visiteurs.....	44
Figure 34 : Copie d'écran du site Internet www.schweizmobil.ch	46
Figure 35 : Produit de la taxe d'habitation des communes touristiques.....	47
Figure 36 : Produit de la taxe professionnelle des communes touristiques.....	48
Figure 37 : Nombre d'entreprise et d'équivalents temps-plein du secteur du tourisme en 2008	50
Figure 38 : Emploi salarié touristique mensuel - Espaces littoraux	50

BIBLIOGRAPHIE

- **Caractérisation et fonctionnement d'un territoire soumis aux afflux saisonniers**

Commune du Pouliguen, *Cahier des Clauses Particulières relatives au marché pour l'Elaboration du Plan Local d'Urbanisme*, 2010, 24 p.

INSEE, *Tourisme des Français, les activités des touristes lors de leurs voyages*, Tourisme Info Stat 2008-7, 17 p.

Direction générale de la compétitivité de l'industrie et des services, *Chiffres clés du tourisme*, édition 2010, 8 p.

Laurence Dauphin, Marie-Anne Le Garrec et Frédéric Tardieu, *Les vacances des français depuis 40 ans*, INSEE, 2008, 40 p.

Observatoire Régional du Tourisme des Pays de la Loire, *Chiffres-clés du Tourisme en Pays de la Loire*, 2010, 24 p.

BRETAGNE PLEIN SUD, *Etude veille des clientèles 2010*, présentation de Cap Atlantique, 12 p.

Observatoire régional du tourisme d'Aquitaine, *Fréquentation touristique en Aquitaine, méthode des flux*, Comité régional de tourisme d'aquitaine, Bordeaux, 2004

Détail Formation, *Les besoins d'un touriste*. [en ligne]. Site disponible sur : <http://www.detailformation.com/les-besoins-dun-touriste/> [consulté le 18/08/2011]

Association francophone des experts et scientifiques du tourisme, *Mutations de la demande touristique*. [en ligne]. Site disponible sur : <http://www.afest.org/spip.php?article80#Anchor15> [consulté le 28/07/2011]

www.insee.fr [consulté entre le 25/07/2011 et le 23/09/2011]

José Fernando Vera Rebollo (coord.) ; Francesc López i Palomeque, Manuel Marchena Gómez, Salvador Antón ; prólogo de J. Vilà Valentí, *Análisis territorial de turismo: una nueva geografía del turismo*, Barcelona : Ariel, 1997, 469 p.

LISZEWSKI Stanislas, *La typologie fonctionnelle de l'implantation touristique; l'exemple des villages de Wysowa et Rytro, dans les Carpates polonaises...*, Méditerranée, Troisième série, Tome 69, 4-1989. *Tourisme rural en montagne: les Hautes-Alpes et les Tatra*. pp. 25-32

Compte-rendu du séminaire « *Tourism and Transport* », 2006, Association for European Transport, London, 2006

PETIT Jérôme, *Politique des déplacements et développement touristique ; contraintes et innovations dans les vallées touristiques alpines*, *Revue de géographie alpine*. 2002, Tome 90 N°1. pp. 48-65

PETIT Jérôme. *La mobilité à l'intersection de l'expertise scientifique, de l'expérience des usagers et des stratégies territoriales des acteurs de l'aménagement : étude sur la vallée de Chamonix*. Géographie. Grenoble : Université Joseph Fourier, 2002, 112 p.

Otilia Calindere Apostu, Fabienne BAIDER, Marcel BURGER et Dionysis GOUTSOS (dir), « *La communication touristique. Approches discursives de l'identité et de l'altérité* », *Communication* [En ligne], Vol. 25/1 | 2006, mis en ligne le 07 mai 2010, [consulté le 19 août 2011]. URL : <http://communication.revues.org/index543.html>

- **Solutions opérationnelles et organisationnelles pour répondre à l'afflux de touristes saisonniers**

Compte-rendu du « *Colloque sur la gestion de l'accueil des camping-cars dans les stations littorales de Bretagne* », Stations Nouvelles Vagues Bretagne, octobre 2004, Erquy

Espaces naturels N°16-octobre 2006, dossier « *Moins de voitures dans la nature* », pp. 7-15, édition ATEN, Montpellier

Claire de Biasi, *Tourisme et finances locales*, Direction du tourisme, Bureau de la Stratégie, de la Prospective, de l'Evaluation et de la Recherche, Mars 2008, 67 p.

