

État des lieux et diagnostic de la fréquentation touristique sur trois sites du parc naturel Régional de Chartreuse

Charmant Som / Col de Porte
Col du Granier
Cirque de Saint-Même

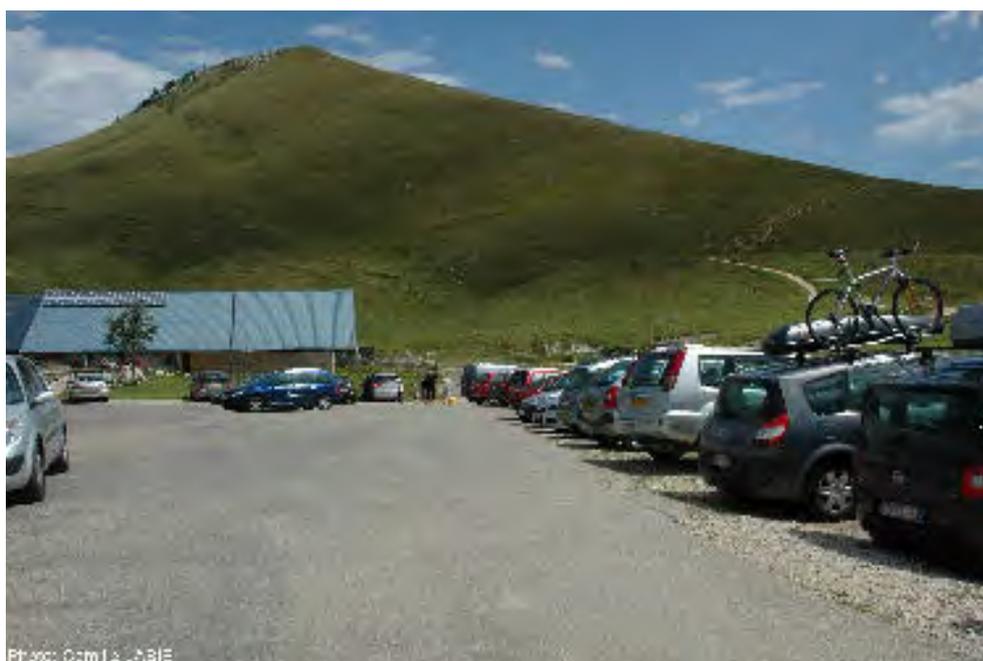


Photo: Camille LABIE

Juin 2010

Rédaction : Camille LABIE
Jean-François GATEL

Coordination PNR : Charlotte Dupont
Emmanuel Heyrman

SOMMAIRE

INTRODUCTION	page 3
CHAPITRE I : METHODOLOGIE UTILISEE ET PRESENTATION DES SITES	page 5
PARTIE 1 : Méthodologie de l'étude	page 7
1. Présentation de l'étude	
2. Méthodologie utilisée	
3. Bilan et difficultés rencontrées	
PARTIE 2 : Présentation des sites	page 21
1. Site du Charmant Som	
2. Site du Col de Porte	
3. Site du Cirque de Saint-Même	
4. Site du Col du Granier	
CHAPITRE II : ETAT DES LIEUX DE LA FREQUENTATION TOURISTIQUE	page 37
PARTIE 1 : RESULTATS DE L'ENQUÊTE VISITEURS	page 39
1. Site du Charmant Som	
2. Site du Col de Porte	
3. Site du Cirque de Saint-Même	
4. Site du Col du Granier	
PARTIE 2 : STOCKS DE VEHICULES	page 139
1. Site du Charmant Som	
2. Site du Col de Porte	
3. Site du Cirque de Saint-Même	
4. Site du Col du Granier	
CHAPITRE III : DIAGNOSTICS DE SITES ET IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX	page 147
PARTIE 1 : Perceptions des acteurs et retombés économiques	page 149
1. Site du Charmant Som/Col de Porte	
2. Site du Cirque de Saint-Même	
3. Site du Col du Granier	
PARTIE 2 : Impacts environnementaux liés à la fréquentation	page 163
1. Impacts liés au mode de déplacement des visiteurs	
2. Impacts liés à l'activité touristique sur les sites	
CHAPITRE IV : INVENTAIRE DES INITIATIVES DE MOBILITE DOUCE EN MONTAGNE	page 173
1. Liste des initiatives recensées suivant les enjeux similaires	
2. Fiches de présentation des initiatives	
CONCLUSION	page 177
BIBLIOGRAPHIE	page 179

INTRODUCTION

Cet état des lieux et diagnostic de la fréquentation et des flux routiers sur 3 sites naturels à forte fréquentation est la première phase d'un projet relatif à la politique des modes de déplacement doux de la Région Rhône-Alpes, soutenue par l'Union Européenne. Dans ce cadre, le Parc naturel régional de Chartreuse (PNRC) met en place un projet portant sur l'accessibilité de trois sites naturels à forte fréquentation touristique : le Charmant Som/Col de Porte, le Cirque de Saint-Même et le Col du Granier.

L'objectif de ce projet, est d'inciter et d'aider les instances décisionnaires et les acteurs locaux à co-construire des solutions alternatives afin de :

- limiter et gérer plus efficacement les flux d'accès aux sites ;
- permettre une meilleure diffusion de la fréquentation et une valorisation accrue d'autres atouts, patrimoines et services complémentaires.

Le PNRC entend protéger ces sites paysagers remarquables tout en valorisant leur potentiel touristique. Ces sites sont en effet, inscrits dans la charte du Parc à la fois comme « sites à vocation touristique à conforter ou réhabiliter » et comme « sites naturels et paysagers à forte fréquentation devant faire l'objet d'une gestion adaptée en fonction des contraintes locales ».

Un tel projet soulève de nombreuses questions. Limiter et gérer plus efficacement la fréquentation de sites naturels à préserver sur lesquels se trouvent des activités économiques importantes pour le territoire ne sera pas facile. Avant d'élaborer une stratégie et de définir un plan d'action, il est nécessaire de bien connaître les éléments du diagnostic sur lesquels s'appuiera l'étude. Cette étude doit donc répondre à cette interrogation. Son objectif est donc d'étudier la fréquentation, ses retombées et ses impacts sous différents angles : économique, social, environnemental.

A travers l'état des lieux de la fréquentation touristique, nous avons identifié les types de visiteurs et leur profil, mais également mesuré les stocks de véhicules sur les sites à différentes périodes de l'année. Le diagnostic, élaboré sur chaque site concerné, met en avant les positionnements des principaux acteurs (économiques, politiques et riverains) par rapport à la thématique des modes de déplacements. Il présente également leur perception des sites. Enfin, une étude qualitative des retombées économiques et impacts environnementaux liés à la fréquentation touristique des sites a également été réalisée.

Cette étude n'est évidemment pas exhaustive dans la mesure où tout connaître, étudier et mesurer est impossible, d'autant plus lorsqu'aucune hypothèse d'action n'a encore été élaborée. Néanmoins elle fournit les principaux éléments à connaître, et à partager avec l'ensemble des acteurs impliqués, avant d'entreprendre la phase de concertation et de prise de décision du projet.

CHAPITRE I

**METHODOLOGIE UTILISEE
ET
PRESENTATION DES SITES**

PARTIE 1 : METHODOLOGIE DE L'ETUDE

1. PRESENTATION DE L'ETUDE

1.1 Contexte de l'étude

Territoire concerné : le massif de la Chartreuse.

L'étude porte sur trois sites emblématiques du massif : 2 cols de sac et 1 col. Il s'agit du col du Granier, du Cirque de Saint-Même et de l'ensemble Col de Porte/Charmant Som. Cette étude s'est déroulée sur les saisons été 2009, automne 2009 et hiver 2009/2010.



Carte : Aurélie Arnaud

L'étude est constituée de deux volets :

- un état des lieux de la fréquentation et des flux touristiques sur une année

L'étude expérimentale « Etat des lieux de la fréquentation touristique et automobile de sites naturels à forte fréquentation » est une étude à la fois quantitative et qualitative. Il s'agit d'une part, de connaître les perceptions, comportements et attentes des visiteurs des sites, et d'une autre part de mesurer ou d'estimer les flux et stocks de véhicules sur les parkings des sites.

- un diagnostic des sites

Le diagnostic de site est une analyse économique, environnementale et sociologique des sites concernés dont l'objectif est de recenser les pressions et d'estimer les impacts potentiels liés à la fréquentation sur les sites. Il s'agit également de connaître les points de vue (perceptions, attentes, besoins, contradictions) des acteurs locaux et riverains.

Ce diagnostic est complété par un inventaire des expériences de mobilité douce réalisé sur des sites à enjeux similaires.

1.2 Objectifs de l'étude

Voici les objectifs de l'étude tels qu'ils ont été définis dans le cahier des charges :

- inventorer les expériences réalisées sur des sites à enjeux et problématiques similaires ;
- connaître les profils, comportements, perceptions, attentes des visiteurs ;
- connaître la répartition spatiale et temporelle des flux routiers ;
- connaître les perceptions, attentes des acteurs locaux et riverains ;
- recenser les pressions (sociales, environnementales et économiques) qui s'exercent sur les sites.

1.3 Moyens mis en œuvre

1.3.1 Moyens méthodologiques :

Pour atteindre ces objectifs, nous avons mis en place différentes méthodes de récolte, traitement et analyse des données :

- une observation de terrain et un comptage des véhicules sur les sites permettant d'effectuer la mesure ou l'estimation de flux routiers et de véhicules en stationnement sur les parkings.
- une enquête par questionnaire auprès des visiteurs permettant de :
 - connaître les profils, comportements, perceptions et attentes des visiteurs ;
 - calculer les ratios visiteurs par véhicules ;
 - mesurer les retombées économiques et sociales estimées/potentielles de la fréquentation ;
 - l'appréciation des émissions carbone dues aux flux routiers.
- des entretiens auprès des élus et acteurs économiques afin de connaître les perceptions, besoins et attentes des acteurs locaux.
- des entretiens auprès de personnes ressources et de la lecture de documents permettant de :
 - mesurer les retombées économiques et sociales estimées/potentielles de la fréquentation ;
 - évaluer les impacts environnementaux potentiels liés à la fréquentation (érosion des sentiers, perturbation de la faune, impacts sur la flore...).

1.3.2 Moyens humains :

Pour l'observation de terrain (comptages de véhicules) et la réalisation des questionnaires, nous avons constitué un groupe d'une vingtaine de bénévoles-enquêteurs que nous avons formé.

Pour le traitement des données issues des questionnaires et des comptages, nous avons eu recours à l'aide d'un groupe de 5 étudiants en informatique et statistique, d'un stagiaire spécialisé dans la statistique, d'une stagiaire-cartographe et d'un stagiaire géographe et environnementaliste.

De plus, une salariée a coordonné le projet sur toute l'année d'étude et la réalisation des entretiens avec les acteurs locaux.

1.3.3 Moyens matériels :

Pour la réalisation des enquêtes auprès des visiteurs, nous avons choisi le logiciel Excel grâce auquel nous avons établi nos bases de données et élaboré nos graphiques et tableaux.

1.4 Étapes clefs du déroulement de l'étude

- Comité de pilotage 1 : réunion le 27/07/09 : présentation du questionnaire et de la méthodologie envisagée. Présents : Charlotte Dupont, Carmen Grasmick, Jean-François Gatel, Camille Labie.
- Prise en compte du col de Porte comme un site à part entière : une équipe d'enquêteurs lui est également consacrée.
- validation du questionnaire par le PNR (Charlotte Dupont et Emmanuel Heyrman) le 29/07/09.
- journée de test le 05/08/09 : le questionnaire s'avère trop long.
- réunion de préparation avec les enquêteurs d'août le 06/08/09.
- seconde réunion de formation avec l'ensemble des enquêteurs le 10/09/09 : briefing et mise en place du calendrier d'enquêtes jusqu'en novembre.
- Allègement du questionnaire début octobre (passage de 7 pages à 1 page recto-verso).
- Comité de pilotage 2 : réunion avec Charlotte Dupont le 19/10/09 afin de faire l'état d'avancement du projet, fixer les objectifs concernant le volet estimation des impacts environnementaux et valider le nouveau questionnaire.
- Réunion avec les élus du PNR (vice-présidents) le 10/10/09 : présentation du projet et de l'état d'avancement. Discussion autour des problèmes rencontrés avec les acteurs du Charmant Som et de la mise en place de groupe de travail pour la phase 2 du projet.
- Lancement du projet tutoré pour le traitement des résultats le 2 décembre 2009.
- Mise en place d'un stage de 2 mois à la suite du projet tutoré : 6 avril au 4 juin 2010.
- Comité de pilotage 3 : réunion le 14/04/2010. État d'avancement du projet. Présentation des premiers résultats et de la trame du rendu final. Organisation de la restitution auprès des élus et acteurs locaux.

2. METHODOLOGIE UTILISEE

2.1 Méthodologie de l'enquête-visiteurs

2.1.1 Élaboration du questionnaire

L'objectif du questionnaire est multiple :

- dresser le profil des visiteurs ;
- connaître leur pratique et utilisation du site (activité, durée, motivations...) ;
- connaître leurs perceptions et attentes vis-à-vis des modes de transports.

Nous avons choisi de suivre les règles de base du déroulement d'une enquête sociologique, qui sont :

- s'assurer que les questions se complètent et se croisent afin de pouvoir obtenir des données fiables ;
- assurer une alternance des formulations et des types de questions ;
- vérifier que les questions ouvertes ne soient pas trop nombreuses et qu'elles soient exploitables ;
- briser le rythme du questionnement (pour éviter la monotonie) en faisant alterner le type de question.

L'élaboration du questionnaire s'est déroulée en 2 temps : un premier questionnaire, utilisé lors des enquêtes d'été a été suivi d'un second questionnaire, plus court, utilisé en automne et hiver.

1er questionnaire : 43 questions. 30 minutes (voir annexe 2 - questionnaires visiteurs)

Ce questionnaire, premièrement élaboré, a posé problème car il était trop long. Au-delà de 10 minutes, l'attention de l'enquêté et la motivation de l'enquêteur diminuait. C'est pourquoi nous avons décidé de modifier le questionnaire pour la suite des enquêtes.

De plus, ce questionnaire n'était pas ciblé par rapport aux données recherchées dans le strict cadre de cette étude car il cherchait à appréhender et connaître beaucoup de choses. Dans ce questionnaire figuraient en effet des questions qui n'avaient pas d'intérêt pour l'étude proprement dite (avis des visiteurs au sujet du territoire de la Chartreuse, avis sur l'offre touristique au sein du PNR...). Un bon questionnaire doit être élaboré à partir d'un certain nombre de choix effectués, ce qui demande de supprimer les éléments secondaires qui n'apportent rien à l'enquête. Or, le premier questionnaire élaboré ne remplissait pas cette condition primordiale.

Au delà des questions qui n'apportaient rien à l'étude, d'autres questions concernant le séjour (durée, logement...) étaient posées. Mais, celles-ci n'étaient pas adaptées au public présent sur les sites car ceux-ci étaient principalement des locaux. Le déroulement de l'enquête sur la saison estivale nous a permis de mieux adapter le questionnaire au public et donc de l'alléger à nouveau.

Malgré ces faiblesses, nous avons pu exploiter les données et obtenir des résultats intéressants à partir des enquêtes réalisées avec ce questionnaire. Outre le fait qu'un certain nombre de questions n'étaient pas posées par les enquêtés, les données récoltées restaient valides. De plus, nous avons su, au cours du traitement, sélectionner uniquement les questions pertinentes.

2ème questionnaire : 30 questions. 10 min. (voir annexe 2 - questionnaires visiteurs)

Ce questionnaire est court et concis afin de ne pas ennuyer l'enquêté : nous avons choisi de supprimer les éléments secondaires ou autres éléments qui n'apportaient pas de réponses directe à l'étude. Un questionnaire plus court a permis d'assurer une quantité exploitable de réponses aux questions, qui dans le précédent questionnaire, n'étaient pas toutes posées faute de temps ou dans l'objectif d'écourter l'interview.

Le changement de questionnaire en cours d'étude introduit des difficultés qui se ressentent tout au long de l'étude :

- le changement de questions et d'items trouble le recueil d'information et n'assure pas la continuité de certaines données entre les saisons.
- cela complique et rallonge la durée du traitement qui doit s'effectuer à partir de 2 bases de données au lieu d'une seule.

La qualité des données dépend en effet de la stabilité du questionnaire : il est donc préférable de définir les données recherchées en amont et de s'y tenir tout au long de l'étude.

2.1.2 Préparation du terrain

Élaboration de l'échantillon et journée test du questionnaire

Le choix de l'échantillon aléatoire se justifie par le manque d'études antérieures renseignant sur un échantillon représentatif de la population qui fréquente le massif de la Chartreuse ou plus particulièrement certains sites.

L'échantillon aléatoire fait partie des méthodes statistiques fiables. Il est obtenu par le tirage au sort des personnes interrogées. La règle principale peut se formuler ainsi : tout membre de la population étudiée doit avoir la même probabilité que les autres de figurer dans cet échantillon.

Cette méthode permettra alors de définir un échantillon pour de futures enquêtes.

Une journée de pré-test du questionnaire a eu lieu le 05 août avant la diffusion du questionnaire réalisé. Objectif de ce test : minuter le temps de réponse, observer les réactions des personnes interrogées vis-à-vis du questionnaire et voir si l'enchaînement des questions fonctionne.

Mise en place d'un groupe de travail d'enquêteurs formés :

L'organisation des enquêtes de terrain peut se faire de différentes manières. Nous avons choisi la méthode de « rotation d'une même équipe » sur l'ensemble des sites à des jours différents car cela nous semblait plus adapté à la problématique de l'étude et aux moyens mis en œuvre. L'autre méthode, « l'enquête simultanée par vague », vise à une comparaison des sites : ce qui n'est pas le cas de notre étude où chaque site est considéré séparément.

La méthode utilisée n'assure donc pas l'homogénéité des mesures entre les sites car les relevés ont été réalisés dans des contextes différents. Mais elle permet une mobilisation plus dense des enquêteurs, une meilleure couverture sur le terrain et une meilleure motivation des enquêteurs.

Suite à la constitution d'une équipe de bénévoles-enquêteurs, nous avons organisé un briefing des enquêteurs afin de :

- leur donner les instructions et le protocole d'enquête ; (*voir annexe 1 - protocole*)
- de leur permettre de déchiffrer le questionnaire ; d'attirer leur attention sur les points difficiles ;
- d'imaginer ensemble les situations auxquelles ils peuvent être confrontés et donc de prévoir la façon d'y réagir.

Cette réunion de formation des enquêteurs afin qu'ils puissent tous suivre les mêmes règles fut très efficace mais son impact s'est étioilé avec le temps. En effet, les enquêteurs suivaient moins précisément les règles, par oubli ou négligence, édictées en septembre. Les données récoltées restaient toutefois exploitables et valides.

Mise en place du calendrier d'enquête et préparation logistique

Nous avons effectué des observations à différentes périodes de fréquentation : lors des pics de fréquentation, et lors des pics de sous-fréquentation, qu'ils soient journaliers, saisonniers, hebdomadaires. L'objectif était en effet d'établir un questionnaire qui prend en compte les jours de semaine et de week-end, les vacances scolaires, les événements ponctuels, afin de recouvrir de manière exhaustive les saisons.

Selon le planning élaboré, une vingtaine de journées d'enquêtes ont été planifiées pour chaque site. Le calendrier réalisé montre un total de jours d'enquête suffisant même si celui-ci est variable en fonction des sites.

Calendrier des jours d'enquête

NOMBRE DE JOURS D'ENQUÊTES						
SAISONS	MOIS	Charmant Som	Col de Porte	Cirque de Saint Mème	Col du Granier	TOTAL
Été	août	5	1	4	4	
	septembre	1	0	1	2	
TOTAL		6	1	5	6	18
Automne	septembre	0	2	0	0	
	octobre	2	2	2	2	
	novembre	1	3	2	2	
	décembre	0	0	0	0	
TOTAL		3	7	4	4	18
Hiver	décembre	0	0	0	0	
	janvier	0	2	3	2	
	février	0	1	2	2	
	mars	0	0	2	3	
	TOTAL		0	3	7	7
		9	11	16	17	52

Le choix des tranches horaires de présence sur le terrain a été réalisé de manière à capter le plus de monde possible : ils couvrent autant que possible, en fonction des saisons les heures d'affluences. Comme il n'est pas possible d'assurer une couverture journalière totale, on fait l'hypothèse ci-après : à des arrivées précoces (non comptabilisées) correspondent des départs précoces (comptabilisés) et à des arrivées tardives (comptabilisées) correspondent des départs tardifs (non comptabilisés).

2.1.3 Traitement des données d'enquête

Une bonne préparation est nécessaire pour permettre une constance dans le traitement, d'autant plus lorsqu'il est effectué par plusieurs personnes.

- identification des variables ;
- identification des items pour les questions ouvertes ;
- codage des questionnaires.

- Saisie des données

Nous avons créé un fichier Excel par saison, chaque fichier est lui-même divisé en quatre pages distinctes, afin de pouvoir traiter chacun des quatre sites séparément. Dans la mesure où nous travaillons avec deux questionnaires différents, il nous a fallu créer 2 bases de données différentes : l'une pour l'été et l'autre pour l'automne (reprise pour l'hiver) car même si les variables saisies restaient les mêmes, les numéros de questions varient. De même, nous avons dû mettre en place 2 plans de codages (un par questionnaire), bien qu'en grande partie similaires, car les questions n'étaient pas les mêmes pour chaque questionnaire. L'harmonisation des items entre les deux questionnaires s'est faite avec la mise en place du deuxième plan de codage qui prenait en compte les réponses proposées dans le premier questionnaire et y ajoutait les réponses obtenues dans le second questionnaire.

Pour certaines questions, notamment les questions de perception (questions ouvertes), le choix des différents items a évolué au cours de l'enquête. Cette évolution a été réalisée dans le but de prendre en compte les réponses obtenues à chaque saison et de les regrouper pour avoir au final un nombre limité d'items. En effet, les questions ouvertes qui ont obtenu un nombre important et varié de réponses nécessitent plusieurs étapes de codage à travers lesquelles les réponses similaires sont regroupées. Le questionnaire d'automne/hiver compte 10 questions ouvertes.

- Exploitation des données : élaboration des tableaux de résultats

Nous avons effectué un « plan de tri » en sélectionnant les questions primaires, c'est-à-dire les questions les plus significatives. Celles-ci sont donc à traiter en priorité car elles donnent les grandes lignes et caractérisent le profil des visiteurs et l'utilisation du site.

Nous avons effectué un premier tri à plat (sous forme de tableaux effectif et pourcentage) de toutes les données afin de pouvoir avoir une connaissance immédiate de l'essentiel des données obtenues. Il s'agit d'une mise à plat de l'ensemble des résultats, dont l'objectif est d'identifier les erreurs et limites dues aux relevés de terrain. Ainsi, les résultats incongrus ont pu être éliminés.

Ces tris ont été affinés au fur et à mesure des retours de résultats effectués : certaines questions, dont les résultats n'étaient pas pertinents, n'ont pas été traitées pour les saisons d'automne et d'hiver.

Cela concerne :

- question 9 : à quelles saisons avez-vous l'habitude de fréquenter ce site ?
- question 11 : jusqu'où avez-vous fait votre promenade/randonnée ?
- question 13 : selon vous la fréquentation du site est plutôt : très faible, faible, moyenne, forte, trop forte.
- question 15 : concernant l'accessibilité au site globalement vous êtes : très satisfait, satisfait, insatisfait, très insatisfait.
- matériel ;
- comportement ;
- autres informations.

Certaines questions n'ont donc pas été traitées parce que l'effectif de personnes ayant répondu était trop faible pour obtenir des données fiables. Il s'agit :

- des questions adressées aux visiteurs venus en covoiturage : question 21 et 22
- des questions adressées aux visiteurs venus en transports en commun : question 23, 24, 25 et 26.
- de la question 27 : A quelle fréquence avez-vous utilisé un mode de transport alternatif à la voiture pour vous rendre en montagne ?

POINTS METHODOLOGIQUES ET PRECISIONS POUR LE TRAITEMENT ET L'ANALYSE DE CERTAINES QUESTIONS

Question « Météorologie » :

Les pourcentages obtenus ne concernent pas un effectif de journées car la donnée météo récoltée est relative au questionnaire et non à la journée. Ainsi, sur une même journée certains questionnaires étaient remplis sous de bonnes conditions météorologiques alors que d'autres étaient remplis par temps pluvieux. Nous n'avons donc pas de données directes permettant de connaître la proportion de journées pluvieuses, couvertes, ensoleillées parmi l'ensemble des journées enquêtées.

Question « Catégories socio-professionnelles » :

Dans la catégorie « autres », sont classés : les étudiants, les individus sans profession, artistes etc...

Question « Activités pratiquées » :

Les pourcentages obtenus ne s'expriment pas en nombre de visiteurs mais par rapport au nombre total d'activités citées. En effet, dans la mesure où plusieurs réponses sont possibles, la part de chaque activité se rapporte au nombre total de réponses et non au nombre de visiteurs.

La distinction choisie entre « promenade » et « randonnée » est une distinction de temps. La consigne transmise aux enquêteurs était effectivement de classer en tant que randonnée toute marche de plus de 2h. Toutefois, d'autres critères peuvent entrer en jeu dans la distinction entre randonnée et promenade. Ces critères n'ont pas été pris en compte dans cette étude car nous ne souhaitons pas avoir un tel degré de précision. De plus, les critères n'étant pas les mêmes suivant les individus, il est difficile d'établir une distinction rigoureuse sans questionnement approfondi et détaillé établi en entretien individuel.

Question « Motivations du choix du site » :

Dans la mesure où plusieurs réponses étaient possibles, les pourcentages obtenus ne renvoient pas à un nombre de visiteurs mais à un nombre total de réponses. Nous avons en effet raisonné non pas en pourcentage de visiteurs qui avancent telle ou telle motivation, mais en part que représente chaque motivation par rapport au nombre total de motivations citées. Pour cela, nous avons cumulé les multiples réponses données sans tenir compte de leur ordre. Cette méthode ne permet de savoir quelles sont les réponses individuelles (pourcentage de visiteurs qui avancent une motivation précise), ni quelles sont les relations entre les différentes motivations citées (pourcentage de visiteurs qui ont cité telle et telle motivation). Ce type de résultat aurait demandé un travail supplémentaire beaucoup plus complexe, qui ne nous semble pas primordial par rapport à l'objectif de l'étude.

Questions « Modes de transports utilisés » :

Dans cette étude, nous avons choisi de prendre en compte le vélo comme mode de déplacement alternatif, mais ce choix comporte des biais. Dans la mesure où le vélo peut être utilisé soit comme mode de déplacement soit comme activité de loisir à part entière, il est nécessaire d'apporter des précisions aux réponses données ou de nuancer les réponses concernant ce mode de déplacement. Cette distinction n'a pas été prise en compte dans notre étude : lorsqu'un visiteur dit utiliser le vélo comme mode de déplacement alternatif à la voiture, aucune précision complémentaire n'a été demandée pour savoir si cette utilisation est effectivement dans un but unique de déplacement. Pour effectuer cette distinction et atteindre un tel degré de précision, il aurait fallu obtenir interroger en entretien chaque visiteur sur sa perception et son utilisation du vélo. Le questionnaire tel qu'il a été établi ne permettait pas de récolter de telles informations.

Dans notre étude, le covoiturage est considéré comme un mode de transport alternatif à la voiture individuelle. Dans la mesure où nous nous intéressons à la limitation de l'impact automobile, il nous a semblé utile de prendre en compte le covoiturage en tant que moyen permettant une diminution du nombre de voitures.

Question « Motivations vis-à-vis des modes de transports alternatifs » :

Ces résultats sont à utiliser avec précaution afin de ne pas mélanger déclarations de bonnes intentions et

réflexions conceptuelles au sujet de la mobilité et de l'environnement. En effet, il est probable qu'après une série de questions sur l'utilisation des transports alternatifs et du fait de la forte pression de sensibilisation à l'environnement, les visiteurs se disent prêts à utiliser les transports en commun uniquement par « principe ». Connaître le véritable engouement pour ce type de mode de transport est difficile dans la mesure où on interroge les visiteurs « dans l'absolu ».

Des graphiques (diagrammes, courbes, graphiques à secteurs...) ont été établis afin de visualiser les données. A partir de ces graphiques et des données, nous avons effectué (pour certaines questions) des graphiques « synthétiques » qui reprennent les pourcentages les plus significatifs. Nous obtenons ainsi deux types de graphiques :

- des graphiques « analytiques » qui décrivent l'ensemble des données pour chaque question et
- des graphiques « synthétiques » qui résument les résultats principaux.

Cette méthode d'analyse facilite la restitution des résultats en vue d'une intégration des éléments à la prise de décision et la gestion des sites concernés.

Le recours aux tris croisés n'est pas systématique pour l'ensemble des questions. Il faut en effet veiller à ne croiser que ce qui présente un sens et effectuer seulement les tris croisés pertinents. La sélection des tris à effectuer s'effectue en fonction d'hypothèses de travail. Lors des tris croisés, il faut veiller à avoir des effectifs suffisants. C'est pourquoi nous avons effectué des tris croisés uniquement pour quelques questions (*voir annexe 6 - Tableaux de tris croisés*).

- Analyse des tableaux de résultats :

L'analyse et l'exploitation des résultats se font de différentes manières :

- **par typologie.** Il s'agit, à partir d'un ensemble d'individus décrits par un ensemble de caractéristiques, de constituer des groupes d'individus (types) comprenant des individus les plus similaires possibles et de manière à ce que les groupes soient les plus dissemblables possibles.
- **par calcul de ratios :** le choix des ratios à effectuer est directement lié aux objectifs de l'étude et aux résultats attendus qui sont précisés dans le cahier des charges. Dans cette étude, les ratios demandés sont : visiteurs/véhicules et transport utilisé selon l'objectif de la journée. On compte également parmi les ratios : les seuils de tolérance/saturation des parkings.
- **représentations cartographiques :** cartographie des origines des visiteurs.

A certaines saisons où la fréquentation est faible, il est primordial de veiller à avoir une population de référence suffisante pour obtenir des sous-populations conséquentes (minimum 50 personnes). Une réflexion a donc été menée pour les sous-questions : un tri qui définit des sous-populations à effectif faible est à prendre avec des pincettes ou à éliminer car, dans ce cas, la fiabilité des pourcentages est diminuée. Afin d'éviter les biais, nous avons procédé à une élimination des informations dont la validité est douteuse. Pour certaines des informations obtenues qui sont sujettes à caution, on confronte l'observation directe sur le terrain (expériences de personnes ressources, expériences des observateurs et enquêteurs ...) aux mesures effectuées. Ce rapprochement permet de pondérer les données obtenues grâce au questionnaire et de mettre en évidence de certaines anomalies.

Il faut en effet être prudent dans l'analyse des données et ne pas vouloir faire parler les chiffres à tout prix. C'est pourquoi la création d'un faisceau de preuves permet d'obtenir des résultats qualitatifs et quantitatifs fiables. Nous avons donc effectué une confrontation des observations et mesures avec l'expérience de personnes ressources qui connaissent bien le terrain (entretiens). Ceci a permis de mettre en évidence d'éventuelles anomalies et de pondérer les données recueillies.

La méthodologie utilisée a été élaborée suivant les techniques d'enquêtes sociologiques décrites dans deux ouvrages :

- « L'enquête et ses méthodes : le questionnaire » de François de Singly (collection 128 - Éditions Nathan)
- « Étudier la fréquentation dans les espaces naturels : méthodologie », manuel « Outils de Gestion » de l'ATEN-Ministère de l'aménagement du territoire et de l'environnement

Les méthodes utilisées sont donc des méthodes reconnues et qui ont déjà été appliquées sur d'autres sites naturels sensibles.

2.2 Méthodologie des comptages de véhicules

L'objectif des comptages est :

- d'évaluer les stocks de véhicules sur les parkings et les flux de véhicules à différentes dates et heures de la journée ;
- d'apprécier la charge des parkings à différentes saisons ;
- d'estimer le nombre de visiteurs totaux des sites par rapprochement avec le nombre de visiteurs moyen par véhicule obtenu grâce au questionnaire.

2.2.1 Récolte des données

L'appréciation de la fréquentation automobile des sites se réalise durant toutes les saisons de l'étude, les mêmes jours que les enquêtes et suivant deux actions :

- **le comptage de véhicules** au niveau des parkings. Il s'agit d'établir un stock de voitures sur les parkings à différentes heures de la journée.
- **le comptage des flux de voitures** se réalise in situ à l'entrée des parkings ou en collectant des données, pour le cas du site du cirque de Saint-Même (péage).

En plus des jours d'enquêtes, au cours desquels des comptages étaient effectués, des journées de comptage ont été réalisées. Dans la mesure où les lieux d'observation doivent être communs à l'ensemble des enquêteurs, des points de comptage ont été définis pour les sites complexes (parkings multiples...), lors de la réunion de formation des enquêteurs. Nous avons également récupéré les données recueillies par la CCE lors de la période d'ouverture du péage du Cirque de Saint-Même.

L'absence de données concernant le nombre de places disponibles sur les parkings des sites ne nous a pas permis de calculer les seuils de saturation et de tolérance des sites comme demandé dans le cahier des charges.

2.2.2 Traitement des données de comptage

Des graphiques montrant l'évolution des stocks de véhicules sur la journée ont été réalisés pour chaque site.

Nous avons également effectué des graphiques de flux pour la saison estivale (*voir annexe 8 - graphiques de flux de la saison estivale*). Mais, les relevés ponctuels de passages routiers (flux de véhicules) obtenus forment des séries de données disjointes et inexploitable : il nous faudrait extrapoler à l'ensemble de la saison (c'est-à-dire procéder à un lissage des données par saison) pour obtenir un résultat pouvant être utilisé à titre informatif. Or, au vu du faible nombre de jours de comptage par saison, l'extrapolation ne semble pas pertinente. Les données récoltées ne nous permettent donc pas de proposer un traitement statistique suffisant. Elles n'ont donc pas été exploitées pour les autres saisons.

Dans la plupart des enquêtes, le comptage manuel (non systématique) est recoupé avec des comptages routiers permanents : pour cela, nous avons prévu de récupérer les données de la DDE. Mais cela n'a pas été possible. Nous évoquerons donc plus volontiers des « tendances » que des chiffres précis. Dans la mesure où les relevés n'ont pas été faits quotidiennement, les données ne sont en effet pas exhaustives : elles ne sont pas représentatives de la fréquentation sur l'ensemble de la saison concernée, mais on peut en dégager une allure générale que l'on appellera « tendance ». Ces données de comptages sont difficilement exploitables, notamment en ce qui concerne les données de flux. En effet, les résultats de flux ne permettent pas d'obtenir une tendance par saison.

2.3 Méthodologie du diagnostic de site

Le diagnostic de site est une étude économique, sociale et environnementale des sites.

Cette partie de l'étude comporte plusieurs éléments :

- l'étude des caractéristiques des sites : aménagements, modes de gestion, utilisation par les visiteurs, atouts et faiblesses ;

- l'étude des impacts environnementaux potentiels ainsi que la mesure des retombées économiques et sociales liées à la fréquentation ;
- l'étude des perceptions et attentes des acteurs politiques et économiques locaux ;
- l'étude, pour chaque site, des Forces/Faiblesses/Opportunités/Menaces impactés par le projet dans lequel s'inscrit cette étude.

A cette étude s'ajoute, le recueil d'expériences de mobilité douce réalisé sur des sites à enjeux similaires.

2.3.1 Recueil des données

Le recueil de données doit prévoir des possibilités de recoupement de l'information et donc la construction d'un faisceau de preuves convergentes. Il doit donc se faire de manière multiple.

Nous avons :

- effectué des entretiens avec les acteurs politiques et économiques et les riverains : 4 acteurs politiques (les maires des communes de chaque site), 8 acteurs économiques (les auberges, restaurants, hôtels des sites) et 2 riverains (les habitants du Col du Granier et des Granges de Joigny). (*voir annexe 3 tableau des acteurs rencontrés*)
- effectué des entretiens avec des personnes ressources (association LPO, association Gentiana, agents nature du PNRC)
- analysé des documents multiples : études environnementales, économiques...(*voir Bibliographie*)

Les réunions avec les riverains du Cirque de Saint-Même (habitants des hameaux de Saint-Même) n'ayant pas été organisées, nous n'avons pu recueillir les données nécessaires à l'étude des perceptions.

2.3.2 Traitement et analyse des données :

- Étude des perceptions et attentes des acteurs politiques et économiques

L'analyse des données qualitatives (objectifs, perceptions et attentes) et leur comparaison sont réalisées par typologie d'acteurs : élus et des acteurs économiques locaux. L'analyse des entretiens réalisés auprès des acteurs met en avant :

- leurs perceptions du site et des modes de transport (problèmes identifiés et constats) ;
- leurs besoins et attentes concernant la gestion du site et les modes de déplacements ;
- les contradictions des discours.

Ces résultats se présentent sous différentes grilles d'analyse.

- Réalisation de la grille Forces/Faiblesses/Opportunités/Menaces

Nous avons également construit, pour la partie diagnostic de site, une grille d'analyse Forces/faiblesses/Opportunités/Menaces (FFOM) pour chaque site. Cet outil est une méthode d'analyse stratégique de nature subjective car elle est fondée sur le jugement des acteurs (dans notre cas des entretiens). L'objectif de ce tableau est d'aider à la définition d'une stratégie de projet en identifiant :

- les aspects positifs et négatifs internes (c'est-à-dire sur lesquels le PNR a une emprise) : Forces et faiblesses sur lesquelles la marge d'amélioration est importante ;
- les aspects positifs et négatifs externes (en lien avec l'environnement et donc hors champ d'influence) : opportunités dont on peut tirer parti et menaces qu'on ne peut éliminer.

Nous avons utilisé cette méthode de manière à ce qu'elle intègre les différents points de vue des acteurs interrogés.

Habituellement, la grille FFOM est construite avec pour objectif de soumettre à un ensemble d'acteurs concernés une stratégie envisagée afin de noter les réactions et de construire une vision partagée du projet. Dans cette étude, élaborée en amont de toute stratégie de projet, la grille construite a objectif différent : il s'agit de définir une perception « partagée » des sites. La grille FFOM peut en effet être utilisée pour présenter de manière résumée les différentes perceptions d'un territoire (ici des sites étudiés) observées chez l'ensemble des acteurs interrogés.

A la lecture de cette grille, il est nécessaire, lors de la mise en place à venir de la stratégie du projet, de mettre en relation les différents facteurs présents pour pouvoir tirer parti des opportunités et utiliser les forces tout en minimisant les menaces et en corrigeant les faiblesses. C'est donc un outil qui participe à la clarification des idées des décideurs.

3. BILAN DE L'ETUDE

RESUME DU BILAN DE L'ENQUETE et DU COMPTAGE

64 jours de présence sur le terrain : 53 journées d'enquêtes et 58 jours de comptage
 643 questionnaires administrés : 157 en hiver / 234 en automne / 252 en été
 2430 personnes touchées par l'enquête-visiteurs

3.1 Bilan quantitatif de l'enquête visiteurs

Tout au long de la période d'étude, nous avons remplis 643 questionnaires, répartis tels quels :

- 252 questionnaires saisis pour la saison d'été
- 234 questionnaires pour la saison d'automne
- 157 questionnaires pour la saison d'hiver

Saison estivale - tableau quantitatif

SITE	Nombre de jours d'enquête	Taille de la population étudiée	Nombre de personnes concernées
Charmant Som	6	102	431
Col de Porte	1		
Cirque de Saint Même	5	79	381
Col du Granier	6	71	205
TOTAL	18	252	1017

Saison automne - tableau quantitatif

SITE	Nombre de jours d'enquête	Taille de la population étudiée	Nombre de personnes concernées
Charmant Som	3	40	123
Col de Porte	7	104	341
Cirque de Saint Même	4	42	116
Col du Granier	4	48	168
TOTAL	18	234	748

Saison hiver - tableau quantitatif

SITE	Nombre de jours d'enquête	Taille de la population étudiée	Nombre de personnes concernées
Col de Porte	3	45	246
Cirque de Saint Même	7	42	173
Col du Granier	7	70	246
TOTAL	17	157	665

3.2 Bilan du comptage des véhicules

Nombre de journées de comptage				
SAISON	Charmant Som	Col de Porte	Cirque de Saint Même	Col du Granier
ETE	5	2	5	5
AUTOMNE	5	9	4	6
HIVER	0	4	6	7
TOTAL	10	15	15	18

En plus des journées de comptage, les enquêteurs ont effectué des relevés ponctuels, qui n'ont pas été traités par la suite. Ces relevés, au nombre de 16 sur l'ensemble de la période d'étude, comprenaient un stock de véhicules aux heures de passage sur le site. Ils n'ont pas été exploités car ces données étaient trop disparates.

3.3 Difficultés rencontrées :

3.3.1 Pour la coordination de l'étude

- Démarrage tardif de l'étude dans la saison estivale : la réunion de lancement du projet a été organisée par le PNR fin juillet, il ne restait donc qu'un mois (août) pour élaborer le questionnaire, chercher des enquêteurs et effectuer les enquêtes estivales. Du fait de ce lancement tardif de l'étude, nous avons notamment rencontré des difficultés pour trouver des volontaires ;
- Difficultés à mobiliser les bénévoles sur le long terme notamment pour enquêter les journées d'hiver ou par temps pluvieux ;
- Durée totale de l'étude limitée à un an. Comme il n'est pas possible de récolter les données en même temps qu'on les exploite, nous n'avons pu traiter l'ensemble des saisons dans le temps imparti. L'enquête ne couvre donc pas la saison printanière, période au cours de laquelle nous avons effectué l'analyse et la rédaction du rapport. Une analyse comparée des saisons étudiées permet toutefois d'extrapoler les données pour le printemps ;
- Conflits avec les acteurs économiques du Charmant Som ;
- Une étude de fréquentation nécessite un comptage routier permanent (mise en place d'un fil de comptage par la DDE) pour mettre en place une base quantitative fiable. Ceci n'a pas été réalisé pour cette étude dans la mesure où nous n'avons pas eu de retour positif du PNR concernant cette demande. Le recueil de données exploitables concernant le flux de véhicules s'est avéré impossible : les données obtenues ponctuellement ne peuvent donner des informations pertinentes.
- Difficulté pour la formulation des questions qui dépend du moment où la question est posée. C'est pourquoi nous avons fait le choix de ne pas formuler certaines questions mais plutôt de mettre des intitulés. Or ce choix a des limites, car il laisse à l'enquêteur la liberté de formulation de la question ce qui augmente le risque de « dérives ».

3.3.2 Par les bénévoles enquêteurs

- Difficulté liée aux groupes de visiteurs : plusieurs personnes voulaient répondre au questionnaire, alors que celui-ci était « nominatif ». Il fallait alors cibler une personne dans le groupe et recentrer la discussion sur ses propres réponses. Ce qui n'a pas toujours été réalisé par les enquêteurs car il est parfois difficile d'« obliger » les personnes interrogées à répondre correctement.
- L'une des règles des enquêtes est de s'assurer que les questions se complètent et se croisent mais ceci entraîne des difficultés quant à la passation des questionnaires : les enquêteurs bénévoles ont donc eu l'impression de « redites » et de redondance des éléments. Les enquêteurs, tout comme les enquêtés, ne perçoivent pas toujours l'intérêt de chacune des questions. Ce phénomène a des conséquences sur la manière d'interroger et de répondre aux questions.

3.3.3 Pour le traitement et la saisie des données des questionnaires

- Dans certains cas, les questionnaires n'étaient pas entièrement et correctement remplis : pas de cases cochées et/ou des réponses ajoutées à côté. Dans les cas où des commentaires parallèles tiennent lieu de réponse, il est difficile de savoir comment remplir la grille de saisie en fonction des diverses réponses annotées à la marge.
- Souvent, les enquêteurs utilisaient des abréviations qui n'étaient pas toujours compréhensibles par les personnes qui ont saisi les questionnaires.
- Certaines notes prises par les enquêteurs étaient incohérentes voire aberrantes (contradiction entre nombre de personne et nombres d'enfants par exemple).
- De nombreuses erreurs de saisie ont rallongé le traitement des données.
- Le changement de questionnaire après 2 mois d'enquêtes a compliqué et rallongé le traitement des données et notamment a nécessité un double codage des questionnaires.

3.3.4 Pour le traitement et la saisie des données des données de comptage

- De nombreux enquêteurs n'utilisaient pas la grille de note fournie pour les comptages de stocks et de flux. Ils prenaient des notes à leur manière, ce qui a entraîné un important manque de données (absence de données de provenance dans la plupart des cas) et une forte disparité des relevés (certains comptaient toutes les heures, d'autres toutes les demi-heures et d'autres encore toutes les heures et demie)
- La réalisation de graphiques continus (courbes) à partir de données ponctuelles (stock à une heure donnée) a été compliquée, d'où certaines difficultés pour le lecteur à appréhender ces graphiques.

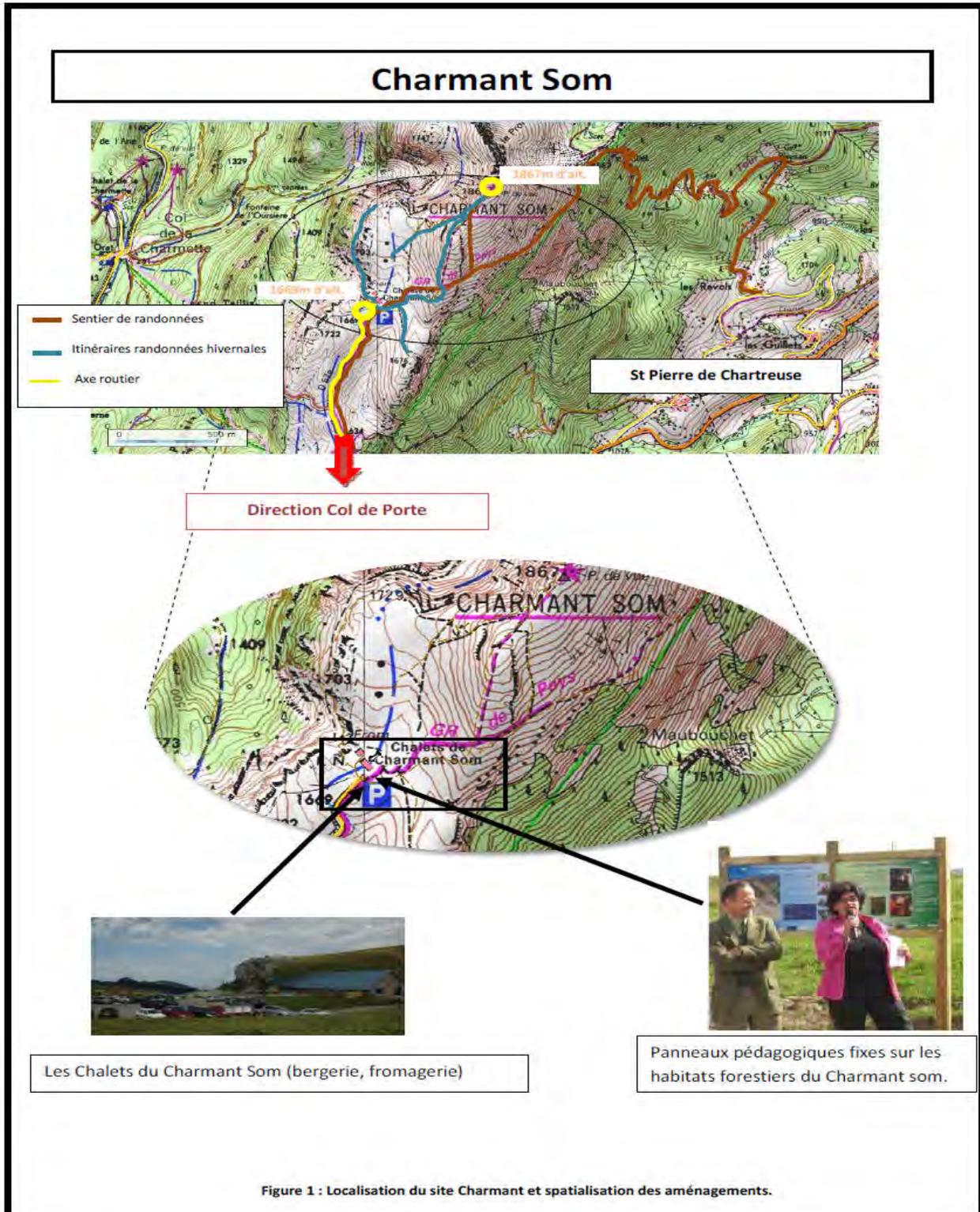
3.3.5 Pour la récolte de données utilisées dans le diagnostic de site

- En ce qui concerne les retombées économiques, les données ont été récoltées soit en entretien direct avec les acteurs économiques des sites, soit lors des enquêtes auprès des visiteurs. Dans le cas des entretiens, il était difficile pour les interrogées de donner des chiffres précis (consommation moyenne, nombre de clients à l'année). Les données concernant les chiffres d'affaires des établissements étaient également difficiles à obtenir auprès des acteurs économiques des sites.
- Le calcul des émissions CO₂ a été réalisé à partir des données récoltées dans l'enquête. Le questionnaire fournissait des informations concernant le code postal des communes desquels les visiteurs étaient partis pour venir sur le site. L'a principale difficulté rencontrée alors était pour le calcul du nombre de kilomètres parcourus. En effet, à un code postal correspond plusieurs communes différentes. S'il est plus facile d'utiliser un code postal pour des questions de relecture des questionnaires et de saisie de l'information, cette méthode entraîne un biais pour l'analyse et le traitement de telles données en vue d'un calcul des émissions de CO₂.

PARTIE 2 : PRESENTATION DES SITES

1. CHARMANT SOM

1.1 Les aménagements



1.2 Les activités économiques sur le site

Type d'activité	Structure	Gérant	Capacité d'accueil
Hébergement/Restauration	Auberge du Charmant Som	S. ROUX	50 couverts intérieurs 100 couverts extérieurs
Commerce - vente	Fromagerie Charmant Som	O. BASTIEN	

L'aubergiste du Charmant Som ouvre de fin mai à début octobre. En période estivale, le fromager réalise sa vente de fromage sur le site sur lequel il fait également pâturer ses vaches. Mais le siège de son exploitation ne se situe pas sur ce site : il passe l'hiver en Maurienne.

1.3 Les dessertes et aires de stationnement

La route est praticable en période estivale seulement. Aucun mode de transport en commun ne mène au bout de la route. En période hivernale, l'accès est uniquement piéton. Le site couvre 2 aires de stationnement : le parking du Charmant Som et le parking de l'oratoire. L'aire de stationnement devant l'auberge du Charmant Som est estimée à 1000m² environ.

La saturation de ces aires de parking est vite atteinte en période de forte fréquentation (été). La zone au niveau du départ de sentier, située à 300 mètres à gauche de l'oratoire à la montée, ainsi que les deux bas côtés de la route sont utilisés pour le stationnement en « amoncellement ». (voir carte ci dessous). Il arrive même que les voitures stationnent de manière continue entre la bergerie et l'oratoire.

Zones d'amoncellement des véhicules sur le parking de l'auberge
(la deuxième image est située dans la continuité de la première)



Fond cartographique: Géoportail /IGN

Zones d'amoncellement des véhicules sur le parking de l'oratoire
(la deuxième image est située dans la continuité de la première)



Façon cartographique: Géoportail (IGN s)

2. COL DE PORTE

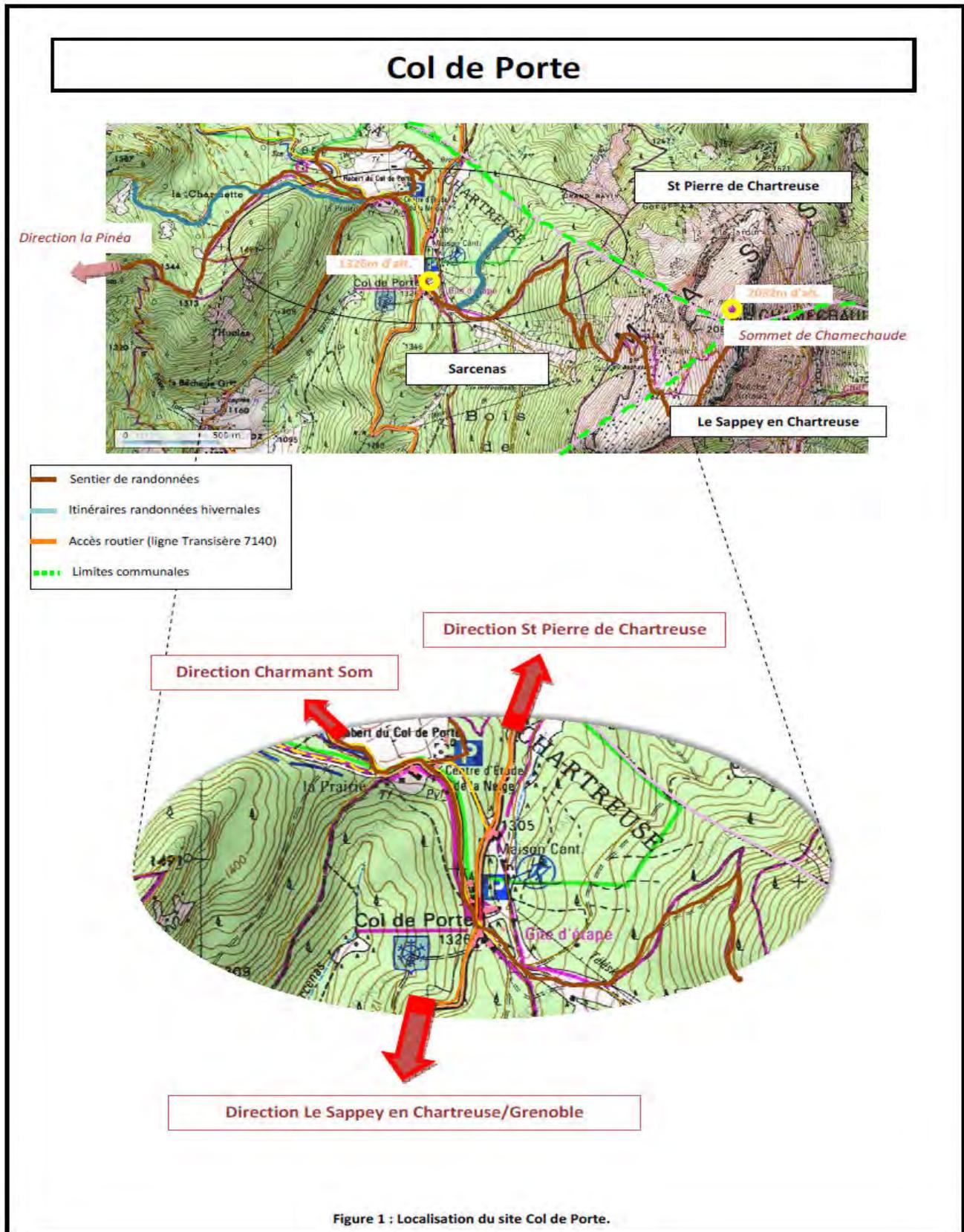
2.1 Les activités présentes sur le site

Type d'activité	Structure	Gérant	Capacité d'accueil
Bar - Restaurant	Les 3 sommets	Mr PEREZ	120 couverts extérieurs et 60 couverts intérieurs
Hôtel/Restaurant/Brasserie	Hôtel le Cartusia	M. et Mme JAY	28 chambres - 200 couverts intérieurs et 60 couverts extérieurs
Station de ski	Station du Col de Porte		6 pistes de ski, 3 circuits balisés pour raquettes, 3 pistes de ski de fond
Location de skis de piste, de fond, surfs, raquettes	Ski service Chartreuse		
Location de skis de pistes et raquettes	Indian Forest Chartreuse		
Foyer de ski de fond (cours et location)	Centre Nordique de Chamechaude		
Centre d'étude de la neige	Météo France		

L'hôtel -restaurant « Cartusia » est ouvert toute l'année. La fermeture annuelle est d'une semaine fin octobre/début novembre et une semaine fin avril/début mai.

Le restaurant des « 3 Sommets » est ouvert toute l'année. La fermeture annuelle est d'une semaine en septembre et une semaine en avril.

2.2 Les aménagements du site

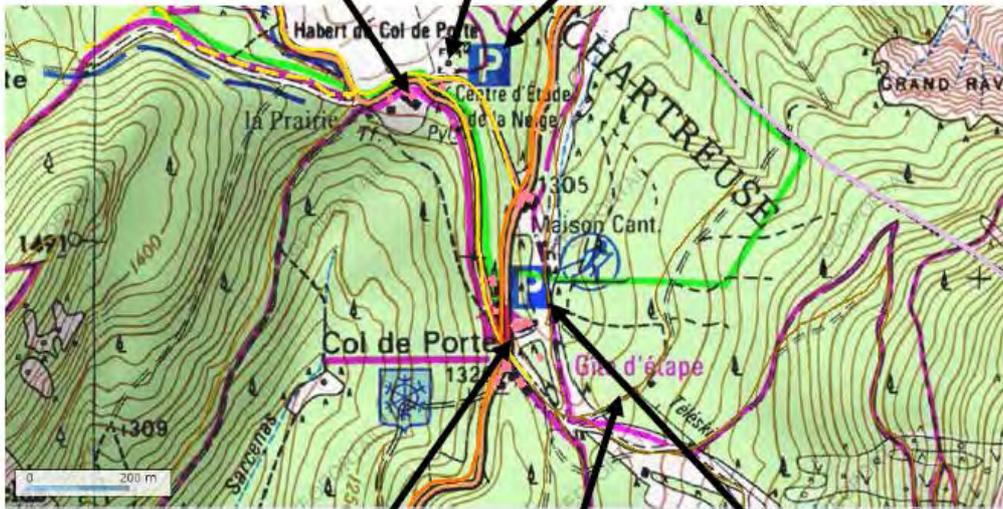




Restaurant « Les 3 sommets ».

1 Télésiège fonctionnant l'hiver (1050 pers/heure)

Parking : environ 20-25 places environ



Téléski



Hôtel/Restaurant/Brasserie « Le Cartusia »



Parking du Col de Porte

Figure 2 : Spatialisation des principaux aménagements du site Col de Porte.

2.3 Les dessertes et aires de stationnement

L'accès est principalement routier. Il existe également une ligne de bus qui dessert le site : la ligne Transisère n° 7140 Saint Pierre de Chartreuse - Le Sappey - Grenoble. Elle ne fonctionne que les dimanches avec :

- 3 passages dans le sens Grenoble - Col de Porte en début de journée jusqu'à midi ;
- 2 passages dans le sens Col de Porte - Grenoble en fin de journée.

Horaires de l'année 2009 :

3. Départ de la gare routière de Grenoble, arrivée au col de Porte :

Le Dimanche Départ 8h15 - arrivée 9h05 ;
 Départ 11h55 - arrivée 12h25 ;
 Départ 12h45 - arrivée 13h35.

Le mercredi et Samedi pendant l'ouverture de la station de Saint Pierre de Chartreuse : départ 11h15 arrivée 12h05.

- Départ du Col de Porte, arrivée à la gare routière :

Le dimanche Départ 17h25 - arrivée 18h10 ;
 Départ 18h05 - arrivée 19h00.

Le Mercredi et Samedi pendant l'ouverture de la station de Saint Pierre de Chartreuse : départ 18h05 arrivée 19h.

Le site comporte de nombreuses aires de stationnement : au col proprement dit et le long de la « boucle » en aval de la route qui mène au Charmant Som (au niveau du restaurant des 3 Sommets et du Centre d'étude de la neige). La surface de ces aires est particulièrement grande, notamment pour celle le long de la route principale. Sur la boucle, l'organisation des places de parking a été améliorée avec la mise en place d'un sens unique et de tracé en épi. En effet, en période de forte fréquentation, les véhicules s'amoncellent sur les bas-côtés (voir cartes ci-dessous), voire même s'alignent en milieu de route.

Zone d'amoncellement sur la boucle en aval de la route du Charmant Som



Carte cartographique: Géoportail IGM 1

Zone d'amoncellement le long de la route principale du Col de Porte.



Foto cartographique, Géoportail IGN ©

3. CIRQUE DE SAINT-MÊME

Le Cirque de Saint-Même est situé dans le massif préalpin de la Chartreuse, sur les deux communes de Saint Pierre d'Entremont, et à cheval sur le département de l'Isère et de la Savoie. Il est sur le territoire du Parc naturel régional de la Chartreuse, dans la vallée dite « des Entremonts », à environ 20 km de distance orthodromique de Chambéry et 30 km de Grenoble.

C'est un des sites naturels les plus fréquentés en Chartreuse (50 000 visiteurs par an selon Étude A-TDU, chiffres de fréquentation de 2000). Sur ce site se trouvent les « sources du Guiers », exsurgence karstique qui engendre plusieurs cascades. Les eaux se répandent ensuite dans une prairie bien plane, donnant naissance à un îlot central.

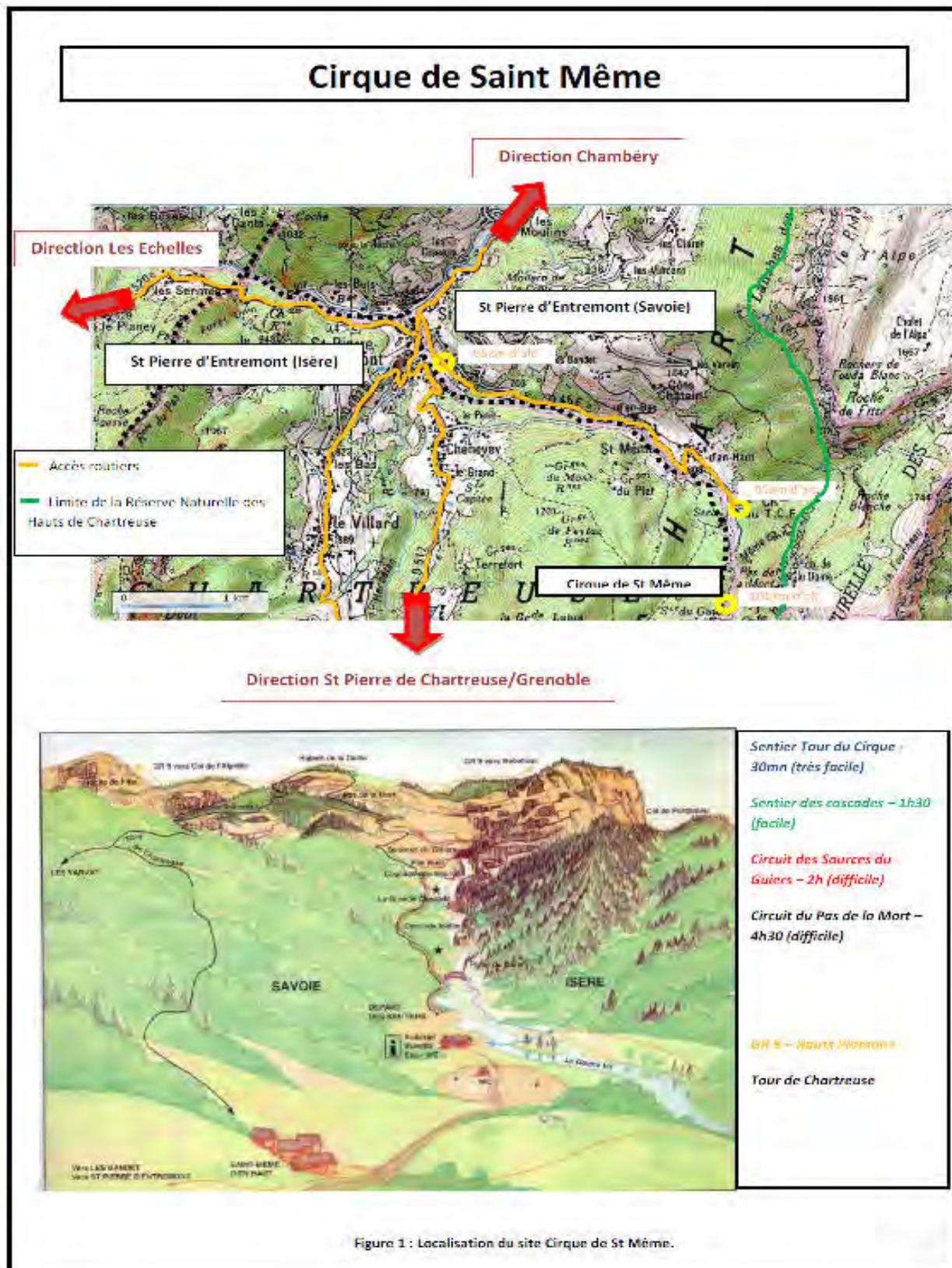
3.1 Les aménagements du site

3.1.1 Mise en place des aménagements

La fréquentation du site a fortement augmenté lors de ces dernières années. De surcroît, le stationnement anarchique rendant délicat, voire impossible, l'accès au site pour les secours. Il semble qu'un accident, et l'impossibilité d'accès des secours, aient été les éléments déclencheurs d'une réaction politique. Au milieu des années 90, l'aménagement de parkings régulés par un péage à Saint-Même d'en Bas et la construction de sanitaires/conteneurs ont été décidés. Le Conseil Général de la Savoie (CG 73), et dans une moindre mesure la Communauté de Commune des Entremonts (CCE - à l'époque District intercommunal), ont alors acquis des terrains. Ces aménagements furent réalisés sur la base d'investissements consentis à 80 % par le CG 73. Une buvette-accueil fut par ailleurs construite sur le site. Parallèlement, à l'entrée de Saint-Même d'en Bas, furent construites une petite cabane en bois et une barrière.

Depuis peu, le péage a été déplacé en aval du hameau de Saint-Même le Bas. En effet, le premier emplacement de la barrière au niveau de l'embranchement des routes du Cluivy et de Saint Pierre d'Entremont, à Saint-Même le Bas posait problème : dès lors que les parkings étaient saturés, ou lorsque des individus ne souhaitaient pas payer la somme exigée (3 euros par voiture), les véhicules s'amoncelaient sur l'espace privé. En effet, la route assez étroite surplombant le Guiers Vit ne permettant pas un stationnement aisé, les visiteurs occupaient notamment le parking de la scierie, provoquant des conflits avec les propriétaires.

De plus, pour prévenir les arrivées par la route du Chenevey, un sens interdit a été placé en aval de cette route, interdisant la circulation à la montée. enfin, le personnel sur le parking demande à chaque véhicule arrivant de montrer le ticket prouvant le paiement.





PEAGE : 3 €/voiture, 1,50€/moto et 10€/autobus.



Sanitaires + 1 abri avec 6 conteneurs de 750L (passage des agents de ramassage - 1 fois par semaine).



Parcings de 250 places.



« Le Chalet du Cirque de St-Même » et au 1^{er} plan le bar « la cascade » : informations et vente de produits.



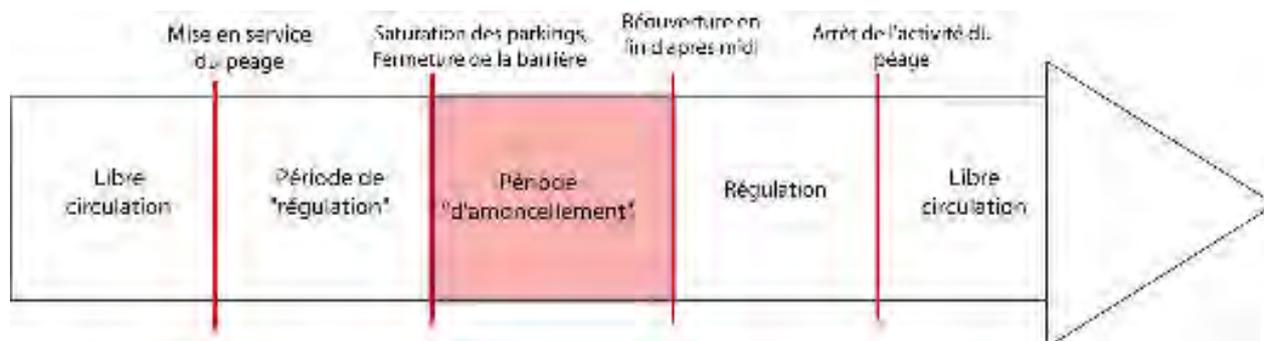
Barrière restrictive pour véhicule à 200m avant le Chalet.

Figure 2 : Spatiatisation des principaux aménagements du site « Cirque de Saint-Même ».

Les petits investissements et la maintenance (sentiers, captage, passerelle, pas japonais) restent à la charge exclusive de la CCE, qui assure l'ensemble de la gestion du site.

Au début, le péage fonctionnait le dimanche ainsi que les jours fériés à partir des week-end de mai, puis le système était effectif tous les week-end et jours fériés du 15 juin au 15 septembre. Depuis 2009, le péage est ouvert tous les jours en haute saison (14 juillet - 15 août). L'accès est gratuit pour les clients de l'auberge. Une personne est affectée à la barrière, en communication avec un ou deux autres employés qui gèrent le placement des véhicules sur les parkings. Ces personnes sont embauchées par la CCE.

Le péage permet une régulation de la circulation sur le site et une organisation du stationnement au cours de la journée. Lorsque les parkings sont complets (ce qui arrive souvent dès midi en période d'affluence), la barrière du péage est fermée. Elle est réouverte, dès que de la place est faite. Le système connaît un rythme quotidien résumé par le schéma proposé ci-après :



3.2 Les activités économiques du site et des hameaux de Saint-Même

CIRQUE	Type d'activité	Structure	Gérant	Capacité d'accueil
	Hôtel-restaurant	Chalet du Cirque de Saint-Même	J. GEORGES	14 chambres. 40 couverts intérieurs et 50 couverts extérieurs
	Bar - restauration	La Cascade	M. FIOL	40 couverts extérieurs
HAMEAUX	Type d'activité	Structure	Gérant	Capacité d'accueil
	Hébergement/Gîte	Chalet La Micheline	S. BANDET	Chalet 4 places - 1 chambre
	Transport en ânes et mulets (animations, services montagne...)	Association Sherpane		
	Miellerie	L'Essaim de Chartreuse		
	Restaurant - Bar - Produits locaux	La salamandre verte	B. CARCASSONNE	15 couverts en extérieur 10 couverts en intérieur
	Hébergement/ Location		N.REY	Appartement 1 chambre double
	Hébergement/Gîte		H. PAUCIOLO	Chalet 6 places 2 chambres

Le Chalet du Cirque de Saint-Même est ouvert toute l'année sauf en octobre. La buvette « La Cascade » est ouverte de fin avril à début octobre.

3.3 La desserte du site et les aires de stationnement

La route est praticable en période estivale, elle est dégagée jusqu'au hameau de Saint-Même le Haut en période hivernale. L'accès piéton au Cirque se fait à partir des hameaux de Saint-Même. Les aires de stationnement ont été récemment développées : elles couvrent actuellement une surface estimée à environ 3000m² pour environ 300 places de parking. Une organisation du parking encadrée a été mise en place en période de forte fréquentation (limitation d'accès, paiement et placement des véhicules).

4. COL DU GRANIER

4.1 Les activités économiques

Type d'activité	Structure	Gérant	Capacité d'accueil
Exploitation - vente	Les chèvres du Granier	O. MASSON	
Restaurant - bar - produits locaux	Chalet - restaurant souvenir du Col du Granier	E. BAMERT	50 couverts intérieurs et 50 couverts extérieurs

Le restaurant- bar du col du Granier est ouvert toute l'année excepté en novembre, décembre et janvier. Il ouvre en continu de février à mars et sinon il ouvre le week-end et en période de vacances. Il fait également vente de souvenirs. C'est une affaire familiale puisque le propriétaire actuel a repris l'établissement que tenait son père : ce restaurant existe depuis 1960.

4.2 Les aménagements

Col du Granier

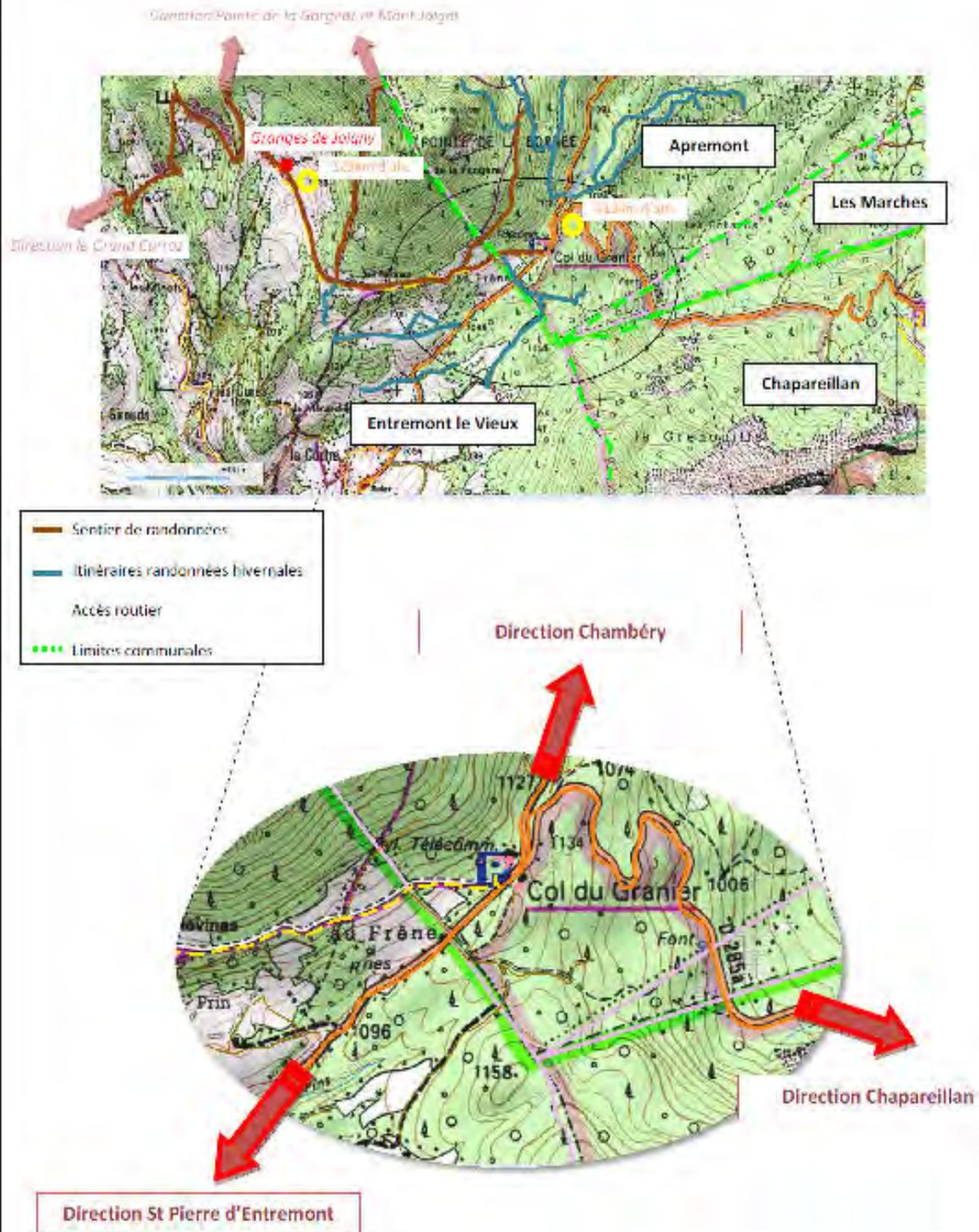


Figure 1 : Localisation du site Col du Granier.

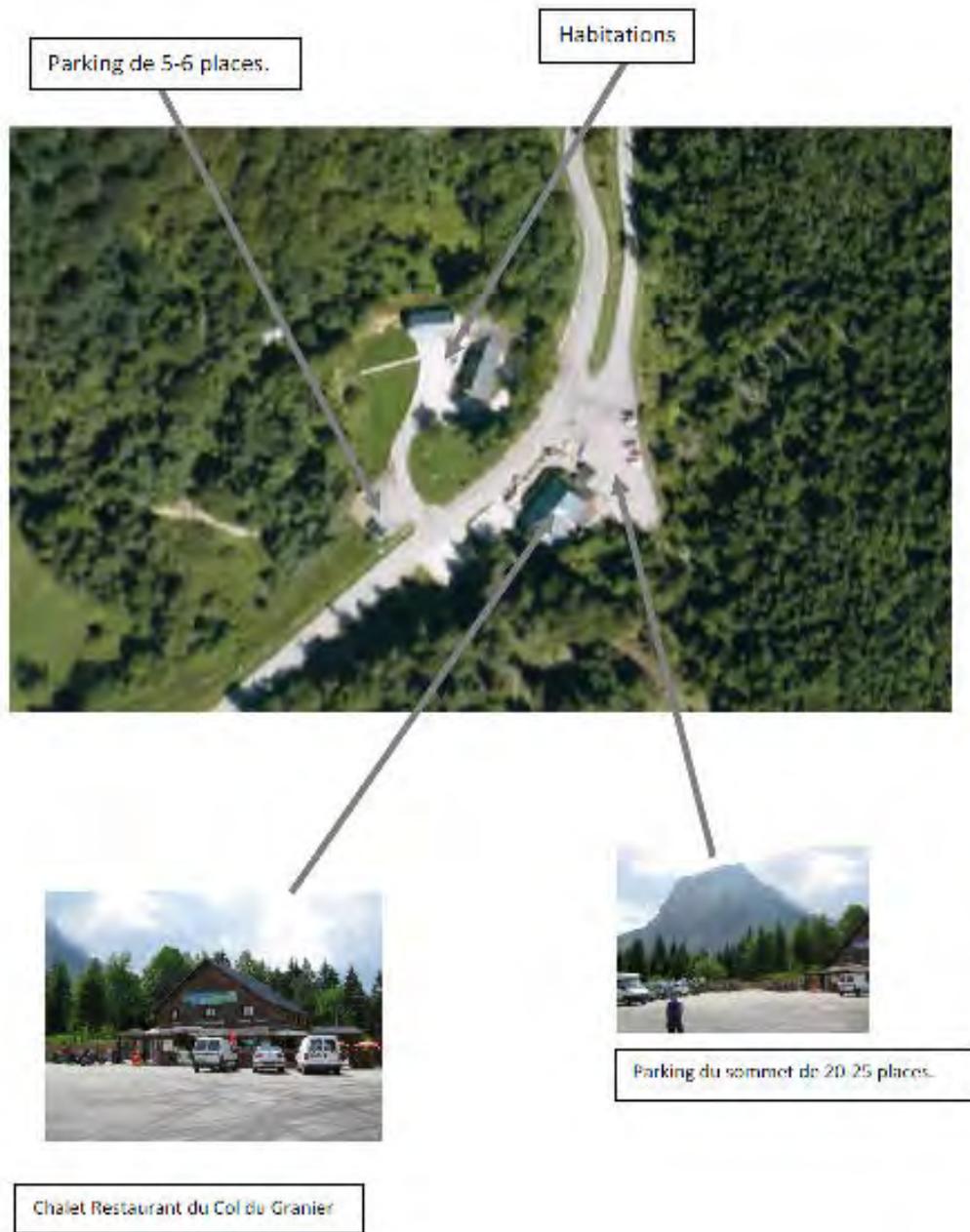


Figure 2 : Spatialisation des principaux aménagements du site Col du Granier.

4.3 Les dessertes et aires de stationnement

Le site comporte 3 aires de stationnement : de part et d'autres du restaurant (environ 20 places côté « panorama » et 8 places derrière) et au niveau du départ du sentier des Granges de Joigny (10 places environ). La surface estimée de ces aires est pourtant importante : 1800m² environ, mais les véhicules s'y garent sans organisation. Ainsi, en période de forte fréquentation, on observe également un phénomène d'amoncellement.

Zones d'amoncellement des véhicules sur le site du col du Granier



Foto cartographique, Géopartici IGM ©

L'accès au col est routier et à partir du col une route mène à Chambéry, une autre à Chapareillan et de l'autre côté, une troisième route mène à Saint Pierre d'Entremont. Il existe une ligne de bus qui dessert le site : la ligne Savoie-Express Saint Pierre d'Entremont - Chambéry qui réalise 2 passages par jour excepté le dimanche dans les 2 sens.

Horaires de l'année 2009-2010 :

	Chambéry (gare routière)	Montagnole (mairie)	Col du Granier	La Coche (Entremont le Vieux)	Mairie d'Entremont Le Vieux	Saint Pierre d'Entremont (Place Cassin)	Saint Pierre d'Entremont R. Office de tourisme
Lundi, Mardi, Jeudi, Vendredi	10h45	11h00	11h15	11h20	11h25	11h38	11h40
Mercredi, Samedi	12h30	12h45	13h00	13h05	13h10	13h23	13h25
Du Lundi au Samedi	18h20	18h35	18h50	19h00	19h05	19h13	19h15

	Saint Pierre d'Entremont Office de tourisme	Saint Pierre d'Entremont - Place R Cassin	Mairie d'Entremont Le Vieux	La Coche (Entremont le Vieux)	Col du Granier	Montagnole (mairie)	Chambéry (gare routière)
Période scolaire : du lundi, au Vendredi	6h30	6h32	6h45	6h50	6h55	7h10	7h35
Période de vacances : du lundi au vendredi. Samedi toute l'année	7h30	7h32	7h45	7h50	7h55	8h10	8h35
Mercredi, Samedi hors ouverture de la station des Entremonts	13h30	13h32	13h45	13h50	14h00	14h15	14h30
Lundi, Mardi, Jeudi, Vendredi	14h45	14h47	15h00	15h05	15h15	15h30	15h45
Mercredi, Samedi pendant ouverture de la station des Entremonts	17h00	17h02	17h15	17h20	17h30	17h45	18h00

CHAPITRE II

ETAT DES LIEUX DE LA FREQUENTATION TOURISTIQUE SUR 3 SITES NATURELS

PARTIE 1 : RESULTATS DE L'ENQUÊTE VISITEURS

RESULTATS DE L'ENQUÊTE VISITEURS - SITE DU CHARMANT SOM -

Chaque pourcentage est effectué en fonction du nombre de personnes interrogées et ayant répondu. Les non-réponses ne sont pas prises en compte.

CE QU'IL FAUT RETENIR

Le public qui fréquente le site du Charmant Som est un public de locaux avec principalement des Isérois. Sur le site, on trouve principalement des cadres supérieurs de 40 à 50 ans. En été, on rencontre un nombre non négligeable de retraités alors qu'en automne, la part de jeunes est importante. Une grande majorité des visiteurs sont des habitués de la Chartreuse et sont déjà venus au Charmant Som plusieurs fois.

Les visiteurs du site viennent principalement en famille quelque soit la saison. Ils connaissent le site par le bouche à oreille, les moyens de communication touristiques n'occupant qu'une faible part dans les modes de connaissance du site. Parmi les nombreuses motivations de venues sur le site, on note l'importance de la contemplation paysagère quelque soit la saison. En été, la fraîcheur est également l'une des motivations principales et en automne c'est la proximité du site qui ressort.

Sur l'ensemble de l'année,

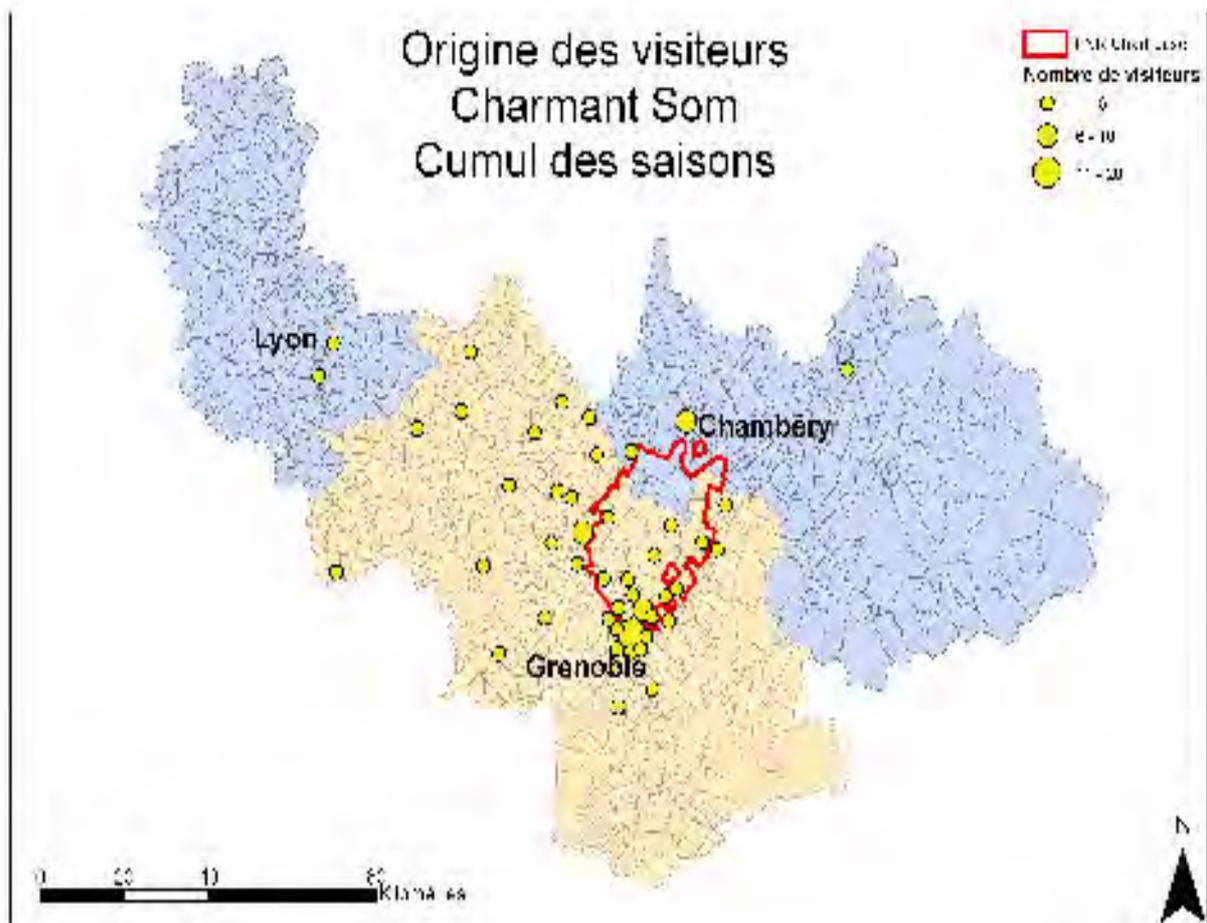
- 56% des visiteurs ont déjà utilisé des modes de transports alternatifs à la voiture pour se rendre en montagne.
- 59% des visiteurs sont prêts à les utiliser plus souvent.

On note une forte disparité saisonnière dans les propositions de modes de transports considérés comme « idéaux » : en été, la variété des modes de déplacements cités est importante et ce sont les transports en commun qui ressortent. Au contraire, à l'automne, le nombre de réponse est moindre : beaucoup n'ont pas souhaité citer un mode en particulier. A cette saison, c'est la voiture qui prime.

CUMUL DES SAISONS - Charmant Som Origine des visiteurs, perception et utilisation des modes de transport - 142 personnes interrogées -

Origine des visiteurs (effectif 109) :

On observe qu'une grande majorité de visiteurs viennent de l'agglomération grenobloise. En effet, sur les 47 communes présentes, 12 font partie de La Métro. Ce qui représente 41 groupes de visiteurs sur les 109 personnes de Rhône-Alpes. On observe également une forte présence des communes du Nord-Isère. L'agglomération chambérienne est peu présente mais la ville même de Chambéry reste parmi les villes les plus représentées. Celles-ci sont Grenoble (18 groupes d'individus), Voiron (9 groupes d'individus), Chambéry (8 groupes d'individus) et Saint Pierre de Chartreuse (7 groupes d'individus). Seulement 11 communes du PNR sont représentées pour 21 groupes d'individus provenant de ce territoire.

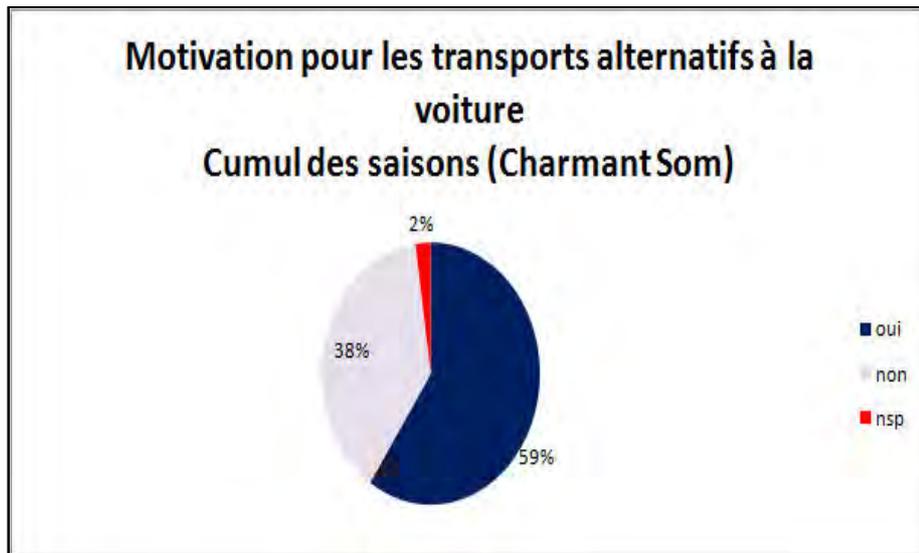


(voir également annexe 5 - carte des origines par saison)

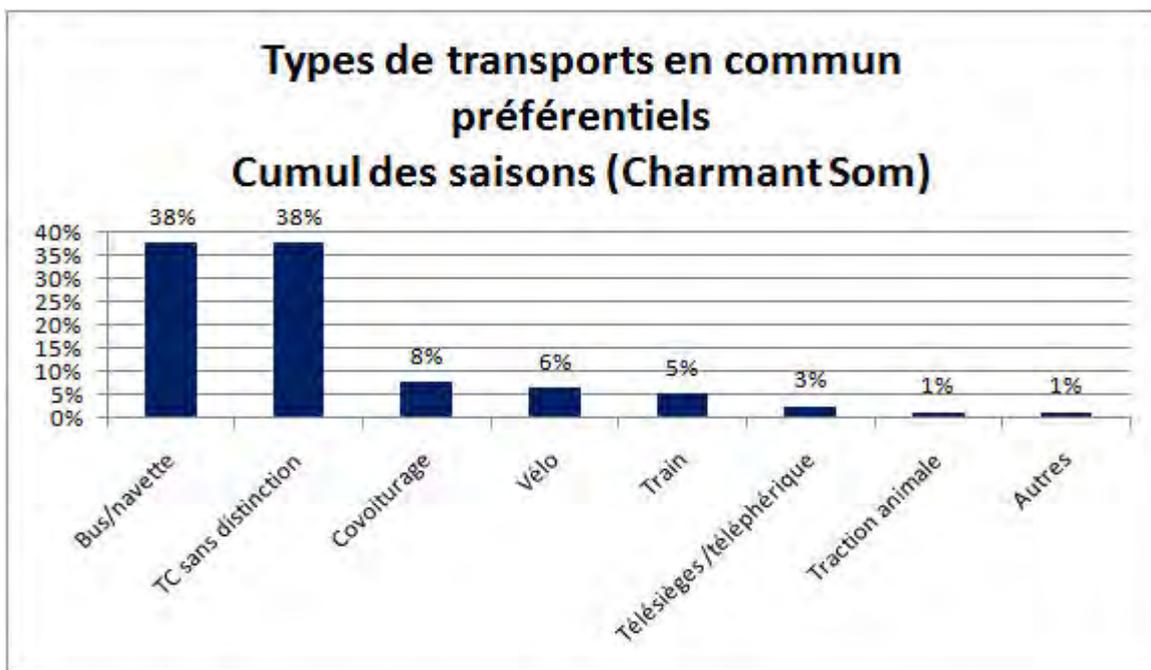
Habitudes de transports (effectif 140) :

Sur l'ensemble de l'année, 56% des visiteurs ont déjà utilisé des modes de transports alternatifs à la voiture pour se rendre en montagne. Parmi les modes de transports alternatifs à la voiture individuelle utilisés, 39% sont des transports en commun et 32% concerne le covoiturage.

Motivations pour les modes de transports alternatifs à la voiture individuelle (effectif 133) :
 59% des visiteurs sont prêts à utiliser plus souvent les modes de transport alternatifs à la voiture.



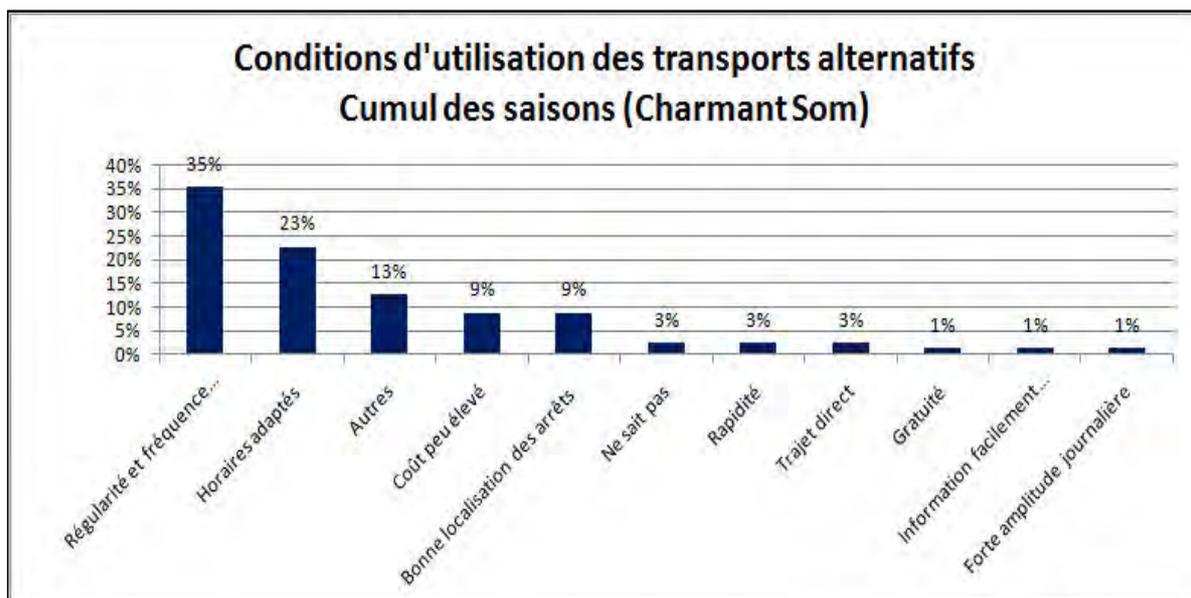
Parmi les modes de déplacement préférés cités par les visiteurs du site, on remarque que les transports en commun et notamment les bus/navettes restent les modes de déplacements que les visiteurs seraient prêts à utiliser. Les modes de transports alternatifs à la voiture individuelle, mais qui utilisent la voiture comme moyen occupent un faible pourcentage des réponses.



