



HAL
open science

La commune balnéaire et l'évaluation de sa fréquentation : le défi des données

Samuel Robert, Marie-Laure Trémélo, Briec Cabioch

► **To cite this version:**

Samuel Robert, Marie-Laure Trémélo, Briec Cabioch. La commune balnéaire et l'évaluation de sa fréquentation : le défi des données. Licence. France. 2021. hal-03701620

HAL Id: hal-03701620

<https://hal.science/hal-03701620v1>

Submitted on 22 Jun 2022

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

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

La commune balnéaire et l'évaluation de sa fréquentation : le défi des données

Samuel Robert, Briec Cabioch, Marie-Laure Trémélo

Mars 2021

La commune balnéaire est un lieu de détente, de divertissement et de vacance localisé sur un rivage où l'on peut pratiquer la baignade. Sa vocation est d'accueillir des visiteurs pour des séjours plus ou moins longs et, de plus en plus avec l'évolution des pratiques récréatives et du tourisme, des visiteurs à la journée. Ces visiteurs sont la raison d'être de la commune balnéaire, qui peut être une station balnéaire ou une ville à l'économie plus diversifiée. Cependant, la fonction balnéaire caractérise aussi d'autres villes littorales, où les plages accueillent majoritairement les habitants. Pour les unes et les autres, la fréquentation est un paramètre fondamental à suivre. Elle renseigne sur le niveau d'activité et de population présente, et permet de conduire des politiques de gestion et d'aménagement.

Objectifs

- Saisir l'importance des données de fréquentation dans une commune balnéaire
- Connaître les différentes sources et méthodes de production de données de fréquentation
- Appréhender la problématique de la mesure des fréquentations sur les plages

1. Connaître le nombre de visiteurs : un besoin évident

Evaluer et suivre le nombre de visiteurs dans un lieu touristique comme une commune balnéaire est une nécessité. La fréquentation est un indicateur général de l'activité. Elle permet d'apprécier l'attractivité de la commune, de définir sa stratégie de développement, et de soutenir les politiques publiques d'aménagement et de gestion de l'espace.

1.1 Accueillir et vivre de l'accueil de visiteurs : une fonction essentielle la commune balnéaire

Dès l'origine, les lieux aménagés comme station balnéaire ont eu pour vocation d'accueillir des visiteurs autour de la baignade et d'organiser une économie résidentielle et de services autour de cette activité (Corbin, 1988). Avec le temps, les stations se sont diversifiées, ont développé nombre d'activités supplémentaires et certaines sont devenues de véritables villes. Si la plage constitue toujours une pièce maîtresse de la station, d'autres lieux comme une promenade côtière ou une jetée, un casino, de grands hôtels, un marché typique de la région, un parc d'attraction, un centre commercial, un golf, etc. sont venus compléter l'offre de loisir et forment autant de points d'attraction où les visiteurs se rassemblent et sociabilisent (Duhamel et Violier, 2009). Pour que chacun puisse se divertir mais aussi pour attirer encore plus de visiteurs, les communes balnéaires organisent depuis longtemps des événements festifs (carnaval, course automobile, exposition artistique, festival de

cinéma). Toute station balnéaire est constituée autour de cette logique de l'accueil, car le visiteur est un client. Il se loge et parfois acquiert une résidence secondaire. Il consomme dans les cafés, les restaurants et les commerces. Il achète des prestations dans les lieux de loisir. La commune entière vit de cette économie de service, ce qui conduit les autorités à rechercher à étendre la « saison » et à réduire au maximum la période de faible activité (**Figure 1**).



Figure 1. Trouville-sur-Mer. Un exemple de ville dépendante de l'accueil (Clichés S. Robert, 2020)

En 2017, la commune compte 4628 habitants, 67% de résidences secondaires (moy. France 10%), 15 hôtels (620 chambres) et 1 camping (205 emplacements). INSEE, 2020.

1.2 Une donnée nécessaire pour le suivi de l'attractivité

Dans le contexte de la société des loisirs, de l'hypermobilité et de la compétition entre territoires, les communes balnéaires sont en concurrence. Si certains touristes ont leurs habitudes et leur ancrage dans certains lieux de vacances, il existe aussi une clientèle plus mobile, qui varie les expériences et change régulièrement de destination pour ses loisirs. Ces pratiques résultent et donnent lieu à la mise à la mode de certaines stations et au déclin relatif d'autres. Ainsi, certaines villes balnéaires sont connues internationalement de longue date, parce qu'elles ont toujours su maintenir leur attractivité (Cannes, Deauville, Nice, Le Touquet, Brighton, Rimini, Miami, Cancun, Acapulco), d'autres ont émergé plus récemment parce qu'elles s'inscrivent dans une stratégie de développement national des pays où elles sont situées (Sharm El Cheik, Hammamet, Saidia, Antalya), et d'autres s'effacent ou s'endorment après avoir connu des heures plus fastes (Sanremo, Mers-les-Bains).

Pour apprécier le niveau d'activité et l'attractivité de la station, les données de fréquentation sont nécessaires. Produites sur un pas de temps régulier, elles permettent d'objectiver le nombre de visiteurs, le remplissage des structures d'hébergement, les entrées dans les parcs de loisirs, etc. (**Figure 2**). Ces chiffres sont mis en regard de ceux produits les années précédentes, pour saisir une évolution à la hausse ou à la baisse, et comparés à ceux d'autres communes balnéaires, pour évaluer la performance de la station vis à vis de ses « concurrentes » (benchmarking). Selon les résultats

obtenus, les autorités locales se voient confortées dans leur stratégie d'animation et d'aménagement de la station ou, au contraire, sont amenées à développer des stratégies alternatives pour contrecarrer une saison en demi-teinte.