Grands Sites de France, *Ecomobilité touristique et de loisirs vers les espaces ruraux*, Paris, 2010

CRT Centre-Val de Loire, *Etude de fréquentation et de retombées économiques de la Loire à Vélo*, Comité régional du tourisme Centre-Val de Loire et la Société publique régionale des Pays de la Loire, 2011

ANNEXES

ANNEXE 1 : Questionnaire administré dans les offices de tourisme de la Cap Atlantique

ANNEXE 2 : Activités pratiquées suivant le type d'espace en 2007

ANNEXE 3 : Nombre de lits touristiques par type d'hébergement au Pouliguen

ANNEXE 4 : Arrêté de la commune du Pouliguen (44) à propos du règlement du stationnement

ANNEXE 5 : Carte des temps de parcours entre les principaux pôles générateurs touristiques

ANNEXE 6 : Article de loi relatif à la définition de la commune touristique

ANNEXE 7 : Articles de loi relatifs au versement transport

(Source : Cap Atlantique)

Le Questionnaire

13 Quel est le lieu de votre domicile ? _____

Code Postal | _____ | _____ | _____ | _____

14 Quelle est votre tranche d'âge ?

01	18/24 ans
02	25/34 ans
03	35/49 ans
04	50/64 ans
05	65 ans ou plus

15 Etes-vous venus ?

01	Seul
02	En couple
03	En famille
04	Entre amis
05	Autre

16 Quelle est votre profession ?

01	Agriculteur
02	Artisan - commerçant, chef d'entreprise
03	Cadre, profession intellectuelle
04	Profession intermédiaire
05	Employé
06	Ouvrier
07	Retraité
08	Etudiant
09	Autre sans activité

17 Avec combien de personnes êtes-vous venus ? (vous y compris)

- Nombre de personnes | _____ |
- Dont enfant(s) de moins de 13 ans | _____ |

Bienvenue en Loire-Atlantique !

À fin de toujours mieux vous satisfaire, le département de Loire-Atlantique et l'Office de Tourisme souhaitent mieux vous connaître.

Cette enquête s'adresse à tous les touristes et visiteurs qui passent une ou plusieurs nuits en dehors de chez eux.

Nous vous remercions de votre participation.

1 Lors de votre séjour, dans combien de lieux différents allez-vous passer au moins une nuit ? (en Loire-Atlantique ou non)

01	Je reste au même endroit pendant tout mon séjour
02	Je change de lieu 2 à 4 fois pendant mon séjour
03	Je fait un circuit, je change de lieu toutes les nuits ou presque

2 Au cours de ce séjour, combien de nuits allez-vous passer hors de votre domicile ? (en Loire-Atlantique ou non)

| _____ | jours

3 Où séjournez-vous actuellement ? (cochez 1 case et complétez)


01 En Loire-Atlantique : Nom de la commune | _____ |

Noter les 5 premières lettres dans les cases et le reste sur les postillons
E _ _ _ _ _ L _ _ _ _ _ M _ _ _ _ _ A _ _ _ _ _ Z _ _ _ _ _ A _ _ _ _ _ I _ _ _ _ _ R _ _ _ _ _ E

02 Dans un autre département N° | _____ |

4 Dans quel type d'hébergement logez-vous actuellement ? (cochez 1 case)

01	En recherche d'hébergement	06	Village de vacances / résidence
02	Camping / caravanning	07	Chez des parents ou amis
03	Hôtel / Résidence hôtelière	08	Résidence secondaire
04	Chambre d'hôtes	09	Camping-car
05	Location / gîte rural	10	Autres



www.capatlantique.com

Nom OT : _____

Adresse : _____

Mail : _____

01 Bateau temps
02 Fortes chaleurs
03 Mauvais temps (pluie, vent, froid)

5 Quel est le motif principal de votre séjour ?

- 01 Motif personnel
- 02 Motif professionnel

6 Combien de séjours avez-vous effectué dans notre département au cours des 3 dernières années ? (ce(s)-ci compris)

01 C'est mon 1^{er} séjour 02 | | | séjours depuis 3 ans

7 Plus précisément, votre séjour a été motivé par ... ?

(Plusieurs réponses possibles, maximum 3)