Conditions d'utilisation des modes de transports alternatifs (effectif 79) :

On notera tout d'abord que les conditions d'utilisation des transports alternatifs à la voiture citées par les visiteurs (prêts à utiliser plus souvent ce mode de déplacement) sont nombreuses. 35% des personnes qui se disent prêtes à utiliser des transports alternatifs à la voiture souhaitent que les systèmes mis en place aient une régularité et une fréquence satisfaisantes. L'adaptation des horaires constitue également l'une des principales conditions avancées pour une utilisation des modes de transports alternatifs : elle représente 23% des conditions avancées.

Il est intéressant de noter que le coût n'est pas l'une des conditions les plus citées.



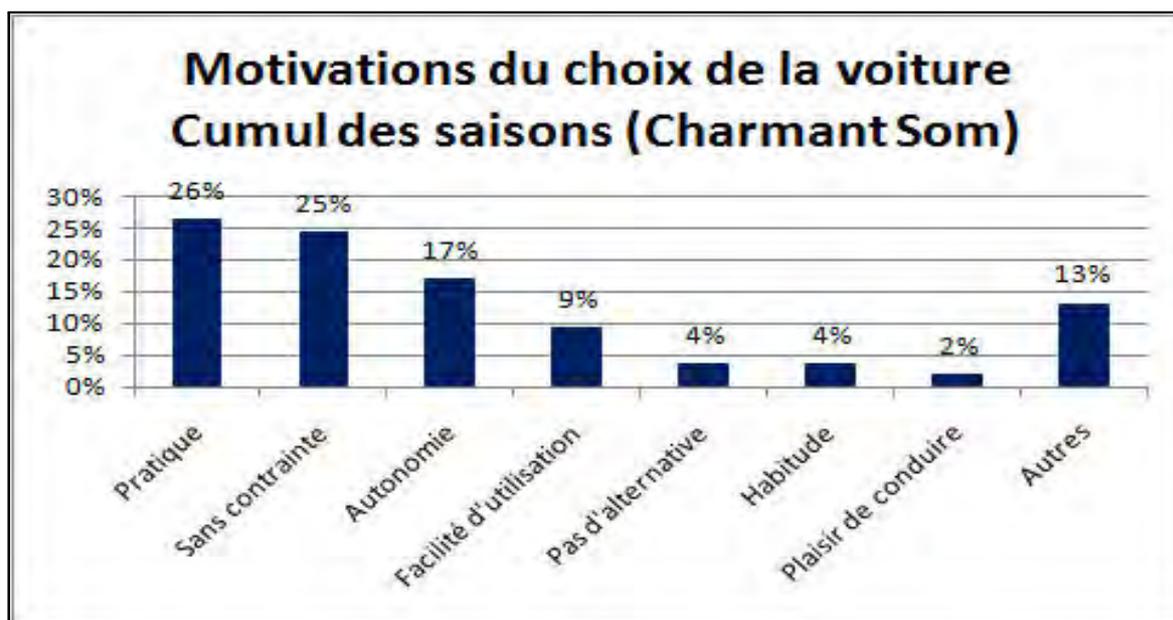
Motivations d'utilisation de la voiture comme mode privilégié (effectif 39) :

Parmi les 38% qui préfèrent utiliser leur voiture pour se rendre en montagne, la plupart avance des raisons de commodité. Ainsi, les visiteurs utilisent principalement la voiture parce qu'ils trouvent ce moyen de transport plus pratique pour différentes raisons : transport de matériel, familles avec enfants, arrêts modulables... Ces raisons représentent 35% des motivations pour la voiture.

Dans la mesure où le système de transport mis en place sur le site remplit ces conditions (pratique et facilité d'utilisation), il semblerait donc qu'il atteindrait un pied d'égalité avec la voiture.

L'absence de contraintes est également l'une des motivations principales d'utilisation de la voiture car elle regroupe 25% des réponses. Il serait intéressant de se demander quelles sont les contraintes assignées aux transports en commun par les visiteurs interrogés.

L'autonomie et l'indépendance ne sont pas, dans les cas rencontrés, les motivations principales d'utilisation de la voiture comme moyen privilégié. Il est intéressant de noter que la « liberté » n'apparaît pas comme motivation d'utilisation de la voiture.



MISE EN PARALLELE DES SAISONS - Charmant Som

D'après l'étude de « fréquentation touristique des espaces naturels remarquables du Parc Naturel régional de Chartreuse » réalisée par A-TOU en 1999/2000, la fréquentation en été du Charmant Som est importante. En effet, cette enquête a dénombré 20 000 visiteurs pendant cette saison, soit près de 280 personnes par jour d'enquête. Il faut également noter un fort déséquilibre entre la fréquentation de haute saison qui représente 80% de la fréquentation totale estivale et la fréquentation de basse saison (week-end de juin et septembre) qui couvre seulement 20% de la fréquentation estivale. D'après cette étude, le site du Charmant Som comporte peu de « portes d'entrée » estivales : le parking du Charmant Som (à côté de l'auberge) qui reste le plus fréquenté (70% de la fréquentation totale), le parking de l'oratoire (15%), le départ à partir de Pleynan (12,5%) et du col de la Charmette qui restent peu fréquentés.

PROFIL DES VISITEURS

De manière générale, ce sont les catégories socioprofessionnelles supérieures qui sont les plus représentées. Mais, en été, on observe que la part de retraités est aussi importante que celle des professions supérieures.

Même constat pour les tranches d'âge 40-60 ans, car quelque soit la saison, ils représentent la moitié des visiteurs interrogés. La proportion de jeunes de 20 à 40 ans dans la population enquêtée est non négligeable en automne (32% des visiteurs).

On notera que les visiteurs du site sont majoritairement des isérois, quelque soit la saison. Les visiteurs viennent principalement de l'agglomération grenobloise et des communes du Nord-Isère. Le public du site regroupe une population qui fréquente régulièrement la montagne : en effet, à cette saison, 77% des visiteurs vont en montagne une fois par mois ou plus, ils sont 64% en automne. Ainsi, le public du site est un public de montagnards assidus. Quelque soit la saison, une grande majorité des visiteurs du site sont des habitués de la Chartreuse et sont déjà venus au Charmant Som plusieurs fois.

UTILISATION DU SITE

La diversité des activités pratiquées, en saison estivale, est remarquable : à cette saison, on compte 11 types d'activités différentes. En automne, le nombre d'activités est plus restreint : seulement 5 activités différentes sont proposées. C'est pourquoi, la pratique de la marche couvre en automne une part plus importante qu'en été. Elle reste toutefois l'activité majoritaire quelque soit la saison.

En saison estivale, on observe une certaine importance de la consommation sur le site. En effet, une majorité de visiteurs (64%) consomment et la moitié des produits consommés sont des produits locaux.

La fréquentation du site se fait plutôt à la demi-journée. On remarque qu'en automne, les arrivées s'arrêtent à 16h30, ce qui est beaucoup plutôt qu'en saison estivale. A cette saison, les arrivées s'étalent sur toute la journée et la fréquentation maximale journalière est atteinte seulement à 19h. Au contraire, en automne, leur nombre est croissant seulement jusqu'à 10h30 et la fréquentation maximale journalière est atteinte à 15h. Ainsi, à 13 heures, on atteint 84% de la fréquentation de la journée en automne contre 50% en été.

La proportion de personnes en séjour est non négligeable en été, du fait notamment de la période de vacances. De plus, l'hébergement touristique qui est nul en automne concerne 13% des visiteurs en été. Quelque soit la saison, les visiteurs viennent principalement en famille sur ce site. En automne, on observe une part non négligeable de personnes venues seules sur le site : ceci peut s'expliquer par le fait qu'à cette saison les journées enquêtées étaient tout autant des journées de semaine que des journées de week-end (contrairement à la saison estivale qui ne concernait que des journées de week-end).

En ce qui concerne les modes de transports, on observe une forte diversité des modes de transports utilisés en saison estivale. Au contraire, seulement 3 modes de déplacement (voiture, covoiturage, vélo) sont utilisés en automne. Ainsi, les moto, camping-car etc, sont plutôt utilisés à la belle saison. La voiture reste toutefois le mode dominant quelque soit la saison : en effet, aucun transport en commun ne permet un accès direct au site et le dénivelé de la route qui monte sur 5 kms dissuade les venues à pied ou en vélo. Quelque soit la saison, la majorité des groupes de visiteurs viennent avec une voiture mais il faut noter que les visiteurs viennent principalement à deux, voire trois ou quatre quelque soit la saison. Ainsi, en été, 6,3% des voitures n'avaient qu'un seul passager contre 15,5% à l'automne. Le nombre moyen de visiteurs par voiture est de 3 personnes en été et 2,5 à l'automne.

L'enquête A-TOU arrive aux mêmes résultats que notre étude : pour les questions concernant l'âge des visiteurs ; les catégories socioprofessionnelles, le rapport excursionnistes/vacanciers et le temps passé sur le site, les mêmes réponses arrivent en tête. Par contre, concernant la constitution des groupes nous n'arrivons pas aux mêmes résultats : il apparaît dans cette étude que le site est principalement visité par des couples (35%) en été et par des amis (35%) en hiver. Dans leur étude, la part des familles reste importante : 31% en été. De plus, il apparaît que la pratique principale de l'hiver est la randonnée en raquettes.

PERCEPTION DU SITE

En ce qui concerne la question concernant le mode de connaissance du site, il est intéressant de noter que beaucoup de réponses ne précisent pas de quelle manière les visiteurs ont connu le site : cela concerne notamment les « habitués » du site, ceux qui le connaissent « depuis longtemps » et les « locaux ». Ce type de réponse, qui n'est pas réellement un mode de connaissance du site, est majoritaire en automne. Parmi les modes de connaissance du site, le bouche à oreille reste le mode principal, notamment en été où il représente la plus grande part de réponses (47%). Les modes de communication touristique et médias ne jouent pas un grand rôle dans la connaissance du site et particulièrement en automne.

La diversité des motivations mises en avant pour expliquer la venue sur le site montre que les raisons qui poussent les visiteurs à venir au Charmant Som sont multiples et se combinent : une seule raison ne suffit pas à expliquer à elle seule la venue au Charmant Som plutôt qu'ailleurs en Chartreuse. Parmi ces motivations, la beauté du site est importante quelque soit la saison. En été, la recherche de fraîcheur et d'air font partie des motivations principales alors qu'en automne, ce sont les conditions d'accès au site (proximité et facilité) qui arrivent en tête. Il est fort possible que ce phénomène s'explique par le fait que les visiteurs estivaux aient été interrogés en période de vacances (et donc en période où les gens « ont plus de temps ») et qui plus est en période chaude !

En ce qui concerne les résultats de l'étude ATOU, les critères de choix du site qui apparaissent comme étant les principaux sont également la proximité et le plaisir contemplatif (« découverte des paysages ») que ce soit pour l'été ou l'hiver. Seul le « plaisir sportif », motivation principale de l'étude ATOU pour la saison hivernale, n'est pas apparue dans l'analyse de nos questionnaires. Une autre motivation a été mise en avant dans cette étude : l'habitude. Aucun des visiteurs interrogés lors de notre étude n'a avancé cette réponse.

RELATIONS AUX MODES DE TRANSPORTS

Parmi les modes de transports idéaux cités pour le site, on remarque une prépondérance des transports en commun en saison estivale. Au contraire, à l'automne, la voiture reste le mode principalement cité et on note une forte importance des réponses « ne sait pas ». Les téléportés n'ont été cités qu'en saison estivale. A cette saison, la diversité des modes de transports cités, dont la marche et la traction animale, est à mettre en avant. Il semble qu'à cette saison particulièrement, les visiteurs soient plutôt prêts à utiliser d'autres modes de transports que la voiture.

Pourtant, l'utilisation des modes de transports alternatifs à la voiture pour des sorties en montagne est plus importante chez les visiteurs de l'automne que chez les visiteurs estivaux : en automne 72% des visiteurs sont déjà allés en montagne sans leur voiture contre un tiers des visiteurs estivaux. Mais, il faut ajouter que pour les utilisateurs des modes alternatifs à la voiture individuelle de l'automne, le covoiturage représente une grande part. Au contraire, en été les transports en commun restent les modes alternatifs à la voiture les plus utilisés.

SYNTHESE DES RESULTATS SUR L'ANNEE - Charmant Som

Chaque pourcentage est effectué en fonction du nombre de personnes interrogées et ayant répondu à la question.

EFFECTIFS TOTAUX

Eté : 102 personnes interrogées.

Automne : 40 personnes interrogées.

Hiver : Il n'y a pas eu d'enquête en hiver au Charmant Som, la route étant enneigée.

PROFIL DES VISITEURS :

	Nationalité	Sexe	Catégories socioprofessionnelles	Age
été	96% de français	63% d'hommes et 37% de femmes	31% de retraités et 30 % de cadres	80% ont plus de 40 ans
automne	98% de français	70% d'hommes et 30% de femmes	45% de cadres et 18% de retraité	67% ont plus de 40 ans

Origines géographiques	Région Rhône-Alpes	Isère	Savoie
été	76%	76%	11%
automne	92%	74%	11%

Fréquentation de la montagne	Visiteurs qui vont en montagne plus d'une fois par mois	Visiteurs qui fréquentent la montagne entre 1 et 10 fois par an
été	50%	40%
automne	54%	23%

Fréquentation du Massif de la Chartreuse	Visiteurs déjà venus en Chartreuse.	Visiteurs qui se disent habitués de la Chartreuse
été	92%	68%
automne	98%	85%

Habitudes de fréquentation du site	Visiteurs déjà venus sur le site.	Visiteurs qui sont venus plus d'une fois.	Visiteurs qui viennent plusieurs fois par an.
été	80%	90%	
automne	85%	85%	38%

UTILISATION DU SITE

Activités pratiquées	Promenade	Randonnée	Pique nique
été	44%	14%	17%
automne	52%	27%	7%

Type de séjour	Excursionnistes	Visiteurs qui restent sur le site plus de 3 heures	Visiteurs qui restent moins de 2 heures
été	72%	70%	30%
automne	95%		

Constitution des groupes	Familles	Couples	Amis	Personnes seules
été	43%	24%	27%	7%
automne	30%	27%	15%	10%

Type d'hébergement	Domicile principal	Hébergement touristique
été	70%	13%
automne	87%	0%

Mode de transport utilisé	Visiteurs venus en voiture individuelle	Visiteurs venus en covoiturage
été	77%	12%
automne	88%	10%

Consommation	Visiteurs qui consomment sur le site	Type de consommation majoritaire
été	64%	Produits locaux : 50%
automne		

PERCEPTION DU SITE

Mode de connaissance du site	Bouche à oreille	Habitués, locaux	Médias, Offices de tourisme...
été	47 %	36%	10%
automne	27%	60%	3%

Motivations du choix du site	Réponse 1	Réponse 2	Réponse 3
été	Beauté du site : 29%	16% : Prendre l'air et fraîcheur	Proximité et facilité d'accès : 11%
automne	Proximité et facilité d'accès : 32%	Beauté site : 26%	Facilité de la randonnée : 11%

Modes de transport idéal pour le site	Réponse 1	Réponse 2	Réponse 3
été	Navette/Bus : 38%	Voiture : 27%	télesiège/téléphérique : 13%
automne	Voiture : 40%	Pas de réponse : 38%	Navette/Bus : 13%

UTILISATION ET PERCEPTION DES MODES DE TRANSPORT

Habitudes de transport	Visiteurs qui ont déjà utilisé un mode de transport alternatif	Transports en commun	Covoiturage
été	32%	49%	22%
automne	72%	29 %	45%

SAISON ESTIVALE - Charmant Som

102 personnes interrogées

90% des journées enquêtées étaient de belles journées ensoleillées. Les journées d'enquête couvraient 2 samedis et 2 dimanches. Aucun jour de terrain n'a été effectué en semaine.

Profil du « visiteur type » estival

Un Isérois, actif supérieur ou retraité, d'environ 50 ans qui fréquente habituellement la montagne. C'est un habitué de la Chartreuse qui est déjà venu sur le site plusieurs fois. Il n'a jamais utilisé les transports alternatifs à la voiture pour ses activités de loisirs mais il serait prêt à le faire.

La « sortie type » du visiteur estival

Une excursion à la journée, pour une promenade/randonnée en famille. Les visiteurs restent longtemps sur le site, souvent une demi-journée. Le trajet se fait en voiture à partir de son domicile principal et jusqu'au parking devant l'auberge. On vient profiter de la beauté du paysage et du panorama tout en prenant l'air et en profitant de la fraîcheur. C'est l'occasion d'acheter des produits locaux et de boire un verre.

PROFIL DES VISITEURS

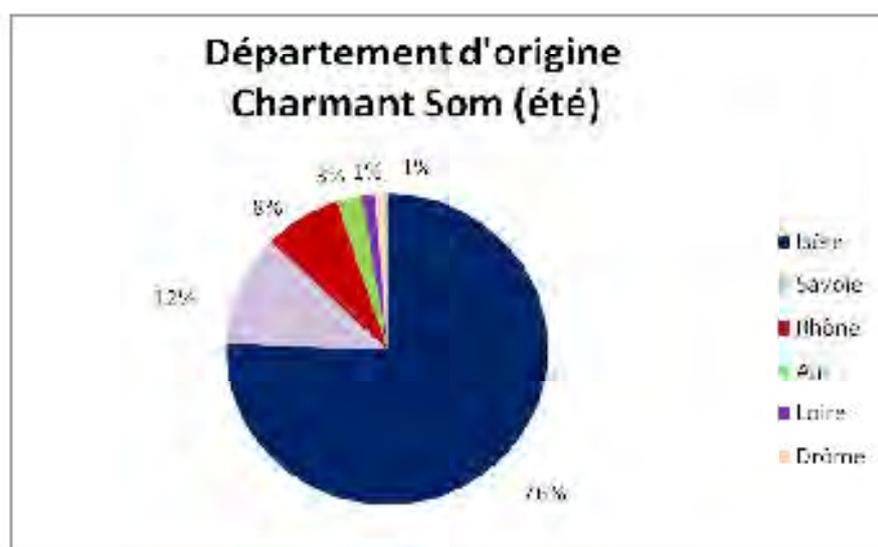
96% des visiteurs interrogés sont français. Au cours de l'enquête estivale réalisée au Charmant Som, la population enquêtée se répartit entre 63% d'hommes et 37% de femmes.

80 % des visiteurs interrogés ont plus de 40 ans. La moitié des visiteurs interrogés ont entre 40 et 60 ans.

30% des visiteurs interrogés font partie des professions supérieures (cadres et professions intermédiaires). Le site est fréquenté par un nombre élevé de retraités (31%) : cette catégorie socio-professionnelle est la plus représentée.

Origines des visiteurs (effectif 99) :

78% des visiteurs interrogés habitent en Rhône-Alpes. Parmi eux, 75% viennent de l'Isère, 11% de Savoie et 8% du Rhône. Le public majoritaire de ce site est donc un public isérois : les visiteurs estivaux sont des locaux.



Habitudes de fréquentation de la montagne (effectif 100) :

La moitié des personnes interrogées vont en montagne régulièrement (plus d'une fois par mois). On compte également 40% des interrogés qui fréquentent peu la montagne (entre 1 et 10 fois par an). On observe un double public (de montagnards et de non montagnards -) avec une place plus importante occupée par les montagnards avérés.

Fréquentation de la Chartreuse et du site (effectif 100) :

92% des visiteurs interrogés sont déjà venus en Chartreuse, parmi eux une majorité se considère comme des habitués du massif.

80% des visiteurs sont déjà venus sur le site. Parmi les connaisseurs du site, 90% sont venus plusieurs fois.

Les visiteurs déjà venus en période estivale, fréquentent le site de préférence en été (40%) et 38% des visiteurs fréquentent ce site uniquement à cette saison. Le printemps, l'hiver et l'automne sont des saisons fréquentées de même manière : 20% environ des visiteurs sont déjà venus sur le site à ces saisons. Il semblerait que le public d'été soit un public particulier par rapport aux autres saisons.

Les visiteurs sont des locaux, qui viennent principalement (à 47%) sur le site lors des week end ou des journées en semaine (31%). Peu de visiteurs viennent passer des vacances sur le site ou fréquentent le site lors de séjours dans la région.

UTILISATION DU SITE

Activités pratiquées (effectif 105 - plusieurs réponses possibles) :

L'activité majoritairement pratiquée par la site est la marche : elle représente 58% des activités citées. La promenade concerne à elle seule 44% des activités pratiquées sur le site à cette saison. Le pique-nique reste la deuxième activité pratiquée sur le site à hauteur de 17% des activités.



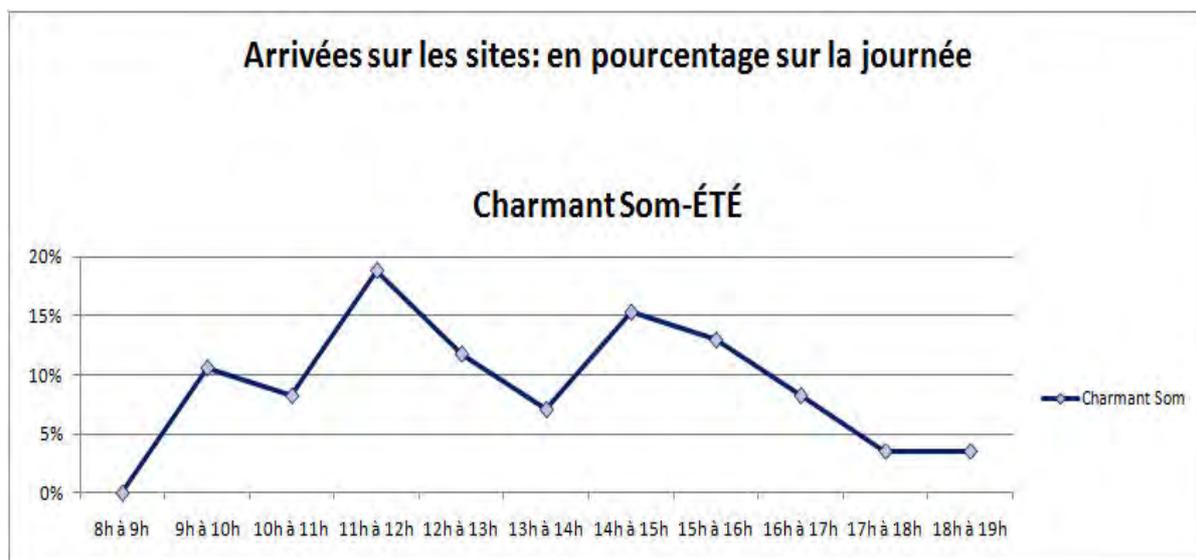
Temps passé sur le site (effectif 101) :

72% des visiteurs sont en excursion à la journée voire à la demi-journée. Le reste des visiteurs se répartit équitablement entre les court séjours (2 à 3 jours) et longs séjours (5 jours et plus).

70% des excursionnistes restent plus de 3 heures sur le site : les visiteurs restent donc sur le site majoritairement à la demi-journée.

Les visiteurs du site arrivent dès 8 heures. On observe une diminution du nombre d'arrivées entre 9h30-10h30, 11h30-13h30 et à partir de 14h30. Le nombre d'arrivées maximal (pic) étant à 11h30.

A 13h, le Charmant Som atteint 50% de sa fréquentation. (voir graphique annexe 4 - Heures d'arrivées)
 Les arrivées continuent pendant l'heure du déjeuner. Les 80% de la fréquentation sont atteints vers 15h.



D'après l'étude ATOU réalisée en 1999/2000, il apparaît que la fréquentation du site est plus importante en haute saison (juillet/août) qu'en basse saison estivale. La répartition journalière se présente telle qu'elle :

Semaine en juillet/août	Week-end en juillet/août	Week-end en « hors saison » (juin/septembre)
280 visiteurs/ semaine	400 visiteurs/ week-end	170 visiteurs/week-end

Ainsi, en période de vacances, les visiteurs de proximité habituels s'ajoutent aux touristes vacanciers. La répartition vacanciers/visiteurs de proximité apparaît équilibrée en haute saison. Mais lors des week-end de juin et septembre, on observe un fort déséquilibre à ce niveau car la part d'excursionnistes locaux est très élevée (85%).

Constitution des groupes (effectif 102) :

Les visiteurs viennent principalement en famille : les familles constituent en effet 43% des groupes interrogés. Suivent les couples et amis qui concernent respectivement 25% des visiteurs interrogés. Malgré le fait que le site soit fréquenté par des familles, les deux tiers des personnes interrogées viennent sans enfants et 34% des personnes viennent à 2.

Nombre de groupes scolaires rencontrés : 2 groupes de 9 et 12 enfants.

Mode de déplacement et type d'hébergement (effectif 102) :

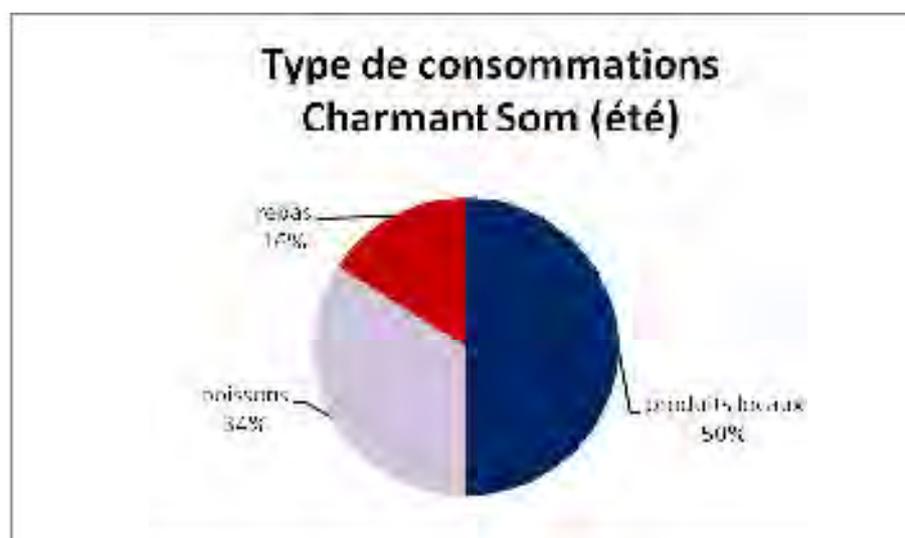
Seulement 3% des personnes sont montées à pied du col. La majorité des visiteurs (77%) viennent en voiture personnelle sur le site. Le covoiturage concerne 12% des visiteurs interrogés.

85% des visiteurs interrogés viennent avec une voiture. Seulement 8% viennent avec 2 voitures et cela concerne des groupes comprenant entre 4 et 8 personnes. Par ailleurs, on peut préciser que 6,3 % des voitures n'avaient qu'un seul passager. Le nombre moyen de visiteurs par voiture est de 3 personnes. Il apparaît donc que les voitures étaient très peu en sous charge de passagers : les visiteurs étaient principalement à 2, 3 ou 4 par voiture.

70% des personnes interrogées sont parties de leur domicile principal pour venir sur le site. 13% viennent de chez un proche et 13 % ont choisi l'hébergement touristique (camping, puis gîte, auberge etc...).

Consommation (effectif 98 - plusieurs réponses possibles) :

64% des visiteurs interrogés ont consommé. La consommation principale concerne les produits locaux et notamment l'achat de fromage.



PERCEPTION DU SITE

Mode de connaissance du site (effectif 100) :

Le bouche à oreille est le mode de connaissance du site majoritaire : il concerne 47% des interrogés. Dans la mesure où la majorité des visiteurs sont des habitués du site ou des locaux, les modes de connaissances du site sont difficiles à énumérer : beaucoup (36%) ont dit qu'ils connaissaient le site depuis longtemps voire « depuis toujours » ou qu'ils étaient « du coin ».

Seulement 10 % des visiteurs ont connu le site à travers un ou des médias, guides touristiques ou offices de tourisme.

Motivations du choix du site (effectif 97 - plusieurs réponses possibles) :

La « beauté du site » est la motivation principale de venue : elle représente 29% des motivations citées. A cette motivation, qui met en avant une caractéristique propre au site, s'ajoutent des motivations liées à la saison estivale : la recherche de « fraîcheur » et « d'air » est l'une des principales raisons qui incite les gens à se rendre au Charmant Som (16%).

On remarque que 28% des visiteurs n'avancent pas de raison précise à leur venue sur ce site en particulier : ils viennent principalement pour « prendre l'air » ou pour y chercher la fraîcheur, l'ombre, le calme et la tranquillité, qualités qu'ils peuvent trouver dans d'autres espaces montagnards.

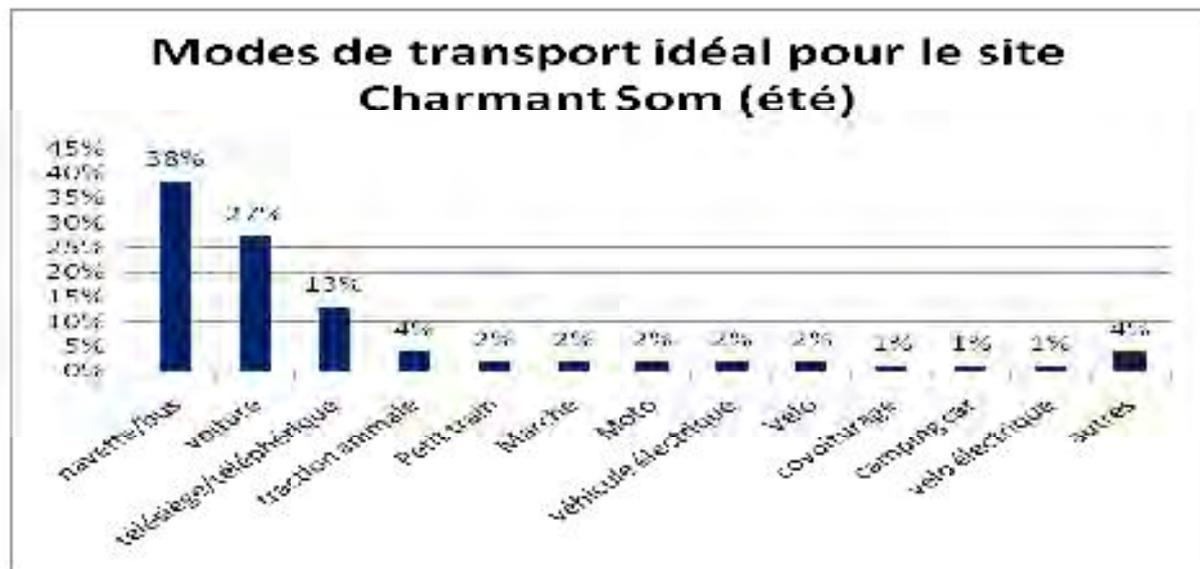
A cette saison, la proximité ou l'accessibilité au site ne constituent pas l'une des motivations principales de venue : celles-ci représentent seulement 11% des réponses. De même, les produits locaux (consommation à lauberge ou à la fromagerie) ne sont pas des raisons fortes qui expliqueraient le choix du site : ceux-ci représentent seulement 7% des motivations citées.

Du fait de la diversité des réponses, il semble donc que c'est un ensemble de motivations qui poussent les visiteurs à venir au Charmant Som plutôt qu'ailleurs en Chartreuse.



Mode de transport idéal pour le site (effectif 115 - plusieurs réponses possibles) :

Le mode de transport idéal pour venir sur le site principalement cité par les visiteurs ayant répondu à cette question est la navette/bus (33%). En second choix (23% des réponses) vient la voiture. Les modes de transports en commun représentent 57% des modes de transports idéaux cités. Il est intéressant de noter que les téléportés représentent 13% des réponses.

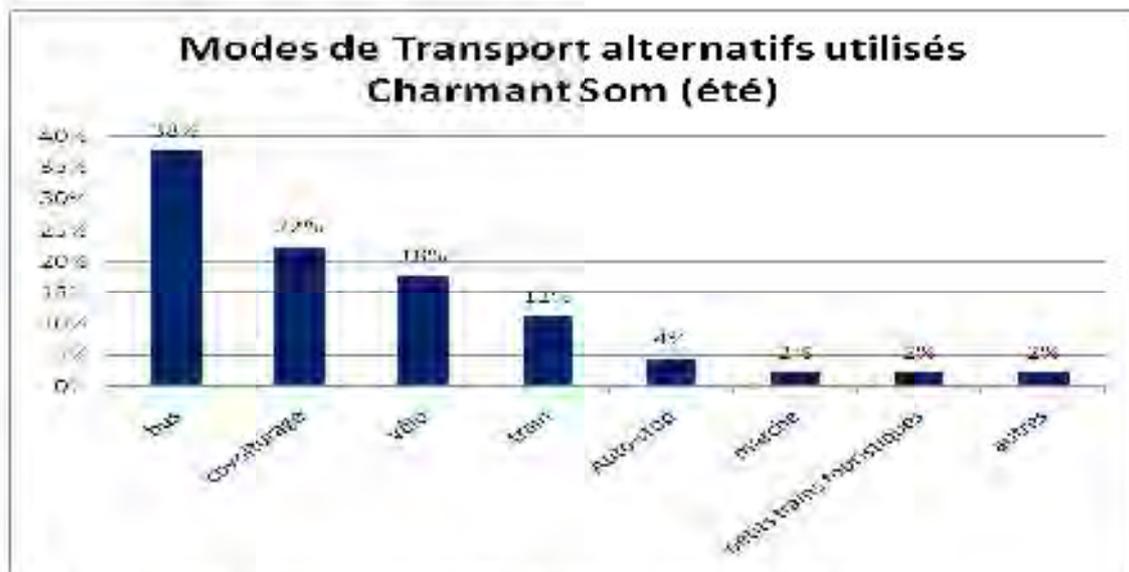


UTILISATION ET PERCEPTION DES MODES DE TRANSPORT

Habitudes de transport (effectif total 102) :

32% ont déjà utilisé un mode de transport alternatif à la voiture. Le mode de transport alternatif à la voiture individuelle le plus utilisé (38%) reste le bus, le covoiturage venant en seconde position (22%).

On observe que 18% des réponses présentent le vélo comme mode de déplacement alternatif. On peut supposer que les visiteurs qui pratiquent le vélo comme activité sportive ont cité ce mode de transport comme habitude de transport.



Motivations vis-à-vis des transports alternatifs à la voiture (effectif 102) :

59 % des personnes se déclarent prêtes à utiliser plus souvent les modes de transport alternatifs. Il est important de noter qu'à cette question on obtient une quantité importante de non réponses (11%) qui n'ont pas été prises en compte dans les pourcentages actuels.

Les modes de transports alternatifs préférés sont les modes de transports en commun : ils représentent 86% des modes de transports alternatifs cités. On remarque que ce n'est pas le type de transport qui est mis en avant : en effet il n'y a pas de mode de transport en commun qui se détache car souvent les personnes interrogées indiquaient « transport en commun » sans préciser. Ainsi les personnes qui se disent prêtes à utiliser d'autres modes de transport que la voiture ne conditionnent pas leur utilisation d'un tel mode par le type de transport mais bien par les caractéristiques de celui-ci.

SAISON AUTOMNE - Charmant Som

40 personnes interrogées

38% des questionnaires ont été remplis sous des conditions pluvieuses et 25% sous un temps couvert. Les journées d'enquête de l'automne couvraient : 1 jeudi, 1 samedi et 1 dimanche.

Profil du « visiteur type » de l'automne

Un Isérois, actif supérieur, d'environ 50 ans qui fréquente habituellement la montagne. Il est habitué de la Chartreuse car il fréquente le massif plusieurs fois par an. Il est déjà venu sur le site et le fréquente plusieurs fois par an. Il a déjà utilisé des transports alternatifs à la voiture pour ses activités de loisirs et serait prêt à le faire plus souvent.

La « sortie type » du visiteur de l'automne

Une excursion à la journée, pour une promenade/randonnée en famille. Le trajet se fait en voiture à partir de son domicile principal et jusqu'au parking devant l'auberge. On vient sur ce site car il n'est « pas loin » et qu'il reste facile d'accès. Profiter de la beauté du paysage et du panorama est également l'une des motivations principales de venue.

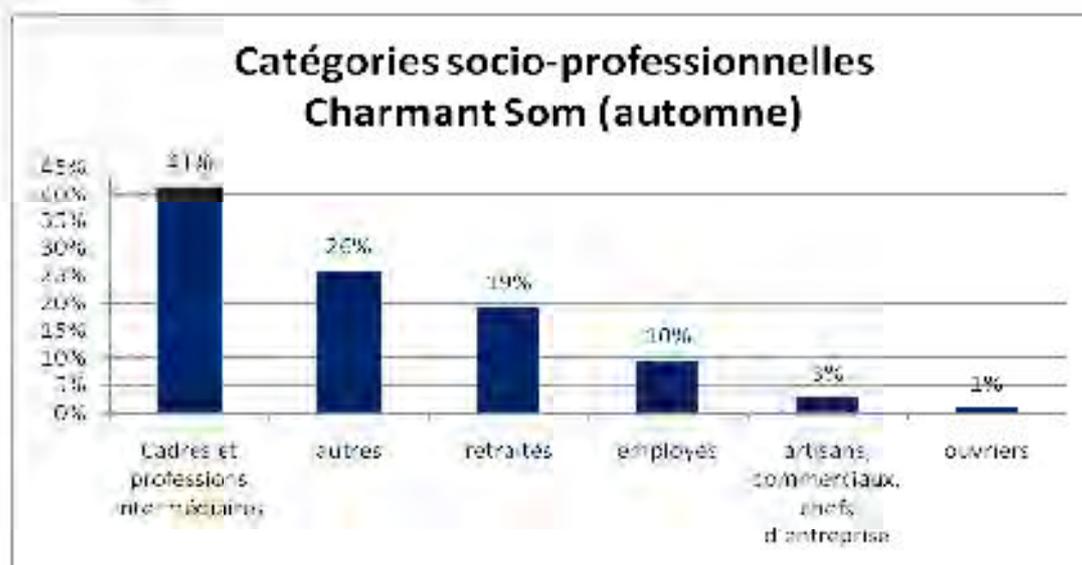
PROFIL DES VISITEURS

98% des visiteurs interrogés sont de nationalité française. En automne, la population enquêtée sur le site du Charmant Som regroupe 70% d'hommes et 30% de femmes.

68% des visiteurs interrogés ont plus de 40 ans. La moitié des visiteurs interrogés a entre 40 et 60 ans. Il est intéressant de noter que 32% des visiteurs interrogés ont entre 20 et 40 ans.

Catégories socio-professionnelles (effectif 40) :

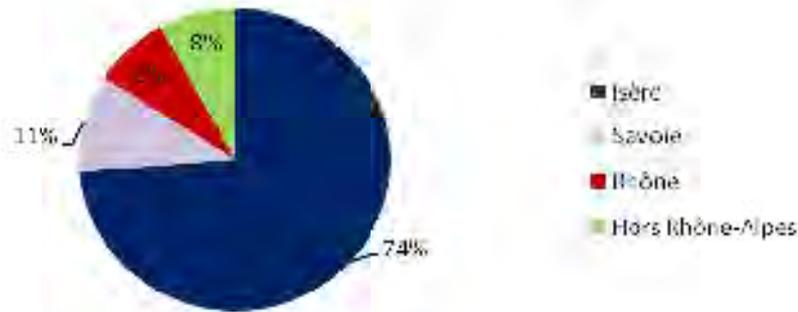
Parmi les visiteurs interrogés, on trouve majoritairement des cadres et professions intermédiaires (41%). La part de retraités est de 19%. On remarque une forte présence des « autres » catégories socio-professionnelles qui s'explique par l'importance des jeunes qui sont classés dans cette catégorie.



Origine des visiteurs (effectif 38) :

Parmi les visiteurs interrogés, on trouve 92% de Rhône-alpins dont 74% sont des Isérois et 10% des Savoyards. Le public majoritaire de ce site est donc local (voir également la carte des provenances par saison en annexe).

Département d'origine Charmant Som (automne)



Habitudes de fréquentation de la montagne (effectif 39) :

77% des visiteurs fréquentent souvent la montagne : 1 fois par mois ou plus, 23% des visiteurs interrogés fréquentent peu la montagne (entre 1 et 10 fois par an).

A l'automne, le public du Charmant Som est donc un public de « montagnards » assidus.

Fréquentation de la Chartreuse et du site (effectif 39) :

98% des visiteurs interrogés sont déjà venus sur le massif de la Chartreuse. Parmi eux, 85% sont des habitués du massif : ces visiteurs viennent plusieurs fois par an en Chartreuse ou y habitent.

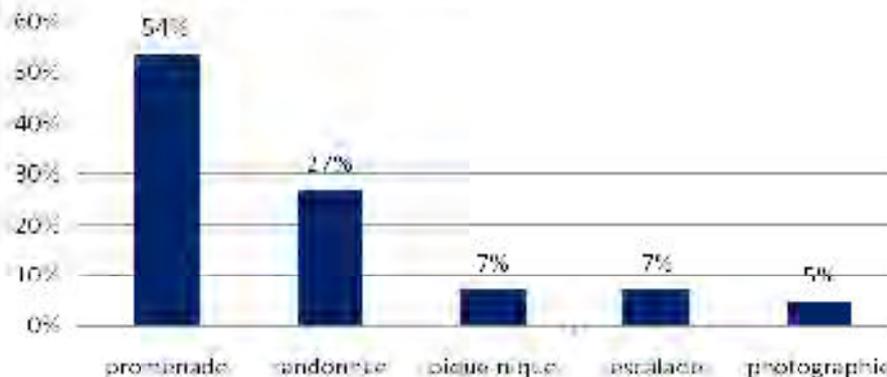
85% des personnes interrogées sont déjà venues sur le site. Parmi ces personnes, 85% sont venues plusieurs fois dans leur vie et 38% viennent plusieurs fois par an.

UTILISATION DU SITE

Activités pratiquées (effectif 42 - plusieurs réponses possibles) :

L'activité principale pratiquée sur le site est la promenade/randonnée : elle concerne 79% des activités pratiquées. La plus importante est la promenade : celle-ci regroupe à elle seule la moitié des activités citées. Le pique-nique concerne seulement 7% des activités pratiquées, ce qui peut s'expliquer par les conditions météorologiques le jour des enquêtes.

Activités pratiquées sur le site Charmant Som (automne)

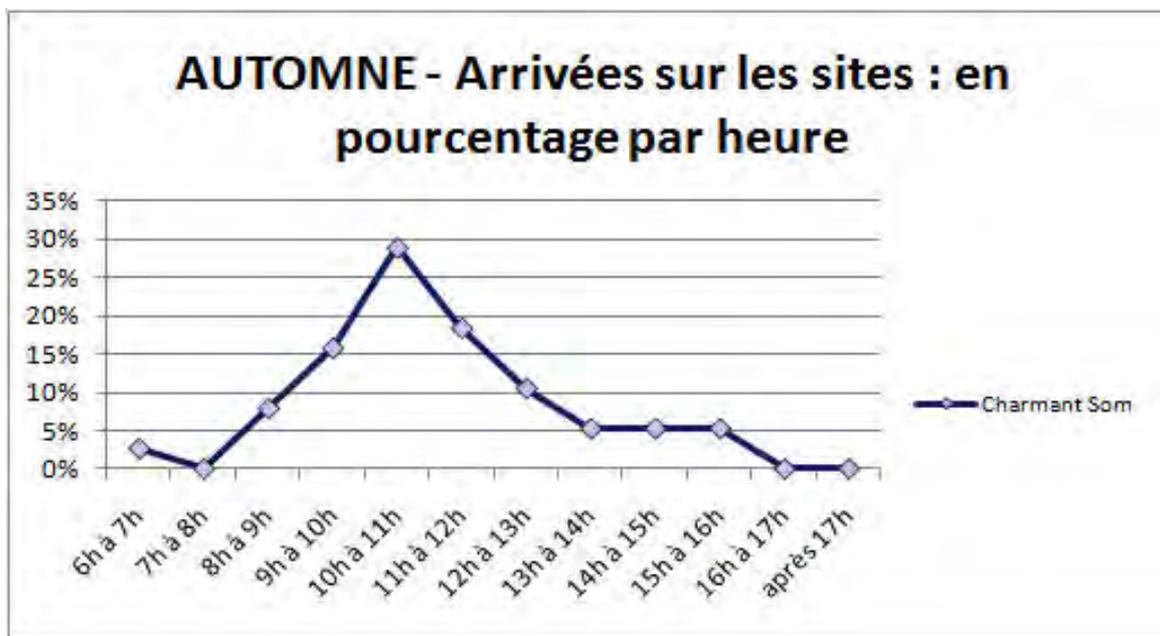


Temps passé sur le site (effectif 39) :

95 % des visiteurs interrogés sont venus à la journée. Le public est donc majoritairement excursionniste. Parmi les visiteurs interrogés, aucun n'est venu pour un long séjour et seulement 5% sont là pour un court séjour. Il est important de noter que les individus n'ont pas été interrogés en période de vacances.

L'effectif des personnes ayant répondu la question « *combien de temps avez vous passé sur le site ?* » est trop faible pour obtenir des pourcentages significatifs : seulement 11 personnes au total ont répondu. Toutefois, d'après nos observations, il est possible de dire qu'une majorité de visiteurs restent plus de 3 heures sur le site.

L'évolution des pourcentages d'heures d'arrivées est bien caractéristique d'une saison automnale : à partir de 8 heures, on observe une croissance des arrivées jusqu'à 10h30, heure à laquelle on atteint 30% de la fréquentation. Ensuite, le nombre d'arrivées décroît sur le reste de la journée. C'est entre 9h et 13h que la grande majorité des visiteurs arrivent (74%). Il n'y a plus d'arrivées après 16h et on atteint la fréquentation maximale dès 15h. D'après le graphique en annexe, à 13h, le Charmant Som atteint 84% de sa fréquentation. On observe que les arrivées continuent entre midi et 14h.



Constitution du groupe (effectif 40) :

Les visiteurs viennent principalement en famille : elles constituent 46% des groupes interrogés. Mais, il faut ajouter que 65% des visiteurs interrogés viennent sans enfants. De plus, la majorité des visiteurs interrogés sont venus à 2. On note qu'il y a autant de visiteurs qui sont venus entre amis que de groupes venus en couple : chacune des catégories représente 28% des groupes d'individus. La proportion d'individus venus seuls n'est pas négligeable à cette saison : elle représente 10% des visiteurs interrogés.

Aucun groupe scolaire n'a été rencontré à cette saison.

Mode de déplacement et hébergement (effectif 39) :

Le transport majoritairement utilisé est la voiture : 88 % des visiteurs interrogés sont venus en voiture individuelle et 10% sont venus en covoiturage.

Parmi les personnes venues en voiture individuelle, 79% des visiteurs sont venus à une voiture. 15% des visiteurs sont venus à 2 voitures ; cela concerne des groupes comprenant entre 6 et 9 personnes. Le nombre moyen de visiteurs par voiture est de 2,53. Sachant que la moitié des visiteurs sont venus à 2, on peut affirmer que les voitures n'étaient que très peu en sous charge de passagers : les visiteurs étaient principalement à 2 et 4 par voiture. On compte également 4 personnes venues à une par voiture dont 2 qui rejoignaient quelqu'un sur le site. Par ailleurs, on peut préciser que 15,5 % des voitures n'avaient qu'un seul passager.

87% des visiteurs interrogés sont venus de leur domicile principal. L'hébergement touristique n'est pas du tout représenté dans la population ayant répondu à cette question.

PERCEPTION DU SITE :

Mode de connaissance du site (effectif 40) :

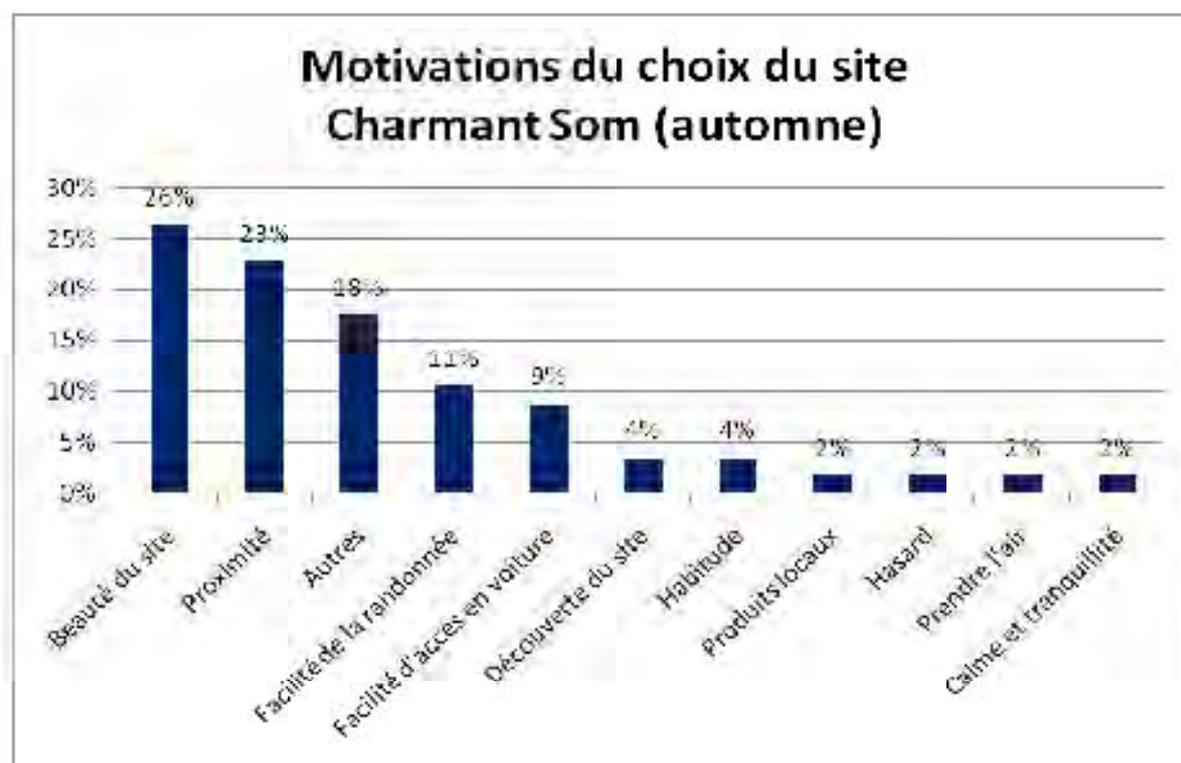
Une majorité de visiteurs n'ont pas précisé de quelle manière ils ont connu le site : en effet, ce public de locaux peut difficilement indiquer son mode de connaissance du site. Ainsi, 60% des réponses à cette question ne sont pas très précises (« locaux », « du coin », « habitués »...).

Le bouche à oreille reste donc le mode de connaissance du site majoritaire: il concerne 27% des interrogés. Seulement 3% des visiteurs ont connu le site à travers un ou des médias, guides touristiques ou offices de tourisme.

Motivations du choix du site (effectif 58 - plusieurs réponses possibles) :

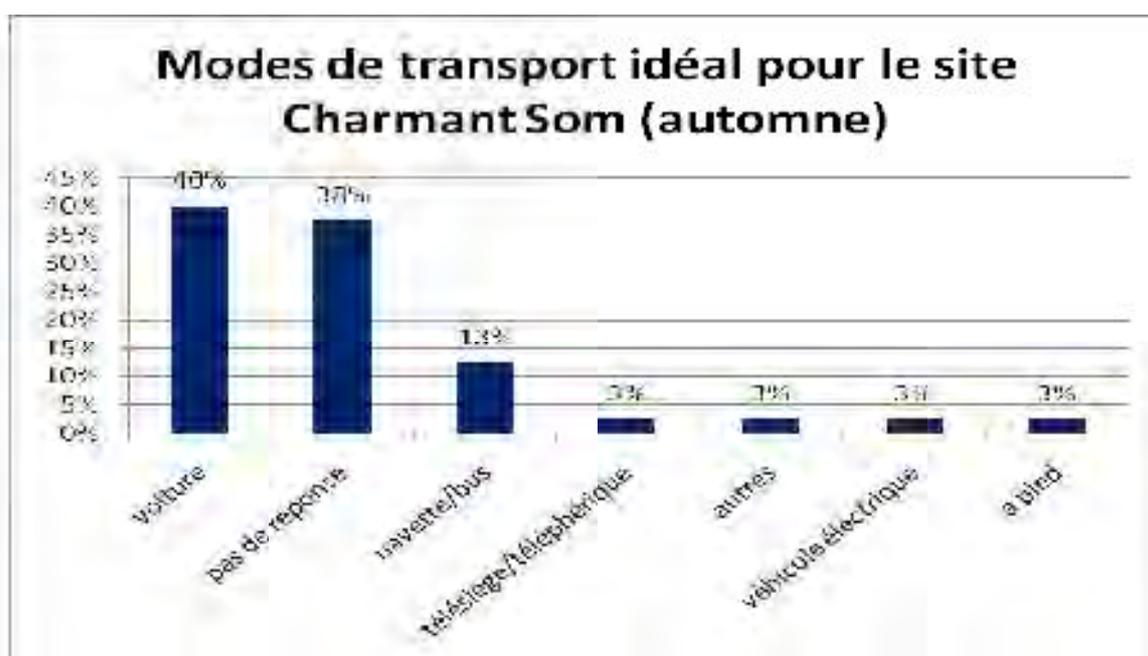
La proximité et la facilité d'accès au site est l'une des motivations principales du choix du site : à elles deux, elles représentent 37% des raisons de venue. La beauté du site est également une forte motivation puisqu'elle concerne 26% des réponses. C'est donc une autre raison forte de venue sur ce site. Il est important de noter que ces deux motivations sont souvent combinées.

Les produits locaux ne font pas partie des raisons principales qui expliqueraient le choix du site. La fermeture des activités économiques en cours de saison explique la faible part de cette motivation. Une des motivations fortes de la période estivale concernait la qualité environnementale du site : on y venait prendre l'air, trouver la fraîcheur et la tranquillité. En automne, cette motivation reste faible.



Modes de transport idéal pour le site (effectif 40) :

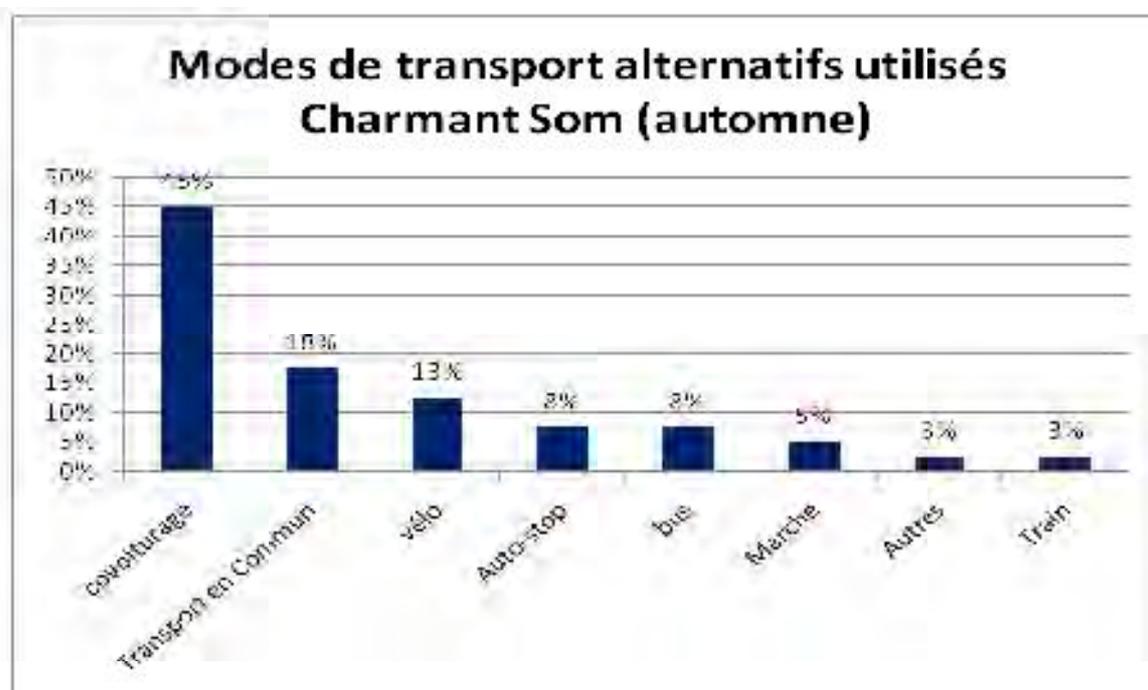
Le mode de transport idéal pour venir sur le site principalement cité par les visiteurs ayant répondu à cette question est la voiture : elle regroupe 40% des modes de transports avancés. Les navettes/bus représentent seulement 13% des modes idéaux de déplacement. Il est important de noter qu'à cette question 38% des personnes ne savent pas quoi répondre ; on observe donc une certaine réticence à avancer un mode de transport « idéal » pour les visiteurs de la saison automne.



UTILISATION ET PERCEPTION DES MODES DE TRANSPORT

Habitudes de transport (effectif 39) :

72 % des visiteurs ont déjà utilisé un mode de transport alternatif pour des déplacements de loisirs en montagne. Le covoiturage reste le mode de transport alternatif majoritairement utilisé : il représente 45% des modes de transports cités. Parmi les personnes ayant utilisé un mode de transports alternatif, 29 % ont utilisé des transports en commun.



Nous n'avons pu exploiter les résultats de la question des motivations de transports à cette saison car le nombre de réponses à la question était trop faible.

RESULTATS DE L'ENQUÊTE VISITEURS

- COL DE PORTE -

Chaque pourcentage est effectué en fonction du nombre de personnes interrogées et ayant répondu. Les non-réponses ne sont pas prises en compte.

CE QU'IL FAUT RETENIR

Les visiteurs du col de Porte sont des isérois. La tranche d'âge la plus représentée est celle des 20-40 ans, c'est pourquoi on trouve une grande proportion de catégories socio-professionnelles « autres » (parmi lesquelles figurent les étudiants). Ce jeune public qui fréquente le col de Porte est principalement un public de montagnards assidus : les visiteurs fréquentent la montagne plus d'une fois par mois. La plupart, quelle que soit la saison, sont déjà venus en Chartreuse et sur le site. Ils y viennent même plusieurs fois par an.

Les visiteurs viennent seuls à l'automne et en famille l'hiver. Ils restent principalement la demi-journée : à l'automne ils font de la marche et l'hiver du ski à la station. On trouve en grande partie des familles et groupes d'amis en hiver ainsi que des personnes seules à l'automne. Leur motivation principale est la proximité.

Sur le site du col de Porte en automne et hiver :

- 59% des visiteurs ont déjà utilisé un mode de transport alternatif à la voiture individuelle pour se rendre en montagne.

- 72% des visiteurs interrogés sont prêts à utiliser plus souvent un mode de transport alternatif à la voiture individuelle.

On remarque donc une réelle motivation pour les modes de déplacement alternatifs à la voiture. D'ailleurs, une grande majorité des visiteurs du site les utilisent déjà pour se rendre en montagne.

Aucun mode de transport idéal pour le site ne se dégage : à l'automne la préférence va pour les transports en commun alors qu'en saison froide c'est la voiture qui semble avoir la faveur.

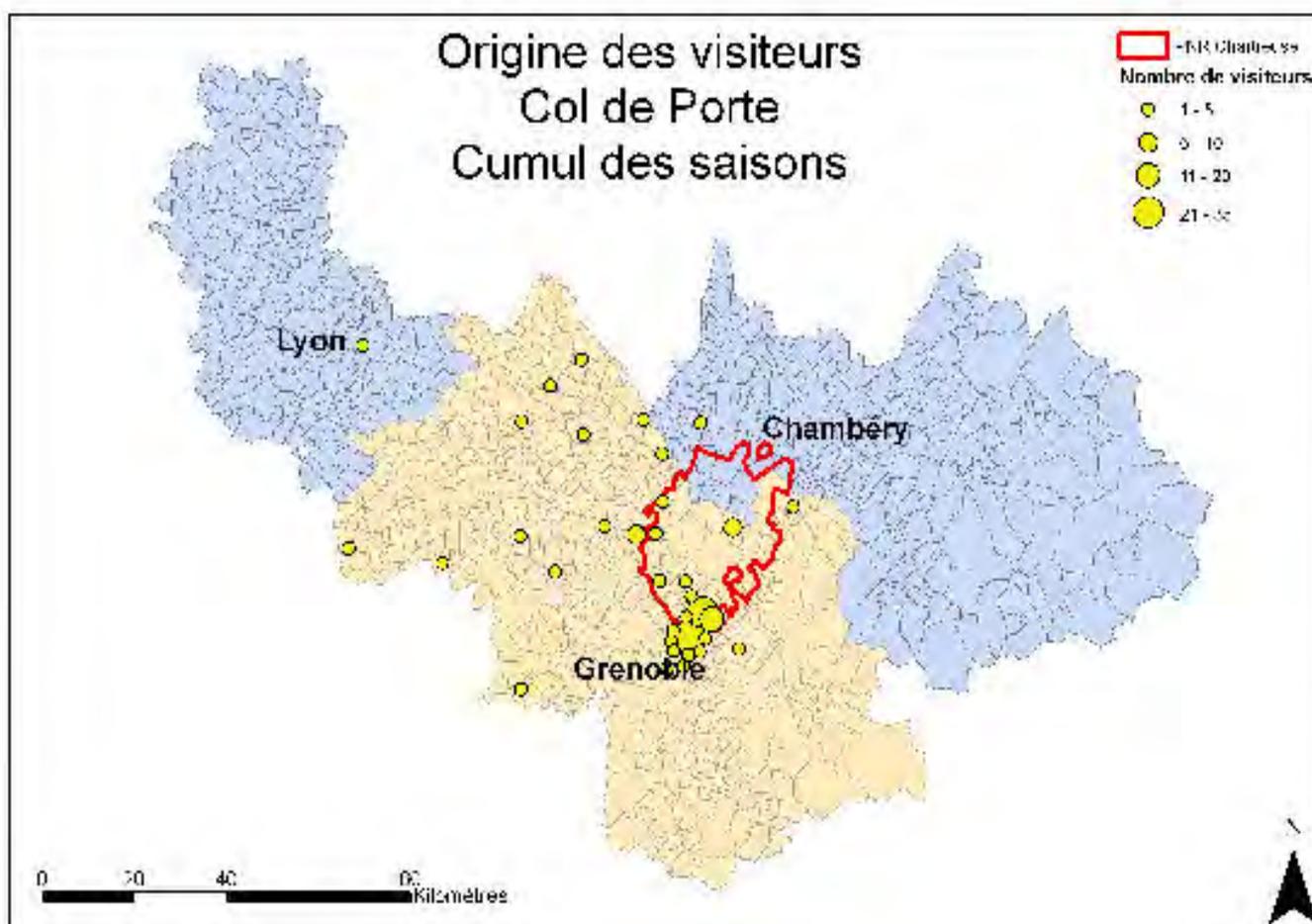
CUMUL DES SAISONS

Origine des visiteurs, utilisation et perception des modes de transports

- 149 personnes interrogées -

ORIGINE DES VISITEURS (effectif 128):

On observe une prépondérance des visiteurs venant des communes de l'agglomération grenobloise et du sud du massif de la Chartreuse (notamment Corenc avec 23 groupes d'individus). Grenoble reste la provenance principale avec 33 groupes de visiteurs. Parmi les 36 communes représentées, 12 font partie de l'agglomération grenobloise et représentent 83 visiteurs et 8 font partie du PNR avec 25 groupes de visiteurs. Les visiteurs rhodaniens et savoyards sont très peu présents. On note la présence (bien que faible) des visiteurs du Nord Isère : cela peut s'expliquer par le fait que la Chartreuse est le massif le plus proche de leur lieu d'habitation.



(voir également annexe 5 - Carte des origines par saison)

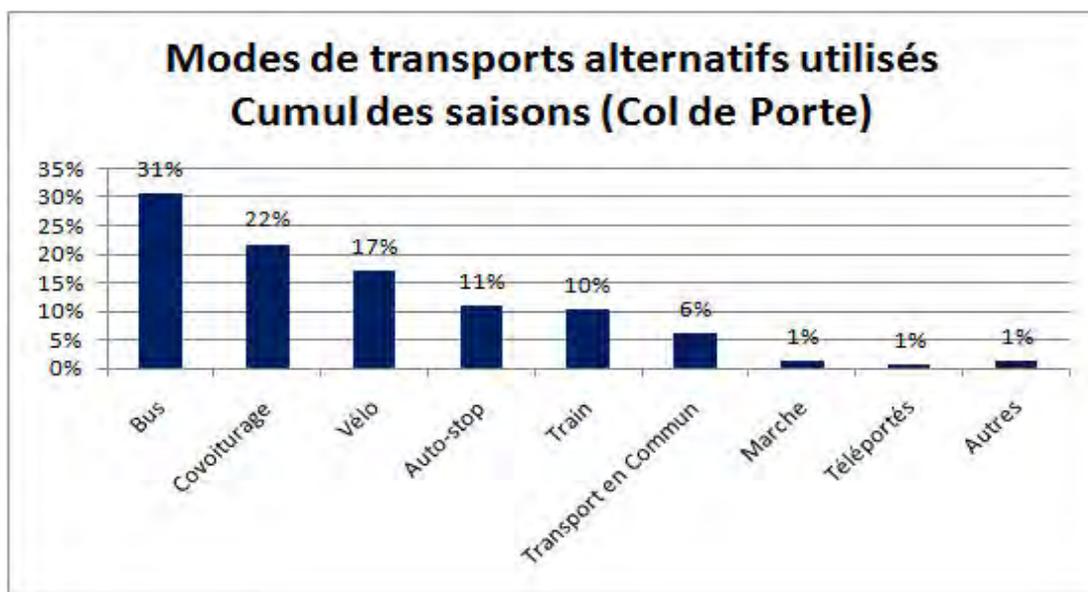
UTILISATION DES MODES DE TRANSPORTS

Habitudes de transports (effectif 147) :

Sur l'ensemble de la période étudiée (automne et hiver), 59% des visiteurs ont déjà utilisé un mode de transport alternatif à la voiture individuelle pour se rendre en montagne.

Modes de transports alternatifs utilisés (effectif 152 - plusieurs réponses possibles) :

Les transports en commun regroupent 48% des modes de transports utilisés. Les modes de transports qui utilisent la voiture constituent un tiers des modes de transports alternatifs utilisés pour se rendre en montagne. Il s'agit principalement du covoiturage, qui est le second mode le plus utilisé et de l'auto-stop. Le bus reste le premier mode de transport alternatif à la voiture : il représente 31% des modes de déplacements. Le vélo est utilisé comme mode de déplacement dans 17% des cas.



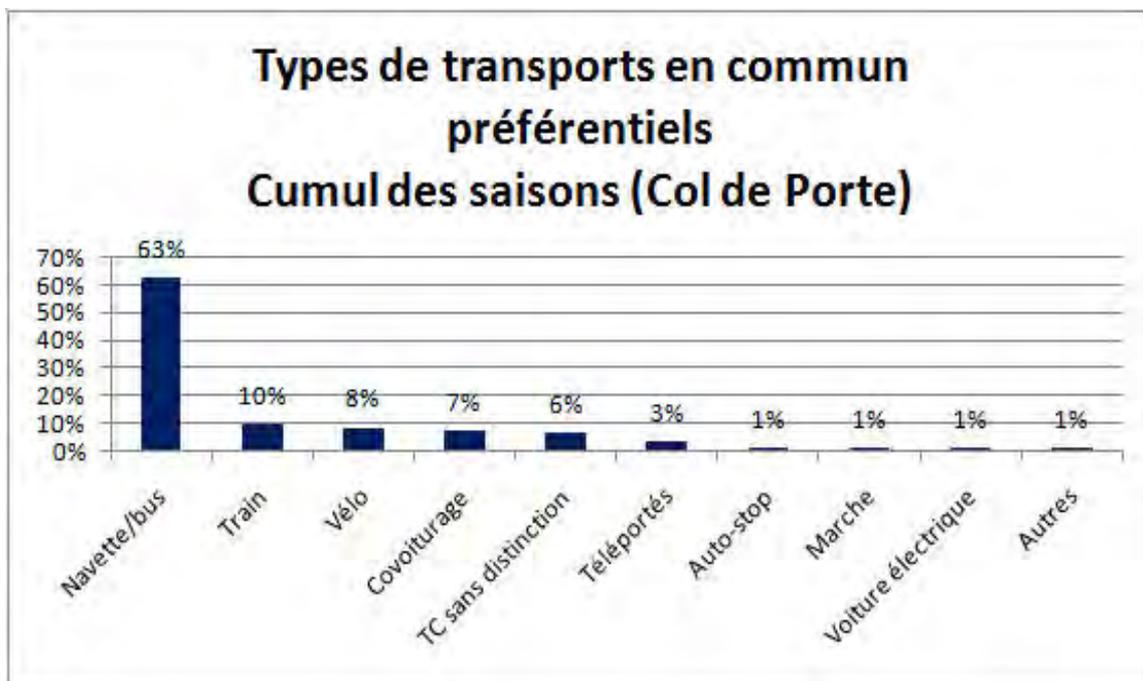
PERCEPTION DES MODES DE DEPLACEMENT

Motivations pour les modes de transports alternatifs (effectif 151) :

72% des visiteurs interrogés sur la période d'étude sont prêts à utiliser plus souvent un mode de transport alternatif à la voiture individuelle.



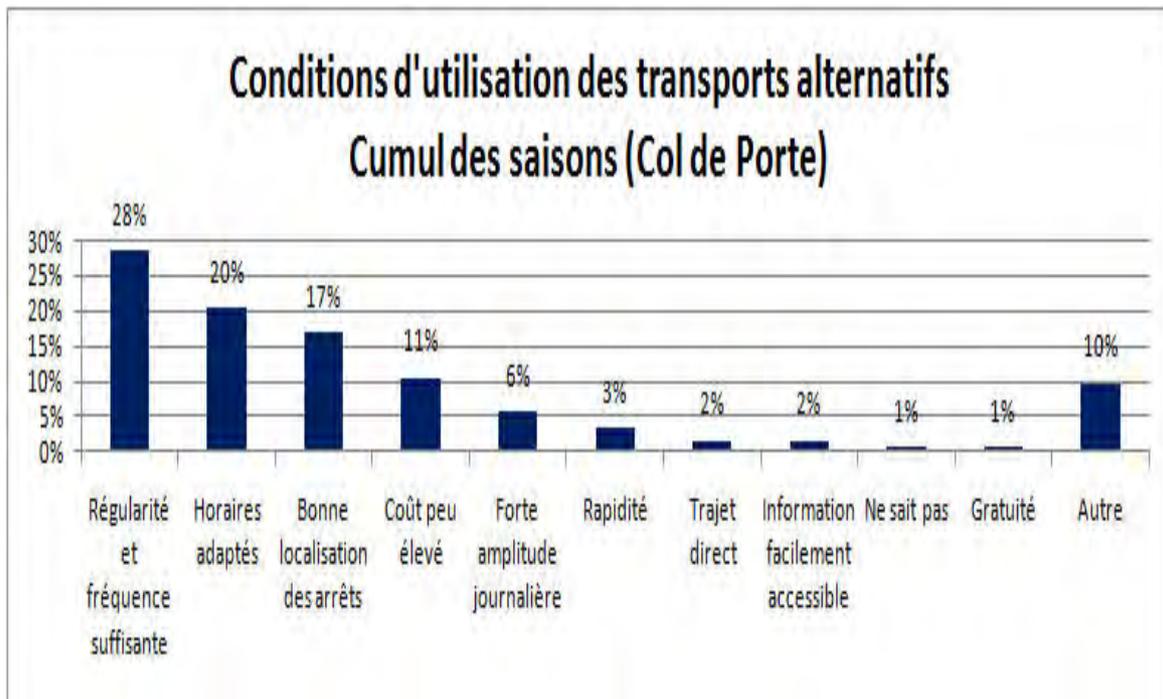
Les modes de transports alternatifs préférés (c'est-à-dire les modes de transport que les visiteurs seraient prêts à utiliser - plus souvent -) sont les navettes/bus : ce mode de déplacement adapté aux zones de montagne représente 63% des réponses. Les transports en commun regroupent 79% des modes de déplacements préférés tandis que les modes alternatifs à la voiture individuelle, mais qui utilisent tout de même la voiture sont faiblement cités.



On peut donc dire que les visiteurs du col de Porte utilisent d'autres modes de déplacement que leur voiture et sont prêts à en utiliser plus souvent.

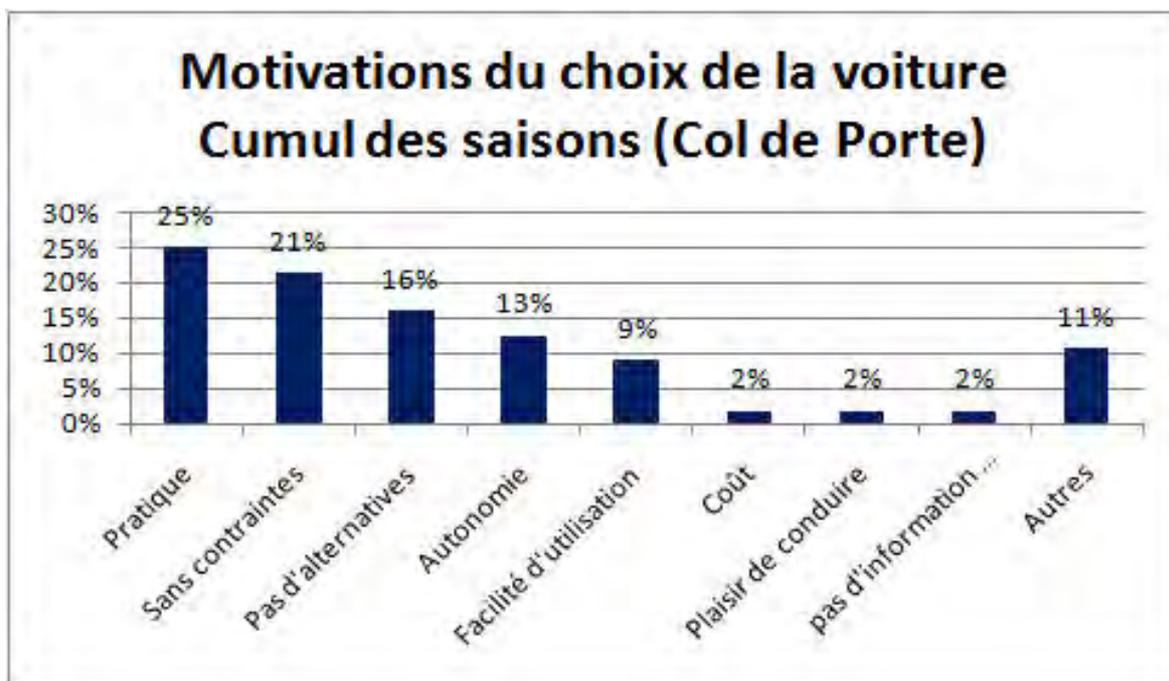
Conditions d'utilisation des modes de transports alternatifs (effectif 123) :

Parmi les conditions d'utilisation des transports alternatifs, on observe que les premières conditions citées concernent les caractéristiques de la desserte des transports en commun : la régularité et la fréquence représentent 28% des conditions avancées et l'adaptation des horaires aux activités de plein air est la seconde condition la plus citée (20%). Ainsi, on peut conclure que les visiteurs attendent principalement une bonne desserte des transports en commun : fréquence, horaires et bonne localisation des arrêts. Le coût n'est pas la principale condition d'utilisation des transports en commun : il ne constitue que 11% des conditions. L'accès à l'information quant à lui est très faiblement cité.



Motivation préférentielle pour la voiture (effectif 56) :

On remarquera le faible nombre de réponses ici : ceci est principalement dû au fait que la majorité des visiteurs reste motivée pour utiliser les modes de transports alternatifs à la voiture. Peu de gens ont donc affirmé préférer utiliser uniquement la voiture. L'aspect pratique et sans contrainte de la voiture sont clairement les principales raisons pour lesquelles certains visiteurs ne souhaitent pas utiliser les transports en commun. 16% des visiteurs disent n'être pas motivés par d'autres modes de déplacement que la voiture du fait du manque d'alternatives proposées.



MISE EN PARALLELE DES SAISONS - Col de Porte

PROFIL DES VISITEURS

En automne, la tranche d'âge la plus représentée est celle des 20-40 ans : elle représente 44% des visiteurs. Mais la moitié des visiteurs ont plus de 40 ans. En hiver, on observe une remarquable équité entre les visiteurs de la tranche d'âge 20-40 ans et ceux de la tranche des 40-60 ans qui représentent chacune 41% des visiteurs.

Parmi les visiteurs interrogés, on trouve majoritairement des cadres et professions intermédiaires: 41% automne et 33% en hiver. Quelque soit la saison, les retraités forment la seconde catégorie socio-professionnelle la plus représentée avec 20% des visiteurs. On remarque, sur toute la période d'étude, une forte proportion de visiteurs dans la catégories « autres » qui se retrouve en deuxième position : celle-ci regroupe notamment des étudiants, ce qui explique la présence conséquente de jeunes de 20 à 40 ans.

Quelque soit la saison, le site est fréquenté majoritairement par des isérois, notamment de l'agglomération grenobloise. Les savoyards et rhodaniens sont très faiblement représentés.

Les visiteurs du col de Porte se rendent souvent en montagne : la moitié d'entre eux y va toutes les semaines en automne, tous les 15 jours en hiver. Ainsi, le public qui fréquente le col de Porte est principalement un public de montagnards assidus. La plupart des visiteurs sont déjà venus en Chartreuse et sur le site quelque soit la saison.

UTILISATION DU SITE

La diversité des activités de l'automne : présence d'activités « neige » et d'activités estivales est liée aux caractéristiques de la saisons d'automne qui s'étend jusqu'aux premiers jours de neige. En automne, l'activité principalement pratiquée sur le site reste la marche : elle concerne 66% des visiteurs interrogés. En hiver, ce sont les activités « neige » qui prédominent largement (80% des réponses) et notamment le ski de station qui représente 41% des activités pratiquées.

Quelque soit la saison, la majorité des visiteurs viennent sur le site en excursion. Cette faiblesse des visiteurs en séjour s'explique notamment par le fait qu'aucune enquête n'a été réalisée pendant la période de vacances scolaires. La majorité des visiteurs de l'automne restent sur le site à la demi-journée; en hiver 64% des visiteurs restent plus de 3 heures. Une grande majorité de visiteurs viennent sur le site depuis leur domicile principal quelque soit la saison. Les capacités d'hébergement touristique sont en effet très faibles.

La plus forte période d'arrivée se situe en automne entre 9h et 10h30 et en hiver entre 8h et 11h30. En hiver, contrairement à l'automne, on observe ensuite un léger ralentissement entre 12h et 14h. A 13 heures, on atteint 70% de la fréquentation journalière hivernale et 80% de la fréquentation journalière de l'automne. La fréquentation maximale journalière est atteinte vers 15h-15h30 quelque soit la saison. De plus, aucune arrivée n'est effectuée après 16h30 quelque soit la saison.

En automne, les personnes seules sont les plus représentées parmi les visiteurs : un tiers des visiteurs viennent en effet seuls, peut-être parce que les jours d'enquête étaient des jours de semaine. A cette saison, on observe un relatif équilibre entre les familles, couples, et groupes d'amis, ces derniers restant légèrement plus nombreux. En hiver, ce sont les familles qui sont les plus représentées : 4 visiteurs sur 10 viennent sur le site en famille.

Quelque soit la saison, le transport majoritairement utilisé est la voiture : en automne, 73 % des visiteurs interrogés sont venus en voiture individuelle et 14% sont venus en covoiturage (en hiver ils représentent respectivement 84% et 11%). On observe que les visiteurs de l'automne, contrairement à ceux de l'hiver, sont venus sur le site avec une grande variété de modes de transports (camping car, location, moto...). En automne, le nombre moyen de visiteurs par voiture est de 1,96 ; mais cela s'explique par le fait que les visiteurs sont principalement des personnes seules. Le nombre moyen de passagers par voiture en hiver est de 2,64. Quelle que soit la saison, une grande majorité des visiteurs sont venus avec une seule voiture ce qui peut s'expliquer par le fait que la majorité des visiteurs sont venus seuls ou à 2. A l'automne, on compte 8% de visiteurs venus à 2 voitures et 12% en hiver. Ainsi, à l'automne on a 43,8% de voitures avec un seul passager et 53% en hiver. A cette saison, fréquentée principalement par des familles, ce n'est pas négligeable.

Seulement 22% des visiteurs interrogés ont consommé des produits sur le site en automne. La consommation principale étant la boisson.

En hiver par contre, les visiteurs qui consomment occupent une plus grande part : 62% des visiteurs ont en effet consommé sur le site. La consommation principale est le forfait de ski. L'importance des consommations de cette saison est donc liée aux activités « neige ».

PERCEPTION DU SITE

Dans la mesure où la majorité des visiteurs sont des habitués du site ou des locaux, les modes de connaissance du site sont difficiles à énoncer : la moitié des visiteurs ont dit qu'ils connaissaient le site depuis longtemps voire « depuis toujours » ou qu'ils étaient « du coin ». Le bouche à oreille est le mode de connaissance du site majoritaire : il concerne 27% des interrogés à l'automne et 36% en hiver. Que soit la saison, la part des modes de communications touristiques : offices de tourisme, guides touristiques voir médias occupent une part très faible dans les modes de connaissance du site.

On observe une grande diversité des motivations du choix du site en automne comme en hiver. Ce phénomène est renforcé par l'importance des réponses « autres » à l'automne, qui regroupent des réponses diverses ne pouvant être assemblées. Ainsi, aucune raison unique ne ressort : c'est plutôt une combinaison de motivations qui expliquent la venue sur le col de Porte en automne. La proximité reste l'une des motivations principales du choix du site, surtout en hiver. A l'automne, c'est la « beauté du site » qui attire principalement. Le plaisir sportif, c'est-à-dire « faire Chamechaude » ou le Charmant Som ne concerne que 5% des visiteurs interrogés de cette saison. En hiver, on remarque une prépondérance des motivations liées aux activités « neige » : les visiteurs viennent donc profiter d'une petite station de proximité, loin des foules des grandes stations et qui offre une certaine « tranquillité » et des tarifs peu élevés.

RELATIONS AUX MODES DE TRANSPORTS

On remarque qu'aucun mode de transport unique ne ressort : le mode de transport idéal pour venir sur le site principalement cité par les visiteurs de l'automne sont les transports en commun (navette et bus) et celui principalement cité par les visiteurs de l'hiver reste la voiture. En hiver, les navettes /bus constituent le second choix et représentent un tiers des modes de déplacement cités. Mais on observe que la moitié des visiteurs de l'automne ne connaissent pas la ligne de bus existante pour venir sur le site.

En hiver, la part de visiteurs qui connaissent la ligne de bus existante est majoritaire et regroupe 60% des visiteurs ayant répondu. Il est fort probable que ce pourcentage élevé s'explique par la forte communication et une meilleure desserte en saison hivernale (avec l'ouverture des stations de ski).

Une grande majorité des visiteurs a déjà utilisé un mode de transport alternatif à la voiture individuelle pour se rendre en montagne : 65% pour l'automne et 60% pour l'hiver. Les modes de transports alternatifs utilisés restent principalement les bus et navette. Ceci peut s'expliquer par le fait qu'en zone de montagne, les bus restent le mode de déplacement privilégié du fait de la pente. Le covoiturage occupe une place non négligeable parmi les modes de déplacements considérés comme alternatifs à la voiture individuelle. On observe également une importance du vélo à l'automne qui est considéré comme moyen de déplacement alternatif à la voiture dans 20% des cas. Sur l'ensemble de la période d'étude, on note une certaine diversité des transports alternatifs souhaités : auto-stop, téléportés, train, etc...

La motivation vis-à-vis des transports alternatifs est marquante : 67% des visiteurs se déclarent prêts à utiliser plus souvent un mode de transport alternatif à la voiture individuelle en automne. Ils sont 74% en hiver. A l'automne, on observe une grande variété de transports préférentiels. Les bus/navette, qui sont déjà les modes de transports alternatifs les plus utilisés, restent ceux pour lesquels les visiteurs sont les plus motivés quelque soit la saison. En hiver, le train est également un mode de transport qui attire : il représente 15% des modes de transports préférentiels, soit une part plus grande que celle du covoiturage. De plus, on observe une importante variété des conditions avancées pour une utilisation des transports alternatifs à la voiture. Les principales concernent les caractéristiques de la desserte (fréquence, horaires adaptés, bonne localisation des arrêts). La gratuité des transports n'apparaît pas comme un blocage à l'utilisation de ceux-ci et le coût peu élevé n'est pas la principale raison de non utilisation. On remarque également que l'accès à l'information n'est pas perçu comme une condition d'utilisation bien que la connaissance de la ligne de bus permettant l'accès au site soit faible.

SYNTHESE DES RESULTATS SUR L'ANNEE - Col de Porte

Chaque pourcentage est effectué en fonction du nombre de personnes interrogées et ayant répondu à la question.

EFFECTIFS TOTAUX

Eté : nous n'avons pas réalisé suffisamment de journées d'enquête sur ce site en été pour pouvoir exploiter les données (20 personnes interrogées).

Automne : 104 personnes interrogées.

Hiver : 45 personnes interrogées.

PROFIL DES VISITEURS :

	Français	Sexe	Catégories socioprofessionnelles	Visiteurs de plus de 40 ans.
automne	93%	66% d'hommes et 34% de femmes	44% cadres et 17% retraités	55%
hiver	98%	70% d'hommes et 30% de femmes	32% de cadres et 20% de retraités	60%

Origine géographique	Région Rhône-Alpes	Isère	Savoie
automne	90%	87%	0%
hiver	90%	85%	3%

Fréquentation de la montagne	Visiteurs qui vont en montagne plus d'une fois par mois	Visiteurs qui fréquentent la montagne entre 1 et 10 fois par an
automne	63%	17%
hiver	76%	15%

Fréquentation du Massif de la Chartreuse	Visiteurs déjà venus en Chartreuse	Visiteurs qui fréquentent la Chartreuse plusieurs fois par an
automne	93%	72%
hiver	93%	78%

Fréquentation du site	Visiteurs qui sont déjà venus sur le site	Visiteurs venus plus d'une fois	Visiteurs qui viennent plusieurs fois par an
automne	85%	85%	70%
hiver	86%		79%

UTILISATION DU SITE

Activités				
automne	Promenade : 21%	Randonnée : 41%	Pique-nique détente : 9%	Ski/surf : 9%
hiver	Ski/Surf : 41%	Ski de randonnée : 15%	Luge : 13%	Raquettes : 11%

Type de séjour	Excursionnistes	Visiteurs qui restent sur le site plus de 3 heures.	Visiteurs qui restent moins de 2 heures.
automne	96%	63%	36%
hiver	88%	64%	37%

Constitution des groupes	Familles	Couples	Groupes d'amis	Personnes seules
automne	19%	21%	24%	34%
hiver	40%	4%	33%	16%

Type d'hébergement	Domicile principal	Hébergement touristique
automne	83%	4%
hiver	80%	7%

Mode de transport utilisé	Voiture individuelle	Covoiturage
automne	73%	14%
hiver	84%	11%

Consommation locale	Visiteurs qui consomment sur le site	Type de consommation majoritaire
automne	22%	Boissons
hiver	62%	Forfaits

PERCEPTION DU SITE

Mode de connaissance du site	Habituels, locaux	Bouche à oreille	Moyens de communications : médias, guides, offices...
automne	55%	27%	7%
hiver	52%	36%	2%

Motivations du choix du site	Réponse 1	Réponse 2	Réponse 3
automne	Proximité et facilité d'accès : 28%	Beauté du site 14%	Plaisir sportif 5%
hiver	Proximité et facilité d'accès : 45%	Petite station 11%	Calme et tranquillité 10%

Mode de transport idéal pour le site	Réponse 1	Réponse 2
automne	Navette/ bus : 40%	Voiture : 32%
hiver	Voiture : 58%	Navette/bus : 33%

Connaissance des modes de transport existants	Visiteurs qui ont connaissance de la ligne de bus.
automne	40%
hiver	60%

UTILISATION ET PERCEPTION DES MODES DE TRANSPORT

Habitudes de transport :	Visiteurs qui ont déjà utilisé un mode de transport alternatif	Transport en commun	Covoiturage
automne	65%	26%	21%
hiver	60%	52%	25%

Motivations vis-à-vis des modes de transports alternatifs :	Visiteurs qui se déclarent prêts à utiliser plus souvent un mode de transport alternatif	Types de transports alternatifs préférentiels:
automne	67%	Bus/navette : 63%
hiver	74%	Bus/navette : 68%

AUTOMNE - Col de Porte 104 personnes interrogées

La moitié des enquêtes ont été réalisées sous un ciel « couvert » et 43% ont été remplies sous de belles conditions météorologiques. La pluie fût peu présente. En automne, l'enquête au col de Porte a été réalisée sur 3 mardis, 2 mercredis, 1 jeudi, 1 samedi et 1 dimanche.

Profil du « visiteur type » de l'automne

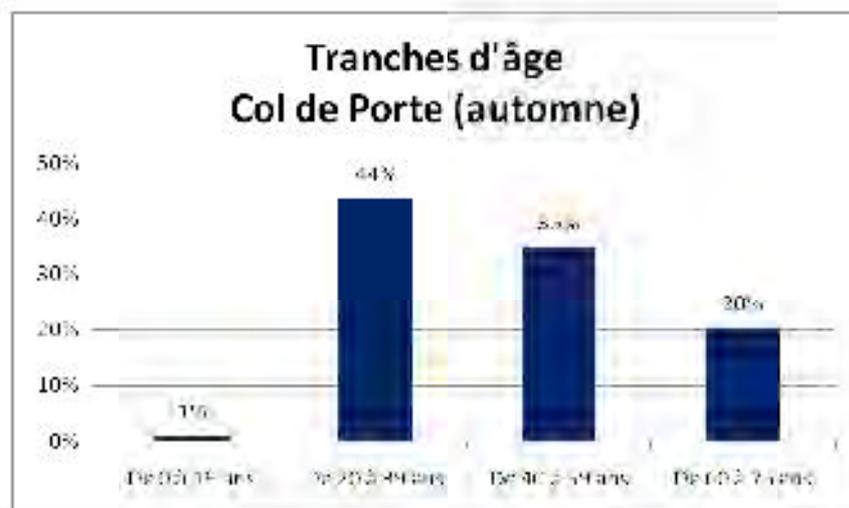
Un Isérois, actif supérieur, d'environ 30 ans qui fréquente habituellement la montagne. Il est habitué de la Chartreuse car il fréquente le massif plusieurs fois par an. Il est déjà venu sur le site qu'il fréquente également régulièrement. Il a déjà utilisé des transports alternatifs à la voiture pour ses activités de loisirs et serait prêt à le faire plus souvent. Mais il n'est pas au courant de l'existence d'une ligne de bus sur le site.

La « sortie type » du visiteur de l'automne

Une excursion à la demi-journée, pour une promenade/randonnée en solitaire. Le trajet se fait en voiture à partir de son domicile principal. Le visiteur vient sur ce site car il n'est pas loin et qu'il reste facile d'accès. Aucune consommation n'est prise.

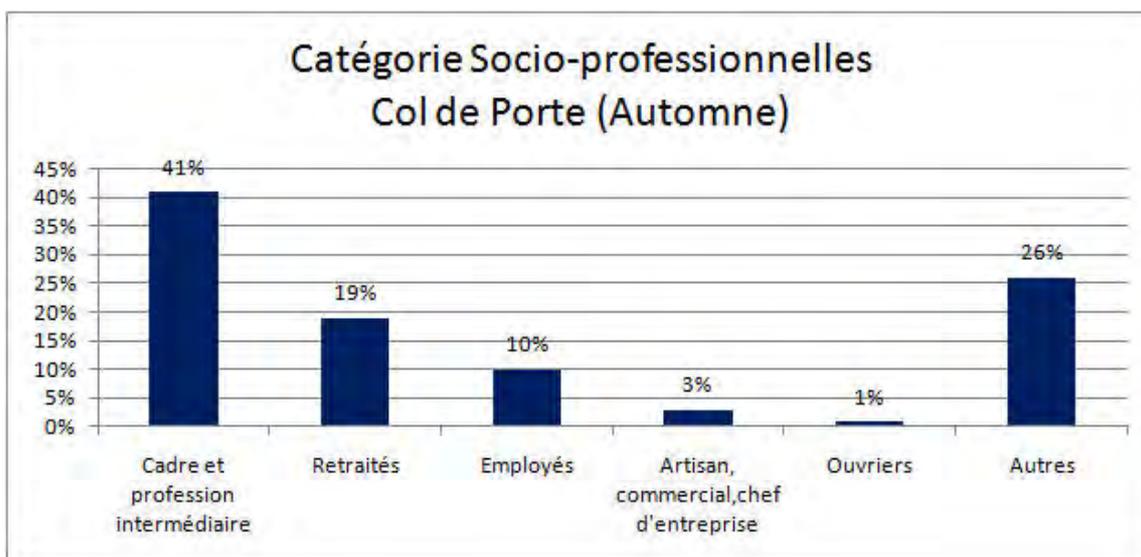
PROFIL DES VISITEURS

93% des visiteurs interrogés sont de nationalité française. A cette saison, les enquêteurs ont interrogé 66% d'hommes et 34% de femmes. 55% des personnes interrogées ont plus de 40 ans. Mais il faut noter que la tranche d'âge la plus représentée est celle des 20-40 ans : elle représente 44% des visiteurs.



