



ENQUETE SUR LA FREQUENTATION TOURISTIQUE ESTIVALE DE LA POINTE L'AIGUILLON (85)

ETE 2016

Action A4

Bénéficiaire coordinateur



Bénéficiaires associés



AGIR pour la
BIODIVERSITÉ



Sommaire

1. INTRODUCTION	3
2. METHODOLOGIE	3
2.1 METHODE D'ELABORATION DU QUESTIONNAIRE	3
2.2 PRESENTATION DU QUESTIONNAIRE	4
2.3 REALISATION DE L'ENQUETE	4
3. RESULTATS DE L'ENQUETE	5
3.1 PROFIL DES ENQUETES	5
3.2 CONNAISSANCE ET INTERET DU SITE.....	6
3.3 FREQUENCE ET DUREE DES VISITES	6
3.4 CONNAISSANCE DE LA PROTECTION DU SITE DE LA POINTE DE L'AIGUILLON	7
3.5 IMPRESSION GLOBALE DU SITE.....	8
3.6 ACCES PLUS NATUREL A LA POINTE ?	8
3.7 DISTANCE DU PARKING	9
4. DISCUSSION	10
5. CONCLUSION	10
6. ANNEXE 1	11

1. INTRODUCTION

La Pointe de l'aiguillon présente ses habitats dunaires remarquables. Elle a fait l'objet d'un classement en Arrêté Préfectoral de Protection de Biotope. Différents aménagements permettent de concilier la protection de la nature et les usages (tourisme, pêche à pieds, chasseurs).

Les aléas climatiques et la fréquentation humaine ont dégradé les aménagements de protection des dunes et les chemins d'acheminements du public. C'est pourquoi le Parc naturel régional du Marais poitevin, l'ONCFS et les services de l'Etat, ont décidé de porter des actions de préservation de cet espace dans le programme LIFE Baie de l'Aiguillon.

Pour concevoir des aménagements concertés et durables de la Pointe de l'Aiguillon, l'équipe de coordination du programme a engagé la réalisation d'une enquête de la fréquentation touristique estivale.

Les objectifs de ce travail sont :

- Comprendre l'intérêt du site pour des usagers
- Recueillir différents avis et points de vue
- Connaître les attentes des usagers du site

Ce travail a été confié à un stagiaire du PNR au cours de l'été 2016. Ce rapport en présente les principales conclusions

2. METHODOLOGIE

2.1 Méthode d'élaboration du questionnaire

La méthode de conception de l'enquête repose sur 3 principes :

1. Une recherche bibliographique

La réalisation de l'enquête s'est basée sur une reprise des éléments de méthodologie élaborés par le LIFE LAG'Nature. En effet, ce programme, coordonné par le CEN Languedoc Roussillon, a conçu des fiches techniques sur ce sujet :

- Fiche 27 : Les études de fréquentation : un outil de gestion du territoire
- Fiche 29 : Elaborer une enquête pour mieux comprendre les usages et identifier les usagers
- Fiche 28 : Elaborer un comptage pour une étude de fréquentation

2. Elaboration du questionnaire

Sur la base des éléments bibliographiques et des attentes du PNR et de l'ONCFS, une série d'une vingtaine de questions a été élaborée. Le questionnaire ne devait pas dépasser 10 minutes pour retenir l'attention des usagers, venant sur le site en toute détente.

3. Test du questionnaire

Il était nécessaire de faire une pré-enquête pour évaluer la réactivité des enquêtés. Ceci a permis de vérifier la compréhension des questions compréhensibles et la pertinence des réponses. Le test concluant s'est déroulé le 30 mai 2016 sur dix enquêtés.

2.2 Présentation du questionnaire

Le questionnaire est joint en annexe 1, il comprend 23 questions. Pour faciliter les analyses, 16 questions sont des questions à réponse fermée avec des choix multiples et 7 questions sont à réponses ouvertes, nécessaires pour expliciter les réponses.