- 01 Le patrimoine naturel, la qualité des paysages
- 02 Le patrimoine historique, culturel et architectural
- 03 Vos attaches au territoire (souvenirs, famille, amis, résidence...)
- 04 La plage, le littoral
- 05 Une promotion, une opportunité tarifaire
- 06 Les festivals, manifestations artistiques, culturelles ou sportives
- 07 La renommée du lieu, sa notoriété
- 08 La possibilité de pratiquer des activités
- 09 La gastronomie, les produits du terroir
- 10 Autres

8 Quelles sont les principales activités que vous avez ou allez pratiquer au cours de votre séjour ?

(Plusieurs réponses possibles, maximum 5)

- | | | | |
|----|------------------------------------|----|---------------------------------------|
| 01 | Pas d'activité | 12 | Visite de sites naturels |
| 02 | Mer, plages, baignade | 13 | Manifestations culturelles |
| 03 | Pêche | 14 | Fêtes locales |
| 04 | Randonnée pédestre, promenade | 15 | Gastronomie, restauration |
| 05 | Activités nautiques | 16 | Découverte des vignobles et du vin |
| 06 | Vélo, VTT | 17 | Visite de la famille, des amis |
| 07 | Golf | 18 | Se reposer, ne rien faire |
| 08 | Autre activité sportive | 19 | Découverte d'une ville |
| 09 | Thalassothérapie | 20 | Marchés, brocantes, visita d'artisans |
| 10 | Parc à thème, parc de loisirs, zoo | 21 | Shopping |
| 11 | Visite de monument, musée, château | 22 | Autres |

9 Combien de temps à l'avance avez-vous décidé de la destination de ce séjour ?

- 01 Au dernier moment
- 02 Moins d'un mois avant de partir
- 03 Plus d'un mois avant de partir

10 Quel(s) moyen(s) avez-vous utilisé(s) pour préparer votre séjour ?

(Plusieurs réponses possibles, maximum 3)

- 01 Un guide touristique
- 02 Une brochure d'Offices de Tourisme, de Pays
- 03 Une autre brochure ou plaquette
- 04 Un contact direct avec un Office de Tourisme
- 05 Un contact direct avec une agence de voyages
- 06 La Presse
- 07 Internet
- 08 Le bouche à oreille (par des amis, de la famille, des collègues)
- 09 Une carte routière, un atlas routier
- 10 Un GPS
- 11 Autre moyen
- 12 Aucun

11 Au moment de la préparation de ce séjour, avez-vous effectué une réservation ?

- 01 Oui (hébergement, activités, autres...)
- 02 Non → Allez en Q12

12 Si oui, auprès de qui avez-vous réservé ?

- 01 Agence de voyages
- 02 Prestataire lui-même
- 03 Office de Tourisme
- 04 Association (CE...)
- 05 Autre

Par Internet ?

- 01 Oui
- 02 Non

Suite au verso >>

ANNEXE 2 : Activités pratiquées suivant le type d'espace en 2007
(Source : SDT)

Activités pratiquées suivant le type d'espace en 2007
(en % du nombre de séjours)