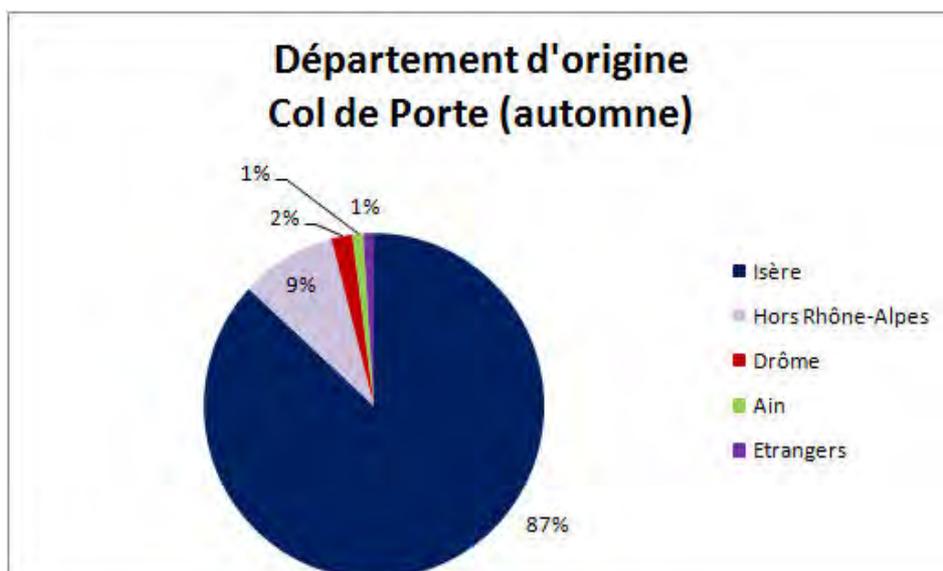
Catégories socioprofessionnelles (effectif 103) :

Parmi les visiteurs interrogés, on trouve majoritairement des cadres et professions intermédiaires (41%). La part de retraités est de 19%. On remarque une forte proportion de visiteurs dans la catégorie « autres » qui regroupe notamment des étudiants ou des personnes sans professions...



Origine des visiteurs (effectif 99) :

Parmi les visiteurs interrogés, on trouve 87% d'isérois pour 90% de Rhône-alpins. Aucun Savoyard n'a été rencontré. Seulement 9% des visiteurs proviennent d'autres départements.



Habitudes de fréquentation de la montagne (effectif 104) :

63% des visiteurs fréquentent souvent la montagne : 1 fois par mois ou plus. En effet, parmi l'ensemble des visiteurs, la moitié se rend en montagne toutes les semaines. On trouve peu de visiteurs (17% des visiteurs interrogés) qui fréquentent la montagne occasionnellement, c'est-à-dire entre 1 et 10 fois par an. C'est à dire autant que de visiteurs qui fréquentent la montagne une fois par mois. Ainsi, il est possible de dire que le public qui fréquente le col de Porte est un public de montagnards assidus.

Fréquentation de la Chartreuse et du site (effectif 104) :

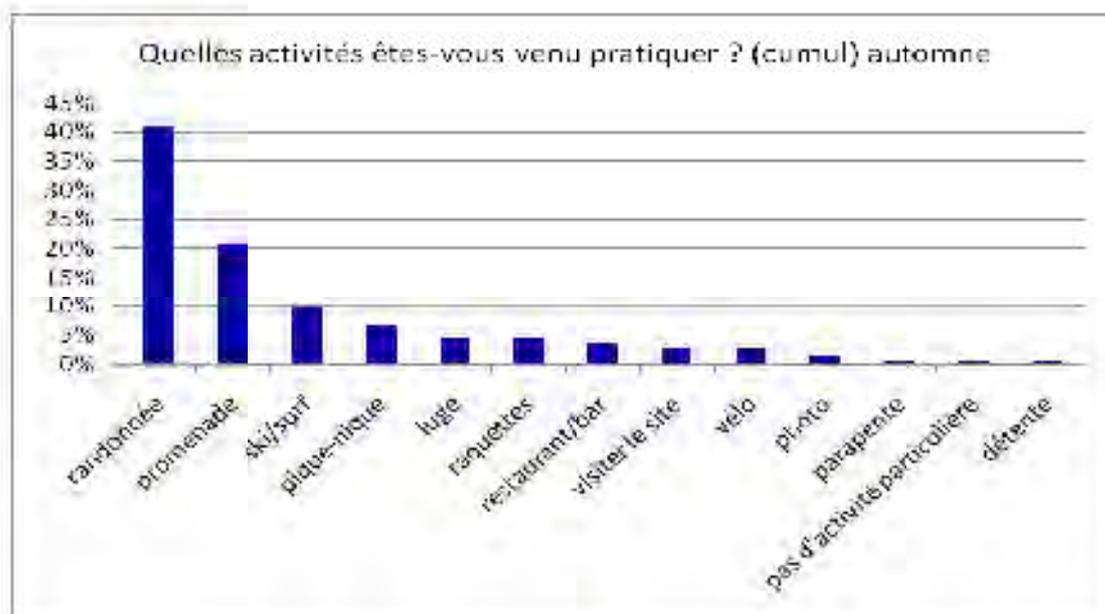
93% des visiteurs sont déjà venus en Chartreuse. Parmi eux, 85% des visiteurs sont des habitués du massif car ils y viennent plusieurs fois par an ou y habitent. Parmi les personnes interrogées, les plus représentées (à hauteur de 72%) sont les individus qui viennent plusieurs fois par an.

85% des visiteurs interrogés sont déjà venus sur le site. Parmi ces personnes déjà venues, 85% sont venus plusieurs fois et 70% viennent plusieurs fois par an. On observe un équilibre entre les saisons de fréquentation du site : aucune n'est privilégiée. Les visiteurs d'automne viennent sur le site toute l'année.

UTILISATION DU SITE

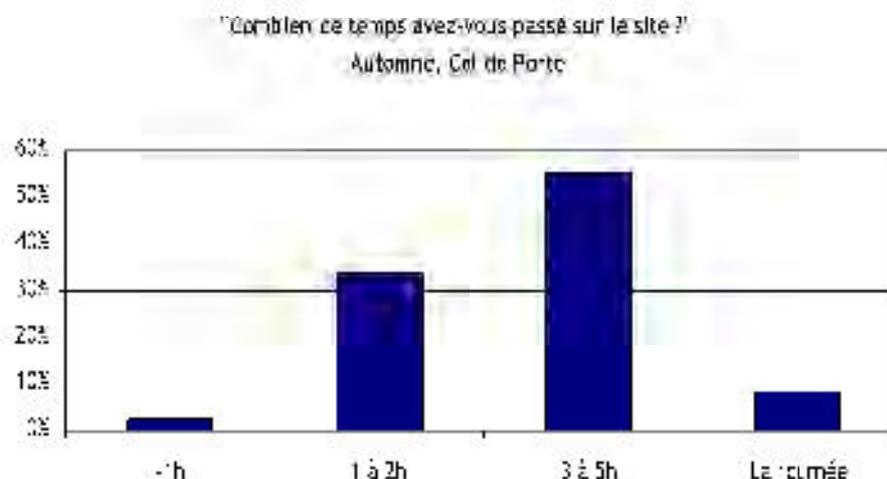
Activités pratiquées (effectif 115 - plusieurs réponses possibles) :

Il est important de noter que l'automne étant une saison de transition, la météo est donc variable : certains jours d'enquêtes étaient enneigés et d'autres non. Une forte diversité des activités en résulte. L'activité principalement pratiquée sur le site reste la marche : elle concerne 66% des visiteurs interrogés. Parmi eux, 41% des visiteurs disent venir effectuer une « randonnée » et 4% font de la marche en raquettes. Les activités neige (ski, snowboard, luge) concernent 15% des visiteurs. Le pique-nique et la détente 9%. La diversité des activités (activités « neige », activités estivales) est donc liée aux caractéristiques de la saison d'automne qui s'étend jusque sur les premiers jours de neige.



Type de séjour et temps passé sur le site (effectif 85) :

96 % des visiteurs interrogés sont venus à la journée. Le public est donc majoritairement excursionniste. Parmi les visiteurs interrogés, aucun n'est venu pour un long séjour et seulement 4% pour un court séjour. Il est important de noter que les individus n'ont pas été interrogés en période de vacances, ce qui explique sûrement ces chiffres. La majorité des visiteurs restent sur le site à la demi-journée. On compte en effet 63% des visiteurs interrogés qui restent plus de 3 heures sur le site. Un tiers des visiteurs restent entre 1 et 2 heures.



Heures d'arrivées (effectif 81) :

Entre 9h et 10h30 on observe une forte période d'arrivées : à 10h30, la fréquentation atteint 25%. Puis les arrivées diminuent jusqu'à 14h30 mais on n'observe pas de ralentissement des arrivées aux alentours de midi. A 13h, le col de Porte atteint 80% de sa fréquentation. A 15h, la fréquentation maximale journalière de la journée est atteinte. De plus, aucune arrivée n'est effectuée après 16h30. (voir également annexe 4)



Constitution des groupes (effectif 104) :

Les personnes seules sont les plus représentées parmi les visiteurs (un tiers). On observe un relatif équilibre entre les familles, couples et groupes d'amis, ces derniers restant légèrement plus nombreux. Il faut ajouter que 36% des visiteurs du site sont venus à deux et que 90% des visiteurs interrogés viennent sans enfants. Cette observation peut s'expliquer par l'importance des journées d'enquêtes réalisées en semaine. Au cours de l'enquête, 3 groupes scolaires de 20, 25 et 77 enfants ont été rencontrés.

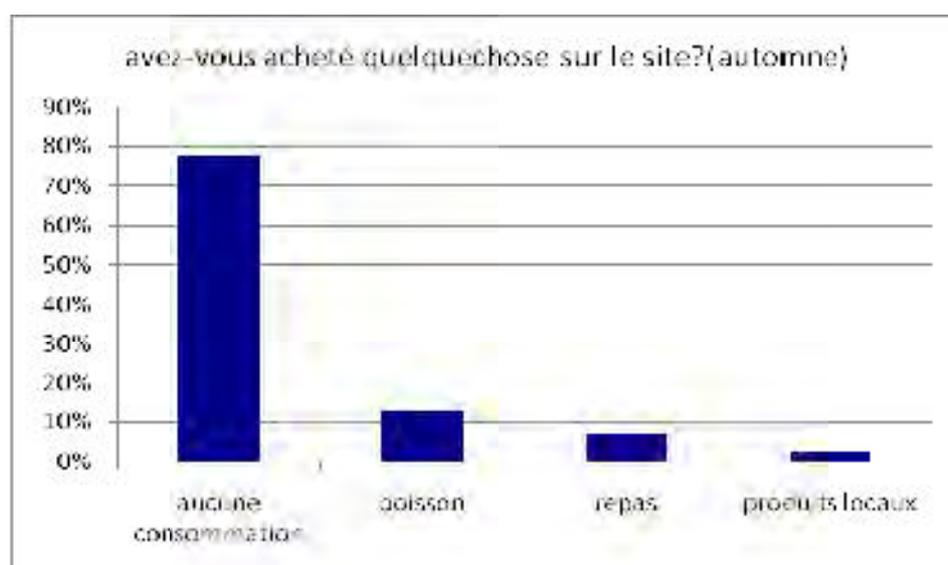
Mode de déplacement et type d'hébergement (effectif 101) :

83% des visiteurs viennent de leur domicile principal. L'hébergement touristique concerne seulement 4% des visiteurs. Le transport majoritairement utilisé est la voiture : 73 % des visiteurs interrogés sont venus en voiture individuelle et 14% sont venus en covoiturage. Seulement 6% des visiteurs sont venus sans utiliser leur véhicule (vélo, bus...). On observe que les visiteurs sont venus sur le site avec une grande variété de modes de transports (camping car, location, moto...)

Parmi les visiteurs venus en voiture, 79% sont venus à une voiture : ce qui peut s'expliquer par le fait que la majorité sont venus seuls ou à 2. On compte 8% des visiteurs venus à 2 voitures. 36 visiteurs sur les 97 ayant répondu sont venus à une personne par voiture : ce chiffre s'explique par le nombre élevé de personnes seules. Par ailleurs on peut préciser que 43,8 % des voitures n'avaient qu'un seul passager. Ainsi, le nombre moyen de visiteurs par voiture est de 1,96.

Consommation (effectif 103 - plusieurs réponses possibles) :

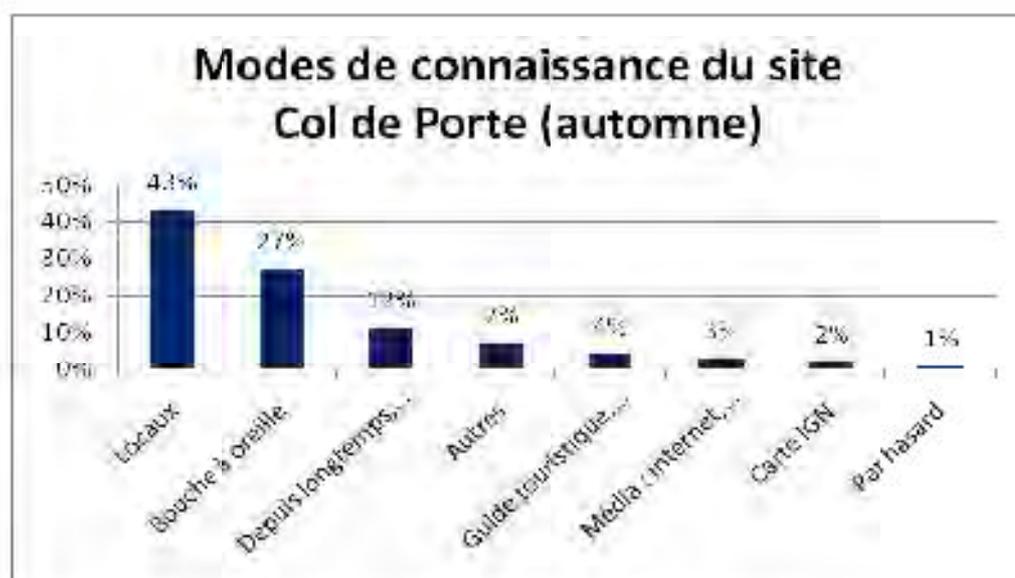
Seulement 22% des visiteurs interrogés ont consommé sur le site, la consommation principale étant la boisson.



PERCEPTION DU SITE

Mode de connaissance du site (effectif 95) :

Dans la mesure où la majorité des visiteurs sont des habitués du site ou des locaux, les modes de connaissance du site sont difficiles à énoncer : la moitié des visiteurs ont dit qu'ils connaissaient le site depuis longtemps voire « depuis toujours » ou qu'ils étaient « du coin ». La bouche à oreille est le mode de connaissance du site majoritaire : il concerne 27% des interrogés. Seulement 7% des visiteurs ont connu le site à travers un ou des médias, guides touristiques ou offices de tourisme. Les modes de communication touristique ou autres ne jouent apparemment pas un grand rôle dans la connaissance du site.



Motivations du choix du site (effectif 153 - plusieurs réponses possibles) :

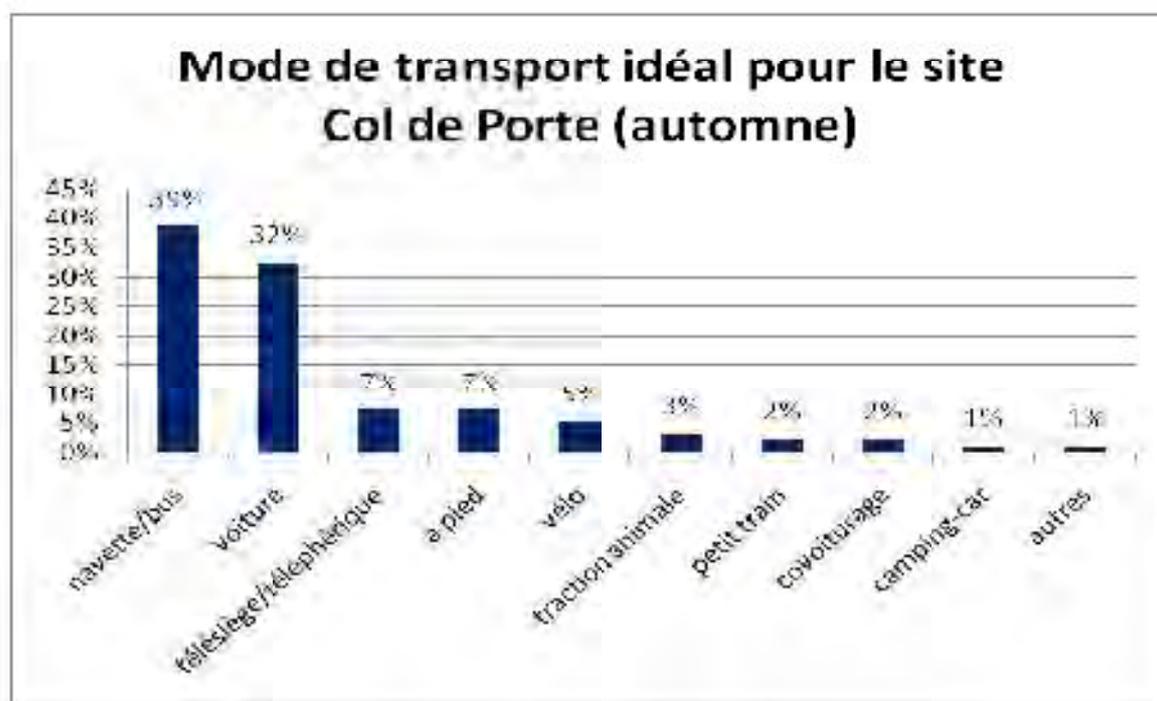
La proximité est l'une des motivations principales du choix du site : 27% des visiteurs interrogés l'ont avancée. La beauté du site a été l'une des explications de venue pour 14% des individus interrogés. C'est donc une autre motivation forte. Le plaisir sportif, c'est-à-dire « faire Chamechaude » ou le Charmant Som ne concerne que 5% des visiteurs interrogés. Seulement 4% des visiteurs disent être « de passage » et ne pas avoir de motivation particulière expliquant leur venue sur le site. On observe une grande diversité des motivations du choix du site. Ce phénomène est renforcé par l'importance des réponses « autres », qui regroupent des réponses diverses ne pouvant être regroupées. Ainsi, aucune raison unique ne ressort : c'est plutôt une combinaison de motivations qui expliquent la venue sur le col de Porte en automne.



Mode de transport idéal pour le site (effectif 119 - plusieurs réponses possibles) :

Le mode de transport idéal pour venir sur le site principalement cité par les visiteurs ayant répondu à cette question (à hauteur de 40%) sont les transports en commun : navette et bus.

La voiture tient une place importante car 32% des visiteurs la citent comme étant le moyen idéal de déplacement sur le site.



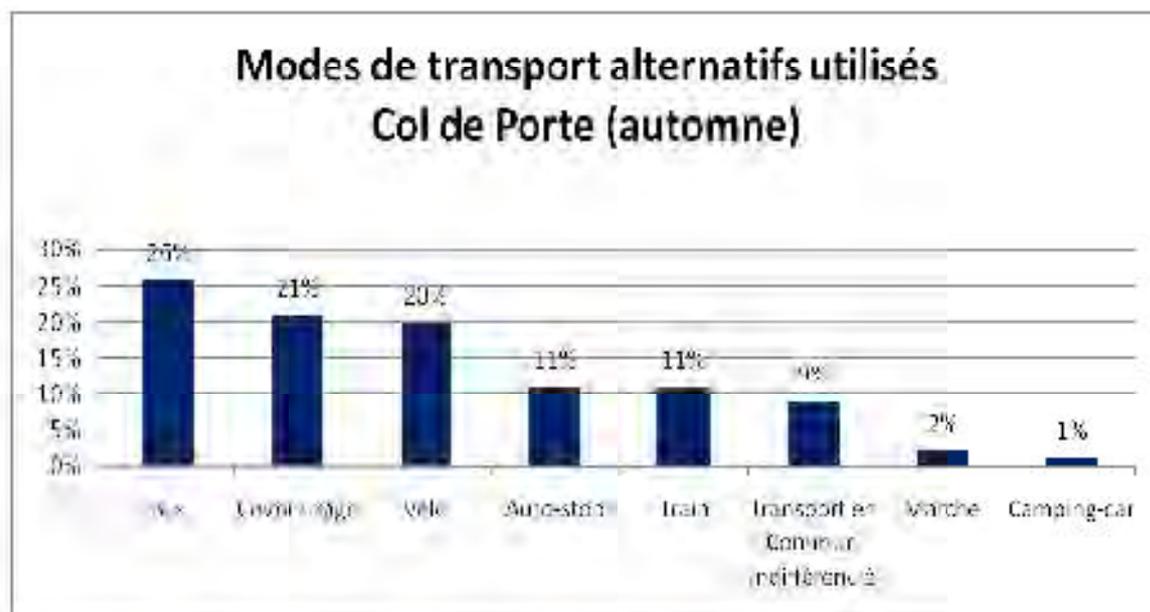
Connaissance des modes de transports existants (effectif 81) :

61% des visiteurs interrogés n'ont pas une bonne connaissance de la ligne de bus existante et 56% ne sont pas au courant de son existence.

UTILISATION ET PERCEPTION DES MODES DE TRANSPORT

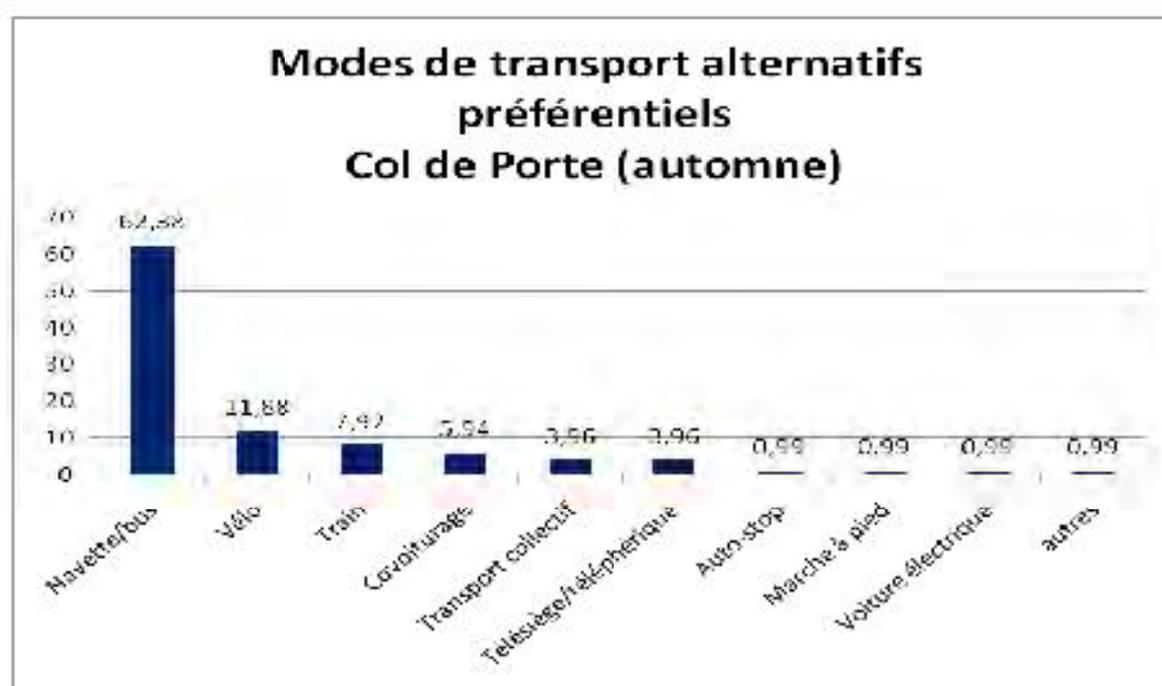
Habitudes de transport (effectif 93 - plusieurs réponses possibles) :

65% des visiteurs interrogés ont déjà utilisé un mode de transport alternatif à la voiture pour des déplacements de loisirs en montagne. Parmi eux, 45% ont utilisé des transports en commun et 21% du covoiturage. On observe également une importance du vélo qui est considéré comme moyen de déplacement alternatif à la voiture dans 20% des cas.



Modes de transports alternatifs préférés (effectif 101 - plusieurs réponses possibles) :

Les modes de transports alternatifs préférés sont les modes de transports en commun : 62% des visiteurs prêts à utiliser les transports alternatifs à la voiture ont une préférence pour les bus/navette. Les transports en commun en général représentent 74% des transports alternatifs à la voiture. Seulement 4% des visiteurs n'ont pas précisé le mode de transport en commun qu'ils préféreraient. On observe qu'une grande variété de transports a été énumérée.



HIVER - Col de Porte 45 personnes interrogées

En hiver, les journées enquêtées au col de Porte correspondent à 2 mercredis, 1 jeudi et 1 dimanche. La moitié des enquêtes ont été remplies sous des conditions météorologiques neigeuses. Un nombre important d'enquêtes a été réalisée par temps couvert.

Profil du « visiteur type » hivernal

Le visiteur « type » est un cadre supérieur isérois, qui a entre 20 et 40 ans. C'est un montagnard assidu : il se rend en montagne plus d'une fois par mois. Il connaît la Chartreuse car il s'y rend régulièrement. Il a déjà fréquenté le site et s'y rend plusieurs fois par an. Il a déjà utilisé les transports alternatifs à la voiture, et notamment les bus et navettes, pour se rendre en montagne et il reste prêt à le faire à nouveau. De plus, il connaît la ligne de bus qui dessert le site.

La « sortie type » du visiteur hivernal

C'est une excursion en famille. La famille passe une demi-journée sur les pistes de ski de la station. Le départ se fait du domicile principal et le trajet en voiture. On vient au col de Porte pour profiter d'une petite station familiale aux tarifs peu élevés, qui permet de faire du ski dans un cadre calme et tranquille.

PROFIL DES VISITEURS

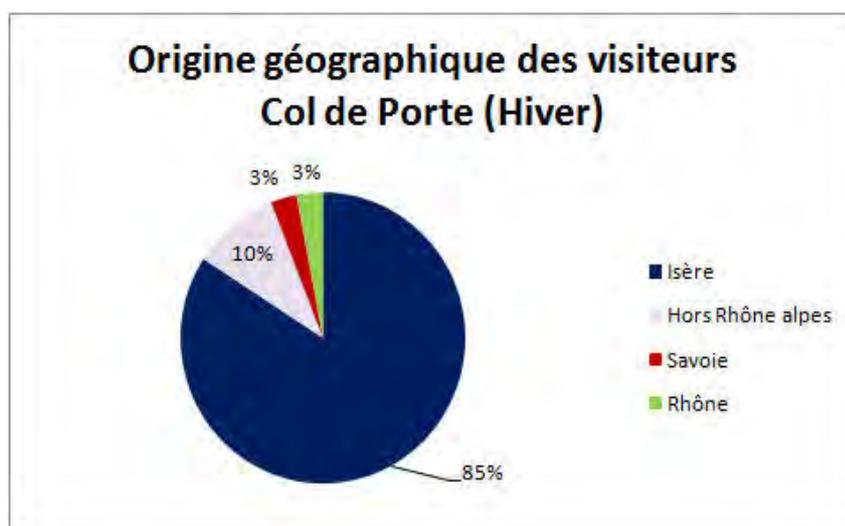
98% des visiteurs du site sont de nationalité Française. L'enquête menée au Col de Porte a été réalisée sur 45 personnes dont 70% d'hommes et 30% de femmes. On observe une remarquable équité entre les visiteurs de la tranche d'âge 20-40 ans et ceux de la tranche des 40-60 ans. Chacune représente 41% des visiteurs. 60% des visiteurs au Col de Porte ont plus de 40 ans.

Catégories socioprofessionnelles (effectif 44) :

Un tiers des visiteurs sont des professions supérieures (cadres et professions intermédiaires). Les retraités représentent 20% des visiteurs. La catégorie « autres » qui regroupe notamment les étudiants, individus sans profession, artistes... est également bien représentée (20%).

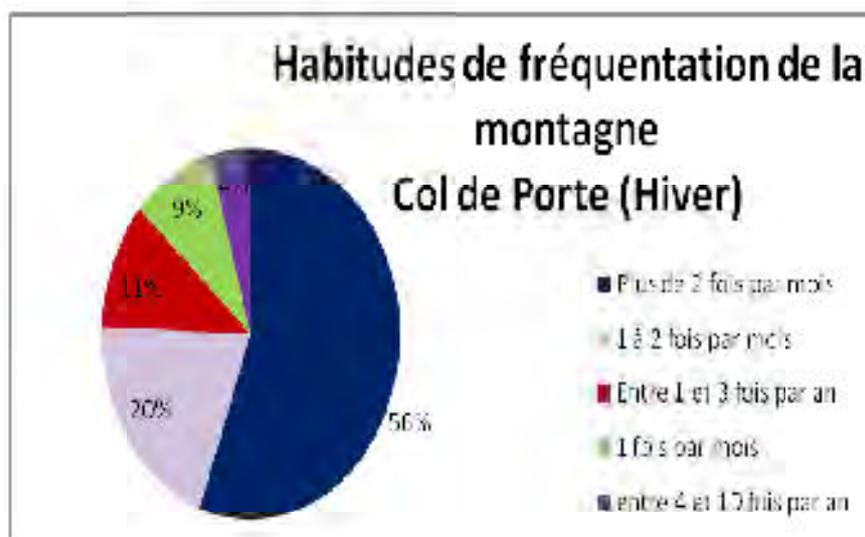
Origine géographique des visiteurs (effectif 40) :

90% des visiteurs sont rhône-alpins. Parmi eux, on compte une majorité d'isérois (85%). Les savoyards et rhodaniens sont très faiblement représentés.



Habitudes de fréquentation de la montagne (effectif 45) :

76% des visiteurs fréquentent souvent la montagne, c'est-à-dire plus d'une fois par mois. Les visiteurs hivernaux du col de Porte sont donc des montagnards assidus : seulement 15% des visiteurs se rendent en montagne occasionnellement.



Fréquentation de la Chartreuse et du site (effectif 43) :

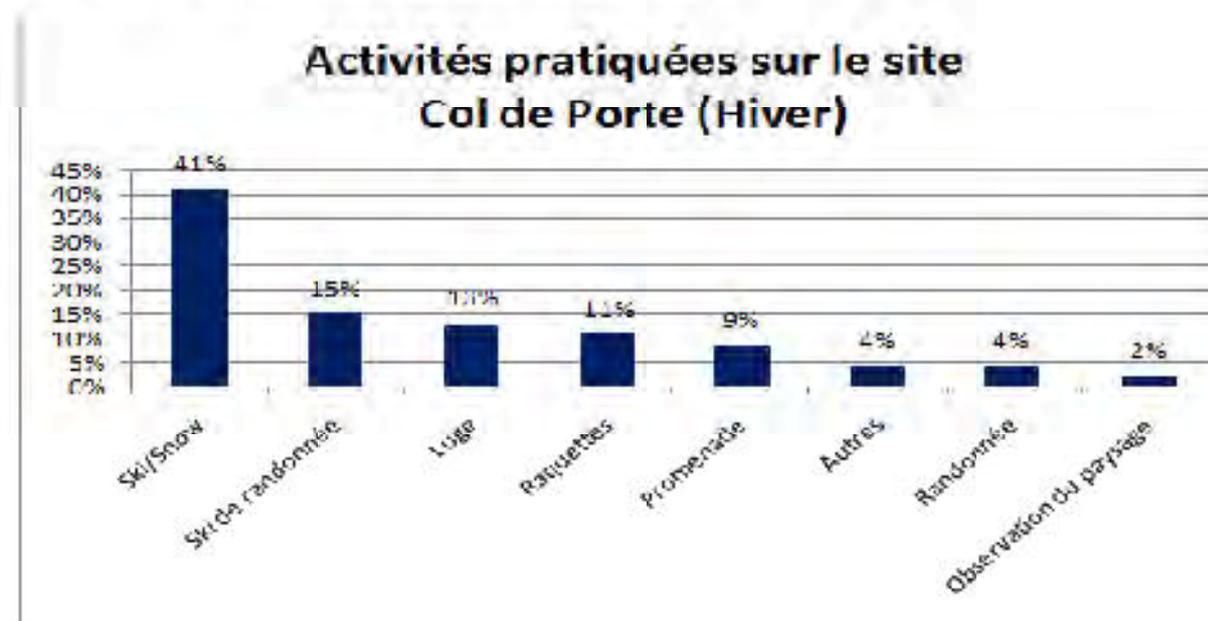
93% des visiteurs sont déjà allés dans le massif de Chartreuse. Parmi les connaisseurs de la Chartreuse, 78% s'y rendent plusieurs fois par an. On peut dire que 90% en sont des habitués.

86% des visiteurs connaissent le site pour y être déjà allés. Parmi ces personnes, 79% le fréquentent au moins une fois par an. Il est intéressant de noter que 50% des visiteurs hivernaux ne fréquentent le site qu'à cette saison.

UTILISATION DU SITE

Activités pratiquées sur le site (effectif 46 - plusieurs réponses possibles) :

Les activités « neige » représentent 80% des activités pratiquées à cette saison : elles sont donc prépondérantes. L'activité principale est le ski en station : cette activité représente 41% des réponses. La marche, avec ou sans raquettes, représente 24% des activités.



Temps passé sur le site et type de séjour (effectif 43) :

88% des visiteurs sont venus en excursion. Les courts séjours sont un peu plus nombreux que les longs séjours. Cette faiblesse des visiteurs en séjours s'explique par le fait qu'aucune enquête n'a été réalisée pendant la période de vacances scolaires. La petite taille de la station et le faible nombre d'hébergements touristiques peuvent expliquer également ce phénomène.

On remarque un nombre important de visiteurs venus à la demi-journée : 64% des visiteurs restent plus de 3 heures et parmi eux 47% passent 3 à 5 heures sur le site.



Heures d'arrivées (effectif 42) :

Aucune arrivée ne se fait avant 7h30. La plus forte période d'arrivée se situe entre 8h et 11h30 : on atteint 16% de la fréquentation journalière. On observe ensuite un léger ralentissement entre 12h et 14h. À 13 heures, on atteint 70% de la fréquentation journalière (voir annexe 4 - Graphique Heures d'arrivées). Un second pic, moins conséquent est observé entre 12h30 et 14h30. À 15h30, on atteint la fréquentation totale de la journée et les arrivées s'arrêtent à 16h30.

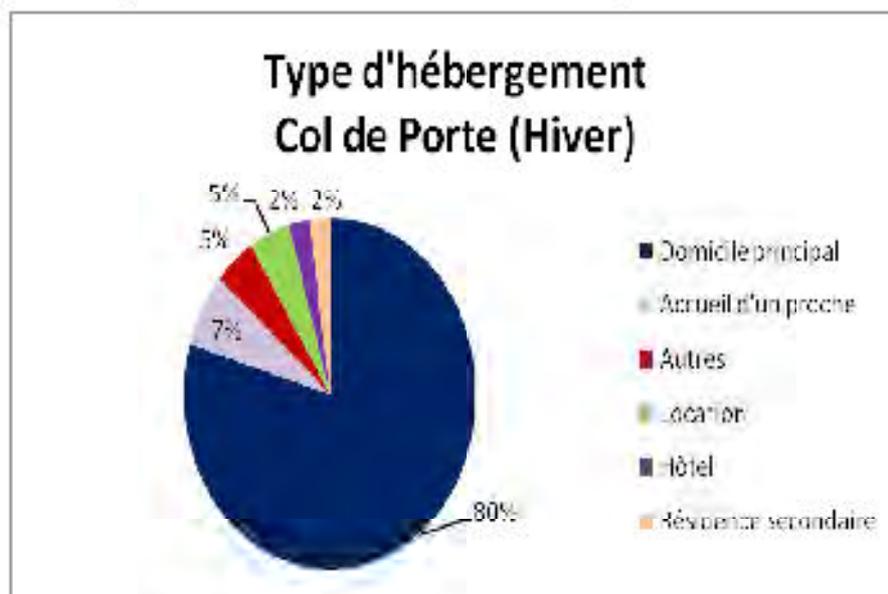


Constitution des groupes (effectif 45) :

4 visiteurs sur 10 viennent sur le site en famille. Les groupes d'amis constituent le second groupe le plus représenté : un tiers des visiteurs en font partie. On remarque une faible proportion de couples, par contre les personnes seules sont bien représentées. Les enquêteurs ont croisé 2 groupes scolaires de 25 et 80 enfants.

Type d'hébergement et mode de déplacement (effectif 44) :

80% des visiteurs viennent sur le site à partir de leur domicile principal. L'hébergement touristique est très faiblement représenté : il regroupe 7% seulement des hébergements. Ceci s'explique par la faiblesse des personnes en séjour et l'importance des visiteurs locaux venus à la journée.

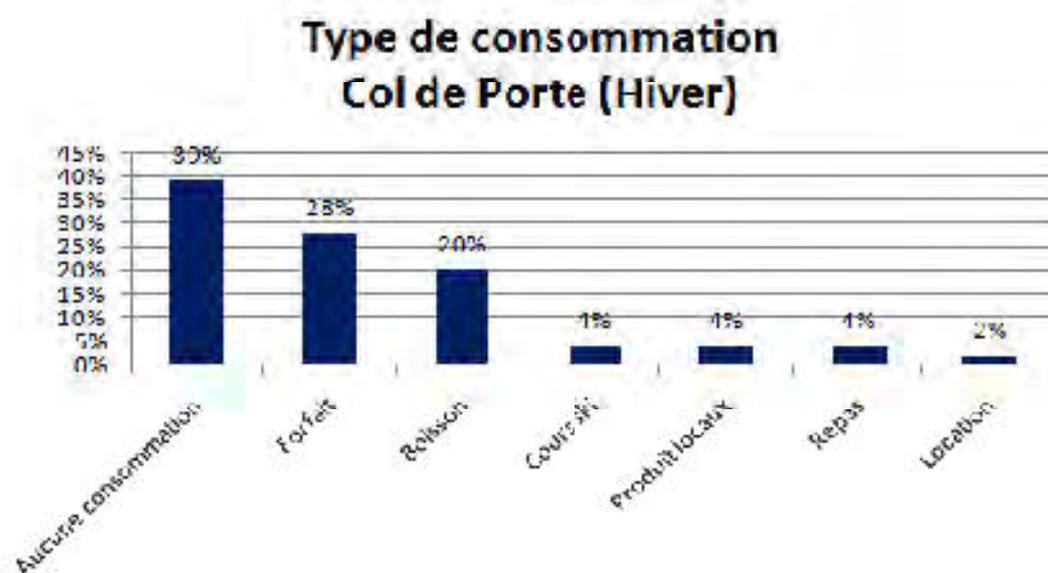


La voiture est le mode de déplacement le plus largement utilisé : 84% des visiteurs viennent avec leur voiture personnelle et 11% sont venus en covoiturage. Seulement 4% du total des personnes interrogées sont venus avec un autre mode de transport que la voiture.

On compte 76% des enquêtés venus avec une voiture et 3% venus sans voitures. Les 12% de visiteurs venus avec 2 voitures correspondent à des groupes de 2 ou 3 personnes seulement. On compte 11 enquêtés venus seuls dans leur voiture, parmi eux, 5 sont venus seuls sur le site (les autres rejoignant des amis venus avec un autre véhicule). Ainsi, on a 53% des voitures qui n'avaient qu'un seul passager, ce qui n'est pas négligeable. Le nombre moyen de passagers par voiture est donc de 2,64.

Consommation (effectif 54 - plusieurs réponses possibles) :

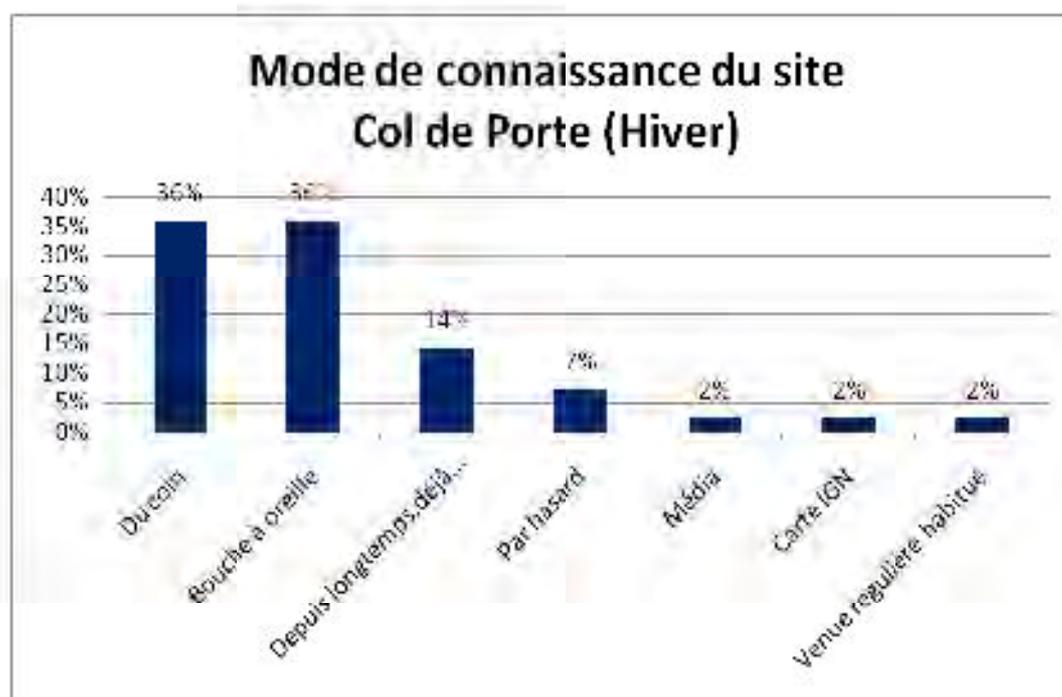
62% des visiteurs ont consommé sur le site. La consommation principale (28%) sont les forfaits de ski. 34% des consommations concernent les activités « neige » (location forfait, etc.). 78% des consommations ont été prise en auberge/restaurant.



PERCEPTION DU SITE :

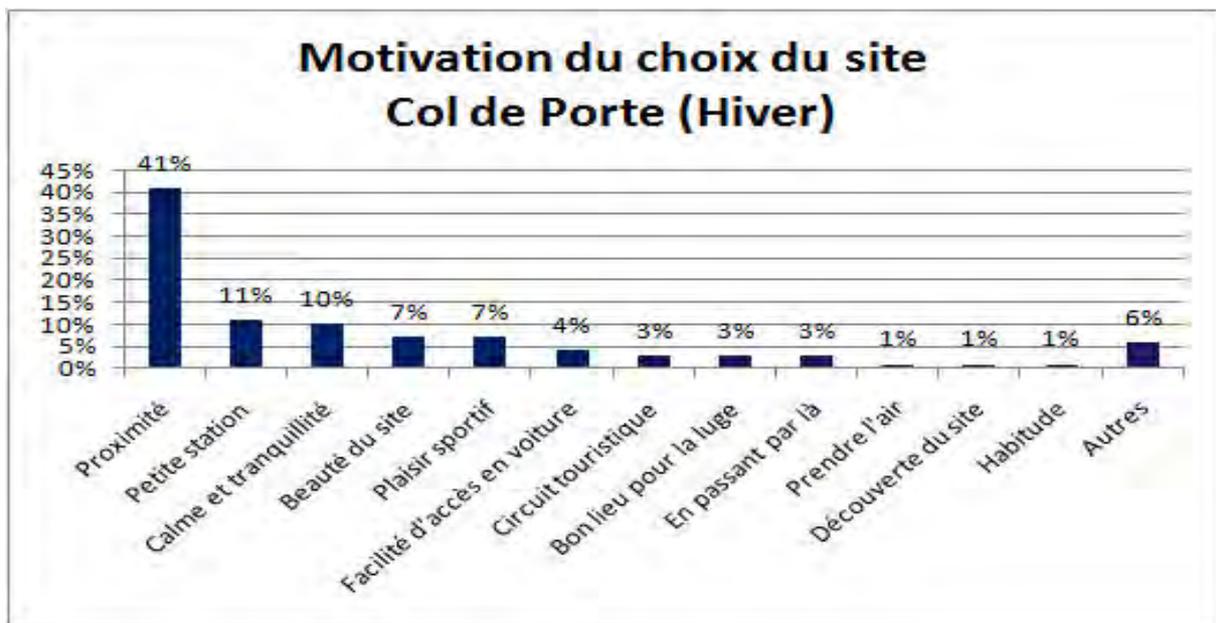
Mode de connaissance du site (effectif 42) :

Dans la mesure où une grande majorité des visiteurs sont des locaux, ils n'ont pas précisé la manière dont ils ont connu le site. En effet, à cette question la moitié des visiteurs ont répondu qu'ils étaient soit « du coin », soit « habitués », soit « déjà venus ». Le bouche à oreille, dont on peut supposer qu'il est également un mode de connaissance largement répandu parmi les visiteurs « du coin », ou « habitués », reste le mode principal de connaissance du site : il représente en effet 36% des réponses. Les modes de communication occupent une très faible part : seuls les médias sont représentés. Aucun visiteur n'a connu le site grâce à un office du tourisme ou un guide touristique, topo ou autres.



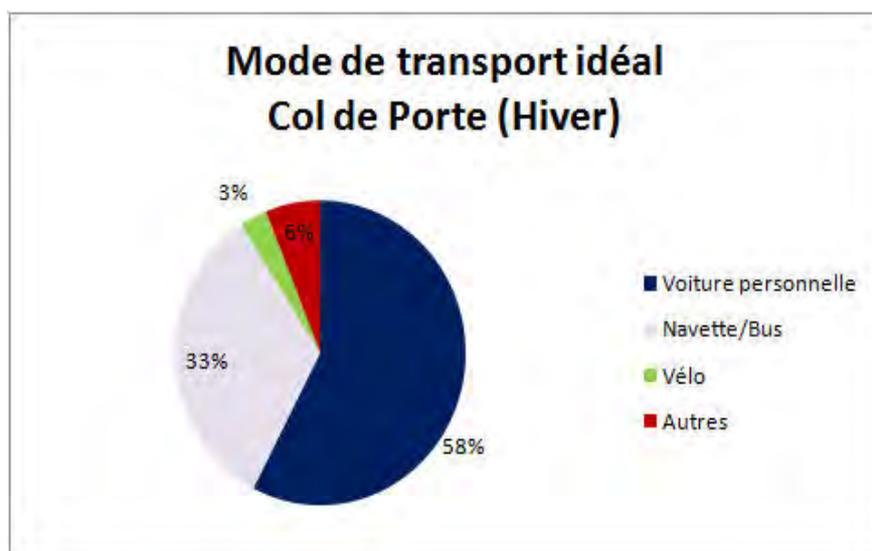
Motivations du choix du site (effectif 70 - plusieurs réponses possibles) :

On observe une grande diversité des motivations dans le choix du site. La motivation principale concerne la proximité : 45% des réponses correspondent aux conditions d'accès et à la proximité. Les raisons principales, qui viennent en second lieu, concernent la tranquillité du lieu (10%) et la taille de la station, c'est-à-dire son côté familial et ses tarifs peu élevés (11%). On remarque donc une prépondérance des motivations liées aux activités « neige » : les visiteurs viennent profiter d'une petite station de proximité qui est loin des foules des grandes stations.



Mode de transport idéal pour le site (effectif 33 - plusieurs réponses possibles) :

Parmi les modes de transports idéaux cités, la voiture représente une grande majorité de réponses (58%). Les navettes/bus concernent un tiers des modes de transports cités.



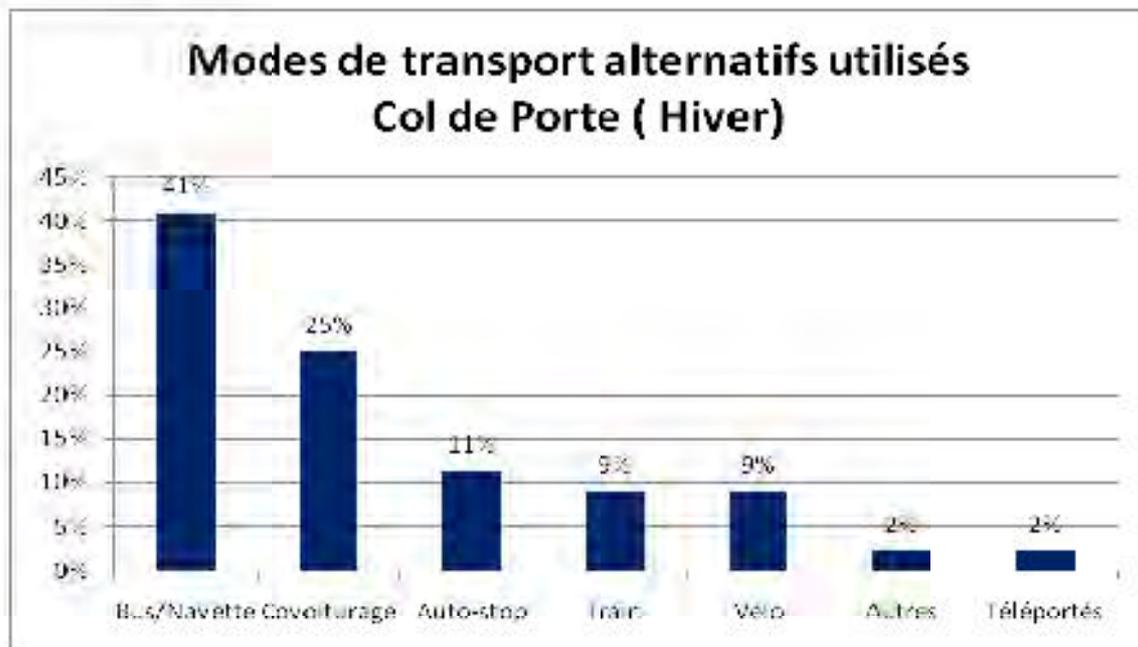
Connaissance des possibilités de transports alternatifs (effectif 37) :

60% des visiteurs ayant répondu connaissent la ligne de bus existante. Il est fort probable que ce pourcentage élevé s'explique par la forte communication autour de la ligne qui est mieux desservie en saison hivernale (avec l'ouverture des stations de ski)

UTILISATION ET PERCEPTION DES MODES DE TRANSPORT :

Habitudes de transport (effectif 45 - plusieurs réponses possibles) :

60% des visiteurs ont déjà utilisé des transports alternatifs à la voiture individuelle pour se rendre en montagne. Les modes de transport principalement utilisés sont les bus/navette (41%). Ceci peut s'expliquer par le fait qu'en zone de montagne, les bus restent le mode de déplacement privilégié du fait de la pente. Le covoiturage est également fortement utilisé comme un mode de transport alternatif à la voiture individuelle et considéré comme tel. On peut remarquer une certaine diversité des transports alternatifs utilisés : auto-stop, téléportés, train, etc.



Motivations pour les transports alternatifs (effectif 47 - plusieurs réponses possibles) :

74% des visiteurs se disent prêts à utiliser plus souvent les transports alternatifs à la voiture individuelle. Les bus/navette, qui sont déjà les modes de transports alternatifs les plus utilisés, restent ceux pour lesquels les visiteurs sont les plus motivés. Le train est également un mode de transport qui attire : il représente 15% des modes de transports préférés, c'est-à-dire une part plus grande que celle du covoiturage.

RESULTATS DE L'ENQUÊTE VISITEURS

- CIRQUE DE SAINT-MÊME -

*Chaque pourcentage est effectué en fonction du nombre de personnes interrogées et ayant répondu.
Les non-réponses ne sont pas prises en compte.*

CE QU'IL FAUT RETENIR

Les visiteurs sont principalement des locaux. Ils connaissent donc la Chartreuse et sont déjà venus sur le site. Ils connaissent le site principalement par bouche à oreille, sauf en été où une partie des visiteurs a connu le site grâce à différents moyens de communication touristique. Excepté à l'automne, les visiteurs du site ne sont pas des montagnards assidus. En hiver, on observe une proportion non négligeable de visiteurs retraités qui effectuent un circuit touristique.

Les visiteurs sont principalement des familles en été et des couples en automne et hiver. Ils viennent sur le site à la demi-journée en été et restent seulement quelques heures en automne et hiver. Leur principal mode de déplacement reste la voiture. Ils viennent sur le site du Cirque de Saint-Même principalement pour sa beauté. Mais d'autres motivations, qui ne concernent pas des caractéristiques propres au site, entrent également en jeu : la fraîcheur du site en période estivale, le calme à l'automne. La proximité n'apparaît pas comme une motivation première excepté à l'automne. Mais combiné aux autres, elle joue un rôle important.

Sur le site du Cirque de Saint-Même, sur la période été-automne-hiver, on compte :

- I. 38% des visiteurs qui ont déjà utilisé un mode de transport alternatif à la voiture individuelle pour se rendre en montagne.
- II. 58% des visiteurs se disent prêts à utiliser des modes de transports alternatifs à la voiture individuelle pour se rendre en montagne.

Si peu de visiteurs utilisent déjà les modes de transports alternatifs à la voiture pour se rendre en montagne, plus de la moitié sont motivés pour utiliser à l'avenir ce mode de déplacement.

Concernant le mode de transport idéal pour venir sur le site, on notera une tendance générale à l'incertitude car aucun mode de déplacement ne ressort :

- en été, de nombreux modes ont été proposés avec une préférence pour les bus/navettes
- à l'automne, c'est la voiture qui est la plus citée
- en hiver, une majorité de visiteurs n'ont pas souhaité se prononcer.

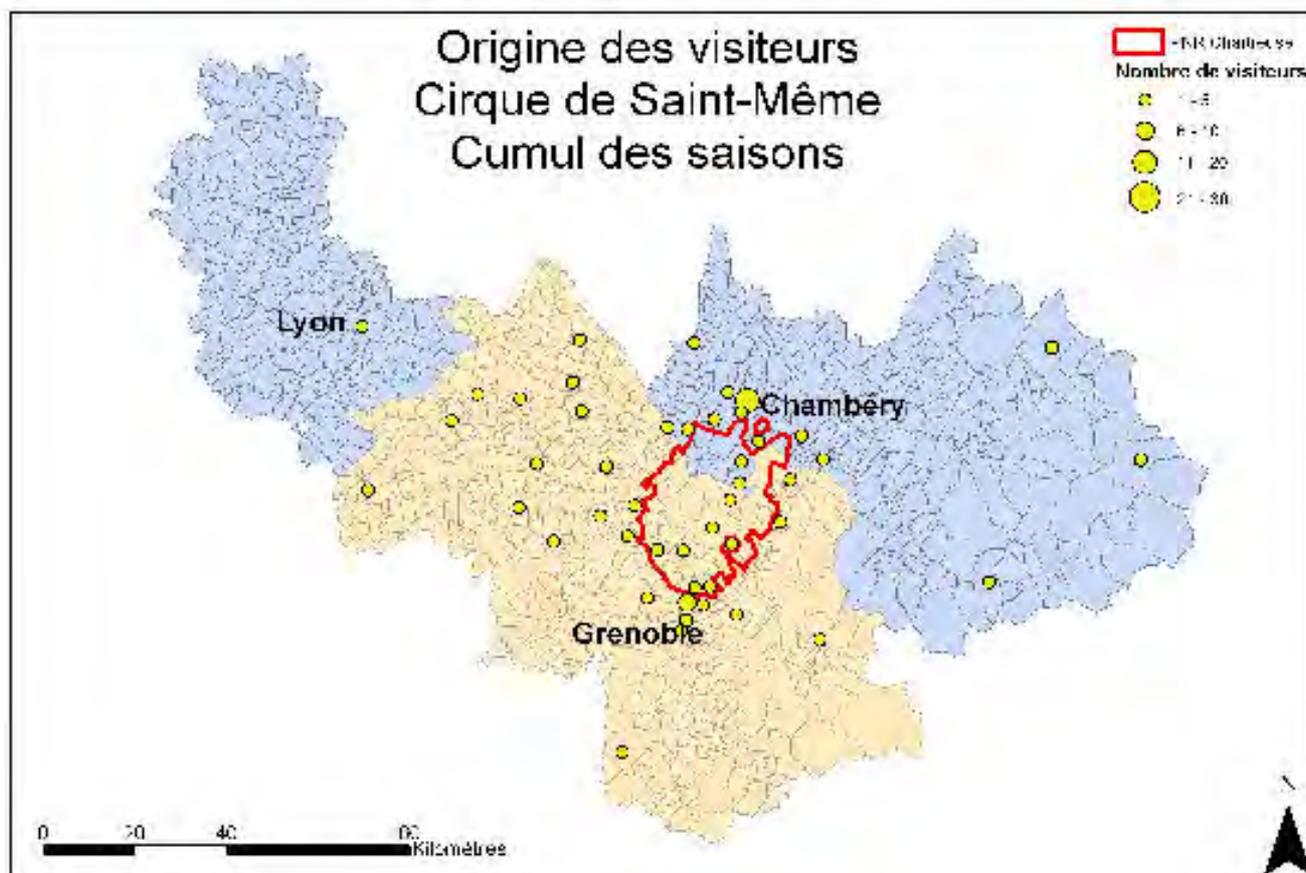
CUMUL DES SAISONS

Origines des visiteurs, utilisation et perception des modes de transports

- 153 personnes interrogées -

Origines des visiteurs (effectif 85) :

On distingue deux pôles principaux d'origine des visiteurs : l'agglomération grenobloise et l'agglomération de Chambéry. La première agglomération est la plus représentée en quantité de communes (7 communes contre 3 à Chambéry) mais la ville de Chambéry est la commune qui comprend le plus de groupes de visiteurs (13 groupes de visiteurs). On observe une certaine présence des communes du territoire du PNR sur le site. Peu de visiteurs viennent de Lyon. Le Nord Isère quant à lui est bien représenté.

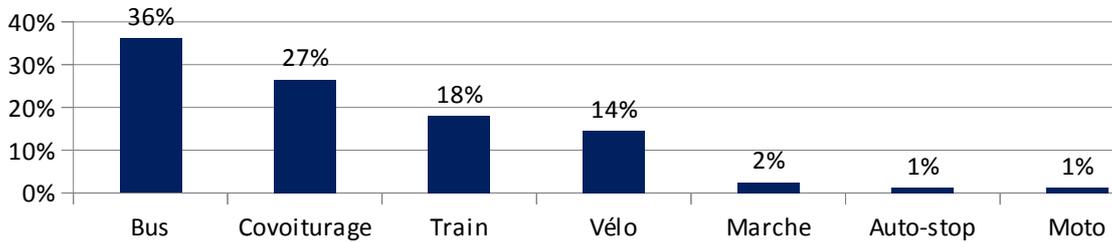


(voir également annexe 5 - cartes des origines par saison)

Utilisation des modes de transports alternatifs à la voiture individuelle (effectif 161 - plusieurs réponses possibles) :

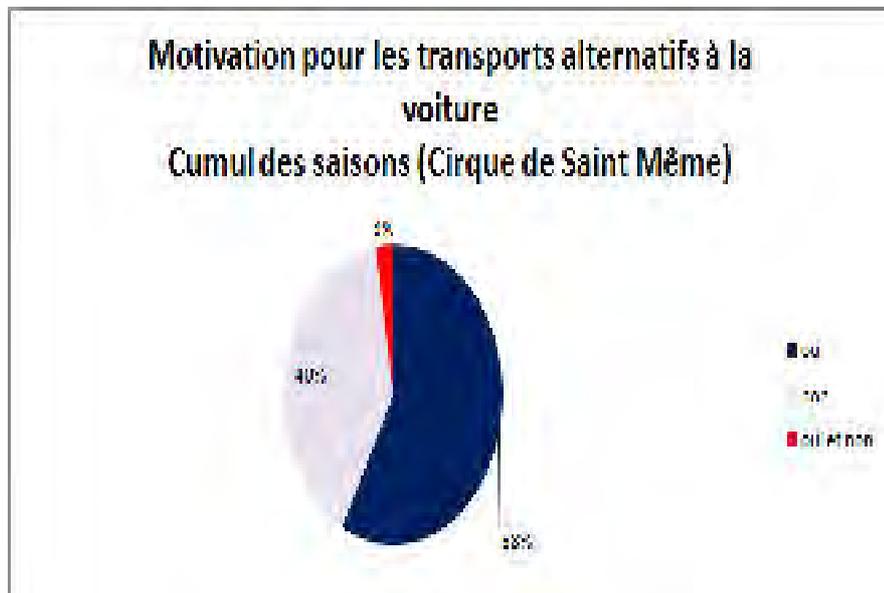
Sur le site du Cirque de Saint-Même, sur la période été-automne-hiver, 38% des visiteurs qui ont déjà utilisé un mode de transport alternatif à la voiture individuelle pour se rendre en montagne. Le principal mode alternatif utilisé est le bus : il représente 36% des modes de déplacements utilisés. Les transports en commun regroupent 54% des modes de déplacements alternatifs. Le covoiturage est également important.

Modes de transports alternatifs utilisés Cumul des saisons (Cirque de Saint Môme)

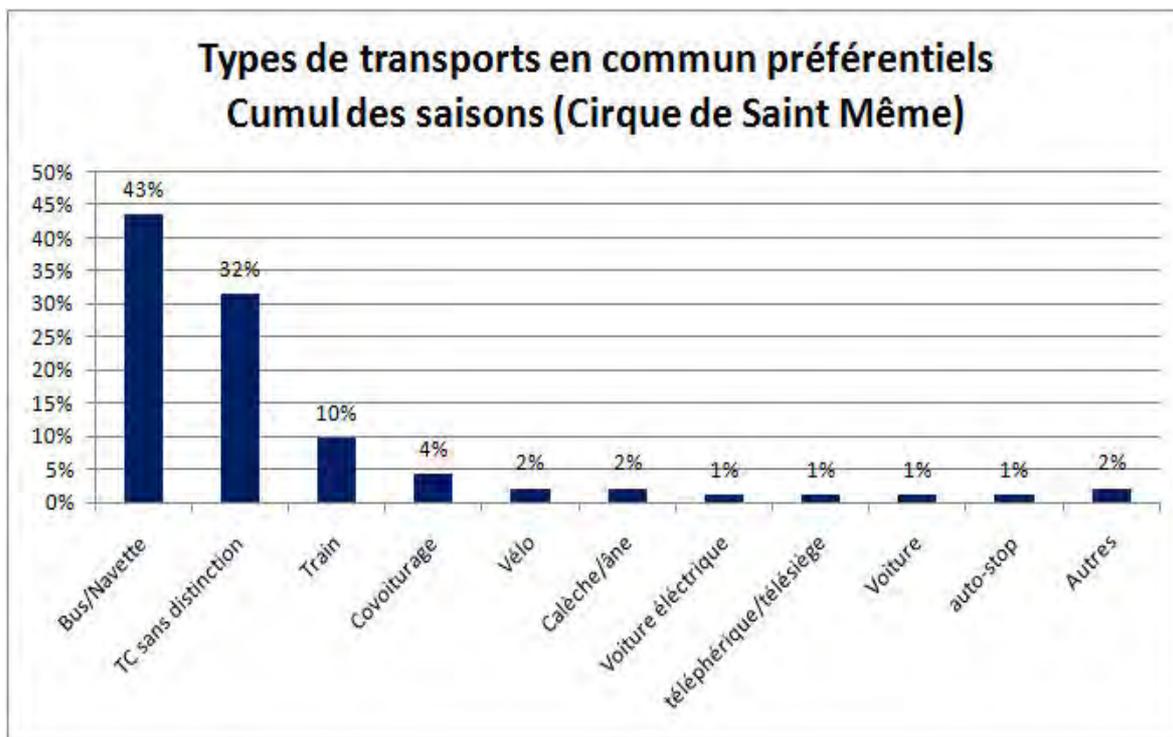


Motivations vis-à-vis des modes de transports alternatifs à la voiture individuelle (effectif 154 - plusieurs réponses possibles) :

58% des visiteurs se disent prêts à utiliser des modes de transports alternatifs à la voiture individuelle pour se rendre en montagne.



On observe une grande diversité parmi les modes de transports que les visiteurs seraient prêts à utiliser pour se rendre en montagne. Les modes de déplacement les plus cités restent les transports en commun (86% des réponses) et parmi ceux-ci les navettes/bus arrivent en tête : ils regroupent à eux-seuls 43% des modes de déplacements cités. Les modes de déplacements alternatifs qui utilisent toutefois la voiture comme moyen restent faiblement cités.

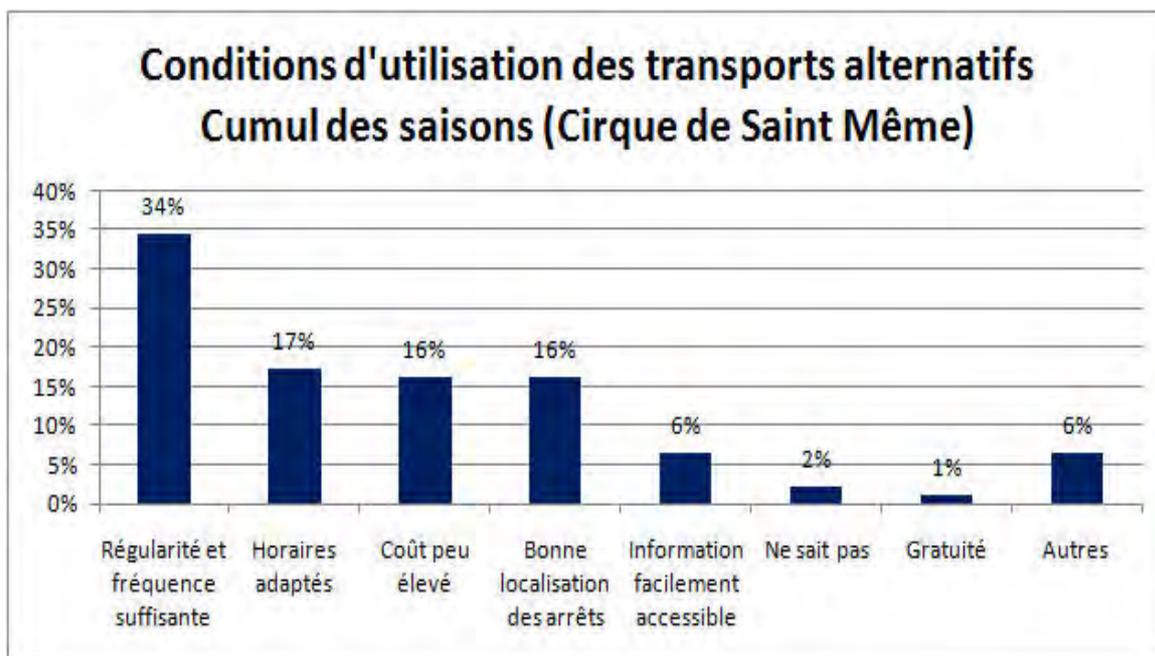


Conditions d'utilisation des modes de transports alternatifs à la voiture (effectif 93) :

On remarque un nombre important de conditions à l'utilisation des transports alternatifs, et plus particulièrement des transports en commun. La régularité et la fréquence de la desserte constituent les principales conditions avancées et représentent 34% des réponses. Ensuite, viennent en proportion égales:

- l'adaptation des horaires aux activités de montagne (17%) ;
- le coût peu élevé des transports en commun (16%) ;
- la bonne localisation des arrêts par rapport au lieu de départ de randonnée ou au lieu d'activité (station...) (16%).

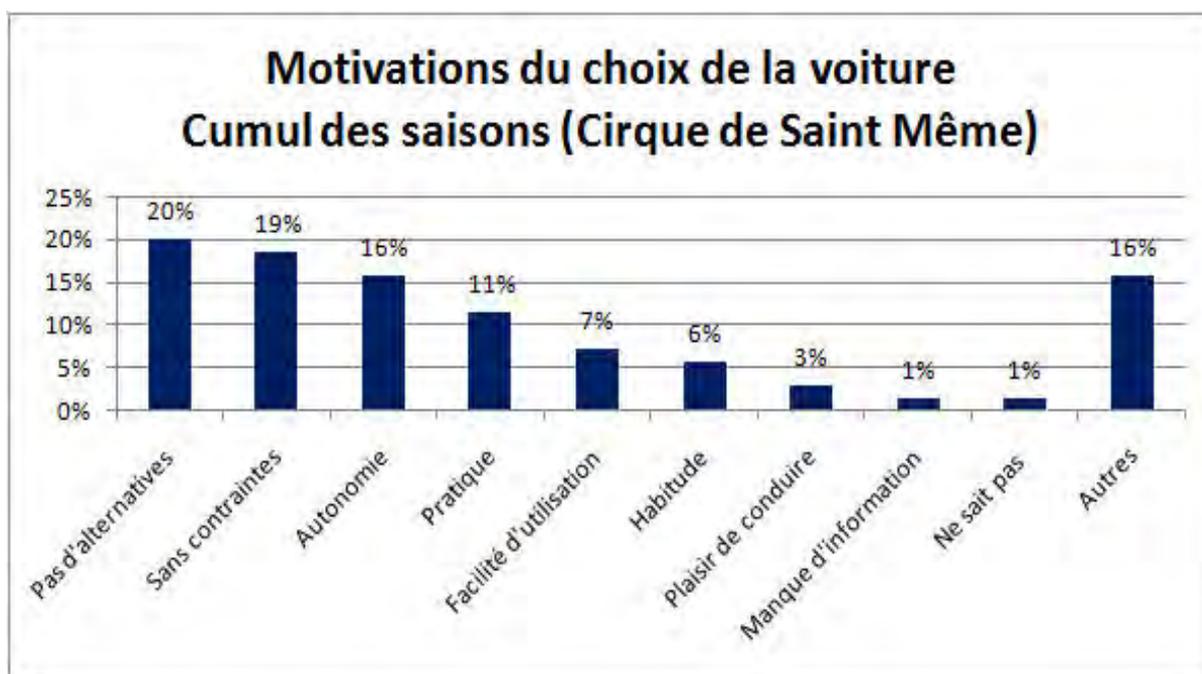
On remarque que l'accès à l'information n'apparaît pas, aux yeux des visiteurs, comme une condition primordiale à l'utilisation des transports alternatifs. Mais ce point reste toute de même une limite à leur utilisation, car une faible communication autour des modes de déplacements existants limite de fait leur utilisation.



Motivation du choix de la voiture comme mode privilégié (effectif 70) :

On notera le nombre relativement important de non-réponses à cette question. De plus, il est intéressant de voir que la préférence donnée à la voiture s'explique par une grande variété de raisons : l'importance de la catégorie « autres » le souligne. La principale raison avancée par les visiteurs pour expliquer leur utilisation privilégiée de la voiture est l'absence d'alternatives : 20% des motivations du choix de la voiture sont liées au fait que les modes de transports alternatifs à la voiture sont absents ou insuffisants. Les avantages accordés à la voiture occupent une grande part des motivations :

- 19% des réponses présentent une voiture sans contraintes ;
- 16% des motivations considèrent que la voiture accorde une certaine autonomie ;
- 11% des motivations concernent l'aspect pratique de la voiture ;
- 7% des réponses mettent en avant la facilité d'utilisation de la voiture.



On observe que les motivations d'utilisation de la voiture comme mode privilégié sont diverses : soit elles proviennent d'avantages donnés à ce mode de locomotion, soit elles sont expliquées par un déficit des modes de transports alternatifs.

MISE EN PARALLELE DES SAISONS - Cirque de Saint-Même

PROFIL DES VISITEURS

- Origine des visiteurs :

La majorité des visiteurs du site sont des isérois venant de leur domicile principal. Excepté pour l'hiver, saison à laquelle le pourcentage de savoyards dépasse celui des isérois.

- Catégories socioprofessionnelles :

Les catégories socioprofessionnelles les plus représentées sont les catégories supérieures (cadres et professions intermédiaires). On remarque qu'en saison hivernale, 1/3 des visiteurs du site sont des retraités : à cette saison la part de retraités est aussi importante que la part de professions supérieures.

- Fréquentation de la montagne

En saison estivale et hivernale, les visiteurs ne fréquentent pas souvent la montagne. La majorité d'entre eux se rendent en montagne moins de 10 fois par an. On peut donc supposer qu'ils ne pratiquent pas régulièrement d'activité en plein air de montagne telles que l'escalade, l'alpinisme voire la randonnée. Au contraire, en automne, une grande part des visiteurs (47%) va en montagne plus d'une fois par mois.

- Fréquentation du massif et du site

Quelque soit la saison, la majorité des visiteurs sont des connaisseurs du site et de la Chartreuse. En automne, la part d'habitues de la Chartreuse est particulièrement élevée (74%) et 2 visiteurs sur 3 sont déjà venus sur le site.

UTILISATION DU SITE

Quelque soit la saison, une grande majorité des visiteurs viennent sur le site en voiture pour la demi-journée et arrivent de leur domicile principal. Comme les visiteurs sont des locaux, il y a peu de personnes en séjour. Toutefois, il est intéressant de noter que le nombre de visiteurs en séjour est plus important en été et automne où il atteint les 40%. L'hébergement touristique concerne environ 20% des visiteurs interrogés en été et hiver. Il est très faible en automne.

- Mode de déplacement

En été comme en automne, le covoiturage concerne une faible part (5%) des moyens de déplacements, leur proportion est équivalente à la part de visiteurs venus sans voiture (marche et vélo). En hiver, la part de covoiturage parmi les modes de déplacements utilisés dans la saison est plus importante : il représente 13% des modes de transports utilisés. Le nombre moyen de visiteurs par voiture est de 3,2 pour l'été ; 2,7 pour hiver et 2,5 pour l'automne. Les voitures n'étaient que très peu en sous charge de passagers.

- Temps passé sur le site et heures d'arrivées

En saison estivale, le temps passé sur le site est relativement long : 60% des visiteurs interrogés restent plus de 3 heures. A cette saison, on observe deux tranches horaires de fortes arrivées : une en fin de matinée (10h30-11h30) et l'autre en milieu d'après midi vers 15h30. En automne, les pics d'arrivées importants ont lieu plus tôt dans la journée : 9h30 et 14h30. Contrairement à la saison estivale, en hiver le temps passé sur le site est court. En effet, la majorité des visiteurs interrogés (68%) restent moins de 2h. Il en est de même pour l'automne.

- Groupes de visiteurs

Les groupes de visiteurs estivaux sont majoritairement des familles (57%). Les couples forment la plus grande part des groupes de visiteurs hivernaux (47%). En automne, les couples et familles représentent chacun un tiers des groupes d'individus. Les personnes seules ne sont pas nombreuses (10% en hiver, 4% en été et 14% en automne).

- Activités pratiquées et consommation

L'activité la plus pratiquée sur le site est la marche : 55% en saison estivale, 60% en saison hivernale et 86% en automne. La diversité des activités reste similaire quelque soit la saison mais en été et hiver les activités autres que la marche occupent un part plus importante. A la saison estivale, le « pique nique/détente » est la seconde activité la plus répandue (31%). En hiver, les activités « neige » représentées uniquement par les balades en raquettes représentent 12% des activités. A cette saison la « visite du site » reste la seconde activité. Il faut noter que les visiteurs du site peuvent avoir combiné les plusieurs activités.

Seulement 46% des visiteurs estivaux ont consommé lors de leur visite sur le site. La consommation principale à cette saison est la boisson. La part des consommations en automne et hiver est très faible : il faut noter que seul l'hôtel restaurant est ouvert à cette période.

PERCEPTION DU SITE

- Mode de connaissance du site

En saison estivale, le mode de connaissance du site qui ressort majoritairement (53% des réponses) est le bouche à oreille. Dans la mesure où la majorité des visiteurs sont des locaux, les visiteurs n'ont pas toujours précisé de quelle manière ils avaient connu le site. Ainsi, pour les saisons automne et hiver, les réponses « du coin », « habitués », « déjà venus » sont les plus représentées alors qu'en été elles ne concernent que 16% des réponses. Les moyens de communication (médias, guides touristiques, offices de tourisme) sont peu représentés excepté en été (20% des réponses).

- Motivation du choix du site

La motivation principale du choix du site des saisons estivales et hivernales est sa beauté (environ 33% des réponses). La proximité du site n'est pas une motivation principale, excepté pour la saison automne où elle représente 19% des réponses. En hiver et particulièrement en automne, la « découverte du site » est une motivation fréquemment citée. Il est intéressant de souligner qu'une grande part des motivations citées, en automne et hiver, ne justifient pas une venue sur ce site en particulier : ces motivations qui ne sont pas liées à une caractéristique propre au site représentent 49% des motivations de l'été et sont majoritaires en hiver (56%). Parmi ces réponses, on note une relative importance de la « fraîcheur » en été et du « calme » en automne.

- Mode de transport idéal pour venir sur le site

Au cours de l'enquête estivale, le mode de transport idéal pour venir sur le site qui a été le plus cité est le transport en commun routier : les navette/bus représentent 43% des modes de transports idéaux choisis. Le choix de la voiture ne concerne quant à lui que 28% des réponses. A cette saison, on observe une grande variété des modes de déplacement proposés. Au contraire, à l'automne, 41% des visiteurs voient la voiture comme mode de transport idéal contre 26% pour les navette/bus. En ce qui concerne l'hiver, cette question a suscité un fort taux de réponses « ne sait pas » : 68% des visiteurs interrogés n'ont pas répondu. La voiture et les navette/bus représentent respectivement 15% et 13% des modes de transports idéaux cités à cette saison. On observe donc un inversement des positions entre l'été et l'hiver.

RELATIONS AUX MODES DE TRANSPORTS

- Habitudes de transports

Un tiers des visiteurs estivaux et hivernaux ont déjà utilisé un mode de transport alternatif pour leurs sorties en montagne. A l'automne, la moitié des visiteurs interrogés les utilisent. Excepté en hiver, les modes de transports alternatifs utilisés sont principalement les bus.

- Motivations pour les modes de transports alternatifs

On remarque une motivation globale pour l'utilisation de tels modes de transport : 60% des visiteurs de l'été se déclarent prêts à laisser leur voiture pour se rendre en montagne, 62% des visiteurs de l'automne se déclarent prêts à recommencer l'expérience contre seulement 40% en hiver. Les transports en commun ont la préférence sous certaines conditions principales qui ressortent quelque soit la saison : la fréquence, la bonne localisation des arrêts, les horaires adaptés et le coût peu élevé. L'accès à l'information concernant les possibilités de transports en commun n'apparaît pas, aux yeux des visiteurs, comme une condition majoritaire à leur utilisation.

SYNTHESE DES RESULTATS SUR L'ANNEE - Cirque de Saint-Même

Chaque pourcentage est effectué en fonction du nombre de personnes interrogées et ayant répondu à la question.

EFFECTIFS TOTAUX

Automne : 42 personnes interrogées.

Été : 79 personnes interrogées.

Hiver : 42 personnes interrogées

PROFIL DES VISITEURS

	Nationalité :	Sexe	Catégories socioprofessionnelles	Age
été	94% de français	49% d'hommes et 51% de femmes	40% cadres et 13% retraités	64% ont plus de 40 ans
automne	91% de français	66% d'hommes et 34% de femmes	44% cadres et 17% retraités	62% ont plus de 40 ans
hiver	93% de français	29% femmes et 71% d'hommes	38% retraités et 33% cadres	84% ont plus de 40 ans

Origines géographiques :	Région Rhône-Alpes	Isère	Savoie
été	65%	54 %	25%
automne	78%	41%	32%
hiver	59%	22%	32%

Fréquentation de la montagne :	Visiteurs qui vont en montagne plus d'une fois par mois	visiteurs qui fréquentent la montagne entre 1 et 10 fois par an
été	21%	63%
automne	47%	27%
hiver	16%	54%

Fréquentation du Massif de la Chartreuse :	Visiteurs déjà venus en Chartreuse	Visiteurs qui se disent habitués de la Chartreuse
été	83%	46%
automne	90%	74%
hiver	67%	57%

Habitudes de fréquentation du site	Visiteurs déjà venus sur le site.	Visiteurs qui viennent plusieurs fois par an.
été	52%	
automne	66%	36%
hiver	60%	46%

UTILISATION DU SITE

Activités pratiquées	Promenade	Randonnée		
été	49%	6%	27% pique-nique	4% détente
automne	62%	24%	7% observation et découverte du site	
hiver	36%	12%	37% visite de site et observation paysage	12% raquettes

Type de séjour	Excursionnistes	Visiteurs qui restent sur le site plus de 3 heures.	Visiteurs qui restent moins de 2 heures.
été	60 %	60%	40%
automne	57%	39%	61%
hiver	90%	9%	68%

Constitution des groupes	Familles	Couples	Amis	Personnes seules
été	57%	23%	16%	4%
automne	26%	33%	12%	14%
hiver	24%	47%	24%	10%

Type d'hébergement	Domicile principal	Hébergement touristique
été	56%	20%
automne	83%	4%
hiver	59%	28%

Mode de transport utilisé	Visiteurs venus en voiture individuelle	Visiteurs venus en covoiturage
été	81%	5%
automne	88 %	5 %

hiver	73%	13%
-------	-----	-----

Consommation	Visiteurs qui consomment sur le site	Type de consommation majoritaire
été	46%	boisson
automne	9%	
hiver	32%	repas

PERCEPTION DU SITE

Mode de connaissance du site	Réponse 1	Réponse 2	Réponse 3
été	Bouche à oreille : 53 %	Guides touristique, offices de tourisme, médias : 23%	Depuis longtemps, habitués, locaux : 16%
automne	Depuis longtemps, habitués, locaux : 43%	Bouche à oreille : 29%	Guides touristique, offices de tourisme, médias : 20%
hiver	Depuis longtemps, habitués, locaux : 47%	Bouche à oreille : 27%	Guides touristique, offices de tourisme, médias : 17%

Motivations du choix du site	Réponse 1	Réponse 2	Réponse 3
été	Beauté du site : 33%	Fraîcheur et ombre, prendre l'air: 29%	Calme : 6%
automne	Découverte du site : 31%	Proximité : 19%	Calme et tranquillité : 19%
hiver	Beauté du site : 34%	Découverte du site: 18%	Calme et tranquillité : 7%

Modes de transport idéal pour le site	Réponse 1	Réponse 2	Réponse 3
été	Navette/bus : 37 %	Voiture : 28%	Véhicule électrique : 7%
automne	Voiture : 41%	Navette/Bus : 25%	Vélo : 12%
hiver	Ne sait pas : 65%	Voiture : 15%	Navette/ Bus : 13%

UTILISATION ET PERCEPTION DES MODES DE TRANSPORT

Habitudes de transport	Visiteurs qui ont déjà utilisé un mode de transport alternatif	Transport en commun	Covoiturage
été	32%	60%	16%
automne	52%	54%	24%

hiver	33%	39%	50%
-------	-----	-----	-----

Motivations vis-à-vis des modes de transports alternatifs	Visiteurs prêts à utiliser plus souvent un mode de transport alternatif	Types de transports alternatifs préférés
été	61%	71% : Transport en Commun sans distinction
automne	62%	56% : navette/bus
hiver	40%	55% : Bus/Navette

SAISON ESTIVALE - Cirque de Saint-Même 79 personnes interrogées

La majorité des enquêtes ont été réalisées au cours de journées bien ensoleillées. Les journées enquêtées étaient des 2 samedis et 2 dimanches. Aucun jour de terrain n'a été effectué en semaine.

« Profil type » du visiteur estival

Le visiteur type est un isérois, d'environ 50 ans, de profession supérieure. Il se rend peu souvent en montagne (moins de 10 fois par an) mais connaît bien la Chartreuse. Il est déjà venu sur le site plusieurs fois. Il n'utilise pas les modes de transports alternatifs à la voiture pour se rendre en montagne mais il serait prêt à le faire.

La « sortie type » du visiteur estival

Les visiteurs sont partis de leur domicile principal et viennent sur le site en voiture pour effectuer une promenade en famille. Il s'agit d'une excursion à la demi-journée au cours de laquelle le groupe ne consommera pas. On vient profiter de la beauté du paysage et du panorama tout en prenant l'air et en profitant de la fraîcheur.

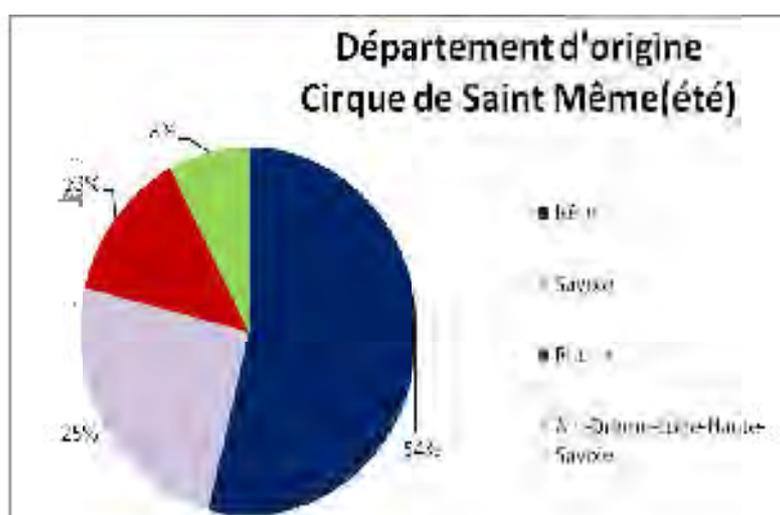
PROFIL DES VISITEURS

94% des visiteurs interrogés ont la nationalité française. L'enquête estivale réalisée au Cirque de Saint-Même regroupe 49% d'hommes et 51% de femmes. 64 % des visiteurs interrogés ont plus de 40 ans. Parmi eux, 53 % ont entre 40 et 60 ans. La catégorie socioprofessionnelle la plus représentée, à hauteur de 40%, concerne les professions supérieures. Les retraités n'occupent pas une grande part des visiteurs en cette saison (13%).



Origine des visiteurs (effectif 52) :

65 % des visiteurs interrogés viennent de Rhône-Alpes. Seulement 28% des visiteurs viennent des autres régions de France et 6% sont étrangers. Parmi les Rhône-alpins, on trouve 54 % visiteurs originaires de l'Isère et 25 % de Savoie. La fréquentation estivale est donc locale.



Fréquentation de la montagne (effectif 77) :

En période estivale, le Cirque de Saint-Même est majoritairement fréquenté par des montagnards « occasionnels » : 63% des personnes interrogées fréquentent la montagne entre 1 à 10 fois par an et parmi eux, 40% fréquentent la montagne moins de 3 fois par an. Seulement 21% des personnes fréquentent souvent l'espace montagnard (plus d'une fois par mois). Malgré leur origine alpine, les visiteurs du site ne sont pas des « montagnards » assidus. En majorité, ils se rendent en montagne moins de 10 fois par an. On peut donc supposer qu'ils ne pratiquent pas régulièrement d'activité en plein air de montagne telle l'escalade, l'alpinisme voire la randonnée...

Fréquentation de la Chartreuse et du site (effectif 79)

83 % des visiteurs sont déjà venus en Chartreuse et 52 % sont déjà venus au cirque de Saint-Même. Parmi les connaisseurs du site, 61% sont venus plusieurs fois. La moitié des visiteurs estivaux fréquentent ce site uniquement en été (51%) : on peut donc en conclure que l'été reste une saison privilégiée pour les visiteurs du site.

UTILISATION DU SITE

Activités pratiquées (effectif 122 - plusieurs réponses possibles) :

L'activité la plus pratiquée sur le site est la promenade. Elle concerne 40% des visiteurs interrogés. Si l'on associe promenade et randonnée, l'activité « marche » devient majoritaire. Ensuite, le « pique-nique/détente » est la seconde activité la plus répandue parmi les visiteurs estivaux du cirque de Saint-Même (31%). 10% des visiteurs viennent pour « visiter le site et voir les cascades ».

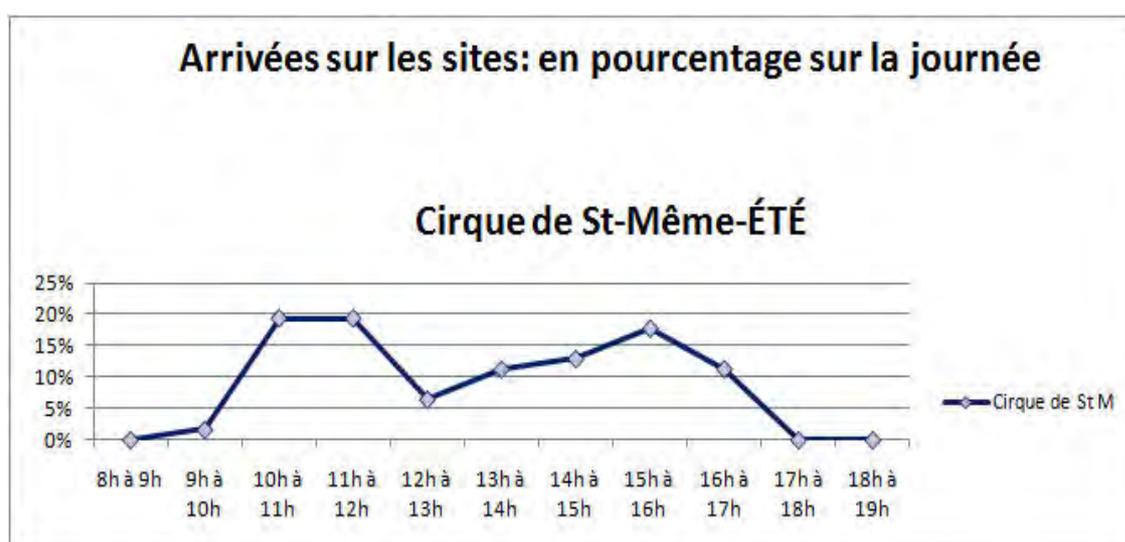


Temps passé sur le site (effectif 79) :

60 % des visiteurs sont venus en excursion. La part des visiteurs en séjour (dans le massif ou dans la région) est faible. Le temps passé sur le site est relativement long : 60% des visiteurs interrogés restent plus de 3 heures (principalement pour la demi journée). Parmi eux, 23% restent à la journée.

Heures d'arrivées (effectif 62) :

On observe un pic d'arrivées (à 20%) entre 9h30 et 11h30 : à la fin de cette période de fortes arrivées (12h) on atteint 40% de la fréquentation journalière. On note un ralentissement des arrivées à l'heure du déjeuner : entre 11h30 et 17h30, le nombre d'arrivées diminue. A 13h, le cirque de Saint-Môme atteint 47% de sa fréquentation. Un deuxième pic d'arrivées est atteint vers 15h30 : heure à laquelle la fréquentation atteint 70% de la fréquentation journalière. Il n'y a plus d'arrivées après 17h et le maximum de fréquentation est atteint à 16h. (voir également annexe 4 - graphique heures d'arrivées)



Constitution des groupes (effectif 77) :

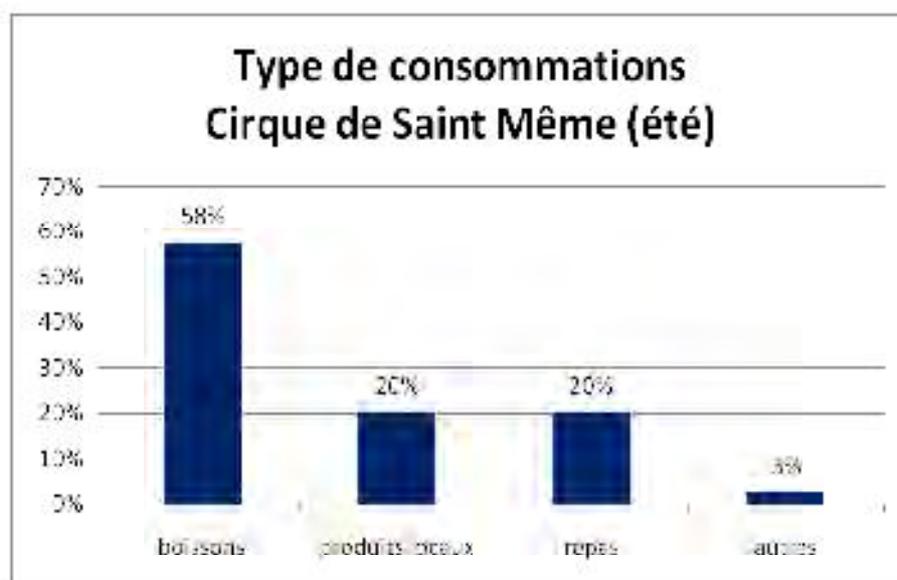
Les groupes de visiteurs sont majoritairement des familles (57% des groupes de visiteurs). Par contre, seulement 43% des groupes de visiteurs viennent avec des enfants. Les couples concernent 23% des visiteurs interrogés et les groupes d'amis 16 %. Parallèlement, on observe que 29% des groupes de visiteurs interrogés sont venus à 2 ; 21% sont venus à 4 ; et 15% sont venus à 3. Seul 4% des visiteurs sont venus seuls.

