

Environnement | Vers des vacances sans voiture sur le littoral ?



Après s'être penché sur la réversibilité des stations ou la question de l'hôtellerie de plein air, c'est la question de la mobilité qui était au centre des réflexions et partages de bonnes pratiques des partenaires du GIP Littoral réunis ce 6 juillet à Marcheprime. « En vacances : on oublie sa voiture », a priori, plus facile à dire qu'à faire... mais pas impossible ont largement suggéré les intervenants du jour face à une assemblée d'élus et de techniciens toute ouïe. D'abord, en repensant le lien entre mobilité et aménagement du territoire, ensuite, en ne se privant pas des moyens innovants que la technologie peut apporter. Enfin et de manière globale, en envisageant la démarche dans une logique de petits pas, comme l'a démontré le grand témoin de la journée, Ludovic Chaleroix, consultant en mobilité pour ID-Cité.

Ludovic Chaleroix, expert en mobilité, le rappelle « le tourisme littoral s'il a été initié par le chemin de fer, s'est construit avec le « tout voiture ». Et pour cause 80% des déplacements touristiques se font en voiture, et 90% lorsqu'il s'agit des déplacements vers les plages. « Ajoutés à cela une pression automobile d'autant plus renforcée par l'attractivité du littoral notamment pour les retraités et des pics de fréquentation qui ne se limitent plus aux mois de juillet et août. » Et le consultant d'illustrer son propos avec l'exemple du 26 mai dernier où la Dune du Pilat a reçu 15200 visiteurs, soit 4100 véhicules pour un parking de 400 places. Une situation « classique » du mois d'août.

"Pas de solution miracle" Des chiffres qui démontrent aussi que prétendre à une solution idéale grâce à la création de transports en commun ou de navettes pour éloigner les voitures des plages est surestimé : « comment organiser la venue de 1600 visiteurs par heure dans des transports en commun, et selon des flux totalement aléatoires ? » Avec en premier facteur d'irrégularité la météo qui peut faire jusque doubler ou tripler la fréquentation d'un site. » Même si reconnaît-il des solutions technologiques pourraient permettre une meilleure prévisibilité. Autre difficulté pointe l'expert : ici le tourisme est majoritairement familial, donc les voitures sont pour beaucoup déjà pleines... le covoiturage dans les faits, n'est donc lui non plus pas si simple. « Autant d'enjeux que chacun doit avoir à l'esprit pour développer une culture commune de la mobilité », insiste-t-il. Culture commune, et

réaliste, de la mobilité: "il n'y a pas de solution miracle".

Des déclarations qui avaient de quoi sans doute décourager en ce début de conférence... Pour autant, des solutions peuvent exister : « il faut faciliter les nouveaux usages, et permettre aux touristes d'être moins dépendants de la voiture individuelle ». Et ce sur deux axes de mobilités auxquels s'intéresse justement le projet ADS : la mobilité vers les vacances et la mobilité sur le lieu de vacances.

Un marqueur pour enclencher les changements de comportements Dans le premier cas, il faut construire de « l'intermodalité heureuse », selon Ludovic Chaleroux, c'est à dire proposer plusieurs types de mobilité au touriste, lui donner un vrai choix de sa mobilité. Ce qui passe notamment pour les décideurs à « ne plus penser la mobilité comme un produit de transports mais comme un produit touristique », le tout en veillant à mettre à porter des visiteurs une information claire et complète sur les offres existantes, et pour cela bien sûr profiter des technologies de l'information, sites internet et applications.

Sur la mobilité en vacances, « il faut réorganiser villes côtières et stations balnéaires, pour donner envie de tout faire à pied, à vélo, en tout cas, sans voiture. » En d'autres termes enclencher et accompagner le changement de comportements. Un des exemples qu'il cite est la généralisation de la zone 30 dans la commune de Sainte-Marie de Ré. « Ça a été un marqueur fort pour enclencher les changements de comportements, peu cher pour la commune et plutôt consensuel, mais accompagné d'un effort de pédagogie et de sensibilisation important. C'est d'ailleurs ce qui a coûté le plus cher dans cette mise en place. » Un premier pas qui a ensuite permis de mettre en place une politique cyclable, puis une restructuration du réseau bus, puis une nouvelle gestion du stationnement, et une réflexion autour de la localisation des équipements notamment culturels... « Une politique des petits pas, qui peut être décevante en terme de grandes annonces, admet-il auprès des élus de la salle, mais qui permet de remettre le piéton au premier rang ».

D'autant que selon lui, malgré son premier bilan a priori sombre, il existe des facteurs de changement qui pousse à plus d'optimisme: « les vacances sont une bonne période pour inciter aux changements, le mode piéton ou vélo permet de développer le tourisme de proximité, le vieillissement de la population amène à plus de déplacements à pied ou en transport en commun, et il y a tout le potentiel des outils numériques permettant de faciliter plus encore ces changements de comportements ».

Les bonnes pratiques inspirantes Dans l'après-midi se sont en effet, multipliés les exemples de bonnes pratiques tant en termes d'aménagement du territoire, que du point de vue des outils numériques mis en place. Au menu par exemple, la grande enquête menée par l'Agence d'Urbanisme Atlantique et Pyrénées, sur les mobilités littorales estivales, permettant à termes de construire des politiques publiques adaptées aux différents rythmes d'un périmètre territorial allant de Moliets à Hendaye. Mais aussi, plus éloigné de nous : le développement de circuits touristiques par le département de la Manche autour du vélo hydrogène, ou encore, sur les outils numériques, la présentation du système d'information voyageur Transfermuga qui vise à faciliter les déplacements transfrontaliers du quotidien, et donc aussi des vacanciers, de Bayonne à San Sebastian.



Solène Méric

Crédit Photo : Aqui.fr
Publié sur aqui.fr le 07/07/2017
[Url de cet article](#)