

L'OBSERVATOIRE DE LA FRÉQUENTATION

Victor Avenas

chef de projet «Fontainebleau forêt d'Exception» à l'agence ONF Île-de-France est

LE MASSIF DE FONTAINEBLEAU accueille chaque année de nombreux visiteurs dont on connaît cependant peu les attentes et dont on a du mal à estimer le nombre. Sur le massif de Fontainebleau, il est souvent fait référence au chiffre de 17 millions de visites. Or, ce chiffre est une estimation, avec un pourcentage d'erreur important, établi en 1996 par l'IOD (Institut d'observation et de décision, société privée aujourd'hui disparue).

Outre le fait que la mesure quantitative de la fréquentation était à actualiser, il convenait de l'associer à une analyse qualitative de la fréquentation afin de pouvoir pondérer les aspects qualitatifs et en tirer des conclusions opérationnelles quant à la politique d'accueil sur le massif. C'est la raison pour laquelle un observatoire de la fréquentation a été lancé en avril 2014, couplant approche quantitative et approche qualitative. L'enjeu était de mieux connaître les profils et le comportement des visiteurs pour améliorer l'accueil du public en forêt et répondre plus efficacement à leurs attentes, tout en conciliant la préservation du milieu naturel.

L'observatoire a mobilisé plusieurs outils afin d'avoir la vision la plus complète possible de la fréquentation en forêt de Fontainebleau. Trois outils de mesure ont ainsi été mis en place :

- Une enquête de terrain en face-à-face auprès du public afin de mieux connaître sa typologie, ses habitudes de fréquentation, mais aussi ses choix, ses éventuelles dépenses ou ses critères de satisfaction.
- Une enquête téléphonique ciblant l'ensemble des communes limitrophes de la forêt pour affiner, sur les mêmes thématiques que l'enquête

terrain, la cible des locaux qui ne passe pas forcément par les principaux parkings de la forêt.

- Des compteurs installés sur 11 parkings permettant de comptabiliser de manière précise et identifiée dans le temps les passages des voitures et des poids lourds en entrée et en sortie.

Lancé dans le cadre du label «Fontainebleau, forêt d'Exception®», ce projet a pu être mené à bien grâce à l'implication de plusieurs partenaires : ONF, chambre de commerce et d'industrie de Seine-et-Marne, Seine-et-Marne Tourisme et l'association des Amis de la forêt de Fontainebleau. Il a été financé par le conseil départemental de Seine-et-Marne, l'Agence des espaces verts d'Île-de-France, l'Europe au travers du fonds Feader, la CCI et l'ONF.

Après une année d'étude, 22000 heures d'enquête sur les parkings, 10000 appels téléphoniques et 50 personnes enquêteurs volontaires, principalement au sein des AFF, l'observatoire dévoile ses conclusions.

COMBIEN DE PERSONNES FRÉQUENTENT LE MASSIF FORESTIER DE FONTAINEBLEAU ?

S'appuyant, en premier lieu, sur les données en valeur absolue des compteurs et, en deuxième lieu, sur les données des enquêtes de terrain et téléphoniques pour les extrapolations, les calculs donnent une fourchette de fréquentation de la forêt sur un an entre l'été 2014 et l'été 2015.

Ainsi, le massif accueillerait au minimum un peu plus de 4,2 millions de visites par an et au maximum 10,3 millions sans prendre en compte les arrivées par les gares autres que Fontainebleau et sans prendre en compte non plus la fréquentation nocturne du massif, estimée à 240 000 «visites».



Le niveau de fréquentation est influencé par trois facteurs dans l'ordre d'importance suivant :

- La pluie, qui fait diminuer d'un tiers le nombre de voitures en forêt.
- Le jour de semaine. Un dimanche est ainsi trois fois plus fréquenté qu'un jour de la semaine et la moitié de la fréquentation se concentre sur les week-ends et jours fériés.
- La saison. La fréquentation du massif se concentre du 1^{er} mars au 30 juin et du 1^{er} septembre au 11 novembre, les vacances scolaires d'été étant plus calmes car les visiteurs franciliens habituels partent en vacances. Du 12 novembre à fin février, le massif est bien moins visité. Les activités de chasse et d'exploitation forestière se déroulent justement à cette période et ont donc peu d'impact sur les visiteurs de la forêt.

QUI SONT LES VISITEURS DE CETTE FORÊT ?

Si 14 % des visiteurs sont des étrangers, principalement des grimpeurs en provenance des Pays-Bas, du Royaume-Uni, de Belgique, d'Allemagne, la majorité du public est français. 65 % de ce public français vient des départements de Seine-et-Marne et de l'Essonne. **Le public de la forêt est donc avant tout un public de proximité, fréquenté également par des grimpeurs européens.**



Qui sont les visiteurs ?

Les visiteurs viennent en voiture à 78 % et à 14 % en transports en commun. Au sein de ce public, les locaux ont la particularité de venir à pied (35 %) ou en vélo (12 %).