Modes de déplacement et hébergement (effectif 79) :

56% des visiteurs interrogés sont venus de leur domicile principal. L'hébergement touristique concerne 20% des visiteurs interrogés. On observe une relative diversité des modes de transports utilisés à cette saison. 81 % des visiteurs sont venus en voiture. Le covoiturage représente seulement 5% des modes de déplacements utilisés, ce qui est équivalent à la part de personnes qui sont venues sans voiture (à pied ou en vélo). Parmi les groupes de visiteurs venus en voiture, 75% sont venus à une voiture. Seulement 10% des visiteurs sont venus à 2 voitures et cela concerne des groupes comprenant entre 5 et 10 personnes. Par ailleurs on peut préciser que 4,3 % des voitures n'avaient qu'un seul passager. Le nombre moyen de visiteurs par voiture est de 3,2. Il apparaît donc que les voitures n'étaient que très peu en sous charge de passagers : les visiteurs étaient principalement à 2 ou 4 dans les voitures.

Consommation (effectif 71 - plusieurs réponses possibles) :

Seulement 46% des visiteurs ont consommé lors de leur visite sur le site. 58% ont consommé des boissons,



PERCEPTION DU SITE

Mode de connaissance du site (effectif 79) :

Le mode de connaissance du site qui ressort majoritairement (53% des réponses) est le bouche à oreille. A cette saison, les visiteurs qui n'ont pas précisé de quelle manière ils avaient connu le site (et ont simplement répondu « du coin », « habitués », « déjà venus ») ne représentent que 16% des visiteurs. Les médias, guides touristiques, offices de tourisme concernent 23% des modes de connaissance du site.

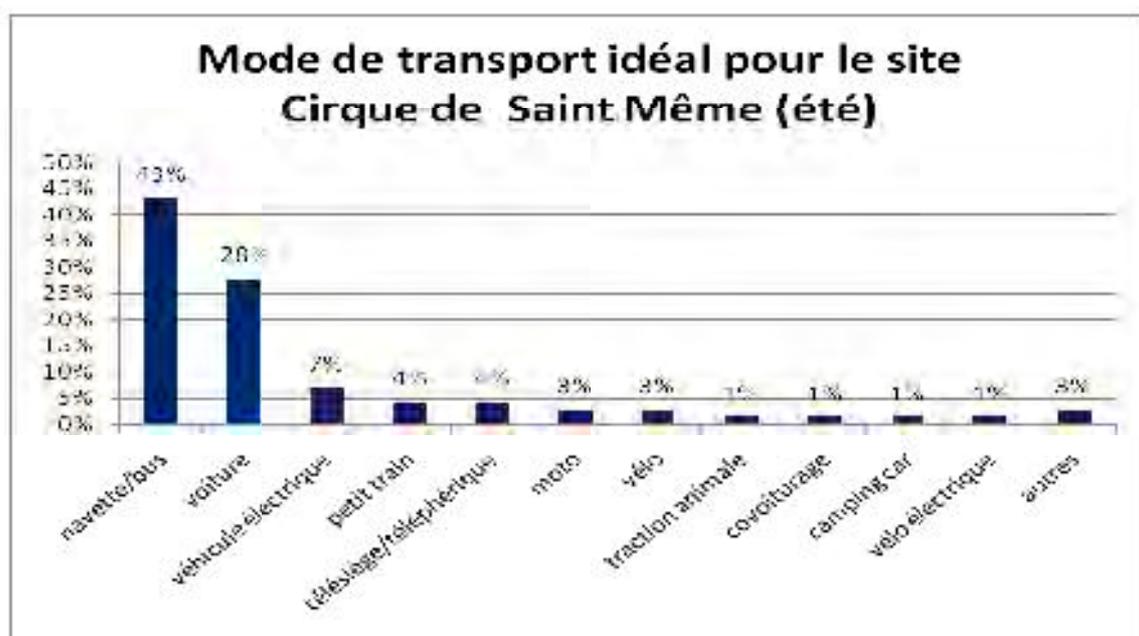
Motivations du choix du site (effectif 98 - plusieurs réponses possibles) :

On notera tout d'abord la grande diversité des motivations avancées dans le choix du site. La motivation principale du choix du site est la « beauté du site » : elle représente 33% des réponses. Toutefois, il est intéressant de souligner que 45% des motivations présentées ne concernent pas des caractéristiques propres au site. En effet, de nombreux visiteurs recherchent la « fraîcheur », le « calme et la tranquillité » ou viennent « prendre l'air » : ces motivations expliquent l'envie de se mettre au vert mais ne justifient pas la venue sur ce site en particulier. La proximité n'occupe pas une place prépondérante parmi les motivations de venue sur ce site.



Mode de transport idéal pour le site (effectif 72 - plusieurs réponses possibles) :

Tout d'abord, il nous faut souligner la grande variété des modes de transports idéaux cités : on compte 11 modes de déplacements proposés. Le mode de transport idéal pour venir sur le site qui a été le plus cité au cours de l'enquête estivale est le transport en commun routier : Les navette/bus représentent 43% des modes de transports idéaux choisis. Le choix de la voiture ne concerne quant à lui que 26% des réponses.

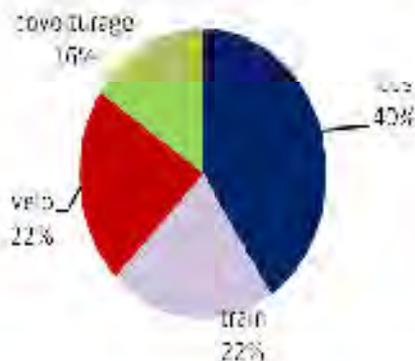


UTILISATION ET PERCEPTION DES MODES DE TRANSPORT

Habitudes de transport (effectif 77 - plusieurs réponses possibles) :

32% ont déjà utilisé un mode de transport alternatif pour leurs sorties en montagne. Les transports en commun représentent 60 % des transports alternatifs utilisés : parmi eux le bus reste le mode principal (40 %).

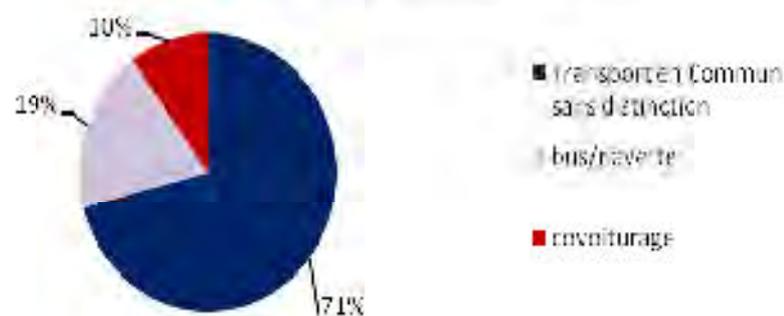
Modes de transport alternatifs utilisés Cirque de Saint Mème (été)



Motivation pour les modes de transports alternatifs à la voiture (effectif 75 - plusieurs réponses possibles) :

60 % des personnes interrogées se déclarent prêtes à utiliser plus souvent un mode de transport alternatif à la voiture pour ses sorties en montagne. Parmi les personnes qui se disent prêtes à utiliser plus souvent les modes de transports alternatifs, 71 % opteraient pour un « transport en commun » sans distinction particulière. Seulement 10% opteraient de préférence pour le covoiturage.

Modes de transport alternatifs préférentiels Cirque de Saint Mème (été)



AUTOMNE - Cirque de Saint-Même 42 personnes interrogées

62 % des journées d'enquête étaient ensoleillées et les journées de pluie représentent 2% des journées enquêtées. Le restant étant des journées où le ciel était couvert. Les journées enquêtées couvraient différents jours de la semaine : 1 mardi, 1 vendredi, 1 samedi et 1 dimanche.

Profil du « visiteur type » de l'automne

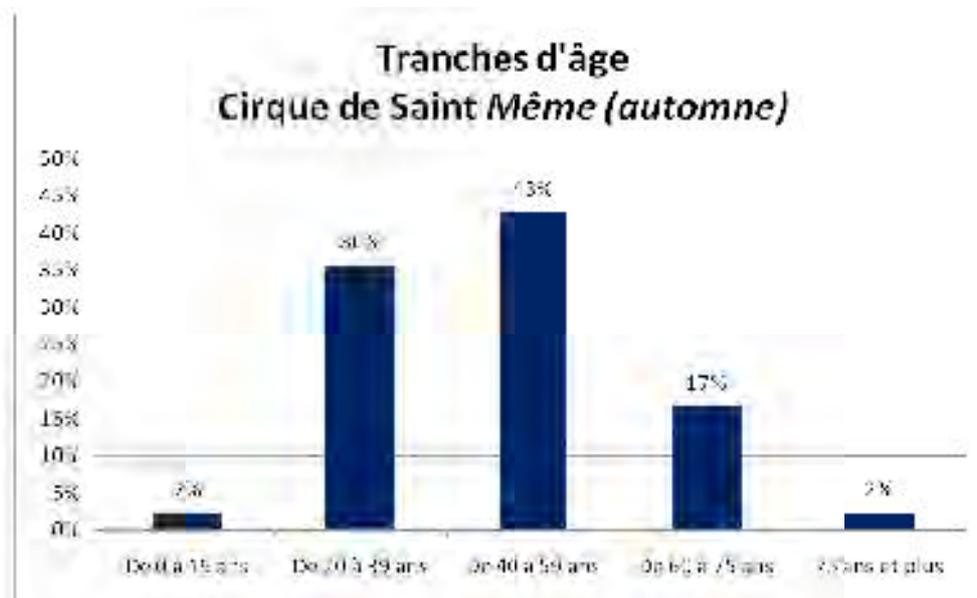
Le visiteur type de l'automne est un isérois âgé d'environ 50 ans. Il fait partie des professions supérieures. Il se rend souvent en montagne (plus d'une fois par mois). C'est un habitué de la Chartreuse qui connaît le site pour y être déjà allé. Il a déjà utilisé un mode de transport alternatif à la voiture pour se rendre en montagne et est prêt à en utiliser pour ses sorties futures.

La « sortie type » du visiteur de l'automne

La sortie type de la saison est une promenade effectuée en famille. Le groupe part en voiture du domicile principal. La balade se fait en moins de 2 heures et aucune consommation n'est prise sur le site. Ils viennent pour profiter de la beauté et du calme d'un site à proximité de leur domicile.

PROFIL DES VISITEURS :

91% des visiteurs interrogés sont de nationalité française. Parmi les personnes interrogées, on compte 2 tiers d'hommes et un tiers de femmes. 62% des visiteurs interrogés ont plus de 40 ans. A cette saison, les visiteurs âgés de 20 à 40 ans occupent une place importante (36%) : ils forment la tranche d'âge la plus nombreuse après celle des 40-60 ans.



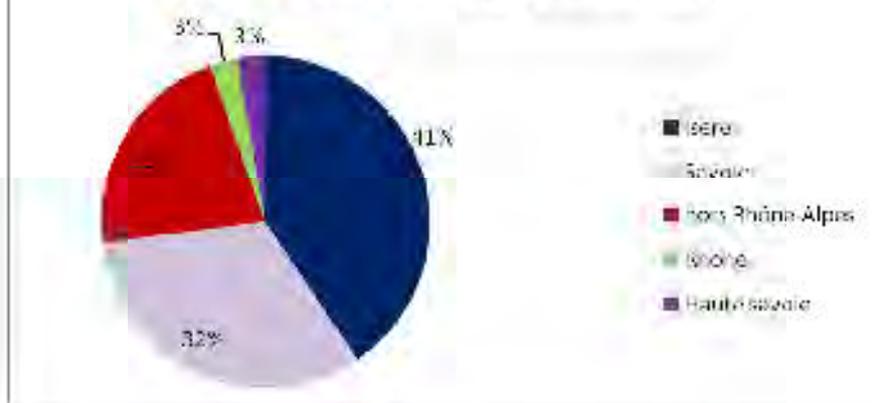
Catégories socioprofessionnelles (effectif 41) :

44% des visiteurs interrogés sont des cadres et professions intermédiaires. Les catégories socioprofessionnelles supérieures sont donc les plus représentées parmi les visiteurs interrogés. On compte 17% de retraités et 15% d'employés.

Origine des visiteurs (effectif 37) :

78% des visiteurs sont originaires de Rhône-Alpes. Parmi eux, les isérois sont les plus représentés (41% des visiteurs). Ensuite viennent les savoyards : 32% des visiteurs interrogés sont originaires de la Savoie.

Département d'origine Cirque de Saint Môme (automne)



Fréquentation de la montagne (effectif 41) :

47% des visiteurs interrogés fréquentent souvent la montagne (plus d'une fois par mois) et 27% des personnes interrogées fréquentent rarement le milieu montagnard (entre 1 et 10 fois par an). Le public automnal du site est donc un public de « montagnards » : les ¼ (74%) des visiteurs interrogés vont en montagne une fois par mois ou plus.

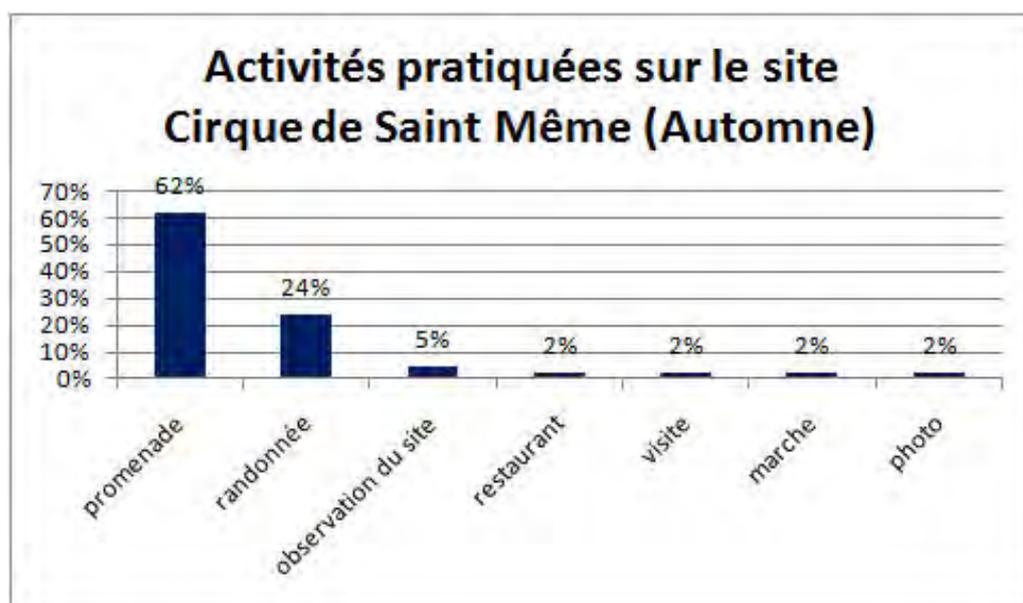
Fréquentation de la Chartreuse et du site (effectif 41) :

Les visiteurs interrogés sont des connaisseurs de la Chartreuse : 90% des personnes interrogées sont déjà venues sur le massif. De plus, les ¾ des interrogés sont des habitués de la Chartreuse car ils y vont plus d'une fois par an voire y habitent. Les 2/3 des visiteurs interrogés sont déjà venus sur le site. Les visiteurs qui viennent régulièrement (plusieurs fois par an) représentent 36% des visiteurs interrogés.

UTILISATION DU SITE :

Activités pratiquées (effectif 43 - plusieurs réponses possibles) :

L'activité majoritairement pratiquée est la marche : celle-ci concerne 88% des activités pratiquées. La promenade reste l'activité majoritaire (62%). On remarque une très faible diversité des activités pratiquées sur ce site à cette saison.



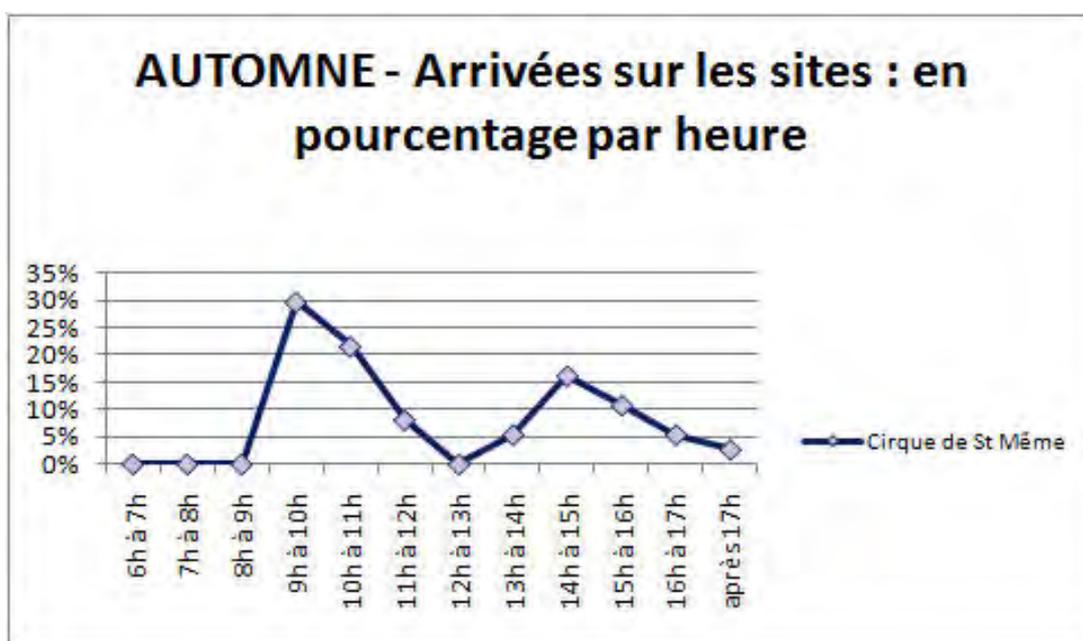
Seulement 9% des visiteurs ont consommé et la consommation principale concerne des produits locaux. Cette faiblesse de la consommation est notamment liée au fait que la buvette du site est fermée et que les visiteurs restent peu de temps sur le site.

Temps passé sur le site et type de séjour (effectif 42) :

57% des visiteurs interrogés sont venus en excursion. La proportion de visiteurs en séjour n'est pas négligeable à cette saison. Il faut noter le faible nombre de réponses à la question du temps passé sur le site : l'effectif total n'est que de 23 réponses. Toutefois, il est intéressant de noter que la majorité des visiteurs interrogés restent moins de 2 heures. Bien que l'effectif de personnes ayant répondu soit faible, il est possible d'avancer que le temps passé sur le site à cette saison est relativement court.

Heures d'arrivées (effectif 37) :

Entre 9h00 et 11h00 on observe le plus fort taux d'arrivée de la journée. A 13h, le cirque de Saint-Même atteint 60% de sa fréquentation totale journalière. Aucune arrivée n'a lieu avant 8h30. Entre 8h30 et 9h30, on observe un premier pic d'arrivées qui atteint 30% de la fréquentation. On constate qu'il n'y a quasiment pas d'arrivées pendant la pause déjeuner (12h-13h). Un deuxième pic s'observe à 14h30. (voir également annexe 4 - Graphiques Heures d'arrivées)



Constitution des groupes (effectif 42) :

36% des visiteurs interrogés viennent en famille. Mais, il faut ajouter que 70% des visiteurs interrogés viennent sans enfants. Parallèlement, 1/3 des visiteurs viennent en couple. Les familles et couples sont donc les groupes d'individus les plus représentés. Il faut noter que la part de visiteurs venus seuls n'est pas négligeable : ils représentent 14% des groupes. Un seul groupe scolaire ou groupe d'animation a été rencontré pendant la saison.

Type d'hébergement (effectif 42) :

62% des visiteurs sont venus de leur domicile principal. L'hébergement touristique représente 11% des types d'hébergement : il est donc faiblement représenté parmi les visiteurs du cirque à cette saison.

Mode de transport utilisé (effectif 38) :

88 % des visiteurs sont venus en voiture. Le covoiturage quant à lui ne représente que 5 % des modes de transports utilisés. Il couvre la même part que la marche.

Parmi les visiteurs qui sont venus en voiture individuelle, 74% des groupes de visiteurs interrogés sont venus à une voiture. Il est intéressant de noter qu'un tiers des visiteurs était seul dans sa voiture et parmi ces personnes 14% étaient seules sur le site. Par ailleurs on peut préciser que 49 % des voitures n'avaient qu'un seul passager. Le nombre moyen de visiteurs par voiture est de 2,5.

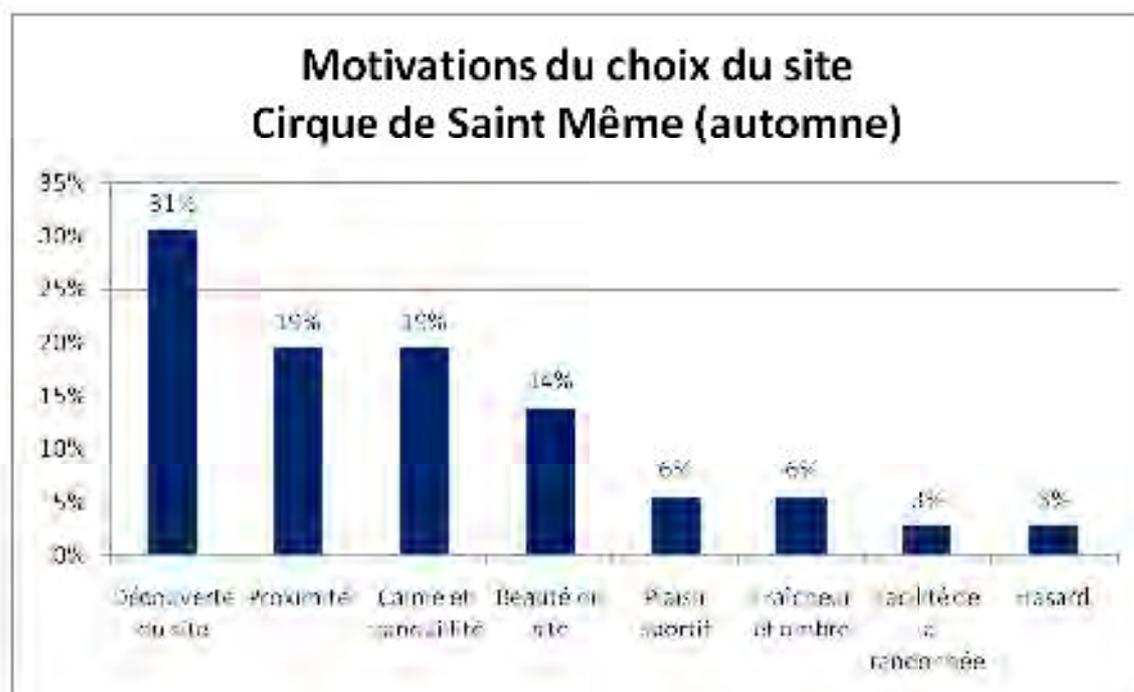
PERCEPTION DU SITE

Mode de connaissance du site (effectif 35) :

43% des visiteurs n'ont pas précisé de quelle manière ils ont connu le site : ceux-ci ont avancé diverses explications à leur connaissance du site dont le fait qu'ils soient des locaux et/ou habitués du site. Le mode de connaissance du site principal reste donc le bouche-à-oreille qui représente 30% des raisons avancées. A cette saison, on observe une importance des modes de communication touristiques : guides, offices de tourisme, topo, médias représente 70% des modes de connaissance du site.

Motivation du choix du site (effectif 55 - plusieurs réponses possibles) :

La principale motivation du choix du site met en avant une caractéristique propre au site : les visiteurs viennent pour découvrir le site. La proximité est également l'une des motivations principales : elle représente 19 % des motivations citées. Le calme et tranquillité sont également fortement représentés. On notera qu'à cette saison, la « beauté du site » n'est pas la motivation principale : elle ne représente que 14% des réponses.



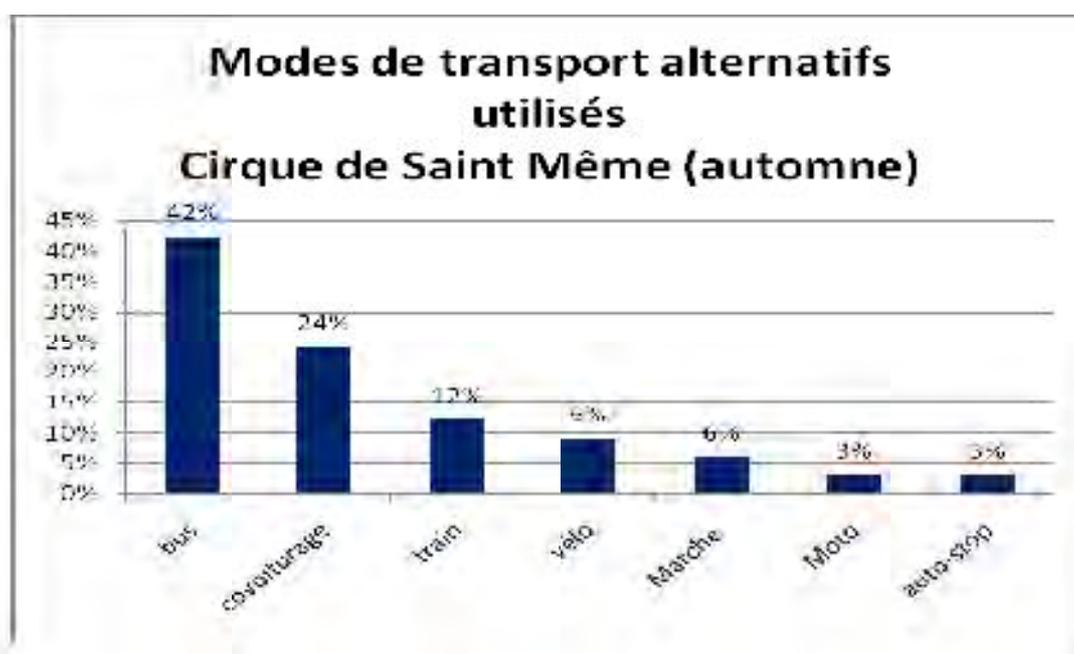
Mode de transport préférentiel pour le site (effectif 51 - plusieurs réponses possibles) :

Le mode de transport idéal pour se rendre sur le site et qui a été le plus cité est la voiture (41%). Les navettes/bus représentent 26% des réponses.

PERCEPTION DES MODES DE TRANSPORT

Habitudes de transport (effectif 77 - plusieurs réponses possibles) :

52 % des visiteurs interrogés ont déjà utilisé un mode de transport alternatif à la voiture pour se rendre en montagne. Les modes de transports alternatifs les plus utilisés restent les transports en commun : ceux-ci représentent 54 % des modes de déplacements habituels (avec 42 % de bus). Ensuite, vient le covoiturage qui couvre 24 % des modes de transport alternatifs utilisés.



Motivations vis-à-vis des modes de transports alternatifs (effectif 42 - plusieurs réponses possibles) :
 62 % des personnes interrogées se déclarent prêtes à utiliser plus souvent un mode de transport alternatif. Il faut noter une forte présence des réponses « ne sait pas » qui représentent 21% du total des réponses. Les navettes/bus représentent 56% des modes de transports alternatifs à la voiture que les visiteurs seraient prêts à utiliser.

SAISON HIVER - Cirque de Saint-Même 42 personnes interrogées

62% des enquêtes ont été réalisées au cours de journées ensoleillées et 36% sous des conditions nuageuses. Les jours enquêtés étaient 2 mardis, 3 mercredis, 1 vendredi et 2 dimanches.

Profil du « visiteur type » hivernal

Un savoyard retraité de 60 ans environ, qui ne va pas souvent la montagne. C'est un habitué de la Chartreuse et du site qu'il fréquente plusieurs fois par an. Il n'utilise pas les modes de transports alternatifs à la voiture pour ses sorties en montagne.

La « sortie type » hivernale

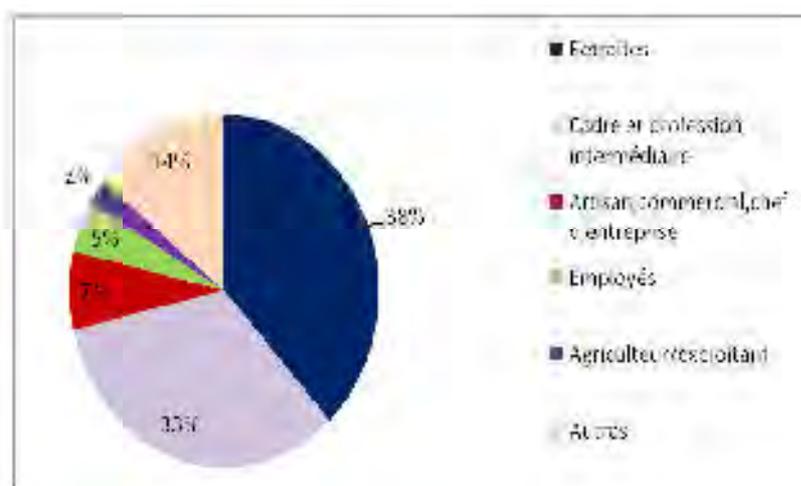
Une promenade en couple qui dure moins de 2 heures. Les visiteurs viennent en voiture à partir de leur domicile. Aucune consommation n'est prise sur le site. Ils viennent principalement pour admirer la beauté du site en hiver.

PROFIL DES VISITEURS :

93% des visiteurs interrogés sont de nationalité française. L'enquête menée au Cirque de Saint-Même en saison hivernale a été réalisée sur 42 personnes dont 71 % d'hommes et 29 % de femmes. La tranche d'âge la plus représentée est celle des 40-60 ans, et 79% des visiteurs interrogés ont entre 40 et 75 ans.

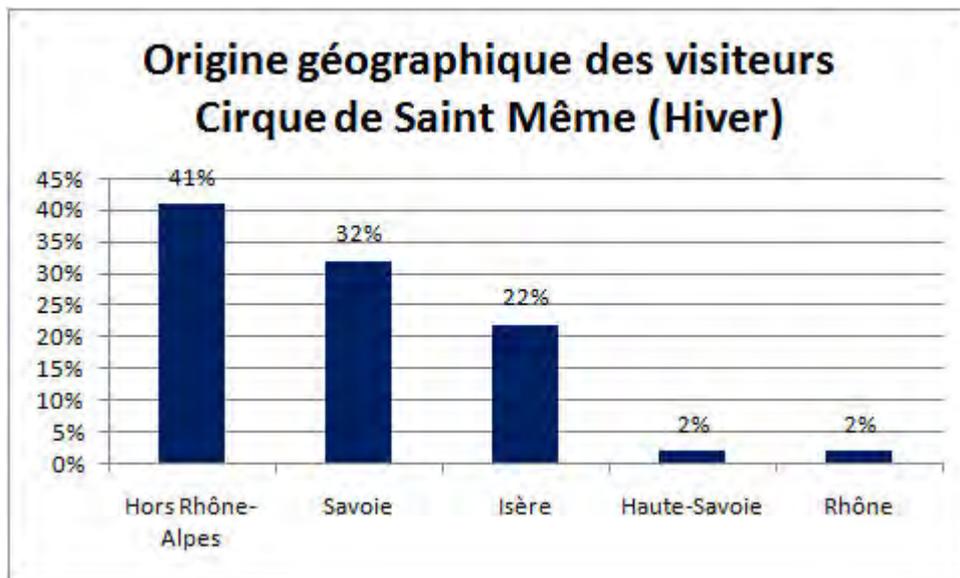
Catégories socioprofessionnelles (effectif 42) :

Les retraités sont les plus représentés : 38% des visiteurs interrogés. Le nombre important de jours enquêtés en semaine peut expliquer cela. On compte un tiers de visiteurs appartenant aux catégories socioprofessionnelles supérieures.



Origine des visiteurs (effectif 41) :

59% des visiteurs interrogés sont Rhône-alpins. Le département le plus représenté est la Savoie avec 32% des visiteurs interrogés sur le site. On note une présence non négligeable des autres départements français.



Fréquentation de la montagne (effectif 42) :

Seulement 38% des visiteurs interrogés fréquentent souvent la montagne (plus d'une fois par mois). Ainsi, 54% des visiteurs fréquentent peu la montagne (entre 1 et 10 fois par an) et 14% viennent pour la première fois en montagne. Le public hivernal du Cirque de Saint Môme n'est donc pas un public montagnard.

Habitude de fréquentation du site (effectif 41) :

60% des visiteurs sont déjà venus sur le site. Parmi eux 46% des visiteurs fréquentent le site plusieurs fois par an. Les visiteurs sont donc des habitués de la Chartreuse et du site plus particulièrement.

UTILISATION DU SITE :

Activités pratiquées (effectif 43 - plusieurs réponses possibles) :

60% des visiteurs sont venus sur le site pour pratiquer la marche. C'est l'activité principale effectuée : on observe une prépondérance de la promenade par rapport à la randonnée. 2 visiteurs sur 3 ne consomment pas : la buvette est en effet fermée à cette saison. Seul l'hôtel restaurant est ouvert.

Temps passé sur le site (effectif 22) :

Il faut d'abord noter que le nombre total de réponses à cette question est faible : les pourcentages sont donc à nuancer. 90% des visiteurs ayant répondu sont venus en excursion. Contrairement à la saison estivale, le temps passé sur le site est remarquablement court : la majorité des visiteurs interrogés (68%) restent moins de 2h.

Heures d'arrivées (effectif 42) :

A cette saison, les arrivées se répartissent irrégulièrement : on observe un pic à 10h30, un à 12h30 et le plus important à 14h30. En effet, les périodes de fortes arrivées se situent entre 9h30-10h30, 11h30-12h30 et 13h30-15h30. A 13h, on atteint 50% de la fréquentation. Les 80% sont atteints à 14h30. On observe qu'il n'y a quasiment pas d'arrivées avant 8h30 et celles-ci diminuent à partir de 14h30 pour s'arrêter à 16h30. (voir également annexe 4 - graphiques Heures d'arrivées)



Mode de déplacement et type d'hébergement (effectif 39) :

Dans la mesure où la majorité des visiteurs sont des locaux, 59% des visiteurs viennent de leur domicile principal. L'hébergement touristique représente 28% des réponses. L'accueil d'un proche est relativement faible par rapport aux autres saisons : il ne représente que 8% des réponses des visiteurs.

73% des visiteurs sont venus en voiture et 13% en covoiturage. Parmi les groupes de visiteurs venus en voiture, 88% ont utilisé une seule voiture. Il faut ajouter que 51% des groupes de visiteurs interrogés sont venus à 2 personnes. Seul 7% des groupes de visiteurs sont venus à 2 voitures et cela concerne des groupes de plus de 4 personnes. Aucun visiteur n'est venu à plus de 2 voitures. Le nombre moyen de visiteurs par voiture est de 2,7.

Constitution des groupes (effectif 42) :

Les couples représentent la plus grande part des groupes de visiteurs (47%). Les familles et amis sont en proportions égale à hauteur de 24% des visiteurs. Les personnes seules ne sont pas nombreuses (10% des visiteurs interrogés).

PERCEPTION DU SITE :

Mode de connaissance du site (effectif 41) :

Dans la mesure où la majorité des visiteurs sont des locaux, dans la plupart des cas les modes de connaissance du site ne sont pas énoncés. Les principales réponses qui sont apportées sont : "je le connais depuis longtemps", "je suis du coin", "déjà venu", "habitué"...Elles représentent 47% des réponses. Les modes de communication qui font la promotion des sites touristiques (guides touristiques, topo, offices de tourisme, médias) représentent seulement 17% des réponses apportées. C'est donc le bouche à oreille qui reste le mode de connaissance du site principal (27%).

Motivation du choix du site (effectif 61 - plusieurs réponses possibles) :

Il faut tout d'abord remarquer qu'une grande variété de motivations a été avancée. La principale motivation est la "beauté du site" : elle représente 34% des réponses. La proximité du site n'est pas une raison principale de venue. Les visiteurs viennent donc surtout pour la caractéristique paysagère du site. 67% des raisons avancées concernant le site lui-même : seulement 11% des motivations de venue ne concernent pas les caractéristiques propres au site ("prendre l'air", "calme et tranquillité", "fraîcheur"). Il faut noter que les visiteurs peuvent citer plusieurs motivations : ils choisissent donc le site à la fois pour ses caractéristiques propres et pour les atouts des espaces naturels de montagne de manière générale.



Mode de transport idéal pour le site (effectif 46 - plusieurs réponses possibles) :

Cette question semblait assez difficile aux yeux de certains enquêteurs car elle a suscité un fort taux de réponses « ne sait pas » : 68% des visiteurs interrogés n'ont effectivement pas répondu. La voiture et les navette/bus représente respectivement 15% et 13% des modes de transports idéaux cités.

PERCEPTION DES MODES DE TRANSPORT :

Habitude de transport (effectif 42 - plusieurs réponses possibles) :

Seulement 1/3 des visiteurs ont déjà utilisé un mode de transport alternatif à la voiture individuelle dans le cadre de leurs loisirs de montagne. Même si l'effectif total concernant la précision des modes de transports alternatifs utilisés est faible, il est intéressant de noter que le mode de transport déplacement alternatif utilisé le plus cité est le « covoiturage ». Or, le covoiturage reste un mode de déplacement qui utilise la voiture. L'utilisation des transports en commun, dans le cadre d'activités de loisirs, est donc rare ici.

Motivation vis-à-vis des modes de transports alternatifs (effectif 42 - plusieurs réponses possibles) :

40% des visiteurs se disent prêts à utiliser (plus souvent) des modes de transports alternatifs à la voiture dans le cadre de leurs sorties en montagne. Les modes de transports alternatifs que les visiteurs interrogés seraient prêts à utiliser plus souvent sont les bus et les navettes.

RESULTATS DE L'ENQUÊTE VISITEURS

SITE DU COL DU GRANIER

*Chaque pourcentage est effectué en fonction du nombre de personnes interrogées et ayant répondu.
Les non-réponses ne sont pas prises en compte.*

CE QU'IL FAUT RETENIR

Le public du col du Granier est un public de locaux : en été ce sont les Isérois qui sont le plus représentés et le restant de l'année, on trouve une grande part de Savoyards. Une grande proportion de visiteurs a entre 40-60 ans, mais en automne, la tranche d'âge la plus représentée est celle des 60-75 ans. A cette saison, la catégorie socioprofessionnelle la plus représentée est celle des retraités. En été et hiver, le site est principalement occupé par des cadres supérieurs et des professions intermédiaires.

Le site est marqué par un double public : des visiteurs en grande proportion qui connaissent bien le massif de la Chartreuse et le site, ainsi que des visiteurs en proportion relativement importante qui viennent pour la première fois. Ces derniers sont nombreux à l'automne, et ont connu le site grâce à des modes de communication touristiques. La marche reste l'activité principale et se réalise à la demi-journée. A toute saison, et en particulier à l'automne, on observe une forte proportion de visiteurs qui restent moins de 2 heures sur le site : ces visiteurs « de passage », n'ont pas d'activité particulière, exceptée la contemplation du lieu. Ceci vient du fait qu'en automne, on compte un nombre important de visiteurs venus pour la première fois et des visiteurs venant des autres régions (hors Rhône-Alpes). Le col du Granier est donc un site qui attire des locaux mais également des touristes de passage.

Les groupes de visiteurs sont principalement des couples. Les personnes seules sont fortement représentées sur ce site en automne et en hiver. Les visiteurs viennent principalement pour voir le panorama exceptionnel.

Sur l'ensemble de l'année :

- 28% de visiteurs ont déjà utilisé les modes de transports alternatifs à la voiture individuelle pour se rendre en montagne.
- 36% des visiteurs se disent prêts à utiliser les modes de transports alternatifs à la voiture pour se rendre en montagne.

De nombreuses personnes n'ont pas souhaité proposer un mode de transport « idéal » pour venir sur le site car on observe un nombre important de « ne sait pas » voire de non-réponses. En été comme en hiver, ce sont les modes de transports en commun qui ressortent parmi les réponses données. Au contraire, à l'automne, le privilège est attribué à la voiture.

CUMUL DES SAISONS

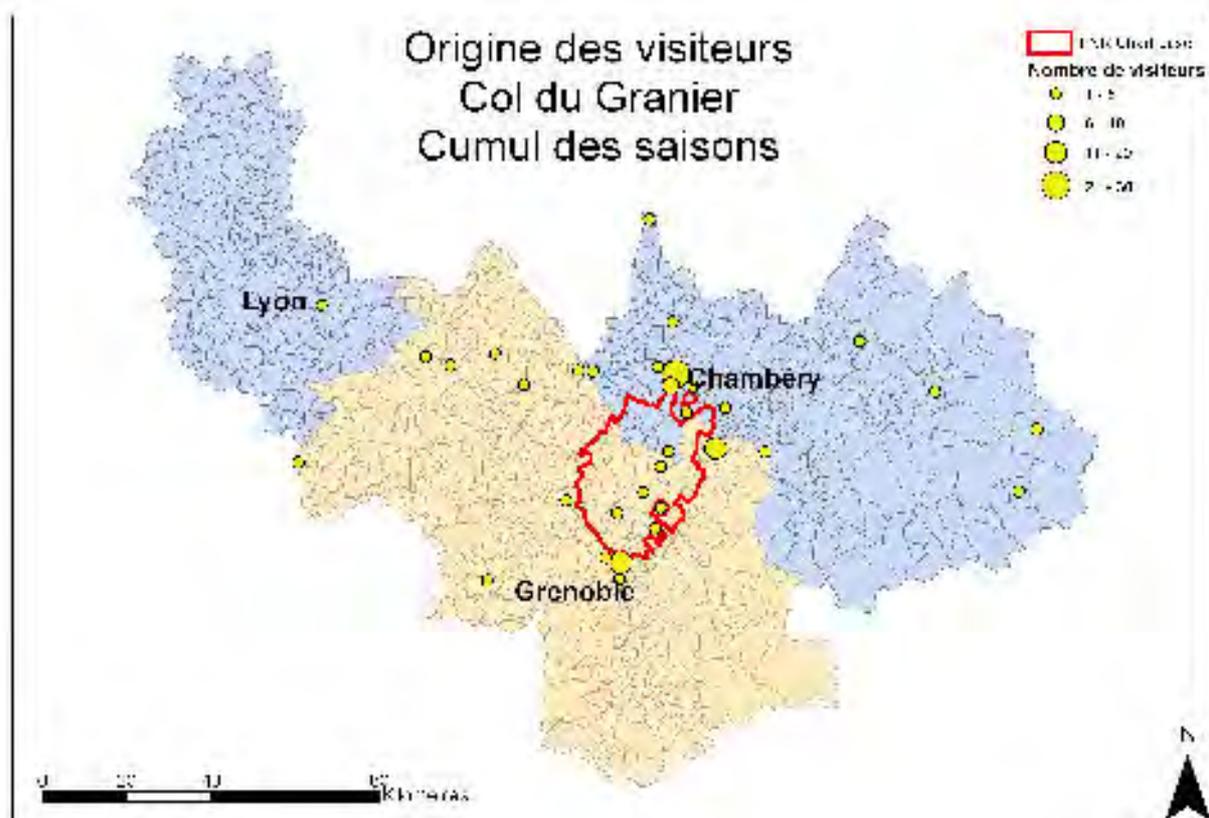
Origine des visiteurs, utilisation et perception des modes de transports

- 189 personnes interrogées -

Origines des visiteurs (effectif 116) :

On remarque qu'une quantité importante de visiteurs viennent des « villes-portes » du PNR que sont Grenoble et Chambéry : en effet, sur les 116 groupes de visiteurs, 26 groupes de visiteurs viennent de Chambéry et 14 viennent de Grenoble. Cette prépondérance des villes-portes ne se retrouve pas pour les communes des agglomérations : sur les 33 communes représentées seulement 4 font partie de l'agglomération chambérienne et 3 de l'agglomération grenobloise. Pontcharra est le troisième pôle : 13 groupes de visiteurs sont originaires de cette communes. Sur l'ensemble des communes, 6 communes du PNR sont représentées et regroupent 18 groupes de visiteurs. On notera une présence de visiteurs venant des communes du Nord Isère (notamment le long de la ligne de train Lyon-Grenoble) et de visiteurs de l'Est de la Savoie.

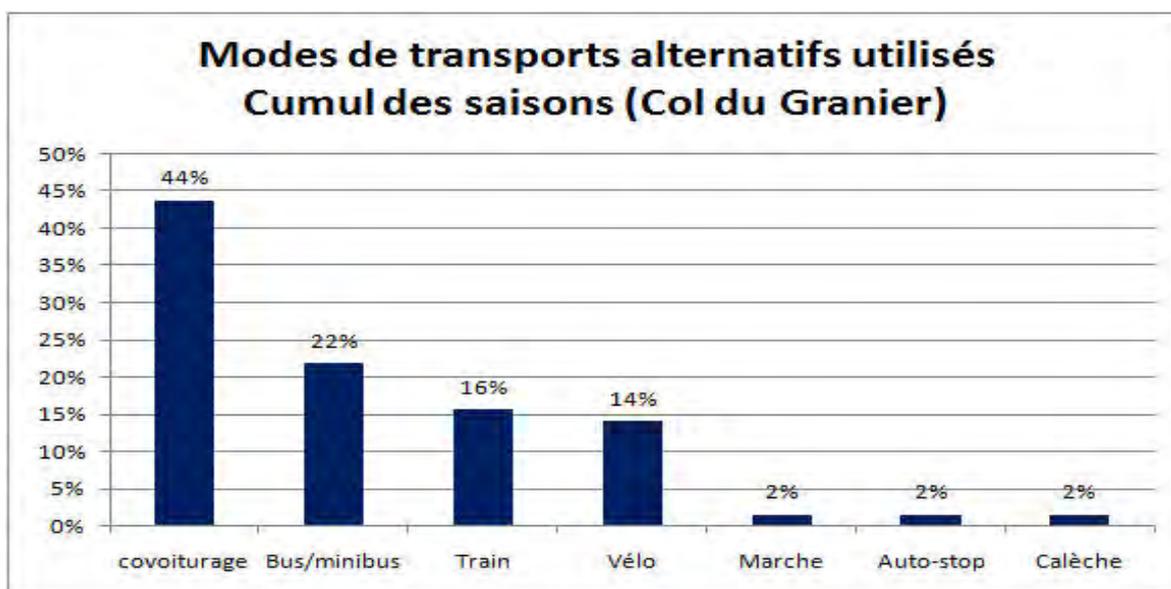
(voir également annexe 5 - Carte des origines par saison)



Utilisation des modes de transports alternatifs à la voiture (effectif 176) :

28% de visiteurs ont déjà utilisé les modes de transports alternatifs à la voiture individuelle pour se rendre en montagne.

Parmi les modes de transports alternatifs utilisés, le principal reste le covoiturage : celui-ci représente 44% des modes alternatifs utilisés. Le second mode de transport alternatif utilisé est le bus.

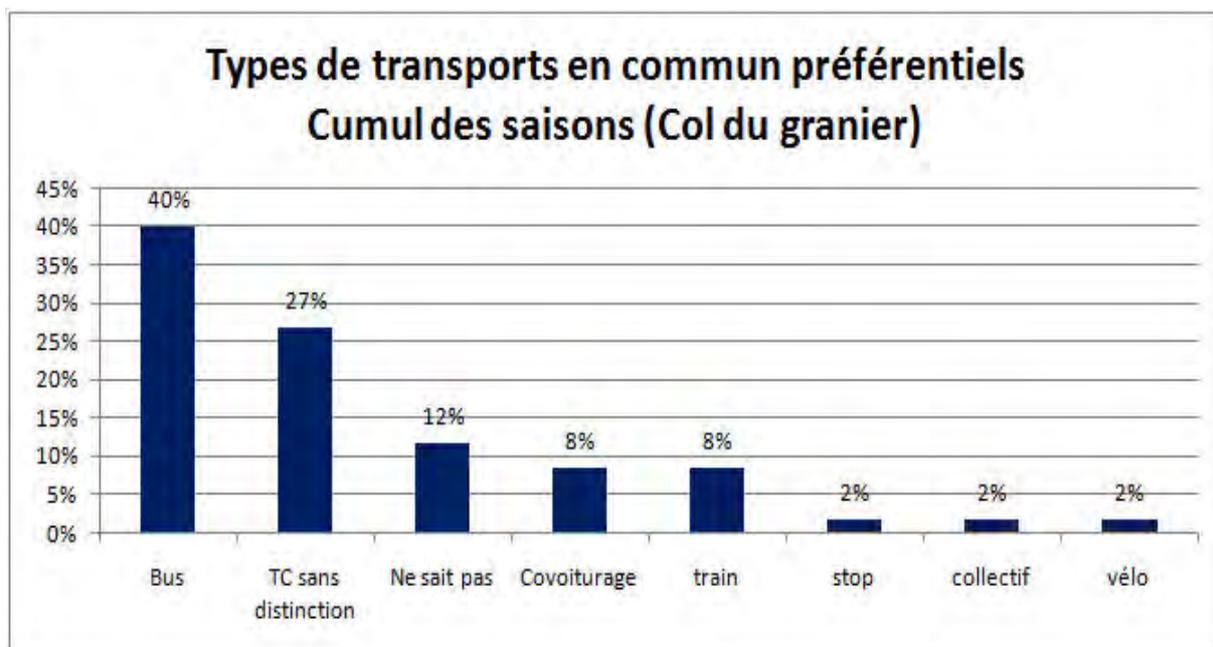


Motivation d'utilisation des transports alternatifs (effectif 176) :

36% des visiteurs se disent prêts à utiliser les modes de transports alternatifs à la voiture pour se rendre en montagne.

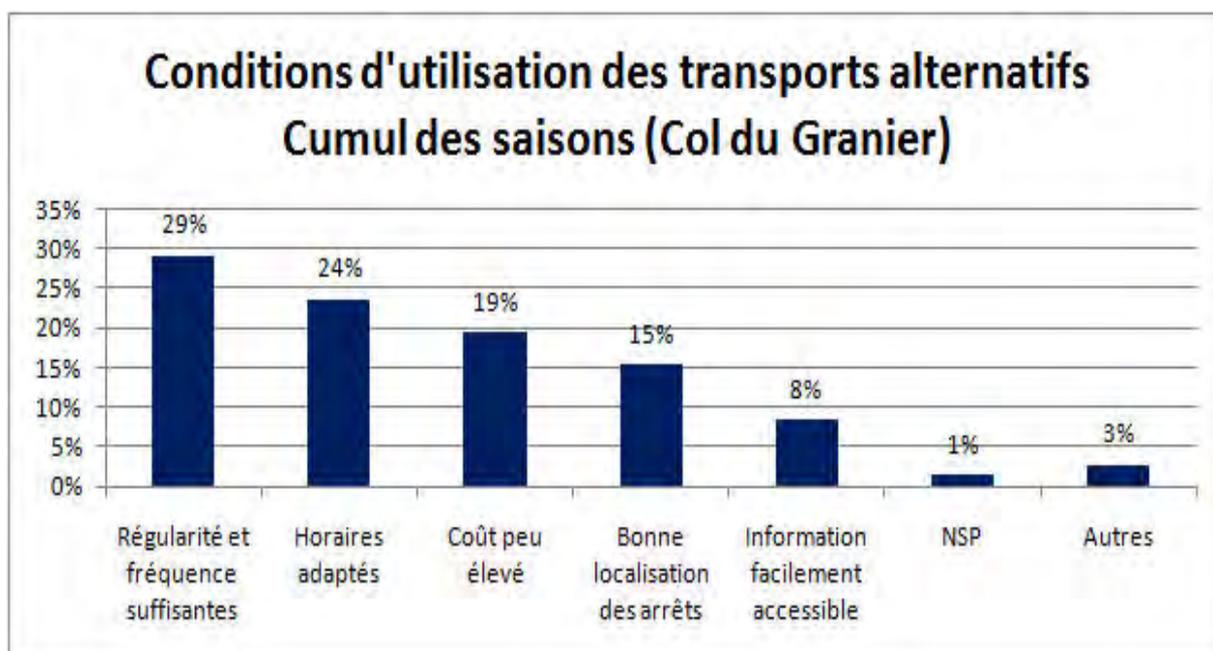


Les modes de transports alternatifs à la voiture préférés sont principalement les transports en commun. Ceux-ci représentent en effet 77% des modes de déplacements que les visiteurs seraient prêts à utiliser pour se rendre en montagne. Les bus quant à eux regroupent 40% des réponses. On notera, parmi les visiteurs prêts à utiliser les modes de transports alternatifs, une certaine part de visiteurs qui n'ont pas cité de mode en particulier.



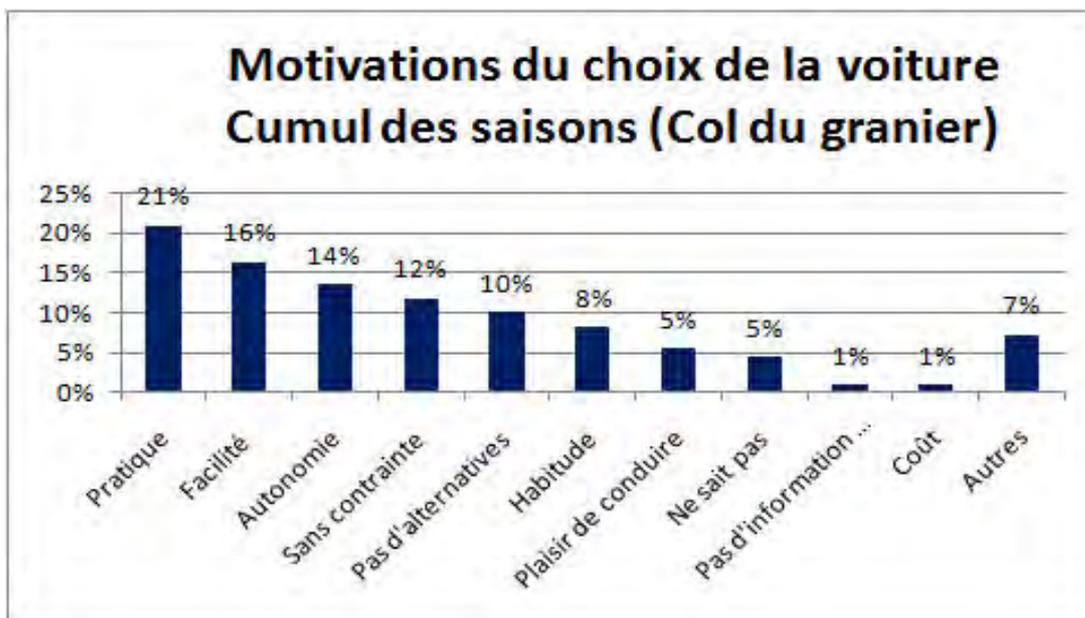
Conditions d'utilisation des transports alternatifs à la voiture (effectif 72) :

On remarque que de nombreuses conditions à l'utilisation des transports alternatifs apparaissent. La principale est la fréquence et la régularité de la desserte : elle représente 29% des réponses. En effet, il existe une ligne de bus menant au col du Granier mais dans la mesure où les horaires ne sont pas adaptés aux besoins des visiteurs, cette ligne est désertée. Le coût du transport n'est pas la condition principale mais reste fort important : il regroupe 19% des conditions avancées. Il est intéressant de noter que l'accessibilité à l'information n'apparaît pas comme une condition primordiale à l'utilisation des transports en commun.



Motivation du choix de la voiture comme mode privilégié (effectif 110) :

Les trois principales motivations à l'utilisation de la voiture comme mode de transport privilégié sont : l'aspect pratique de celle-ci (21%), la facilité d'usage (16%) et l'autonomie qu'elle procure (14%). Seulement 13% des motivations d'utilisation préférentielle de la voiture sont liées à une faiblesse des alternatives à la voiture (pas d'alternatives satisfaisante et manque d'information). On notera également que « l'habitude » n'est que peu citée en tant que raison d'utilisation de la voiture comme mode unique de déplacement.



MISE EN PARALLELE DES SAISONS - Col du Granier

PROFIL DES VISITEURS

La tranche d'âge la plus représentée est celle des 40-60 ans, excepté à l'automne, période pour laquelle les 60-75 ans sont les plus nombreux. La part de jeunes entre 20 et 40 ans n'est pas négligeable en été (27% des visiteurs de cette saison). En hiver, la seconde tranche d'âge la plus représentée est celle des plus de 60 ans mais celle des 20-40 ans reste également importante.

Quelque soit la saison, les catégories socioprofessionnelles supérieures occupent une place importante parmi les visiteurs interrogés, même si la catégorie socioprofessionnelle la plus représentée à l'automne est celle des retraités. En été, on remarque une plus grande part d'employés que de retraités. En hiver, les catégories socioprofessionnelles supérieures et retraités sont les plus présentes parmi les visiteurs : elles représentent respectivement un tiers des visiteurs.

Quelque soit la saison, une grande majorité des visiteurs viennent de la région Rhône-Alpes. Bien que le site soit situé en Savoie, en été ce sont les Isérois qui sont le plus représentés : on compte 45% d'Isérois contre 38% de Savoyards. Pour les autres saisons, le site est majoritairement fréquenté par des savoyards : on compte 36% de savoyards et 21% d'Isérois en automne, et 43% de Savoyards contre 23% d'Isérois en hiver. Il faut noter que la part des autres départements français n'est pas négligeable en automne et en hiver, saison au cours de laquelle elle dépasse la part d'Isérois.

Sur le site en période estivale, on rencontre en même proportion des montagnards assidus (qui se rendent en montagne plus d'une fois par mois) et des montagnards occasionnels (qui se rendent en montagne moins de 10 fois par an). Il en est de même à l'automne. En hiver, c'est le contraire : le public qui fréquente le col du Granier n'est pas un public de montagnards : on notera que 27% des visiteurs viennent pour la première fois en montagne.

Les visiteurs du site de toute saison sont des connaisseurs de la Chartreuse. En été, la moitié se dit habituée du massif. En automne comme en hiver, la moitié des visiteurs vient plusieurs fois par an. Toutefois, environ un tiers des visiteurs de l'automne vient pour la première fois.

Quelque soit la saison, une grande majorité de visiteurs est déjà venue sur le site. EN été, 84% des visiteurs interrogés sont déjà venus plusieurs fois sur le site. A l'automne, la moitié d'entre eux y vient plusieurs fois par an et 40% viennent pour la première fois. Le public qui fréquente le site du Col du Granier en automne est donc varié. En hiver, les 2/3 des visiteurs de la Chartreuse sont des habitués du site quant au 1/3 restant c'est la première fois qu'ils visitaient le site.

UTILISATION DU SITE

La marche est l'activité principale pratiquée sur le site du Col du Granier : elle représente 53% des activités estivales, 49% des activités de l'automne et 46% des activités hivernales. Dans la mesure où ce site est un col, la proportion de visiteurs qui sont « de passage seulement » et qui ne pratiquent pas d'activité particulière, n'est pas négligeable quelque soit la saison. Le site n'est pas marqué par une variété d'activités importante en période estivale. C'est le contraire en automne, où l'on observe une grande variété d'activités pratiquées sur le col du Granier. De même en hiver, on observe une forte diversité des activités pratiquées. A cette saison, les activités « neige » (ski, luge, raquettes) regroupent 30% des activités pratiquées.

Quelque soit la saison, une grande majorité de visiteurs viennent en excursion à la journée. Les visiteurs en séjour sont donc en quantité faible, voire nulle en hiver. A toute saison, on observe une forte proportion de visiteurs qui restent moins de 2 heures sur le site : ils représentent la moitié des visiteurs en été (la majorité restant moins d'une heure), 77% des visiteurs de l'automne et 59% de visiteurs hivernaux (la majorité restant entre 1 à 2 heures pour ces deux saisons). En période estivale comme en période hivernale, le temps passé sur le site est très varié et non homogène car on compte un nombre important de visiteurs venus à la demi-journée. Pour l'automne, le temps passé sur le site est court : la configuration du site attire en effet les visiteurs de passage.

En été, les arrivées se font principalement entre 8h30 et 10h30. Il n'y a plus d'arrivées après 17h. En automne, c'est entre 9h00 et 12h00 ainsi que entre 13h00 et 15h00 que l'essentiel des visiteurs arrivent. A cette saison, on note un ralentissement des arrivées à l'heure du déjeuner et aucune arrivée n'a lieu après 16h. En hiver, la fréquentation se fait dans un laps de temps assez court : aucune arrivée n'a lieu avant 9h30 et le nombre d'arrivées croît rapidement jusqu'à 12h30. En hiver, les arrivées ralentissent entre 10h30 et 11h30 mais pas entre midi et deux.

Les visiteurs du site viennent principalement en couple en été et en hiver : en effet, ceux-ci représentent 45% des groupes de visiteurs de l'été et 40% des groupes de visiteurs de l'hiver.

Les familles constituent le second groupe d'individus le plus important de la saison estivale. A l'automne, on observe une prépondérance de deux groupes : les couples et groupes d'amis regroupent respectivement 36% et 32% des groupes de visiteurs. Les personnes seules sont fortement représentées sur ce site en automne et en hiver.

Quelque soit la saison, la majorité des visiteurs sont venus de leur domicile principal. L'hébergement touristique est très faible en été : il représente seulement 6% des lieux de départ pour venir sur le site. Il est plus important à l'automne et en hiver.

La voiture reste le mode de transport le plus utilisé pour se rendre sur le site quelque soit la saison : une grande majorité de visiteurs viennent en voiture individuelle et une part importante vient en covoiturage. En été, le covoiturage n'a pas été très utilisé : il représente seulement 3 % des modes de transports. On note qu'à cette saison, 15% des visiteurs sont venus sans voiture sur le site, c'est-à-dire à vélo ou à pied. La caractéristique du site (col et route départementale) explique sûrement le nombre important de personnes venues à vélo en été et automne. En hiver, aucune personne n'est venue à pied ou à vélo.

Aucun groupe interrogé en été n'est venu avec plus d'une voiture et la majorité des visiteurs sont venus à deux. Par ailleurs, on peut préciser qu'à cette saison seulement 3,4 % des voitures n'avaient qu'un seul passager. A l'automne, 85% des visiteurs sont venus à une voiture et 17,5% des voitures n'avaient qu'un seul passager. En hiver, 88% des visiteurs sont venus à une voiture et 10,6% des voitures n'avaient qu'un seul passager. Le nombre moyen de visiteurs par voiture en hiver est de 3,02 contre 2,74 en été et 2,67 en automne.

Seulement 20% des personnes interrogées ont consommé sur le site en été. Ils sont 44% à avoir consommé à l'automne et 40% en hiver. L'été reste donc la saison où les visiteurs consomment le moins. Quelque soit la saison, les consommations principales sont des boissons.

PERCEPTION DU SITE

Dans la plupart des cas, le mode de connaissance du site n'est pas connu ou apparaît difficilement mémorable : ainsi, quelque soit la saison, de nombreuses réponses restent peu précises (« du coin », « habitué », depuis longtemps »). Ce type de réponse regroupe la moitié des réponses avancées en automne et 60% des réponses d'hiver. Quelque soit la saison, le mode de connaissance du site le plus cité reste donc le bouche-à-oreille. En été comme en hiver, les modes de communication (médias, offices de tourisme et guides touristiques) occupent une faible part. A l'inverse, à l'automne, les modes de communication jouent chacun une part quasi équivalente au bouche à oreille dans la connaissance du site : 21% des visiteurs ont connu le site de cette manière.

On observe qu'il y a une grande diversité des motivations présentées dans l'explication du choix du site quelque soit la saison. A l'automne, le nombre de réponses « autres » confirme cette idée. En été comme en hiver, deux motivations du choix du site se détachent : la beauté du site représente 21% des réponses en été et 18% des réponses en hiver ; les conditions d'accès (proximité et facilité d'accès) quant à elles représentent 23% des motivations d'été et 14% des motivations d'hiver. A l'automne, les conditions d'accès au site représentent 20% des motivations mais la beauté du site n'occupe pas une grande part. En été et en hiver, on note un nombre important de venues liées à un circuit touristique. Un nombre conséquent de visiteurs hivernaux viennent sur ce site parce qu'il est un endroit idéal pour leur activité (luge). Il est intéressant de noter que la présence de personnes n'ayant pas de motivation particulière expliquant leur venue sur ce site n'est pas négligeable : en été, 13% des réponses concernent un arrêt non prévu (en passant, par hasard), en automne 14%. Ainsi, il faut retenir que les raisons qui expliquent la venue d'une personne ou d'un groupe de personnes sur le site sont multiples et ne peuvent pas être considérées de manière séparées car elles se combinent : un même visiteur ayant cité plusieurs motivations.

On remarque qu'un fort taux d'individu n'a pas souhaité donner son avis concernant le mode de transport idéal pour venir sur le site. On observe une quantité importante de non-réponses en été, 22% des visiteurs interrogés à l'automne et 86% des visiteurs de l'hiver ont répondu « ne sait pas ». En saison estivale, la diversité des transports idéaux cités (navette électrique, vélo électrique, téléportés...) est à prendre en compte. A cette saison, les navettes et bus regroupent la moitié des transports idéaux et la voiture n'apparaît qu'en deuxième position. En hiver, personne n'a cité la voiture comme mode idéal : le principal mode de déplacement cité sont les transports en commun. Au contraire, à l'automne, la voiture apparaît comme étant le mode idéal principalement cité. Les navettes/bus occupent également une place importante à cette saison. Dans la mesure où de nombreuses personnes n'ont pas répondu et que la voiture et les transports en commun ne sont pas fortement distingués, on peut conclure que dans le public de l'automne, aucun mode de transport idéal n'est prédominant.

RELATIONS AUX MODES DE TRANSPORTS

Quelle que soit la saison, la voiture reste le mode de transport le plus utilisé pour les activités de loisirs en montagne.

Parmi les autres modes de transports utilisés, le covoiturage est le plus utilisé en été et en hiver. Les transports en commun restent les principaux modes de déplacements alternatifs à la voiture individuelle à l'automne.

En été, la moitié des visiteurs se déclarent prêts à utiliser les modes de transports alternatifs à la voiture individuelle : les modes de transports préférentiels sont alors les modes de transports en commun sans distinction particulière. A l'automne, 44 % des personnes interrogées se déclarent prêtes à utiliser plus souvent un mode de transport alternatif à la voiture individuelle pour se rendre en montagne. Les principaux modes cités sont les transports en commun : ceux-ci représentent 80% des modes que les visiteurs seraient prêts à utiliser. Ce sont les bus/navettes qui ressortent. En hiver, la part de visiteurs motivés par les transports alternatifs à la voiture est moindre : seulement un tiers des visiteurs se disent prêts à les utiliser.

SYNTHESE DES RESULTATS SUR L'ANNEE - Col du Granier

Chaque pourcentage est effectué en fonction du nombre de personnes interrogées et ayant répondu à la question.

EFFECTIFS PAR SAISON :

Automne : 48 personnes interrogées.

Été : 71 personnes interrogées.

Hiver : 70 personnes interrogées.

PROFIL DES VISITEURS :

	Nationalité	Sexe	Catégories socioprofessionnelles	Age
été	91% des visiteurs sont de nationalité Française	48% d'hommes et 52% de femmes	34% de cadres, 21% de retraités.	73% des visiteurs ont plus de 40 ans
automne	92% de Français	74% d'hommes et 26% de femmes	37% de retraités et 29% de cadres	77% des visiteurs ont plus de 40 ans
hiver	97% de Français	67% d'hommes et 33% de femmes	36% de cadres et 34% de retraités	73% des visiteurs ont plus de 40 ans

Origines géographiques	Région Rhône- Alpes	Isère	Savoie
été	72%	45%	38%
automne	67%	21%	36%
hiver	70%	23%	43%

Fréquentation de la montagne	Visiteurs qui fréquentent la montagne plus d'une fois par mois	Visiteurs qui fréquentent la montagne entre 1 et 10 fois par an
été	40%	43%
automne	34%	35%
hiver	26%	38%

Fréquentation du Massif de la Chartreuse	Visiteurs déjà venus en Chartreuse	Visiteurs qui se disent habitués de la Chartreuse
été	70%	52%
automne	67%	60%
hiver	63%	53%

Habitudes de fréquentation du site	Visiteurs déjà venus sur le site	Visiteurs venus plus d'une fois	Visiteurs venus plusieurs fois par an
été	72%	84%	
automne	67%	38%	50%
hiver	64%	63%	36%

UTILISATION DU SITE

Activités pratiquées	Promenade	Randonnée	De passage
été	26%	27%	14%
automne	33%	16%	13%
hiver	20%	10%	0%

Type de séjour	Excursionnistes	Visiteurs qui restent sur le site plus de 3 heures	Visiteurs qui restent moins de 2 heures
été	68%	46%	54%
automne	96%	22%	77%
hiver	97%	40%	42%

Constitution des groupes	Familles	Couples	Groupes d'amis	Personnes seules
été	33%	46%	13%	8%
automne	13%	36%	32%	15%
hiver	30%	40%	30%	12%

Type d'hébergement	Domicile principal	Hébergement touristique
été	87%	6%
automne	64%	21%
hiver	69%	19%

Mode de transport utilisé	Visiteurs venus en voiture individuelle	Visiteurs venus en covoiturage
été	81%	3%
automne	65%	8%

hiver	73%	21%
-------	-----	-----

Consommation	Visiteurs qui consomment sur le site	Type de consommation majoritaire
été	20%	Boisson : 53%
automne	44%	Boisson : 25%
hiver	40%	Boisson : 25%

PERCEPTION DU SITE

Mode de connaissance du site	Habités, déjà venus	Bouche à oreille	Moyens de communication : médias, guides touristiques, offices de tourisme
été	45%	20%	10%
automne	50%	26%	21%
hiver	60%	24%	8%

Motivations du choix du site	Réponse 1	Réponse 2	Réponse 3
été	Proximité et facilité d'accès : 23%	Beauté du site : 21%	De passage : 11%
automne	Proximité et facilité d'accès : 20%	De passage : 14%	Beauté du site : 10%
hiver	Beauté du site : 18%	Proximité et facilité d'accès : 14%	Circuit touristique 11%

Modes de transport idéal pour le site	Réponse 1	Réponse 2	Réponse 3
été	Navette/Bus : 50%	Voiture : 23%	Covoiturage : 8%
automne	Ne sait pas : 46%	Voiture : 25%	Navette/bus : 21%
hiver	Ne sait pas : 86%	Navette/Bus : 11%	Covoiturage : 3%

PERCEPTION DES MODES DE TRANSPORT

Habitudes de transport	Visiteurs qui ont déjà utilisé un mode de transport alternatif
été	24%
automne	38%
hiver	26%

Connaissance des possibilités de transports alternatifs	Pourcentage de bonne connaissance
été	
automne	6%
hiver	0%

Motivations vis-à-vis des modes de transports alternatifs :	Visiteurs qui se déclarent prêts à utiliser plus souvent un mode de transport alternatif
été	51%
automne	44%
hiver	30%

SAISON ESTIVALE - Col du Granier 71 personnes interrogées

86% des questionnaires ont été remplis avec de belles conditions météorologiques. Les journées d'enquête estivales couvraient un mardi, ainsi que 2 samedis et 2 dimanches.

« Profil type » du visiteur estival

Le visiteur type est un Isérois, d'environ 50 ans, de catégorie socio-professionnelle supérieure. Il ne se rend pas souvent en montagne (moins de 10 fois par an) mais connaît bien la Chartreuse. Il est déjà venu sur le site plusieurs fois. Il n'utilise pas les modes de transports alternatifs à la voiture pour se rendre en montagne mais il serait prêt à le faire.

La « sortie type » du visiteur estival

Les visiteurs sont partis de leur domicile principal et viennent sur le site en voiture pour effectuer une randonnée en couple. Il s'agit d'une excursion qui dure entre 1 à 2 heures au cours de laquelle le couple ne consommera pas. On vient profiter de la beauté du paysage et du panorama d'un site à proximité du domicile.

PROFIL DES VISITEURS

91% des visiteurs interrogés sont de nationalité française. Parmi les visiteurs interrogés, on trouve 52% de femmes et 48% d'hommes.

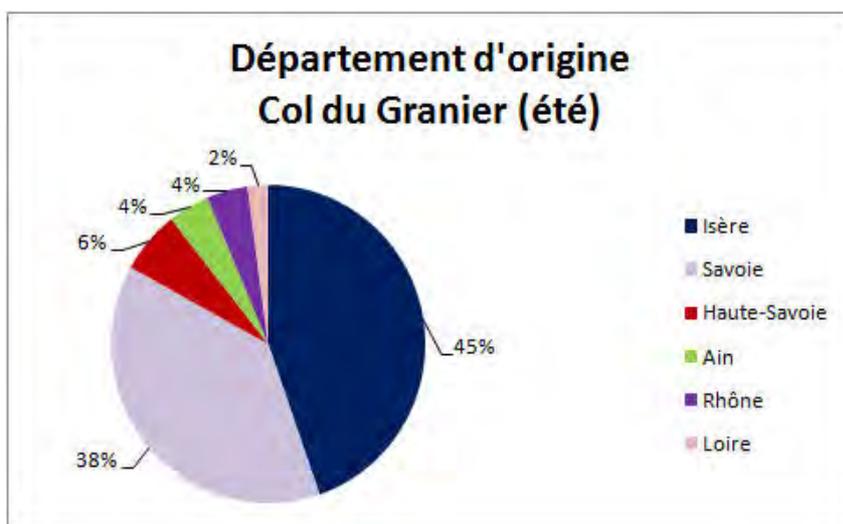
74 % ont plus de 40 ans. On observe que la part de jeunes entre 20 et 40 ans n'est pas négligeable : 27% des visiteurs se rangent dans cette tranche d'âge. C'est donc la deuxième tranche d'âge la plus représentée après les 40-60 ans.

Catégories socioprofessionnelles (effectif 71) :

Un tiers des visiteurs sont des cadres et professions intermédiaires, ce sont les plus nombreux. Les employés regroupent 27% des visiteurs et les retraités 21%.

Origines géographiques (effectif 71) :

72% des visiteurs interrogés viennent de Rhône-Alpes. Parmi ces personnes, on trouve 45 % d'Isérois et 38 % de Savoyards. Paradoxalement, sur un site situé en Savoie et proche de l'agglomération Chambérienne, ce sont les Isérois les plus représentés. Parmi les non Rhône-alpins, on compte 13 départements différents représentés.



Fréquentation de la montagne (effectif 70) :

40% des visiteurs du site se rendent régulièrement en montagne (plus d'une fois par mois). Parmi eux, 27% y vont plus de 2 fois par mois. 43% des visiteurs du site fréquentent rarement les espaces montagnards (entre 1 et 10 fois par an) et 23% d'entre eux s'y rendent moins de 3 fois par an. On remarque un public de personnes ayant des profils très différents : sur le site, on rencontre des montagnards assidus tout comme des montagnards occasionnels.

Fréquentation du massif de la Chartreuse et du site (effectif 68) :

70% des visiteurs interrogés sont déjà venus en Chartreuse. Parmi les connaisseurs, 52% des visiteurs interrogés se considèrent comme des habitués de la Chartreuse. De plus, 92% des connaisseurs sont déjà venus plus d'une fois en Chartreuse.

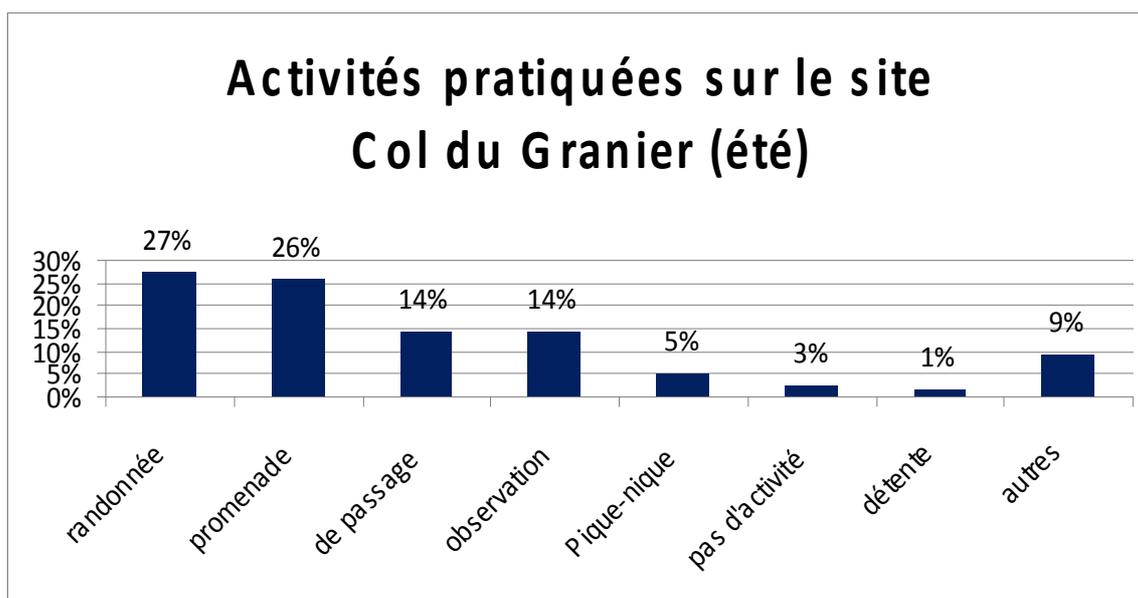
72% des visiteurs sont déjà venus sur le site du col du Granier. Parmi ces personnes, 84 % sont venues plusieurs fois.

Parmi les personnes qui ont déjà fréquenté le site, on observe une préférence pour l'été : 39% des visiteurs de la saison estivale ne fréquentent ce site qu'à cette saison.

UTILISATION DU SITE

Activités pratiquées (effectif 77 - plusieurs réponses possibles) :

La marche est l'activité principale pratiquée sur le site du Col du Granier : elle représente 53% des activités pratiquées. On observe que les proportions de randonneurs et marcheurs sont relativement équilibrées. Dans la mesure où ce site est un col, la proportion de visiteurs qui sont « de passage seulement » n'est pas négligeable (14%). Le site n'est pas marqué par un nombre d'activités important.

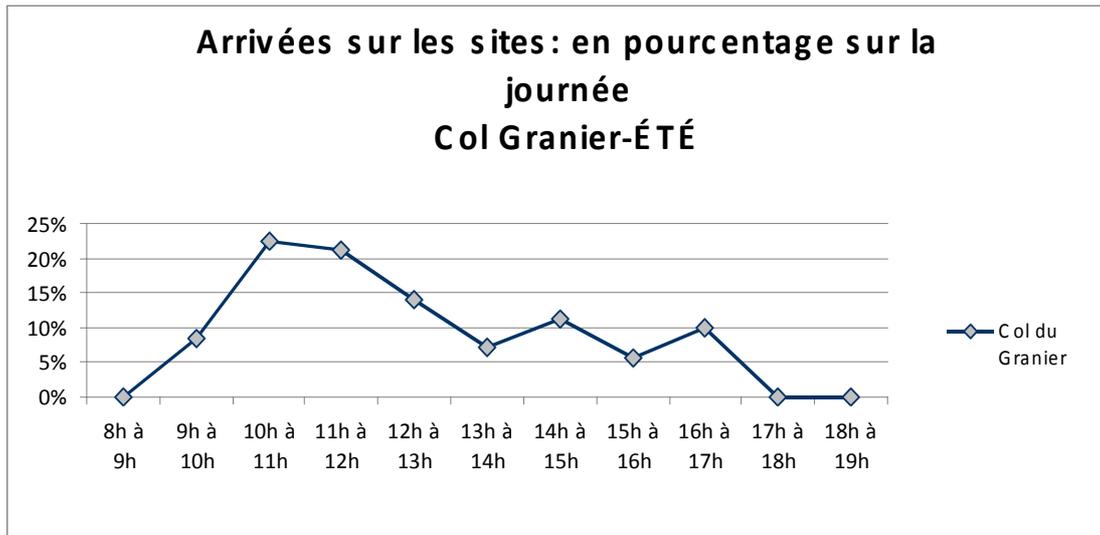


Temps passé sur le site et type de séjour (effectif 70)

68 % des visiteurs sont venus en excursion. La moitié des visiteurs en excursion restent moins de 2 heures. La proportion de visiteurs qui restent sur le site moins d'une heure est la principale : 44% des visiteurs sont concernés. On notera aussi que 46% des visiteurs restent plus de 3 heures sur le site. Ainsi, le temps passé sur le site est très varié.

On remarque une prépondérance des courts séjours (2 à 3 jours) sur les longs séjours : 23% des visiteurs interrogés sur le site sont en court séjour.

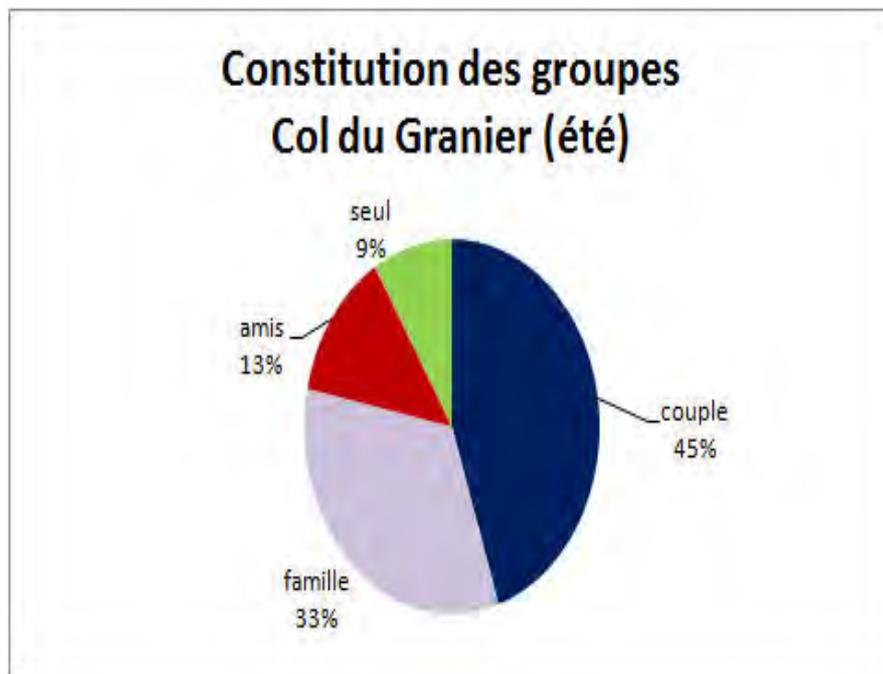
Les arrivées se font principalement entre 8h30 et 10h30. Par la suite, le nombre d'arrivées décroît globalement même si on observe deux légères augmentations des arrivées à 13h30 et 15h30. D'après le graphique en annexe 4 (« heures d'arrivées »), à 13 heures, le col du Granier atteint 66% de sa fréquentation. Les 80% de la fréquentation sont atteints à 14 heures. On note que les arrivées continuent pendant l'heure du déjeuner et qu'il n'y a plus d'arrivées à partir de 17h.



Constitution des groupes d'individus (effectif 69) :

45% des visiteurs sont venus en couple. Les familles constituent le second groupe d'individus le plus important : un tiers des visiteurs sont en effet venus en famille.

Il faut noter que 76% des visiteurs viennent sur le site sans enfants : cette proportion regroupe les trois quart des visiteurs qui sont les couples, les amis (13%) et les quelques personnes venues seules (8%). Il faut noter qu'étant donné la proportion de visiteurs venus à deux (58%), les groupes d'amis étaient présents sur le site par groupe de deux.



Type d'hébergement (effectif 55)

Même si ces réponses ne figurent pas dans les pourcentages présentés, il ne faut pas négliger le fait que le nombre de non réponses à cette question est important (effectif 16). Ceci est sûrement dû à une absence de note des enquêteurs qui, ayant demandé aux visiteurs où ils habitaient, ne trouvaient pas judicieux de demander d'où ils étaient partis (dans la mesure où la plupart sont des locaux) ou n'ont pas noté, sur le moment, cette information qu'ils avaient déjà.

Ainsi, la majorité des visiteurs (87%) sont venus de leur domicile principal. L'hébergement touristique est très faible : il représente seulement 6% des lieux de départ pour venir sur le site.

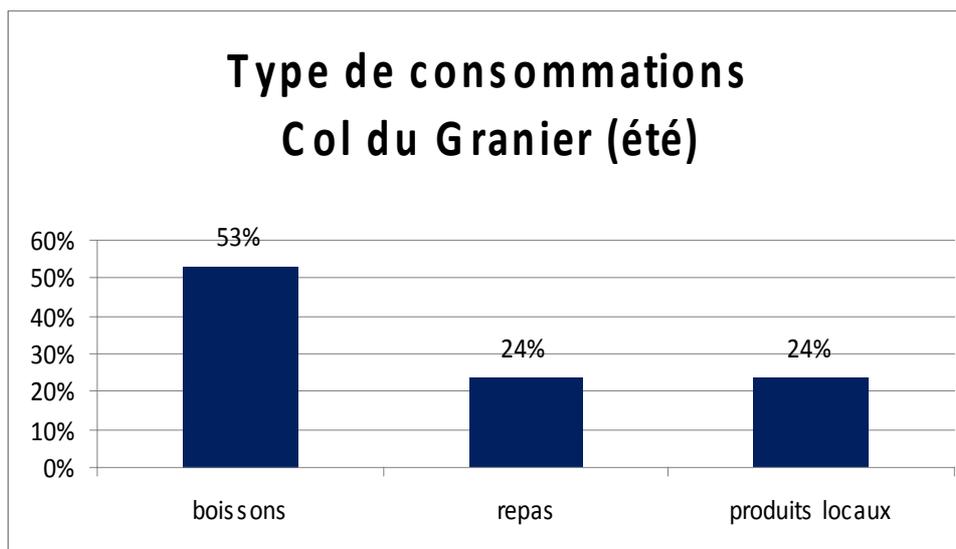
Modes de transports utilisés (effectif 74 - plusieurs réponses possibles) :

81% des visiteurs sont venus avec leur voiture. Le covoiturage n'a pas été très utilisé pour venir sur le site en été : il représente seulement 3 % des modes de transports. 15% des visiteurs sont venus sans voiture sur le site, c'est-à-dire à vélo ou à pied.

85% des visiteurs viennent avec une seule voiture. Aucun groupe interrogé n'est venu avec plus d'une voiture (on trouve un groupe de 9 personnes au maximum) et la majorité des visiteurs sont venus à deux. Le nombre moyen de visiteurs par voiture est de 2,74. On compte 2 enquêtés qui sont venus chacun avec leur véhicule, soit 3% du total. Par ailleurs, on peut préciser que 3,4 % des voitures n'avaient qu'un seul passager.

Consommation (effectif 70 - plusieurs réponses possibles) :

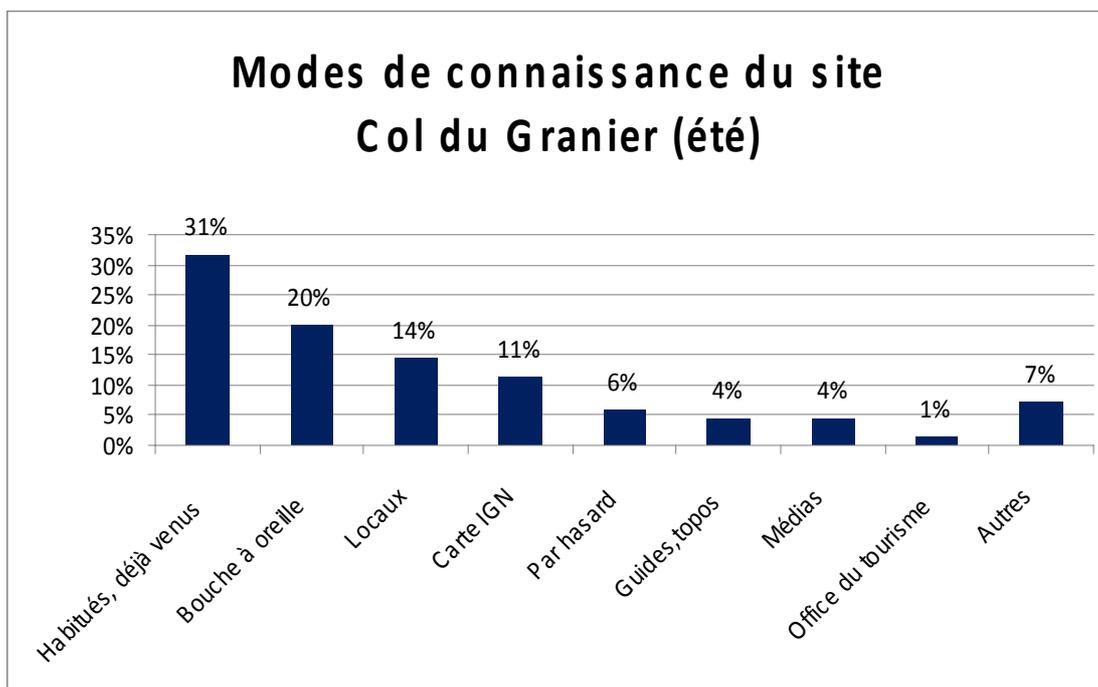
20% des personnes interrogées ont consommé sur le site. La consommation principale est composée de boissons.



PERCEPTION DU SITE :

Mode de connaissance du site (effectif 70) :

De nombreuses réponses à cette question ne citent pas le mode de connaissance du site proprement dit. En effet, 46 % des réponses décrivent une connaissance du site « depuis toujours », ou expliquent que les personnes sont des « habituées » voire des « locaux » pour qui la connaissance du site est évidente : le mode de connaissance n'étant dans la plupart des cas pas connu ou difficilement mémorable. Ainsi, le mode de connaissance du site le plus cité reste le « bouche-à-oreille ». Il est d'ailleurs fort probable que les visiteurs interrogés ayant répondu qu'ils connaissaient le site depuis longtemps ou qu'ils étaient du coin aient connu le site de cette manière. On peut donc conclure que les modes de communications occupent une faible part dans la connaissance du site : en effet, les médias, offices de tourisme et guides touristiques, ne représentent que 10% des réponses.

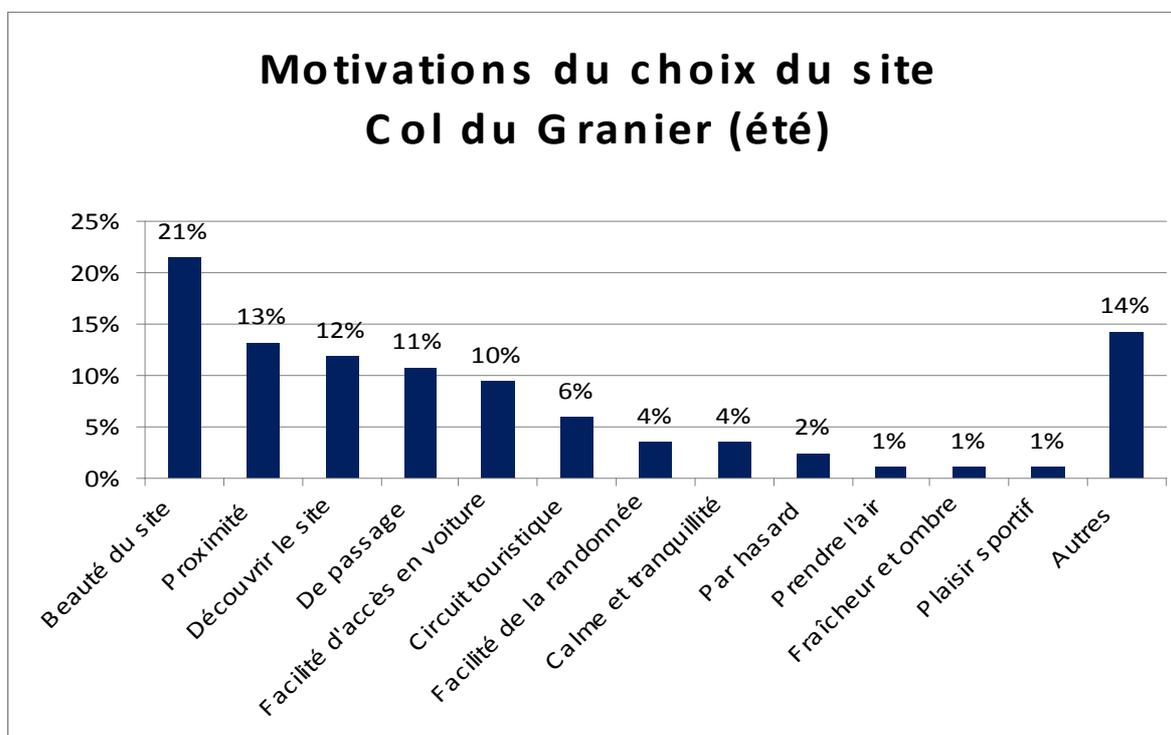


Motivation du choix du lieu (effectif 84 - plusieurs réponses possibles) :

Parmi l'ensemble des motivations qui ont poussé les visiteurs à venir sur ce site, deux motivations principales se détachent des autres :

- la beauté du site représente 21% des réponses,
- les conditions d'accès (proximité et facilité d'accès) regroupent 23% des motivations citées.

Il est intéressant de noter que la présence de personnes n'ayant pas de motivation particulière expliquant la venue sur ce site n'est pas négligeable : 13% des réponses concernent un arrêt non prévu (en passant, par hasard). A noter la réponse « circuit touristique » qui semble particulière à ce site de col remarquable.



Mode de transport idéal pour le site (effectif 52) :

Parmi les transports cités, les navettes et bus regroupent la moitié des transports idéaux pour venir sur le site. La voiture n'apparaît qu'en deuxième position avec 23% des réponses. La diversité des transports idéaux cités (navette électrique, vélo électrique, téléportés...) est à prendre en compte.

Il faut ajouter qu'une part importante de « non-réponses » a été recueillie pour cette question : les non-réponses représentent en effet le même effectif que le nombre de réponses navette/bus.

UTILISATION ET PERCEPTION DES MODES DE TRANSPORT

Habitudes de transports (effectif 59) :

24 % des visiteurs interrogés ont déjà utilisé un mode de transport alternatif à la voiture pour leurs sorties en montagne. Le covoiturage reste le mode de déplacement le plus utilisé parmi les modes de transports alternatifs à la voiture individuelle.

La voiture est le mode de transport le plus utilisé pour les activités de loisirs en montagne. La part de non-réponses n'est pas négligeable pour cette question mais si elle n'a pas été prise en compte dans le calcul des pourcentages.