Le questionnaire a été structuré en plusieurs parties :

1. Dans un premier temps, le questionnaire permet de prendre connaissance de l'enquêté. Les premières questions font références au moyen de transport, à la provenance et à l'Age des enquêtés.
2. Une seconde partie renseigne sur la fréquence des visites et leur durée, leur connaissance du site.
3. Les questions suivantes portent sur leurs premières impressions à leur arrivée sur le site et sur l'intérêt suscité par le site.
4. Enfin, les dernières questions concernent les aménagements : parking, distance des accès et impression générale des visiteurs.

2.3 Réalisation de l'enquête

L'enquête s'est déroulée durant un mois et demi, du 30 mai au 07 août 2016. Sur les 17 journées d'enquête, 149 personnes ont ainsi été questionnées, dont 84 % en juillet et 13% en août.

Cette période choisie représente le pic de la fréquentation touristique estivale de la Pointe de l'Aiguillon. Le site est fréquenté toute l'année, toutefois durant l'automne et l'hiver, les usagers sont principalement des locaux.

Le réalisateur de l'enquête était muni d'un gilet au logo du PNR du Marais poitevin afin d'être bien identifié. Les enquêtes ont été renseignées sur papier, remplies par l'enquêteur. L'emplacement pour interpeler le public étant déterminant dans la réussite du questionnaire, l'enquêteur s'est positionné sur le principal chemin entre le parking et la Pointe.

La présentation de l'enquête aux enquêtés, a été standardisée afin que tout le monde est la même information avant de répondre (Cadre du projet, enquête de fréquentation, etc).

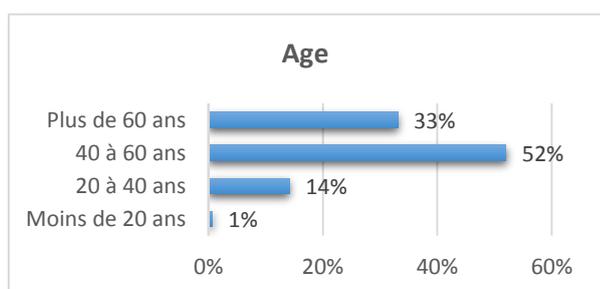
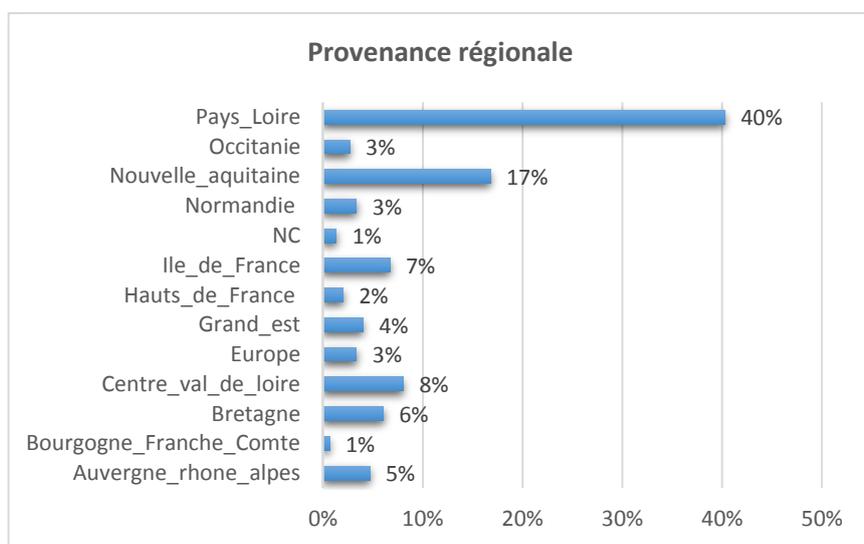
Afin de toucher tous les publics, le PNR s'est associé à l'association Estuaire qui réalisait des enquêtes auprès des pêcheurs pendant les grandes marées, dans le cadre du LIFE+ Pêche à pieds. L'association a contribué à ce travail en recueillant les réponses de 7 pêcheurs à pied.