Les premiers usagers de la forêt sont les piétons. Viennent ensuite les grimpeurs (28 %). Les cavaliers, coureurs et cyclistes sont cependant sous-estimés dans l'enquête de terrain du fait de la difficulté à les arrêter pour les questionner.

QUELS SONT LES DIFFÉRENTS PROFILS ?

Les **groupes organisés**, franciliens en majorité, représentent 37% des visiteurs de la forêt. Ils pratiquent la randonnée (62 %) et l'escalade (21 %). Quand ils préparent leurs visites, ces groupes le font à l'aide de la carte IGN puis se guident sur le terrain à l'aide de cette carte et des sentiers balisés. C'est un public d'habitues puisque 42 % d'entre eux fréquentent le massif plus d'une fois par mois.

Les **visiteurs locaux** représentent 18 % du public en forêt. Il s'agit d'une population très cliquée entre ceux qui viennent plus d'une fois par mois en forêt et ceux (contactés par téléphone) qui n'y viennent jamais à la proportion un tiers / un tiers. Ce public vient pratiquer plusieurs activités entre la promenade (72 %), la cueillette (23 %), le vélo (15 %) et la promenade du chien (14 %) principalement. Connaissant bien les lieux sur lesquels ils viennent par habitude, ils préparent peu leur visite et n'ont pas besoin d'aide particulière (carte, balisage) pour se guider. À noter que ce public est l'un des rares à lire les panneaux d'information (41 %).

Les **autres excursionnistes** représentent 31 % du public. Franciliens en grande majorité, 32 % viennent plus d'une fois par mois pour se promener à pied (54 %) ou faire de la varappe (23 %). Ils sont attirés par les paysages de la forêt (33 %) et fréquentent les sites qu'ils connaissent déjà, en suivant les circuits balisés (42 %) et/ou la carte IGN (36 %).

Les **grimpeurs en séjour** constituent 11 % du public. Profil le plus jeune avec 67 % de personnes âgées de vingt à trente-neuf ans, ils viennent en groupe d'amis (64 %) des pays européens voisins (Pays-Bas, Belgique, Royaume-Uni, Allemagne). Étonnamment, il n'y a «que» 40 % de primo-visiteurs, ce qui démontre la renommée des blocs de Fontainebleau pour les grimpeurs. Cette renommée passe par le bouche à oreille, les réseaux et les topoguides d'escalade. Ils utilisent les topoguides (62 %), la carte IGN (32 %), voire les supports numériques (16 %) pour préparer leurs sorties. Pour se diriger sur place, ils utilisent les topoguides, la carte IGN et le GPS. Ce groupe est peu dépensier avec un panier quotidien moyen de 18 € pour l'hébergement, 12 € pour la restauration et



3 € pour les activités. Ils privilégient donc les hébergements bon marché ou le bivouac sauvage.

Les 3 % restants sont classés dans **les autres touristes en séjour**. Constitués à 58 % de primo-visiteurs, principalement Français, ils sont adeptes de la promenade en forêt (57 %) en famille (43 %). C'est pour le paysage et la proximité (pour le public francilien) qu'ils viennent à Fontainebleau. Ils suivent les circuits balisés (43 %) et/ou la carte IGN (40 %). Ce type de public est plus dépensier que les grimpeurs avec 94 € par jour et, malgré leur faible nombre, génèrent presque la moitié des 13 millions d'euros annuels de recettes touristiques liées aux touristes en séjour et fréquentant la forêt.

QUELLES SONT LES ATTENTES DU PUBLIC ?

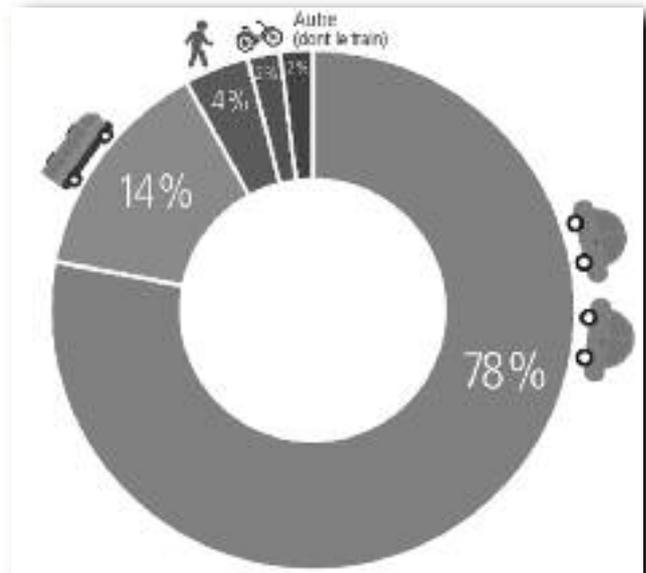
La propreté constitue la priorité pour 53 % des visiteurs, principalement au bord des routes départementales (26 %) et sur le site du Cuvier Châtillon. L'information des usagers ne fait pas partie des attentes du public en forêt qui viennent pour se détendre ou pratiquer une activité physique sans recherche d'en savoir plus sur la forêt.