Motivation pour les transports alternatifs (effectif 51) :

51 % des personnes interrogées se déclarent prêtes à utiliser plus souvent un mode de transport alternatif. Cette question a rencontré une quantité non négligeable de non-réponses : en effet, 20 personnes n'ont pas répondu. Les transports en commun représentent 92% des modes de transports alternatifs à la voiture que les visiteurs interrogés seraient prêts à utiliser. On remarque que ces individus ont cité comme mode préférentiel les « transports en commun » sans distinction particulière.

SAISON AUTOMNE - Col du Granier 48 personnes interrogées

Les enquêtes au col du Granier à l'automne se sont déroulées : un mercredi, un jeudi, un vendredi, un samedi et un dimanche. 77% des questionnaires ont été remplis sous de belles conditions météorologiques et seulement 4% des interviews ont été réalisés par temps de pluie.

Le « profil type » du visiteur de l'automne

Le visiteur « type » est un Savoyard âgé de 70 ans à la retraite. Il se rend régulièrement en montagne : une fois par mois ou plus. Déjà venu en Chartreuse, c'est un habitué du massif qu'il fréquente plusieurs fois par an. Le site du col du Granier ne lui est pas inconnu et il y va même plusieurs fois par an. Pourtant, il ne connaît pas du tout la ligne de bus qui permet l'accès au site. Il n'est pas motivé pour utiliser les modes de transports alternatifs à la voiture individuelle pour se rendre en montagne, ce qu'il n'a jamais fait.

La « sortie type » du visiteur de l'automne

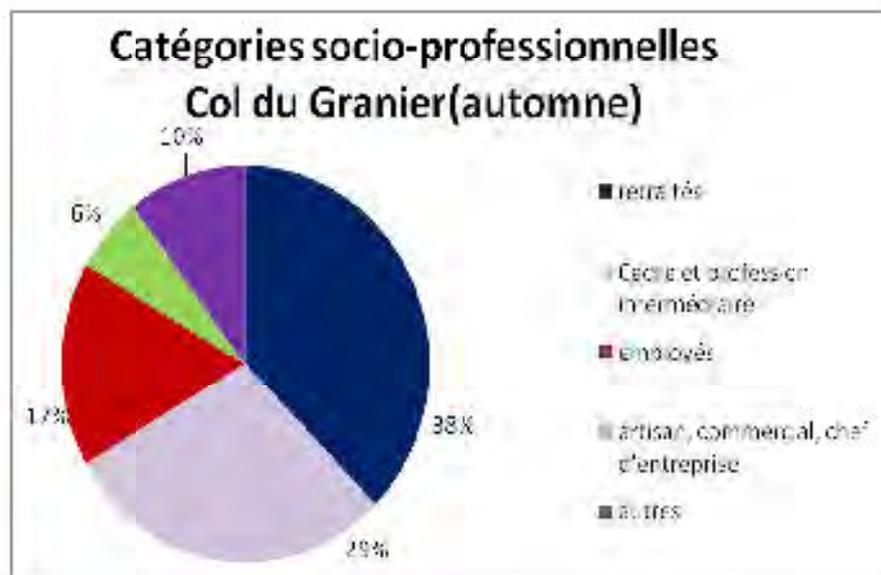
La sortie « type » est une excursion en couple au cours de laquelle on effectue une promenade d'une à deux heures sans consommer. Le couple est parti de son domicile en voiture. Ce mode de transport reste le mode de déplacement idéal pour venir sur le site aux yeux des visiteurs. On vient sur ce site principalement parce qu'il est situé à proximité du lieu d'habitation.

PROFIL DES VISITEURS

92% de la population interrogée est de nationalité française. Parmi les visiteurs interrogés, on trouve 74% d'hommes et 26% de femmes. 77% des visiteurs interrogés ont plus de 40 ans. La tranche d'âge la plus représentée est celle des 60-75 ans. Le public qui fréquente le col du Granier à cette saison est donc assez âgé.

Catégories socio-professionnelles (effectif 48) :

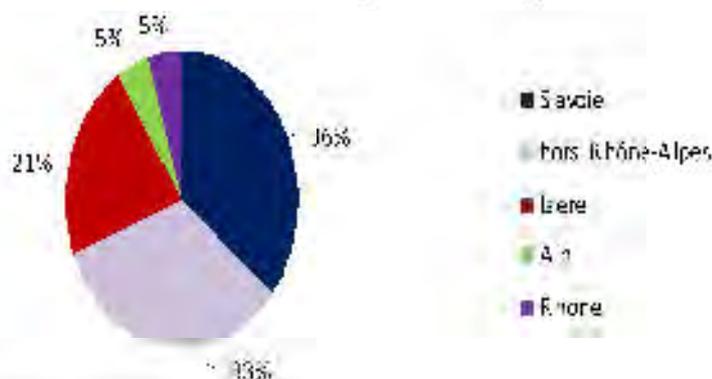
La catégorie socio-professionnelle la plus représentée est celle des retraités qui regroupent 38% des visiteurs. Ensuite viennent les catégories supérieures : 29% des visiteurs interrogés sont des cadres et professions intermédiaires.



Origines géographiques (effectif 42) :

Parmi les visiteurs interrogés, 67% sont Rhône-alpins. Un tiers des visiteurs viennent des autres départements français. Aucun étranger n'a été rencontré. On compte 36% de savoyards et 21% d'isérois. Ainsi, en automne, le site est principalement fréquenté par des Savoyards.

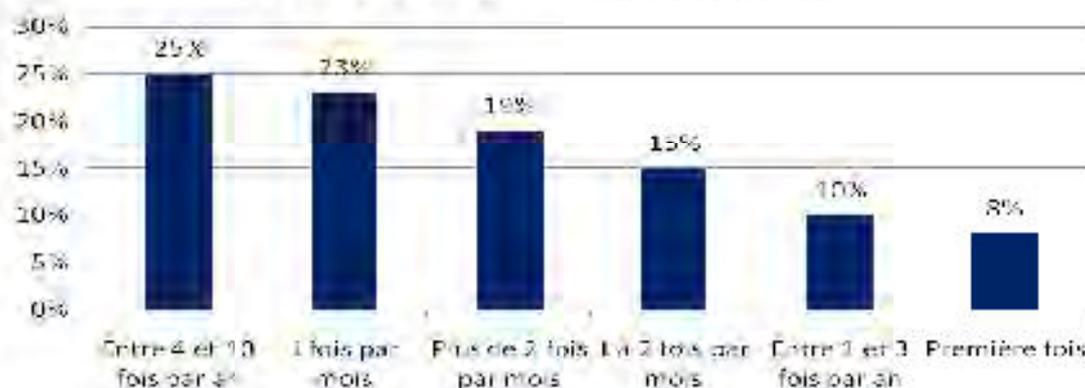
Département d'origine Col du Granier (automne)



Fréquentation de la montagne (effectif 48) :

Un tiers des visiteurs interrogés fréquente souvent la montagne (plus d'une fois par mois). Parallèlement la part de visiteurs qui fréquentent peu la montagne (entre 1 et 10 fois par an) est de 35%. Il apparaît que la proportion de montagnards assidus est la même que celle des montagnards occasionnels : le public du col du Granier est donc un public varié. Mais, il faut noter qu'une majorité de visiteurs fréquente la montagne une fois par mois ou plus (57%).

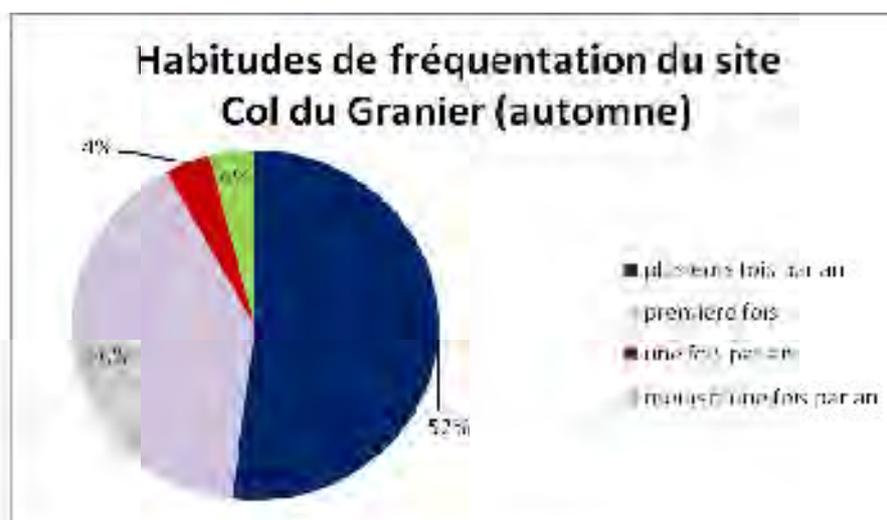
Habitudes de fréquentation de la montagne Col du Granier (automne)



Fréquentation de la Chartreuse et du site (effectif 48) :

67% des interrogés sont déjà venus en Chartreuse. Parmi ces personnes, la moitié regroupe des habitués car ils viennent plusieurs fois par an. Ainsi, le public qui fréquente le site du Col du Granier en automne est varié : la moitié vient régulièrement et un tiers vient pour la première fois.

60% des visiteurs interrogés sont déjà venus sur le site. La moitié d'entre eux vient plusieurs fois par an sur le site et 40% viennent pour la première fois.

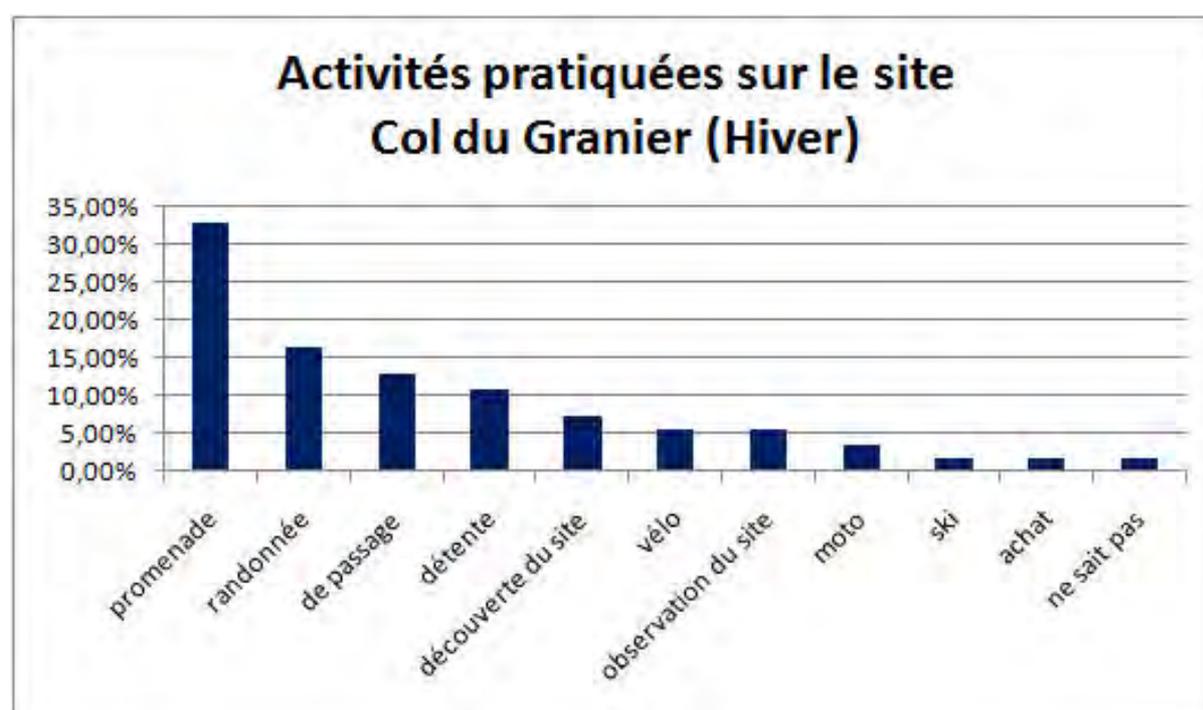


Parmi les personnes déjà venues, 34% fréquentent le site également en été et 17% fréquentent le site en hiver. On remarque que les visiteurs d'automne fréquentent principalement le site en été et automne.

UTILISATION DU SITE

Activités pratiquées (effectif 55 - plusieurs réponses possibles) :

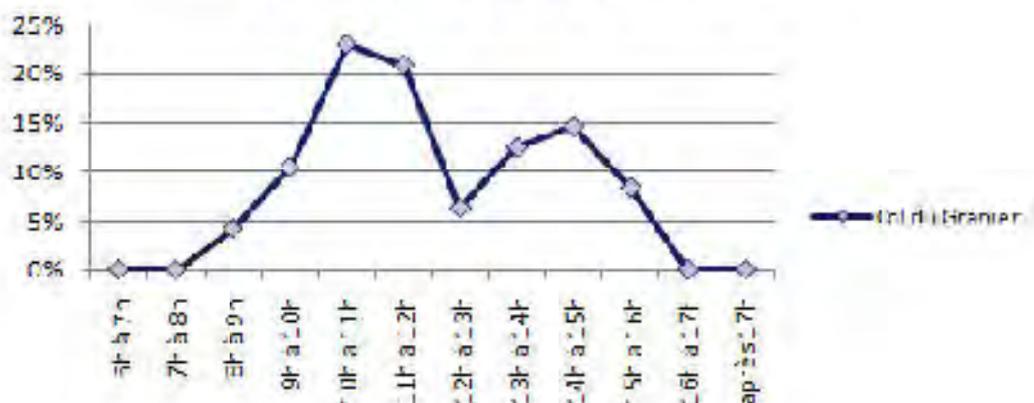
Tout d'abord, on observe une grande variété d'activités pratiquées sur le col du Granier en automne. Ces activités sont également fort variées du fait de la transition entre l'été et l'hiver (présence d'activités « neige »). La marche reste l'activité principale : elle constitue 49% des activités pratiquées et la promenade occupe la plus grande part. On observe qu'un nombre non négligeable de visiteurs sont présents sur le site mais n'ont pas d'activité particulière : ainsi, les « individus de passage » représentent 13% des pratiques.



Type de séjour et temps passé sur le site (effectif 48) :

96 % des visiteurs sont venus en excursion à la journée. 77% des visiteurs interrogés restent moins de 2 heures. Le temps passé sur le site est donc court : la configuration du site (col) attire en effet les visiteurs de passage.

AUTOMNE - Arrivées sur les sites : en pourcentage par heure



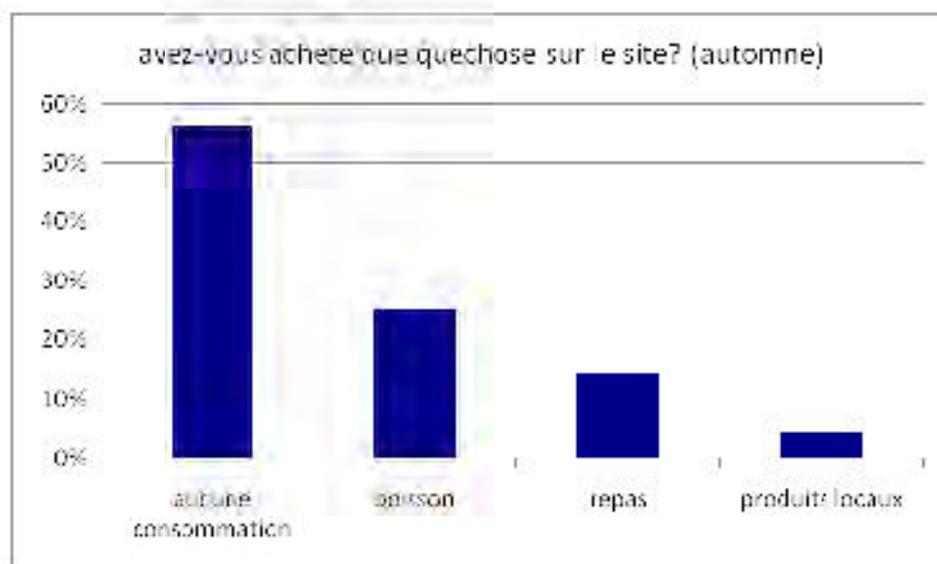
Pour le Col du Granier c'est entre 9h00 et 12h00 ainsi que entre 13h00 et 15h00 que l'essentiel des visiteurs arrivent (71% d'entre eux viennent durant cette période). D'après le graphique annexe 4 « heures d'arrivées », à 13h, le col du Granier atteint 65% de sa fréquentation. On note un ralentissement des arrivées à l'heure du déjeuner. A 16h30, on atteint la fréquentation maximale journalière et il n'y a plus d'arrivées après 17h.

Composition du groupe (effectif 47) :

Parmi les groupes d'individus, on observe une prépondérance des couples et des groupes d'amis qui regroupent respectivement 36% et 32% des groupes de visiteurs. Il faut ajouter que 47% des personnes interrogées sont venues à deux. Ensuite, viennent les personnes seules qui sont fortement représentées sur ce site en automne (15%). Les familles ne représentent que 13% des visiteurs et seulement 8% des visiteurs interrogés viennent avec des enfants (1 à 3 enfants). Aucun groupe scolaire n'a été rencontré.

Consommation (effectif 48 - plusieurs réponses possibles) :

44% des visiteurs interrogés ont consommé, essentiellement des boissons (25%).



Mode de transport utilisé pour venir sur le site et type d'hébergement (effectif 48) :

La voiture reste le mode de transport le plus utilisé pour se rendre sur le site : 65% des visiteurs utilisent leur voiture personnelle et 8% sont venus en covoiturage. La diversité des modes de transports utilisés est relative : on voit apparaître le vélo mais pas la marche. La configuration des sentiers qui mènent au col du Granier explique sûrement cette absence du mode de déplacement piéton. Il est intéressant de noter que 4% des visiteurs sont venus en transport en commun : cette faiblesse d'utilisation du bus pour venir sur le site est fortement liée au temps passé sur le site qui est très court et auquel ne correspondent pas les fréquences actuelles de la ligne.

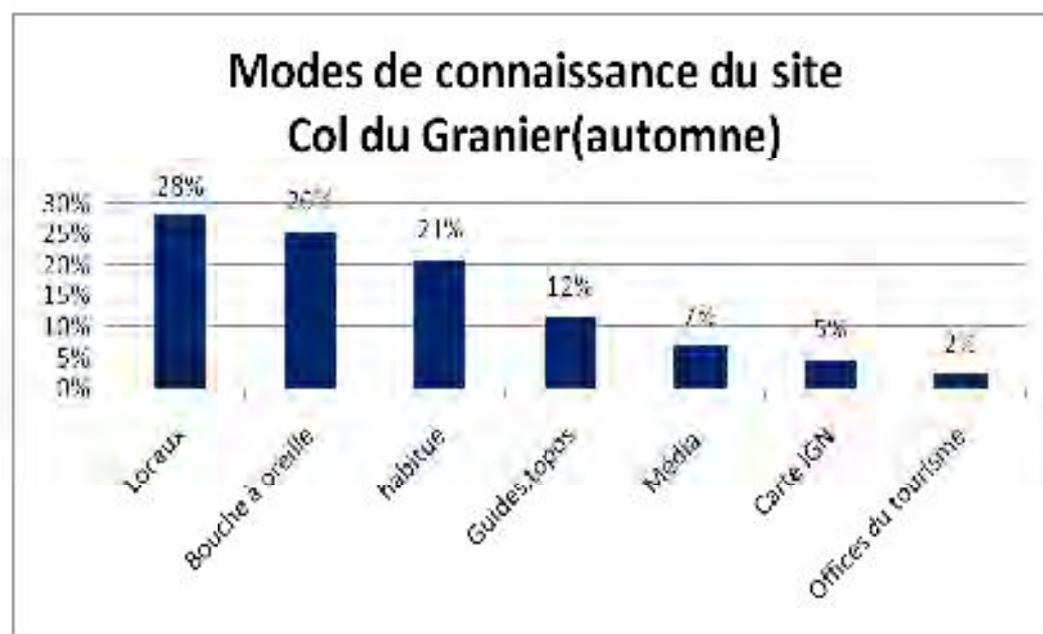
Parmi les visiteurs venus en voiture individuelle, 86% des visiteurs sont venus à une voiture, le reste étant venu à deux voitures. Le nombre moyen de visiteurs par voiture est de 2,47. Par ailleurs on peut préciser que 17,5 % des voitures n'avaient qu'un seul passager.

64% des visiteurs interrogés sont venus sur le site à partir de leur domicile principal. L'hébergement touristique représente 21% des hébergements.

PERCEPTION DU SITE

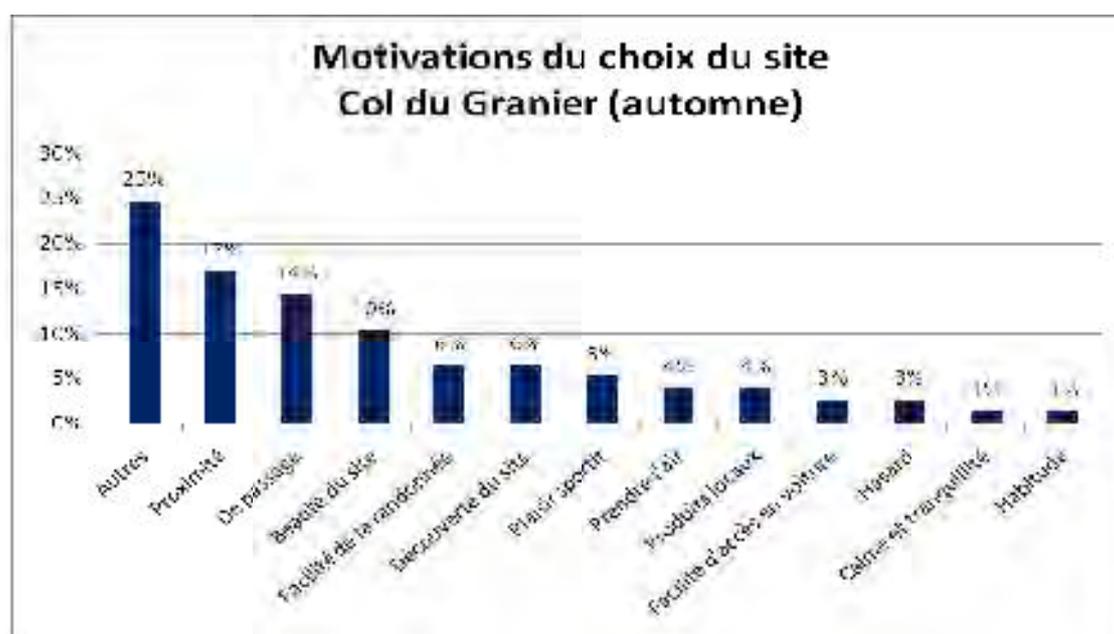
Mode de connaissance du site (effectif 43) :

Parmi les visiteurs, on rencontre beaucoup de locaux ou d'habitues du site. Ces personnes ont eu des difficultés à préciser quel était le moyen par lequel ils avaient connu le site : en effet, la moitié des interrogés ont simplement répondu « du coin », « déjà venus », connu depuis longtemps ». Le bouche à oreille reste donc le mode de connaissance principal du site : 26% des visiteurs ont connu le Col du Granier par ouï dire. Mais, on observe que les moyens de communications et modes de promotion touristique (offices de tourisme, médias, guides et topo) jouent une part quasi équivalente au bouche à oreille dans la connaissance du site : en effet 21% des visiteurs de l'automne ont connu le site de cette manière.



Motivations du choix du site (effectif 77 - plusieurs réponses possibles) :

Au premier regard, on observe qu'il y a une grande diversité des motivations présentées dans l'explication du choix du site. L'importance de la réponse « autres » dont l'effectif est de 19 personnes, confirme cette idée : en effet, ont été classés dans « autres », les motivations qui ne rentraient pas dans les principales classes et qui étaient trop éparpillées pour constituer un ensemble. Par exemple, la réponse « pour un événement » fait partie des réponses « autres ». La motivation principale concerne les conditions d'accès au site : 20% des motivations correspondent à un choix dû à la proximité et à la facilité d'accès. On remarque également que beaucoup de visiteurs sont venus sur ce site sans raison particulière : 14% des motivations n'en sont pas vraiment puisque la présence sur le site s'explique par un « passage ». Il est étonnant de voir que la beauté du site n'intervient que très peu dans les raisons citées qui poussent les visiteurs à venir sur le site : seulement 10% ont avancé cette motivation.



Connaissance des modes de transports existants (effectif 35) :

94% des visiteurs interrogés ne sont pas au courant de l'existence d'une ligne de bus permettant l'accès à ce site depuis Chambéry et Saint Pierre d'Entremont.

Mode de transport idéal pour venir sur le site (effectif 48) :

A cette question, on remarque qu'un fort taux d'individu n'a pas su répondre. : 22 visiteurs interrogés (sur 48) ont répondu « ne sait pas » ; ou plutôt n'a pas souhaité se prononcer sur le sujet.

La voiture apparaît comme étant le mode idéal principalement cité (25%). Les navettes/bus occupent également une place importante. Dans la mesure où de nombreuses personnes n'ont pas répondu et que la voiture et les transports en commun ne sont pas fortement distingués, on peut conclure que dans le public de l'automne, aucun mode de transport idéal ne ressort.

UTILISATION ET PERCEPTION DES MODES DE TRANSPORT

Habitudes de transport (effectif 48) :

38 % des visiteurs ont déjà utilisé un mode de transport alternatif à la voiture individuelle pour se rendre en montagne. Parmi les modes de transports utilisés, les transports en commun restent les principaux : ils représentent 48% des modes de déplacements, le bus restant le mode privilégié (28%). Le covoiturage reste un mode de transport alternatif aussi utilisé que le bus. On remarque que le vélo est un mode de transport qui reste important : il représente 12% des modes alternatifs présentés. Ceci peut s'expliquer par la forte présence de cyclistes sur le site du col : ces cyclistes considèrent le vélo comme un sport tout au tant qu'un mode de déplacement.

Motivations vis-à-vis des modes de transports alternatifs (effectif 41) :

44 % des personnes interrogées se déclarent prêtes à utiliser plus souvent un mode de transport alternatif à la voiture individuelle pour se rendre en montagne. Parmi les modes de transports alternatifs que les visiteurs seraient prêts à utiliser, une grande majorité (60%) concernent les navette/bus. Les principaux modes cités sont donc des transports en commun ; ceux-ci représentent 80% des modes que les visiteurs seraient prêts à utiliser. Le covoiturage représente 13% des modes préférés.

SAISON HIVERNALE - Col du Granier 70 personnes interrogées

En hiver, les jours enquêtés sur le col du Granier sont : 2 vendredis, 1 samedi, 3 dimanches et 1 mardi. Les enquêtes ont majoritairement été réalisées sous de bonnes conditions météorologiques. Le temps « couvert » concerne 30% des questionnaires et les chutes de neige 7%.

« Profil type » du visiteur hivernal

Le visiteur « type » au Col du Granier est de nationalité française, savoyard plus précisément. Il est cadre et a entre 40 et 60 ans. Il fréquente habituellement la Chartreuse et le site. Pourtant, ce n'est qu'un montagnard occasionnel. Il ne connaît pas l'existence de la ligne de bus. Il n'a d'ailleurs jamais utilisé un mode de transport alternatif à la voiture pour se rendre en montagne.

La « sortie type » du visiteur hivernal

La sortie « type » au Col du Granier est une excursion, qui dure entre 1 à 2 heures. Lors de cette sortie le visiteur est en couple, il part de chez lui en voiture. Une fois arrivé sur le site, il effectue une promenade et ne consomme rien. Le couple vient sur le site pour profiter de la beauté d'un lieu situé à proximité de son domicile.

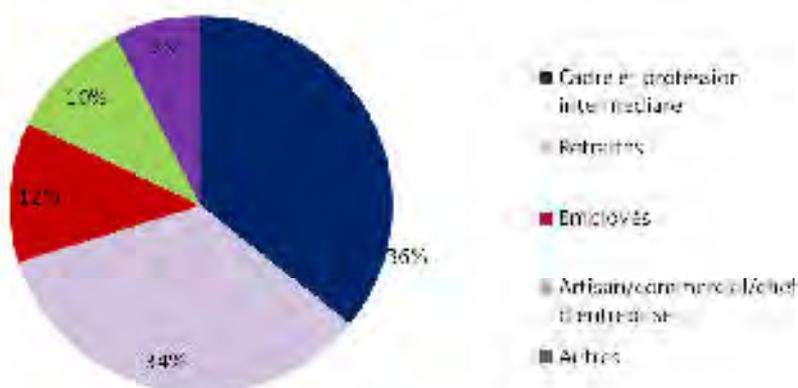
PROFIL DES VISITEURS

97% de la population interrogée est de nationalité française. L'enquête menée au Col du Granier a été réalisée sur deux tiers d'hommes et un tiers de femmes. Lors de l'enquête, 73% des visiteurs interrogés ont déclaré avoir plus de 40 ans. La tranche d'âge la plus représentée est celle des 40-60 ans, puis vient celle des 60-75 ans. Il faut toutefois noter une bonne présence de jeunes de 20 à 40 ans : ils représentent 27% des visiteurs.

Catégories socio-professionnelles (effectif 67) :

On remarque un relatif équilibre entre les catégories supérieures et retraités qui constituent les catégories socio-professionnelles les plus représentées : elles représentent respectivement 36% et 34% des catégories.

**Catégories socio-professionnelles
Col du Granier (Hiver)**



Origine géographique des visiteurs (effectif 70) :

70% des visiteurs sont Rhône-alpins. On remarque à cette saison une forte présence de visiteurs (23%) qui viennent des autres départements de Rhône-Alpes. Mais la majorité des visiteurs restent des Incaux : 43% des visiteurs sont des savoyards. Ils constituent la principale population qui visite le site en hiver. L'Isère regroupe 23% des visiteurs.



Fréquentation de la montagne (effectif 64) :

Le public qui fréquente le col du Granier en hiver n'est pas un public de montagnards. En effet, 38 % des visiteurs fréquentent rarement la montagne (10 fois par an) et 27% se rendent sur le site pour la première fois. Ainsi, seulement 26% des visiteurs fréquentent souvent la montagne, c'est-à-dire plus d'une fois par mois.

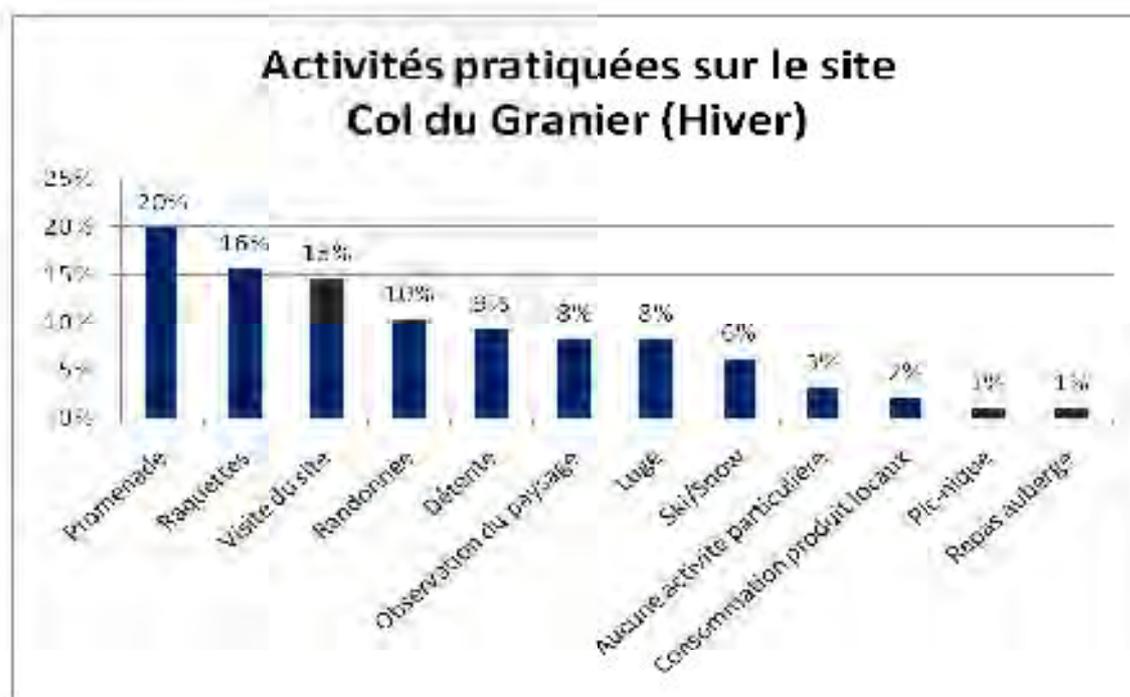
Fréquentation de la Chartreuse et du site (effectif 68) :

63% des visiteurs interrogés sont déjà venus en Chartreuse. La moitié des visiteurs vient en effet régulièrement (plusieurs fois par an) et 2 visiteurs sur 3 sont des habitués. Pour le tiers restant, c'est la première fois qu'il visitait le site. 63% des visiteurs fréquentent le site plusieurs fois par an. Une grande majorité (86%) des visiteurs fréquente le site quelque soit la saison. Le public du site est formé d'habitues du site et du massif dans son ensemble. On notera qu'il n'y a pas de prépondérance de la fréquentation hivernale par rapport aux autres saisons : seulement 2% des visiteurs de l'hiver ne fréquentent ce site qu'en hiver.

UTILISATION DU SITE :

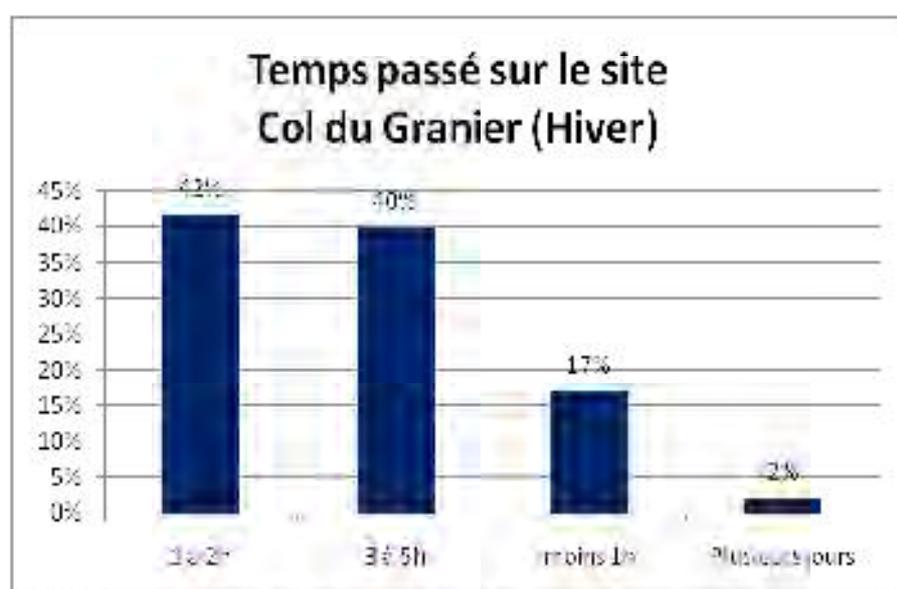
Activités pratiquées sur le site (effectif 96 - plusieurs réponses possibles) :

On observe une forte diversité des activités pratiquées sur le site. La marche est l'activité dominante : elle représente 46% des activités citées, avec une prépondérance de la promenade. Les activités « neige » (ski, luge, raquettes) regroupent 30% des activités pratiquées. La « détente » est également une activité relativement présente.



Type de séjour et temps passé sur le site (effectif 53) :

97% des visiteurs sont en excursion sur le site. On remarque une absence des courts séjours à cette saison. On trouve une forte population de visiteurs qui restent une demi-journée (42%) ainsi qu'une forte population de visiteurs qui restent 1 à 2 heures (40%). Le temps passé sur le site est donc très divers et non homogène. Par contre, aucune personne ne reste moins d'une heure.



On observe que la fréquentation se fait dans un laps de temps assez court : les arrivées restent nulles jusqu'à 9h30 et elles augmentent rapidement jusqu'à 12h30. On observe un ralentissement des arrivées entre 10h30 et 11h30 mais pas entre midi et deux. Le principal pic d'arrivées est entre 12h et 13h. D'après le graphique annexé..., à 13h, on atteint 60% de la fréquentation journalière. Les arrivées décroissent ensuite mais un autre pic est observé entre 14h et 15h. Les arrivées décroissent fortement à partir de 15h. (voir également annexe 4 graphiques des heures d'arrivées)



Constitution des groupes (effectif 69) :

Les visiteurs du site viennent principalement en couple : ceux-ci représentent 40% des groupes. Ensuite, les familles et amis se retrouvent en proportions similaires et représentent respectivement 3 groupes d'individus sur 10. Sur ce site en hiver, on observe un relatif équilibre entre les différents groupes d'individus. Les personnes seules sont également nombreuses.

Type d'hébergement (effectif 68) :

Les 2/3 des visiteurs sont venus de leur domicile principal. L'hébergement touristique est faiblement représenté : 19% des visiteurs viennent d'hôtels, de gîtes, auberges ou autres.

Mode de transport utilisé (effectif 70) :

Pour se rendre au Col du Granier, la voiture est de très loin le mode de transport le plus utilisé. En effet, 73% des gens y vont avec leur voiture personnelle et 21% en covoiturage. On remarque que la diversité des modes de déplacement est très faible à cette saison.

Parmi les visiteurs venus en voiture individuelle, 88% des visiteurs sont venus à une voiture. Parmi les 9% de visiteurs qui sont venus à deux voitures, on trouve des groupes de 4 personnes et plus. Le nombre moyen de passagers par voiture est de 3,02.

Type de consommation (effectif 72 - plusieurs réponses possibles) :

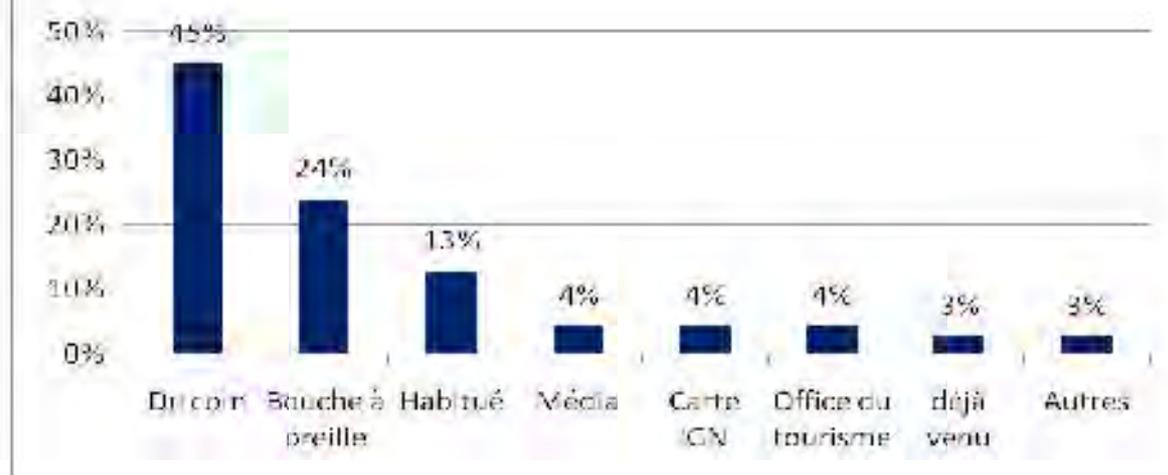
Seulement 4 visiteurs sur 10 consomment sur le site. La consommation principale est la boisson.

PERCEPTION DU SITE :

Mode de connaissance du site (effectif 70) :

Dans la mesure où la majorité des visiteurs sont des locaux, on observe une grande part de réponses qui ne précisent pas le mode de connaissance du site. 6 réponses sur 10 correspondent en effet à une remarque de contexte : « habitué », « du coin », « déjà venu » indiquant que les visiteurs connaissent le site depuis trop longtemps pour pouvoir dire comment ils l'ont connu. Le bouche à oreille reste donc le mode principal de connaissance du site : il regroupe 24% des réponses. Les modes de communication n'interviennent que très faiblement.

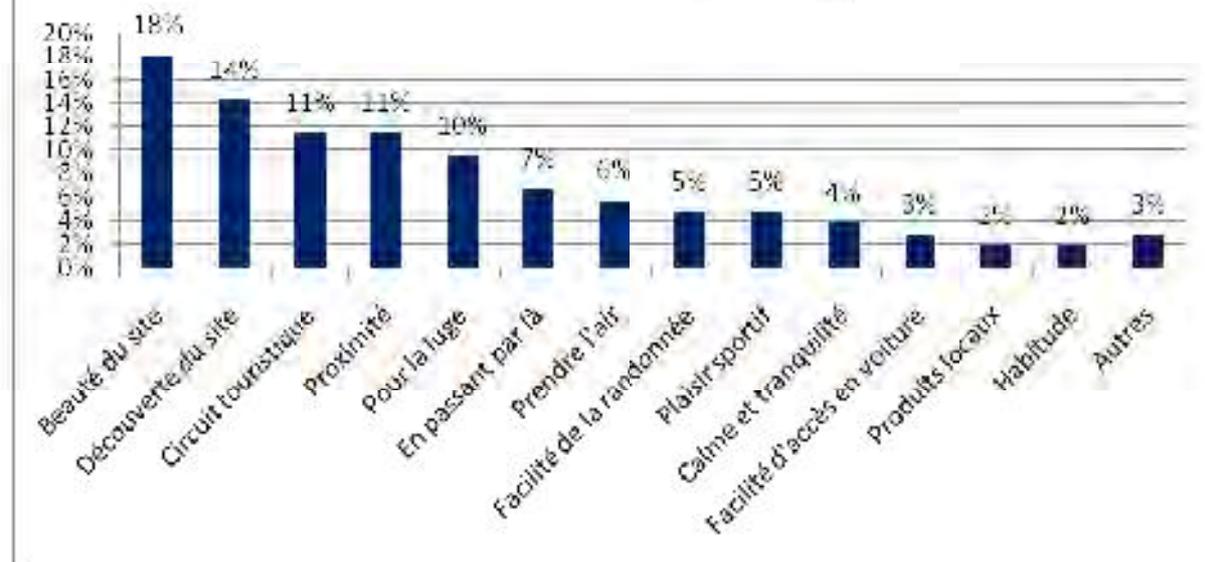
Modes de connaissance du site Col du Granier (Hiver)



Motivation du choix du site (effectif 105 - plusieurs réponses possibles) :

La diversité des motivations expliquant la venue sur ce site est évidente : on observe un nombre important de réponses variées (105 pour 71). Ainsi, il faut retenir que les raisons qui expliquent la venue d'une personne ou d'un groupe de personnes sur le site sont multiples et ne peuvent pas être considérées de manière séparée. La « beauté du site » reste la motivation principale puisqu'elle représente une part de 18%. La proximité et la facilité d'accès en voiture constituent chacune 14% des réponses. A cette saison, il est remarquable qu'un nombre important de venues liées à un circuit touristique soit noté. Un nombre conséquent de visiteurs viennent sur ce site parce qu'il est un endroit idéal pour leur activité (luge). En conclusion, à la condition favorable de déplacement (trajet facile et court), s'ajoutent diverses motivations liées aux activités de neige ou contemplatives.

Motivations du choix du site Col du Granier (Hiver)



Mode de transport idéal pour le site (effectif 70) :

A cette question, on a noté un nombre très élevé de réponses « ne sait pas » : nombreux sont les visiteurs qui n'ont pas voulu s'exprimer à ce sujet. Il est intéressant de voir que la voiture n'apparaît pas du tout comme mode transport idéal bien qu'elle soit majoritairement utilisée pour venir sur le site aujourd'hui. Ainsi, ce sont les modes de transports en commun (navette/bus) qui apparaissent comme étant les modes idéaux pour venir sur le site.



Connaissance des possibilités de transports alternatifs (effectif 57) :

Aucun des visiteurs interrogés à cette saison sur le site du col du Granier ne connaît l'existence de la ligne de bus. La majorité (68%) a effectivement une mauvaise connaissance des modes de transports possibles. Un tiers n'a aucune connaissance de ces modes de transports.

UTILISATION ET PERCEPTION DES MODES DE TRANSPORT

Habitudes de transport (effectif 70) :

26% des visiteurs ont déjà utilisé un mode de transport alternatif à la voiture individuelle pour se rendre en montagne. Le covoiturage reste le mode le plus utilisé, mais le pourcentage obtenu est trop faible pour être significatif. Ceci vient du fait que peu de personnes interrogées utilisent les transports alternatifs à la voiture individuelle pour se rendre en montagne.

Motivations vis-à-vis des modes de transports alternatifs (effectif 70)

3 visiteurs sur 10 se disent prêts à utiliser les modes de transports alternatifs à la voiture. L'effectif est trop faible pour obtenir des statistiques concernant les modes préférentiels. Il faut toutefois noter que seuls les transports en communs ont été cités parmi les 11 personnes ayant répondu favorablement.

Motivations d'utilisation de la voiture comme mode de transport privilégié (effectif 57) :

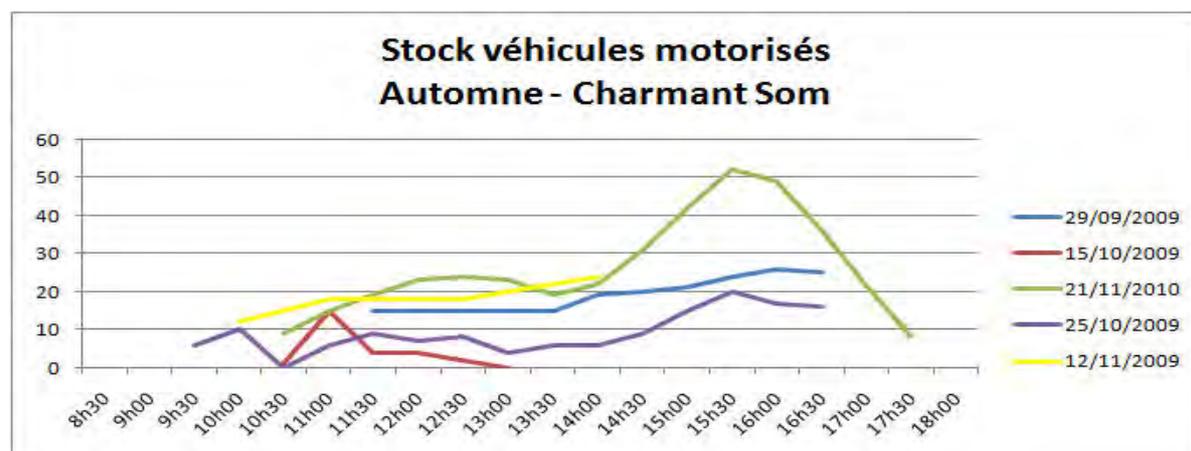
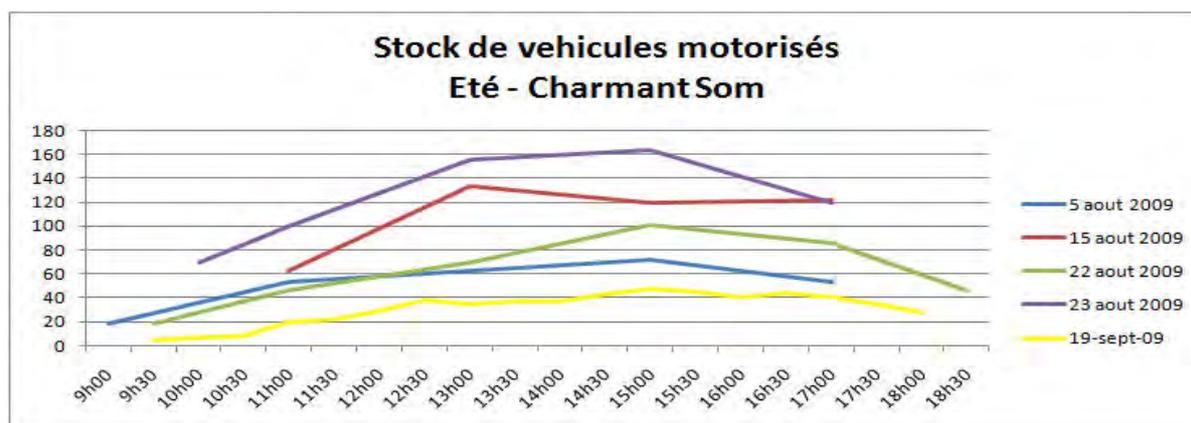
48% des visiteurs refusent d'utiliser des modes de transports alternatifs à la voiture car ils lui confèrent certains avantages. Parmi ces avantages, l'autonomie reste le principal et le côté pratique de la voiture vient en second, 16% utilisent la voiture par habitude et 12% parce qu'il n'y a pas d'alternatives satisfaisantes.

PARTIE 2 - STOCKS DE VEHICULES

STOCKS DE VEHICULES - CHARMANT SOM

Les stocks de véhicules prennent en compte les camping-car et moto.

Pour chacun des graphiques, les points (donnée à une heure précise) ont été reliés entre eux pour faciliter la lecture malgré l'absence de données intermédiaires. Les données présentées sont en effet des données ponctuelles.



La fréquentation de ce site connaît une grande variation inter saisonnière : en été, les stocks de véhicules atteignent 160 véhicules stationnés alors qu'en automne les stocks ne dépassent pas les 50 véhicules stationnés.

Les courbes estivales, excepté les dates de septembre, montrent toutes une évolution similaire : les stocks de véhicules sont croissants en matinée jusqu'à 13h. Ils restent élevés jusqu'à 15h, heure à partir de laquelle ils diminuent. Ces données correspondent aux données de l'enquête concernant les heures d'arrivées.

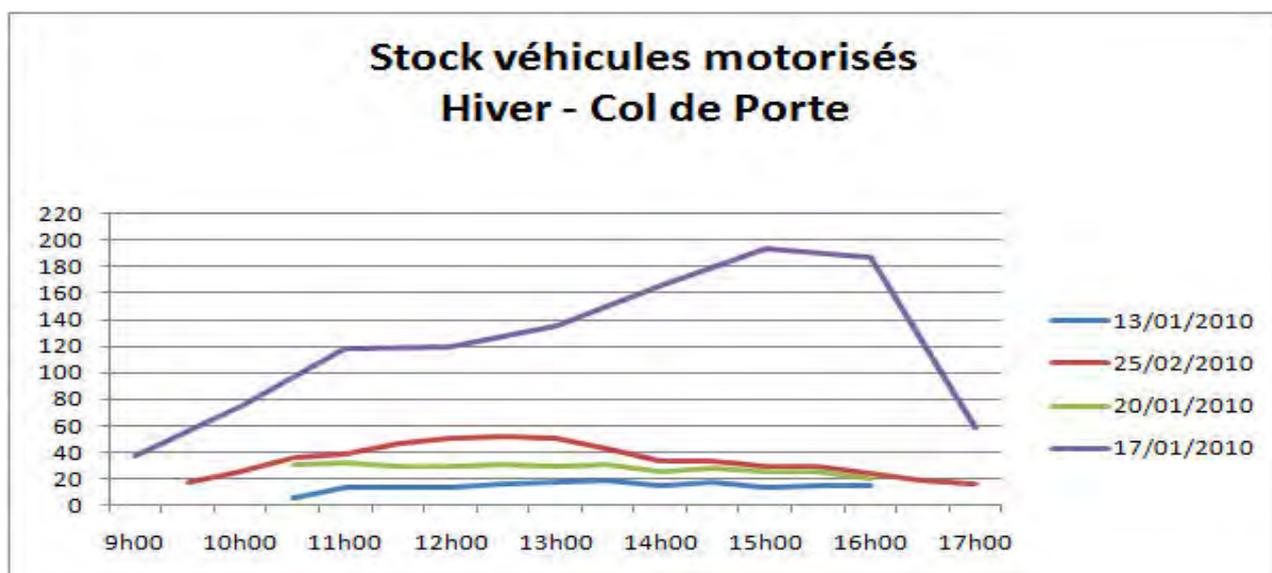
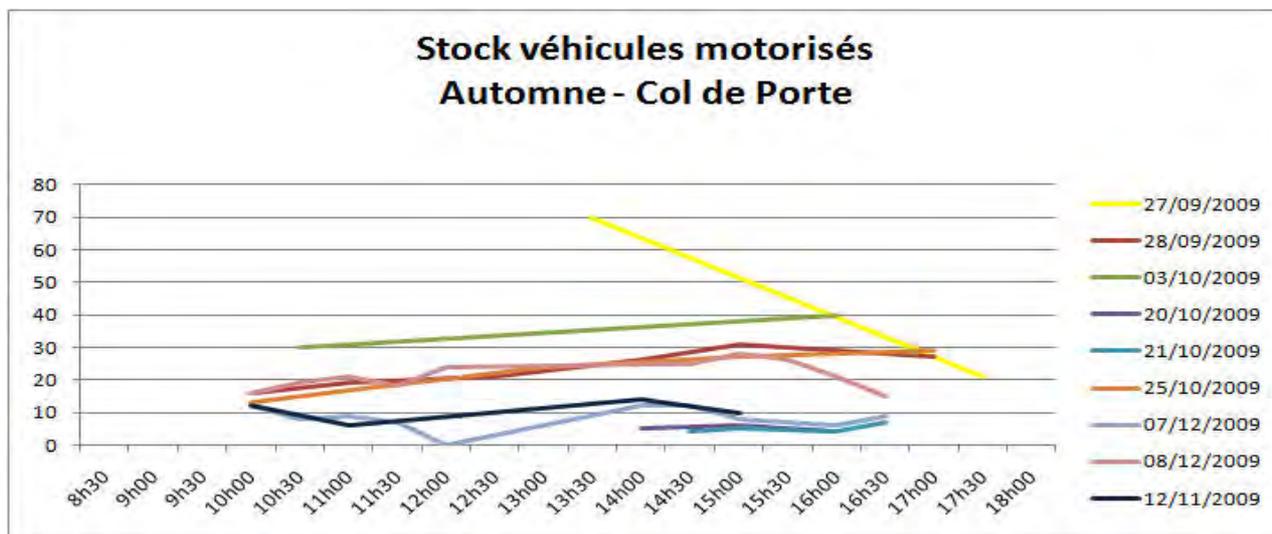
Il est intéressant d'observer la différence entre les courbes des week-end estivaux et celle du week-end de septembre : date à laquelle la fréquentation ne dépasse pas 40 véhicules stationnés. Cette variation notable s'explique à la fois par le début de la période scolaire et par la météo qui était moyenne (« couverte ») pour cette journée. Le pic observé en date du samedi 21 novembre peut s'expliquer notamment par la météo : cette journée de vent et de ciel couvert a vu les nuages se dégager vers 14h30. Le doublement du stock de véhicules observé à 15h30 est donc sûrement lié à cette amélioration de la météo. Il faut noter qu'à cette date, la station du Col de Porte n'était pas encore ouverte.

La fréquentation du site semble donc être étroitement liée aux conditions météorologiques. Ce qui est à mettre en lien avec l'origine des visiteurs : la distance entre le Charmant Som et leur domicile étant faible, ils peuvent ainsi décider au dernier moment de venir sur le site. Ce constat est fortement avéré en automne, saison à laquelle la grande majorité de visiteurs sont à moins d'une heure du site.

STOCKS DE VEHICULES - COL DE PORTE

Les stocks de véhicules prennent en compte les camping-car et moto.

Pour chacun des graphiques, les points (donnée à une heure précise) ont été reliés entre eux pour faciliter la lecture malgré l'absence de données intermédiaires. Les données présentées sont en effet des données ponctuelles.



En automne, les stocks ne dépassent pas 40 véhicules stationnés. Excepté pour le mardi 27 septembre, où ils atteignent 70 véhicules stationnés à 13h30. On peut supposer que cette forte fréquentation est liée aux bonnes conditions météorologiques de la journée.

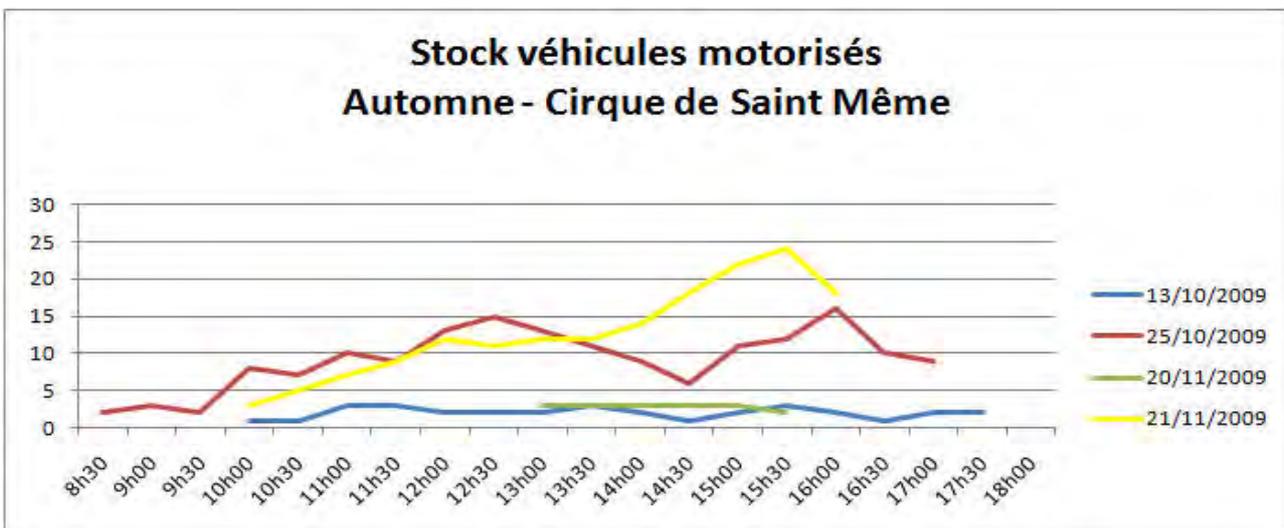
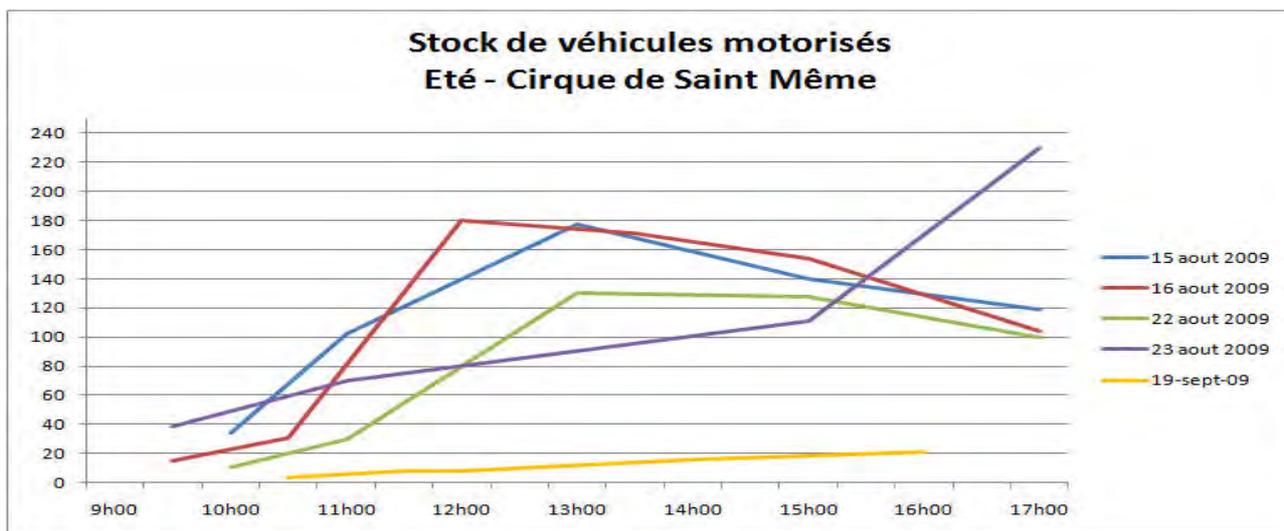
En hiver, la fréquentation automobile du site est plus importante qu'en automne : les stocks de véhicules atteignent 60 véhicules stationnés sur le site et, lors de journées exceptionnelles, 200 véhicules. On observe en effet une forte variation entre certaines journées : le 17 janvier connaît un stock de véhicules beaucoup plus élevé que les autres jours qui ne dépassent pas 50 véhicules. Cette forte fréquentation s'explique notamment par un événement particulier « La Traversée de Chartreuse » qui s'est déroulé aux alentours du site. La météo évoluant vers un ciel dégagé et ensoleillé dans l'après-midi et le fait qu'il s'agisse d'une journée de week-end peuvent justifier également cette forte fréquentation qui s'élève à 200 voitures vers 15h.

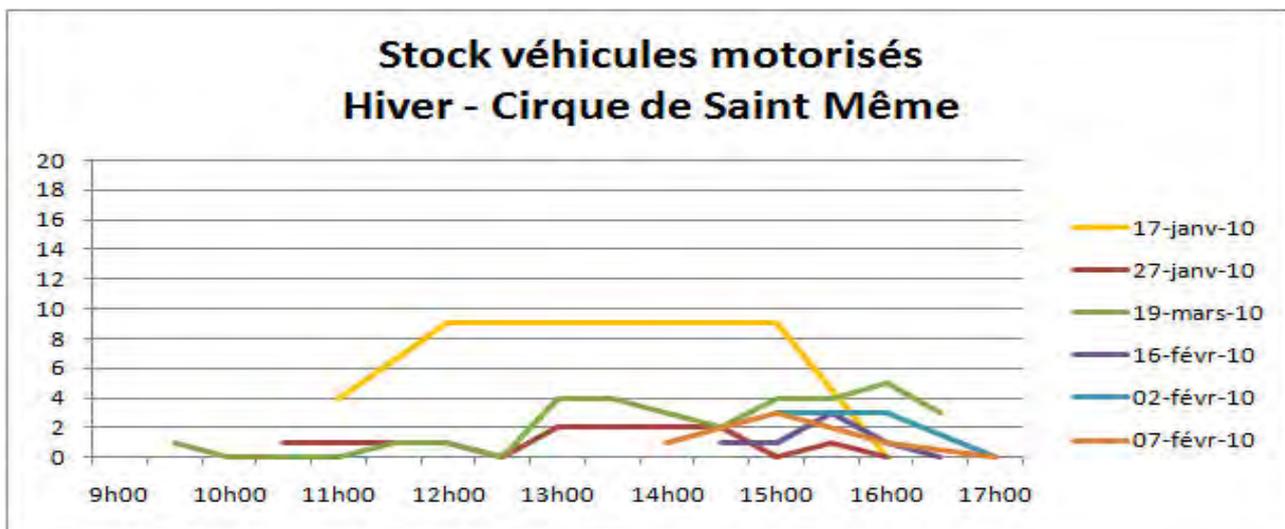
STOCKS DE VEHICULES - CIRQUE DE SAINT-MÊME

Les stocks de véhicules prennent en compte les camping-car et moto.

Pour chacun des graphiques, les points (donnée à une heure précise) ont été reliés entre eux pour faciliter la lecture malgré l'absence de données intermédiaires. Les données présentées sont en effet des données ponctuelles.

L'ensemble des résultats pour les trois saisons étudiées est présenté ci-dessous :





Le cirque de Saint-Môme est marqué par une forte variation de fréquentation entre les saisons, notamment en ce qui concerne la saison estivale qui se distingue bien des autres saisons. Le « pic » estival atteint 230 véhicules un dimanche d'août en fin de journée (17h) alors que les stocks hivernaux et de l'automne ne dépassent pas respectivement 15 et 20 véhicules.

En été, on observe une forte croissance des stocks entre 10h et 13h. En recoupant avec les réponses aux questionnaires adressés aux visiteurs, cette évolution s'explique par l'activité « pique-nique » qui est importante. De plus, les données des heures d'arrivées obtenues par questionnaire concordent avec ces relevés. Le samedi 19 septembre connaît une fréquentation faible (elle ne dépasse pas 20 véhicules) : ceci s'explique à la fois par la météo et par le fait qu'il s'agit d'un week-end hors période de vacances scolaires. (voir graphiques de stocks issus des données du péage - annexe 7)

La fréquentation de l'automne montre une différenciation entre les journées de semaine (13/10 et 20/11) et celles de week-end (25/10 et 21/11). Cette dernière journée (samedi 21/11) est marquée par une météo favorable, contrairement au 25/10 qui était une journée couverte.

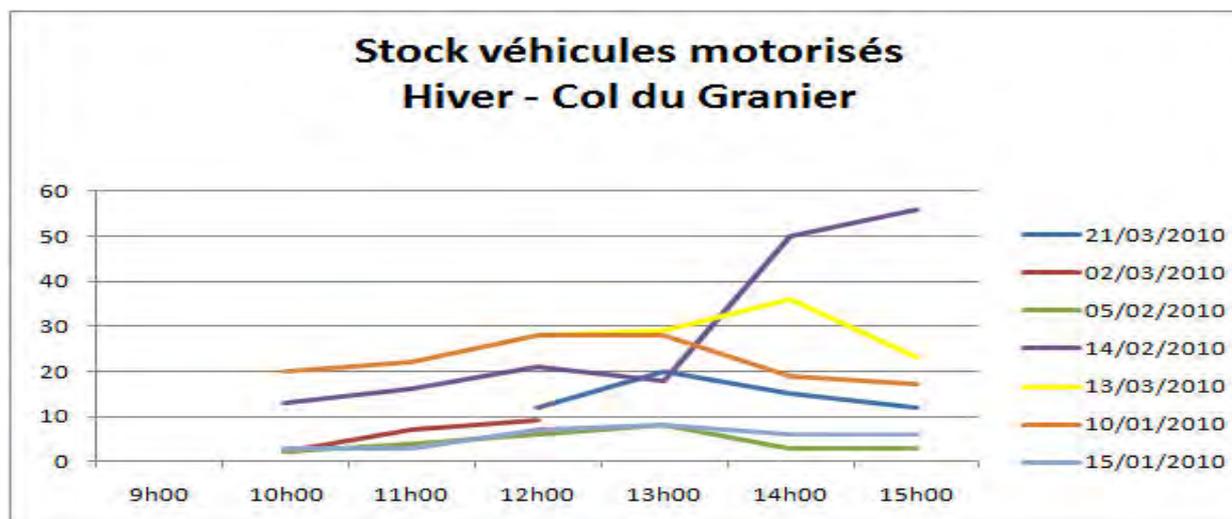
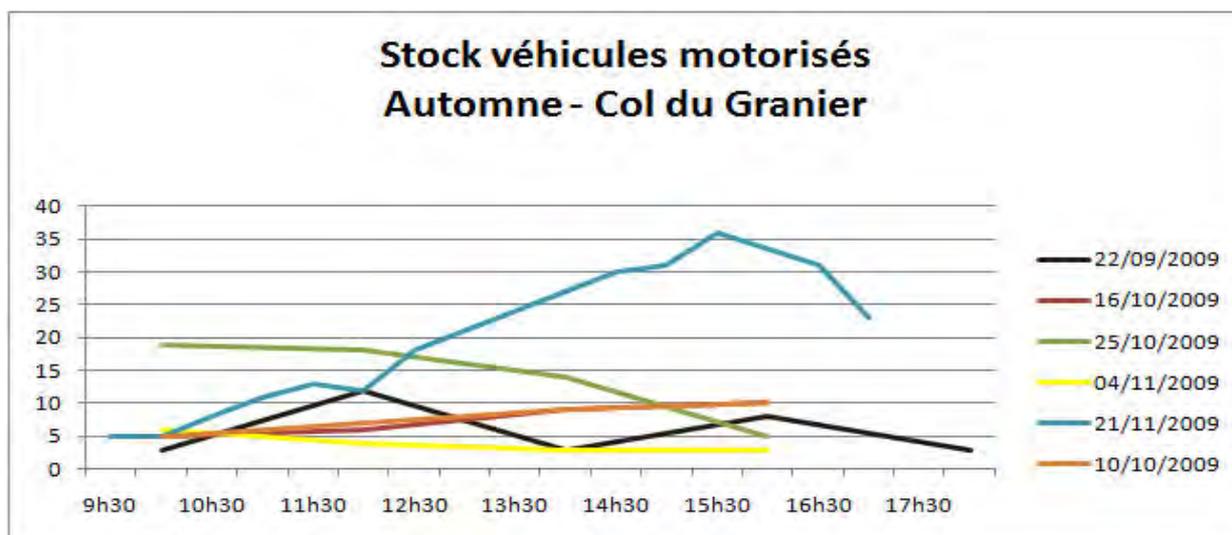
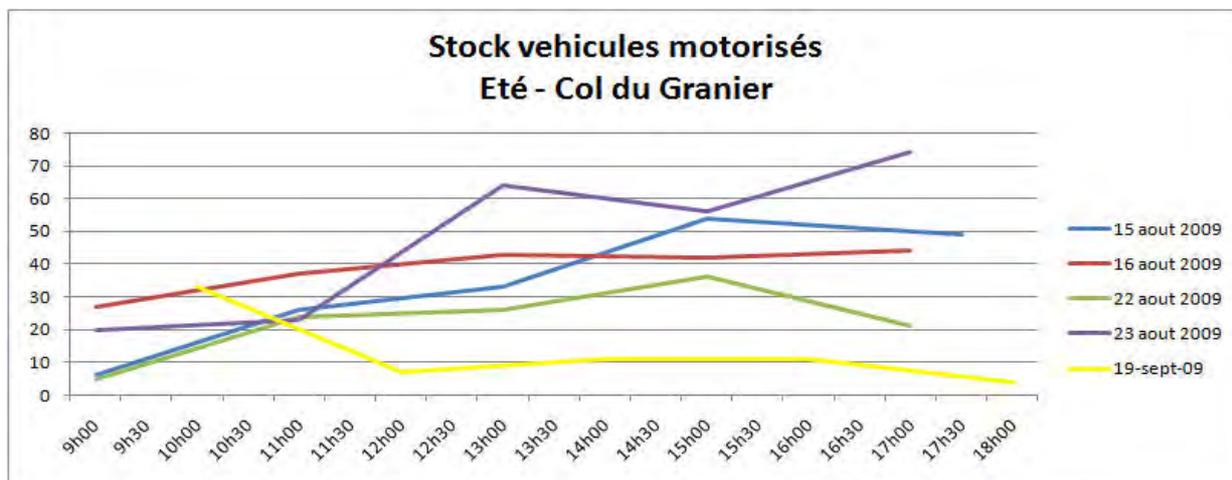
Il est intéressant de noter qu'en saison hivernale, les stocks de véhicules sur les parkings sont très faibles et ne dépassent pas les 10 véhicules stationnés. L'enneigement de la route peut expliquer en partie cette fréquentation peu élevée. Mais il semblerait plutôt que le cirque de Saint-Môme ne soit pas un site fortement attractif en saison hivernale, notamment du fait du faible nombre d'activités qu'on peut y pratiquer en cette saison.

Le Cirque de Saint-Môme connaît donc une importante variation saisonnière de fréquentation. Le maximum de véhicules observés en été est de 230 véhicules, alors qu'en hiver il est de 10 véhicules. Il semble également que la fréquentation du site soit dépendante des conditions météorologiques. Ce phénomène est très marqué pour les saisons automne et hiver. La fréquentation observée en période estivale, varie également en fonction des périodes de vacances.

STOCKS DE VEHICULES - COL DU GRANIER

Les stocks de véhicules prennent en compte les camping-car et moto.

Pour chacun des graphiques, les points (donnée à une heure précise) ont été reliés entre eux pour faciliter la lecture malgré l'absence de données intermédiaires. Les données présentées sont en effet des données ponctuelles.



Le site du Granier ne présente pas de grandes variations saisonnières de fréquentation. Toutefois, les maximums saisonniers varient sensiblement : 70 véhicules en été, 40 véhicules en automne et 60 véhicules en hiver.

Toutes les journées de comptage de la période estivale étaient des journées de week-end. On observe une forte différenciation entre les journées réalisées en période de vacances et celle réalisée en période scolaire (samedi 19/09).

Pour la saison automnale, les stocks ne dépassent pas 20 voitures en moyenne, excepté pour la journée du samedi 21 novembre (40 véhicules) qui fût marquée par de bonnes conditions météorologiques.

En ce qui concerne la saison hivernale, on remarque que les journées de week-end (notamment les dimanche 10 janvier, dimanche 14 février et samedi 13 mars) connaissent une fréquentation plus élevée que les autres journées. La météo ne semble pas spécialement influencer dans les données présentées car le 14 février fut un dimanche couvert et il reste le jour enquêté dont l'affluence a été la plus grande. Signalons toutefois que cette journée était une journée de vacances.

Le col du Granier semble avoir un fonctionnement assez particulier, lié à son statut de porte d'entrée dans le massif de la Chartreuse. En été et en automne beaucoup de visiteurs s'arrêtent au col pour regarder le paysage, quelques uns partent du col pour aller randonner. En hiver, le site est une destination importante : les activités neige y sont très pratiquées notamment la randonnée en raquettes. Il semble que la fréquentation de ce site dépendent à la fois des conditions météorologiques et des périodes de vacance.

CHAPITRE III

DIAGNOSTICS DE SITES ET IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX

PARTIE 1 : PERCEPTIONS DES ACTEURS ET RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

CHARMANT SOM / COL DE PORTE

Ce diagnostic est élaboré à partir d'entretiens, d'observations de terrain et de lecture de documents.

Nous avons rencontré :

- le maire de Sarcenas et l'un de ses adjoints, le maire de Saint Pierre d'Entremont.
- l'aubergiste du Charmant Som, le fromager du Charmant Som, le propriétaire du restaurant des « 3 Sommets », la propriétaire de l'hôtel restaurant « Le Cartusia ».

1. POSITIONNEMENT DES ACTEURS ÉCONOMIQUES ET POLITIQUES

1.1 Site du Charmant Som

1.1.1 Ce qu'il faut retenir : résumé du positionnement des acteurs

- Acteurs économiques :

La fréquentation touristique est un atout car elle les fait vivre. Les acteurs économiques du Charmant Som sont ouverts au questionnement concernant les modes de transports mais leurs attentes sont bien arrêtées : diminuer les contraintes pour les visiteurs et augmenter la fréquentation.

- Acteurs politiques :

Le Charmant Som est un site perçu comme étant « hyper-fréquenté » dont les parkings sont « saturés » à certaines périodes. La forte fréquentation est présentée comme un atout économique malgré les problèmes de sécurité qu'elle entraîne : les élus ne souhaitent donc pas à limiter/diminuer cette fréquentation. Les solutions envisagées face à la saturation des parkings sont :

- l'utilisation du télésiège en complément de l'accès routier (« pour délester la route ») ;
- la limitation d'accès automobile dès lors que les parkings sont saturés et dans la mesure où elle ne met pas en péril l'économie des acteurs du site. Cette limitation d'accès automobile ne doit pas être une limitation d'accès des visiteurs.

Deux éléments principaux ressortent de ce discours : la complexité du problème et la difficulté à trouver une solution répondant aux différents enjeux et attentes.

1.1.2 Analyse détaillée du positionnement des acteurs

CONSTATS ET PROBLEMES IDENTIFIES

Acteurs économiques	Élus des communes
<p>Le stationnement n'est pas un problème car il n'y a pas de conflits entre visiteurs. Mais il y a « <i>un effet</i> » lié à la forte fréquentation automobile.</p> <p>=> pour limiter cet effet : possibilité de faire de la communication sur les problèmes de stationnement</p> <p>=> possibilité de proposer des modes de déplacements en parallèle à l'accès routier</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le consentement à payer des visiteurs (pour les déplacements) est perçu comme faible 	<p>Forte quantité de voitures sur les parkings qui entraîne une saturation.</p> <p>=> solution : développement d'autres moyens de transports</p> <p>=> option refusée : agrandissement des parkings</p>

ATTENTES et SOUHAITS

Acteurs économiques	Élus des communes
<ul style="list-style-type: none"> - Que le site reste tel quel. - Éviter les contraintes pour les visiteurs (besoin de transport de matériel, horaires préférentiels...). - Conserver le libre accès sous toutes ses formes (ne pas interdire la circulation, ne pas faire payer). - Avoir la possibilité de modes d'accès différents. - Offrir aux visiteurs un certain confort : encadrement, informations. 	<ul style="list-style-type: none"> - Éviter le développement touristique en terme d'infrastructure. - Limiter la fréquentation automobile sans limiter l'accès aux visiteurs et sans interdire totalement la circulation de voitures. - Avoir la possibilité de modes d'accès différents - Prise en compte la responsabilité financière des communes (entretien des sites). - Ne pas agrandir les parkings. - Ne pas chercher à favoriser la fréquentation.

BESOINS

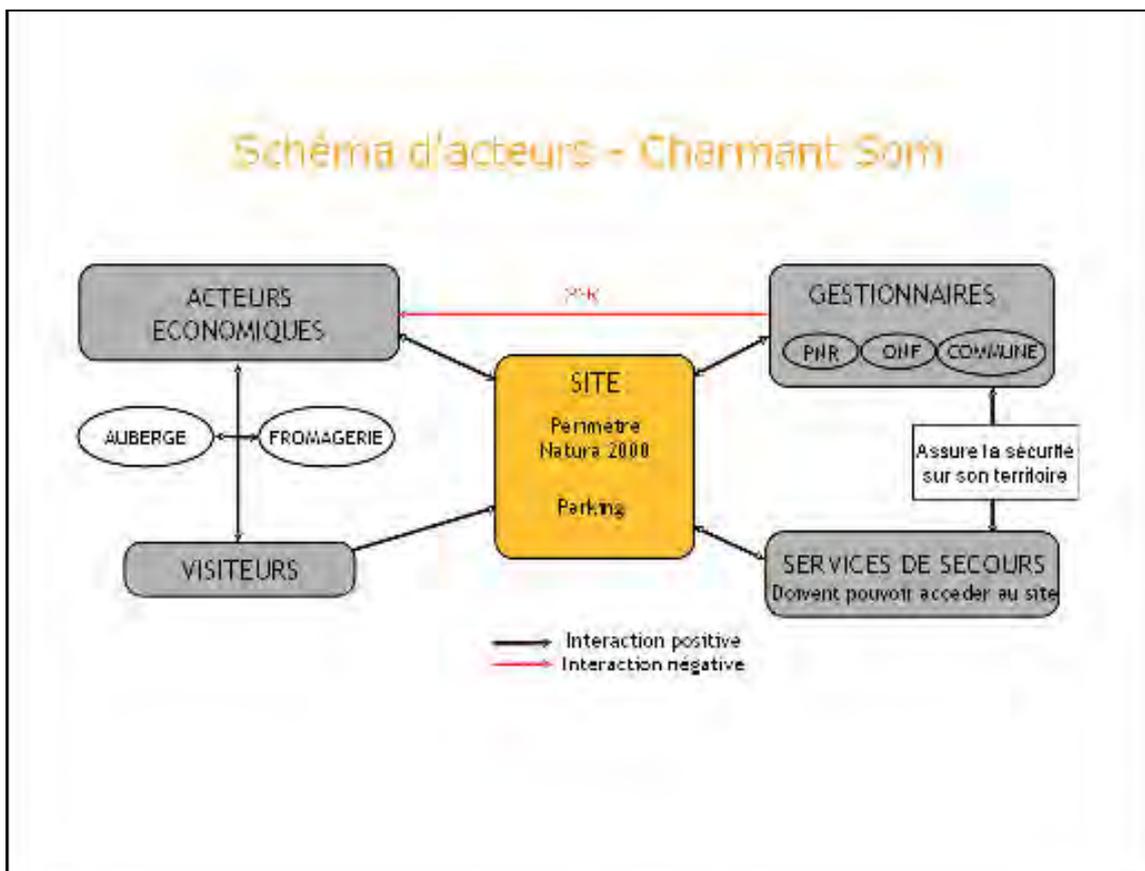
Acteurs économiques	Élus des communes
<p>Maintien de la clientèle.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Appui financier pour pouvoir améliorer l'accès aux sites et diminuer la fréquentation automobile. - Préserver les activités économiques. - Sécurisation de l'accès.

RISQUES

Acteurs économiques	Élus des communes
<ul style="list-style-type: none"> - Diminution de la clientèle. - Fermeture de l'activité. 	<p>Incapacité à assurer la sécurité sur les sites si sur-fréquentation.</p>

CONTRADICTIONS

Acteurs économiques	Élus des communes
<ul style="list-style-type: none"> - Souhaitent participer aux décisions mais se positionnent contre le parc au sujet des actions à mener. - Sont conscients du problème de forte fréquentation automobile, mais ne veulent pas d'un changement majeur du mode d'accès. 	<p>La limitation de l'accès (fermeture momentanée) est envisagée lorsque les aires de stationnement sont saturées pour ne pas « <i>laisser monter les véhicules comme cela</i> ». mais le libre accès, précisé comme étant « <i>l'absence de barrières</i> », est présenté comme étant « <i>primordial</i> ».</p>



1.2 Site du Col de Porte

1.2.1 Ce qu'il faut retenir : résumé du positionnement des acteurs

- Acteurs économiques :

L'hôtel Cartusia : son activité est fondée sur une fréquentation particulière (séminaires, mariages) qui n'est pas en lien avec la fréquentation touristique. A part la saturation hivernale des parking aucun problème n'est relevé.

Le restaurant des 3 Sommets : la perception du site et des acteurs-gestionnaires (notamment le PNRC) est assez négative. Le gérant de l'établissement craint la diminution de la clientèle et la mise en concurrence avec l'auberge du Charmant Som. Il souhaite une diversification des activités du site.

- Acteurs politiques :

La volonté des élus est de développer la station de ski du Col de Porte considérée comme « la seule activité économique de la commune ». La fréquentation touristique estivale est négligée. Les solutions envisagées face aux problèmes « de saturation éventuels se limitent à un ré-aménagement des places de stationnement.

1.2.2 Analyse détaillée du positionnement des acteurs

CONSTATS ET PROBLEMES IDENTIFIES

Acteurs économiques	Élus des communes
<ul style="list-style-type: none"> - Site qui n'est pas mis en valeur : la possibilité de diversifier les activités n'est pas utilisée ; - Le PNRC est une structure perçue par certains acteurs comme « bloquante » : conflits entre les acteurs du site et le PNRC ; - Les conditions de stationnement sont perçues comme étant le problème majeur en période hivernale. 	<ul style="list-style-type: none"> - La fréquentation apparaît insuffisante (baisse du nombre de séjours, peu de consommation locale) ; La « forte occupation des parkings » est évoquée mais n'est pas envisagée comme un problème. Elle est attribuée au comportement des visiteurs et la bonne capacité de stationnement du site est soulignée. - La solution envisagée, et déjà mise en place, est la réorganisation des parkings.

ATTENTES et SOUHAITS

Acteurs économiques	Élus des communes
<ul style="list-style-type: none"> - Souhait d'une plus grande présence « positive » du PNRC : demande de la part de certains acteurs économiques d'investissement en faveur d'une valorisation du site. - La mise en place d'un système de transport ne doit pas être une contrainte pour les visiteurs du site. - Manque de parking au col en période hivernale. - Développement de structures d'accueil des visiteurs (parkings, activités neiges et activités estivales), qui doit se faire en collaboration avec les élus locaux et le PNRC. - La mise en place d'un système de transport apparaît coûteux et inefficace. 	<ul style="list-style-type: none"> - Souhait d'une résolution des problèmes liés à la problématique « neige » sur le site. - Aucune attente n'est avancée concernant la gestion de la fréquentation. - Le développement d'une ligne de transports en commun n'apparaît pas primordiale mais est considérée comme utile en hiver.

BESOINS

Acteurs économiques	Élus des communes
<p>Besoin d'un renforcement de la fréquentation sur le site et d'un développement de l'offre d'activité pour certains acteurs économiques.</p>	<p>Le principal besoin exprimé concerne l'augmentation de la fréquentation du site : nécessité de relancer l'activité économique du site en période estivale comme en période hivernale.</p>

RISQUES

Acteurs économiques	Élus des communes
<ul style="list-style-type: none"> - Diminution de la clientèle en lien avec la faible attraction du site. - Sentiment de concurrence avec l'auberge du Charmant Som (pour une partie des acteurs). 	<ul style="list-style-type: none"> - Incapacité à assurer la sécurité sur le site. - Diminution de la clientèle de séjour.

CONTRADICTIONS

Acteurs économiques	Élus des communes
<ul style="list-style-type: none"> - Forte attente d'une présence plus marquée du PNRC bien que celui-ci soit considéré comme une structure bloquante. - Souhait de voir se développer l'accueil des visiteurs (parkings), mais mauvaise perception des visiteurs qui ne dépendent pas d'argent. 	<ul style="list-style-type: none"> - Le site du Col de Porte est présenté comme une station possédant de nombreux atouts touristiques (proximité, enneigement de qualité, tarifs abordables) mais ce site est considéré par les élus interrogés comme « peu attractif » -- ce qui sous-entend « pas assez » -- du fait de sa petite capacité. - Le stationnement des randonneurs estivaux est mis en cause, mais il est dit plus tard que le problème de stationnement n'est pas estival mais hivernal. - La saturation des parkings est assimilée à un problème de comportement des visiteurs et pas au nombre de véhicules.

2. ANALYSE FORCES/FAIBLESSES/OPPORTUNITES/MENACES - SITE DU CHARMANT SOM.

D'après l'analyse des entretiens, on retrouve chez l'ensemble des acteurs interrogés (économiques et politiques), une certaine concurrence économique entre les sites du col de Porte et du Charmant Som : l'objectif de chacun étant de maximiser les retombées économiques de la fréquentation sur le territoire.

Grille de perception du site élaborée à partir des entretiens avec les acteurs

FORCES	FAIBLESSES	OPPORTUNITES	MENACES
Présence d'activités économiques sur le site	Conflits entre acteurs économiques et PNRC	Potentiel touristique du site : aménités naturelles / paysage, calme	Peu de concertation entre les acteurs
Facilité d'accès qui permet une diversification du public	Piétinement des sentiers /érosion des sols du fait de la forte fréquentation du sentier menant au sommet	Diversité des activités estivales pratiquées : randonnée, détente, pique-nique	Saturation des parkings du fait de la faible capacité d'accueil du site
	Difficultés de sécurisation du site au niveau des parkings et sur la route étroite		Conflits locaux entre acteurs politiques autour de l'aménagement du territoire
	Porte d'entrée du massif (col de Porte) faiblement valorisée		Difficultés de gestion du stationnement
	Fort impact paysager lié à la fréquentation automobile		

3. RETOMBÉES SOCIO-ECONOMIQUES LIÉS À LA FRÉQUENTATION

3.1 Site du Charmant Som

Les retombées de la fréquentation sur le site du Charmant Som sont importantes : en effet, l'aubergiste du Charmant Som vit à l'année grâce aux 6 mois d'ouverture de l'auberge. Et d'après le fromager qui fait pâturer ses vaches et vend ses fromages sur le site en période estivale, la moitié du chiffre d'exploitation est réalisé grâce aux ventes sur le site. Deux foyers vivent donc en grande partie grâce à l'activité du site.

De plus, l'activité économique sur le site assure l'emploi d'un certain nombre de personnes :

- 4 emplois saisonniers à la fromagerie ;
- 5 emplois saisonniers sur la période d'ouverture et 7 en haute saison estivale à l'auberge ;

Ainsi, l'activité économique des sites assure une dizaine d'emplois saisonniers locaux au total. Ce qui n'est pas négligeable pour les communes concernées.

Pour estimer les retombées économiques de la fréquentation du site, il nous faut également étudier les consommations des visiteurs. Nous nous appuierons sur la consommation des visiteurs enquêtés.

Consommation des visiteurs	Pourcentage de personnes qui consomment	Type de consommation majoritaire
été	64%	Produits locaux : 50%

On observe que parmi l'ensemble des visiteurs du site interrogés, une majorité consomment. Ce sont les produits locaux qui sont le plus consommés que ce soit à la fromagerie ou chez l'aubergiste. Les boissons représentent 34% des consommations totales.

3.2 Site du Col de Porte

- Les gérants de l'hôtel-restaurant « Cartusia » vivent de cette activité. Ils emploient habituellement 7 personnes : 6 à l'année et 1 pendant un mois en haute saison estivale (excepté sur l'année 2009).

Mais il faut noter que la majorité des clients à l'hôtel ne sont pas des « visiteurs » du site : en effet, la clientèle de l'établissement vient à l'occasion de mariages, séminaires ou tout autre événement. A cette clientèle, s'ajoute irrégulièrement des clients visiteurs du site qui viennent soit manger le midi soit boire une boisson. D'après la gérante, les « randonneurs occupent une place insignifiante » dans leur clientèle.

- Le gérant du bar-restaurant « Les 3 sommets » vit de son activité. EN période hivernale, il emploie 2 personnes de décembre à avril. Son chiffre d'affaire annuel est de 100 000euros.

D'après lui, le bar-restaurant est surtout occupé par des skieurs en période hivernale, seulement quelques randonneurs viennent l'été. Une trentaine de couverts par jour sont servis les week-ends. Il en compte beaucoup moins en semaine.

Lorsque l'on regarde la consommation des visiteurs enquêtés, on observe une forte différence saisonnière : la consommation de l'automne est négligeable, alors qu'en hiver une majorité de visiteurs enquêtés ont consommé. A cette saison, les consommations concernent principalement l'activité neige : celle-ci regroupe en effet 34% des consommations, la principale étant le forfait.

Consommation des visiteurs	Visiteurs qui consomment	Type de consommation majoritaire
automne	22%	Boissons
hiver	62%	Forfaits

On peut donc conclure que l'activité du Col de Porte est importante car deux établissements de restauration et d'hôtellerie sont présents sur le site. Toutefois, on observe une forte différence saisonnière au niveau des retombées économiques de la fréquentation touristique : l'hiver reste la saison dont l'impact économique est le plus fort.

CIRQUE DE SAINT-MÊME

Pour réaliser ce diagnostic, nous avons effectué des entretiens avec les « personnes ressources », des entretiens avec les acteurs économiques et politiques concernés, des lectures de documents et de l'observation de terrain.

1. POSITIONNEMENT DES ACTEURS ECONOMIQUES ET POLITIQUES

1.1 Ce qu'il faut retenir : résumé du positionnement des acteurs

- Acteurs économiques :

Il est nécessaire de préciser la forte divergence observée entre les avis et perception des différents acteurs économiques du site. Cette divergence s'observe notamment en ce qui concerne :

- le point de vue émis vis-à-vis du péage actuel ;
- la mise en place d'une alternative à la voiture ;
- la perception des relations entres locaux ;
- le positionnement vis-à-vis du PNRC.

Il n'est donc pas possible de considérer les points de vue émis d'un seul tenant mais on peut toutefois noter :

- une motivation de certains acteurs pour la mise en place d'un système de transport alternatif à la voiture ;
- et d'autre part, un refus d'augmenter les « contraintes » de la clientèle de l'hôtel par la limitation d'accès.

- Acteurs politiques :

On note une forte motivation pour l'expérimentation d'un système de transport alternatif à la voiture individuelle. Ces élus souhaitent donc la mise en place d'une action de la part du PNRC, ou tout au moins un soutien financier.

1.2 Analyse détaillée du positionnement des acteurs

PROBLEMES IDENTIFIES et CONSTATS

Acteurs économiques	Élus des communes
- Sentiment de déconnexion entre le site et le village de Saint-Même. - Conflits locaux ressentis.	- Le Cirque de Saint-Même est le site le plus renommé de la commune mais ne constitue pas un pôle économique majeur. - La quantité de visiteurs ne pose pas de problème. C'est le mode de déplacement (voiture) qui entraîne des problèmes environnementaux multiples. La saturation des parkings persiste malgré la mise en place du péage.

SOUHAITS et ATTENTES

Acteurs économiques	Élus des communes
<ul style="list-style-type: none">- Souhait d'une prise en compte de la clientèle de l'hôtel-restaurant de manière séparée par rapport à l'ensemble des visiteurs du site.- Forte attente vis-à-vis des élus locaux et du PNRC concernant la gestion du site.- Demande de prise de décision forte par les politiques.- Refus d'un système de transport qui soit contraignant pour les visiteurs du site et en particulier la clientèle de l'hôtel.	<ul style="list-style-type: none">- L'aspect sauvage de ce site doit être conservé malgré la forte fréquentation.- Volonté forte de développer des modes de transports alternatifs à la voiture (transport en commun, vélos électriques, navettes ou minibus, sentier d'accès pédestre, brochure orientant vers d'autres sites).

BESOINS

Acteurs économiques	Élus des communes
Certains acteurs ont exprimé un besoin de relation avec le PNRC	Besoin d'un appui financier du PNRC pour mettre en place une meilleure gestion des flux sur le site.

RISQUES liés à la fréquentation

Acteurs économiques	Élus des communes
Risque de diminution de la fréquentation du site, et donc de la clientèle, mis en avant par certains acteurs.	Pas de risque de diminution de la fréquentation mis en avant dans la mesure où les conditions d'accès au site changeraient.