	Station de ski	Montagne	Littoral	Rural	Urbain	Total
Ski alpin	29,7	4,1	ε	ε	ε	2,2
Ski de fond	2,7	ε	ε	ε	ε	0,2
Snowboard, surf de neige	3,2	ε	ε	ε	ε	0,3
Raquettes à neige	4,8	ε	ε	ε	ε	0,4
Autre sport d'hiver	4,5	1,0	ε	ε	ε	0,4
Alpinisme, canyoning, escalade, spéléo, via ferrata	1,8	ε	ε	ε	ε	0,2
Bateau à voile, dériveur, catamaran, planche à voile	ε	ε	ε	ε	ε	0,4
Bateau à moteur, jet ski, ski nautique	ε	ε	1,2	ε	ε	0,5
Kayak, rafting, autre sport en eaux vives	ε	ε	ε	ε	ε	0,3
Surf, kayak de mer ou autre sport nautique	ε	ε	ε	ε	ε	0,3
Plongée sous-marine	ε	ε	ε	ε	ε	0,3
Tennis et sport de raquette sur court	ε	ε	ε	ε	ε	0,5
Activités équestres	ε	ε	ε	ε	ε	0,2
Golf	ε	ε	ε	ε	ε	0,3
Randonnée pédestre	24,7	15,5	6,7	5,1	2,1	6,7
Jogging, parcours de santé	1,2	ε	1,6	1,1	ε	1,1
Vélo, VTT	1,9	2,7	5,3	2,7	1,5	2,9
Sport collectif	ε	ε	ε	ε	ε	0,5
Autre activité physique ou sportive	2,6	2,8	3,1	2,1	1,8	2,5
Festival, concert, théâtre, manifestation culturelle	1,3	2,5	2,5	2,4	4,7	3,0
Visite de ville	10,3	13,7	18,9	11,6	17,7	18,7
Visite de marché, foire, brocante	3,9	5,7	8,1	6,8	4,4	6,3
Visite de sites et d'espaces naturels	10,6	14,1	11,7	7,9	4,1	10,8
Visite de musées, expos, monuments, sites historiques	3,8	8,1	7,1	6,8	9,9	10,4
Visite d'entreprise en activité	ε	ε	ε	ε	ε	0,6
Autre activité culturelle	ε	1,7	1,2	1,7	2,4	1,8
Baignade, plage, natation	3,9	5,8	29,0	6,1	2,8	12,5
Promenade, ballade de quelques heures	24,1	28,4	35,6	23,4	16,2	24,5
Shopping en ville	5,9	4,6	11,8	7,6	14,2	10,5
Chasse	ε	ε	ε	ε	ε	0,3
Pêche	ε	1,0	2,4	1,0	ε	1,1
Thalasso-balnéothérapie, thermalisme	1,7	1,6	1,3	ε	ε	1,0
Jeux d'argent au casino	ε	ε	ε	ε	ε	0,4
Oenologie (visite de caves, dégustation)	ε	ε	ε	ε	ε	0,5
Gastronomie	3,0	4,9	4,8	4,8	5,3	4,7
Parc de loisirs, aquatique, animalier	1,0	1,5	3,1	2,1	4,2	2,9
Activité créative (peinture, artisanat d'art)	ε	ε	ε	ε	ε	0,4
Bricolage, jardinage	4,0	8,4	5,6	9,9	4,1	6,1
Autre	8,4	15,4	11,1	19,1	20,6	15,3
Pas d'activité particulière	8,1	16,4	12,7	24,1	23,7	17,6

Source : SDT (direction du Tourisme, TNS Sofres)

ANNEXE 3 : Nombre de lits touristiques par type d'hébergement au Pouliguen

(Source : Direction du tourisme)

Type d'hébergement	Nb unités	Ratio	Nombre de lits touristiques	Part (%) du nombre de lits touristiques
Hôtels	70	2	140	1%
Campings	348	3,5	1218	8%
Résidences secondaires	3606	4	14424	89%
Gîtes et chambres d'hôtes	5	4	20	0%
Résidences de tourisme	65	5	325	2%
TOTAL			16127	100%

L'estimation des lits touristiques se calcule sur la base des ratios suivants :

- Hôtels : nombre de chambres x 2
- Campings : nombre d'emplacements nus x 3 ;
nombre d'emplacements équipés x 4
- Résidences secondaires : nombre de résidences x 5
- Gîtes et meublés : nombre de gîtes x 4

(Source : commune du Pouliguen)

--- REPUBLIQUE FRANCAISE ---
Liberté Egalité Fraternité

ARRETE DU MAIRE

DEPARTEMENT DE LOIRE ATLANTIQUE
ARRONDISSEMENT DE SAINT NAZAIRE
CANTON DU CROISIC
COMMUNE DU POULIGUEN

PMP/2011

002

OBJET : Arrêté de circulation - Stationnement payant à durée limitée.

Le Maire du POULIGUEN,

Vu le Code Général des Collectivités Territoriales, articles L.2211-1 à L.2213-6 ;
Vu l'article R.610-5 du Code Pénal ;
Vu l'article R.417-6 du Code de la Route ;
Vu la Circulaire du Ministre de l'Intérieur et de la Décentralisation n° 82-190 du 24 novembre 1982, relative au stationnement payant ;
Vu la délibération du Conseil Municipal en date du 28 mars 2008, déléguant ses pouvoirs à Monsieur le Maire dans les domaines énumérés à l'article L.2122-2 du Code Général des Collectivités Territoriales ;
Vu la décision de Monsieur Le Maire N° SG/2008/21 en date du 26 juin 2008, fixant les tarifs de la redevance en fonction de la durée du stationnement ;

Considérant que le stationnement prolongé des véhicules sur la voie publique dans certaines zones d'affluences en période estivale, ne permet pas d'assurer une fluidité suffisante du trafic et une bonne rotation des véhicules en stationnement, qu'en conséquence il y a lieu de pallier à ces difficultés en instituant une zone de stationnement payant à durée limitée.