Les nuisances ressenties sont les déchets (14 %), la prostitution (11 %), le bruit (11 %), les sports motorisés (8 %), les cyclistes (7 %) et les chasseurs (6 %). Plus le visiteur vient de loin, plus il est satisfait. De fait, les locaux sont les plus insatisfaits (62 %), surtout à cause des déchets et de la prostitution. Par rapport aux autres usagers de la forêt, ils sont particulièrement sensibles à la gestion forestière puisque 9 % sont gênés par les chasseurs et 6 % par l'exploitation forestière. Les cyclistes agacent surtout les groupes organisés et dans une moindre mesure les locaux respectivement pour 15 % et 10 % d'entre eux.

QUELLE STRATÉGIE POUR LES AIRES D'ACCUEIL ?

En basse saison, la fréquentation des parkings ne représente que 65 % de la fréquentation en haute saison. Il faut donc privilégier une configuration de parking à deux capacités avec 35 % des places sur une partie fermée en basse saison, dont l'infrastructure est ainsi préservée en période de gel.

Les parkings de Noisy-sur-École et de l'allée aux Vaches sont surfréquentés mais l'ONF n'a pas la volonté d'augmenter la fréquentation sur ces



Modes de transports utilisés par les visiteurs

sites sensibles, sachant que des stationnements restent disponibles ailleurs, en particulier à la Faisanderie. Le site sensible de Chanfroy pourrait même être fermé ou sa capacité descendue à 25 places représentant une couverture de 97 % des besoins annuels. Il est par contre proposé d'augmenter la capacité du parking de l'Isatis à proximité de la route départementale. Cette partie de parking resterait ouverte toute l'année alors que le reste du parking plus en cœur de forêt serait fermé à la basse saison.

ET MAINTENANT ?

Fort de ces données, l'ONF en tire des conclusions opérationnelles quant à sa stratégie et celle de ses partenaires, et ses actions en forêt :

- Diminuer la pénétration en forêt par la fermeture de route, le développement de la conduite apaisée et la relocalisation des parkings le long des routes publiques ;
- Promouvoir les sites à bonne capacité d'accueil via l'étoffement de l'offre de circuits balisés indiqués sur la carte IGN, les supports numériques dont les sites Internet, le travail auprès des écoles, collèges et centres aérés (animations, autorisations de sortie, localisation des parkings bus) pour orienter les futures habitudes ;
- Travailler également sur la signalétique directionnelle routière dans le sens Paris-Fontainebleau pour indiquer les parkings des sites à bonne capacité d'accueil depuis les grands axes dans le sens Paris-Fontainebleau (RD 607, RD 606) ;



- Travailler avec les réseaux de grimpeurs, les éditeurs de topoguides et les blogueurs pour veiller à ce qu'ils ne communiquent que sur les sites d'escalade validés en commission « Sites naturels d'escalade » (liste officielle reconnue par l'ONF) afin de préserver le milieu et assurer la sécurité des pratiquants ;

- Utiliser les panneaux d'information, notamment ceux en bord de ville, et les événements locaux pour communiquer sur la gestion forestière (chasse et exploitation) auprès des locaux. Conserver un espace libre pour les informations saisonnières afin de fidéliser ces lecteurs ;

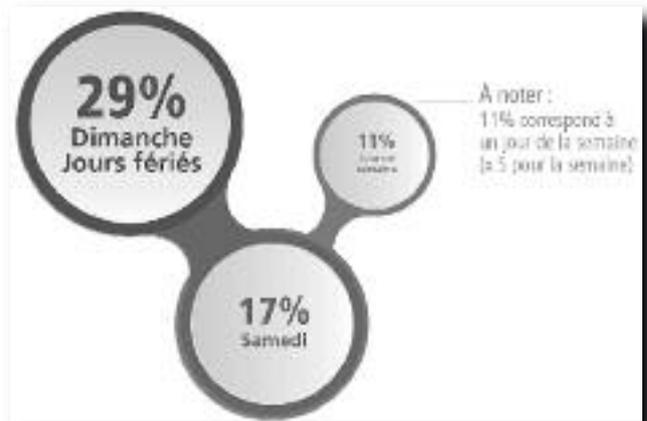
- Communiquer en anglais auprès des grimpeurs étrangers sur les bonnes pratiques et les off-

res d'hébergement via les topoguides, la carte Ign, les sites Internet et blogs spécialisés sur l'escalade, ainsi que sur les panneaux d'information des parkings d'accès aux sites d'escalade ;

- Concentrer les efforts de sensibilisation et d'information particulièrement les week-ends de la haute saison touristique, éviter l'organisation de manifestations sportives les dimanches pour préserver une fréquentation familiale ces jours-là ;

- Renforcer l'action policière sur les dépôts de déchets en bord de route, les excès de vitesse, la prostitution et les sports motorisés ;

- Créer une offre VTT en dehors des sentiers de randonnée pédestre ■



Poids relatif des différents types de jour dans la fréquentation