3. RESULTATS DE L'ENQUETE

L'ensemble des avis et conclusions présentés ci-après est issu de l'analyse des 149 questionnaires recueillis. Les résultats présentés se veulent synthétiques car seuls les points répondant à l'objectif de l'enquête ont été détaillés. D'autres analyses sont possibles mais non réalisées.

3.1 Profil des enquêtés

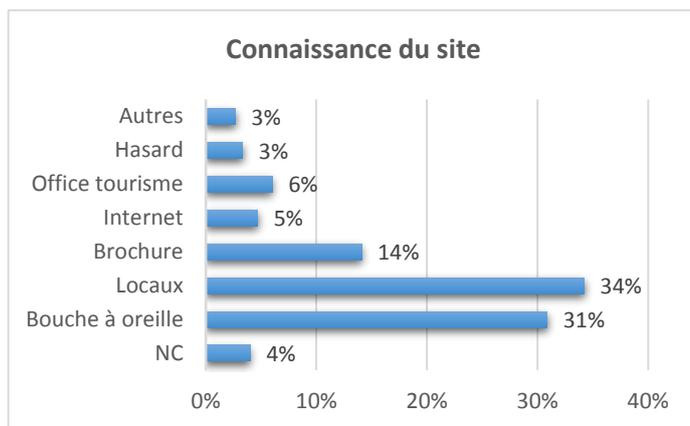
Durant la période estivale, la Pointe de l'Aiguillon est fréquentée par plus de 50 % d'utilisateurs locaux et des personnes des départements limitrophes de la Vendée.



Les classes d'âge indiquent un public familial et retraité.

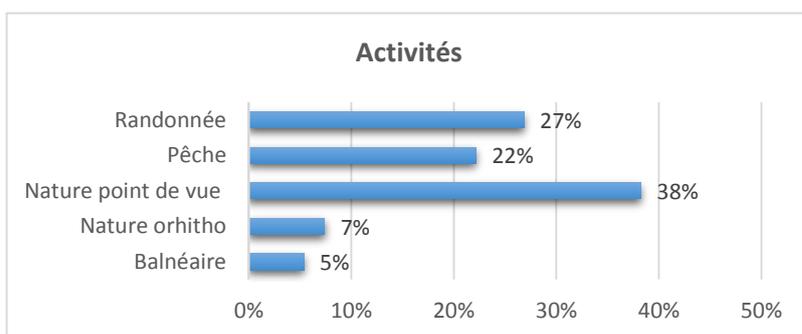
3.2 Connaissance et intérêt du site

C'est principalement le bouche à oreille qui fait connaître le site. Ceci n'est pas surprenant car cette réponse est à mettre en lien avec la question sur la fréquence des visites (plusieurs fois par an) et sur l'origine des usagers (principalement de la Vendée et des départements limitrophes).



Près de 40% des usagers viennent contempler le paysage de la Pointe, justifiant ainsi la nécessité d'entretenir un cadre naturel esthétiquement agréable (parking, chemin, paysage naturel).

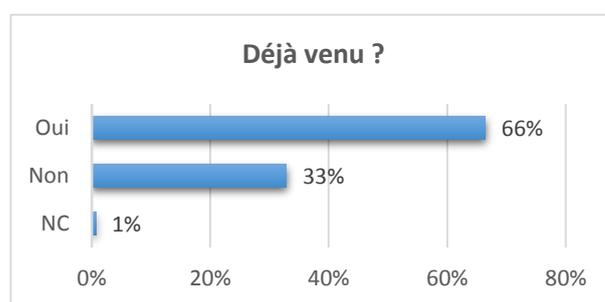
Les usagers viennent également rechercher un espace naturel pour se promener, observer les oiseaux (gorgebleue à miroir et migration), se baigner et pêcher.