Figure 2 : Un exemple de tableau de bord de l'activité touristique : les Chiffres clés 2020 de la Côte d'Azur URL : <http://www.cotedazur-touriscope.com/>

En France, les statistiques du tourisme sont le plus souvent diffusées au niveau des départements et des régions, mais les données sont compilées au niveau communal.

1.3 Une donnée nécessaire pour définir des orientations d'aménagement et les financer

Dans une certaine mesure, la station balnéaire fonctionne comme une entreprise. Pour les autorités locales, il s'agit de la faire prospérer et d'y créer de l'emploi. Pour les investisseurs privés, c'est un lieu pour générer de l'argent. S'il peut sembler caricatural, ce modèle reste une grille de lecture très pertinente pour comprendre les dynamiques territoriales caractéristiques d'une commune balnéaire. Et dans ce cadre, les données de fréquentation sont un indicateur de base.

Au-delà du suivi régulier des chiffres de visiteurs dans ses différentes structures d'accueil, l'intérêt de la station pour les données de fréquentation réside également dans la possibilité de les exploiter pour développer des actions plus structurantes. Pour rester attractive, la commune balnéaire doit être dans l'air du temps. Elle doit proposer des services, des équipements et des attractions correspondant aux attentes sans cesse renouvelées des visiteurs. Elle doit aussi se prémunir contre des risques de toutes sortes : sécuritaires (attentats, délinquance ordinaire), géomorphologiques (érosion des plages, submersion marine), et maintenant sanitaires (épidémie de COVID-19). Il en découle des aménagements et des équipements relativement conséquents et coûteux, que la commune seule ne peut assumer sans l'intervention d'investisseurs privés ou celle de la puissance publique. Disposer de données de fréquentation s'avère alors déterminant.

Les chiffres de la fréquentation servent d'argument pour motiver la décision des acteurs en capacité de financer les nouveaux projets, assurés d'avoir un retour sur investissement pour les opérateurs privés et certains d'employer les deniers publics à bon escient pour les acteurs publics. Étendre le port

de plaisance et en augmenter la capacité à la Grande-Motte (**Figure 3**), installer jusqu'à 200 caméras de vidéosurveillance reliées à un *Centre de Supervision Urbain* à la Baule-Escoublac (projet déployé progressivement depuis 2002), construire le musée Jean Cocteau à Menton (inauguré en novembre 2011), ou déplacer la voie ferrée proprement littorale sur la Riviera du Ponant ligure (partiellement réalisé dans les années 2000), sont autant de réalisations coûteuses qui profitent aux stations balnéaires sans que celles-ci ne les financent entièrement. De bons chiffres de fréquentation peuvent appuyer une demande de soutien financier auprès d'investisseurs privés, soucieux de réaliser des affaires. De mauvais chiffres (élevés ou bas) peuvent quant à eux motiver une demande de subvention aux pouvoirs publics. Dans tous les cas, il faut des chiffres.



Figure 3 : Le projet d'extension du port de La Grande Motte (en cours en 2021)
D'un coût total de 65 millions d'euros, ce projet est autofinancé à hauteur de 5 millions d'euros par la ville, le reste provenant de subventions et d'anticipation sur les recettes et produits de l'exploitation à venir (Source URL : <http://projetvilleport.fr/>)

1.4 Une donnée fondamentale pour la gestion du quotidien

Comme tout lieu recevant du public en nombre, la commune balnéaire bénéficie autant de ces flux de visiteurs qu'elle les subit. Les plages bondées, les rues commerçantes envahies de touristes et plus généralement le surcroît de population sur le territoire impliquent un accompagnement. Les incivilités voire la délinquance appellent en effet une anticipation de la puissance publique pour assurer la sûreté publique, le nettoyage des espaces publics, voire la réparation de dégradations diverses.

Pendant la saison de plus forte activité, il faut pouvoir accueillir les nombreux visiteurs de la meilleure des manières. Il importe alors de savoir combien ils sont, qui ils sont, où ils vont, combien de temps ils restent et quelles sont leurs préférences. Ces informations basiques permettent le dimensionnement de l'accueil et la mise en ordre de l'action publique : surveillance de la baignade sur

les plages, horaires étendus voire service spécifique des transports en commun, ouverture prolongée des infrastructures sportives, renforts de police et d'agents de nettoyage, etc. (**Document 1**). Cet ajustement des services publics locaux se fonde sur des perspectives de fréquentation qui sont établies à partir de données collectées les années précédentes et/ou recueillies ponctuellement au cours de la saison. En France, il est complété par des renforts venus d'autres régions (police nationale, pompiers, etc.) dès lors que la commune est classée touristique par arrêté préfectoral ou, mieux, est désignée station classée de tourisme par décret.

Document 1. Le Grau-du-Roi fin prêt pour accueillir ses touristes (extrait)

Reportage de Ludovic Labastrou, du samedi 9 juillet 2016 sur France Bleu Gard Lozère URL : <https://www.francebleu.fr/infos/faits-divers-justice/le-grau-du-roi-fin-pret-pour-accueillir-ses-touristes-1468085511>

Après une avant-saison en demi-teinte, le Grau-du-Roi, la seule cité balnéaire du Gard, attend de pieds fermes les touristes. Hors saison, le village qui possède Port Camargue, le plus grand port de plaisance d'Europe, n'a que 8 500 habitants. Avec l'été, la population peut grimper jusqu'à 120 000.