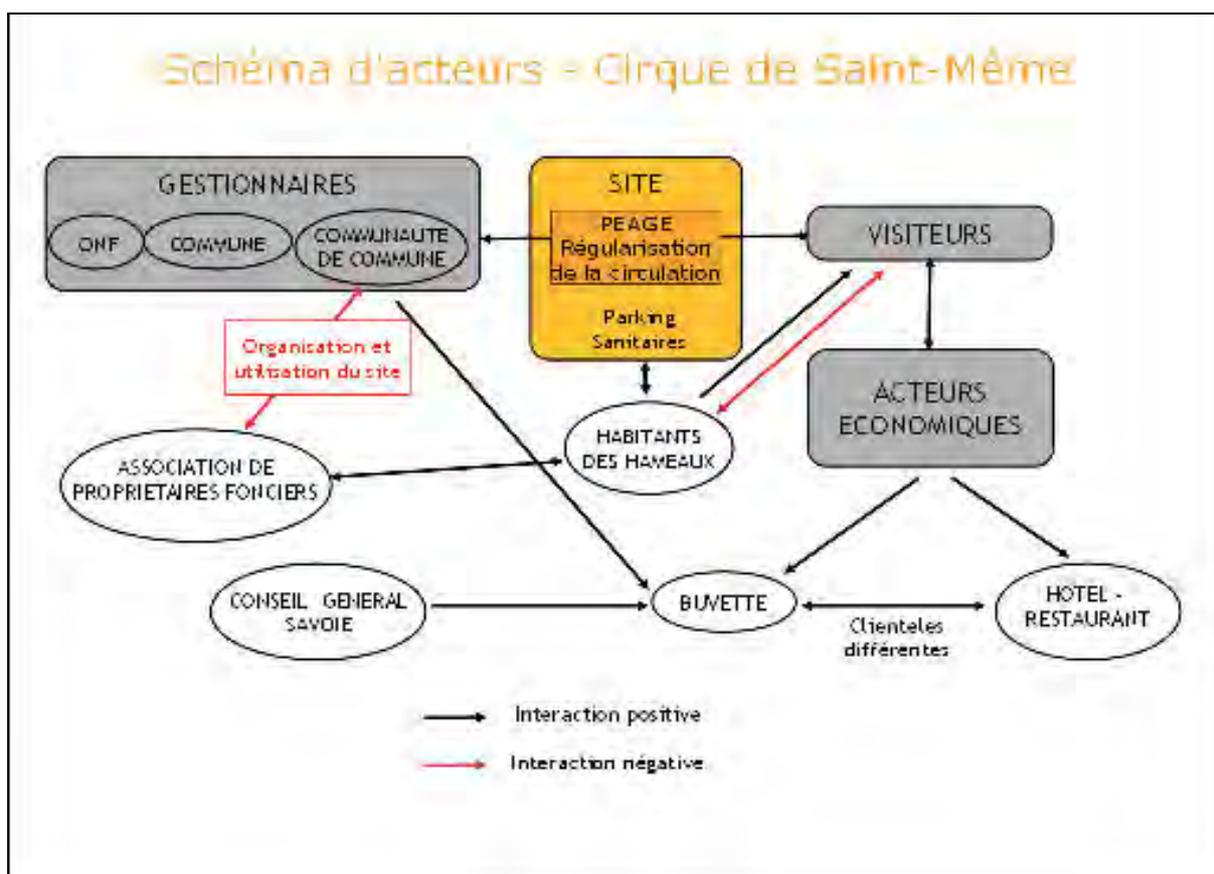
CONTRADICTIONS

Acteurs économiques
<ul style="list-style-type: none">- Les acteurs entre eux ont des positions très diverses voire contradictoires au sujet des aménagements (péages, mode d'accès) : pour ou contre le péage ; baisse de la fréquentation due au péage ou due à la météo.- Le visiteur est perçu différemment selon qu'il s'agit d'un client ou non.

On voit ainsi apparaître les différentes dimensions du conflit d'acteurs à Saint-Même :

- conflit d'accès → péage ;
- conflit d'usage → propriétaires/Communauté de Communes des Entremonts /visiteurs ;
- conflit d'aménagement → « parking sauvage » en aval de la barrière ;
- conflit d'environnement → pression sur le milieu naturel, captage d'eau potable.

Schéma d'acteurs - Cirque de Saint-Même



2. ANALYSE FORCES/FAIBLESSES/OPPORTUNITES/MENACES

Grille de perception du site élaborée à partir des entretiens avec les acteurs

FORCES	FAIBLESSES	OPPORTUNITES	MENACES
Présence d'activités économiques sur le site	Exposition de la zone de captage à la pollution des véhicules	Potentiel touristique du site : aménités naturelles / paysage, calme	Faiblesse de la concertation entre les acteurs du site
Facilité d'accès qui permet une diversification du public	Amoncellement anarchique des véhicules en aval du péage	Diversité des activités estivales : randonnée, détente, pique-nique	Usages différents du site qui nécessitent des modes de déplacement diversifiés pour être adaptés
	Absence de réorientation des visiteurs lors de la saturation du site /	Recherche de lien avec le PNRC de la part de certains acteurs économiques	Mauvaise image du PNRC de la part de certains acteurs économiques
	Difficultés de gestion du double accès routier au site	Motivation des élus locaux pour l'expérimentation de modes de déplacements doux	Déconnexion du site par rapport aux hameaux de Saint-Même

3. RETOMBEES SOCIO-ECONOMIQUES LIES A LA FREQUENTATION

La vallée des Entremonts est riche d'un point de vue socio-économique car environ 60% des actifs travaillent sur le territoire. Le Cirque de Saint-Même est à l'image du territoire sur lequel il se situe.

Le site accueille, sans compter les hameaux, 2 activités économiques : un hôtel-restaurant et une buvette-snack.

- Le propriétaire de l'hôtel-restaurant « Chalet du Cirque de Saint-Même » vit de cette activité. Son chiffre d'affaire annuel est de 210 000 euros. Il embauchait 6 à 7 personnes en 2004-2005 mais en 2009, il n'a employé que 2 personnes.
- Le gérant de la buvette loue le bâtiment à la Communauté de Communes. Son chiffre d'affaire actuel est de 45 000 euros. Il ne vit pas uniquement de cette activité car il est également saisonnier en hiver. Mais, il affirme avoir la capacité de vivre toute l'année de son activité car ses bénéfices s'élèvent à 15 000 euros. Il emploie une personne à temps plein en haute saison estivale (de mi-juillet à mi-août). A cette période, il dit accueillir jusqu'à 300 personnes à la journée et la terrasse est remplie de 13h30 à 19h (par beau temps). D'après le gérant de la buvette, l'achat moyen par personne est de 2 ou 3 euros.

L'activité économique du site du Cirque de Saint-Même est donc relativement importante du fait notamment des emplois assurés localement. Une telle activité permet de maintenir une vie sociale en zone de montagne. En effet, les retombées économiques de la fréquentation ne se limitent pas au Cirque. En effet, d'autres activités des hameaux de Saint-Même profitent de cette fréquentation, notamment des restaurateurs et hébergeurs. N'ayant pas récolté de données à ce sujet, nous ne pouvons estimer les retombées économiques de la fréquentation du Cirque de Saint-Même sur les activités économiques des hameaux.

Pour estimer les retombées économiques de la fréquentation sur le site, en dehors des emplois créés, il nous faut étudier les consommations des visiteurs. Nous nous appuyons sur la consommation des visiteurs enquêtés.

Consommation des visiteurs	Visiteurs qui consomment	Type de consommation majoritaire
été	46%	boisson
automne	9%	
hiver	32%	repas

Sur l'ensemble de l'année, on note qu'une majorité de visiteurs ne consomment pas. C'est en période estivale qu'on observe une consommation plus élevée. A l'automne, 91% des visiteurs ne consomment pas. De même, peu de visiteurs hivernaux consomment. Cette faiblesse de la consommation peut s'expliquer par le fait qu'une grande partie des visiteurs viennent avec leur pique-nique en été, et qu'à l'automne et en hiver, les activités économiques du site sont au ralenti : la buvette est en effet fermée.

COL DU GRANIER

Ce diagnostic est élaboré à partir d'entretiens, d'observations de terrain et de lecture de documents. Nous avons rencontré :

- le maire d'Apremont et le maire d'Entremont-le-Vieux ;
- le propriétaire du restaurant - bar du Col du Granier ;
- Alain MOREAU, habitant à l'année des granges de Joigny et Eric BAMERT, habitant du Col du Granier, propriétaire du restaurant.

1. POSITIONNEMENT DES ACTEURS ECONOMIQUES ET POLITIQUES ET DES RIVERAINS

1.1 Ce qu'il faut retenir : résumé du positionnement des acteurs et riverains

- Acteurs économiques

L'objectif est de développer la communication sur le site et favoriser la clientèle, tout en limitant les effets négatifs liés à une forte fréquentation (problèmes de stationnement). L'un des souhaits est de développer la capacité de stationnement sur le site.

- Acteurs politiques :

Point de vue du maire d'Apremont :

Le site est perçu uniquement d'un point de vue touristique et éloigné de la commune. D'après lui, la majorité des visiteurs descendent par le tunnel jusqu'à Chambéry et ne passe pas par les vignobles. Il y a donc peu de retombées économiques sur la commune. C'est le principal problème identifié. Les difficultés de stationnement ne sont pas mises en avant, mais il existe une volonté de sécurisation du site. La mise en place de transports en commun n'est pas envisagée dans l'objectif de délester les parkings, mais plutôt avec la volonté d'attirer de nouveaux visiteurs et de les « orienter ».

Point de vue du maire d'Entremont-le-Vieux :

Une expérimentation des modes de déplacement doux est envisagée en collaboration avec la ville de Chambéry. : mise en place de bornes de vélos électriques sur différents points d'accès du massif et du bassin chambérien ; amélioration et optimisation de la ligne de bus existante).

- Riverains :

D'après les riverains, les activités présentes sur le site jouent un rôle important par rapport à la fréquentation de ce site. On note une certaine critique vis-à-vis de l'aménagement des aires de stationnement. Des améliorations sont souhaitées : concernant l'utilisation de la capacité de stationnement du site et l'optimisation de la ligne de bus.

1.2 Analyse détaillée du positionnement des acteurs

CONSTATS et PROBLEMES IDENTIFIES

Acteurs économiques	Élus des communes	Riverains
<ul style="list-style-type: none"> - Sentiment d'une mauvaise gestion du site (aménagements réalisés qui ne sont pas adaptés) et d'une absence du PNRC. - Le système de transport actuel apparaît comme suffisant : l'amélioration de la ligne de bus n'est pas perçue comme une solution à envisager car trop compliqué et inutile. - Le problème majeur concerne les conditions de stationnement sur l'ensemble de l'année du fait de la faible capacité du site. - L'un des « points noirs » évoqués est la vitesse de circulation de certaines voitures qui est élevée. 	<ul style="list-style-type: none"> - Le site est perçu comme un site « barrière » et indépendant : il est éloigné de la commune d'Apremont et ne joue pas assez son rôle de porte d'entrée du Massif. - Le Col du Granier est un « site de passage » dont la sur-fréquentation occasionnelle n'est pas citée comme source de problème car la saturation est considérée comme seulement occasionnelle. 	<ul style="list-style-type: none"> - Le site connaît une fréquentation croissante depuis 20 ans environ. - La vente de fromage et la présence du restaurant ont contribué à l'augmentation de cette fréquentation. - Cette fréquentation est moindre en période estivale, l'activité principale étant la randonnée en raquettes. - Pour certains riverains, nécessité de cloisonner la propriété privée du fait du « manque de respect » des visiteurs. - La ligne de bus est très peu utilisée : le car de 60 places est « vide » excepté le lundi matin et vendredi soir (scolaires internes).

SOUHAITS et ATTENTES

Acteurs économiques	Élus des communes	Riverains
<ul style="list-style-type: none"> - Souhait de développer fortement le tourisme de groupe : accès au site trop « limité » pour les autocars de tourisme et transporteurs. - Volonté de développer la communication sur le site dans le bassin chambérien car sentiment d'une faiblesse de visiteurs de cette zone. - Demande de mise en place d'un panneau d'information afin que l'établissement ne serve plus de point d'information. 	<ul style="list-style-type: none"> - Volonté du maire d'Apremont de mettre en place un circuit touristique en bus. - Des aménagements augmentant la capacité de stationnement sont refusés. - Le développement des réseaux de transport publics n'apparaît pas prioritaire aux yeux du maire d'Apremont. - Pour le maire d'Entremont le Vieux, une expérimentation de modes doux sur une ou deux saisons est souhaitée. Elle doit se faire en collaboration avec la ville de Chambéry . 	<ul style="list-style-type: none"> - Selon une partie des riverains, c'est aux visiteurs de faire l'effort de venir en transport en commun.

BESOINS

Acteurs économiques	Élus des communes	Riverains
<ul style="list-style-type: none"> - Demande forte d'aménagement du site (accès pour les cars de tourisme, parkings, point de vue, limitation de la vitesse, publicité pour le site). - Forte attente vis-à-vis des élus locaux et du PNRC concernant la gestion du site. 	<ul style="list-style-type: none"> - Conservation de l'aspect naturel du site : développer des activités sans artificialiser le site. - Meilleure intégration du site au territoire. - Optimisation du potentiel touristique : souhait d'attirer les visiteurs soit vers le massif soit vers les vignobles. - Renforcement des liens ente le site et les autres activités touristiques de la commune ainsi que des communes voisines. - Renforcement de la communication et de l'information sur les caractéristiques du site (massif, géologie, flore protégée...). 	<ul style="list-style-type: none"> - Les horaires de bus ne sont pas adaptés aux activités pratiquées sur les sites. Mais aucun souhait particulier concernant le développement de la ligne de bus n'a été exprimé. - Possibilité d'agrandir la surface de stationnement car forte capacité d'accueil du site. - Remédier au faible entretien du chemin d'accès aux granges de Joigny.

RISQUES

Acteurs économiques	Élus des communes	Riverains
Sécurisation du site qui devient urgente.	La sécurisation du site est souhaitée (création d'un chemin piétonnier permettant l'accès au col).	

CONTRADICTIONS

Acteurs économiques	Élus des communes	Riverains
<ul style="list-style-type: none"> - Les conditions d'accueil sont souvent saturées mais le développement de transports en commun n'apparaît pas comme une solution possible à ces problèmes. De plus, des aménagements pour augmenter le nombre de visiteurs sont demandés. - Souhait de voir se développer l'accueil des visiteurs, mais mauvaise perception des visiteurs qui ne dépensent pas d'argent. 	<p>Le positionnement concernant l'organisation d'un système de transport en commun est double:</p> <ul style="list-style-type: none"> - un système de transport en commun « <i>n'est pas adapté aux sites de cols</i> ». Sa mise en place au col du Granier serait donc aberrante. - Mais, par la suite, il est dit que « <i>l'expérimentation des transports en commun avec horaires adaptés serait intéressante</i> ». 	Certains riverains demandent aux visiteurs de prendre le car mais ajoutent par la suite que les horaires de la ligne de bus ne sont pas adaptés aux pratiques.

L'optimisation du système de transport en commun n'est que peu envisagée par les acteurs interrogés. Elle apparaît en effet particulièrement difficile sur un site de passage tel un col, car nécessite l'organisation d'une desserte à forte fréquence et à des horaires réguliers. L'option majoritairement envisagée, excepté chez les élus, reste l'agrandissement des parkings.

2. ANALYSE FORCES/FAIBLESSES/OPPORTUNITES/MENACES

Grille de perception du site élaborée à partir des entretiens avec les acteurs

FORCES	FAIBLESSES	OPPORTUNITES	MENACES
Présence d'activités économiques sur le site	Problèmes de sécurisation du site	Potentiel touristique du site : aménités naturelles / paysage, calme	Saturation des parkings du fait de la faible capacité d'accueil du site
Facilité d'accès qui permet une diversification du public	Porte d'entrée du massif faiblement exploitée et valorisée	Focalisation de certains acteurs (mairie d'Apremont, et restaurant) sur un seul type de public	Aménagements réalisés peu adaptés à la fréquentation et à l'utilisation du site par les acteurs
Existence d'une ligne de bus	Fort impact paysager lié à la fréquentation automobile		Manque de concertation entre les gestionnaires

3. RETOMBEES SOCIO-ECONOMIQUES LIES A LA FREQUENTATION

Le site accueille deux activités économiques : un restaurant qui fait également vente de souvenirs. Le propriétaire ne vit pas uniquement de son établissement car sa femme travaille à côté. Actuellement, il emploie 4 personnes (sur l'ensemble de l'année) dont 3 à temps complet et 1 à mi-temps.

Sur le site est également présente, au niveau des granges de Joigny, une exploitation : 60 chèvres et 80 brebis qui sont en pâturage de mai à octobre sur les prairies des granges de Joigny (l'accès se fait à partir du col).

Ainsi, un certain nombre de personnes vivent grâce au site : l'activité économique du site n'est pas négligeable. Une telle activité permet de maintenir une vie sociale en zone de montagne puisque le propriétaire du restaurant, ainsi qu'une partie de sa famille habitent sur le site.

Pour estimer quantitativement les retombées économiques de la fréquentation sur le site, il nous faut étudier les consommations des visiteurs. Nous nous appuierons sur la consommation des visiteurs enquêtés et sur la perception du propriétaire.

D'après l'enquête réalisée auprès des visiteurs du site, sur l'ensemble de l'année, on note qu'une majorité de visiteurs ne consomment pas. La proportion de visiteurs interrogés ayant consommé est plus importante aux saisons automne et hiver. Quelle que soit la saison, ce sont les boissons qui sont le plus consommées.

Consommation	Visiteurs qui consomment des produits locaux	Type de consommation majoritaire
été	20%	Boisson : 53%
automne	44%	Boisson : 25%
hiver	40%	Boisson : 25%

D'après le propriétaire du restaurant, en période de forte fréquentation, l'établissement peut aller jusqu'à 140-150 couverts par jour. Ces « pointes excessives » arrivent notamment lors d'évènements tels la fête des artisans... En moyenne, il compte environ 70-80 couverts les dimanches et 10-15 couverts par jour sur l'ensemble de l'année, ce qui est relativement faible. Enfin, la consommation moyenne des clients est de 13 euros.

PARTIE 2 - IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX

Les impacts environnementaux liés à la fréquentation touristique sur les quatre sites concernés sont à diviser en deux parties. La première partie concerne le mode de déplacement des visiteurs pour accéder au site. La seconde partie concerne les impacts liés aux activités des visiteurs pratiquées sur les sites (érosion, perturbation de la faune et de la flore).

1. Impacts liés au mode de transport choisi pour accéder aux sites

Sur tous les sites étudiés, la grande majorité des visiteurs utilisent la voiture, quelque soit la saison. Et ce mode de transport impacte le milieu naturel à différents niveaux:

- en rejetant des gaz à effet de serre;
- en rejetant directement des hydrocarbures et des huiles;
- en modifiant le paysage local.

Pour estimer l'impact de la fréquentation automobile sur ces différentes composantes, nous avons choisi de :

- calculer des émissions de CO₂ émises par les personnes interrogées dans le cadre de l'enquête ;
- effectuer des entretiens avec des acteurs de l'environnement et de l'aménagement du territoire (« personnes ressources ») ;
- effectuer une recherche et une analyse bibliographique.

Afin de réaliser une meilleure estimation de ces impacts, nous avons croisé différentes méthodes de récolte de données dans l'objectif de compléter chacune de nos sources d'information.

1.1 Émissions de CO₂

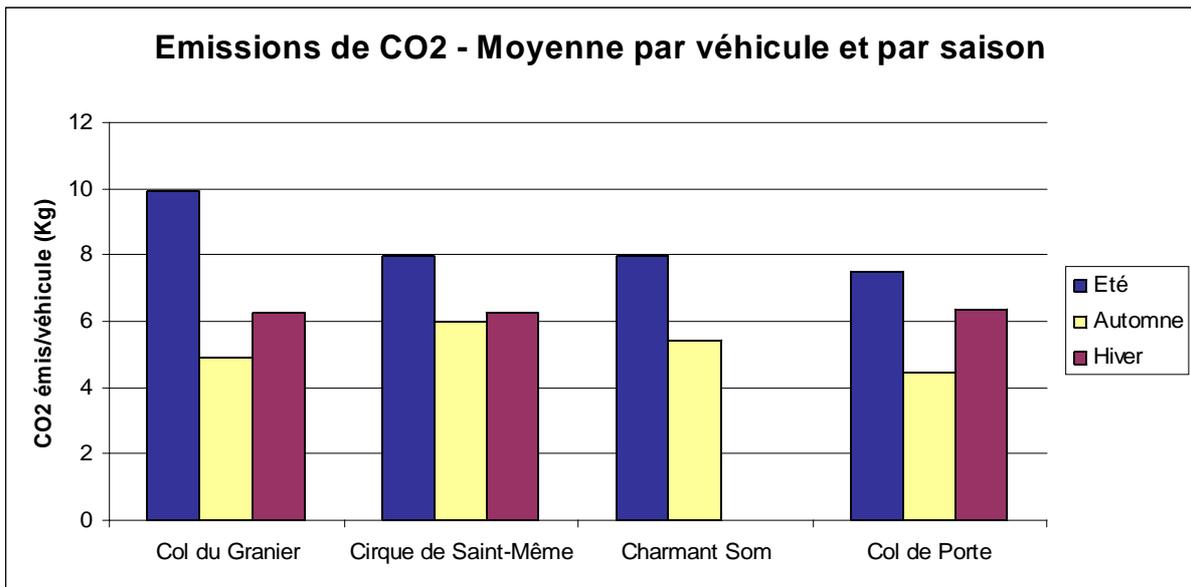
Pour estimer les quantités de CO₂ émises lors des déplacements pour se rendre sur le site, nous avons utilisé les données récoltées lors des enquêtes. En effet, celles-ci nous ont permis de connaître le lieu de départ des visiteurs, et donc la distance entre ce domicile et le site. Les calculs sont donc basés sur les réponses obtenues lors des enquêtes. Les résultats obtenus, et notamment les cumuls, sont des valeurs minimales dans la mesure où :

- nous avons comptabilisé uniquement les émissions des personnes interrogées lors de l'enquête (et non celles de l'ensemble des visiteurs présents sur le site) ;
- nous avons calculé les émissions des trajets aller uniquement ;
- nous avons considéré la distance minimale et non le trajet effectivement réalisé (possibilité de détours, d'arrêts...) ;
- nous avons comptabilisé une seule voiture par groupe. Or de nombreux groupes sont venus à plusieurs voitures.

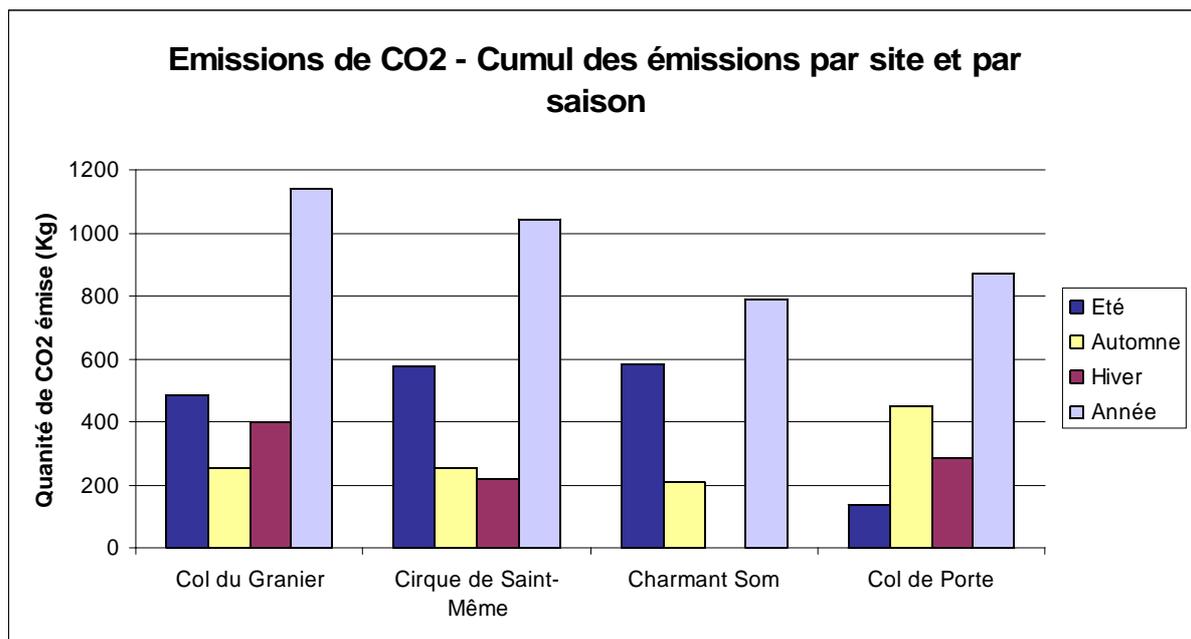
De plus, la méthode de calcul utilisée ne prend pas en compte, le gabarit de la voiture, le type de carburant et le type de trajet (zone de montagne). La formule choisie est utilisée habituellement pour le calcul des émissions carbone (à la combustion) en zone rurale. Les émissions CO₂ des déplacements des visiteurs des sites peuvent en effet être calculées grâce au facteur d'émission CO₂ et au coefficient de combustion équivalent carbone (0,040kg équivalent carbone par véhicule et par km parcouru) qui ne prend pas en compte les dépenses énergétiques en amont.

Nous avons choisi de réunir les données de deux manières :

- calcul de la valeur moyenne émise par véhicule arrivant sur le site ;
- cumul des émissions totales de la saison.



Les résultats ci-dessus apportent plusieurs informations, et confirment certaines analyses précédentes. Les émissions moyennes par véhicule sont différentes selon les saisons pour un même site donné. Par exemple, au col du Granier, la moyenne des émissions en été est de 10 Kg de CO₂. Cette même moyenne est d'environ 5Kg en automne. On peut donc constater qu'en automne, la distance parcourue par les visiteurs est moindre qu'en été. Au-delà de ces analyses, c'est aussi la quantité de CO₂ émise qu'il est important d'évaluer. C'est ce qu'illustre le schéma ci-dessous.



Ce schéma permet d'estimer la quantité de CO₂ émise par l'ensemble des visiteurs enquêtés, selon les saisons et les sites. De manière globale, sur l'ensemble des sites la quantité de CO₂ émise lors des déplacements pour venir sur les sites est peu élevée sachant que la majorité des visiteurs des sites sont des visiteurs de proximité. Au Charmant Som comme au Cirque de Saint Môme, l'essentiel des émissions annuelles sont estivales. Au col du Granier, site pour lequel les émissions émises sont les plus importantes, la répartition saisonnière des émissions est assez équilibrée.

1.2 Impact sur les milieux naturels

L'impact de l'automobile sur la flore se limite aux espèces présentes en bordure de route et écrasées par une éventuelle voiture. Aucune espèce d'intérêt patrimonial n'est concernée.

En ce qui concerne la faune, peu d'éléments peuvent être utilisés pour incriminer ce type de transport. Le dérangement lié au passage répété de véhicules peut influencer le comportement de certains animaux, et notamment les mammifères. Les populations de reptile, d'insectes et d'amphibiens peuvent elles être menacées par le passage répété de véhicules. Une réponse plus précise nécessiterait une enquête de terrain adaptée, afin d'estimer au plus près les populations présentes, et leurs fonctionnement écologique. A notre connaissance, aucune étude de ce type n'a été menée sur les sites concernés.

Les eaux de ruissellement des routes et des parkings captent des huiles et des hydrocarbures. L'impact direct sur la qualité de l'eau des ruisseaux et des rivières proches n'est donc pas à négliger, au vu de la fréquentation. Quelque soit le site, nous sommes en tête de bassin versant : les débits peuvent être par moment trop faibles pour diluer ou transporter efficacement les polluants.

L'enjeu est très important à proximité des captages d'eau potable, comme au Cirque de Saint-Même par exemple. Une réflexion a été engagée par l'ONF et la communauté de commune des Entremonts autour du Guiers Vif, visant notamment à organiser un système de collecte des eaux pluviales des parkings avant leur arrivée dans le ruisseau.

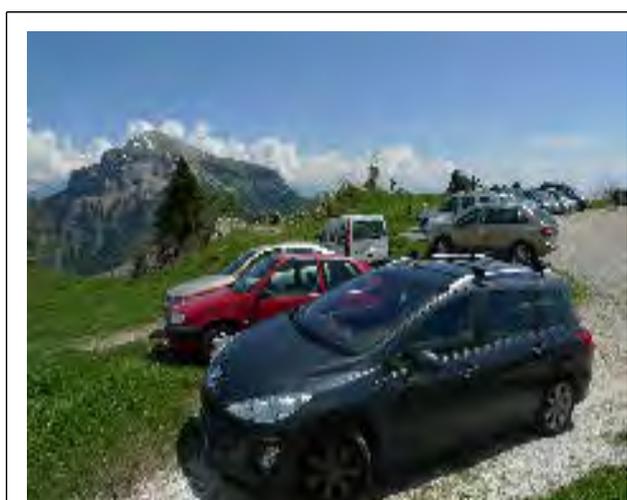
Enfin, la fréquentation automobile engendre des nuisances sonores et olfactives qui peuvent modifier dans une certaine mesure le comportement des animaux dans les milieux traversés.

1.3 Impacts paysagers

L'impact automobile sur le paysage se limite au périmètre immédiat des zones de stationnement. Estimer l'impact paysager d'aires de stationnement revient à une émettre appréciation subjective, ce que nous nous hasarderons pas à faire dans ce rapport. Toutefois, il faut noter que les sites étudiés ne comportent pas d'aires de stationnement de grande taille telle qu'on peut les trouver par ailleurs en zone de montagne. Sur l'ensemble des sites étudiés, l'emprise visuelle des zones de stationnement reste pourtant très importante et très étendue.

Sur le site du Charmant Som, l'amoncellement de voitures est la première chose que l'on perçoit à l'arrivée sur le site. De plus, le parking du Charmant Som se situe au milieu de l'alpage, et celui de l'oratoire devant un point de vue sur Chamechaude, comme le montrent les deux images ci-dessous :

Photo 1 et 2 : Parking du Charmant Som et de l'oratoire (juin 2010)



Photos : Vincent Neyrinck



Photos : Vincent Neyrinck

En période de forte fréquentation, le fil continu de voitures stationnées sur la crête du Charmant Som.

Sur le site du col du Granier, l'emprise visuelle de l'aire de stationnement la plus grande est également importante, car celle-ci se situe au niveau du point de vue (sur le Granier et sur le Mont Blanc).

Photo 3 : Parking du col du Granier (mars 2006)



En effet, pour observer le Mont-Blanc (un des atouts du site), il faut soit passer entre les voitures pour s'approcher du bord du parking, soit regarder au dessus des voitures!

Quels que soient les sites, l'impact des surfaces de stationnement goudronnées, qui sont calibrées pour recevoir une grande quantité de voiture en haute saison touristique, sont des verrues paysagères lorsqu'elles sont vides de véhicules. C'est le cas très souvent en semaine, et près de trois saisons sur quatre, soit la majeure partie de l'année.

2. Impacts liés à l'activité touristique sur les sites

Comme le montrent les résultats de l'enquête, la palette d'activités pratiquées sur les sites étudiés est très variée, quelque soit le site et la saison. Chacune des activités impacte le milieu naturel, avec une intensité proportionnelle au nombre de personnes la pratiquant et à leur concentration dans l'espace. Les enquêtes réalisées auprès des visiteurs sur les sites d'étude ont montré que la fréquentation de ces sites est importante, notamment au vu de la facilité d'accès des sites concernés. L'image ci-dessous a été prise un samedi après-midi au cirque de Saint-Même.



photo : Camille LABIE

Divers impacts liés aux pratiques sont observés sur ces sites : l'érosion des sentiers, le dérangement de la faune et la cueillette de la flore.

2.1 Érosion des sentiers :

Une activité douce comme la randonnée ou la marche devient impactante sur les milieux naturels à partir du moment où le nombre de pratiquant devient élevé, ou lorsque ces pratiquants se concentrent sur le même chemin. L'érosion est en effet liée à un nombre élevé de passages au même endroit mais c'est également un phénomène qui dépend beaucoup de la topographie du terrain (pente, constitution des sols...). Mesurer l'impact de la fréquentation sur l'érosion des sites d'étude nécessite de prendre en compte de nombreuses variables et d'effectuer des relevés précis. Mais, il est toutefois possible de caractériser les sites étudiés.

Le col Granier, pourtant très fréquenté, est très peu touché par des phénomènes d'érosion.

A l'inverse certains endroits des sites du Cirque de St même et du Charmant Som sont beaucoup plus érodés.

Au Charmant Som, entre la bergerie et le sommet, l'érosion des sentiers est forte. C'est en effet, le sentier le plus utilisé : les visiteurs venus en voiture jusqu'au parking de l'auberge du Charmant Som s'ajoutent aux visiteurs garés plus en aval ou venus à pied. Les gestionnaires du site ont donc mis en place des mesures pour limiter l'érosion du chemin d'accès au sommet qui est très fréquenté : déplacement du sentier vers une zone moins sensible à l'érosion, balisage pour limiter la divagation et panneau d'information.

Un programme d'action a été défini dans le cadre du programme Life « Nature et Territoire » au cours duquel a été créé le site Natura 2000 du Charmant Som. Un des objectifs principaux vise à protéger et à restaurer les habitats de pelouse et de prairies, notamment la pelouse sommitale soumise à des problèmes d'érosion, liés à la fréquentation. Les principales actions définies pour répondre à cet objectif sont :

- mise en place d'une barrière dans la partie aval du sentier ;
- déplacement du sentier amont vers une zone moins sensible à l'érosion ;
- amélioration du balisage et de l'information aux visiteurs.

Mais ces solutions n'ont pas encore réglé tous les problèmes, car les visiteurs ne font guère attention aux panneaux d'information, et l'emplacement de ceux-ci n'est pas toujours idéal.



Photo : Vincent Neyrinck

Au niveau du Cirque de Saint Môme, l'érosion concerne principalement la montée aux cascades, zone où le sentier effectue des virages serrés. Elle est due aux passages directs des visiteurs qui « coupent » ainsi le chemin. Ailleurs, l'érosion est due au manque d'organisation du balisage. C'est pourquoi le PNRC, a mis en place un programme de balisage des sentiers avec notamment la mise en place de barrières de canalisation et de panneaux d'information demandant notamment de ne pas sortir des sentiers.

Des conventions de passage vont également être signées entre les propriétaires et les services compétents dans le but de canaliser les flux de visiteurs sur les sentiers existants.

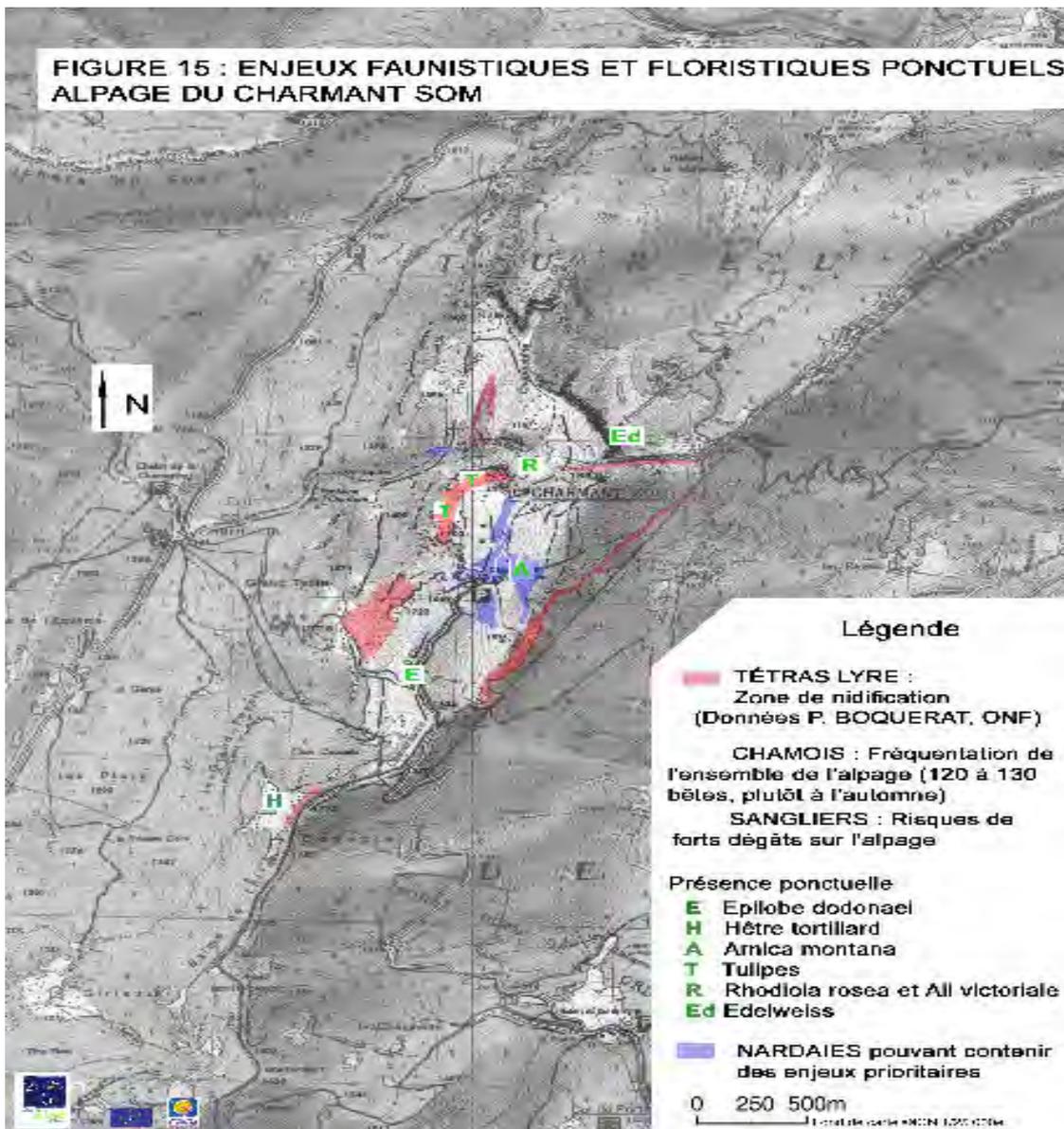
2.2 Perturbation de la faune :

Nous nous intéressons dans cette étude aux espèces menacées présentes en Chartreuse : tétras-lyre, hibou grand-duc, faucon pèlerin et aigle royal.

- **Le tétras-lyre**, présent sur les sites étudiés, est obligé de se déplacer dès qu'un randonneur approche. Mais en période hivernale, ceci augmente son taux de mortalité car c'est une période de diminution énergétique pour les gallinacés. Pour avoir moins froid, les coqs se mettent dans les coins exposés en face nord et ils creusent un igloo dans la neige pour se protéger. Malheureusement, ce sont ces endroits, où la neige est fraîche, et où personne n'est passé, que les skieurs privilégient car ils vont y trouver de la poudreuse. De plus, la multiplication des topoguides sur Internet accentue le phénomène de dispersion des visiteurs. Ce comportement est donc dangereux pour la faune hivernale : l'augmentation des passages crée plus de perturbations et donc un dérangement maximal. Le principal risque estimé vient donc de la dispersion anarchique des skieurs et raquettes qui ne respectent pas les tracés balisés. La randonnée en raquette est en effet tout aussi impactante que le ski pour cette espèce.

Au niveau du site du Charmant Som,

On observe une présence de tétras-Lyre sur le site du Charmant Som. Certaines zones de nidification se situent à proximité des sentiers qui partent du col de la Charmette et de Pleynan. Le risque de perturbation est donc avéré.



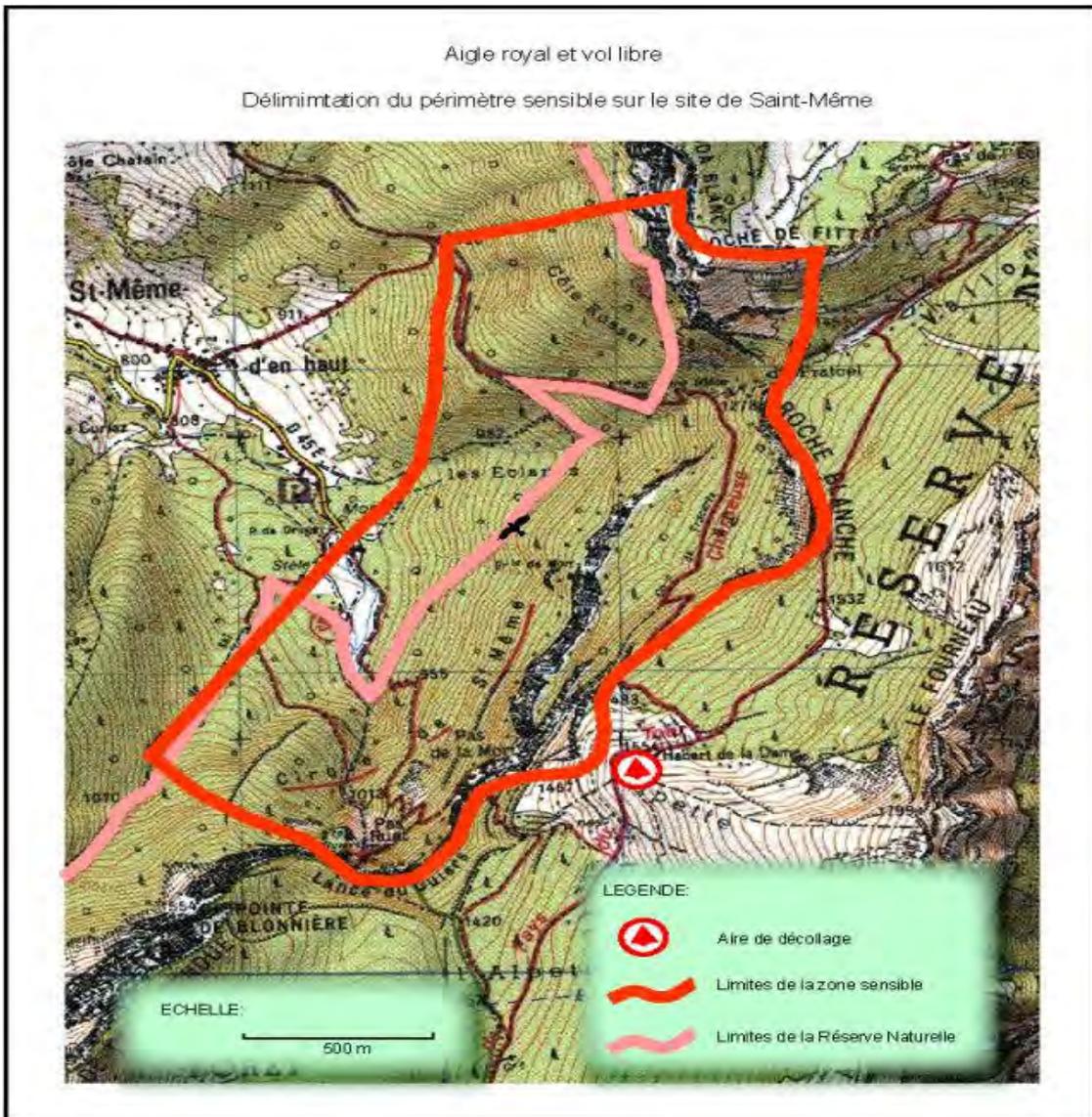
Concernant le site du cirque de Saint - Même, on sait que cette espèce de gallinacés est installée au niveau de la réserve des Hauts de Chartreuse (c'est-à-dire sur les hauteurs du Cirque de Saint Même). Mais nous n'avons pas suffisamment d'informations pour apporter des précisions sur l'impact potentiel de la fréquentation sur ce site concernant cette espèce.

D'autres espèces présentes sur le site, mais non menacées, peuvent connaître des perturbations du fait de la forte fréquentation du site, notamment en période estivale.

- **Les rapaces**, également très présents dans le PNRC, subissent les problèmes liés à la fréquentation et aux activités pratiquées sur ce territoire. Les rapaces concernés sont le hibou grand duc, l'aigle royal et le faucon pèlerin. La période de reproduction est la période de vulnérabilité maximale de ces espèces. Elle commence bien avant le printemps, dès janvier-février avec la formation des couples, parades... Les activités qui dérangent le plus ces espèces sont le parapente et l'escalade. Pour protéger ces espèces, le PNRC a mis en place un plan de circulation où des chemins sont privilégiés au détriment d'autres. Un plan de vol pour les parapentes a aussi été réalisé avec, entre autres, des zones d'envol interdit. Objectif : limiter le dérangement de l'aigle royal et du faucon pèlerin. En ce qui concerne le Hibou Grand duc le dérangement principal est lié à la pratique de l'escalade c'est pourquoi un plan escalade a été élaboré.

N'ayant pas d'informations sur la présence des autres espèces sur les sites étudiés, nous parlerons essentiellement de l'aigle royal.

Au niveau du Cirque de St Mème, l'activité du parapente crée un dérangement certain auprès du couple d'aigle royal présent sur ce site. Des panneaux sont installés sur les aires d'envol et une sensibilisation des libéristes sur le comportement des rapaces est réalisée. Mais il est difficile de contrôler ces pratiquants, qui vont en montagne en dehors d'un cadre associatif (et donc difficilement atteignables). Certains de ces sportifs revendiquent également une liberté d'action, souvent au détriment des espèces protégées.



La rivière du Guiers sur le Cirque, le secteur de forte fréquentation, abrite notamment le Cingle Plongeur. Cette espèce, bien que non menacée peut connaître une perturbation du fait de la forte fréquentation du site en période estivale.

2.3 Cueillette de la flore :

Pour la flore, l'impact le plus important se situe au niveau de la cueillette. Les phénomènes de piétinement des visiteurs ont un moindre impact. On distingue deux types de cueillette :

- la cueillette « touristique » : qui ne vise pas une espèce en particulier et qui est souvent due à un manque d'information. Les gens s'arrêtent sur un site, ne connaissant pas la réglementation, et cueillent un bouquet.
- la cueillette « culturelle » qui se réalise souvent à une période donnée : des habitués vont cueillir leur bouquet à la même saison. Ce type de cueillette reste très pratiquée sur les sites fréquentés.

Les espèces les plus sensibles, présentes sur le territoire de la Chartreuse, sont les suivantes :

- **la vulnérable des chartreux** (espèce recherchée pour en faire de la liqueur). Elle est très localisée dans les Alpes puisqu'on la trouve essentiellement en Chartreuse. Malgré sa présence importante elle risque d'être menacée en cas de cueillette abusive. Même si la cueillette de cette espèce est très réglementée, celle-ci connaît une cueillette culturelle tout autant que touristique. Ainsi, on observe un impact lié à une cueillette abusive.

Au Charmant Som, la cueillette de la vulnérable est autorisée. Ce qui n'est pas le cas, dans la réserve naturelle des Hauts de Chartreuse, et donc sur les hauteurs du Cirque de Saint-Même, même si les visiteurs passent souvent outre la réglementation.

- **les orchidées sauvages**, par exemple le sabot de venus, espèce protégée, qui est tout de même cueilli par les promeneurs alors soit par un manque de connaissance de la réglementation (peu probable car on note une importante communication autour de la protection de cette espèce) soit parce qu'ils ont l'habitude de venir cueillir leur bouquet chaque année. Pour ces espèces protégées, la cueillette culturelle est celle qui menace le plus. En ce qui concerne le sabot de Vénus, le risque est fort car cette espèce ne peut être réintroduite du fait de sa culture difficile et elle fait l'objet de cueillette sauvage répétée du fait de sa grande renommée et de sa valeur commerciale.

Sur le site du col du Granier, on trouve une station de sabot de Vénus connue. Aucune étude approfondie n'a été réalisée sur la question, il nous est donc difficile d'apporter plus d'information.

- **L'edelweiss, les tulipes sauvages, la rhodiola et le lys orangé** sont aussi des espèces fragiles présentes en Chartreuse, qui peuvent être menacées par la cueillette ou le piétinement. C'est le cas pour les trois premières citées qui sont présentes au Charmant Som notamment.

Conclusion :

Les impacts et les effets de la fréquentation sont difficilement quantifiables. En effet les activités d'escalade, de parapente, de randonnée... sont des sports individualistes et donc difficilement contrôlables. De plus, évaluer l'impact des activités pratiquées sur les sites concernés doit faire l'objet d'études spécifiques, pour chacune des activités, pour chacun des sites. A notre connaissance, les sites concernés n'ont pas fait l'objet d'étude de ce genre. Cela devra être fait pour mieux répondre aux interrogations posées.

CHAPITRE IV

INVENTAIRE DES INITIATIVES DE MOBILITE DOUCE EN MONTAGNE

N°	Territoire	Nom du site	Mode de transport et aménagements	Type de site	Type de milieu	Ac teur	Mode de stationnement	Type de de circulation	Payant	Public visé	Etat actuel
1	Pyrénées Orientales	Les Bouillouses	Parkings, navettes et télécabines	Cul de sac	Lac des Bouillouses	CG66	Limitation et contrôle du stationnement	Route barrée	oui	Tout le monde	en fonctionnement
2	Hautes Alpes	Belvédère du Viso	Navette saisonnière touristique	Cul de sac	Zone de montagne	Association « Détente et Loisir »	Pas de stationnement spécifique	Route barrée	non	Touristes	N'existe plus
3	Hautes Alpes	Mines du Fournel	Navettes obligatoires	Cul de sac	PN des Ecrins	Natura 2000 / Commune d'Argentière-la-Bessée / CC du Pays des Ecrins	Places de parkings aménagées	Route barrée	oui	Visiteurs des mines	en fonctionnement
4	Haute Savoie	Les Chapieux / Ville des Glaciers	Navette	Cul de sac	Route dangereuse	Commune de Bourg St Maurice	Places de parkings aménagées	Circulation autorisée en voiture	non	Tout le monde	en fonctionnement
5	Hautes Alpes	Saint Véran et La Chapelle de Clausis	Navette saisonnière touristique	Cul de sac	Route dangereuse	Transporteur « Petit Mathieu » et Commune de St Véran	Places de parkings aménagées	Route barrée	non	Touristes	en fonctionnement
6	Hautes Alpes	La Chapelle en Valgaudemar	Parkings	Cul de sac	Zone de montagne	Commune de la Chapelle en Vaulgemar, PN des Ecrins, LEADER	Limitation d'accès et contrôle du stationnement	Circulation autorisée en voiture	non	Tout le monde	en fonctionnement
7	Hautes Pyrénées	Aragouet	Parkings et navettes	Cul de sac	Réserve du Néouvielle	SIVU et Parc National des Pyrénées	Limitation et contrôle du stationnement	Route barrée	oui	Touristes	en fonctionnement
8	Hautes Pyrénées	Cirque de Gavarnie	Transport à mulet et limitation d'accès	Cul de sac	Grand Site	DDE, Préfet, CG 65, Région Aquitaine, Commune de Gavarnie	Limitation et contrôle du stationnement	Route barrée	oui	Touristes	en fonctionnement
9	Isère	Corrençon en Vercors	Valorisation des sentiers pédestres et location de voitures électriques	Cul de sac	Zone de montagne	Commune de Corrençon, CG 38 et Région		Circulation autorisée en voiture	oui	Tout le monde	en fonctionnement
10	Hautes Pyrénées	Cauterets et Pont d'Espagne	Parkings, navettes et télécabines	Cul de sac	Zone de montagne	Commission syndicale de la Vallée de St Savin, Commune de Cauterets	Limitation et contrôle du stationnement	Route barrée / Abonnement mensuel pour les résidents	oui	Tout le monde	en fonctionnement
11	Hautes Alpes	Saint Paul d'Ubaye	Parkings	Hameaux	Route dangereuse	Communes de St Paul d'Ubaye	Limitation d'accès et contrôle du stationnement	Circulation autorisée en voiture	oui	Tout le monde	en fonctionnement
12	Hautes Alpes	Molines en Champsaur	Calèches	Piste forestière	Zone de montagne	Parc National des Ecrins et prestataires privés		Route barrée	oui	Tout le monde, touristes	N'existe plus
13	Hautes Alpes	Queyras	Navettes intervillages	Route départementale	Entre ville et montagne	SIVU du Haut Guil	Pas de stationnement spécifique	Facilitation d'accès	non pour séjournant	Touristes et Habitants	en fonctionnement
14	Isère	Bourg d'Oisans et la Béarde	Navette saisonnière touristique	Route départementale	Zone de montagne	CG 38, Transisère	Pas de stationnement spécifique	Circulation autorisée en voiture	oui	Tout le monde	en fonctionnement
15	Hautes Alpes	Vallouise et Chambran	Navette saisonnière touristique	Route départementale	Parc National des Ecrins		Pas de stationnement spécifique	Circulation autorisée en voiture	non	Randonneurs	en fonctionnement
16	Hautes Alpes	Ecrins	Navette saisonnière touristique et navette thématique	Route départementale	Zone de montagne	CC du Pays des Ecrins	Pas de stationnement spécifique	Circulation autorisée en voiture	oui pour les navettes thématiques	Touristes	en fonctionnement
17	Haute Savoie	Lac du Bourget – Plateau du Revard	Navette « Lac et Montagne »	Route départementale	Entre ville et montagne	CG 74 et CC Lac du Bourget et SM Savoie Grand Revard	Pas de stationnement spécifique	Circulation autorisée en voiture	oui	Tout le monde	en fonctionnement
18	Hautes Alpes	Vallée de la Clarée – Névache/Laval	Parkings et navettes	Route départementale	Zone de montagne	CG 05, Commune de Névache, CC du Briançonnais	Limitation d'accès et contrôle du stationnement	Route barrée / Accès libre pour résidents	oui	Touristes	en fonctionnement
19	Cantal	Puy Mary	Navette et limitation des parkings	Sommet	Moyenne montagne	CG 15, Région Centre, Grands Sites de France	Objectif est de supprimer le parking	Pas renseigné	oui	Touristes	en projet
20	Bouches du Rhône	Montagne Sainte Victoire	Navette saisonnière touristique	Sommet	Intervillage	CC du Pays d'Aix	Places de parkings aménagées	Circulation autorisée en voiture	non	Tout le monde	Expérimental
21	Pyrénées Orientales	Massif du Canigou	Calèches	Sommet	Grand Site	SM du Canigou Grand Site, CG 66, Région, Haras	Places de parkings aménagées	Route barrée	non	Touristes	en fonctionnement

N°	Territoire	Nom du site	Mode de transport et aménagements	Type de site	Type de milieu	Ac teur	Mode de stationnement	Type de de circulation	Payant	Public visé	Etat actuel
22	Haute Savoie	Semnoz	Navette avec transport de VTT	Sommet	Zone de montagne	SIBRA et Agglo d'Annecy	Pas de stationnement spécifique	Pas renseigné	oui	Touristes	en fonctionnement
23	Puy de Dôme	Puy de Dôme	Navette payante et parking à péage/Projet Train à crémaillère	Sommet	Grand Site	CG63, Région d'Auvergne, Clermont-Communauté, l'Etat, l'Europe	Places de parkings aménagées	Route barrée	oui	Touristes	en projet
24	Isère	Venosc	Télécabine	Station	Zone de montagne	Communes de Venosc et station des Deux Alpes		Facilitation d'accès	oui	Tout le monde	en fonctionnement
25	Savoie	Orelle – Val Thorens	Télécabine	Station	Zone de montagne	Communes d'Orelle		Facilitation d'accès	oui	Touristes	en fonctionnement
26	Savoie	Brides les Bains	Télécabine	Station	Zone de montagne	CG 73, Commune de Brides les Bains, station de Méribel		Facilitation d'accès	oui	Tout le monde	en fonctionnement
27	Bas Rhin	Grand Ried et Sélestat	Service de transport à la demande	Territoire	Moyenne montagne	CC du Grand Ried et de Sélestat, Ets Taxi Ridzon	Pas de stationnement spécifique	Facilitation d'accès	oui	Tout le monde	en fonctionnement
28	Haute Savoie	Massif des Aravis et Haut Chablais	Centrale de mobilité	Territoire	Entre ville et montagne	CG 74, Interreg « MobiAlp », SIMA, SIAC	Pas de stationnement spécifique	Circulation autorisée en voiture	non	Tout le monde	en fonctionnement
29	Bas Rhin	Région de Saverne	Minibus à la demande	Territoire	Moyenne montagne	CC de la région de Saverne	Pas de stationnement spécifique	Facilitation d'accès	oui	Tout le monde	en fonctionnement
30	Drôme-Isère	Arrière pays drômois	Service de transport à la demande	Territoire	Zone de montagne	CG 26 et opérateur « Transdrôme »		Service de proximité pour zone mal desservie	pas renseigné	Tout le monde	en fonctionnement
31	Vaucluse	Luberon	Véloroute	Territoire	Zone de montagne	PNR du Luberon		Inaccessible en voiture	non	Tout le monde	Existant
32	Isère	Trièves et Matheysine	Centrale de mobilité	Territoire		Association « La Cabane », Syndicat d'Aménagement du Trièves, Région RA, CG 38	Pas de stationnement spécifique	Circulation autorisée en voiture			
33	Haut Rhin et Vosges	Route des crêtes Col Calvaire/Grand Ballon	Navette	Territoire	PNR du Ballon des Vosges	CG 68 et 88, PNR du Ballon des Vosges	Pas de stationnement spécifique	Circulation autorisée en voiture	oui	Tout le monde	en fonctionnement
34	Hautes Pyrénées	Vallée des Gaves	Voie Verte	Territoire	Zone de montagne	SM pour le développement rural d'Argeles Gazost		Inaccessible en voiture	non	Tout le monde	Existant
35	France	France	Covoiturage lié à une activité	Territoire	Zone de montagne	Allosurf	Pas de stationnement spécifique	Circulation autorisée en voiture	non	Pratiquants de sport de glisse	en fonctionnement
36	Pyrénées Orientales	Pays des terres romanes	Service de transport à la demande	Territoire	Intervillage	CC Terres Romanes CG66/Europe/Région LR/Le PNR des Pyrénées Catalanes	Pas de stationnement spécifique	Facilitation d'accès	oui	Tout le monde	en fonctionnement
37	Isère	Agglomération grenobloise	Covoiturage	Territoire	Zone de montagne	Association « Stop Plus »	Pas de stationnement spécifique		non	Tout le monde	N'existe plus
38	Bouches du Rhône	Plateau de Bibémus	Parkings et navettes	Territoire	Entre ville et montagne	CC du Pays d'Aix, CG 13, Région PACA	Limitation d'accès et contrôle du stationnement	Route barrée	oui	Tout le monde	en fonctionnement
39	Alpes Maritimes	TAM	Service de transport à la demande	Territoire	Entre ville et montagne	CG 06	Pas de stationnement spécifique	Service de proximité pour zone mal desservie	oui	Tout le monde	en fonctionnement
40	Drôme	Lus La Croix Haute	Transport à mulet	Territoire	Zone de montagne	Association « Tetedemule »	A partir des gares SNCF	Inaccessible en voiture	oui	Touristes et randonneurs	en fonctionnement
41	Vosges	Remirmont, Cornimont et Bussang	Voie Verte	Territoire	Zone de montagne	Syndicat Intercommunal de la vallée de la Moselotte		Inaccessible en voiture	non	Tout le monde	Existant

CONCLUSION

CONSTATS ET ENJEUX

La limitation de l'usage de la voiture dans les déplacements domicile-travail en milieu urbain mobilise depuis quelques années une attention particulière. On pourrait facilement penser que la limitation de l'impact de la voiture en milieu rural relève des mêmes enjeux et qu'elle suscite un intérêt égal. Or ce n'est pas du tout le cas, la volonté de réduction des impacts liés aux mobilités de loisirs en milieu rural est une thématique relativement peu abordée jusqu'à présent, d'autant plus en milieu montagnard. De plus, une telle problématique soulève des enjeux complexes. La limitation de l'impact automobile en espace naturel ne peut se limiter à une recherche de diminution des émissions de gaz à effet de serre. Limiter l'impact automobile sur des sites naturels signifie s'attaquer à la fois à l'impact paysager, aux problèmes de stationnement ainsi qu'à l'impact environnemental (pollution et contribution à l'effet de serre). L'objectif du projet dans lequel rentre l'étude que nous avons réalisée n'est donc pas simple : cette étude fournit les premiers éléments d'analyse qui serviront d'appui à la réflexion qui va être menée.

Cet état des lieux de la fréquentation touristique de sites naturels montre une forte fréquentation périodique sur chacun des sites étudiés : sur le Cirque de Saint-Même et le Charmant Som, la forte fréquentation est estivale. Au col de Porte, l'essentiel de la fréquentation est hivernale et fortement liée à l'activité de la station de ski. Au col du Granier, la forte fréquentation s'observe à la fois en été et en hiver, mais elle est liée à des visites de passage tout autant que des activités de randonnée et de balades en raquettes.

Pour autant, nous ne parlerons pas de « sur-fréquentation » car ce terme est concept délicat qui demande, avant toute utilisation, une définition de critères précis. La « sur-fréquentation » d'un milieu naturel est conditionnée par de multiples facteurs qui auraient demandé d'autres mesures et analyses que celles que nous avons réalisées : mesure des impacts induits par les pratiques, mise en parallèle de la période de forte fréquentation avec le fonctionnement du milieu écologique, spatialisation de la fréquentation, estimation de la temporalité du phénomène... Nous avons donc simplement défini des périodes de « forte fréquentation », au cours desquelles l'impact de la fréquentation sur le site est élevé, que ce soit l'impact automobile (émissions de CO₂, impact paysager) ou l'impact lié aux activités (érosion des sentiers, impacts sur la faune et flore).

Toutefois, il semble important de souligner l'importance de la fréquentation touristique des sites pour l'activité économique des communes concernées. Les activités de loisirs en plein air, estivales ou hivernales, ont la particularité de n'engendrer que peu de coûts localement tout en distribuant de relativement faibles dividendes aux activités économiques locales. Les retombées économiques de la fréquentation sur les sites sont donc liées à une consommation de produits locaux, boissons ou repas. Elles restent difficilement mesurables d'un point de vue quantitatif. Mais, sur les sites étudiés, il est certain que les activités économiques permettent un maintien de l'emploi sur le territoire.

Ainsi, comme le montre notre étude, les enjeux qui sous-tendent à un tel projet sont divers et complexes mais ils nécessitent d'être pris en compte individuellement afin d'élaborer une solution pertinente et adaptée au contexte. Pour intégrer ces différents enjeux, il semble primordial d'avoir recours à une phase de concertation rassemblant les acteurs concernés ainsi que les « personnes ressources » qui pourront apporter différents regards sur la thématique abordée.

CONCERTATION ET PRECONISATIONS

Dans la mesure où elle doit prendre en compte les différents éléments présentés dans cette étude, la construction d'une solution alternative à la voiture sur les sites étudiés apparaît également complexe.

En effet, la solution choisie se doit de répondre aux besoins des usagers actuels du site : elle nécessite donc de cibler au préalable ce public et de prendre en compte les différents types de visiteurs qui fréquentent le site. Il apparaît évident que la mise en place d'une solution de moindre impact face à l'usage massif de la voiture pour l'accès aux sites, doit se faire de manière concertée. Que ce soit un aménagement, l'optimisation d'un système de transport ou toute autre option, la prise de décision doit être effectuée en collaboration avec les acteurs locaux et usagers du site. La concertation ne doit donc pas se limiter aux seuls acteurs interrogés dans cette étude.

La mise en débat nécessite de prendre certaines précautions afin de mieux communiquer entre participants sur les thématiques sous-jacentes au projet. La liberté d'accès est l'un des éléments clefs sur lequel le projet devra se positionner. A travers les entretiens réalisés, nous avons pu observer que la perception de la liberté d'accès est différente chez chacun des acteurs rencontrés. C'est un terme complexe qui renvoie à différentes réalités, variables en fonction de la perception de l'individu qui l'utilise. Suite aux divers entretiens menés, il apparaît que ce terme est employé sans précision et qu'il renvoie à de multiples significations : liberté, limitation ou conditionnement d'accès sont employés sans précision ou sans explication concrète de ce qui est sous-entendu. Ainsi, l'absence de libre accès est interprétée de différentes manières. Elle peut être assimilée à :

- une limitation de l'accès par des barrières modulables (fermeture momentanée) ;
- un conditionnement de l'accès soit par mode de paiement soit par catégorie de visiteurs (riverains, clientèle des acteurs économiques...) ;
- un ajout de contraintes dans les modes d'accès ;
- ou une interdiction d'accès ;
- voire à plusieurs de ces items.

Il semble donc indispensable, lors des discussions et débats à venir, de bien clarifier les termes employés par chacun. D'une part parce que cela évite des incompréhensions ou « faux-désaccords » au cours des débats, et d'autre part car cela amènera le discours à un degré de précision pertinent et ouvrira la réflexion de chacun sur ses propres positions. De cette manière, chaque positionnement ou point de vue présenté devra être approfondi et sera forcé de présenter concrètement ce qui est souhaité/désapprouvé par la personne.

Enfin, il reste à savoir de quelle manière « co-construire » ces solutions alternatives et innovantes. De multiples outils existent pour optimiser le temps accordé aux débats et à la concertation mais aussi pour faciliter la prise de décision partagée avec l'ensemble des acteurs concernés. Il semblerait donc utile de mener une réflexion en amont sur les outils les mieux adaptés. Mais, nous pouvons d'ores et déjà conseiller l'élaboration d'une seconde grille FFOM, qui serait cette fois-ci, « stratégique ». La construction de celle-ci doit partir d'hypothèses d'action élaborées préalablement pour chaque site. La construction d'une telle grille s'effectue idéalement en réunion afin que chaque type d'acteur puisse exprimer son positionnement vis-à-vis des hypothèses d'actions. Ainsi, il est possible d'élaborer une perception partagée qui prend en compte les différents facteurs en jeu (positifs et négatifs) en fonction des actions éventuelles envisagées. Il est fort probable que l'utilisation de cette technique aidera à la prise de décision collective pour la suite du projet.

BIBLIOGRAPHIE

ARRAGAIN M., Etude d'impacts socio-économiques des sports de nature en Rhône Alpes : Le cas de la randonnée raquette dans la vallée des Entremonts en Chartreuse, mémoire master 2 LEST-UJF, PNR Chartreuse, 2008.

Atelier Technique des Espaces Naturels, Étudier la fréquentation dans les espaces naturels : méthodologie, Outils de Gestion, 1999.

Communauté de Communes des Entremonts en Chartreuse, Etude d'amélioration de l'accueil du public sur le cirque de Saint Môme : Remodelage paysager des berges du Guiers vif amont, avril 2007.

Collectif, Nouvelles mobilités touristiques, Cahiers de l'espace n° 100, mars 2009.

CHEVALIER Manon, Programme DOP 2006-2008, Opération spécifique : « Sauvegarde 3 : Préservation du Tétrasyre sur l'ENS du Col du Coq, Conseil général de l'Isère et LPO Isère, Rapport d'activité 2006, 2007-2008.

DE SINGLY François, L'enquête et ses méthodes : le questionnaire, collection sociologie 123, Éditions Nathan, juin 1996.

FERNANDEZ B., Le Cirque de Saint Môme : aménagements et gestion d'un site naturel à forte fréquentation touristique au sein d'un espace rural préalpin, dossier Licence de géographie, Univ. de Savoie, 2008.

GOUJON L., Mobilité douce et itinérance dans les Alpes-Maritimes, association grande traversée des Alpes, 2008.

GALINIER S., Mobilité durable - Mise en place de navette à vocation touristique : Étude du site de la Danchère - Lac du Lauvitel, Mountain Wilderness, septembre 2004.

Programme Life, Life Nature Territoire en Région Rhône-Alpes, Site du Charmant Som, rapport final couvrant la période du 01/07/2004 au 30/09/2008, octobre 2008.

MIGNOTTE A., Etude de fréquentation estivale du Site du Grand Som - Parc Naturel Régional de Chartreuse, Laboratoire TEO-UJF, PNR Chartreuse, avril 2003.

Etat des lieux et diagnostic de la fréquentation touristique sur trois sites du parc naturel Régional de Chartreuse

Charmant Som/Col de Porte
Col du Granier
Cirque de Saint-Même



ANNEXES

Juin 2010

Rédaction : Camille LABIE
Jean-François GATEL

Coordination PNR : Charlotte Dupont
Emmanuel Heyrman

Sommaire

Annexe 1 - protocole d'enquête

Annexe 2 - Questionnaires 1 et 2

Annexe 3 - Tableaux des acteurs

Annexe 4 - Graphiques des heures d'arrivées

Annexe 5 - Cartes des origines par saisonniers

Annexe 6 - Tableaux des tris croisés

Annexe 7 - Graphiques des stocks de véhicules (données péage)

Annexe 8 - Graphiques des flux de véhicules (saison estivale)

Annexe 9 - Fiches de l'inventaire Mobilité douce en montagne

ANNEXE 1 : PROTOCOLE

ENQUÊTE VISITEURS : questionnaire

But de l'enquête

Cette enquête fait partie intégrante d'une étude de fréquentation de trois sites : Charmant Som/ Col de Porte, Cirque de Saint Même et Col du Granier commanditée par le PNR Chartreuse à MW.

Il s'agit d'effectuer un **état des lieux / un diagnostic de la situation actuelle** (connaître les personnes qui fréquentent ces lieux, savoir quand, comment, pourquoi, combien...). L'objectif est donc de mieux connaître les visiteurs et de savoir quelle est leur opinion concernant le site et sa fréquentation.

Cette enquête n'est pas prospective : nous n'analysons pas quelles sont les solutions possibles pour ces sites. Pour l'instant aucune modification des modes d'accès actuels aux sites n'a été envisagée.

Ceci est à bien préciser si les personnes interrogées vous posent des questions : prenez le temps de leur expliquer le but de l'enquête en quelques mots avant de commencer.

Il vous est défendu de parler (en tant qu'enquêteur) d'un mode de transport alternatif qui serait envisageable. Toutefois, si les personnes enquêtées ont des idées, un avis ou autre, il faut l'enregistrer

A qui s'adresse le questionnaire ?

Ce questionnaire s'adresse à tous les visiteurs du site quels qu'ils soient.
Il n'est valable que pour une seule personne à la fois.

Ne faire qu'un questionnaire par « groupe » (famille, amis...qui viennent ensemble) pour éviter les recoupements.

Si vous avez plusieurs personnes en face de vous qui répondent toutes aux questions, choisissez en une (ouvertement ou non) et ne cochez que ses réponses.

Où ?

Charmant Som : postez vous sur le parking voire sur la terrasse de l'auberge

Col de Porte : essayez de vous disperser d'un côté et de l'autre de l'auberge sur les parkings

Cirque de Saint Même : sur le parking voire sur la prairie

Col du Granier : sur parking côté point de vue voire sur la terrasse de l'auberge

Vous pouvez aller au devant des gens sans hésiter dans la mesure où vous leur demandez leur accord : cf paragraphe d'introduction du questionnaire.

Quand ?

Les dates vous ont été indiquées par mail : prévoir la journée.

Comment ?

**UNE SEULE REPONSE POSSIBLE PAR QUESTION
sauf précision contraire**

Adressez vous aux personnes lorsqu'elles sont disponibles de préférence à la fin de leur promenade lorsqu'elles se déchaussent...

- **Présentez vous et expliquez les raisons de l'enquête.** L'enquêté doit savoir à qui il s'adresse et ce que va devenir ce qu'il vous dit. Le paragraphe de présentation en début de questionnaire est essentiel pour le bon déroulement des échanges. **NE PAS LE LIRE !** Vous devez savoir ce que vous avez à dire donc facilitez l'échange en engageant l'enquête sans être le nez dans votre papier.

N'oubliez pas de préciser que ce questionnaire est anonyme et que les données resteront confidentielles.

- L'enquêté est en droit d'arrêter de répondre à tout moment. (mais vous n'êtes pas obligé de le lui préciser). Il verra forcément que l'enquête est longue (nombre de pages) donc encouragez le à aller jusqu'au bout :
- 1. **rassurez le sur la longueur du questionnaire** : toutes les questions ne lui seront pas posées (3 sites différents, modes de transports différents) **DITES LE LUI**.
- 2. **sachez « faire attention à lui »** : écoutez le, regardez le, et ne le coupez que si vous voyez qu'il déborde du sujet ou qu'il vous prend trop de temps. Restez poli et répondez à ces questions.

- **Posez vous-même les questions** : ne donnez pas le questionnaire à remplir. Formuler soi même les questions est nécessaire pour :
 - maîtriser le déroulement de l'enquête
 - éviter que les personnes ne répondent pas à certaines questions
 - favoriser l'échange avec la personne interrogée
- **Varier le profil des personnes enquêtées** : faire attention à la tendance qui nous pousse à aller vers un certain type de personnes...notamment celles qui nous ressemblent ou nous correspondent (même de manière inconsciente) ! A la pause de midi voir si on a moins de femmes ou de personnes de tel âge...et essayer d'en interroger plus l'après midi.
- **A la fin de l'enquête, prenez le temps de noter vos remarques** : concernant le matériel (glacière, gros sac à dos, petit sac de pic-nic, cordes...) que porte la personne que vous avez interrogée. Rajouter quelques commentaires sur le comportement de l'enquêté si vous trouvez cela pertinent.

Idem notez le numéro du questionnaire et les renseignements initiaux.

LES REGLES D'OR DE L'ENQUÊTE

- **Toujours formuler la question telle qu'elle est écrite** : il est important que les intitulés des questions posées soient les mêmes pour tous les enquêteurs afin d'éviter les biais.
- **Connaître, s'approprier toutes les questions**: l'objectif est de faciliter la compréhension et les réponses des enquêtés
- **Expliquer le sens d'une question si elle paraît obscure en veillant à ce que l'explication n'oriente pas la réponse**. La personne ne vous demandera pas forcément de lui expliquer et ne dira pas forcément qu'elle ne comprend pas : il faut repérer si l'absence de réponse immédiate est due à l'hésitation ou l'incompréhension (voir si froncement sourcils...)
- **Ne pas orienter les réponses des enquêtés par des commentaires personnels**. Il est toutefois possible d'apporter des précisions si la personne ne comprend pas la question. Mais il est primordial de rester le plus NEUTRE possible (ne pas suggérer des réponses, ni insister sur une option, etc...) : pour cela en dire le moins possible même si la personne tarde à répondre (laissez la réfléchir toute seule!).
- **Établir des rapports conviviaux avec les enquêtés** : il s'agit de les mettre à l'aise. Précisez qu'il ne s'agit pas de vendre un produit ou d'effectuer un contrôle. Dire que l'objectif de l'enquête est de connaître leur avis. Vous pouvez ajouter qu'un crayon sera donné en cadeau.

COMPTAGE DE VEHICULES : observation quantitative

La méthode utilisée pour le comptage de véhicules est fonction des sites :

1. sur les sites des col du Granier et col de Porte, il faut compter le STOCK de voitures stationnées.
2. sur les sites du Cirque de Saint Même et du Charmant Som, il faut compter le FLUX de véhicules ainsi que le stock en début et en fin de journée.

Vous disposez donc d'une fiche à remplir pour le comptage différente en fonction des sites.

1. Pour les comptages de stock, la personne qui fait les enquêtes auprès des visiteurs se charge de cette tâche si elle est seule sur le site. Les horaires de comptages prévus sont : **9h** (ou heure d'arrivée prévue sur le site). **11h / 13h / 15h / 17h** (ou heure de départ du site). Dans ce cas, il faut noter la provenance (numéro d'immatriculation sur la même fiche). L'objectif est d'avoir du chiffre pour pouvoir faire des statistiques: **NOTEZ BIEN L'HEURE !**
2. Pour le comptage des flux, est désignée une personne dont le rôle particulier est **compter les voitures qui montent et qui descendent**. Il n'est pas nécessaire de noter les flux de véhicules en fonction de la provenance : nous n'avons pas besoin de savoir combien de 38 sont venus à telle ou telle heure mais combien de 38 sont venus dans la journée. Sur ces sites, vous aurez donc **2 fichiers de comptage** : un pour cocher les aller-venues et un autre pour noter la provenance.
Il y a donc nécessairement 2 personnes présentes sur ces sites pour chaque jour d'enquête.

NOTES SUPPLEMENTAIRES D'OBSERVATION QUALITATIVE

Il s'agit d'observer autour de vous ce qui se passe : qui fait quoi comment avec qui quand où ? ...

- Vous disposez de place à la fin du questionnaire pour **noter le comportement des visiteurs** (notamment concernant le matériel amené par le visiteur).
- Vous pouvez également mettre toute information sur un compte rendu de journée d'enquête. Pour cela, je met un modèle type à votre disposition.

Toutefois ce travail ne doit pas être fait au détriment du questionnaire.

Il serait intéressant de noter :

- le comportement de stationnement : personne qui se gare mal, n'importe où, qui gêne, qui râle...

Attention aux idées reçues : tous les conducteurs ne sont pas mauvais ! !

- les autres comportements : personnes qui pique-niquent au pied de leur voiture...

Notez tout ce qui vous paraît intéressant à savoir car je ne serais pas sur tous les lieux ...

ANNEXE 2 : QUESTIONNAIRES - VISITEURS

Questionnaire - visiteurs n° 1 (période estivale)

Numéro de questionnaire:

Renseignements initiaux : A REMPLIR SOI MÊME

Nom de l'enquêteur :

Lieu d'enquête :

Date et heure :

Météo : beau couvert pluie neige brouillard

Paragraphe d'introduction à présenter :

Bonjour je réalise une enquête pour le PNR Chartreuse sur le site du Nous souhaitons connaître les visiteurs du site, savoir pourquoi ils viennent sur ce site et savoir quels sont leurs modes de déplacement. Cette enquête est anonyme.

Pouvez vous me consacrer 10 minutes pour répondre à ce questionnaire ?

VOTRE PROVENANCE :

1. Êtes vous français(e) ? oui non Si non de quelle nationalité ?

2. Quel est votre lieu de résidence principale?

Rhône-Alpes oui non

2.a. Si oui indiquez le code

postal.....

Si non indiquez le département / le Pays.....

3. Êtes vous venu pour :

une excursion (journée demi journée ou quelques heures)

un court séjour (2/3 jours - WE) un long séjour (1 semaine ou +)

Si vous êtes en séjour :

3.a. Logez vous : chez des amis/famille location gîte auberge du site

Autres, précisez :

3.b. Où se situe votre hébergement ? (*indiquez le code postal*)

3.c. Quels modes de transport avez-vous utilisé pour venir dans la région ?

4. Pour ceux dont l'hébergement n'est pas en Chartreuse :

4.a. Combien de temps comptez vous rester en Chartreuse ?

moins d'une journée quelques jours une semaine 15 jours ou plus

Que comptez vous visiter ?.....

Pour ceux dont l'hébergement touristique n'est pas en Chartreuse :

4.b. Combien de fois comptez vous vous rendre en Chartreuse ?

4.c. Pour visiter quels sites

?.....

5. Êtes vous déjà venu en Chartreuse (en dehors du site) ? oui non

5.a. Combien de fois ? une seule fois entre 2 et 5 fois + de 5 fois habitué(e)

5.b. Si oui : où ? (*plusieurs réponses possibles*)

.....
VOTRE EXCURSION SUR CE SITE :

6. Comment avez vous connu ce site ? (*plusieurs réponses possibles*)

7. Pourquoi avez vous choisi de venir sur ce site aujourd'hui ?

(*3 réponses possibles maximum*)

1.....2.....3.....

8. Quel(s) mode(s) de transport avez-vous utilisé pour arriver sur le site ?

(*si plusieurs modes classer les réponses par importance relative au trajet*)

- voiture personnelle voiture de location taxi camping car moto
 covoiturage entre amis covoiturage organisé auto-stop train auto-partage
 transport en commun autocar de tourisme vélo à pied

Autre, précisez :

9. Combien de temps avez vous mis pour venir sur ce site ?

10. Quelle est votre heure d'arrivée sur ce site ?.....

11. Combien de temps êtes vous resté [OU comptez vous rester] sur ce site ?

- 1h 1h à 2h 3 à 5h la journée NSP

12. Qu'êtes vous venu faire sur ce site aujourd'hui ? (*plusieurs réponses possibles*)

(*Indications : promenade = 2h ou moins et randonnée = +2h*)

.....
.....
12.b. Si randonnée / balade / pic-nique : quel est l'objectif de votre sortie?

- monter jusqu'en haut /le plus haut possible / voir le point de vue
 marcher sortir prendre l'air pique-niquer pas trop loin
 trouver un coin tranquille pour pique-niquer dans la verdure

Autre, précisez :

13. Avec qui êtes vous venu(e) ? (*plusieurs réponses possibles*)

- seul en couple en famille avec des amis en groupe 3ième âge
 en colonie accompagné par un professionnel en visite organisée

14. Combien êtes vous ?personnes dont combien d'enfants ?.....

15. Avez vous acheté/consommé quelque chose sur le site ? oui non

Si oui (*plusieurs réponses possibles*) : une boisson un repas un produit local

Autre, précisez :

16. Pensez vous que votre présence sur le site a des effets négatifs ? oui non

Si oui sur quoi ? (*plusieurs réponses possibles*)

- faune flore paysage (pollution visuelle/sonore) pollution de l'air

Autre, précisez :

17. Êtes vous déjà venu(e) sur ce site auparavant ?

oui seulement de passage non

17.a. Si oui : Combien de fois? une seule fois entre 2 et 5 fois + de 5 fois

17.b. A quelle(s) saison(s) êtes vous venu ? printemps été automne hiver

17.c. A quelle(s) occasion(s) êtes vous venu ? WE semaine vacances

VOTRE PRATIQUE DE LA MONTAGNE:

18. Quelles activités de montagne pratiquez vous habituellement ?

Été :	Hiver :
--------------	----------------

19. Quelle est la fréquence de vos sorties en montagne ?

première fois entre 1 et 3 fois par an entre 4 et 9 fois par an
 entre 10 et 20 fois par an 1 à 2 fois par mois plus de 2 fois par mois

20. Savez vous quel rôle joue le Parc Naturel Régional de Chartreuse ?

oui non

21. Pour Charmant Som seulement :

Savez vous ce qu'est un site Natura 2000 ? oui non

22. Pour Cirque de Saint Même / Col du Granier seulement :

Savez vous où se trouve la réserve naturelle de Chartreuse ? oui non

23. L'existence du Parc, d'une réserve naturelle ou d'un site Natura 2000 a-t-elle des conséquences sur votre usage du site ? oui non

SI VOUS ETES VENU(E) SUR LE SITE EN VOITURE

24. Avez vous déjà utilisé un mode de transport alternatif à la voiture pour vos sorties en montagne ? oui non

24.a. Si oui lequel ? (*plusieurs réponses avec ordre d'importance de 1 à 3*)

Train Bus Auto-stop Vélo Covoiturage organisé

24.b. A quelle fréquence ?

pour - ¼ de vos sorties de ¼ à la ½ de vos sorties pour les ¾ de vos sorties

25. Seriez vous prêt à utiliser des transports alternatifs à la voiture pour vos sorties en montagne ? oui non

Si oui lesquels et sous quelles conditions?

.....
.....

Si non : pour quelles raisons ?

.....
.....

SI VOUS ETES VENU(E) SUR LE SITE EN TRANSPORT EN COMMUN

(seulement pour le Col du Granier / le Col de Porte)

26. Pour quelles raisons utilisez vous les TC pour vos déplacements en montagne ?

(3 réponses possibles)

1.....2.....3.....

27. Que pensez vous de la fréquence des bus ?

pas suffisante suffisante satisfaisante idéale

28. Quelle était la charge du bus que vous avez pris ?

vide quelques personnes beaucoup de monde plein

29. Avez vous trouvé facilement les horaires de bus ?

oui non

29.b. Où avez vous trouvé vos renseignements ?

.....

SI VOUS ETES VENU(E) EN COVOITURAGE ORGANISE

30. Pour quelles raisons vous êtes vous déplacé en covoiturage ?

plus écologique/économique pas de voiture

31. A quelle fréquence vous déplacez vous en covoiturage pour vos sorties en montagne ?

c'est la première fois rarement irrégulièrement régulièrement souvent
 à chaque fois

32. Vous déplacez vous en covoiturage pour toutes vos activités en montagne ?

oui non

VOTRE OPINION / VOS PERCEPTIONS :

33. À quel point êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes ?

(pour chaque affirmation, entourez le chiffre correspondant à votre degré d'opinion sur l'échelle allant de 1 « **pas du tout d'accord** », 2 « **plutôt pas d'accord** », 3 « **plutôt d'accord** » à 4 « **tout à fait d'accord** »)

a. Je préfère conduire plutôt que me faire conduire	1	2	3	4	NSP
b. En voiture je gagne en temps de trajet par rapport au TC	1	2	3	4	NSP
c. Je suis plus autonome en voiture qu'en TC	1	2	3	4	NSP
d. Je pollue plus en voiture qu'en TC	1	2	3	4	NSP
e. Me déplacer en voiture me coûte moins cher que me déplacer en TC	1	2	3	4	NSP
f. Me déplacer en voiture me stresse plus qu'utiliser les TC	1	2	3	4	NSP
g. Les TC sont plus conviviaux que la voiture	1	2	3	4	NSP
h. Il est possible de remplacer l'usage de la voiture pour venir sur ce site	1	2	3	4	NSP
i. Il n'y a pas assez de parkings	1	2	3	4	NSP
j. Si on me propose un système de covoiturage, je suis prêt(e) à emmener d'autres personnes ou me faire emmener	1	2	3	4	NSP
k. Il n'y a pas suffisamment de bus pour se rendre en montagne	1	2	3	4	NSP

l. Si ce site était desservi par les TC, je serais prêt à les prendre.	1	2	3	4	NSP
m. Il y a trop de voitures garées sur ce site	1	2	3	4	NSP
n. Je n'aime pas prendre plusieurs modes de transport à la fois pour me déplacer	1	2	3	4	NSP
o. La voiture est plus pratique que les TC (matériel montagne, handicap, enfants...)	1	2	3	4	NSP
p. Le covoiturage est une meilleure alternative à la voiture que les TC	1	2	3	4	NSP
q. Je pourrais venir en vélo électrique jusqu'ici	1	2	3	4	NSP

34. Quel est votre avis concernant la fréquentation du site aujourd'hui ?

faible fréquentation fréquentation moyenne forte fréquentation NSP

35. Êtes vous satisfait de l'accueil du site ? oui non

35.b. Si non pourquoi ?.....

36. Seulement pour Col de Porte / Col du Granier: Selon vous existe-t-il un autre moyen que la voiture pour venir sur ce site? oui non NSP

36.b. Si oui lequel ?

36.c. Pourquoi ne l'avez vous pas pris aujourd'hui ?

37. Selon vous quel serait le mode de transport idéal pour venir sur ce site ?

.....

37. b. Pourquoi ?.....

Renseignements : Sexe : Âge : Profession :

Nous vous remercions du temps que vous avez bien voulu consacrer à notre questionnaire et nous vous rappelons que l'anonymat sera respecté.

Afin d'approfondir le questionnaire et si vous souhaitez en dire plus sur le sujet, nous vous proposons d'effectuer un entretien de 20-30 min à un moment qui vous convient soit au sein de la MNEI, soit par téléphone (sans limite de date).

Seriez vous intéressé ? Si oui laissez nous votre contact.

NOTES et REMARQUES de l'enquêteur (matériel , comportement, ...)

QUESTIONNAIRE « VISITEURS DES SITES »

Nom de l'enquêteur : Date et heure : Lieu d'enquête :

Météo : beau couvert pluie neige brouillard

Paragraphe d'introduction à présenter :

Cette enquête est anonyme. Elle est commanditée par le PNR Chartreuse. Son but est de connaître les visiteurs du site, savoir pourquoi ils viennent ici et mieux connaître leurs modes de déplacement. Me consacrez vous 10 minutes pour répondre à quelques questions ?

PRESENTATION

1. Quelle est votre nationalité ?

2. Avez-vous l'habitude de venir en montagne ?

- première fois 1 fois par mois environ
 entre 1 et 4 fois par an tous les 15 jours
 entre 5 et 10 fois par an toutes les semaines

3. Fréquentez vous le massif de la Chartreuse ?

- pour la première fois 1 fois par an
 moins d'une fois par an plusieurs fois par an
 j'habite sur place

VOTRE EXCURSION SUR CE SITE

VOTRE ACTIVITE SUR LE SITE AUJOURD'HUI

4. Êtes-vous venu pour effectuer :

- long séjour (1 semaine) court séjour (2/3 jours ou WE)
 excursion (journée ou moins) :heures

5. A quelle heure êtes vous arrivé(e/s) ?

6. Avec qui êtes-vous venu(e) ? (plusieurs réponses possibles)

- seul en groupe 3^{ème} âge/autre
 en couple en colonie
 en famille accompagné par un professionnel
 avec des amis en visite organisée

7. Combien êtes-vous ?personnes

- dontenfants
 - dontpersonnes à mobilité réduite

8. Par quel(s) moyen(s) avez-vous connu site ? (plusieurs réponses possibles)

9. Avez-vous l'habitude de fréquenter ce site?

- première fois moins d'une fois par an
 1 fois par an plusieurs fois par an

A quelle(s) saison(s) ?

- Printemps Hiver
 Été Automne Indifféremment

10. Pour quelles raisons avez-vous choisi ce site et pas un autre ? (3 réponses possibles maximum)

1.
 2.
 3.

11. Quelles activités êtes-vous venu pratiquer ? (3 réponses possibles maximum)

Indications : promenade < ou = 2h / randonnée > 2h

1.
 2.
 3.

Si promenade / randonnée : jusqu'où ?

12. Achat ou consommation sur place :

- rien boisson repas produits locaux

Autre :

13. Selon vous, la fréquentation du site aujourd'hui est plutôt :

- très faible forte fréquentation
 faible fréquentation trop forte
 fréquentation moyenne NSP

VOTRE DEPLACEMENT (usage transport)

14. D'où êtes-vous parti(e/s) aujourd'hui pour venir sur ce site ?

Code postal :

- Il s'agit d'une Résidence principale
 Résidence secondaire
 Autre :

Si secondaire/autre : département de domiciliation

15. Concernant l'accessibilité au site, globalement vous êtes :

- très satisfait insatisfait Pourquoi?
 satisfait très insatisfait

16. Quel(s) mode(s) de transport avez-vous utilisé ?

(si plusieurs modes classer les réponses par importance relative au trajet)

- voiture personnelle moto
 covoiturage transport en commun
 camping car vélo

Autre :

17. Selon vous, quel mode de transport serait idéal pour venir sur ce site? Pourquoi?

SI VOUS ETES VENUS EN VOITURE

18. A combien de voitures êtes vous venus ?

19. Pourquoi êtes vous venu en voiture ?

20. *Seulement pour Col de Porte / Col du Granier:*
A votre connaissance, existe-t-il actuellement, un autre moyen que la voiture pour venir sur ce site?

- oui : lequel ?.....
Serez-vous prêt à le prendre ? Oui / Non
- non
 NSP

SI VOUS ETES VENUS EN COVOITURAGE

21. Pourquoi êtes vous venu en covoiturage ?

22. A quelle fréquence vous déplacez-vous en covoiturage pour vos sorties en montagne ?

- 1^{ère} fois une fois sur 2
 tout le temps 1 fois sur 3 1 fois sur 4

SI VOUS ETES VENUS EN TRANSPORT EN COMMUN

23. Pourquoi êtes-vous venu en TC aujourd'hui ?

24. Avez vous trouvé facilement les horaires ? Oui / Non

Où avez-vous trouvé vos renseignements ?

25. Que pensez-vous de la fréquence des bus ?

- pas suffisante suffisante Idéale

26. A quelle fréquence utilisez-vous les TC pour vos sorties en montagne ?

- d'1 fois sur 4
 1 fois sur 3
 1 fois sur 4
 une fois sur 2
 tout le temps

VOS MODES DE TRANSPORT

27. Avez-vous déjà utilisé un mode de transport alternatif à la voiture pour vos sorties en montagne (hormis cette sortie) ? oui non

- Si OUI le(s)quel(s) ? Train Vélo
 Bus Calèche
 Auto-stop Covoiturage

A quelle fréquence ?

- 1^{ère} fois 1 fois sur 3
 1 fois sur 4 une fois sur 2 tout le temps

28. Serez-vous prêt à utiliser (plus souvent) des transports alternatifs à la voiture pour vos sorties en montagne ? oui non

29. SI OUI : Lesquels? Pourquoi? Sous quelles conditions?

Transport	Pourquoi	Conditions

30. SI NON : Pourquoi garder la voiture comme mode de transport privilégié ?

RENSEIGNEMENTS

Sexe :

Âge :

Profession :

- agriculteur, exploitant
 artisan commerçant chef d'entreprise
 cadre profession libérale
 profession intermédiaire : enseignement santé fonction publique administratif commercial
 ouvrier (et chauffeur)
 employé : policier, militaire agent de service administratif commercial
 Autre :

Nous vous remercions du temps que vous avez bien voulu consacrer à notre questionnaire et nous vous rappelons que l'anonymat sera respecté.