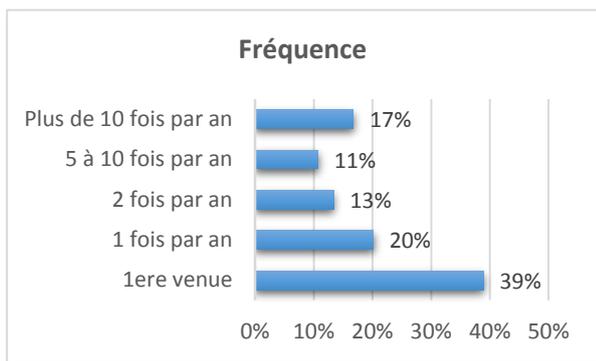


3.3 Fréquence et durée des visites

Les usagers de la Pointe de l'Aiguillon sont en majorité des habitués (66%).

Cela est à mettre en relation avec leur lieu de résidence, 50 % proviennent de Vendée ou des départements limitrophes.





Ils reviennent plusieurs fois pour leurs activités. 60% des usagers reviennent tous les ans. 28 % plus de 5 fois par an (pêcheurs à pieds, randonnée, ornithologie, etc.). Cela se traduit par un certain attachement au site pour réaliser leurs activités.

Selon les usages, la fréquentation du site est différente.

Les usagers qui restent le plus longtemps sont les pêcheurs, les baigneurs, les promeneurs et les ornithologues.

Les personnes qui ont un temps de visite de moins de 30 mn, peuvent être des personnes qui viennent très souvent (vélo, etc.) mais surtout des usagers qui sont déçus de l'aspect esthétique du site (maison, blocs béton, grillage le long du chemin, etc.).



3.4 Connaissance de la protection du site de la Pointe de l'Aiguillon

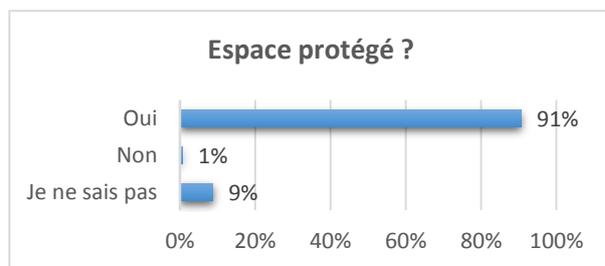
Malgré l'absence de panneau mentionnant l'Arrêté Préfectoral de Protection de Biotope, 90% des personnes qui fréquentent le site ont connaissance de la protection du site.

Cependant, en dehors du panneau sur le parking de la pointe, il n'y a pas d'information sur la réglementation des usages. C'est pourquoi de nombreuses infractions ont pu être observées par le stagiaire : chien pas en laisse, camping sauvage, pêcheurs à pied qui ne respectent pas la taille des coquillages et la quantité ramassée, etc.

Les enquêtes de fréquentation réalisées par l'association Estuaire, auprès des pêcheurs à pied dans le cadre du LIFE sur « la pêche à pied et les contrôles ONCFS / Affaires Maritimes confirment nos observations.

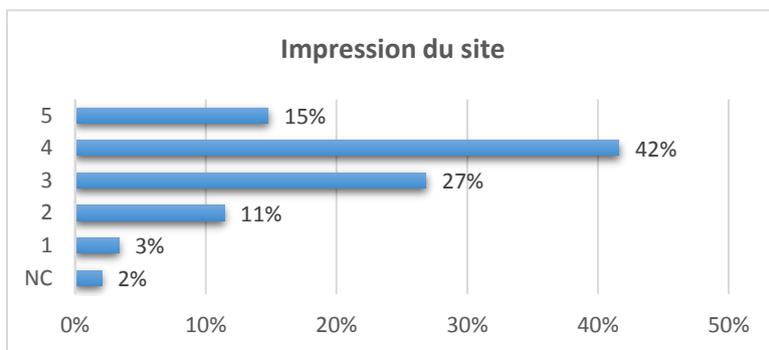
Avec cette question sur la connaissance du site protégé, on peut faire le lien avec la question 23 du questionnaire, relative aux travaux nécessaires pour entretenir le site. 73% des enquêtés ont connaissance qu'il est nécessaire d'engager des actions pour préserver le site. Leurs propositions sont de :

- Refaire le parking
- Raser ou améliorer la maison / hangar (et aspect négatif du grillage)
- Placer des poubelles, toilettes, bancs,
- Placer davantage de panneaux pour la présentation du site.