8 500 habitants en hiver, 120 000 l'été. Ils sont venus, ils sont tous là. Les vacanciers sont arrivés au Grau-du-Roi. Il fallait être patient sur les routes, faire avec la chaleur.... Mais enfin les vacances commencent.

Pour faire face à cet afflux de population et garantir la sécurité publique, la mairie du Grau-du-Roi a mis en place une politique d'étroit partenariat avec la gendarmerie nationale. Militaires ou policiers municipaux, à ce titre, reçoivent pour toute la période estivale des renforts supplémentaires. Du côté de la police municipale, pas moins d'une cinquantaine d'agents, une quinzaine de plus que d'habitude. La mairie dans ce secteur de la tranquillité publique y affecte un budget de 1,3 millions d'euros. Elle dispose de 10 opérateurs pour 31 caméras de vidéoprotection. Cinq caméras de plus seront installées avant la fin du mois. Pour continuer d'attirer le chaland, il faut une qualité de l'offre commerciale mais aussi un effort en matière de sécurité.

Dans ce partenariat, gagnant/gagnant, il faut évoquer la gendarmerie très présente sur le terrain. Pour faire face à ses missions estivales, les militaires ont reçu le renfort de 35 effectifs supplémentaires. Depuis deux ans que cette politique active a été mise en place au Grau-du-Roi, la cité balnéaire, enregistre 50% de faits signalés en moins sur son territoire.

2. Les données de fréquentation : modalités, difficultés et nouvelles opportunités

Générer les données de fréquentation d'un lieu est une opération à la fois courante, complexe et coûteuse. L'exercice dépend de la taille du lieu et des moyens disponibles pour y parvenir. Dans une commune balnéaire, le nombre de visiteurs peut être évalué pour l'ensemble de la commune comme il peut être mesuré pour différents lieux qui la composent (structures d'hébergement, sites récréatifs, points d'entrée sur le territoire comme une gare ferroviaire). Les chiffres sont déclinés sur différents pas de temps (heure, jour, semaine, année), selon la nature de la mesure et le niveau de finesse attendu. D'une manière générale, les dispositifs d'observation pérennes intégrant des chiffres de différentes sortes sont rares sur les territoires. Cependant, avec les nouvelles technologies de la communication, de nouvelles modalités d'observation et de suivi des fréquentations se dessinent.

2.1 L'objet de la mesure : le visiteur

L'élément central de l'observation des fréquentations est le visiteur, c'est à dire une personne qui vient sur un site et y reste une certaine durée. Ainsi, une donnée de fréquentation correspond au minimum à un nombre de personnes en un lieu à un moment déterminé. Au-delà de ce fait élémentaire, plusieurs autres paramètres complètent l'information : relatifs à la personne elle-même (âge, genre, lieu de provenance, catégorie socio-professionnelle, etc.), relatifs aux raisons de sa

présence (activité sur le site, motif de la venue, préférences, etc.), relatifs aux modalités de son séjour/sa présence (durée, moyen de locomotion utilisé pour venir, visite en solitaire ou accompagnée, lieux visités, etc.). Toutes ces dimensions permettent d’apprécier combien de personnes fréquentent un site, qui elles sont et quelles relations elles entretiennent avec le territoire à l’occasion de leur visite/séjour.

Les données de fréquentation présentent donc deux caractéristiques : elles correspondent à une quantité de personnes quelque part à un moment déterminé et à la variation de ce nombre au cours du temps, et elles correspondent à une caractérisation de ces personnes et de leur démarche de visite du lieu. Ces deux caractéristiques ne présentent pas les mêmes contraintes en matière de production de données. Pour la première, l’observation peut être menée à distance sans interaction avec le visiteur (comptage par un opérateur sur le terrain ou par un dispositif automatique), même si des chiffres de fréquentation sont aussi dérivés d’un contact avec les personnes (enregistrement d’un passage à l’entrée d’un site payant, hôtel ou musée par exemple). Pour la seconde, l’interaction est davantage nécessaire (via une démarche d’enquête, notamment), même si de plus en plus de données sont dérivées d’informations transmises par les personnes elles-mêmes (via les renseignements qu’elles fournissent dans des applications informatiques de réservation, par exemple). Dans tous les cas, l’évaluation du nombre des visiteurs comme la caractérisation de qui ils sont pose le problème de l’exhaustivité et/ou de la représentativité des données produites dans l’espace, dans le temps et par rapport à la diversité des usagers (**Figure 4**). Cette difficulté est inhérente à toute démarche d’observation des fréquentations sur un espace géographique telle qu’une station balnéaire, un parc national, une aire marine protégée ; difficulté d’autant plus grande que l’espace concerné est étendu et fortement fréquenté (Le Corre et al., 2015).