Considérant qu'il convient de prendre des mesures afin d'assurer la commodité de la circulation et du stationnement ;

ARRETE

ARTICLE 1 :

Il est institué sur le territoire de la commune, des zones de stationnement payant à durée limitée aux endroits ci-dessous désignés et dûment matérialisés :

- Rue de la Plage 10
- Rue Pasteur 19
- Place Delaroche Vernet 2
- Rue du Maréchal Foch, du n°1 au n°21 16
- Allée des Grillons, du n°1 au n°9 24
- Rue du Bois 13
- Place du Souvenir Français 3
- Place Jean Moulin 32
- Parking Marcel Baudry 28
- Rue de l'Abbé Guinel 6
- Place Mauperthuis 33 : Toute l'année
- Rue du Général Leclerc 15 : Toute l'année
- Quai du Commandant l'Herminier, jusqu'au bvd du Général De Gaulle 5:
A titre expérimental
- Quai Jules Sandeau
4 : A titre expérimental

ARTICLE 2 :

Le stationnement des véhicules dans les zones citées à l'article 1^{er} est limité à une durée maximale de **2 heures 30, tous les jours y compris les dimanches et jours fériés,**

De 9H00 à 12H30 et de 14H30 à 19H30

Uniquement de 9H00 à 12H30 sur la place Jean Moulin, le parking Marcel Baudry et la rue de l'Abbé Guinel

Durant ces périodes horaires, le stationnement est assujéti au contrôle de la durée et à l'acquittement de droits, au moyen de dispositifs dit "horodateur", installés à proximité des emplacements concernés.

TARIFS :

- 30 premières minutes gratuites
- Le Tarif horaire est fixé à 1 €

La durée de stationnement autorisé est calculée automatiquement au prorata de la somme payée dans la limite des 2 heures 30 citée à l'article 2.

L'appareil "horodateur" est programmé selon les tarifs ci-dessus. Il octroie le ticket correspondant au choix de l'automobiliste, sur lequel est indiqué le jour ainsi que l'heure de fin de stationnement autorisé, (y compris l'option des 30 premières minutes gratuites) pour laquelle l'apposition du ticket de contrôle est obligatoire.

ARTICLE 3 :

L'automobiliste est enjoint légalement de placer le ticket de contrôle obtenu par l'horodateur derrière le pare brise du véhicule, à l'intérieur de celui-ci de façon à ce qu'il soit lisible de l'extérieur et du côté droit du véhicule.

Tout usager des emplacements de stationnement est tenu de se conformer en ce qui concerne la distribution des tickets, aux instructions indiquées sur les appareils horodateurs.

ARTICLE 4 :

L'arrêt de tous les véhicules, au sens de l'article R.417-6 du Code de la Route, est interdit sur les emplacements de stationnement matérialisés situés dans les zones définies à l'article 1^{er}.

ARTICLE 5 :

La perception des droits de stationnement sur l'emplacement énuméré à l'article 1^{er} n'entraîne aucune obligation de gardiennage à la charge de la collectivité.

ARTICLE 6 :

Des emplacements peuvent être réservés au stationnement des véhicules utilisés par les taxis. Ces emplacements réservés ne sont pas soumis aux dispositions du présent arrêté.

ARTICLE 7 :

Les dispositions du présent arrêté sont applicables du **1^{er} juillet au 31 août de chaque année.**

ARTICLE 8 :

L'arrêté Municipal n° PMP/2008/137 du 26 juin 2008 est abrogé.

ARTICLE 9 :

Monsieur le Commissaire de Police de LA BAULE, Monsieur l'Ingénieur en Chef des Services Techniques et Développement Urbain, Monsieur le Brigadier Chef Principal de Police Municipale, sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté.