3.5 Impression globale du site

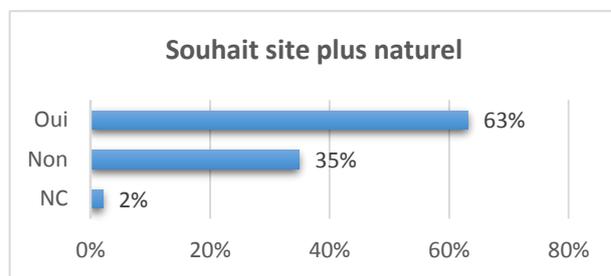
Cette question subjective avait pour objectif de cerner l'intérêt du site pour les usagers. Les notes vont de 1 à 5 (5 étant la meilleure impression).



Il ressort que 60 % ont un avis positif sur le site (note 4 à 5). Lorsqu'ils explicitent cette note, les enquêtés nomment l'aspect paysager, la tranquillité, le caractère sauvage du site. Cependant, lorsque l'on fait le lien entre la réponse et la justification apportée, on se rend compte que 20 % ont une réponse inappropriée parce qu'ils citent seulement les aspects négatifs : maison, grillage, parking, peu de panneaux explicatifs ou en mauvais états, etc. Cette question est à mettre en lien avec la question 23 du questionnaire.

3.6 Accès plus naturel à la pointe ?

Les usagers fréquentent le site pour des activités en milieux naturels (pêche, balnéaire, randonnée, etc.), comme indiqué précédemment. C'est pourquoi 63% des enquêtés souhaitent un accès plus naturel du site.

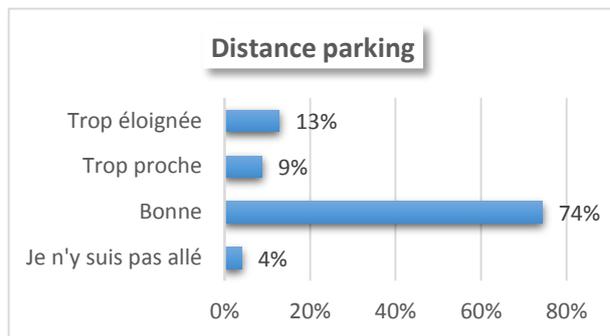


Ceux qui ne souhaitent pas un accès plus naturel sont les pêcheurs et les personnes pouvant moins se déplacer (retraités, personnes à mobilité réduite, etc.). Toutefois ces derniers fréquentent peu le site en dehors de l'usage du point de vue paysagé, car les chemins sablonneux ne permettent pas de se déplacer sur le site.

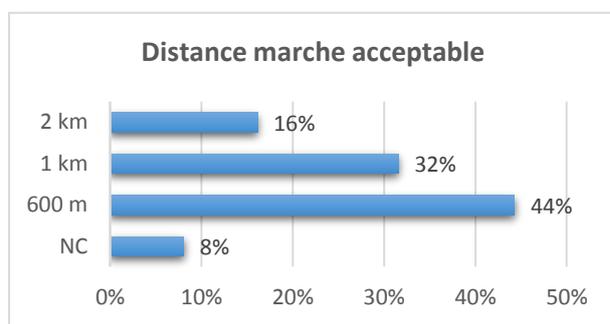
3.7 Distance du parking

74% enquêtés jugent l'emplacement actuel du parking satisfaisant.

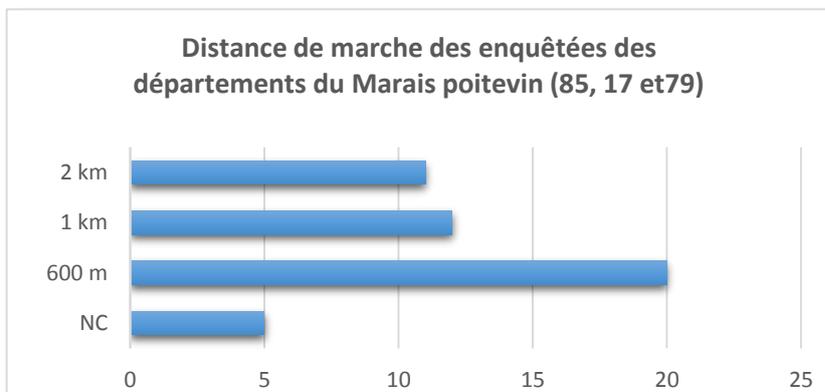
Les 13% « trop éloignés » sont principalement les pêcheurs à pied ou des personnes âgées.