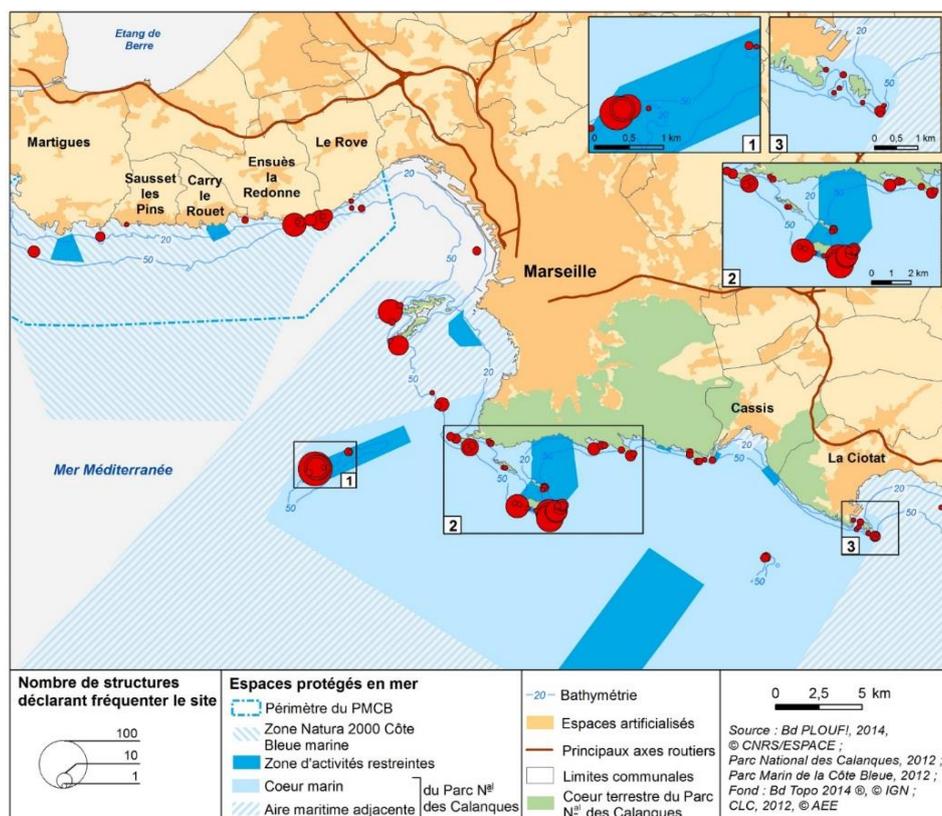


Figure 4. Données sur la pratique des sites de plongée sur le littoral marseillais.
 Données issues d’une enquête auprès des structures d’encadrement de cette activité
 (Source : Robert et Plouvier, 2017)

2.2 Les dispositifs de mesure « traditionnels »

Les données de fréquentation des sites récréatifs et touristiques sont d'une assez grande diversité. Pendant longtemps et jusqu'à aujourd'hui, ces données ont été produites en grande partie par des dispositifs de l'administration territoriale et statistique. Ces dispositifs « traditionnels » correspondent à des outils de suivi de l'activité touristique et économique sur les territoires, d'abord mis en place par les services de l'Etat (fréquentation des hébergements touristiques par le Ministère du tourisme, fréquentation des lieux culturels par le Ministère de la culture, etc.), puis diffusés dans les collectivités locales ou des établissements gestionnaires d'espaces naturels (statistiques de passage aux offices et bureaux de tourisme, aux bureaux d'accueil des parcs naturels, etc.). Par la suite, beaucoup d'autres moyens ont été mis en œuvre pour produire des chiffres de fréquentation et des enquêtes ont également été élaborées pour mieux les comprendre.

Une première catégorie de données concerne celles qui sont dérivées de la facturation d'un service. Lorsqu'il paie son hébergement dans un hôtel, son entrée dans un musée ou sa place dans une navette maritime pour se rendre sur une île, le visiteur laisse une trace comptable à partir de laquelle il est possible de dériver des chiffres agrégés de la fréquentation. C'est ainsi que l'on connaît le taux de remplissage des hôtels, l'audience d'une nouvelle exposition dans un musée, l'activité d'un port de plaisance, où le nombre de croisiéristes débarquant dans une ville (**Figure 5**). Cette première catégorie de données est assez fiable, mais tous les services donnant lieu à une facturation et potentiellement « marqueurs » de la fréquentation récréative et touristique ne donnent pas lieu à une remontée d'information. Des opérateurs privés comme un loueur de jet-ski, un restaurateur ou un guide-conférencier, ne sont pas tenus de livrer leurs chiffres d'activité à la différence des structures d'hébergement touristique (par le biais de la taxe de séjour) ou des opérateurs publics et parapublics.

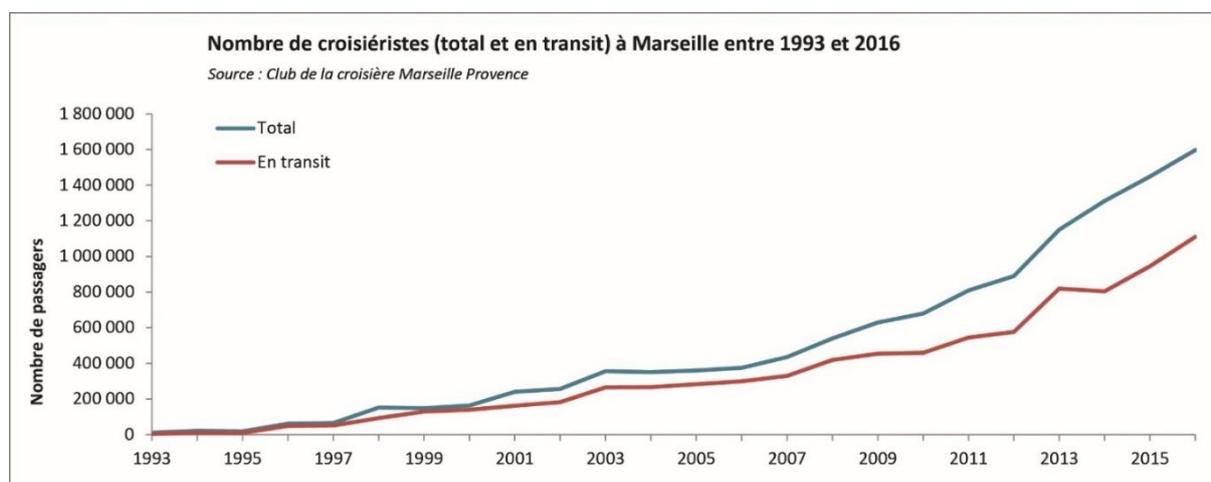


Figure 5. Exemple de données issues du dispositif de suivi statistique d'une activité

Une seconde catégorie de données concerne des chiffres qui renseignent indirectement sur le niveau d'activité et de présence de visiteurs. Appelés « proxys » ou données de substitution, ces chiffres ne disent pas exactement combien de personnes sont sur site, mais ils permettent de l'apprécier. Tel est le cas de la consommation d'électricité ou d'eau potable, des volumes traités dans les stations d'épuration des eaux usées, des plaintes au bureau de police, etc. Ces données sont complémentaires des données précédentes avec lesquelles elles permettent de cerner plus finement le niveau de présence de visiteurs sur la station.