Au POULIGUEN, le 17 janvier 2011



Y. LAINÉ

ANNEXE 5 : Carte des temps de parcours entre les principaux pôles générateurs touristiques
(Source : Inddigo, 2011)



ANNEXE 6 : Article de loi relatif à la définition de la commune touristique

Commune Touristique

Article L133-11

Version en vigueur au 27 juin 2011, depuis le 3 mars 2009Modifié par Loi n°2006-437 du 14 avril 2006 - art. 7 (V)

Les communes qui mettent en œuvre une politique du tourisme et qui offrent des capacités d'hébergement pour l'accueil d'une population non résidente, ainsi que celles qui bénéficient au titre du tourisme, dans les conditions visées au huitième alinéa du 4° de l'article L. 2334-7 du code général des collectivités territoriales, de la dotation supplémentaire ou de la dotation particulière identifiées au sein de la part forfaitaire de la dotation globale de fonctionnement, peuvent être dénommées communes touristiques.

ANNEXE 7 : Articles de loi relatifs au versement transport

Section 8 : Versement destiné aux transports en commun

Version en vigueur au 26 juin 2011

Article L2333-64

En dehors de la région d'Ile-de-France, les personnes physiques ou morales, publiques ou privées, à l'exception des fondations et associations reconnues d'utilité publique à but non lucratif dont l'activité est de caractère social, peuvent être assujetties à un versement destiné au financement des transports en commun lorsqu'elles emploient plus de neuf salariés :

1° Dans une commune ou une communauté urbaine dont la population est supérieure à 10 000 habitants ou, dans les deux cas, lorsque la population est inférieure à 10 000 habitants et que le territoire comprend une ou plusieurs communes classées communes touristiques au sens de l'article L. 133-11 du code du tourisme ;

2° Ou dans le ressort d'un établissement public de coopération intercommunale compétent pour l'organisation des transports urbains, lorsque la population de l'ensemble des communes membres de l'établissement atteint le seuil indiqué.

Les employeurs qui, en raison de l'accroissement de leur effectif, atteignent ou dépassent l'effectif de dix salariés sont dispensés pendant trois ans du paiement du versement. Le montant du versement est réduit de 75 %, 50 % et 25 %, respectivement chacune des trois années suivant la dernière année de dispense. Pour les employeurs qui sont dispensés du versement en 1996, la dispense de paiement s'applique jusqu'au 31 décembre 1999.

Article L2333-65

L'assiette du versement est constituée par les salaires payés aux salariés mentionnés à l'article L. 2333-64.

Les salariés et assimilés s'entendent au sens des législations de la sécurité sociale et les salaires se calculent conformément aux dispositions de ces législations.

Article L2333-66

Le versement est institué par délibération du conseil municipal ou de l'organe compétent de l'établissement public.

Article L2333-67

Le taux de versement est fixé ou modifié par délibération du conseil municipal ou de l'organisme compétent de l'établissement public dans la limite de :

-0,55 % des salaires définis à l'article L. 2333-65 lorsque la population de la commune ou de l'établissement public est comprise entre 10 000 et 100 000 habitants ;

-0,85 % des salaires définis à l'article L. 2333-65 lorsque la population de la commune ou de l'établissement public est comprise entre 50 000 et 100 000 habitants et que l'autorité organisatrice des transports urbains a décidé de réaliser une infrastructure de transport collectif en site propre. Si les travaux correspondants n'ont pas commencé dans un délai maximal de cinq ans à compter de la date de majoration du taux du versement de transport, le taux applicable à compter de la sixième année est ramené à 0,55 % au plus ;

-1 % des salaires définis à l'article L. 2333-65 lorsque la population de la commune ou de l'établissement public est supérieure à 100 000 habitants ;

-1,75 % des salaires définis à l'article L. 2333-65 lorsque la population de la commune ou de l'établissement public de coopération est supérieure à 100 000 habitants et que l'autorité organisatrice des transports urbains a décidé de réaliser une infrastructure de transport collectif en mode routier ou guidé. Si les travaux correspondants n'ont pas été commencés dans un délai maximum de cinq ans à compter de la date de majoration du taux du versement de transport, le taux applicable à compter de la sixième année est ramené à 1 % au plus. Toutefois, ce délai court à compter du 1er janvier 2004 pour les collectivités locales dont les délibérations fixant un taux supérieur à 1 % ont été prises antérieurement à cette date.

Toutefois, les communautés de communes et communautés d'agglomération ont la faculté de majorer de 0,05 % les taux maxima mentionnés aux alinéas précédents.