Toutefois, 92 % d'entre autres sont favorables à un repositionnement plus éloigné du parking. Les distances proposées sont des ordres de grandeurs fictifs.



Parmi les 85 personnes enquêtées issues des régions Pays de la Loire et de l'ancienne région Poitou-Charentes, la même proportion est favorable à un repositionnement plus éloigné du parking.



4. DISCUSSION

Dans sa mise en œuvre opérationnelle, l'enquête s'est bien déroulée. Les refus ont concerné principalement les pêcheurs à pied, et également les personnes enquêtées au mois d'août.

A notre connaissance, il n'existe pas d'enquête sur la fréquentation de la pointe de l'Aiguillon (nombre de touristes à l'année, etc). C'est pourquoi, il est difficile d'être affirmatif si la représentativité des 150 enquêtés. Cependant, l'objectif de toucher tous les publics a été atteint.

Cette enquête de fréquentation s'inscrit dans un projet d'aménagement de la pointe de l'Aiguillon. Les zones de solidarité ont été volontairement écartées. En effet, lors de l'élaboration du projet en 2015, des problèmes persistaient toujours entre les riverains et les services de l'Etat sur l'avenir de cette zone.

La question des aménagements nécessaire est un peu biaisée. Car sur le site, il a déjà plusieurs aménagements visibles qui servent à canaliser le public pour éviter le piétinement des différents habitats : ganivelles, de fils lisses, de plots de bouclages. La question relative du déplacement du parking est plus complexe, car elle nécessite de se projeter dans l'avenir du site. Un éventuel déplacement à une conséquence directe selon l'usage des enquêtés. Il apparaît toutefois qu'une grande majorité est favorable à un recul du parking, qui contribuerait à la renaturation de ce site remarquable de la Pointe de l'Aiguillon.

Comme évoqué dans la partie 3.5, il y a eu beaucoup de réponses positives sur l'aspect du site mais lorsque l'on analyse plus finement les réponses, on note de nombreux commentaires négatifs. Cela est toute la limite des enquêtes ouvertes.

5. CONCLUSION

L'enquête de fréquentation de la pointe à eu lieu au cours de l'été 2016. 150 questionnaires (personnes seuls, familles, etc) ont pu être renseignés.

Il ressort un bon taux de participation au vu des faibles refus sur le terrain, sauf sur le mois d'août. La pointe de l'Aiguillon est utilisée par différents usagers (pêcheur, baigneurs, randonneurs, ornithologues, etc.). Tous les publics ont pu être touchés par l'enquête. Les touristes sont majoritairement des personnes des régions limitrophes.

Il ressort que l'aspect naturel de la pointe est important pour les usagers et qu'ils ont connaissance de la protection du site. Même si de nombreux usagers ont une bonne impression du site, ils sont ouverts à le voir évoluer dans un aspect plus naturel.

Les travaux prévus dans le LIFE sont conformes aux attentes des usagers (canalisation du public pour préserver les habitats, valoriser l'aspect paysager, etc).

Les résultats de l'enquête vont permettre d'orienter les différents projets d'aménagement de la pointe.

6. ANNEXE 1



Enquête sur la fréquentation Touristique de la pointe de l'aiguillon



L'Enquête va se dérouler du 1er juin au 15 août dans le cadre d'un programme qui vise à restaurer et aménager le site de la pointe de l'Aiguillon. Le site est utilisé/ visité par un public assez important, mais les activités pratiquées sont mal connues. Le questionnaire est là pour nous apporter des informations, afin de comprendre l'intérêt du site auprès du grand public. Par la suite, des aménagements pour préserver le site et accueillir le public seront envisagées.