Une troisième catégorie de données recouvre des données d'enquête. Elles résultent de démarches explicitement conduites pour mesurer les fréquentations et les caractériser. Ces démarches impliquent

le recours à des enquêteurs de terrain qui procèdent à des comptages manuels, à la passation de questionnaires ou à la conduite d'entretiens semi-directifs en des lieux choisis selon une stratégie déterminée : à la sortie d'un musée, sur une plage, sur un marché, etc. (**Figure 6**). Elles peuvent aussi reposer sur la mise en place d'un équipement permettant de mesurer le passage de personnes en un lieu donné, ce qui permet de gagner du temps, ou encore sur des enquêtes passées au téléphone ou en ligne pour interroger les pratiques des visiteurs potentiels.

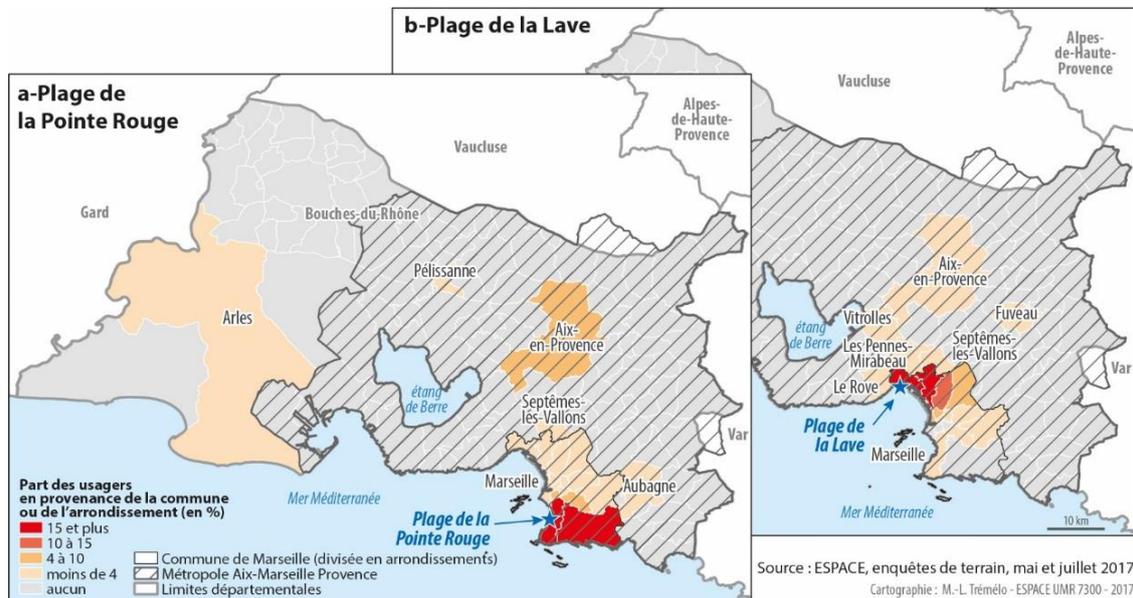


Figure 6. Origine des usagers de deux plages de Marseille

Données issues d'une enquête de terrain par questionnaire (Source : Robert et Trémélo, 2018)

2.3 Quel apport des nouvelles technologies ?

Avec l'apparition de nouvelles pratiques récréatives et touristiques et l'essor des nouvelles technologies, plusieurs des dispositifs traditionnels d'évaluation des fréquentations sont aujourd'hui moins pertinents. Ainsi, l'hébergement en hôtel a beaucoup reculé et ne représente plus aussi bien qu'avant le niveau de présence de touristes sur un territoire, alors que les séjours chez l'habitant (via Airbnb notamment) se sont multipliés sans être bien mesurés. De même, les opérateurs touristiques se sont diversifiés et accrus : beaucoup de microentreprises accueillent des visiteurs, sans que leur niveau d'activité soit connu. Enfin, les possibilités de s'informer sur l'offre récréative et touristique passent beaucoup par les réseaux sociaux. Les passages dans les offices de tourisme ne sont plus aussi pertinents que par le passé.

Les nouvelles technologies apparaissent dès lors comme une alternative prometteuse. Depuis assez longtemps, les nombres de clics ou de téléchargements sont comptabilisés par les sites internet permettant aux organismes propriétaires de disposer de chiffres manifestant un intérêt pour une destination touristique, un service ou un évènement festif ou culturel. Plus récemment, l'essor spectaculaire de la téléphonie mobile et plus particulièrement des « smart phones » a ouvert la possibilité de comptabiliser des connexions et des abonnés sur des services, de collecter des avis sur des réseaux sociaux (dont les « like » de Facebook, par exemple), de diffuser des mini-enquêtes par questionnaires, etc. L'équipement de bornes wifi dans l'espace public (des jardins publics, des plages, des places piétonnes, des musées, etc.) autorise aussi la collecte de données de connexion et indirectement d'évaluer la fréquentation d'un lieu (**Figure 7**).