Cette faculté est également ouverte aux communautés urbaines, aux métropoles et aux autorités organisatrices de transports urbains auxquelles ont adhéré une communauté urbaine, une métropole, une communauté d'agglomération ou une communauté de communes.

Dans les territoires comprenant une ou plusieurs communes classées communes touristiques au sens de l'article L. 133-11 du code du tourisme, le taux applicable peut être majoré de 0,2 %.

En cas d'extension d'un périmètre de transports urbains résultant de l'extension du périmètre d'un établissement public de coopération intercommunale doté de fiscalité propre ou d'un syndicat mixte auquel a adhéré un établissement public de coopération intercommunale doté de fiscalité propre, le taux de versement destiné au financement des transports en commun applicable sur le territoire des communes incluses peut être réduit par décision de l'organe délibérant de l'établissement public ou du syndicat mixte, pour une durée maximale de cinq ans à compter de cette inclusion, par rapport au taux applicable sur le territoire des autres communes, lorsque le versement de transport n'était pas institué sur le territoire de communes nouvellement incluses ou l'était à un taux inférieur.

Les dispositions de l'alinéa précédent s'appliquent aux communes incluses dans un périmètre de transports urbains résultant soit de la création d'un établissement public de coopération intercommunale doté de fiscalité propre compétent en matière de transports urbains, soit du transfert de la compétence en matière d'organisation de transports urbains à un établissement public de coopération intercommunale doté de fiscalité propre dont elles sont membres.

Article L2333-68

Sous réserve des dispositions de l'article L. 2333-70, le versement est affecté au financement des dépenses d'investissement et de fonctionnement des transports publics urbains et des autres services de transports publics qui, sans être effectués entièrement à l'intérieur du périmètre des transports urbains, concourent à la desserte de l'agglomération dans le cadre d'un contrat passé avec l'autorité responsable de l'organisation des transports urbains. Le versement est également affecté au financement des opérations visant à améliorer l'intermodalité transports en commun-vélo.

Article L2333-69

Les employeurs mentionnés à l'article L. 2333-64 sont tenus de procéder au versement prévu audit article auprès des organismes ou services chargés du recouvrement des cotisations de sécurité sociale et des allocations familiales suivant les règles de recouvrement, de contentieux et les pénalités applicables aux divers régimes de sécurité sociale.

Les organismes ou services précités précomptent sur les sommes recouvrées une retenue pour frais de recouvrement.

Article L2333-70

I. - Le produit de la taxe est versé au budget de la commune ou de l'établissement public qui rembourse les versements effectués :

1° Aux employeurs qui justifient avoir assuré le logement permanent sur les lieux de travail ou effectué intégralement et à titre gratuit le transport collectif de tous leurs salariés, ou de certains d'entre eux au prorata des effectifs transportés ou logés par rapport à l'effectif total ;

2° Aux employeurs, pour les salariés employés à l'intérieur des périmètres d'urbanisation des villes nouvelles ou de certaines zones d'activité industrielle ou commerciale, prévues aux documents d'urbanisation, lorsque ces périmètres ou ces zones sont désignés par la délibération mentionnée à l'article L. 2333-66.

II. - L'Agence centrale des organismes de sécurité sociale ou l'organisme de recouvrement transmet annuellement aux communes ou établissements publics territorialement compétents qui en font la demande les données et informations recueillies lors du recouvrement du versement transport contribuant à en établir le montant.

Les informations transmises aux communes ou aux établissements publics sont couvertes par le secret professionnel.

Les modalités d'application du présent II sont déterminées par un décret en Conseil d'Etat.

Article L2333-71

La commune ou l'établissement public répartit le solde, sous déduction d'une retenue pour frais de remboursement, en fonction des utilisations définies à l'article L. 2333-68.

Article L2333-72

Les contestations en matière de remboursement sont portées devant la juridiction administrative.

Article L2333-73

Les demandes de remboursement du versement de transport se prescrivent par deux ans à compter de la date à laquelle ce versement a été acquitté.

Article L2333-74

La commune ou l'établissement public est habilité à effectuer tout contrôle nécessaire à l'application des articles L. 2333-69, au I de l'article L. 2333-70 et L. 2333-71.

Article L2333-75

Des décrets fixent, en tant que de besoin, les modalités d'application des articles L. 2333-64 à L. 2333-74 pour les adapter aux règles propres des divers régimes de sécurité sociale.