Date :

Heure :

<p>1. Avec quel moyen de transport êtes-vous venu ?</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> A Voiture/ En Moto<input type="checkbox"/> En Camping car<input type="checkbox"/> A Vélo<input type="checkbox"/> A pied<input type="checkbox"/> Autre(s) : <p>2. Département et ville de résidence ?</p> <p>3. Age de l'enquêté :</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Moins de 20 ans<input type="checkbox"/> 20 à 40 ans<input type="checkbox"/> 40 à 60 ans<input type="checkbox"/> Plus de 60 ans <p>4. Avec chien :</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> En liberté<input type="checkbox"/> En laisse<input type="checkbox"/> Pas de chien <p>5. Etes-vous déjà venu ?</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Oui<input type="checkbox"/> Non <p>6. Si oui, venez-vous souvent ?</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> 1 fois par an<input type="checkbox"/> 2 fois par an<input type="checkbox"/> 5 à 10 fois par an<input type="checkbox"/> Plus de 10 fois par an <p>7. Comment avez-vous eu connaissance du site ?</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Bouche à oreille<input type="checkbox"/> Office de tourisme<input type="checkbox"/> Brochure/Carte<input type="checkbox"/> Prestataire touristique<input type="checkbox"/> Internet<input type="checkbox"/> Autochtone<input type="checkbox"/> Autre(s):.....	<p>8. Selon-vous la pointe de l'Aiguillon se trouve sur un espace protégé ?</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Oui<input type="checkbox"/> Non<input type="checkbox"/> Je ne sais pas <p>9. Quelle a été votre première impression lors de votre arrivée sur le parking ? (échelle de 1 à 5) 5 étant « très bonne »</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> 1<input type="checkbox"/> 2<input type="checkbox"/> 3<input type="checkbox"/> 4<input type="checkbox"/> 5 <p>10. Pourquoi cette notation?</p> <p>11. Que recherchez-vous en venant sur le site ?</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Pêche<input type="checkbox"/> Randonnée<input type="checkbox"/> Ornithologie<input type="checkbox"/> Photographie<input type="checkbox"/> Balnéaire<input type="checkbox"/> Point de vue (paysage)<input type="checkbox"/> Pique-nique<input type="checkbox"/> Emplacement camping car<input type="checkbox"/> Autre(s): <p>12. Pourquoi êtes-vous venu pratiquer cette activité ici ?</p> <p>13. Le va-et-vien des voitures gêne-t-il votre visite ?</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Oui<input type="checkbox"/> non
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>14. Que pensez-vous de la distance du parking par rapport à la plage ?</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Trop proche<input type="checkbox"/> Trop éloignée<input type="checkbox"/> Bonne<input type="checkbox"/> je n'y suis pas allé <p>15. Quelle distance seriez-vous prêt à marcher pour accéder à la pointe ?</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> 600m<input type="checkbox"/> 1km<input type="checkbox"/> 2km <p>16. Seriez-vous favorable de rendre l'accès plus naturel à la pointe ? (accès réservé aux vélos et aux piétons)</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Oui<input type="checkbox"/> Non <p>17. Pourquoi ?</p> <p>18. Pensez-vous que des travaux (entretien, protection) soient nécessaires ?</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Oui<input type="checkbox"/> Non	<p>19. Si oui, que pouvez-vous proposer ?</p> <p>20. Impression globale de votre visite ? (échelle de 1 à 5) 5 étant « très bonne »</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> 1<input type="checkbox"/> 2<input type="checkbox"/> 3<input type="checkbox"/> 4<input type="checkbox"/> 5 <p>21. Pourquoi cette notation ?</p> <p>22. A quoi vous attendiez vous ?</p> <p>23. Quelle est la durée de votre visite ?</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Moins de 30 mn<input type="checkbox"/> 30mn à 1h<input type="checkbox"/> 1h à 2h<input type="checkbox"/> Plus de 2h
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