Figure 7. Un panneau d'information électronique du mobilier urbain près de la plage des Catalans à Marseille (Cliché : S. Robert, 2021)

L'équipement intègre une borne wifi dont il est possible de récolter le nombre de connexions. La ville s'affiche comme « connectée ».

Convaincus des apports déterminants des nouvelles technologies de la communication, de nombreux opérateurs informatiques en lien avec des collectivités territoriales et/ou des opérateurs de téléphonie mobile sont aujourd'hui lancés dans la conception de systèmes d'information en temps réel. Participant du concept de « smart city », ces développements visent à produire des données de présence de personnes sur des lieux à partir des connexions des téléphones mobiles aux réseaux de télécommunication (antennes relais, bornes wifi, etc.). D'autres développements se fondent sur les données de vidéosurveillance de l'espace public, à partir desquelles des algorithmes de traitement d'images vidéo permettent de dénombrer les personnes sur les lieux. La combinaison de ces différentes sources (bornes wifi, antennes-relais de téléphonie mobile, vidéosurveillance) cumulées à des données contextuelles (date, heure, météo) voire les données déclaratives des usagers permettraient *in fine* de cerner finement la population se déployant dans l'espace public et de la dénombrer. Mais les modèles intégrant toute cette information restent à inventer.

Les développements qu'autoriserait le Big Data n'ont en effet pas encore débouché sur des applications convaincantes et opérationnalisées. Si les données numériques sont partout et en très grande quantité sur tous les faits et gestes des individus, leur intégration dans un dispositif unique capable de renseigner sur les fréquentations d'un lieu comme une station toute entière reste un défi immense, tant sur le plan conceptuel que sur le plan technologique. En outre, ces données ne disent rien des profils des usagers ni de leurs motivations à visiter le lieu où ils se trouvent. Les données

quantitatives dérivées des connexions au réseaux de communication ou de la vidéosurveillance de l'espace public ne peuvent pas remplacer la démarche d'enquête. Enfin, de telles données sont sensibles. Elles posent la question de la protection des individus et des libertés individuelles. Parce que le Big Data ne doit pas permettre l'émergence de Big Brother, nombre d'associations de citoyens restent vigilantes.

3. Evaluer la fréquentation de la plage : nécessité, défi, perspectives

Cœur névralgique de la commune balnéaire, la plage est un haut lieu de la fréquentation récréative et touristique (Urbain, 1994). L'intérêt d'évaluer les fréquentations et les pratiques est des plus évidents. Il s'agit d'appréhender le niveau de fréquentation du site dans son ensemble, mais aussi d'accompagner la gestion : surveillance de la baignade, nettoyage et propreté, entretien des équipements et des ouvrages, services aux usagers, gestion de l'affluence, prévention et gestion de la délinquance., etc. Pourtant et curieusement, peu de communes balnéaires disposent de données de fréquentation de leurs plages.

3.1 La plage et l'indigence des données de fréquentation

Dans une grande majorité de communes côtières, y compris des stations balnéaires renommées, la connaissance du nombre d'usagers se rendant à la plage n'est pas connu. Dans certaines, des estimations circulent mais les modes de calcul ne sont pas validés ou sont obscurs. Par exemple à Nice, les services de la ville disposent du chiffre de 20 000 personnes par jour sur la totalité de la plage en été, mais ceux-ci ne savent pas dire quand ni comment cette évaluation a été établie. A Marseille, un protocole local indique que les plages de la ville accueillent chaque année entre 1,8 et 2,2 millions d'usagers en saison, soit du 1^{er} juin au 31 août, à partir d'un comptage effectué deux fois par jour sur un espace de référence. En dehors de ces chiffres agglomérés, aucune autre donnée de fréquentation n'est générée par ces deux collectivités. Si des régions font exception, comme Barcelone ou le littoral de la Charente-Maritime, la situation la plus générale concernant la connaissance et l'observation de la fréquentation des plages dans les communes balnéaires est qu'il n'existe pas ou peu de chiffres et encore moins de dispositif d'observation pérenne.

Plusieurs objectifs peuvent être assignés à l'observation des fréquentations d'une plage : évaluer les effectifs d'usagers lors des pics de fréquentation ; suivre la variation temporelle de cet effectif au cours d'une journée ; suivre à la fois la variation du nombre des usagers dans le temps et la variation de leur répartition dans l'espace au cours d'une journée ; suivre les effectifs de personnes sur la plage et dans l'eau ; connaître la fréquentation nocturne ; etc. Simultanément, le besoin de connaissance peut porter sur les pratiques des usagers, leur moyen de locomotion pour venir à la plage, leur lieu de séjour dans la station, etc. Suivant ces objectifs et en fonction des moyens humains et financiers disponibles, divers protocoles peuvent être mis en œuvre.

L'indigence actuelle en matière de données de fréquentation des plages s'explique pour partie par l'absence d'obligation réglementaire en ce domaine. Dans les années à venir, le contexte pourrait toutefois changer et les villes pourraient être amenées à se doter de dispositifs d'observation, pour au moins deux raisons. D'une part, la COVID-19 constitue un tournant qui pourrait inciter les villes balnéaires à démontrer que leurs plages sont des lieux sûrs où la distanciation sociale est assurée. D'autre part, l'essor des nouvelles technologies pourraient conduire à des développements nouveaux qui permettraient la mise en place de dispositifs d'observation efficaces et relativement peu coûteux pour les collectivités.