NOTES et REMARQUES de l'enquêteur

Matériel	Comportement
<input type="checkbox"/> Glacière <input type="checkbox"/> Matériel de loisir (raquettes) <input type="checkbox"/> Table de pique nique <input type="checkbox"/> Sac de randonnée (>30 litre) <input type="checkbox"/> Autre.....	<p style="text-align: center;"><u>Autres Informations</u></p>

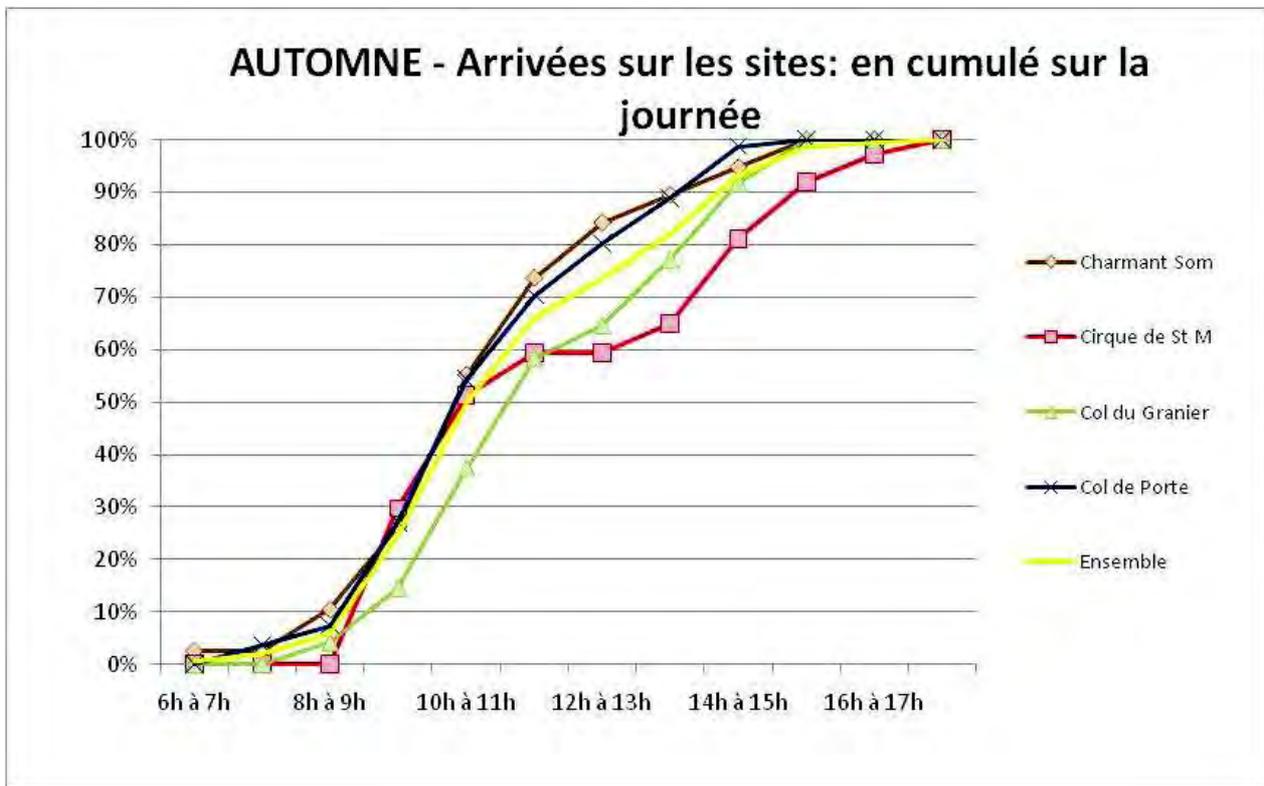
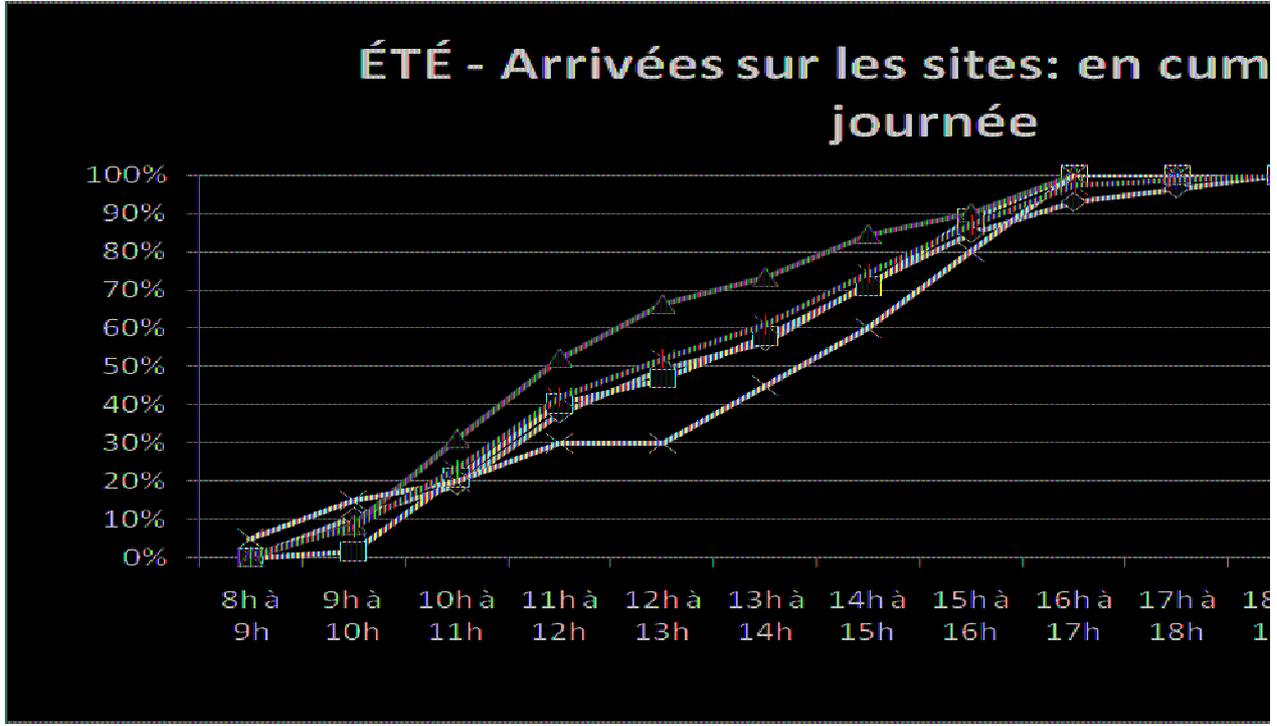
ANNEXE 3 - LISTE DES ACTEURS RENCONTRES

TYPE D'ACTEUR	SITE	NOM	STRUCTURE	DATE DE RENCONTRE	STATUT
Acteurs économiques	Charmant Som	Olivier BASTIEN	Fromagerie de l'alpage	05/08/09	Propriétaire
	Charmant Som	Sébastien ROUX	Auberge	05/08/09	Propriétaire
	Cirque de St Même	Marc FIOL	Buvette La Cascade	23/09/09	Exploitant
	Cirque de St Même	Joël GEORGES	Hôtel du Chalet du Cirque	23/09/09	Propriétaire
	Col du Granier	Eric BAMERT	Bar-restaurant	21/11/09	Propriétaire
	Col du Granier	Aline MASSON	Élevage de chèvres	29/09/09	Exploitant
	Col de Porte	Nathalie JAY	Hôtel Cartusia	15/10/09	Propriétaire
	Col de Porte	PEREZ	Hôtel des 3 sommets	15/10/09	Propriétaire
Techniciens		Philippe RANNAUD	chargé de mission foncier	07/08/09	PNRC
	Charmant Som et Col de Porte	Mario ALESSANDRONI	Agent nature	07/08/09	PNRC
	Cirque de St Même et col du Granier	Christophe LEFORT	agent nature du parc	07/08/09	
	Cirque de St Même	Corinne VILLARD-PICHON	ComCom des Entremonts	15/08/09	péage du cirque de Saint Même
	Cirque de St Même	Jean-Pierre VINCENT	ONF	23/09/09	responsable du site
	Cirque de St Même et col du Granier	Pascale REY	Communauté de Commune des Entremonts	23/09/09	Chargée de mission
Associations	Cirque de St Même et col du Granier	Stéphane PARMENTIER	AADEC (Association d'Animation pour le Développement des Entremonts en Chartreuse	23/09/09	
		Hervé -Coffre et J. PREVOST	Association LPO	10/11/2009	Salarié et Président
		Frédéric GOURGES	Association Gentiana	24/11/2009	Salarié
Habitants	Col du Granier	Alain MOREAU	riverain du col du Granier	21/11/09	
	Col du Granier	Eric Bamert	riverain du col du Granier	21/11/09	
Élus	Col du Granier	Marc DUPRAZ	Mairie	25/01/10	Maire d'Apremont

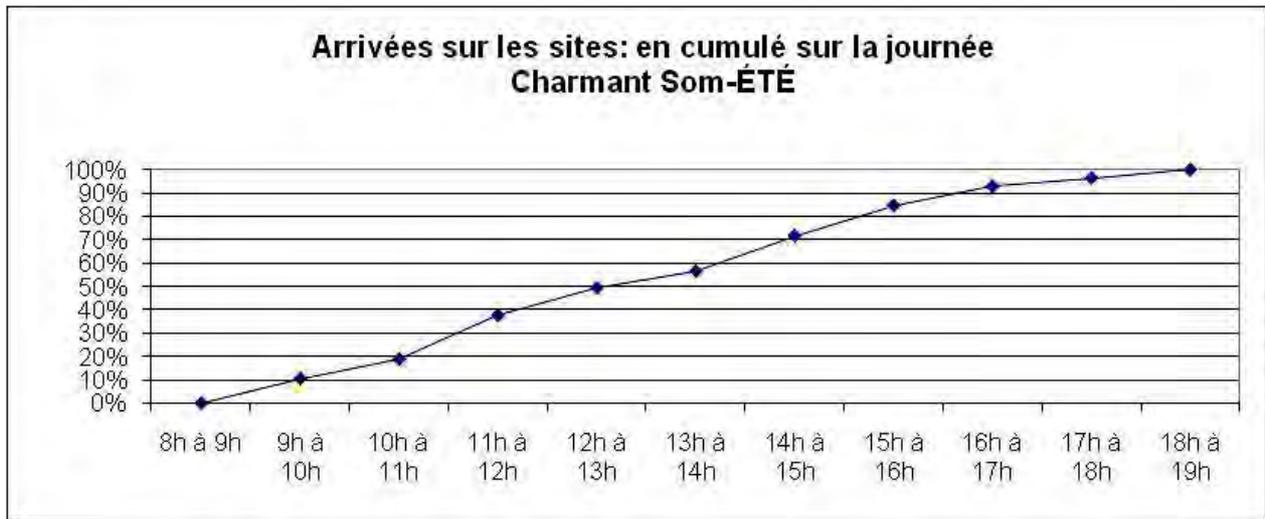
	Cirque de Saint Môme	Brigitte BIENASSIS	Mairie	25/02/10	Maire de Saint Pierre d'Entremont Savoie
	Charmant Som	Christophe SESTIER	Mairie	22/02/10	Maire de Saint Pierre de Chartreuse
	Col de Porte	Paul GARIN	Mairie	03/02/10	Maire de Sarcenas
	Col du granier (et Cirque de Saint-Môme)	J-P CLARET	Mairie et CCE	18/05/10	Mairie de Saint- Pierre d'Entremont

ANNEXE 4 - HEURES D'ARRIVEES DES VISITEURS

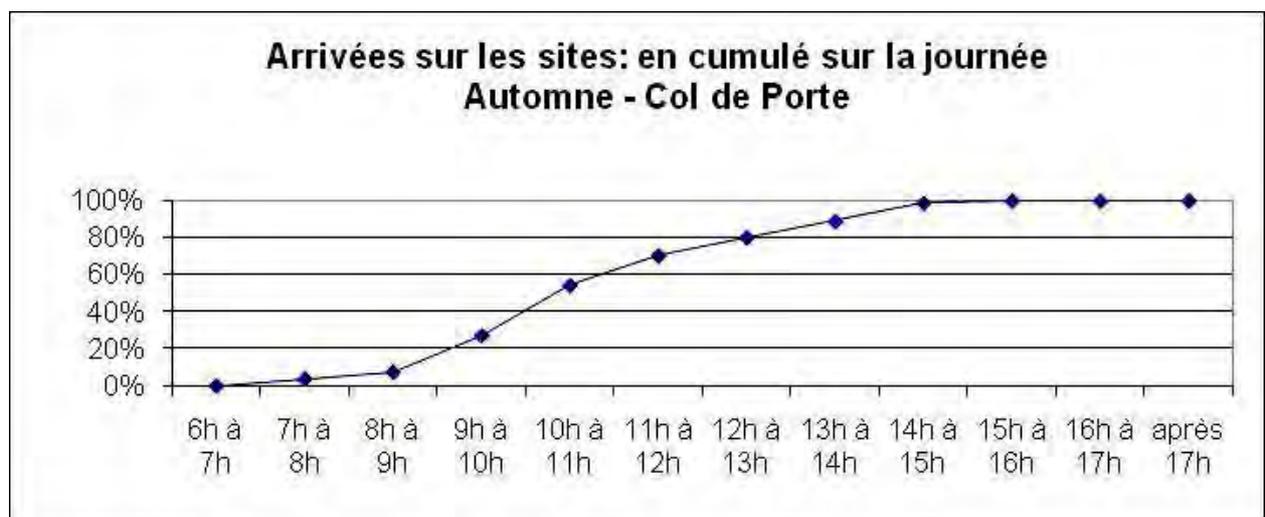
Ensemble des sites



Site du Charmant Som

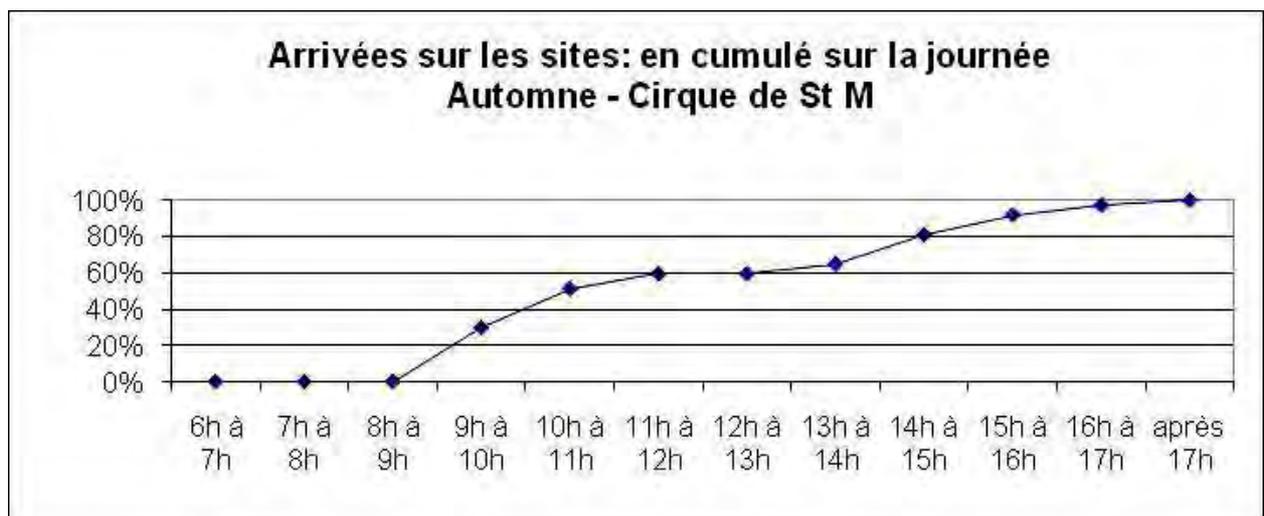
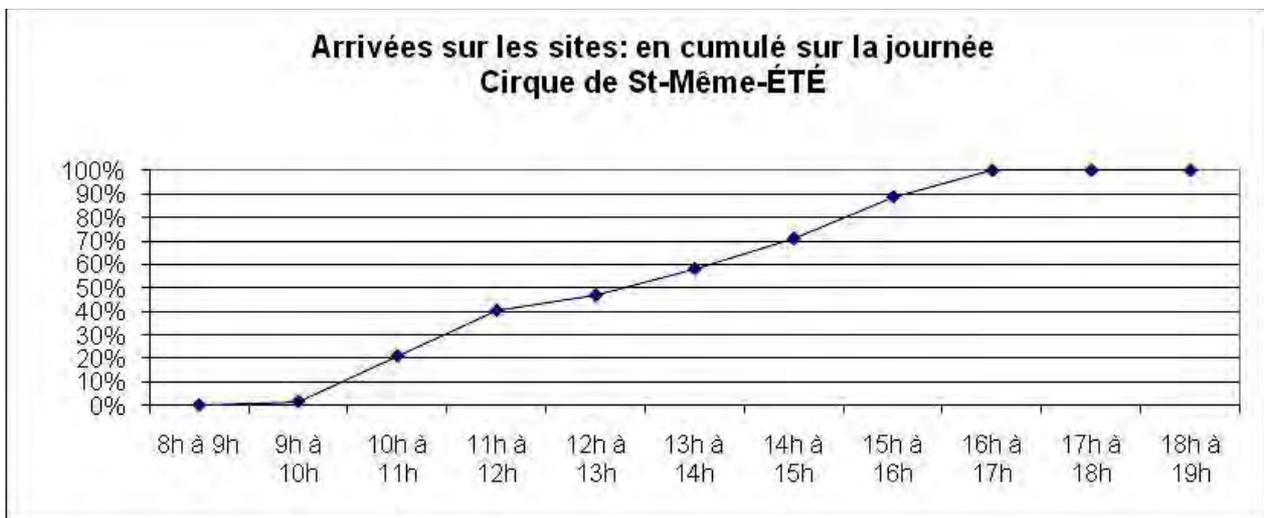


Site du Col de Porte



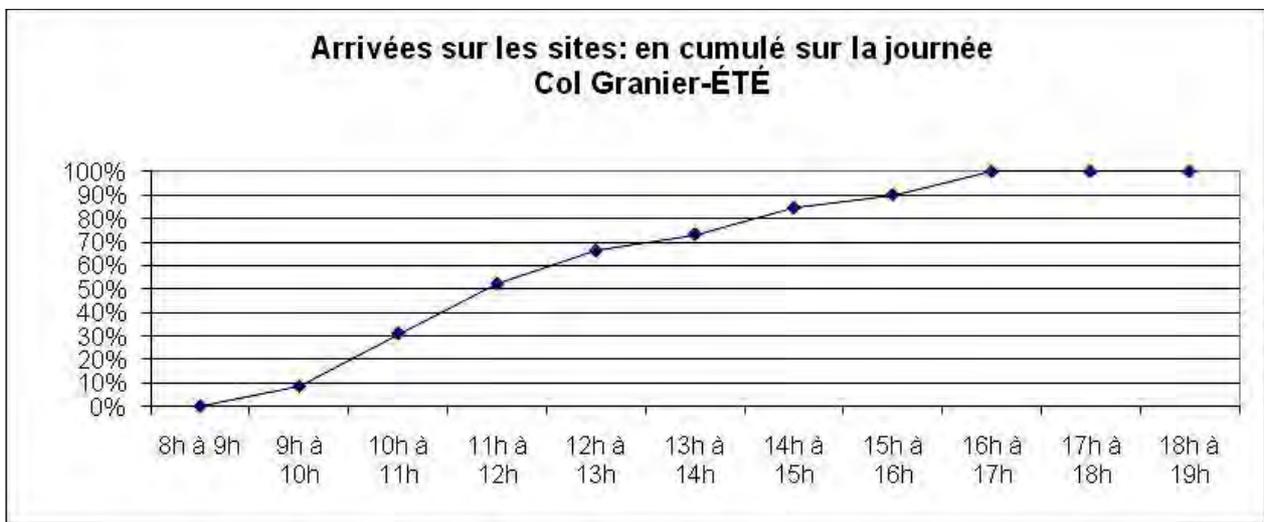


Site du Cirque de Saint Môme :

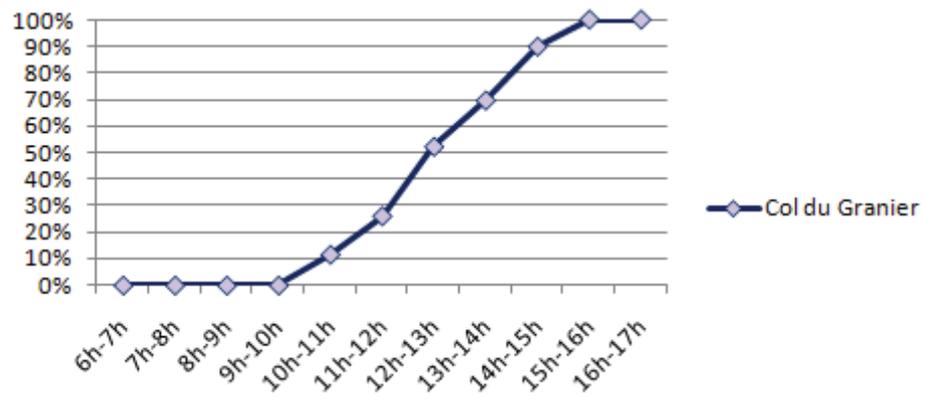




Site du Col du Granier :

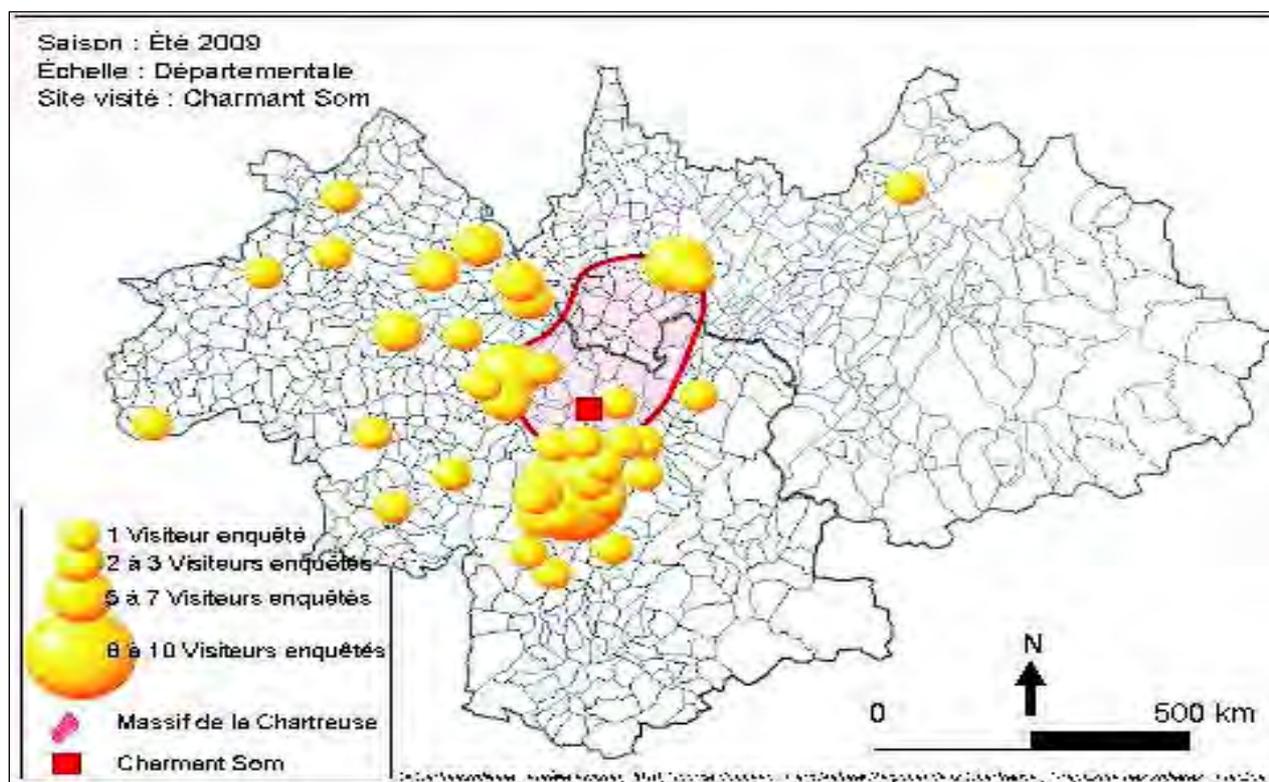


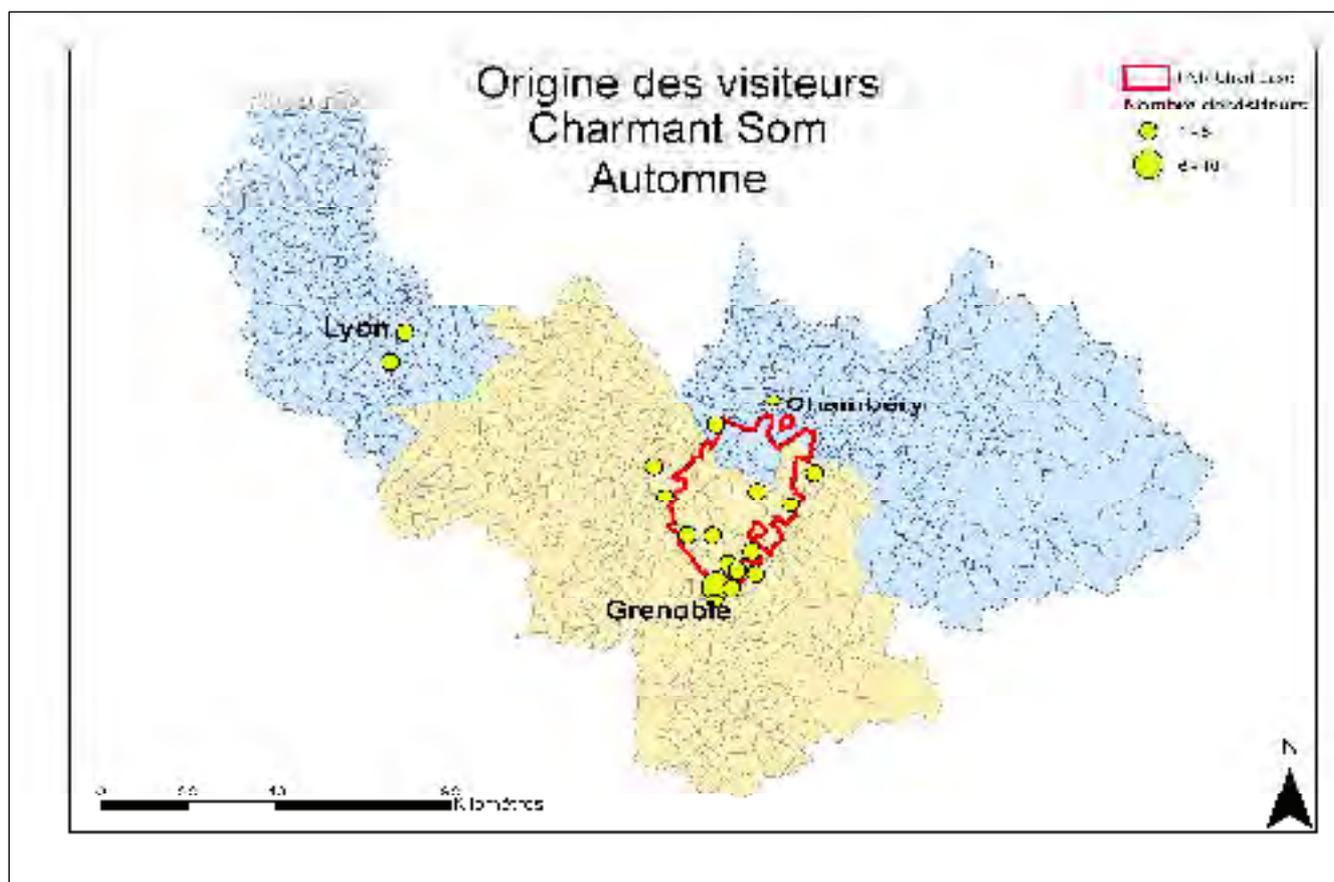
Hiver - Arrivées sur les sites: en cumulé sur la journée



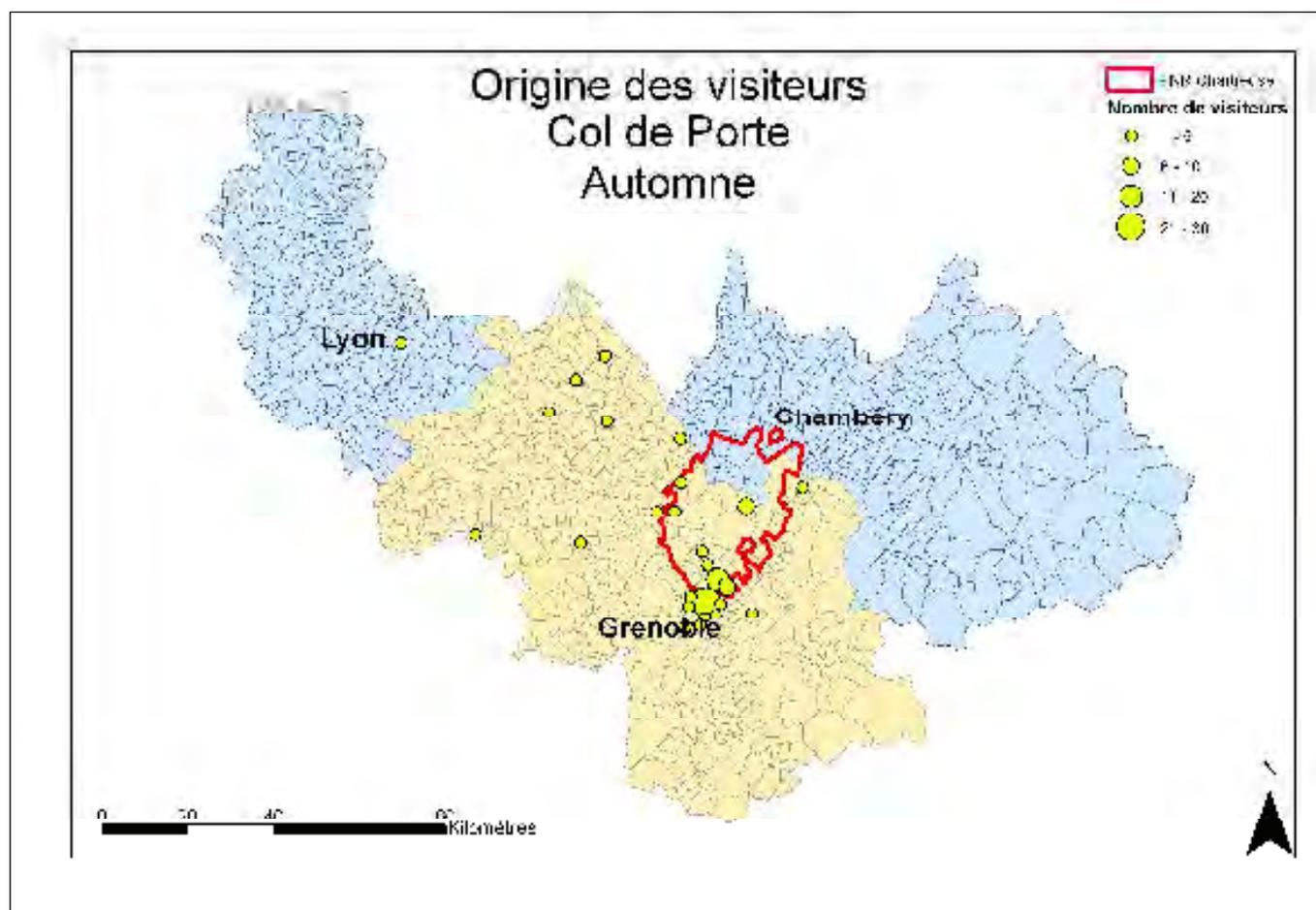
ANNEXE 5 : CARTES DES ORIGINES DES VISITEURS

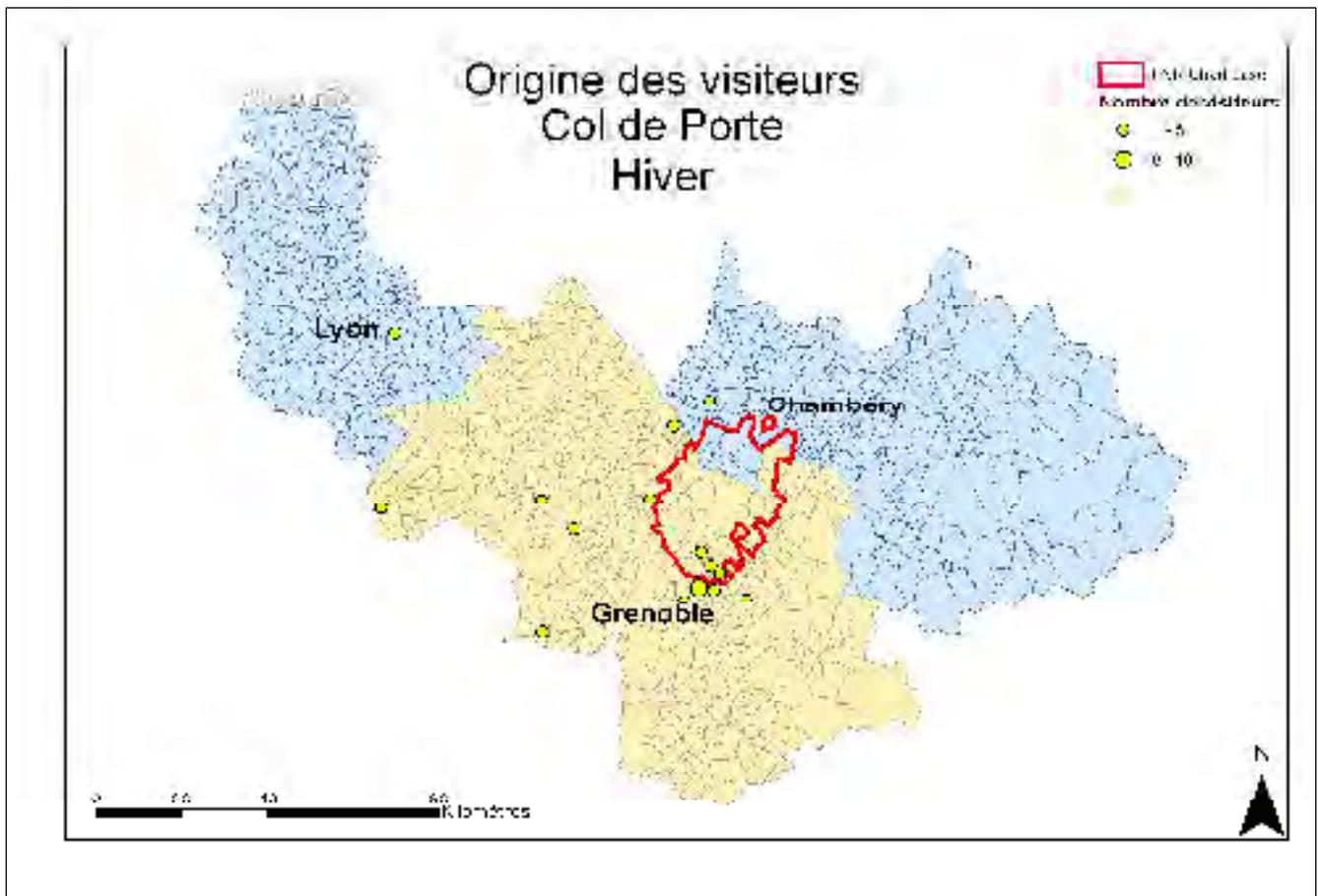
Site du Charmant Som



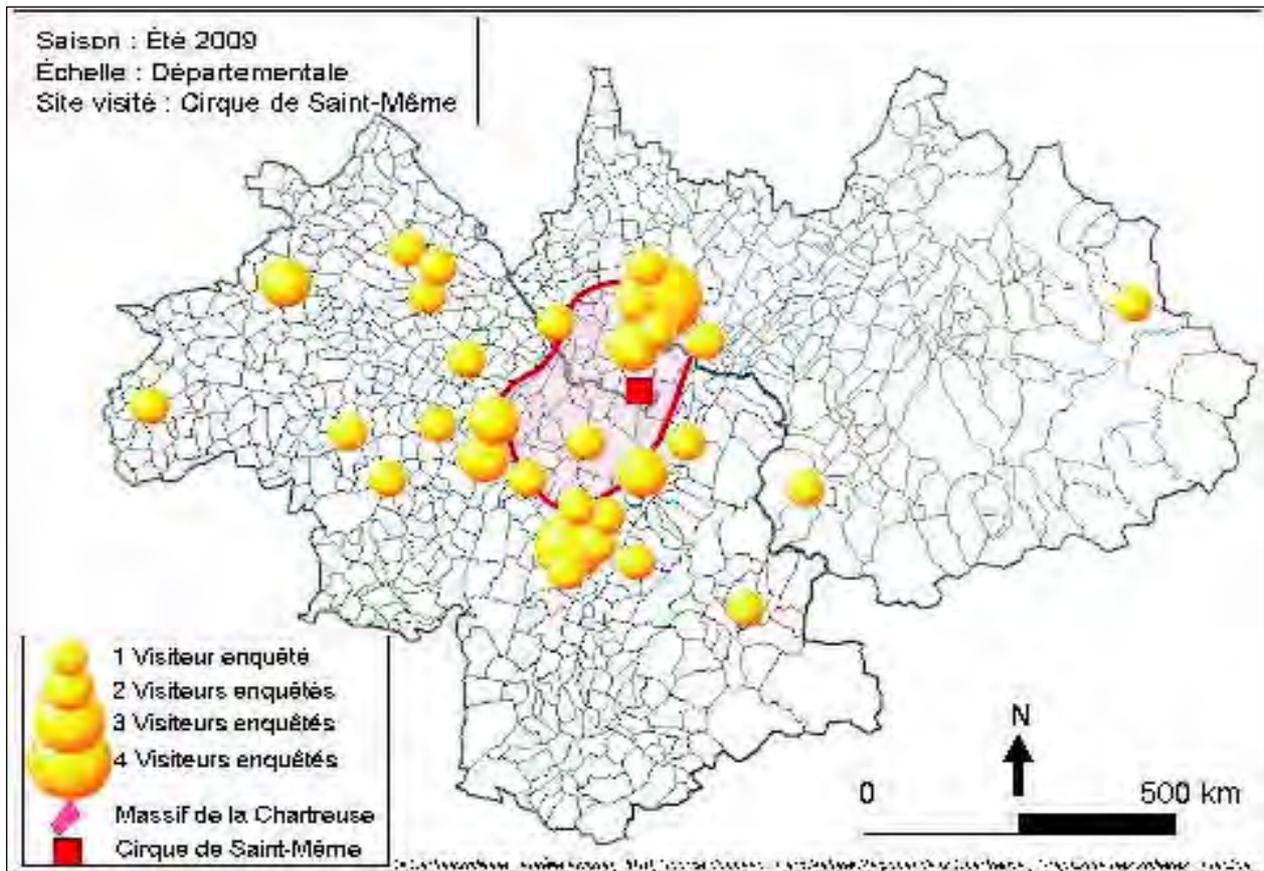


Site du Col de Porte

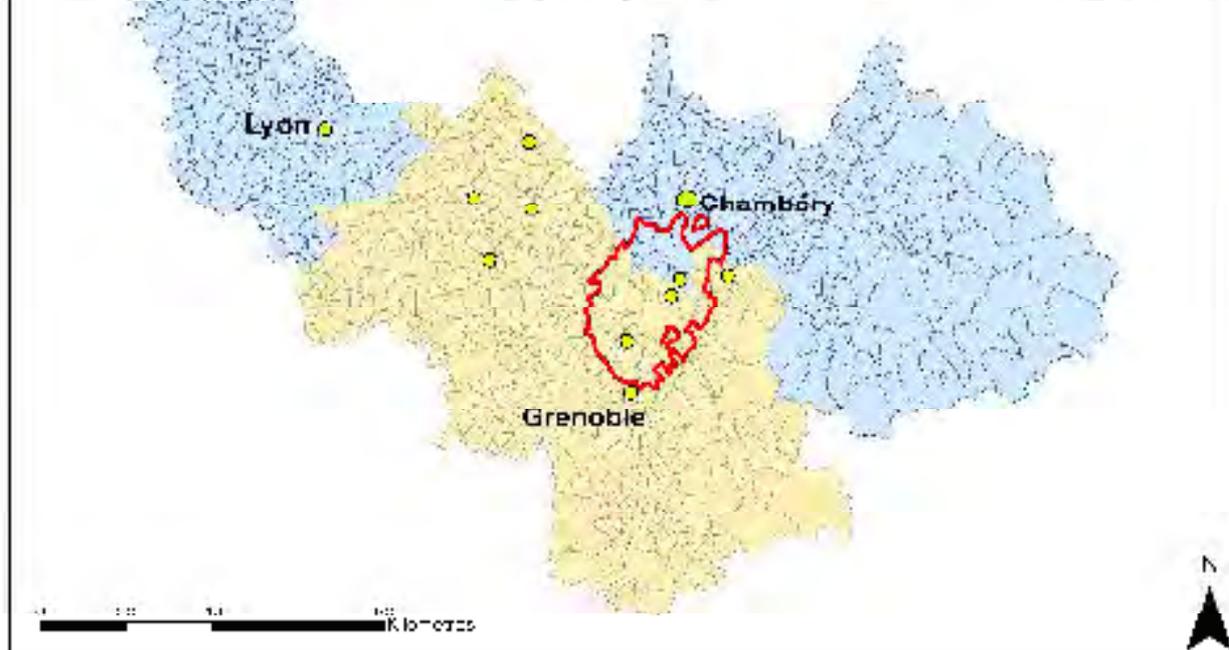




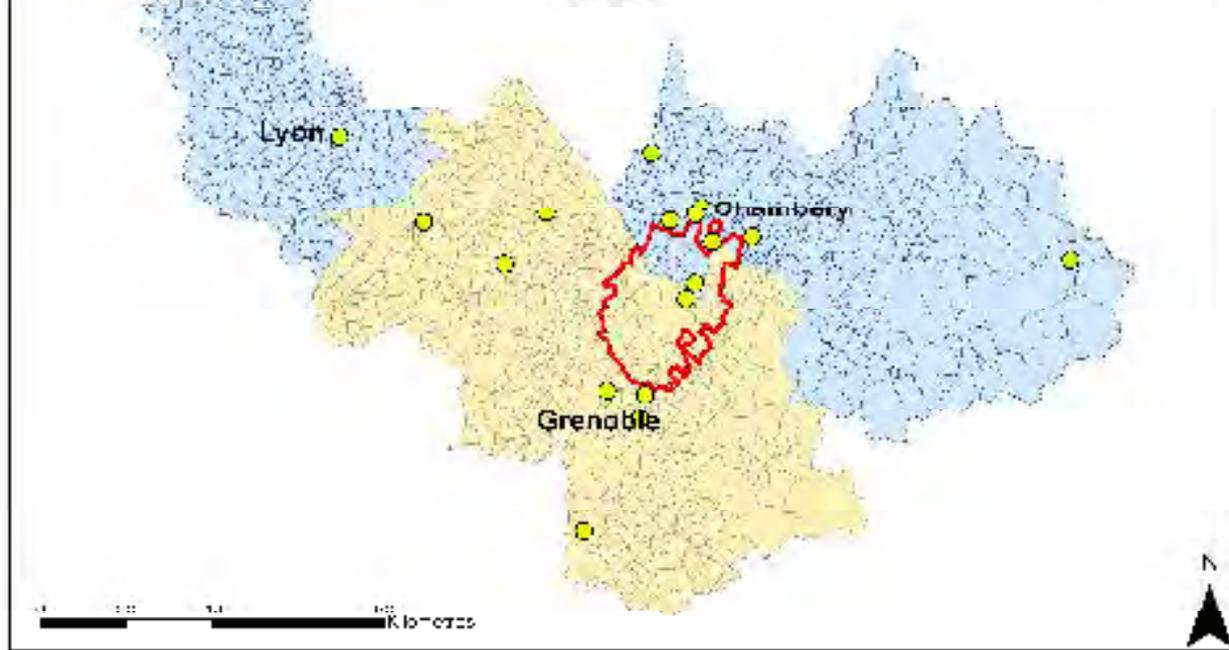
Site du Cirque de Saint-Même



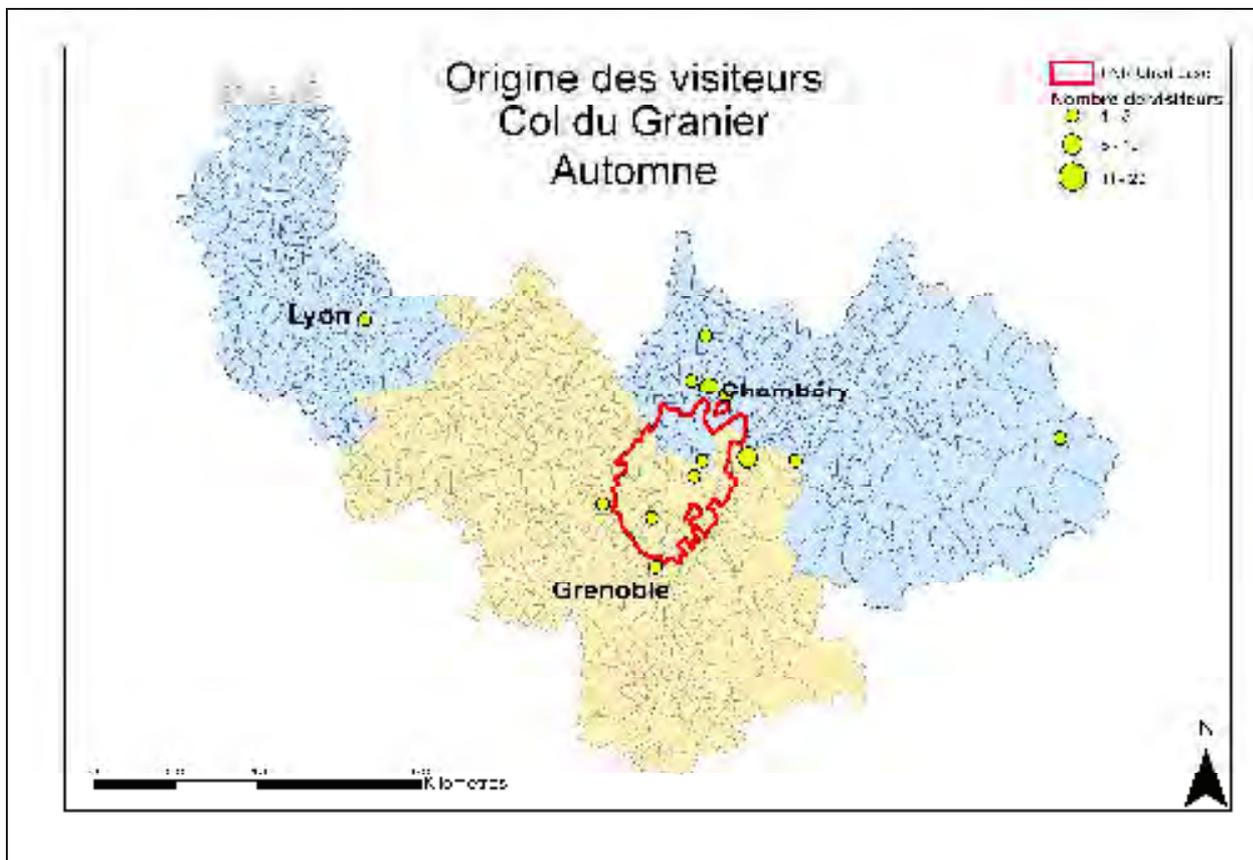
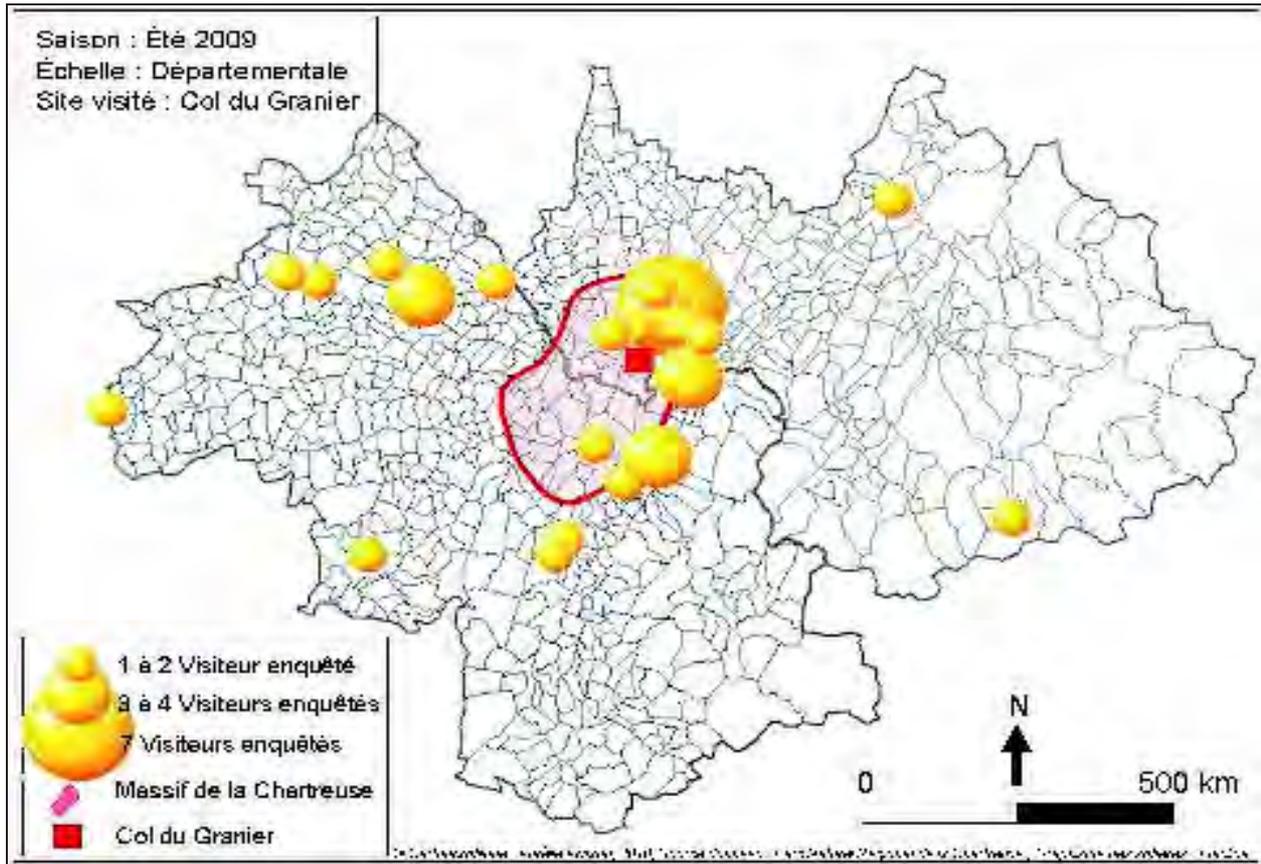
Origine des visiteurs Cirque de Saint-Même Automne



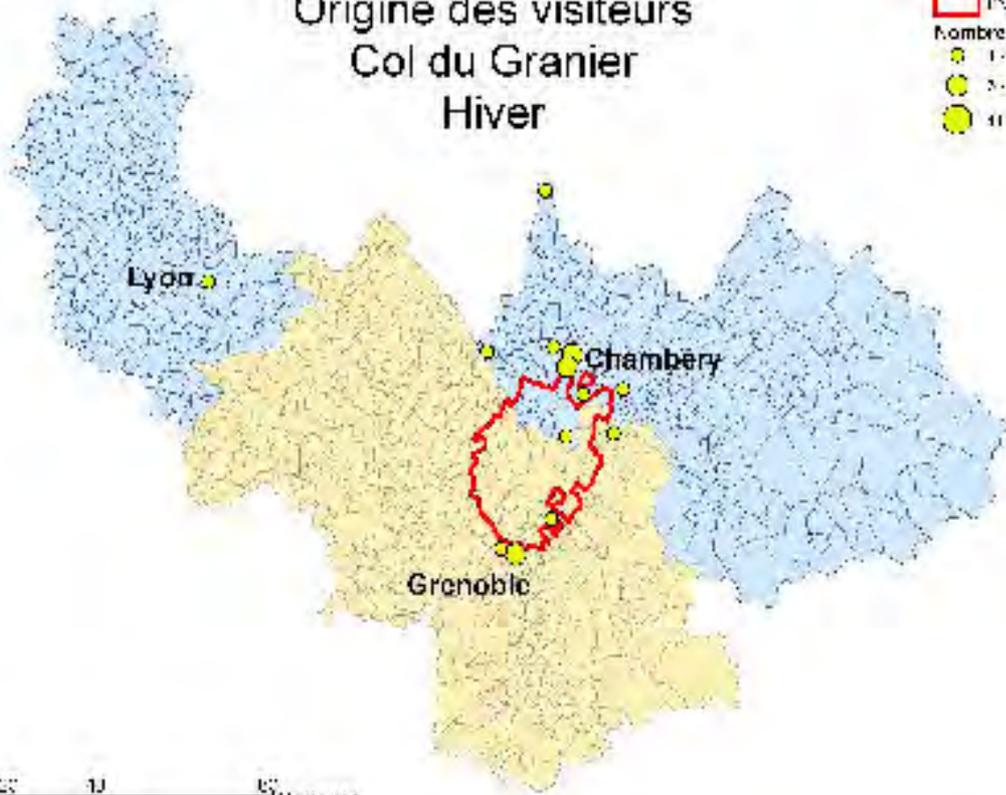
Origine des visiteurs Cirque de Saint-Même Hiver



Site du Col du Granier



Origine des visiteurs Col du Granier Hiver



0 5 10 15 Kilomètres



ANNEXE 6 - TABLEAUX DE TRIS CROISES ENSEMBLE DES SITES ET SAISONS

SAISON ESTIVALE

Charmant Som

Répartition des différents types d'hébergement en fonction du type de séjour :

séjour/hébergement	domicile principal	résidence secondaire	accueil d'un proche	auberge	location	hôtel	camping	Total
excursion	93%		4%		1%		1%	100%
Séjour	11%	14%	36%	7%	7%	7%	18%	100%
Total	70%	4%	13%	2%	3%	2%	6%	100%

Répartition des différents modes de connaissance du site en fonction de l'origine des visiteurs :

Origine/ mode de connaissance du site	du coin	bouche à oreille	guide	média	carte IGN	Par hasard	déjà venu	habitué	office du tourisme	autres	Total
Rhône-Alpes	16%	46%	4%	1%	1%	3%	22%	78%	0%	0%	100%
Autres régions	5%	52%	5%	5%	10%	5%	0%	5%	10%	5%	100%
Total	14%	48%	4%	2%	3%	3%	17%	6%	2%	1%	100%

Proportion de visiteurs motivés ou non par les modes de transports alternatifs en fonction de l'origine :

		Motivation pour les transports alternatifs			
		non	nsp	oui	Total
Origine des visiteurs	Étrangers	50%	0%	50%	100%
	Autres régions françaises	20%	10%	70%	100%
	Rhône-alpins	44%	1%	54%	100%
	Total	39%	3%	57%	100%

Proportion de visiteurs motivés et non motivés par les transports alternatifs en fonction du type de séjour:

		Motivation pour les transports alternatifs			
		non	nsp	oui	Total
Type de séjour	Excursion	44%	3%	53%	100%
	Séjour	28%	4%	68%	100%
	Total	40%	3%	57%	100%

Répartition des visiteurs motivés et non motivés pour les transports alternatifs par groupes d'individus :

		Motivation pour les transports alternatifs		
Groupes d'individus		non	oui	Total
	famille	37,84%	62,16%	100%
	amis	43,48%	56,52%	100%
	couple	36,84%	63,16%	100%
	seul	66,67%	33,33%	100%
Total		40,66%	59,34%	100%

Proportion de visiteurs motivés et non motivés par les transports alternatifs en fonction de la consommation :

		Motivation pour les transports alternatifs			
		non	nsp	oui	Total
Consommation	non	45%	6%	48%	100%
	nsp	67%	0%	33%	100%
	oui	35%	2%	63%	100%
	Total	39%	3%	57%	100%

Cirque de Saint-Même

Répartition des différents types d'hébergement en fonction du type de séjour :

séjour/hébergement	domicile principal	résidence secondaire	accueil d'un proche	auberge	location	hôtel	autres	camping	Total
excursion	93%	0%	2%	0%	0%	2%	2%	0%	100%
Séjour	3%	3%	31%	17%	10%	21%	10%	3%	100%
Total	59%	1%	13%	7%	4%	9%	5%	1%	100%

Répartition des différents modes de connaissance du site en fonction de l'origine des visiteurs :

origine/mode de connaissance du site	du coin	bouche à oreille	guide	média	carte IGN	par hasard	déjà venu	autres	Total
non	4,76%	66,67%	14,29%	4,76%	4,76%	0,00%	4,76%	0,00%	100%
oui	5,77%	53,85%	9,62%	7,69%	0,00%	3,85%	15,38%	3,85%	100%
Total	5,48%	57,53%	10,96%	6,85%	1,37%	2,74%	12,33%	2,74%	100%

Proportion de visiteurs motivés ou non par les modes de transports alternatifs en fonction de l'origine :

Proportion de visiteurs motivés ou non motivés par les transports alternatifs en fonction du type de séjour :

		Motivation pour les transports alternatifs		
		non	oui	Total
Origine des visiteurs	Étrangers	25%	75%	100%
	Autres régions de France	55%	45%	100%
	Rhône-alpines	33%	67%	100%
	Total	39%	61%	100%

		Motivation pour les transports alternatifs		
		non	oui	Total
Type séjour	Excursion	33%	67%	100%
	Séjour	48%	52%	100%
	Total	39%	61%	100%

Répartition des visiteurs motivés et non motivés pour les transports alternatifs par groupes d'individus :

		Motivation pour les modes de transports alternatifs		
Groupes d'individus		non	oui	Total
	famille	46,15%	53,85%	100%
	couple	30,77%	69,23%	100%
	amis	41,67%	58,33%	100%
	seul	33,33%	66,67%	100%
Total		38,89%	61,11%	100%

Proportion de visiteurs motivés et non motivés par les transports alternatifs en fonction de la consommation :

		non	oui	Total
Consommation	non	31%	69%	100%
	nsp	63%	38%	100%
	oui	42%	58%	100%
	Total	39%	61%	100%

Col du Granier

Répartition des différents types d'hébergement en fonction du type de séjour :

séjour/hébergement	domicile principal	accueil d'un proche	location	autres	camping	Total
excursion	100%	0%	0%	0%	0%	100%
Séjour	0%	43%	14%	14%	29%	100%
Total	87%	6%	2%	2%	4%	100%

Répartition des différents modes de connaissance du site en fonction de l'origine des visiteurs :

origine/mode de connaissance du site	du coin	bouche à oreille	guide	média	carte IGN	Par hasard	déjà venu	habitué	office du tourisme	autres	Total
Autres régions	0,00%	41,18%	0,00%	5,88%	23,53%	5,88%	11,76%	0,00%	0,00%	11,76%	100%
Rhône-Alpes	21,28%	14,89%	4,26%	2,13%	6,38%	6,38%	29,79%	10,64%	2,13%	2,13%	100%
Total général	15,63%	21,88%	3,13%	3,13%	10,94%	6,25%	25,00%	7,81%	1,56%	4,69%	100%

Proportion de visiteurs motivés ou non motivés par les transports alternatifs en fonction du type de séjour :

		non	nsp	oui	Total
Type séjour	Excursion	37%	17%	46%	100%
	Séjour	59%	6%	35%	100%
	Total	43%	14%	43%	100%

Répartition des visiteurs motivés et non motivés pour les transports alternatifs par groupes d'individus :

Groupes d'individus	Motivation pour les modes de transports alternatifs		
	non	oui	Total
famille	40,00%	60,00%	100,00%
couple	70,00%	30,00%	100,00%
amis	33,33%	66,67%	100,00%
seul	50,00%	50,00%	100,00%
Total	51,02%	48,98%	100,00%

Proportion de visiteurs motivés ou non par les transports alternatifs en fonction de la consommation des visiteurs :

		Motivation pour les transports alternatifs			Total
		non	nsp	oui	
C onsumation	non	45%	13%	43%	100%
	oui	36%	18%	45%	100%
	Total	43%	14%	43%	100%

SAISON AUTOMNE

Charmant Som

Répartition des différents types d'hébergement en fonction du type de séjour :

séjour/hébergement	Domicile principal	résidence secondaire	accueil d'un proche	Total
Excursion	91,43%	5,71%	2,86%	100,00%
Séjour	0,00%	50,00%	50,00%	100,00%
Total	86,49%	8,11%	5,41%	100,00%

Répartition des différents modes de connaissance du site en fonction de l'origine des visiteurs :

Origine/mode de connaissance du site	du coin	bouche à oreille	guide	carte IGN	déjà venu	autres	Total
Isérois	52,38%	23,81%	4,76%	4,76%	4,76%	9,52%	100,00%
Rhodaniens	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%
Savoyards	66,67%	33,33%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%
Autres régions (hors Rhône-Alpes)	50,00%	0,00%	0,00%	0,00%	50,00%	0,00%	100,00%
Total	50,00%	28,57%	3,57%	3,57%	7,14%	7,14%	100,00%

Répartition des origines des visiteurs en fonction de la motivation ou de la non motivation pour les transports alternatifs :

Origine des visiteurs	Motivation pour les transports alternatifs		
	non	oui	Total
Isère	71,43%	73,91%	72,97%
Rhône	7,14%	8,70%	8,11%
Savoie	14,29%	8,70%	10,81%
Hors Rhône-Alpes	7,14%	8,70%	8,11%
Total	100,00%	100,00%	100,00%

Proportion de visiteurs motivés ou non par les modes de transports alternatifs en fonction du type de séjour :

		Motivation pour les modes de transport alternatifs		
		non	oui	Total
Type séjour	Excursion	36%	64%	100%
	Séjour	0%	100%	100%
	Total	34%	66%	100%

Répartition des visiteurs motivés et non motivés pour les transports alternatifs par groupes d'individus :

Groupes d'individus	Motivation pour les modes de transports alternatifs		
	non	oui	Total
famille	41,67%	58,33%	100,00%
couple	45,45%	54,55%	100,00%
amis	20,00%	80,00%	100,00%
seul	0,00%	100,00%	100,00%
autres	0,00%	100,00%	100,00%
Total	34,21%	65,79%	100,00%

Proportion de visiteurs motivés ou non par les modes de transports alternatifs en fonction de la consommation :

		Motivation pour les modes de transport alternatifs		
		non	oui	Total
Consommation	Non	24%	76%	100%
	Oui	0%	100%	100%
	Total	23%	77%	100%

Col de Porte

Répartition des différents types d'hébergement en fonction du type de séjour :

séjour/hébergement	domicile principal	résidence secondaire	accueil d'un proche	auberge	hôtel	camping-car	autres	Total
excursion	85%	1%	6%	3%	0%	0%	4%	100%
Séjour	25%	0%	0%	0%	25%	50%	0%	100%
Total	83%	1%	6%	3%	1%	2%	4%	100%

Répartition des différents modes de connaissance du site en fonction de l'origine des visiteurs :

origine/mode de connaissance du site	du coin	bouche à oreille	guide	média	carte IGN	Par hasard	déjà venu	habitué	autres	Total
Ain	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	100%
Drôme	0,00%	50,00%	0,00%	50,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100%
Isère	45,57%	25,32%	3,80%	2,53%	2,53%	1,27%	12,66%	1,27%	5,06%	100%
hors Rhône-Alpes	37,50%	37,50%	12,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	100%
Étrangers	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	100%
Total	42,86%	26,37%	4,40%	3,30%	2,20%	1,10%	10,99%	1,10%	7,69%	100%

Proportion de visiteurs motivés ou non motivés pour les transports alternatif en fonction de l'origine des visiteurs :

Motivation pour les modes de transport alternatifs

		non	oui	Total
Origine des visiteurs	Ain	100%	0%	100%
	Drôme	50%	50%	100%
	Isère	24%	76%	100%
	Hors Rhône-Alpes			
	Alpes	38%	63%	100%
	Étrangers	0%	100%	100%
	Total	26%	74%	100%

Répartition des origines des visiteurs en fonction de la motivation ou de la non motivation pour les transports alternatifs :

Origine des visiteurs	Motivation pour les transports alternatifs		
	non	oui	Total
Isère	79,17%	89,55%	86,81%
Hors Rhône-Alpes	12,50%	7,46%	8,79%
Drôme	4,17%	1,49%	2,20%
Étrangers	0,00%	1,49%	1,10%
Ain	4,17%	0,00%	1,10%
Total	100%	100%	100%

Proportion de visiteurs motivés ou non par les modes de transports alternatifs en fonction du type de séjour :

Motivation pour les modes de transport alternatifs

		non	oui	Total
Type de séjour	Excursion	26%	74%	100%
	Séjour	25%	75%	100%
	Total	26%	74%	100%

Répartition des visiteurs motivés et non motivés pour les transports alternatifs par groupes d'individus :

Groupes d'individus	Motivation pour les modes de transports alternatifs		
	non	oui	Total
seul	36,36%	63,64%	100,00%
amis	9,52%	90,48%	100,00%
couple	25,00%	75,00%	100,00%
famille	31,25%	68,75%	100,00%
autres	0,00%	100,00%	100,00%
Total	26,60%	73,40%	100,00%

Proportion de visiteurs motivés ou non par les modes de transports alternatifs en fonction de la consommation :

Motivation pour les modes de transport alternatifs

		non	oui	Total
Consommation	oui	47%	53%	100%
	non	21%	79%	100%
	Total	26%	74%	100%

Cirque de Saint-Même

Répartition des différents types d'hébergement en fonction du type de séjour :

séjour/hébergement	domicile principal	résidence secondaire	accueil d'un proche	auberge	hôtel	autres	camping	Total
excursion	78,13%	3,13%	9,38%	3,13%	3,13%	3,13%	0,00%	100%
court séjour	16,67%	50,00%	0,00%	16,67%	0,00%	0,00%	16,67%	100%
long séjour	0,00%	25,00%	0,00%	25,00%	0,00%	50,00%	0,00%	100%
Total général	61,90%	11,90%	7,14%	7,14%	2,38%	7,14%	2,38%	100%

Répartition des différents modes de connaissance du site en fonction de l'origine des visiteurs :

origine/mode de connaissance du site	du coin	bouche à oreille	guide	média	par hasard	déjà venu	habitué	autres	Total
Isérois	0,00%	41,67%	16,67%	8,33%	0,00%	16,67%	0,00%	16,67%	100%
Rhodaniens	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	100%
Savoyards	0,00%	27,27%	9,09%	0,00%	0,00%	54,55%	9,09%	0,00%	100%
Hauts-savoyards	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	100%
Hors Rhône-Alpes	33,33%	16,67%	16,67%	0,00%	16,67%	16,67%	0,00%	0,00%	100%
Tota	6,45%	29,03%	12,90%	3,23%	3,23%	35,48%	3,23%	6,45%	100%

Répartition des origines des visiteurs en fonction de la motivation ou de la non motivation pour les transports alternatifs :

		Motivation pour les modes de transports alternatifs			
Origine des visiteurs		non	oui	oui et non	Total
	Isère	57,14%	45,45%	0,00%	42,42%
	Hors Rhône-Alpes	14,29%	31,82%	0,00%	24,24%
	Savoie	28,57%	13,64%	100,00%	27,27%
	Rhône	0,00%	4,55%	0,00%	3,03%
	Haute-Savoie	0,00%	4,55%	0,00%	3,03%
Total		100%	100%	100%	100%

Proportion de visiteurs motivés ou non par les modes de transports alternatifs en fonction du type de séjour :

		Motivation pour les modes de transport alternatifs			
Type de séjour		non	oui	oui et non	Total
	Excursion	23%	63%	13%	100%
	Séjour	0%	100%	0%	100%
Total		19%	70%	11%	100%

Répartition des visiteurs motivés et non motivés pour les transports alternatifs par groupes d'individus :

		Motivation pour les modes de transports alternatifs			
Groupes d'individus		non	oui	oui et non	Total
	couple	25,00%	66,67%	8,33%	100%
	famille	11,11%	66,67%	22,22%	100%
	amis	40,00%	60,00%	0,00%	100%
	seul	20,00%	60,00%	20,00%	100%
	autres	0,00%	100,00%	0,00%	100%
Total		18,92%	70,27%	10,81%	100%

Proportion de visiteurs motivés ou non par les modes de transports alternatifs en fonction de la consommation :

		Motivation pour les modes de transport alternatifs			
Consommation		non	oui	oui et non	Total
	Non	19%	70%	11%	100%
	Oui	0%	67%	33%	100%
Total		17%	70%	13%	100%

Col du Granier

Répartition des différents types d'hébergement en fonction du type de séjour :

Séjour/ hébergement	domicile principal	résidence secondaire	accueil d'un proche	auberge	location	hôtel	camping	autres	Total
excursion	66,67%	2,22%	4,44%	4,44%	0,00%	13,33%	4,44%	4,44%	100%
court séjour	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100%
long séjour	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	100%
Total	63,83%	2,13%	4,26%	4,26%	2,13%	14,89%	4,26%	4,26%	100%

Répartition des différents modes de connaissance du site en fonction de l'origine des visiteurs :

origine/mode de connaissance du site	du coin	bouche à oreille	guide	média	carte IGN	déjà venu	habitué	office du touris me	autres	Total
Ain	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100%
Isère	55,56%	22,22%	0,00%	11,11%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	11,11%	100%
Rhône	0,00%	50,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	50,00%	0,00%	0,00%	100%
Savoie	33,33%	6,67%	6,67%	6,67%	6,67%	6,67%	33,33%	0,00%	0,00%	100%
hors Rhône-Alpes	14,29%	21,43%	21,43%	7,14%	7,14%	7,14%	0,00%	7,14%	14,29%	100%
Total	28,57%	21,43%	9,52%	7,14%	4,76%	4,76%	14,29%	2,38%	7,14%	100%

Répartition des origines des visiteurs en fonction de la motivation ou de la non motivation pour les transports alternatifs :

Origine des visiteurs	Motivation pour les modes de transports alternatifs		
	non	oui	Total
Savoie	19,05%	60,00%	36,11%
Isère	28,57%	20,00%	25,00%
Hors Rhône-Alpes	42,86%	13,33%	30,56%
Ain	4,76%	6,67%	5,56%
Rhône	4,76%	0,00%	2,78%
Total	100,00%	100,00%	100,00%

Proportion de visiteurs motivés ou non par les modes de transports alternatifs en fonction du type de séjour :

Type de séjour	Motivation pour les modes de transport alternatifs			
	non	Ne sait pas	oui	Total
Excursion	48%	13%	39%	100%
Séjour	50%	50%	0%	100%
Total	48%	15%	38%	100%

Répartition des visiteurs motivés et non motivés pour les transports alternatifs par groupes d'individus :

Groupes d'individus	Motivation pour les modes de transports alternatifs		
	non	oui	Total
couple	46,67%	53,33%	100,00%
amis	50,00%	50,00%	100,00%
seul	83,33%	16,67%	100,00%
famille	60,00%	40,00%	100,00%
autres	0,00%	100,00%	100,00%
couple/famille	100,00%	0,00%	100,00%
Total	55,00%	45,00%	100,00%

Proportion de visiteurs motivés ou non par les modes de transports alternatifs en fonction de la consommation :

		Motivation pour les modes de transport alternatifs			
		non	NSP	oui	Total
Consommation	Non	44%	11%	44%	100%
	Oui	52%	19%	29%	100%
	Total	48%	15%	38%	100%

SAISON HIVER

Col de Porte

Répartition des différents types d'hébergement en fonction du type de séjour :

Type séjour	Hébergement						Total
	domicile principal	résidence secondaire	accueil d'un proche	location	hôtel	autres	
Excursion	89%	3%	5%	0%	0%	3%	100%
Séjour	20%	0%	0%	40%	20%	20%	100%
Total	81%	2%	5%	5%	2%	5%	100%

Proportion de visiteurs motivés ou non par les modes de transports alternatifs en fonction du type de séjour :

Type séjour	Motivation pour les modes de transports alternatifs		
	non	oui	Total
Excursion	14%	86%	100%
Séjour	40%	60%	100%
Total	17%	83%	100%

Proportion de visiteurs motivés ou non par les modes de transports alternatifs en fonction de la consommation :

Consommation	Motivation pour les modes de transports alternatifs		
	non	oui	Total
Non	10%	86%	100%
Oui	23%	77%	100%
Total	16%	81%	100%

Cirque de Saint-Même

Répartition des différents types d'hébergement en fonction du type de séjour :

		Hébergement							
Type séjour		domicile principal	résidence secondaire	accueil d'un proche	gîte, auberge	location	hôtel	autres	Total
Excursion		60%	0%	9%	14%	3%	11%	3%	100%
Séjour		50%	25%	0%	0%	25%	0%	0%	100%
Total		59%	3%	8%	13%	5%	10%	3%	100%

Proportion de visiteurs motivés ou non par les modes de transports alternatifs en fonction du type de séjour :

		Motivation pour les modes de transports alternatifs		
Type de séjour		non	oui	Total
Excursion		58%	42%	100%
Séjour		75%	25%	100%
Total		60%	40%	100%

Proportion de visiteurs motivés ou non par les modes de transports alternatifs en fonction de la consommation :

		Motivation pour les modes de transports alternatifs		
Consommation		non	oui	Total
Non		67%	33%	100%
Oui		56%	44%	100%
Total		64%	36%	100%

Col du Granier

Répartition des différents types d'hébergement en fonction du type de séjour :

		Hébergement				
Type de séjour		domicile principal	accueil d'un proche	gîte, auberge	hôtel	Total
Excursion		68%	12%	5%	15%	100%
Séjour		100%	0%	0%	0%	100%
Total		68%	12%	5%	15%	100%

Proportion de visiteurs motivés ou non par les modes de transports alternatifs en fonction du type de séjour :

Motivation pour les modes de transports alternatifs

	non	oui	Total
Type de séjour			
Excursion	70%	30%	100%
Séjour	100%	0%	100%
Total	71%	29%	100%

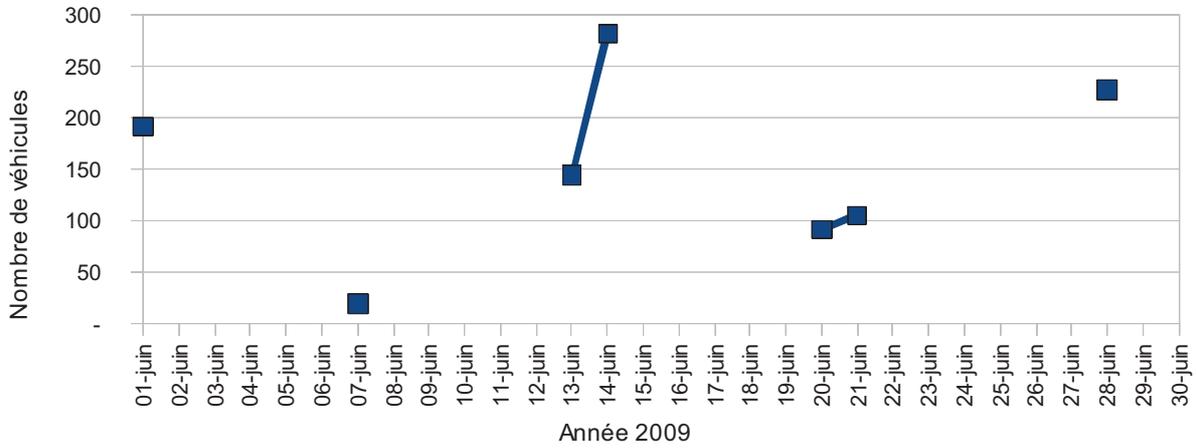
Proportion de visiteurs motivés ou non par les modes de transports alternatifs en fonction de la consommation :

Motivation pour les modes de transports alternatifs

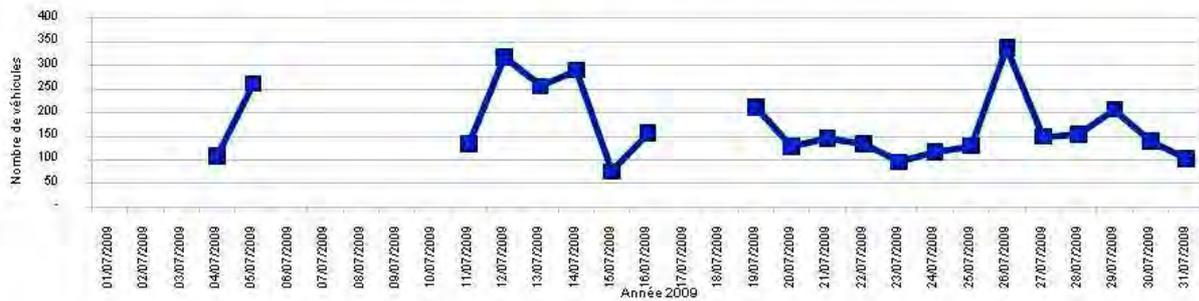
	non	oui	Total
Consommation			
Non	63%	37%	100%
Oui	85%	15%	100%
Total	39%	23%	100%

Annexe 7 : Stocks de véhicules au Cirque de Saint-Même - Données obtenues au péage

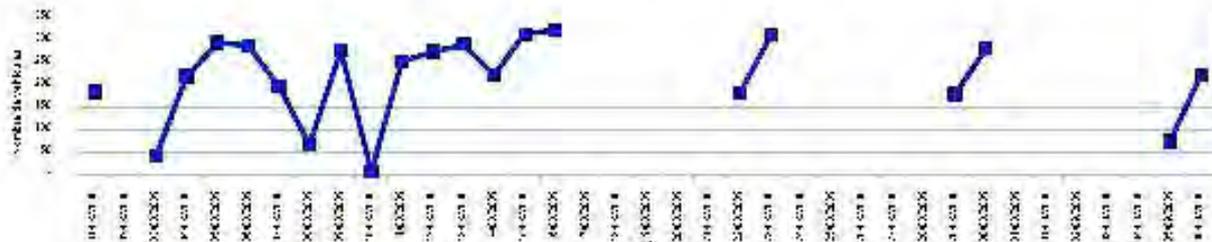
Nombre véhicules au mois de juin 2009



Nombre véhicules ayant fréquenté le site de Saint-Même au mois de juillet 2009

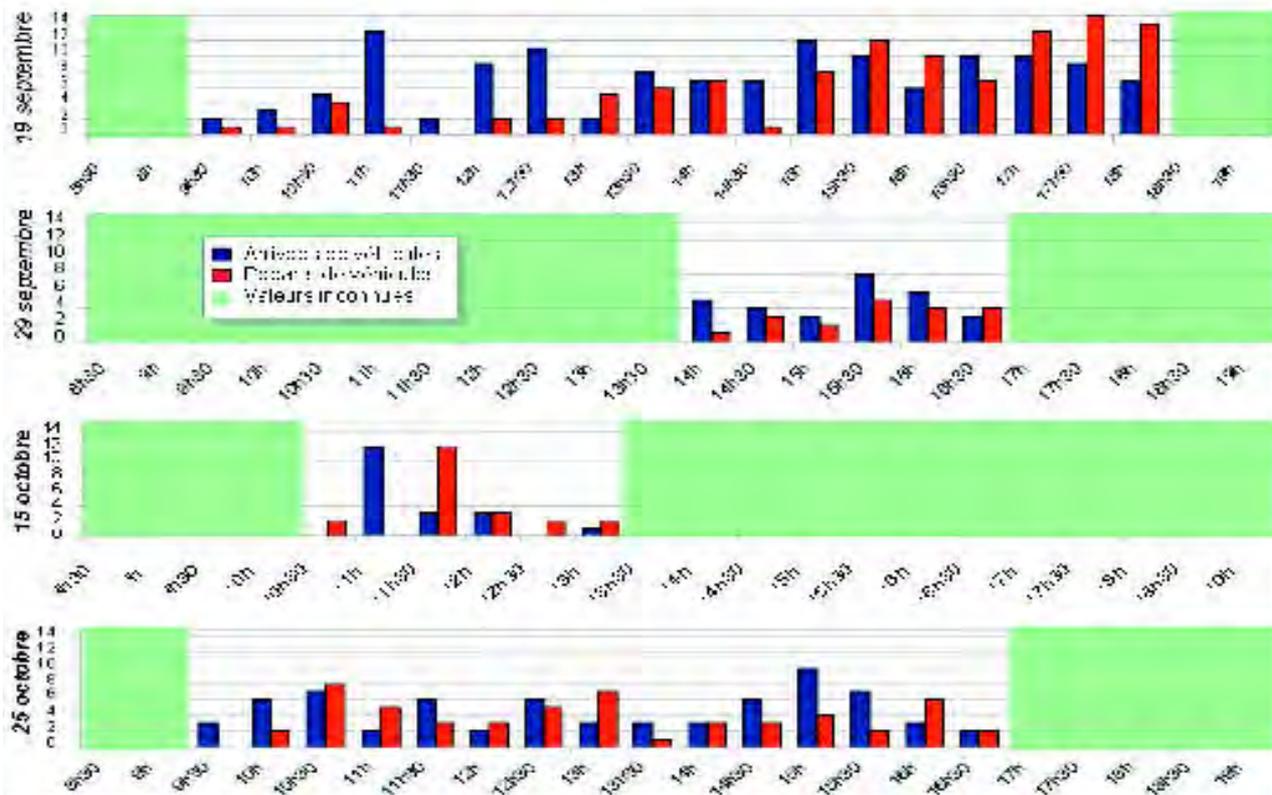


Nombre véhicules ayant fréquenté le site du Cirque de Saint-Même du mois de juin 2008

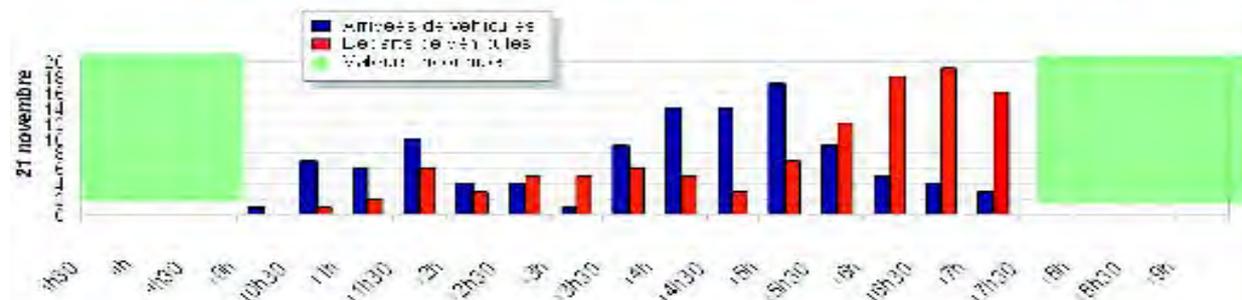


Charmant Som

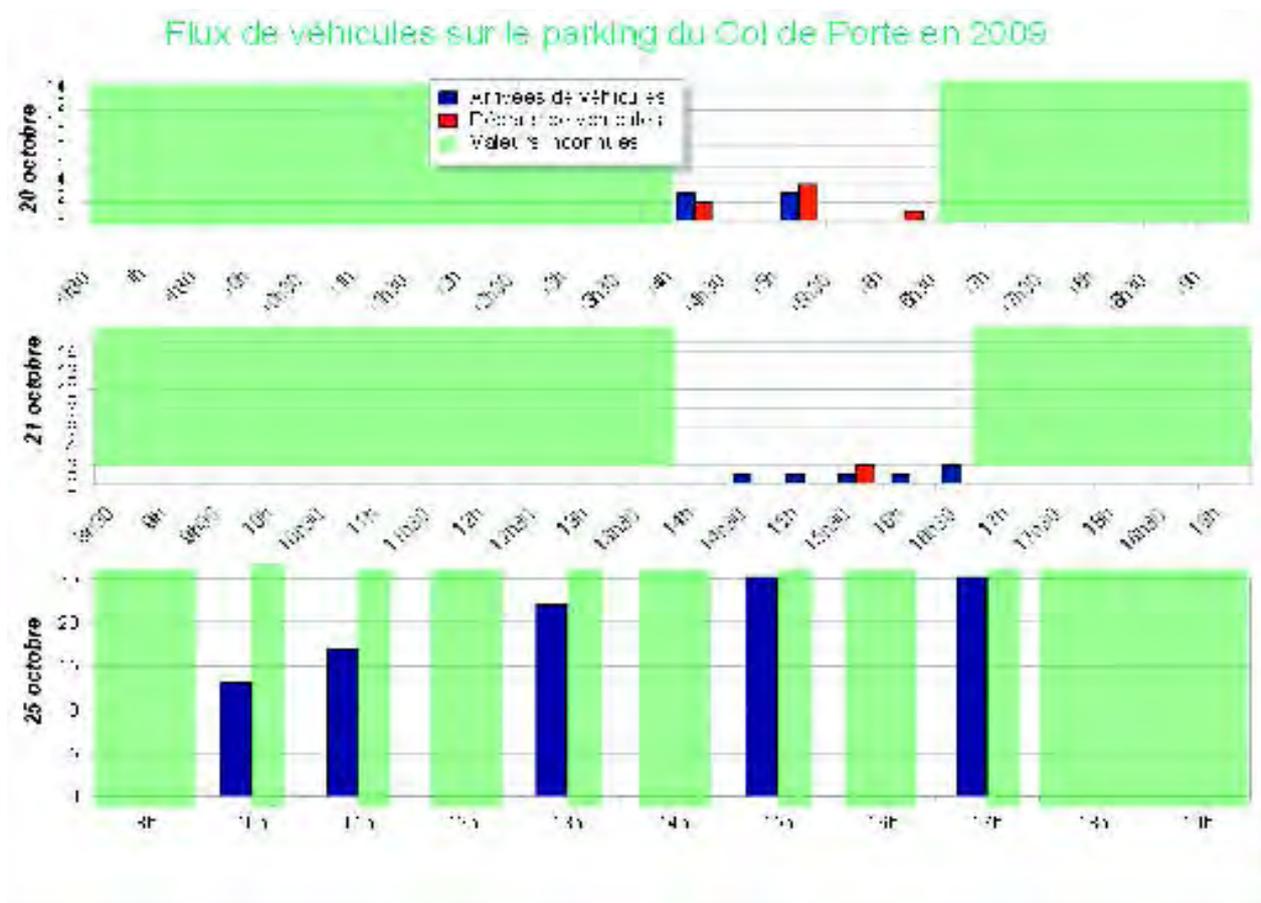
Flux de véhicules sur le parking du Charmant Som en 2009



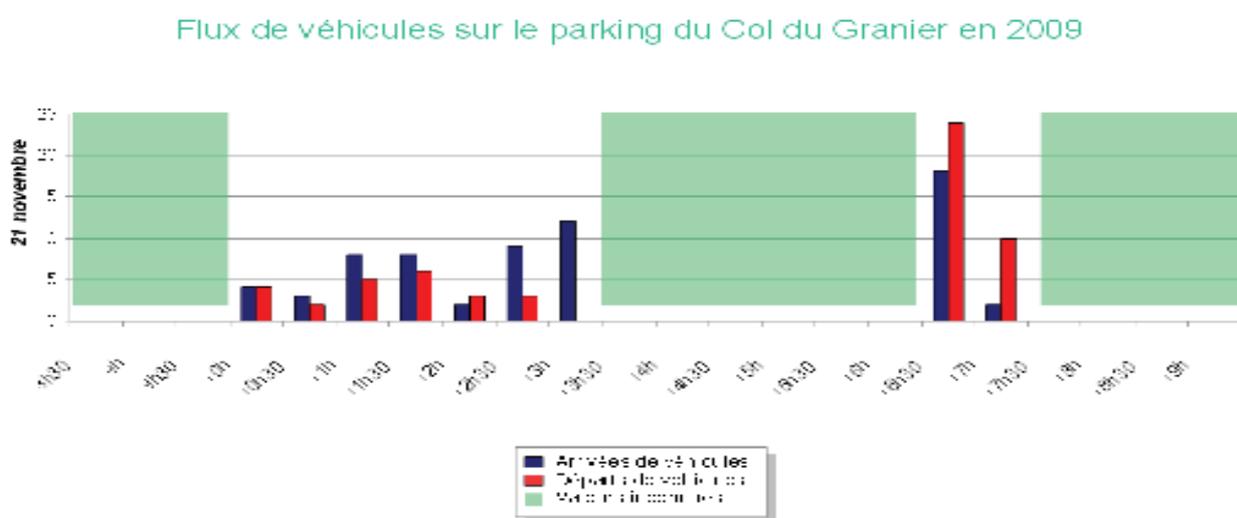
Flux de véhicules sur le parking du Charmant Som en 2009 (Suite)



Col de Porte



Col du Granier



ANNEXE 9 - FICHES DES L'INVENTAIRE MOBILITE DOUCE

1- Parking et navette spécifique site classé des Bouillouses

Lieu : Languedoc-Roussillon / Pyrénées Orientales / Les Bouillouses

Acteurs : Conseil Général des Pyrénées Orientales.

Public visé : Navettes et télésièges accessibles à tous, essentiellement aux touristes et randonneurs.

Mode de déplacement : Energie utilisée : essence (navettes), électricité (télésièges)

Origine de l'initiative :

Depuis les années 80, le site souffrait d'une trop grande fréquentation automobile. Jusqu'à 3000 véhicules/jour ont été recensés ces derniers étés.

Soucieux de protéger les espaces naturels du département et de les transmettre aux générations futures dans un état largement préservé, le Conseil Général des Pyrénées-Orientales, gestionnaire du site depuis 1998, a décidé de rendre les Bouillouses et le massif du Carlit aux promeneurs.

Le Conseil Général a mis en place, depuis 1999, un plan de gestion global de la fréquentation des Bouillouses, dont l'objectif est d'aboutir à une exploitation touristique des lieux tout en préservant le caractère naturel du site. Ce site a été classé en 1976 pour sa qualité paysagère.

Description de l'initiative : Fermeture de la RD 60 : réglementée en juillet et août.

Fonctionnement :

Les navettes circulent de fin Juin à début Septembre de 7h à 19h, avec une fréquence de 15 min et un tarif de 5 € (2 € en tarif réduit).

Si le parking du barrage (140 places) est complet avant 7 h du matin, la route sera exceptionnellement fermée plus tôt.

Pour les voitures présentes sur le site, possibilité de redescendre à tout moment en suivant les navettes. Lorsque le parking du barrage est complet, les voitures peuvent se garer au Mas Bordas où il y a un parking gratuit de 600 places. La navette est financée à 100 % par le CG66.

Fonctionnement des télésièges des stations partenaires :

A Font-Romeu / P. 2000 : ouverture à 9h00 le matin, dernier retour à 17h30

Etat actuel :

Les retombées sont satisfaisantes : 73,5 % des habitués avouent que l'opération n'a pas occasionné de gêne particulière et 95 % d'entre eux apprécient qu'il y ait moins de voitures.

Il y a environ 50 000 personnes par an qui utilisent le service de navettes.

Communication :

Plaquette « Patrimoine naturel, Lac des Bouillouses »

Source - Contact :

Responsable du site : Mr Frances Tel : 04 68 04 64 97

<http://www.cg66.fr/59-les-bouillouses.htm>

2- Une navette touristique au belvédère du Viso

Lieu : Provence Alpes Côte d'Azur / Hautes Alpes / Entre La Roche Ecroulée et la Tour du Viso (en Italie)

Acteurs : Association Détente et Loisirs.

Public visé : Touristes.

Mode de déplacement : Navette saisonnière d'été.

Origine de l'initiative :

Suite à la fermeture de la route conduisant au belvédère pour des raisons de sécurité, une navette a été initiée par la commune de Ristolas et à la demande d'un prestataire intéressé.

La création de la navette avait pour objectifs également de créer des emplois et des retombées économiques locales.

Description de l'initiative :

La route communale est fermée à la circulation depuis 1986, elle n'a pas été empruntée pendant une durée de 3 ans. Suite à la création de la navette en 1989 par une association locale, la route a été louée à cette dernière avec la charge pour elle de l'entretenir.

La navette, d'une capacité comprise entre 9 et 17 places, partait du parking de la Roche Ecroulée pour atteindre le belvédère du Viso sur une route longue de 8 km.

Elle fonctionnait sans interruption depuis le matin 6 h jusqu'au soir 19 h avec une fréquentation d'une demi heure et toutes les 20 minutes entre 10 h et 12 h ainsi qu'entre 16 h et 18 h.

Ainsi 35 navettes aller retour circulaient en une journée entre le 15 juin et le 15 septembre.

Effets induits : Le chiffre d'affaire est estimé à 230 000 Francs.

L'association payait une location de 12 000 Francs pour la route pour la saison estivale (3 mois).

Etat actuel : Ce service n'existe plus. Les navettes ont circulé depuis l'été 1989 jusqu'à la fin de l'été 1992. La Roche Ecroulée n'est plus un lieu de départ privilégié pour la tour du Viso à la vue de la longue marche d'approche sur la route goudronnée.

Sources :

Fiche Leader Territoires Ecrins n° 38, Gestion des flux touristiques sur sites sensibles.

Analyse des modes de gestion de flux par navette, étude de cas dans le Parc National des Ecrins- CEDAET 1998/1999 par Marie Soubrane. ATEN

3- Navette pour accéder aux mines d'argent du Fournel

Lieu : Provence Alpes Côte d'Azur / Hautes Alpes / Entre Château Saint Jean et les mines du Fournel, secteur de Vallouise

Acteurs : Natura 2000 / Commune d'Argentière-la-Bessée / Communauté de Communes du Pays des Ecrins

Public visé : Les visiteurs des mines du Fournel.

Mode de déplacement : Mise en place d'une navette obligatoire.

Date de mise en service : 1999

Origine de l'initiative :

Le site du Fournel est classé Natura 2000, ce qui a incité à la mise en place d'une navette afin de préserver le paysage et l'environnement. Les objectifs sont de réduire le nombre de véhicules en stationnement au parking de la mine, de résoudre les problèmes de circulation et d'entamer une démarche vis-à-vis des véhicules individuels.

Description de l'initiative :

L'idée a été de mettre en place au départ de Château Saint Jean une navette obligatoire pour les mines d'argent. Elles ont été initiées pour la période du 15 juillet au 15 août 1999. Elles étaient utilisables par quiconque ayant acheté une entrée aux mines et laissant sa voiture au parking du château Saint Jean.

Fonctionnement :

Il existe une navette d'une capacité de 25 places effectuant 8 rotations par jour. En ce qui concerne le financement, les 3 premières années (durant l'expérimentation de l'initiative) ont été financées aux 2/3 par Natura 2000. Ensuite, c'est la Communauté de Communes du Pays des Ecrins qui a pris le relais. La navette circule entre avril et novembre, avec un service régulier entre avril et août puis à la demande entre septembre et novembre.

Evaluation - Bilan :

La fréquentation des navettes en 1999 a été de 2300 personnes. Ces dernières années, c'est près de 7000 personnes/an qui utilisent la navette pour aller aux mines d'argent.

Lien entre montagne et agglomération : Non

Communication et diffusion :

La communication a eu lieu sur le site des mines et également auprès de l'office de tourisme du pays des Ecrins.