3.2 Des initiatives méthodologiques diverses

Si peu de chiffres existent aujourd’hui, la volonté de mesurer la fréquentation des plages a donné et continue de donner lieu à des développements méthodologiques et techniques originaux et innovants depuis plusieurs décennies. A la fin des années 1990 par exemple, un protocole basé sur des survols aériens montrait comment produire des données à partir de photos aériennes sur un linéaire côtier étendu (Dolle, 2000). Ce principe fonde aujourd’hui encore certains modes d’observations, tel Medobs (Observatoire aérien des usages en Méditerranée) dans le cadre de la plateforme Medtrix sur les côtes méditerranéennes de la France.

Cependant, à l’échelle d’une commune balnéaire, les besoins de caractérisation de la fréquentation des plages exigent une triple précision : temporelle (ne pas se contenter des pics de fréquentation), spatiale (quelles plages et même quelles sous-parties de la plage sont fréquentées, y compris les zones de baignade), et sociologique (qui sont les usagers). Plusieurs travaux universitaires, souvent menés en partenariat avec les autorités publiques locales, ont montré quelle variabilité peut caractériser la fréquentation d’une plage et comment celle-ci peut donc être appréhendée (**Figure 8**).

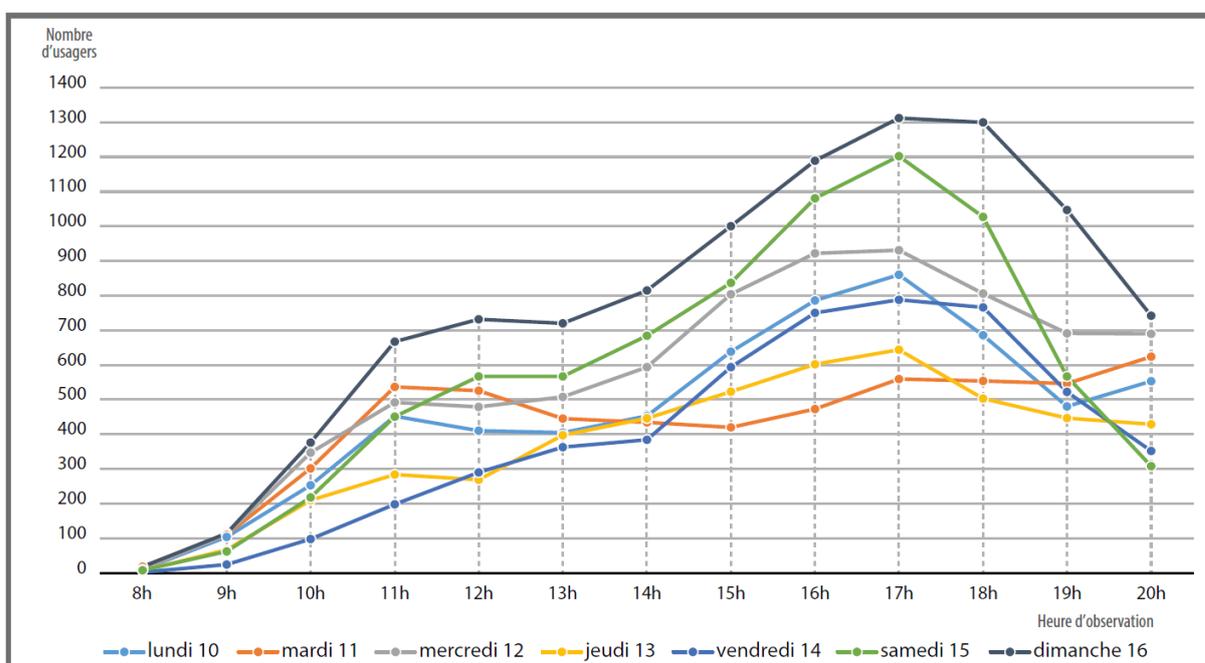


Figure 8. Le nombre d’usagers sur la plage du Prophète à Marseille du 10 au 17 juillet 2017

Si un modèle se dessine (un pic le matin vers 11h, un second pic plus élevé l’après-midi vers 17h) la fréquentation peut varier de manière très sensible d’un jour à l’autre (Source : Robert et Apers-Trémélo, 2020)

Parmi les expérimentations de ces dernières années, plusieurs sont intéressantes à relever. Ainsi à Sète, des caméras de vidéosurveillance ont été exploitées pour générer des données à partir de traitement d’images en continu (Balouin et al., 2014). En Charente-Maritime, des mats équipés d’appareils photographiques ont permis de générer des données de fréquentation et de mieux comprendre les logiques de placements des usagers sur la plage (Guyonnard et Vacher, 2018). A Marseille, un partenariat entre la Ville et un laboratoire CNRS-Université a permis quant à lui une évaluation plus traditionnelle mais plus intégrée, ainsi qu’une expérimentation basée sur des compteurs automatiques (**Figure 9**).



Figure 9. Un instrument de comptage automatique des usagers se rendant sur la plage du Prophète à Marseille (Clichés S. Robert, 2019)

Le boîtier renferme une cellule infrarouge qui détecte le passage d'une personne.

3.3 Quelles observations des plages et des sites balnéaires demain ?

Les villes balnéaires de demain seront-elles en mesure de connaître la fréquentation de leurs plages en temps réel ? Les usagers des plages seront-ils adeptes d'applications leur indiquant sur quelle plage se rendre compte-tenu de l'affluence avérée ou projetée ? Les villes organiseront-elles la gestion et l'entretien de leurs plages en fonction de données nouvelles, plus fiables et plus complètes ? Les villes vont-elles se donner les moyens de gérer leurs bords de mer en fonction des attentes de baignade des usagers ?

Ces questions sont ouvertes et pourraient toutes se voir attribuer une réponse affirmative. La tendance est en effet au développement d'outils nouveaux pour la gestion des territoires et, parmi eux, les applications issues des nouvelles technologies de l'information et de la communication ont le vent en poupe. Ainsi, dans la mouvance de la « Smart city », des développements sont initiés par des entreprises et opérateurs privés qui cherchent à concevoir des applications qu'ils pourraient ensuite proposer comme de nouveaux services aux collectivités locales. Les perspectives offertes par la technologie sont inspirantes et des tests sont en cours (**Figure 10**). Car en dépit des crises économiques et plus encore avec la crise sanitaire actuelle, ce secteur économique poursuit son essor, largement soutenu par les investisseurs financiers. Dans le même temps, les attentes de plein air, de ressourcement au contact de la nature dont la mer, sont plus fortes que jamais. Les communes balnéaires vont par conséquent devoir répondre aux attentes récréatives des touristes et de leurs habitants tout en leur garantissant une expérience de qualité (**Figure 11**).



Figure 10. Extrait de la Une du quotidien *La Marseillaise* du 5 août 2019

Cette expérimentation a impliqué un bureau d'étude de type *start up* et a été permise par la Ville de Marseille. Annoncé avec moult communication, elle n'a pour l'heure pas donné de résultats probants.



Figure 11. Communication sur le compte Facebook de la ville de Marseille en mai 2020.

La commune balnéaire de demain pourrait être davantage connectée et ainsi disposer de données de fréquentation régulières et variées. Ce scénario est permis. Il pourrait toutefois être contrarié car certaines enquêtes d'opinion montrent que si les smart phones sont très utilisés et même plébiscités, beaucoup de leurs propriétaires sont attachés à leur liberté et s'opposent à des dispositifs de surveillance qui pourraient porter atteinte à leur vie privée. Par ailleurs, la généralisation de services permettant de produire des données de fréquentation pose le problème de la propriété sur ces données et celui de leur maîtrise d'œuvre. Aujourd'hui, aucune commune balnéaire n'est en mesure de contrôler de tels dispositifs, ce qui implique une dépendance à un opérateur privé et donc un coût pour la collectivité. La question est donc de savoir si ces communes auront la volonté politique de dépendre de tels services et les moyens de les financer, le cas échéant.

Orientations bibliographiques

- Balouin Y., Rey-Valette H., Picand P-A., 2014. Automatic assessment and analysis of beach attendance using video images at the Lido of Sète beach, France. *Ocean & Coast. Mgt*, 102. [10.1016/j.ocecoaman.2014.09.006](https://doi.org/10.1016/j.ocecoaman.2014.09.006)
- Corbin A., 1988. Le territoire du vide. L'Occident et le désir de rivage 1750-1840. Paris : Aubier (Réédition 2000, Flammarion, Coll. Champs, 407 p.)
- Dolle C., Rocher A., Schneider M., Dormois R., 2000. *Fréquentation touristique des plages. Étude de clientèles*. Paris: AFIT, coll. «Les Cahiers de l'AFIT», 48 p.
- Duhamel P., Violier P., 2009. *Tourisme et littoral, un enjeu du monde*. Paris : Belin, 192 p.
- Guyonnard V., Becu N. Bouquet C., Vacher L., 2020. REMEPP : a simulation model of beach filling as a tourism and leisure practice. *Cybergeog*. <https://journals.openedition.org/cybergeog/35378>

- Guyonnard V., Vacher L., 2018. Penser et mesurer les distances de l'interaction sociale dans l'espace de la plage. *L'Espace géographique*, 47, 2, pp. 159-181. <10.3917/eg.472.0159>
- Le Corre N., Le Berre S., Peuziat I., Brigand L., Courtel J., 2015. Approche des espaces de la pratique nautique par l'analyse de la fréquentation : l'exemple du bassin de navigation arcachonnais. *Vertigo*, 15, 3. <http://journals.openedition.org/vertigo/16817>
- Robert S., Apers-Trémélo M.-L., 2020. Données de fréquentation de la plage du Prophète (Marseille) du 10 au 16 juillet 2017, 110 p. [hal-02907086](https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02907086)
- Robert S., Trémélo M.L., 2018. Analyse spatiale des pratiques des usagers de trois plages urbaines de Marseille. *merlgéo*, Aix-en-Provence, Fr. [hal-01746087](https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01746087)
- Robert S., Plouvier T., 2017. Lieux et pratiques de la plongée sous-marine sur la côte marseillaise : pour une approche géographique intégrée de l'espace marin littoral. *Vertigo*. <http://vertigo.revues.org/18529>
- Robert S., Sillère G., Liziard S., 2008. Evaluer et représenter le nombre d'usagers sur une plage urbaine (Les Ponchettes, Nice). *Mappemonde*, 91. <http://mappemonde.mgm.fr/num19/articles/art08305.html> <hal-01142857>
- Urbain J.-D., 1994. Sur la plage. Moeurs et coutumes balnéaires (XIXe-XXe siècles). Payot. Réédition 2002, Petite Bibliothèque Payot, 501 p.

Observatoire aérien des usages en Méditerranée française, Medobs.

https://medtrix.fr/portfolio_page/medobs/

Observatoire des Pratiques de Tourisme et de Loisir, UMR LIENS, CNRS, Université de La Rochelle.

http://ecop.univ-lr.fr/Observatoire_des_Pratiques.htm

Contact auteurs :

Samuel Robert

samuel.robert@univ-amu.fr