Contact / Sources:

Communauté de Communes du Pays des Ecrins

Maison du Canton

404 Avenue du Général de Gaulle

BP 2 - 05120 L'ARGENTIÈRE LA BESSÉE

Site : cc-paysdesecrins.com

Fiche n° 38 Leader, Gestion des flux touristiques sur sites sensibles, étude de cas, rapport final. 1999. Marie Soubrane. ATEN

4 - Une navette gratuite entre les Chapieux et la Ville des Glaciers

Lieu : Rhône-Alpes / Haute-Savoie / Les Chapieux

Acteurs : La commune de Bourg-St-Maurice

Public visé : Locaux et touristes.

Description de l'initiative :

En juin 2002, les élus ont informé le Club Alpin Français de Moûtiers, en Haute Tarentaise, de leur intention d'améliorer la circulation sur cette portion de route.

Durant l'été 2002, des navettes gratuites ont été mises en place à titre expérimental entre les Chapieux, au dessus de Bourg Saint Maurice, et la Ville des Glaciers.

Origine de l'initiative :

Depuis longtemps le trafic routier touristique entre les Chapieux et la Ville des Glaciers rend cette portion de route étroite, très dangereuse. De plus, la cohabitation devient difficile avec les randonneurs du Tour du Mont-Blanc.

Fonctionnement :

Les navettes ont rencontré des difficultés de fonctionnement durant l'été 2002 car le trafic était encore très important. Les navettes (au nombre de 2) fonctionnent en Juillet et Août et cela toutes les 30 min. Les navettes ont une capacité d'accueil restreinte à 18 places en raison de la difficulté de circulation (route étroite). La route a été entièrement refaite en 2005, ce qui incite encore plus les automobilistes à l'emprunter.

Evaluation / Bilan :

Depuis 2007, la navette est au prix de 1 euro entre Bourg-St-Maurice et Les Chapieux et de même entre Les Chapieux et Les Glaciers. En effet depuis cette année, Bourg-St-Maurice est desservie mais avec un aller le matin et un retour en fin d'après-midi. Entre temps la navette circule entre Les Chapieux et Les Glaciers.

Problèmes rencontrés :

- la route n'est pas interdite aux automobilistes. Les élus avaient pourtant proposés l'installation d'une barrière, fermée entre 10h et 16h, avec une personne à demeure pour contrôler et informer. Le CAF n'a observé aucun aménagement de ce genre, seules les navettes fonctionnaient.

- En 2004, il n'y avait qu'un panneau très sommaire pour marquer l'arrêt de la navette, sans indication d'horaires ni d'information quant à la gratuité pour les utilisateurs

Malgré un grand parking en bas, quasiment tout le monde monte en voiture, la circulation automobile importante et le stationnement anarchique gênent considérablement la progression des navettes souvent obligées de manoeuvrer, reculer...

Lien entre montagne et agglomération : La navette permet la liaison entre Bourg-St-Maurice et les premiers villages touristiques de montagne.

Communication et diffusion :

La communication s'est réalisée à l'office de tourisme de la ville avec des affiches ou des publications dans les livrets touristiques.

Source - Contact :

OT de Bourg Saint Maurice Les Arcs : 04 79 07 04 92

<http://www.lesarcs.com/>

5 - La navette entre Saint Véran à la Chapelle de Clausis

Lieu : Provence Alpes Côte d'Azur / Hautes Alpes / Saint Véran et la Chapelle de Clausis

Acteurs : Le transporteur « Petit Mathieu » / Commune de St-Véran

Public visé : Ouvertes à tous. La fréquentation est essentiellement touristique : des randonneurs et des personnes allant pique-niquer.

Mode de déplacement : Navettes saisonnières touristiques.

Date de mise en place : 1989

Origine de l'initiative :

En 1989, face à la dégradation de la route menant à la Chapelle de Clausis et pour des raisons de sécurité (plus de 300 véhicules jour en période de pointe), cette route a été interdite à la circulation par arrêté municipal. La route est fermée du 1er juillet au 31 août de 6h à 18h.

Description de l'initiative :

Afin de pouvoir continuer à accéder facilement au site, une navette a été mise en place en 1989 au départ de Saint Véran. Les visiteurs y accèdent à pied depuis les parkings situés à l'entrée du village.

Fonctionnement :

Cette navette touristique classée " ligne régulière " se prend sans réservation. Les personnes peuvent l'emprunter en aller-retour ou en trajet simple. Elle fonctionne au même moment où la circulation sur la route est interdite, soit de début Juillet à fin Août.

Deux ou trois véhicules de 22 places sont mobilisés pour effectuer un trajet de 4 km en 20 minutes entre Saint Véran et la Chapelle de Clausis avec une périodicité de 30 minutes et une pause de 12h à 14h30. Le tarif des navettes est de 4,40 euros l'aller et 8,80 l'aller-retour, avec des tarifs préférentiels pour les moins de 10 ans, les professionnels de la montagne ainsi que pour les personnes résidants à St-Véran. Les navettes circulent entre 7H 30 et 18 H.

Evaluation / Bilan :

En fonctionnement. En 1998, 23 550 passages ont été comptés comprenant 10 000 personnes qui ont effectué des trajets aller-retour. En 2007, 10 000 personnes ont utilisé les navettes.

Lien entre montagne et agglomération : Non

Communication et diffusion : La communication s'est réalisée auprès des offices de tourisme du territoire.

Contact / Sources :

Mairie de St Véran

La Ville

05350 SAINT VERAN

Tel: 04.92.45.83.91 / Fax : 04.92.45.81.98

Transport Petit-Mathieu

Le Brasq

05470 Château-Ville-Vieille

Tél : 04 92 46 71 56 / Fax : 04 92 46 80 02

Mail : rmathieu@free.fr

Fiche Leader Territoires Ecrins n° 38, Gestion des flux touristiques sur sites sensibles.

Analyse des modes de gestion de flux par navette, étude de cas dans le Parc National des Ecrins- CEDAET 1998/1999 par Marie Soubrane. ATEN

6- Mise en place d'un parking à la Chapelle en Valgaudemar

Lieu : PACA / Hautes-Alpes / La Chapelle en Valgaudemar

Acteurs : Commune de La Chapelle en Valgaudemar / PN des Ecrins / Programme LEADER

Public visé : Touristes

Date de mise en service : 1999

Description de l'initiative :

Un parking gratuit a été mis en place à l'entrée du village afin de limiter la traversée de celui-ci par les voitures se rendant au chalet du Gioberney.

Origine de l'initiative :

Le village de La Chapelle en Valgaudemar est traversé par près de 22000 véhicules en saison estivale, qui se dirigent vers le chalet de Gioberney. Il est difficile de s'arrêter en raison du manque de places de stationnement. La capacité d'accueil des automobiles n'est pas adaptée à cette fréquentation touristique et de ce fait pose des problèmes de stationnement et de circulation. L'objectif est donc de favoriser une circulation piétonne au sein du village et ainsi d'améliorer les retombées économiques locales.

Fonctionnement :

La mise en place de ce parking de 30 places a été financée la première année par le Parc National des Ecrins et par le programme LEADER. Cette même année, un personnel d'accueil remettait aux automobilistes une plaquette d'information indiquant les services disponibles sur le village, ainsi que les possibilités de visites et de balades depuis le village.

Mais depuis 9 ans, la commune assume seule la location de ce parking.

Evaluation-Bilan :

Toujours en fonctionnement, ce parking est souvent plein en saison estivale et semble satisfaire pleinement les habitants et les touristes.

Lien entre montagne et agglomération : Non

Contact : Mairie

Pont Place, 05800 LA CHAPELLE EN VALGAUDEMAR

Tel: 04 92 55 23 17

Courriel : comcom.valgo@wanadoo.fr

Site internet : <http://www.champsaur-valgaudemar.com/fr/ete/menu-du-haut/acces.html>

Fiche n°38 Leader, Gestion des flux touristiques sur sites sensibles, étude de cas, rapport final. 1999. Marie Soubrane. ATEN

7 - Parking et navette pour la Réserve du Néouvielle

Lieu : Midi-Pyrénées / Hautes-Pyrénées / Aragnouet

Acteurs : SIVU et Parc national des Pyrénées.

Public visé : Touristes.

Mode de déplacement : Energie utilisée : diesel (navettes)

Longueur du parcours : 5 km

Cadence des navettes : toutes les 30 minutes

Origine de l'initiative :

Volonté de protéger des voitures les abords du lac d'Aumar. Il existe entre les lacs d'Aubert et d'Aumar un parking dans une ancienne carrière, qui est devenu très vite insuffisant, occasionnant un stationnement anarchique. Le parc national est le " gérant " de la réserve naturelle.

Description de l'initiative :

La route est barrée de 9h30 à 18h.

Un service de navettes est proposé de 9H30 à 18H30. Pendant le trajet, présentation de la Réserve Naturelle. Tarif adulte aller/retour : 4 € ((2,50 € aller simple). Enfants -10 ans gratuit.

Circulation autorisée aux véhicules entre Orédon et Aubert avant 9H30 et après 18H30.

Parking payant : 30 mn gratuit. Jusqu'à 3 h : 2 Euros, Jusqu'à 8 h : 4 Euros. Plus de 8 h : 5 Euros. Gestion, encaissement assurés par le SIVU.

Fonctionne du 1er Juillet au 15 Septembre, mais extension de la période demandée.

Au départ du parking d'Orédon (en bas), 2 sentiers : les laquettes et le GR10 pour accéder aux lacs d'Aubert et d'Aumar (1 h 30 à 2 h).

Fonctionnement : Le SIVU loue les bus.

Remarque : Les clubs de montagne doivent aussi payer, d'où une insatisfaction.

Contact : Maison du Parc

<http://www.tourisme-hautes-pyrenees.com/web/FR/1624-la-reserve-du-neouvielle.php>

8- Circulation réglementée à Gavarnie, site accessible à pied ou à cheval

Lieu : Midi Pyrénées / Hautes Pyrénées / Gavarnie

Acteurs : DDE, Préfet, Conseil Général, Conseil Régional, commune de Gavarnie.

Public visé : Touristes. Les visiteurs paient le parking mais pas la taxe de séjour.
Le chemin conduisant au cirque est accessible aux véhicules des ayants droits.

Mode de déplacement : Circulation à pied ou à cheval (circulation interdite en voiture).

Origine de l'initiative :

Ce village bénéficie de l'appellation " Grand Site " et est inscrit au patrimoine de l'UNESCO.

Un des objectifs de cette opération " grand site " est de réduire la circulation automobile, les décisions étant prises par différents partenaires et acteurs sur le site (DDA, Préfet, Conseil Général, Conseil Régional).

Le cirque de Gavarnie est visible depuis le village et accessible en 2 heures à pied ou à cheval. Depuis 1985 le site fait l'objet d'une série de projets et conventions élaborés avec les partenaires et les acteurs du site.

Gavarnie est également une station de ski l'hiver depuis 1973 avec une dizaine de remontées mécaniques jouxtant la zone centrale du Parc national des Pyrénées.

Description de l'initiative :

Le site de Gavarnie est uniquement pédestre. La première démarche a consisté à interdire la circulation automobile au-delà du village. Les véhicules se garent dans le village où à l'entrée et les personnes se rendent à pied ou à cheval jusqu'au cirque. La cavalerie comprend 150 montures louées par des habitants.

Un parking a été initié par la municipalité pour régler les problèmes de sur fréquentation et d'anarchie automobile ainsi que pour répondre aux besoins d'entretien du site. Le parking est payant.

Quatre espaces publics sont réservés au stationnement à l'entrée du village et dans le village ainsi que des espaces privés à l'intérieur du village. Le prix de la place de parking est 3 euros. Les visiteurs reçoivent en échange un dépliant expliquant le site et la démarche. Le site fonctionne l'été et l'hiver. Gavarnie reçoit environ 1 million de visiteurs dans le village dont 500 000 accèdent au cirque.

La capacité des parkings est de 400/500 places. Quatre personnes sont embauchées pendant l'été, le coût de cette embauche est de 23 000 euros.

Etat actuel :

La réglementation de stationnement existe toujours.

Différents projets prévoient de résoudre les " points noirs ", d'interdire de circuler sur le chemin d'accès au site même pour les ayant droits...

La stratégie du Parc national des Pyrénées est la requalification du site en développant une stratégie périphérique : la découverte piétonne du site. Il y a environ 40 000 voitures qui stationnent par an. La communication s'est réalisée sous forme de dépliants et communiqués de presse.

Lien entre montagne et agglomération : Lourdes/Gavarnie Du 1er Juin au 30 Septembre "Maligne". Tarif unique : 2€. www.transports-maligne.fr (cliquez sur "horaires maligne des gaves") ou au 0800 65 65 00.

Contact / Sources : Mairie de Gavarnie Village 65120 GAVARNIE <http://www.gavarnie.com/sports-loisirs/fr/randos.htm>

9 - Se déplacer autrement à Corrençon en Vercors

Lieu : Rhône-Alpes / Isère / Corrençon en Vercors station moyenne montagne / Parc Naturel Régional du Vercors

Acteurs : La commune / CG38 / La région / Partenaires privés

Public visé : Habitants - hébergeurs - touristes

Mode de déplacement : Voiturettes électriques

Date de mise en service : 2005

Description de l'initiative:

Projet « Expérimentons ensemble à Corrençon : Pratiquer son territoire autrement »

La commune, et ses habitants sont confrontés, malgré la position géographique en « cul de sac », à une fréquentation automobile importante et dangereuse.

Ce projet a donc abouti à une absence de salage des routes l'hiver et d'un déneigement des accès piétons ainsi que la restauration des sentiers pédestres. En parallèle les familles, hébergeurs de Corrençon se sont vus proposés par la mairie en été 2005 la location pour un euro symbolique de voiturettes électriques pour faire leurs courses, chercher les enfants à l'école, ainsi que les visiteurs.

Fonctionnement :

L'expérience s'est poursuivie fin 2006 avec l'arrivée d'un nouveau modèle de voiturettes équipées de portières et de chaînes pour conduite sur neige.

Un système de location en service depuis l'été 2006 avec un parc de 5 véhicules et réalisation d'une étude de satisfaction. Aujourd'hui, le parc compte 33 voiturettes (8 à la location, 3 pour la commune, le reste pour les habitants).

Evaluation - Bilan :

Aujourd'hui les locations se font essentiellement durant les périodes de vacances. Les voiturettes semblent être utilisées plutôt en tant que gadgets et non en tant qu'outil de déplacement.

Il existe également l'idée d'aller vers une source d'énergie propre et renouvelable : l'énergie solaire.

Nouveauté 2010 : location de VTT électrique

Contact :

OT de Corrençon

Place du Village, 38250 CORRENCON-EN-VERCORS

Tél. 04 76 95 81 75 Télécopie : 04.76.95.84.63

Courriel : ot.info@correncon.com

Mairie

Place du village,

38250 CORRENCON-EN-VERCORS

Tel : 04 76 95 82 88

Site

internet

:

http://www.villarddelans.com/deplacements_doux_correncon_station_ski_moyenne_montagne-rubrique_1-1251-ETE-FR-vercors.html

Source : Tom Wallis, Chargé de la location des voiturettes

10 - Le parking du Puntas près du Pont d'Espagne et la mise en place de navettes, télécabines

Lieu : Midi-Pyrénées/ Hautes-Pyrénées / Cauterets, près du Pont d'Espagne

Acteurs : La commission syndicale de la vallée de Saint-Savin, la Société d'Economie Mixte, les Espaces Cauterets avec la ville de Cauterets.

Public visé : Cette réglementation de la circulation et du stationnement s'applique à tous.

Mode de déplacement : Contrôle du stationnement et création de parking.

Origine de l'initiative :

L'accès en voiture a été coupé en amont du site. Le site du " Pont d'Espagne " est situé en zone centrale du Parc national des Pyrénées.

Suite à la fermeture de la route, le parking de Puntas de 1500 places a été créé à 15 minutes de Cauterets.

Le propriétaire du site est la commission syndicale de la vallée de Saint-Savin. Une Société d'Economie Mixte a été créée pour assurer la maîtrise d'ouvrage de l'opération, dont 44 % du coût a été financé par emprunt de la SEM.

Description de l'initiative :

Le droit de stationnement est payant (quelques euros par voiture) ce qui permet d'entretenir les infrastructures. Un abonnement annuel est pris par les habitants.

Le site est géré par Espaces Cauterets, régie communale de la ville de Cauterets.

Le parking assurait en 1996 24 % des recettes de fonctionnement du site, le téléphérique 16%.

Fonctionnement :

Le Pont d'Espagne est accessible par le téléphérique de Cauterets. Des navettes se situent aux pieds des télécabines " vertes " du Puntas gratuites en période de forte fréquentation. Elles mènent au plateau de Clot tandis que des télésièges mènent au lac de Gaube.

Les premières années, des difficultés ont été rencontrées, au niveau du parking, pour faire admettre le principe de péage comme étant une participation à la pérennité de la qualité du site, à un accueil et à des services efficaces.

Contact :

<http://www.tourisme-hautes-pyrenees.com/web/FR/1828-cauterets-pont-d-espagne.php>
espaces.cauterets@cauterets.com

11 - Parkings payants à Saint Paul sur Ubaye

Lieu : PACA / Hautes-Alpes / Saint Paul sur Ubaye

Acteurs : Les hameaux de Fouillouse et Maljasset dans la commune de Saint Paul sur Ubaye.

Public visé : Ce projet concerne tous les automobilistes, essentiellement les touristes pendant la saison d'été.

Mode de déplacement : Stationnement sur parking payant.

Origine de l'initiative : Motivée par la Commune de Saint Paul sur Ubaye.

Description de l'initiative :

Afin de limiter les problèmes de stationnement et de circulation dans les hameaux de Maljasset et Fouillouse, la commune de Saint Paul sur Ubaye prévoit la construction de parkings.

La route pour accéder à Fouillouse est étroite et très dangereuse. La construction du parking à Maljasset est comprise dans un projet global de réhabilitation du site.

Fonctionnement :

A Fouillouse, la commune détient la maîtrise foncière de l'ensemble des terrains hormis une ou deux parcelles pour la création d'un parking de 500 places. Dans un premier temps, un espace de stationnement de 350 places va être construit à l'aval du hameau. Cependant, une réflexion concernant la possibilité de mettre en place un système de navettes payantes n'est pas exclue.

A Maljasset la commune détient également la maîtrise foncière des terrains pour le futur parking.

Le choix de parkings payants est privilégié mais doit s'accompagner d'aménagements et de services (point d'eau, sanitaire...).

Ces parkings permettront la fermeture de la route, et à terme, une circulation uniquement piétonne dans les deux hameaux pour une meilleure valorisation du patrimoine.

A terme, est prévue la présence sur place d'un personnel assurant la sensibilisation et l'accueil des touristes.

Communication et diffusion :

Feuillet d'information aux visiteurs diffusé par la mairie de St-Paul-sur-Ubaye

Source - Contact :

Commune de Saint Paul sur Ubaye dans les Alpes de Haute Provence

Mairie : 04. 92. 84. 31. 09.

12- Balade en calèche à Molines en Champsaur

Lieu : Provence Alpes Côte d'Azur / Hautes Alpes / Molines

Acteurs : Un prestataire privé assure ce service qu'il agrmente d'un commentaire de découverte de l'environnement de Moines. Une fois par semaine un garde du Parc National des Ecrins accompagne le prestataire dans sa tournée et ses commentaires.

Dans la conception il a eu plusieurs partenariats : la société les Attelages des Alpes, le Parc national des Ecrins, la commune de la Motte en Champsaur, l'Office National des Forêts, l'office intercantonal du tourisme en Champsaur Valgaudemar, l'office du tourisme de Gap et le CEDAET.

Public visé : touristes.

Mode de déplacement : En calèche.

Origine de l'initiative :

Les objectifs de cette action étaient :

- fermer une route au sein d'une future réserve naturelle
- tester un mode de transport hippomobile de découverte,
- développer la fréquentation touristique à Molines en Champsaur sur la base d'une autre approche de la nature.

Description de l'initiative :

Le transport en calèche a lieu sur une piste forestière " la route du Roy ". Elle démarre depuis le village de Molines en Champsaur et aboutit à l'ancien hameau du Roy après environ 5 kilomètres de piste. Il y a 2 trajets par jours, 3 jours fixes par semaine. Le trajet dure environ 1h30. En 1998, 420 personnes ont été transportées dont la moitié sont des enfants et en 1999 la calèche a été fréquentée par 350 personnes. La connaissance du produit se fait de 75% grâce au dépliant, de 16% par la presse et de 10% par le bouche à oreille.

Effets induits :

Les recettes en 1998 se sont élevées à 20 000 Francs. Il y a également des aides du programme Leader. En 1999 les recettes de 16 500 Francs sans compter les aides venant du programme Leader.

La conception et l'édition de 15 000 dépliantes sont revenues à 9000 Francs. La réalisation de la signalétique a coûté 1000 Francs. Le coût total est revenu à 20 670 Francs.

Etat actuel :

A fonctionné de 2001 à 2003 et a pris fin pour cause de départ du prestataire.

L'initiative semblait pourtant bien fonctionner au niveau qualitatif et quantitatif, mais pas assez rentable pour le prestataire. La commune de la Motte en Champsaur n'ayant pas pu trouver un autre prestataire pour le remplacer, l'initiative n'a pas été reconduite à l'été 2004.

13 - Queyras - Navette intervillage

Lieu : PACA - Hautes-Alpes - Queyras

Mode de déplacement : Navette gratuite (pour les porteurs de la carte d'hôte offerte à toutes les personnes qui séjournent dans la vallée du haut Guil.)

Acteurs : SIVU du Haut Guil

Public visé : Les habitants et les touristes

Date de mise en service : 2001

Origine de l'initiative :

Cette navette a été mise par les élus du SIVU en 2001. Les objectifs sont de faciliter l'accès au Queyras et de valoriser le domaine skiable intercommunal du Queyras.

Descriptif de l'initiative :

Cette navette permet la desserte des villages faisant partie du SIVU, afin de promouvoir les transports en commun dans la vallée et de limiter les nuisances consécutives à l'utilisation de la voiture.

Fonctionnement :

Ce système de navettes fonctionne avec la carte d'hôte : tous les vacanciers à jour de leur taxe de séjour en bénéficient, ainsi que les résidents permanents et les résidences secondaires.

Cette Carte d'Hôte est délivrée par les hébergeurs et par l'Office du Tourisme de la vallée de résidence. La navette fonctionne en hiver (de mi-Décembre à fin Mars) ainsi qu'en été (de fin juin à fin août). En été la navette ne fonctionne pas le samedi. Auparavant, le tarif de la navette pour ceux qui n'avaient pas la carte d'hôte, était de un euro de village à village, un nouveau système de tarification à été mis en place depuis 2006.

Evaluation / Bilan :

Depuis l'hiver 2006, le réseau s'est agrandi avec des points de correspondances avec d'autres navettes.

Communication et diffusion :

Des dépliants ont été mis à disposition à l'office de tourisme d'Abriès-Ristollas. Les horaires peuvent aussi être trouvés à l'office de promotion du Queyras (04 92 46 76 18)

Contacts / Sources :

Office du Tourisme d'Abriès-Ristollas

Le Bourg, 05470 ABRIES

tél. 04.92.46.72.26 Fax : 04.92.46.80.64

Email : abries.ristolas@queyras.com

Site internet : www.abries-ristolas.com

Mairie de Ristollas

L'Oratoire 05460 RISTOLLAS

Tel : 04 92 46 76 32

Fax : 04 92 46 85 20

14 - Navette entre Bourg d'Oisans et la Bérarde

Lieu : Rhône-Alpes / Isère / Bourg d'Oisans - La Bérarde

Acteurs : CG 38 / Transisère

Public visé : La clientèle est constituée essentiellement par des randonneurs ou alpinistes.

Mode de déplacement : Service de transport touristique saisonnier sur ligne régulière.

Origine de l'initiative :

La navette a été instaurée pour permettre la desserte locale d'une région fréquentée essentiellement en voitures individuelles sur route étroite et difficile.

Description de l'initiative :

Cette navette saisonnière a été mise en place en 1965 sur une route départementale.

Fonctionnement :

Elle effectue un trajet 25 Km entre Bourg d'Oisans jusqu'à la Bérarde pendant une durée de 1h15. Deux départs sont assurés depuis la Bérarde : à 7h et à 17h et deux depuis Bourg d'Oisans : 9h et 19h entre le 1er juillet et le 31 août.

La fréquentation est d'environ 10 personnes en rotation soit 40 personnes par jour.

Cette navette est en correspondance avec les cars venant de Grenoble.

Effets induits :

Le chiffre d'affaire s'élève à 85 000 Francs environ.

Lien entre montagne et agglomération : oui

Etat actuel : En fonctionnement.

Communication et diffusion : pas de communication spécifique.

Ce type de navette est déficitaire mais utile.

15 - Navette Vallouise Chambran

Lieu : Provence Alpes Côte d'Azur / Hautes-Alpes / Vallouise et Chambran

Public visé : Randonneurs du GR54.

Mode de déplacement : Transport touristique saisonnier : navette en minibus.

Origine de l'initiative :

La navette a été mise en place en 1988 en liaison avec le GR54.

Face à la forte demande des navettes ont été instaurées.

Description de l'initiative :

Ces navettes touristiques saisonnières fonctionnent sur ligne régulière. Elle assure deux parcours : de Vallouise à Chambran et de Vallouise à Entre les Aigues. La navette de Chambran privilégie les randonneurs de fin d'après midi.

Fonctionnement :

Le parcours de 10 Kms est effectué en 20 minutes de la première semaine de juillet à la troisième semaine d'août.

Etat actuel :

En fonctionnement, la fréquentation chute depuis quelques années. Depuis 1995, une seule navette assure les trajets.

16 - Gestion des flux touristiques dans le canton de l'Argentière

Lieu : PACA/Hautes Alpes/Ecrins

Acteurs : Communauté de Communes du Pays des Ecrins

Publics visés : Touristes ou habitants de la région.

Mode de déplacement : Navettes

Date de mise en service : 1988 et 2001

Origine de l'initiative :

Les navettes gratuites sont utilisées depuis 1988 pour desservir les grands sites de randonnées pédestres. En 2001, la CC du Pays des Ecrins a voulu poursuivre sa démarche de transports doux en mettant en place des navettes thématiques, afin de découvrir les Ecrins sans utiliser sa voiture personnelle.

Description de l'initiative :

Depuis 2001, deux services de navettes assurent le transport des touristes durant l'été :

1/ Les navettes gratuites à destination du Pré de madame Carle, du col de la Pusterle, de Dormillouse.

2/ Des navettes touristiques proposent des parcours thématiques : le patrimoine viticole, le vallon du Fournel, les cadrans solaires, le patrimoine religieux, la vie d'autrefois, les vaudois et la force de l'eau. Les parkings de stationnement destinés essentiellement aux touristes se situent en station.

Fonctionnement :

Les navettes thématiques sont au nombre de sept, pour une capacité de 19 places chacune.

Ces navettes fonctionnent de début juillet à début août. Chaque navette circule à des dates et horaires précis. Le tarif de ces navettes est de 5 euros et 10 euros avec le Pass'navettes, ce qui permet de bénéficier des 7 navettes. En ce qui concerne les navettes à destination du Pré de madame Carle, du col de la Pusterle et de Dormillouse, elles sont gratuites et se font sur réservation au 04 92 23 36 12. Pour chacune des trois destinations, un mini-bus de 9 places circule. Une navette circule tout les jours en juillet et août, en plus de la navette gratuite, entre la gare de l'Argentière la Bessée et le pré de Madame Carle. Elle est payante (5 euros l'aller-retour). Renseignements auprès de la compagnie Pellegrin : 04 92 23 13 87 /

www.autocars-pellegrin.com

Cette compagnie dessert aussi les stations de Pelvoux et Puy Saint Vincent

Evaluation - Bilan :

Diminution des flux et sensibilisation aux transports sur des sites sensibles.

En 2004, 500 utilisateurs soit près de 250 véhicules en moins qui ont circulé sur les sites sensibles. En 2005, 1000 utilisateurs soit 500 véhicules en moins. En 2007, 965 personnes ont circulé à bord des navettes thématiques. En ce qui concerne les navettes gratuites, 450 personnes les ont utilisées pour la saison 2007.

Lien entre montagne et agglomération :

Ces navettes permettent de relier certaines villes du territoire aux sites de randonnées.

Communication et diffusion : sur le site des mines et OT du pays des Ecrins.

Contact / Sources :

Communauté de communes du pays des Ecrins - Service aménagement transport

Monsieur Nicolas PONS - 404 Avenue Charles de Gaulle - 05 120 L'Argentière la Bessée

n.pons@paysdesecrins.com

paysdesecrins.com/rubrique.php3?id_rubrique=17

<http://www.cc->

17 - Ligne "Lac et montagne"

Lieu : Rhône-Alpes / Haute Savoie

Acteurs : CG de Haute Savoie, CC du Lac du Bourget et le Syndicat Mixte de Savoie Grand Revard

Publics visés : Touristes et résidents locaux

Mode de déplacement : Navette-Bus

Date de mise en service : 2006

Origine de l'initiative :

Dans le cadre du développement des activités estivales du plateau du Revard et du Lac du Bourget, les 3 collectivités : le Conseil Général, la Communauté de Communes du Lac du Bourget et le Syndicat Mixte de Savoie Grand Revard ont décidé de mettre en place cette navette qui fut inaugurée le 1er juillet 2006. Celle-ci a été mise en place afin de limiter la surfréquentation des voitures sur le plateau du Revard.

Fonctionnement de l'initiative :

La ligne de transports en commun régulière Aix les Bains- le Revard - La Féclaz a été renforcée pour la période estivale, grâce notamment au financement de la Communauté d'Agglomération du Lac du Bourget. Deux allers-retours supplémentaires ont été proposés de début juin à fin août 2006 avec une particularité intéressante : la navette qui effectue les rotations est équipée de crochets permettant d'accrocher les VTT. Il y a deux navettes, une de 55 places assises sans crochets pour les vélos, et une autre avec des crochets et un nombre de places limitées à 26. Ces navettes, dont l'opérateur est Transdev Savoie, sont également utilisées par les randonneurs, les parapentistes ... Le ticket coûte 5,5 euros sur l'ensemble du trajet (tarif unique) et 1 euro entre Le Revard et La Féclaz.

Evaluation - Bilan : En 2006, l'initiative a séduit 2145 personnes. En 2007, deux allers-retours ont été mis en place.

Etat actuel : En fonctionnement.

Possibilité de transfert : Oui

Lien entre montagne et agglomération : La navette permet de desservir un parcours de VTT en partant d'Aix-les-Bains.

Communication et diffusion :

Plaquettes d'informations

Contact / Source : Communauté d'Agglomération du Lac du Bourget

Delphine AVOCAT, Responsable

Déplacements

1500, Boulevard Lepic

73100 Aix-Les-Bains

Tél. : 04 79 35 00 51

Fax : 04 79 35 70 77

<http://www.agglo-lacdubourget.fr/france/DT1154965943/page/Ligne-Lac-et-Montagne.html>

18 - Parking et navette dans la vallée de la Clarée

Lieu : PACA / Hautes-Alpes / Névache

Acteurs : Conseil général des Hautes Alpes (CG05), commune de Névache, Communauté de communes du Briançonnais.

Public visé : Ce dispositif concerne tout le monde, principalement les touristes. Cependant les résidents ont un accès libre.

Mode de déplacement : Régulation du stationnement et service de navettes.
Une navette toutes les 10 minutes en moyenne selon le trafic. Arrêts à la demande.

Date de mise en service : 2003

Origine de l'initiative :

Dans le cadre de l'Opération Grand Site de 2003, le CG05 a souhaité mettre en place un service de navettes afin de répondre au problème de surfréquentation.

Description de l'initiative : La route départementale entre Névache et Laval est interdite :

- au stationnement
- à la circulation dans le sens de la montée à partir de la saturation des parkings publics de la mi-juillet à la mi-Août.
- aux camping cars ainsi qu'aux véhicules tractant une caravane du 1/07 au 31/08 de 9h à 18h

Fonctionnement :

Le projet est financé par le CG, la commune de Névache et la CC du Briançonnais à hauteur de 70 %. Le reste correspond à la vente des billets. Coût du billet : 2€ pers. Gratuité pour les enfants et pour les habitants. La fermeture de la route s'effectue en deux temps (Un système de barrières amovibles télécommandées est mis en place à Fontcouverte et à Névache) :

- A partir de Fontcouverte, lorsque le parking de Laval de 100 places est complet.
- A partir de Névache, lorsque la capacité du parking de Fontcouverte de 250 places est atteinte.

Deux parkings sont disponibles à Névache, celui de Roubion et le Central à l'entrée de Ville-Haute.

Chaque jour, sept à huit navettes de 20 places font des allers-retours entre Névache et Laval. A partir des 2 parkings situés à Roubion et la Ville-Haute, une navette gratuite permet d'aller à Névache.

Les personnes qui sont montées le matin en voiture peuvent descendre quand elles le désirent.

Evaluation / Bilan : Retombées publiques : 90% de la clientèle touristique s'est montrée satisfaite. En 2007, 41250 personnes ont utilisé les navettes, ce qui a permis de supprimer près de 300 voitures sur le site.

Problèmes rencontrés :

- Au niveau de la gestion technique : le CG ignorait les problèmes de surtension électrique qui sévissent régulièrement à Névache et provoquent des dysfonctionnements dans l'installation de comptage des voitures.

- L'accueil au niveau des barrières a souvent été difficile à gérer.

En période de grosse affluence, le temps d'attente était trop long tant à Ville-Haute qu'à Fontcouverte et à Laval - le soir, à l'heure du retour.

Conditions de réussite ou d'échec - Points forts et points faibles :

Ces navettes permettent de créer 6 emplois directs (agents d'accueil, coordinateur) et 16 conducteurs mobilisés sur 40 jours.

Communication et diffusion : Au début de la mise en place, des réunions publiques ont été organisées afin d'informer les habitants, des communiqués de presse ont également été réalisés dans les journaux et radios locales ainsi que des plaquettes d'informations.

Contacts / Sources :

- Communauté de Communes du Briançonnais Les Cordeliers - 1, rue Aspirant Jan - 05105 Briançon Cedex
Tél. 04 92 21 35 97 - Fax 04 92 20 38 90 accueil@ccbrianconnais.fr

- CG 05 Hôtel du département Place Saint-Arnoux - BP 159 05008 Gap cedex Tel : 04 92 40 38 00 - Fax : 04 92 40 38 01 mc.daumas@cg05.fr

19 - Accès au Grand Site de Puy Mary

Lieu : Pas de Peyrol, Puy Mary, Cantal

Acteurs : Grands sites de France, Conseil général, Région Centre, Etat,

Public visé : 600000 visiteurs / an

Mode de déplacement : Bus

Descriptif de l'initiative :

Limitation volontaire des places de Parking au pas de Peyrol et mise en place de transports collectifs pour accéder au Grand Site de Puy Mary.

Le Col du Pas de Peyrol, au pied même du Puy Mary est le lieu de convergence des vallées qui s'étirent comme les branches d'une étoile pour rejoindre les chefs lieux des cantons d'Aurillac, Salers, Murat et Riom-ès-Montagnes.

Avec près de 600 000 visiteurs sur le site protégé de juin à septembre (dont 475 000 sur le seul Pas de Peyrol) et des pics fréquents de 400 véhicules stationnés au même moment au Pas de Peyrol pendant l'été (alors que seules 250 places existent !), la gestion des flux routiers est une priorité du Grand Site, et une demande forte de la part du Ministère chargé de l'Environnement.

Afin de protéger durablement le site, mais aussi d'organiser l'accueil et d'offrir un service de qualité aux visiteurs pour qu'ils profitent pleinement des paysages (plutôt que d'être coincés dans les embouteillages sur les routes sinueuses du Pas de Peyrol !), un système de « Transport - Découverte » a été étudié.

Fonctionnement :

Plus de parking en 2012

L'objectif est d'assurer la desserte du Pas de Peyrol, de relier les vallées rayonnantes depuis chaque village seuil (Dienne, Mandailles, Le Falgoux et Le Claux) et de proposer des produits d'animations associés : randonnées accompagnées, départs de sentiers thématiques, fête locale, animations découverte du Volcan, de la flore et de la faune, visite des Centres d'Accueil, visite de burons, fabrication de fromages...

Il s'agit d'offrir un système de transport efficace et attrayant à la clientèle, diminuant ainsi le nombre de véhicules sur le site.

Ce système présente de nombreux avantages (une offre de transport simple, accessible, rapide et souple, un service de qualité et un véhicule attractif adapté à tous les types de clientèle) et un triple gain pour les visiteurs :

- Un gain de temps : le visiteur pourra apprécier le paysage offert par le site pendant le transport,
- Un gain de stress : les problèmes de stationnement et de circulation sur les routes sinueuses sont résolus,
- Un gain d'argent : il s'agit d'un transport attractif financièrement pour un plaisir de découverte maximum.

Contacts :

Ouverture de la Maison du Pas de Peyrol (centre d'interprétation)

Bertrand Gauvrit

directeur du Syndicat Mixte Puy Mary Grand site.

<http://www.puymary.fr/projet/transportdec.htm>

20 - La Victorine

Lieu : Provence Alpes Côte d'Azur / Bouches-du- Rhône / Pourtour de la Ste Victoire

Acteurs : La Communauté de communes du Pays d'Aix.

Public visé : Les touristes et locaux.

Mode de déplacement : Transport touristique en navettes.

Origine de l'initiative : Cette initiative est la première étape du Schéma d'Orientation du Transport Collectif qui doit réorganiser l'ensemble des déplacements dans le Pays d'Aix afin de préserver la qualité de vie. Ce secteur était jusqu'alors peu desservi par les transports en commun, alors qu'il regroupe des sites touristiques importants. L'initiative permettra de diminuer considérablement le nombre de véhicules aux abords de la Ste Victoire.

Description de l'initiative :

Les navettes ont été mises en place à titre expérimental en septembre 2003, fonctionnant pendant les mois de septembre, octobre, novembre et décembre. Ce sont deux minibus climatisés qui desservent les versants Nord et Sud de la Ste Victoire.

Fonctionnement :

Les deux navettes desservent les communes de : Vauvenargues, St Marc Jaumegarde, Aix-en- Provence, Le Tholonet, St Antonin sur Bayon et Puyloubier. Les arrêts sont facultatifs hormis le terminus à Puyloubier, Vauvenargues et Aix. Les arrêts sur les communes sont à la demande et correspondent aux parkings aménagés tout au long de l'itinéraire (point de départ des chemins de randonnée). Le prix du ticket est de 1 euro.

Etat actuel :

Depuis sa mise en place, 93 600 personnes ont utilisé la Victorine. Depuis peu de temps, les navettes circulent tous les jours et pas seulement les week-ends comme auparavant. Depuis février 2007, les navettes utilisent un agri-carburant. Enfin, depuis Juin 2007, un porte-vélo (6 vélos) est mis à disposition gratuitement pour les utilisateurs de la Victorine.

Communication et diffusion : Brochure " La Victorine ", éditée par la Communauté du Pays d'Aix et un site internet dédié à la Victorine.

Contact / Sources :

COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION DU PAYS D'AIX

CS 40 868

13 626 - Aix-en-Provence - Cedex 1

Tel : 04 42 93 85 85

<http://www.la-victorine.fr/>

21 - Maîtrise des flux au Canigou

Lieu : Midi Pyrénées / Pyrénées Orientales / Catalogne

Mode de déplacement : Calèches catalanes tractées par des Mérens et fauteuils handicapés tout terrain et projet de randonnées du patrimoine.

Acteurs : Le syndicat Mixte Canigou Grand Site, CG 66, Région, Haras...

Public visé: Touristes

Origine de l'initiative :

Tout les ans, la fête de la Trobada rassemble de nombreuses personnes sur le massif du Canigou. Mais depuis les années 90, cette fête est devenu beaucoup moins appréciée des amoureux de la tradition Catalane : Les deux pistes qui permettent d'accéder au refuge des Corderets sont pour l'occasion envahies de voitures. L'objectif de l'initiative est donc de limiter l'accès des véhicules, la redécouverte de la nature sans moyen motorisé y compris pour les handicapés.

En réponse à la dégradation de ce site classé, une « Opération Grands Sites » a été lancée en 2001. Aujourd'hui le syndicat a lancé la deuxième phase de labellisation « Grand Site ». Cette phase doit permettre de mettre en œuvre une politique de massif qui repose sur cinq axes dont la maîtrise des flux de fréquentation.

Descriptif des initiatives :

Le syndicat Mixte du Canigou a obtenu de la part de la sous-préfecture de Prades, la fermeture partielle de la piste de Balatg ainsi qu'un filtrage des voitures sur l'autre piste. Trois axes de maîtrise de flux sur ce site.

Calèches : Alliance de savoir-faire traditionnel et innovation

En 2005, plusieurs actions innovantes ont été mises en place afin de limiter l'usage de la voiture et valoriser le patrimoine par des randonnées attrayantes, c'est-à-dire qui favorise la découverte (patrimoine et nature).

L'une des démarches a été d'instaurer des voitures hippomobiles tractées par des Mérens, chevaux de race locale. Les attelages ont été conçus spécialement par des artisans pour pouvoir parcourir le dernier kilomètre du chemin forestier amenant au chalet centenaire des Cortalets. Au dire de Pierre Lissot, directeur du Syndicat, « *ces calèches s'inscrivent dans le paysage, aujourd'hui cela devient naturel de les voir là !* ». Elles sont inspirées des calèches traditionnelles catalanes et ont été mises en place dans le but d'arriver à fermer progressivement la piste aux voitures et éradiquer le stationnement des véhicules devant le chalet-refuge. Aujourd'hui elles transportent « *jusqu'à 1 000 personnes* » durant l'été. Techniquement cette opération n'a pas été simple à mettre en place car les voies n'étaient pas toutes appropriées aux passages de calèches. Certains aménagements de voiries ont été nécessaires. Et la raideur de certaines pentes a posé problème pour le tractage des calèches. De fait, pour soulager les chevaux, un projet de moteur électrique se rechargeant durant la descente, couplé à un panneau photovoltaïque est testé sur la calèche.

Pour faciliter la mise en place de ce dispositif, un parking a été construit en contrebas afin d'amener les gens à abandonner leur voiture au profit d'un transport plus respectueux de la nature. Des transporteurs privés faisant office de transport en commun ont été sollicités. Ils déposent les visiteurs le plus souvent au départ des calèches. Ces actions ont permis petit à petit de diminuer l'accès des voitures, sans affecter la fréquentation du refuge. Les calèches sont même devenues, en plus d'un transport « doux », une véritable attraction. Elles contribuent de ce fait également au développement de l'activité locale (hébergement, restauration, etc...). Véritable service public, ces navettes sont gratuites.

Sept saisonniers sont embauchés à temps plein durant les deux mois d'été. Hors saison, les calèches sont prêtées aux collectivités membres du syndicat et participent à de nombreux concours d'attelages.

La mise en place de ce dispositif a été possible grâce au financement de l'Etat, du Conseil Général des Pyrénées Orientales, de la Région et de l'Europe. A ce jour, le Conseil Général et l'Etat participent toujours au fonctionnement de cette activité.

La montagne accessible pour tous :

Le Syndicat mixte Canigó Grand Site a fait l'acquisition de fauteuils tout terrain. Ces fauteuils hybrides issus d'un croisement de siège handicapé et de VTT permettent aux personnes à mobilité réduite de profiter de la balade sur la piste centenaire de Balatg ou encore sur des sentiers réalisés spécialement pour cette activité, notamment sur la commune de Baillestavy. La montée se fait par traction d'un mulet ou d'un âne, avec l'encadrement et l'assistance d'un Accompagnateur en Montagne « handisport » agréé. La descente se fait, elle, en totale autonomie. Ces parcours ludiques sont appréciés. Ils montrent par la même occasion qu'il n'est pas nécessaire d'employer des engins motorisés pour que les personnes à mobilité réduite puissent profiter de la montagne.

Les randonnées patrimoine :

Enfin, sur plusieurs communes du Syndicat mixte, un circuit de sentiers nommés « les rondes du Canigou » sont en cours de traçage en projet en 2008. Ces 485 km de sentiers seront accessibles à tous les publics, à pied ou à cheval.

Le but est de « *proposer un mode alternatif pour se promener* ». L'intention est aussi de faire découvrir autre chose que le sommet ainsi que de développer l'agri-tourisme et une économie indépendante de celle des stations de ski. Le syndicat mixte du Canigó Grand site veut « *offrir une alternative aux visiteurs* ».

Ces parcours auront la particularité de proposer le portage à dos d'ânes géré par une centrale de réservation. Les communes ont aussi mis à disposition des équipements d'accueil pour les équidés.

« *Il y a un engouement extraordinaire !* » témoigne Pierre Lissot, « *tous les partenaires adhèrent à ce projet* ».

Ces parcours permettent de faire découvrir un patrimoine naturel et culturel riche, notamment le patrimoine minier du fond de vallée.

L'ensemble des programmes menés a permis au site de devenir un pôle touristique pyrénéen, le seul à ne pas dépendre de l'économie du ski.

Etat actuel : En fonctionnement et en projet

Communication et diffusion : Brochures « Balades en attelages de montagne »

Contact :

Syndicat Mixte Canigou Grand Site

Boulevard de la Gare

66500 PRADES

Tél. 04 68 96 45 86

canigougrandsite@wanadoo.fr

22 - Montée au Semnoz avec le VTT dans le bus

Lieu : Rhône-Alpes / Haute-Savoie / Semnoz

Acteur : Communauté d'agglomération d'Annecy / SIBRA (Société Intercommunale des Bus de la Région Annécienne)

Public visé : Touristes et vététistes

Mode de déplacement : Navette-Bus

Date de mise en place du service : 2003

Origine de l'initiative :

Cette initiative s'est mise en place en 2003 sous l'impulsion des élus membres de la communauté d'agglomération d'Annecy.

Description de l'initiative :

La Sibra et les autocars Frossard offrent l'opportunité de mettre les VTT dans l'autocar spécialement aménagé pour redescendre le Semnoz par les itinéraires forestiers et ensuite reprendre le bus pour rentrer sur Annecy.

Fonctionnement :

Il existe 6 allers-retours par jour de 9H à 18H15 au départ d'Annecy (pôle d'échanges Gare quai Nord). Le tarif en 2007 est de 5 euros et ce ticket comprend l'aller-retour entre Annecy et le terminus « Alpages » (sur les hauteurs de la commune) et ceci avec ou sans vélo. La navette fonctionne tous les samedis et dimanches de juin, ainsi que tous les jours du 1er juillet au 31 août inclus. Pour profiter de la journée, l'utilisation de la ligne d'été est illimitée sur présentation du ticket oblitéré du jour entre les arrêts « station du Semnoz » et le terminus « les Alpages ». La capacité de la navette est 29 places assises et 25 VTT, à noter que pour les grands groupes, une deuxième navette est mise en place.

Pour les groupes de plus de 8 personnes, il est vivement conseillé de réserver la veille en envoyant un fax au 04 50 69 24 91.

A noter que les tickets ligne d'été ne peuvent être utilisés sur le réseau de bus Sibra.

Evaluation - Bilan : La navette fonctionne bien.

Lien entre montagne et agglomération : Cela permet de relier le coeur d'Annecy au sommet du Semnoz, soit 20 km.

Communication et diffusion :

Contact / Source :

Espace Sibra

21, rue de la Gare - BP 202 - 74005 Annecy Cedex

www.sibra.fr/site/tout_ligneete.htm - Email : sibra@sibra.fr

Tél : 04 50 10 04 04 Fax : 04 50 69 24 91

23 - Accès payant au sommet du Puy de Dôme

Lieu : Auvergne / Puy de Dôme Mode de déplacement : Navette / A pied

Acteurs : CG du Puy de Dôme / Ministère de l'écologie

Public visé : Touristes

Origine de l'initiative :

La progression constante du nombre de visiteurs au sommet du puy de Dôme n'est pas sans incidence sur l'état de son paysage. C'est pourquoi, le conseil général, en partenariat avec le Ministère de l'Ecologie, a décidé de réhabiliter le Puy de Dôme dans le cadre d'une Opération Grand Site.

Description de l'initiative :

L'accès au sommet du Puy de Dôme s'effectue désormais au moyen d'une navette payante.

Lorsque cette dernière ne circule pas, il existe également un péage pour atteindre le sommet directement en voiture où un parking d'une centaine de places est aménagé. Il existe aussi une aire de stationnement de 110 places au Col de Ceyssat qui permet, par le chemin des Muletiers, d'accéder au sommet du Puy de Dôme à pied.

Fonctionnement :

Les véhicules particuliers peuvent accéder au sommet pendant les périodes d'ouverture sauf les jours de mise en place des navettes ainsi que les jours de certaines manifestations. En revanche, les motos, les cars de tourisme et les transports de personnes handicapées, ne sont pas concernés par cette restriction, mais ils devront payer l'accès au sommet via le péage. Les navettes sont mises en place tous les jours du 1er juillet au 31 août, ainsi que les week-end et jours fériés des mois de mai, juin et septembre. Le tarif A/R de la navette est de 4 euros pour les adultes et 1 euro pour les enfants. A noter que les vélos ne sont autorisés à emprunter la route d'accès au sommet du Puy de Dôme sous certaines conditions.

Etat actuel : En chantier

La fréquentation du site augmente de 1 % tout les ans, cependant les touristes trouvent les tarifs excessifs et l'accès en navette et en voiture (par le péage) ne cesse de chuter. Les acteurs de cette initiative cherche une solution alternative à la navette car celle-ci n'est plus rentable (baisse de la redevance à la collectivité, baisse de la fréquentation de la navette, prix du carburant).

Contact :

Conseil général du Puy-de-Dôme
Nadine Maleyson
Alexandra Malgat
Tél : 04 73 42 02 28

Contact presse :

Rachel Corre
Tél : 04 73 42 24 84
rachel.corre@cg63.fr

PROJET 2012 - Le Panoramique des Dômes

A partir de 2012, c'est à bord d'un train à crémaillère que les Puydômois et touristes accéderont au sommet du puy de Dôme.

Ce train panoramique permettra d'atteindre le sommet toute l'année, en toute sécurité, quelles que soient les conditions météorologiques. Silencieux et écologique (il produit la moitié de l'énergie qu'il consomme), le train renforcera l'attractivité du site en offrant progressivement à ses passagers des panoramas exceptionnels sur la Chaîne des Puys et l'ensemble du département.

Première crémaillère construite en France sur un site de montagne depuis un siècle, le train du puy de Dôme sera aussi le premier exemple de substitution totale d'un accès routier par un mode de transport ferroviaire.

http://www.puydedome.com/Panoramique_des_Domes-43739.html?1=1

24 – Télécabine de Venosc

Lieu : Rhône-Alpes/ Isère / Venosc

Acteurs : Commune de Venosc / Deux Alpes

Public visé : utilisateurs multiples

Mode de déplacement : Télécabine 6 places

Date de mise en service : Rénovée en 1994 avec financement à 50% du Conseil général

Descriptif de l'initiative :

La télécabine est gérée par la station des deux Alpes dans le cadre d'un contrat qui a été critiqué par la Cour des Comptes. Elle est utilisable par les salariés de Deux Alpes, et par les titulaires d'un abonnement mensuel Transisère (peu utilisé). Les scolaires n'y ont pas droit. On peut donc considérer son exploitation comme indigente. Actuellement la commune de Venosc cherche à reprendre la main sur cette installation pour en faire un véritable outil de transport public.

Origine de l'initiative :

La commune de Venosc s'étale sur deux niveaux : fond de vallée du Vénéon et station des deux Alpes. La télécabine avait été conçue comme un ascenseur à skieurs au départ. Elle est gérée par la station des Deux Alpes qui l'a plus considérée comme un boulet que comme un outil de développement touristique et économique.

Fonctionnement :

La télécabine fonctionne en régime discontinu, et seulement les jours de pointe touristiques. De ce fait les résidents du secteur ne peuvent pas appuyer leur politique de déplacements sur cette télécabine. Il faut 8 minutes pour monter de Venosc aux Deux Alpes, plus 5 à 10 minutes de marche pour atteindre les remontées. Les résidents de Venosc bénéficient d'une réduction de 20% sur les forfaits des Deux Alpes. Il y a en aval un parking de dissuasion. Mais la télécabine fonctionne avec un régime tellement spartiate et irrégulier qu'elle est peu utilisée.

Evaluation - Bilan :

Il n'y a pas pour l'instant de plan de desserte bus de Venosc. On est donc réduit à la desserte du pauvre. Mais cela pourrait changer, un certain nombre d'élus ayant pris conscience de ce que la situation donnait une très mauvaise image de marque du secteur.

Conditions de réussite ou d'échec - Points forts et points faibles :

Pour l'instant l'expérience est un échec, non pas en raison du principe de la télécabine, mais les dirigeants de DAL ne se sentent pas concernés. Il est urgent de redéfinir la politique d'utilisation de la télécabine.

Possibilités de transfert :

Si cette télécabine avait été exploitée proprement, elle aurait sans doute été un succès, comme celle de Brides les Bains, ou comme toutes les liaisons du même type en Suisse.

Lien entre montagne et agglomération :

L'agglomération la plus proche est Bourg d'Oisans (18 km), Grenoble est à 60 km. La rampe des commères est une route désagréable qu'il faut désengorger, ce que l'utilisation rationnelle de la télécabine permettrait.

Communication et diffusion :

La commune avait placé sur la N90 un panneau indiquant la télécabine. Suite à une demande d'origine inconnue, la Gendarmerie a fait enlever ce panneau ! La commune est néanmoins passée outre.

Contacts : <http://www.venosc.com/> et <http://www.venosc.com/fr/hiver/faire.html#ski>

Mairie - Le Courtil 38520 VENOSC Tél : 04 76 80 06 75

Et annexe : Mairie Annexe / Place de l'Alpe de Venosc / 38860 DEUX ALPES Tél : 04 76 80 57 22

25 - La gestion du stationnement à Val-Thorens

Lieu : Rhône-Alpes, Savoie, Val-Thorens

Acteurs : La société d'économie mixte «Valthoparc » et la commune de Saint Martin de Belleville

Public visé : les touristes

Mode de déplacement : Des parkings périphériques payants et des navettes spécifiques desservant le centre du village.

Date de mise en service : 1987

Origine de l'initiative :

En 1987, en raison de problèmes de stationnement sur les voiries, de problèmes de sécurité liés à l'accessibilité des pompiers et de contraintes de déneigement, la municipalité a souhaité mettre en place ces parkings.

Description de l'initiative :

La société Valthoparc est chargée de la gestion du stationnement, elle met à disposition 3500 places de parking.

Fonctionnement :

Procédure : les touristes, une fois leurs bagages déchargés sur leur lieu de séjour, doivent rejoindre les parkings situés à la périphérie de la station. Après, deux cas de figure se présentent à eux.

S'ils n'ont pas réservé : ils doivent rejoindre les aires de stationnement limité à l'entrée des parkings, et prendre ensuite leur ticket à la réception. S'ils ont réservé auprès du bureau (créé en 2000) : ils possèdent déjà leur carte et ont accès aux parkings. Pour regagner le centre de la station, ils peuvent utiliser le service gratuit de navettes. L'accès au parking se fait 24/24h.

La municipalité et Valthoparc sont partenaires.

La station se situe sur une ZAC, c'est-à-dire qu'il revient à l'aménageur de financer le parking.

Douze personnes assurent le contrôle du stationnement et la mise en fourrière. La municipalité gère les navettes en régie.

Le coût du billet est de 1.10 euros pour une nuit à 131 euros pour 14 nuits, en tarif normal pour les 3 parkings couverts et pour le parking découvert. Les tarifs du parking découvert est de 11.20 euros pour une nuit et 220 euros pour 14 nuits.

Pour les véhicules hors gabarit et GPL sans soupape, les tarifs sont les suivants. En tarif normal : 10 euros pour une nuit et 100 euros pour 14 nuits ; en tarif réservé : 9.50 euros pour une nuit et 95 euros pour 14 nuits. Des tarifs spéciaux existent pour les travailleurs saisonniers.

Le coût réel ne tient compte que du règlement du stationnement des parkings, les navettes étant gratuites. Ce système fonctionne l'hiver.

Le système est toujours en fonctionnement et a été, dans l'ensemble, très bien accueilli par la clientèle malgré les contraintes qu'il implique.

Evaluation / Bilan :

Il n'existe aucune donnée concernant la fréquentation des parkings.

Lien entre montagne et agglomération : Non

Communication et diffusion :

Un site web a été créé en 2001 avec un service de réservation et de paiement sécurisé.

Source-contact :

Société Valthoparc Parking 73440 Val-Thorens

Tél. : 04 79 00 02 49

Site web: www.Valthoparc.fr

Mairie de Saint Martin de Belleville Tel : 04 79 08 96 28 Fax : 04 79 08 90 01

26 - Télécabine de Brides les Bains

Lieu : Rhône-Alpes/ Savoie/ Brides les bains

Acteurs : commune, département et station de Méribel

Public visé : utilisateurs multiples

Mode de déplacement : télécabine

Date de mise en service : 1992

Descriptif de l'initiative : Brides les Bains était en 1990 une station thermale fonctionnant au mieux 3 mois par an, l'été. Méribel était une station de ski fonctionnant 4 mois /an au mieux, en hiver. La liaison par télécabine, avec sa fréquence, sa régularité et sa rapidité ont entraîné une explosion de l'activité de ces deux pôles sur toute l'année. Le succès est tel que la télécabine, prévue pour un débit de 1200p/h est devenue très insuffisante, et qu'une liaison par car supplée à cette insuffisance dans l'attente d'un renforcement de la télécabine.

Origine de l'initiative : motivations de la mise en place de l'initiative (analyse de la situation critique sur le lieu) et qui en est à l'origine : le Maire de Brides les Bains a été le principal moteur de cette liaison. Il a du faire face à des oppositions aussi irraisonnées ou dont les raisons ne pouvaient convaincre personne.

Fonctionnement : Il y a une cabine de 6 places toutes les 18 secondes

Evaluation - Bilan : L'absence de mise en réseau est le point faible de cette liaison. Mais Savoie et Haute Savoie sont deux départements sans service de transports...

Conditions de réussite ou d'échec - Points forts et points faibles : Garantie du succès, la télécabine est très proche du centre ville de Brides. Fonctionnant depuis 1992, son succès éclatant peut être jugé pérenne. Elle a permis aux permanents de Méribel de loger avec leur famille à Brides et d'avoir ainsi une vie de famille. Elle donne une liberté d'action aux curistes qu'ils n'avaient pas auparavant.

Possibilités de transfert :

Ce type de liaison existe en 308 exemplaires répertoriés dans l'indicateur officiel des CFF.

Possibilité de transférabilité pour les stations de montagne, qu'elle rapproche des villes.

Lien entre montagne et agglomération

Cette télécabine est un exemple de ce qu'il faut faire pour renforcer, de manière écologiquement responsable, les liens entre ville et montagne

Communication et diffusion : Les habitants permanents ou temporaires de Brides et de Méribel connaissent son existence et son fonctionnement. Il n'y a pas d'indication de cette télécabine sur le site Internet de Brides.

Contacts : Pierre Jaussaud Mail : p.jaussaud@free.fr

Tel : 04 76 52 44 84 / Fax : 04 76 52 17 88 / Mob : 06 81 47 59 67

Sources : Enquête pour les élus de l'Oisans auprès de la Mairie de Brides les Bains

Mairie / Pl. Centenaire 73570 BRIDES LES BAINS / Tél. : 04 79 55 21 55

<http://www.brides-les-bains.com>

27 - Transport à la demande dans le Grand Ried

Lieu : Alsace / Bas-Rhin / Communauté de Communes du Grand Ried (CCGR) / Communauté de Communes de Sélestat (CCS)

Acteurs : CCGR / CCS / Conseil Général du Bas-Rhin

Public visé : Habitants et visiteurs

Mode de déplacement : Transport à la demande

Date de mise en service : Juin 2005

Description de l'initiative :

Depuis juin 2005, le service de transport à la demande « TIGR » (Transport Intercommunal du Grand Ried), fonctionne sur le territoire de la Communauté de Communes du Grand Ried, afin de permettre aux personnes âgées et autres de pouvoir se déplacer aisément.

Origine de l'initiative :

Une convention de délégation du Transport à la Demande (T.A.D.) a été signée avec le Conseil Général du Bas-Rhin et une autre, et une autre d'exploitation, a été passée avec les Ets Taxi RIDZON, transporteur à Bindernheim, désigné à cet effet, après mise en concurrence.

Ce type de transport existe également dans la Communauté de Commune voisine, celle de Sélestat, mis en place en septembre 2004.

Fonctionnement :

Les T.A.D. sont cofinancés par leur Communauté de Commune et le Conseil Général du Bas-Rhin. Le T.A.D. est ouvert à toute personne sauf pour les trajets hors Communauté de Communes et ceux scolaires & professionnels.

Le TPMR (Transport des Personnes à Mobilité Réduite) est aussi assuré par le T.I.G.R. Le ticket coût 2 pour le TIGR et 1 pour le TIS (Transport Intercommunal de Sélestat) par trajet, quelle que soit la distance parcourue, le surcoût étant pris en charge par les collectivités.

Pour le TIS, 2 à 3 navettes sont affrétées pour le TAD à noter que le TIS est une AOTU et possède donc son réseau de transport en commun, ouvert en 2004 aussi. En Août 2006, le TIGR et le TIS ont mis en commun leur réseau. A noter que cette mise en commun fait office d'exception, car normalement le TAD ne doit pas sortir de la communauté de communes.

Evaluation / Bilan :

Concernant le TIS, une moyenne de 60 voyages par jour est réalisée (20 au début). En ce qui concerne le TIGR, 250 courses ont été réalisées la première année, et 373 la seconde, soit une évolution positive de 50 %.

28 – Centrale Mouv'Aravis

Lieu : Rhône-Alpes / Haute-Savoie / Massif des Aravis et Haut-Chablais

Publics visés : Touristes et habitants

Acteurs : Programme Européen / CG74 / Communautés de communes

Date de mise en service : 2006

Descriptif de l'initiative :

La centrale des Aravis vous donne l'itinéraire à suivre (sur un site internet) pour aller d'un point à un autre du territoire du Haut-Chablais en utilisant uniquement les transports en commun. Vous pouvez voir les déplacements qui permettent de venir dans le territoire, de vous y déplacer et enfin de vous déplacer dans les villages importants.

La centrale de mobilité du Haut Chablais vous aiguille pour trouver les meilleurs moyens de déplacements et leurs horaires. Le site propose également l'ensemble des plans du réseau de transports publics.

Origine de l'initiative :

La centrale de mobilité des Aravis nommée « Mouv'Aravis » a été réalisée avec le soutien de la Communauté européenne dans le cadre du programme Interreg IIIB «Mobilalp» afin de favoriser le développement d'une mobilité durable dans les Alpes. Le S.I.M.A. (Syndicat d'Intercommunal du Massif des Aravis) s'est engagé dans ce programme au côté de partenaires italiens, autrichiens et français, le Conseil Général de la Haute-Savoie est le chef de file.

La centrale de mobilité du Haut-Chablais a vu également le jour avec le programme européen « Mobilalp ».

Evaluation / Bilan :

Concernant la fréquentation du site de Mouv'Aravis, il est d'environ 50 personnes par jour, avec une utilisation plus importante aux saisons hivernale et estivale. Il travaille actuellement sur la mise en place d'un système de covoiturage. En revanche, la centrale du Haut-Chablais n'a pas de compteur. Il y a un projet de créer une centrale de mobilité sur tout le département.

Conditions de réussite ou d'échec - Points forts et points faibles :

Le site connaît un problème d'actualisation des données.

Possibilité de transfert : Oui

Lien entre montagne et agglomération : Non

Communication et diffusion :

Conférence de presse, pour présenter les deux centrales de mobilité, la communication se réalise aussi dans les offices de tourisme.

Contacts / Sources :

SIMA (Syndicat d'Intercommunal du Massif des Aravis)

Maison des Aravis

74450 SAINT JEAN DE SIXT

Tel : 04 50 02 38 03 Fax : 04 50 02 38 51

SIAC (Syndicat Intercommunal d'Aménagement du Chablais)

Square Voltaire, 2 Rue des Allobroges - BP 33

74201 THONON-LES-BAINS CEDEX

Tél. 04 50 04 24 24 Fax. 04 50 04 65 30

29 - La Comette de la région de Saverne

Lieu : Alsace / Bas Rhin / district de Saverne

Acteurs : La communauté de communes de la région de Saverne qui sont au nombre de 28 regroupées en un EPCI. Un comité de pilotage comprenant le maire d'Altenheim et des représentants de chaque commune a été créé pour la mise en place du système et le suivi.

Public visé : Les habitants des communes et le public extérieur.

Transports réguliers et à la demande. L'énergie utilisée est le combustible des minibus (essence ou gas-oil). La longueur du parcours varie et correspond à un découpage en plusieurs zones de la communauté de communes. Un service de rabattement vers les gares de Saverne et Dettwiller et un service régulier "marché" a fonctionné mais s'est arrêté en 1998. La fréquentation est estimée en moyenne à 35/40 personne/jour.

Origine de l'initiative :

Une charte intercommunale du développement avait identifié le besoin en déplacement, ensuite un questionnaire fut adressé aux habitants par la société "Cariane Est" en décembre 1993 pour préciser ce besoin. Une autre étude fut réalisée afin d'adapter les moyens de transport traditionnels au contexte local. Le résultat a abouti à la création de la navette en décembre 1994.

La communauté de communes, créée en 1992 et regroupant 28 communes, est à l'origine de cette initiative.

Description de l'initiative :

La billetterie et l'encaissement se font auprès de la société "Cariane Est" et plus directement auprès du chauffeur avec lequel les clients sont en contact grâce à une ligne téléphonique spéciale reliée à un standard fixe ou directement au chauffeur par radio-téléphone. Les besoins en déplacement doivent être formulés par téléphone ou directement au chauffeur au moins 24 heures avant la date souhaitée.

Dans la mesure du possible les personnes sont prises en charge à leur domicile et amenées à leur destination finale. Si besoin, un renfort en taxi peut être organisé.

La gestion revient elle à l'EPCI (le district de la région du Saverne). Ce système fonctionne toute l'année, régulièrement et à la demande, cinq jours par semaine, du lundi au vendredi (sauf jours fériés). Il assure aussi un service de rabattement vers les gares de Saverne et Dettwiller.

Fonctionnement :

Appui financier du conseil général du Bas-Rhin.

L'exploitation du système a été confiée à un transporteur privé selon la règle de délégation de service public. La convention prévoit que la garantie de recettes est assurée par la communauté de communes qui peut donc être amenée à couvrir le déficit de fonctionnement. La convention a été signée en 1998 entre le transporteur et la communauté de communes, apportant à ce dernier une garantie au forfait et le motivant quant aux résultats.

En janvier 2010 : Le service de transport à la demande de la comcom de la région de Saverne se nomme « Comette » et change. Si les usagers du territoire seront toujours recherchés à domicile, les horaires et destinations seront fixes, avec deux aller-retour par jour jusque Saverne, en passant par Dettwiller, Steinbourg et Monswiller. Une façon notamment de faire des économies.

Lancé par la communauté de communes de la région de Saverne (CCRS), le service de transport à la demande qui dessert les 27 villes et villages de l'intercommunalité va subir des changements dès la rentrée de janvier. Après l'évolution subie en 2004, quand « Distrinavette » a pris le nom de « Comette », ce service prend une nouvelle direction, avec des horaires et des destinations fixes (lire l'encadré). Dans une lettre envoyée aux usagers, Pierre Kaetzel, président de la CCRS, précise que pour ...

Retombées positives : le système fonctionne toujours même si le service "marché" du jeudi est sorti du dispositif en 1998.

La fréquentation a augmenté, en 1998, 8 319 voyageurs ont utilisé la distrinavette contre 7 900 en 1997. Pour la plupart, les trajets se font des communes en direction de Saverne (65%), 20% sont des trajets intra-muros à Saverne et 15 % sont des trajets entre communes hors Saverne. Le chauffeur du minibus est employé à plein temps.

D'autres communes du département étudient de près l'application du projet à leur territoire.

Communication et diffusion :

Des outils de communication ont été réalisés (affiches, dépliants, fiche horaire spécifique à chaque

commune) et sont disponibles dans les mairies et ont été distribués à chaque foyer.
Une inauguration officielle avec présentation du service a eu lieu et a fait l'objet d'articles de journaux.
Le chauffeur, le minibus et le service ont été présentés.
Une attention particulière a été donnée aux personnes âgées au lancement du service.

Source -contact :

- Le transport à la demande, transport public, état de l'art et perspectives, 1997
 - Communauté de communes de la région de Saverne
- 10 rue des Murs, BP6, 67701 Saverne Cedex - tél: 03 88 71 12 29

30 - Transdrôme (transports à la demande)

Lieu : Rhône-Alpes/ Drôme-Isère/ Secteur de l'arrière pays montagneux des Pré-Alpes

Acteurs : Le Conseil Général de la Drôme est l'opérateur de l'innovation.

Public visé : Le service de rabattement est ouvert à tous et celui de commodité est réservé aux personnes de plus de 65 ans et aux personnes d'un taux d'invalidité d'au moins 80 %.

Mode de déplacement : Service de transport à la demande.

Date de mise en service : 1989

Origine de l'initiative :

L'arrière pays drômois est une zone de montagne mal reliée aux grands axes de communication et en déclin démographique et économique.

Les objectifs du service Transdrôme sont de pallier la disparition des petites lignes de transport en offrant un service de rabattement sur des lignes existantes. De plus, il permet aux personnes isolées ou dispersées en milieu rural d'acquérir ou de retrouver une certaine mobilité.

Description de l'initiative :

A partir de 1989, le Conseil Général de la Drôme a mis en place dans l'arrière pays drômois ce système de transport : Transdrôme. Il résulte de l'application du Schéma Départemental des Transports Collectifs (1985-1988). Il concerne un territoire comprenant 172 communes qui appartiennent au zonage du Plan Départemental des Zones Rurales.

Fonctionnement :

Un système original pour l'arrière-pays assuré par taxi ou transporteurs, sur réservation auprès d'un organisme relais.

Deux missions fondamentales :

- Jonction avec les lignes régulières.
- Services réguliers, ouverts à tous sur demande, une à trois fois par semaine.

Le Conseil Général a renforcé le contrôle de l'utilisation du transport de rabattement.

Transdrôme est complété par des Services Réguliers à la Demande ouverts à tous et fonctionnant à jours fixes.

Evaluation / Bilan :

Début septembre 2007, le CG26 a mis en place à titre expérimental un nouveau système de transport à la demande. En effet, sur le territoire des Barronies, la mission « Commodité » est supprimée et elle est remplacée par cinq nouveaux services réguliers. En 2008, ce nouveau système devrait être étendu sur les autres territoires.

Concernant les fréquentations, 6600 personnes ont utilisés le Transdrôme en 2006, soit mille de plus qu'en 2005.

Conditions de réussite ou d'échec - Points forts et points faibles :

La mise en place de cette initiative n'a pas connu de difficulté, cela fait près de 20 ans que le Transdrôme existe, et il permet aux personnes isolées de retrouver un lien social.

Dans le cas de transport de commodité, l'utilisateur prend en charge le transport à vide ce qui l'amène à opter pour le service de rabattement qui lui revient moins cher.

Possibilité de transfert : Oui

Lien entre montagne et agglomération : Non

Communication et diffusion :

Sur l'ancien système, la communication se faisait uniquement via internet, mais avec la nouvelle mise en place, de nombreux dépliants ont été distribués aux offices de tourisme et lieux publics.

Source - Contact : CG 26

<http://www.ladrome.fr/fr/les-services/transports-et-amenagement-du-territoire/transports/index.html>

31 - La Véloroute du Luberon

Lieu : Provence Alpes Côte d'Azur / Vaucluse / Parc Naturel Régional du Luberon

Acteurs : Parc Naturel Régional du Lubéron.

Public visé : La Véloroute est ouverte à tous.

Mode de déplacement : A vélo, rollers...

Date de mise en place : Au milieu des années 90

Origine de l'initiative : Cette Véloroute est à l'initiative du Parc Naturel Régional du Luberon.

Description de l'initiative :

Un itinéraire de 236 km balisé dans les deux sens a été tracé autour du massif du Lubéron. Il emprunte des voies ouvertes à la circulation.

Le parc naturel régional a acquis l'ancienne voie ferrée Cavailon - Apt, longue de 35 km, qui a été aménagée en piste cyclable.

Les "Ogres en vélo" est une boucle fléchée de 50 km au départ d'Apt dans le Luberon. De même, au départ de Forcalquier est tracée la boucle fléchée de 78 km "du pays de Forcalquier et de la montagne de Lure".

Evaluation - Bilan :

Elle existe toujours. Elle emprunte des voies ouvertes à la circulation automobile.

50 adhérents en 2007

Conditions de réussite ou d'échec - Points forts et points faibles :

La difficulté rencontrée réside dans l'obtention de l'ancienne voie ferrée, que la SNCF ne voulait pas céder.

Lien entre montagne et agglomération : Non

Communication et diffusion :

Brochures : "Autour du Lubéron en vélo" et "Tour du Luberon" PNR du Luberon

Publication : "France à vélo, France des voies vertes", ODIT France, Déc.2006

Sources / Contact :

Réseau vélo loisir en Lubéron

Siege social : 13 Boulevard des martyrs

F-04300 Forcalquier

Bureau : 203 rue Oscar Roulet

F-84440 Robion

Tél. : 04 92 79 05 82 / 04 90 76 48 05

Fax : 04 92 76 48 21

E-mail : info@veloloisirluberon.com

Animatrice : Sylvie Palpant

Sites Web :

www.veloloisirluberon.com / www.velopaysforcalquier.com / www.ocresenvelo.com

32 - Triè Voies

Lieu : Rhône-Alpes/ Isère/ Trièves et Mathésine

Acteurs : Association la cabane/Syndicat d'Aménagement du Trièves/ Région RA/ CG 38

Public visé : tout public

Mode de déplacement : train/bus/voiture

Date de mise en service : début mars 2008 pour le 1er site

Descriptif de l'initiative : développement d'un site web intégrant toutes les offres transports (train, covoiturage, bus, autostop organisé)

Origine de l'initiative : Association la cabane

Fonctionnement : Site proposant toutes les offres transports sans distinction.

Correspondances possibles entre elles (bus<->train, bus<->voiture etc...), système de paiement simplifié et équitable pour le covoiturage, probabilités de passage pour l'autostop organisé.

Evaluation - Bilan : mise en service en mars 2008 pour la première version... L'évaluation se fera en fonction du nombre d'inscrits et surtout d'utilisateurs

Conditions de réussite... : utilisation du site régulière
...ou d'échec - non utilisation...

Points forts : innovant et répondant à une demande

Points faibles : manque de communication

Possibilités de transfert : oui

Lien entre montagne et agglomération : oui, possibilité de développer des fonctions particulières à partir du moteur de recherche initial.

Communication et diffusion : à améliorer

Contacts : Jean-Philippe Valla (conception)- Association La Cabane 0687100702 - mail : jpvalla2000@yahoo.fr

Syndicat d'Aménagement du Trièves : Rodolphe Zimmerman -Mairie
38930 St Martin de Clelles - Tel 04 76 34 44 29 - Fax 04 76 34 45 70
r.zimmermann.sat@wanadoo.fr

www.transports.c.la

33 - La navette des crêtes

Lieu : Alsace et Lorraine / Haut-Rhin et Vosges / Route des crêtes

Mode de déplacement : navettes spécifiques

Acteurs : Parc naturel régional des Ballons des Vosges

Public visé : habitants du Parc et habitants des villes situées aux portes du Parc soit 10 millions de personnes.

Origine de l'initiative :

Joyaux du Parc naturel régional des Ballons des Vosges, les Hautes-Vosges recensent une succession de milieux naturels peu communs ou rares et des points de vue remarquables.

Dans cet environnement exceptionnel, les flux motorisés, de plus en plus nombreux, génèrent des pollutions sonores, visuelles et atmosphériques qui ternissent l'image et la quiétude des lieux.

Fonctionnement :

Les navettes sillonnent la grande crête les dimanche et jours fériés de début juin à fin septembre, soit environ 18 jours par an. Après 6 années de fonctionnement le tracé couvre désormais la totalité de la route des crêtes du col des Bagenelles au nord jusqu'au grand ballon au sud (voir schéma ci-joint). La navette, c'est désormais, 63 arrêts (signalés par un panneau jaune), dont 19 sur la crête, espacés de 3 km desservis toutes les 30mn.

19 sites touristiques : col des Bagenelles, col du Bonhomme, col de Louchpach, col du Calvaire, Gazon du Faing, Dreieck Lac Vert - Tanet - Col de La Schlucht - Trois Fours-Jardin d'Altitude - Hohneck - Kastelberg - Rothenbachkopf - Col du Herrenberg - Col du Hahnenbrunnen - Steinlebach - Markstein - Hundskopf - Col du Haag - Grand Ballon.

9 liaisons depuis les vallées adjacentes : Vallées de Kaysersberg, de Munster, de Thann, de Guebwiller, Gérardmer.

Correspondances dans 9 gares SNCF et avec certains trains allemands et suisses.

Tarifs 2010 : pass journée à 3 € ou pass saison à 10 € valable sur l'ensemble du circuit desservi par la navette. Gratuit pour les mineurs.

Etat actuel : Un questionnaire de satisfaction est proposé chaque année dans les navettes aux utilisateurs. Elle permet d'améliorer le fonctionnement de la navette, de dégager un profil type de l'utilisateur et de mesurer la pertinence des vecteurs de communication. En 2005, le taux de satisfaction des usagers a été de 98,6%.

Dispositif estival d'animation et de découverte pédestre de la grande crête, la navette propose une alternative d'accès et de déplacements aux véhicules particuliers.

ème

En 2010, la navette sillonnera pour le 11^{ème} année la grande crête les dimanches et jours fériés du 6 juin au 26 septembre.

Source et contacts :

Parc naturel régional des Ballons de Vosges

1 cours de l'Abbaye - 68140 Munster - Tél. : 03.89.77.90.20.

la Maison du Parc à Munster au 03 89 77 90 34 info@parc-ballons-vosges.fr
www.navettedescretes.com

34 - La Voie Verte de la Vallée des Gaves

Lieu : Midi Pyrénées / Gers / Vallée des Gaves

Acteurs : Le Syndicat Mixte pour le Développement Rural de l'arrondissement d'Argelès-Gazost / l'Europe / CG32 / la région Midi Pyrénées / le PN des Pyrénées Orientales / collectivité

Public visé : Pour tous les promeneurs à pied, en rollers, à vélo et fauteuils roulants, l'accès est interdit à tout engin à moteur ainsi qu'aux cavaliers.

Mode de déplacement : A pied, à cheval ou à vélo.

Origine de l'initiative :

La ligne ferroviaire Lourdes-Soulom a été fermée aux voyageurs par la SNCF en 1970 avant de l'être au trafic de marchandises en 1992.

A partir de la fermeture de cette voie, les élus locaux s'inquiètent de son état d'abandon et de son impact négatif. Etant située dans une vallée très touristique des Pyrénées, ils décident alors de la reconvertir en voie verte. Cette dernière a été inaugurée en Juillet 2000.

Les communes traversées sont : Adast, Agos-Vidalos, Argelès-Gazost, Ayzac-Ost, Bôo-Silhen, Ger, Geu, Lau-Balagnas, Lourdes, Lugagnan, Pierrefitte-Nestalas, Saint-Savin, Soulom. Elle relie Pierrefitte-Nestalas à Lourdes.

Description de l'initiative :

La Vallée des Gaves est dotée d'une structure chargée de mettre en oeuvre des projets de développement local avec l'appui de fonds européens : le Syndicat Mixte pour le Développement Rural de l'arrondissement d'Argelès-Gazost (S.M.D.R.A.) Le 13 mars 1996, le S.M.D.R.A. devient la structure d'animation du projet en se portant Maître d'Ouvrage. Peuvent alors être entamées les négociations avec la S.N.C.F pour l'achat des terrains, et les réflexions techniques sont lancées. A noter que le SMDRA est le gestionnaire et le propriétaire de la voie.

Le 19 mai 1999, les pourparlers aboutissent avec la S.N.C.F. Le S.M.D.R.A. signe avec ses représentants la promesse de vente. La voie ferrée désaffectée a été aménagée en Voie Verte le 1er juillet 2000. Elle est située le long du Gaves de Pau et est accessible aux promeneurs à pied, en vélo ou en rollers. Elle est la voie privilégiée pour rallier les chemins pédestres.

Longueur : 17 kilomètres

Largeur minimale de la surface roulante : 2 mètres

Largeur minimale de la surface piétonne : 2 fois 1 mètre

Surface totale du terrain : 302 480 m

Nombre d'aqueducs : 34

Nombre de ponts en pierre : 9

Nombre de ponts métalliques : 2 dont 1 long de 56 mètres sur la rivière.

Lourdes, le second lieu de pèlerinage après Rome, accueille chaque année plus de 80 000 malades et handicapés. La volonté des porteurs du projet a été de rendre accessible ce nouvel équipement aux personnes handicapées. En effet, depuis Décembre 2005, la voie est labellisée « Tourisme et Handicap ».

Le tiers du projet a été financé par l'Europe (Leader plus), 10 % par le SMDRA, 10% par l'état, 20% par le département et 20 % par les collectivités. Le reste ce partage entre la région et le parc.

Etat actuel :

La Voie Verte des Gaves existe toujours et devrait être prolongée jusqu'à Cauterets.

Les Vallées des Gaves ont engagé, avec l'appui de la Commission Européenne, un programme d'échanges entre trois pays d'Europe : Estella en Navarre, Soria en Castille pour l'Espagne, Tomar, région au centre du Portugal et les Vallées des Gaves, chef de file et représentant de la France. Il existe certains points noirs comme le manque de location de vélo et le manque de liaison en transport en commun.

Sources, Contacts: www.valleesdesgaves.com

35 - Allosurf - le covoiturage des sports de glisse

Lieu : France entière

Mode de déplacement : la voiture

Acteurs : allosurf.net

Public visé : les pratiquants des sports de glisse.

Origine de l'initiative :

Allosurf est un portail de rencontre des conducteurs et des passagers ne disposant pas de véhicule : le site permet aux premiers de rentabiliser un peu leur voyage, aux seconds de pouvoir se déplacer à moindre coût.

Fonctionnement :

Allosurf est un site totalement gratuit. Il suffit d'une inscription rapide pour pouvoir consulter les offres correspondant à sa zone géographique.

4 rubriques de recherche sont disponibles : montagne, plage (atlantique), mer et lac, skatepark.

Etat actuel :

Allosurf gère actuellement 52 000 covoiturages (trajets par an).

Contacts :

contact@allosurf.net Conseiller commercial au : 05.57.96.71.97

<http://www.allosurf.net>

36 - Bus à 1€ et mini-bus à la demande en Terres Romanes

Lieu : Languedoc-Roussillon / Pyrénées- Orientales / Pays des Terres Romanes

Public visé : La population locale

Acteurs : CC Terres Romanes / CG66/ Région LR / L'Europe/ Le PNR des Pyrénées Catalanes

Mode de déplacement : Bus et mini-Bus

Origine de l'initiative :

Mise en place en 2007, ce projet a été initié par les intercommunalités du territoire. L'objectif de cette initiative est d'offrir à la population l'opportunité de rejoindre les bourgs centres du territoire desservis par le bus.

Description de l'initiative :

En bus : les lignes régulières du Conseil Général à 1€.

Le TAD (Transport à la Demande) circule sur les territoires de Terres Romanes et du Pays Catalan. Les principales destinations sont : Prades, Olette, Bourg-Madame, Err, Osséja, Saillagousse, Fond-Romeu, Formiguères et Mont-Louis. Ce service circule sur une dizaine de lignes avec près de 50 localités desservies.

Fort du succès de l'expérimentation menée sur 52 communes du Pays Terres Romanes en Pays Catalan, un service de transport à la demande a été étendu à l'ensemble du département.

Fonctionnement de l'initiative :

Pour accéder à ce service, il est nécessaire de réserver la veille du départ au plus tard à 16h auprès de la centrale de réservation au 04.68.80.80.80.

A la demande, une fois par semaine, un véhicule de petite capacité vous emmène du point d'arrêt de votre commune au bourg-centre le plus proche.

Financement :

Le département a participé à hauteur de 250 000 euros à ce projet.

Etat actuel :

Cette initiative semble plutôt bien fonctionner.

Source : http://www.terresromanes.fr/transports-menu_15.html

37 - Stop Plus

Lieu : Rhône Alpes / Isère / Agglomération grenobloise

Acteurs : L'association Stop Plus, Grenoble Alpes Métropole, Conseil Général de l'Isère, Conseil Régional Rhône-Alpes, ADEME Rhône Alpes, Fondation de France, Commission européenne

Date de mise en place : 1999

Origine de l'initiative :

Afin d'éviter la construction de parkings supplémentaires aux 7 Laux un système de covoiturage a été mis en place entre la station l'agglomération grenobloise.

Description de l'initiative :

Les personnes se contactaient par l'intermédiaire de l'association Stop Plus et s'organisaient entre elles pour les trajets et le financement.

Les personnes arrivant en covoiturage à la station des 7 Laux bénéficiaient d'une réduction d'environ 20% sur leur forfait ski.

Il s'agissait de développer les services de covoiturage dans l'agglomération de Grenoble et ses environs. Cette activité avait pour vocation à s'étendre à d'autres territoires concernés par les problèmes de transports dans le département de l'Isère et en région Rhône-Alpes.

Evaluation - Bilan :

Par manque de neige ces deux dernières années et par manque de communication l'opération de covoiturage pour les 7 Laux a été arrêtée. Puis arrêt de cette association.

Lien entre montagne et agglomération : Oui

Etat actuel : n'existe plus.

38 - Accès au plateau de Bibémus

Lieu : PACA / Bouches du Rhône / Plateau de Bibémus

Publics visés : Touristes

Mode de déplacement : Navette

Acteur : La communauté du Pays d'Aix, le département et la région

Origine de l'initiative :

Le site du plateau de Bibémus est très prisé en saison estivale, que ce soit pour la visite de la carrière de Bibémus ou tout simplement pour une promenade familiale. La surfréquentation du site causait de gros problèmes de stationnement et de sécurité. En effet, le site se trouve dans un secteur boisé, le risque d'incendie y est donc particulièrement important.

Description de l'initiative :

Le nouveau parc de persuasion des "Trois Bons Dieux", situé sur la route de Saint-Marc- Jaumegarde, entre Aix-en-Provence et Vauvenargues, offre de nouvelles places de stationnement et un point de départ pour le plateau de Bibémus. Les visiteurs pourront l'atteindre à pied ou en navettes et pourront ainsi découvrir l'univers du peintre Cézanne.

Avec Aix en Bus, prendre le bus n°4 devant l'Office de Tourisme, départ toutes les 15 minutes, arrêt des 3 bons dieux puis faire 50 mètres à pied, départ des navettes de bus qui vous mèneront au site des carrières (départ de votre navette 30 minutes avant votre heure indiquée sur votre ticket d'entrée).

Fonctionnement :

Le parking situé en haut du plateau a une capacité de 30 places, afin d'informer les visiteurs de sa fermeture (risque d'incendie) ou pour prévenir qu'il est complet, un panneau lumineux a été mis en place à l'entrée de la route de Bibémus. Dans ce cas, les visiteurs se garent sur le parking des Trois bons dieux et utilisent la navette pour accéder au site. La navette est gérée par le transporteur de la Communauté de Communes d'Aix "Aix en Bus", qui est une société privée.

Lien entre, montagne et agglomération : Oui

Etat actuel: En fonctionnement

Contact :

OFFICE DE TOURISME D'AIX

2, place du Général de Gaulle, 13100 Aix en Provence

Tel. 04 42 161 161

Fax. 04 42 161 162

Site : www.aixenprovencetourism.com

E-Mail : infos@aixenprovencetourism.com

39 - Transport optimisé à la demande et Bus à 1€

Lieu

Plusieurs collectivités en France, dont le Conseil Général des Alpes Maritimes (Le Conseil Général de l'Aveyron, Les 9 communes de l'agglomération du Grand Rodez...)

Public visé

Il s'adresse aux personnes mal desservies par les transports traditionnels, aux personnes qui se déplacent difficilement seules (enfants, personnes à mobilité réduite, 3^e âge), ou aux transporteurs qui veulent rentabiliser leur logistique transport et améliorer leur service vis-à-vis de leurs clients.

Mode de déplacement

Véhicule adapté en fonction de la demande, le mieux adapté au besoin du transport.

Origine

Le Transport Optimisé à la Demande (TOD) est avant tout du transport sur mesure. Il répond à des besoins non-satisfaits par les transports plus "classiques".

Description

Ce service de proximité a pour objectif principal de faciliter le déplacement des personnes et des objets en rentabilisant les moyens à disposition (véhicules, budget, chauffeurs, etc.).

L'objectif est de ne jamais faire circuler des véhicules à vide et d'utiliser le véhicule le mieux adapté au besoin de transport, afin de satisfaire la demande du client. Le logiciel Optitod répond à une demande précise en temps réel et permet de mieux adapter l'offre à la demande.

Il représente ainsi une solution à la fois adaptée au client, rentable financièrement et en terme d'économie d'énergie : en regroupant les usagers dans les véhicules, le transport optimisé à la demande transporte plus, plus rapidement, et à moindre coût.

Fonctionnement

L'utilisateur réserve son voyage ou le transport de ses bagages/courses/paquets.

L'utilisateur réserve :

- soit par téléphone (opérateur ou serveur vocal)
- soit par Internet

La personne peut réserver pour un transport immédiat, plus tardif, ou pour plusieurs trajets réguliers ou occasionnels.

L'organisme contacte aussitôt les transporteurs disponibles par serveur vocal ou opératrice : optitod optimise automatiquement le transport en choisissant le véhicule le plus adapté pour réaliser la course. Il appelle directement le/les véhicules disponibles qui correspondent à la capacité et à l'itinéraire souhaité.

Etat actuel : En fonctionnement

Source :

Site internet

<http://www.cg06.fr/fr/servir-les-habitants/deplacements/transport-collectifs/transports-collectifs/>
<http://sylimtam.fr/deplacer.php>

40 - Randonnée et transport à mulet dans le Vercors

Lieu : Rhône Alpes / Drôme / Lus-La-Croix-Haute

Acteur : Association " Tête de Mule ".

Public visé : Les touristes

Mode de déplacement : Randonnées à pied avec des mules.

Origine de l'initiative :

"Tête de Mule " est une association (loi 1901) installée dans le Parc Naturel Régional du Vercors. Propose des sorties sur la réserve naturelle des Hauts Plateaux du Vercors inaccessible en voiture.

Nous sommes des adeptes de la "mobilité douce". Extrêmement conscients que cette nature magique qui nous offre de si belles émotions, est singulièrement mise en danger par les activités de l'humain d'aujourd'hui, nous ne pouvons faire moins que d'être très sensibles à l'impact de nos loisirs. Impact minimum sur l'équilibre de cette nature, dont nous faisons partie, cela ne peut qu'être la philosophie du bivouac, du voyageur en montagne... Cheminer, jouir d'une nature profondément sensuelle, traverser l'espace et le laisser intact de notre présence. Rempporter en soi, se gaver sans limite, des vues, des odeurs, des sons, des sensations, des émotions, et néanmoins laisser l'espace indemne de cette généreuse cueillette.

Description de l'initiative :

Cette association travaille à partir des gares SNCF afin que les randonneurs puissent arriver en transport en commun de chez eux sans employer leur voiture. Accompagné de mulets de bât et de mules, découvrez le Vercors, Diois, Dévoluy, par des séjours en montagne, itinérance, bivouac.

Etat actuel : En fonctionnement

Contact :

Les muletiers
chez Philippe Guyot

La Jarjatte

26620 Lus la Croix haute

06 77 80 58 56

<http://www.tetedemule.org/>

41 - La voie verte des Hautes Vosges

Lieu : Lorraine / les Vosges / Entre Remiremont, Cornimont et Bussang

Acteurs : Les syndicats intercommunaux de la vallée de la Moselotte et de la Moselle / CG des Vosges

Public visé : Tous publics, locaux et touristes pratiquant le roller, le vélo, le VTT, la trottinette et la randonnée.

Mode de déplacement : Il s'agit d'un parcours de 55 km faisant intervenir différents modes de déplacement : vélo, rollers, ski à roulette, trottinette, ski de fond.

Origine de l'initiative :

Une réhabilitation de l'ancienne ligne de chemin de fer à usage touristique des vallées Moselle-Moselotte. Les deux syndicats intercommunaux des vallées de la Moselle et de la Moselotte sont à l'origine de l'initiative. Le premier tronçon date de 1999.

Description de l'initiative :

Le point d'organisation de la voie verte est double car il représente les deux syndicats intercommunaux qui fonctionnent chacun comme un conseil municipal. Ils s'occupent de la gestion, l'entretien, le développement et l'animation de la piste.

Elle est soumise aux règles du code de la route et son usage peut être limité par les syndicats surtout à l'occasion de manifestations. Chaque incident ou acte d'incivilité dépend du maire de la portion de piste concernée.

Les 55 km de voie ferrée ont été aménagés en une piste multi-activités, entourée de montagnes et d'air pur. Cette piste permet la cohabitation entre des disciplines différentes.

Elle fonctionne toute l'année, n'est pas déneigée et est interdite aux chevaux. Elle est aussi reliée aux différents sentiers de randonnée environnants.

Fonctionnement :

Chaque syndicat intercommunal prend en charge la gestion, l'entretien, le développement et l'animation de la piste, en partenariat avec l'office national des Forêts, sous forme de contrats. Pour l'instant le projet n'est pas achevé car certaines parties de la piste fonctionnent, d'autres sont en cours de réalisation et d'autres ne sont que des projets.

Les syndicats intercommunaux sont formés par des communes qui souhaitent y adhérer donc les possibilités de résiliation d'adhésion existent. Le conseil général a financé à hauteur de 90 %, les syndicats ont financé le reste.

Communication et diffusion :

Une plaquette sur la voie verte et un site internet dédié.

Source-contact :

<http://www.lavoieverte.com>