

# La fréquentation de la montagne Sainte-Victoire

*Synthèse des données 2009-2010  
Analyse des évolutions depuis 1995*

par Philippe MAIGNE et Marc VERRECCHIA

***La montagne Sainte-Victoire  
est l'un des grands sites les plus  
visités de France. Mieux connaître  
sa fréquentation est un préalable  
à la définition d'une politique  
de gestion qui réponde aux  
attentes de tous les acteurs.  
Cet article présente les résultats  
d'une étude de fréquentation  
qui s'est déroulée en 2010. Les  
résultats d'une première enquête  
réalisée en 1995 permet en outre  
de montrer l'évolution  
de la fréquentation  
ces 15 dernières années.***

Cet article fait suite à l'étude réalisée par Patrice Enoul (Eole) et Julien FARAMA (Traces TPi)

## Introduction

Le Grand Site Sainte-Victoire bénéficie d'une forte notoriété liée à la montagne Sainte-Victoire, monument minéral célébré par le peintre Cézanne. Pour les Provençaux, il constitue un élément à part entière de leur paysage et de leur vie quotidienne. Son caractère emblématique a justifié le classement au titre des sites de la montagne Sainte-Victoire et, bientôt, celui du massif de Concors. La richesse de ses milieux naturels a également donné lieu à son inscription au réseau européen Natura 2000.

Depuis 2004, le Grand Site est labellisé Grand Site de France par le ministère en charge de l'Environnement. C'est la reconnaissance des qualités paysagères, naturelles et culturelles du site, qui accueille un large public et est engagé dans une démarche partenariale de gestion durable et concertée pour en conserver la valeur, l'attrait et la cohérence paysagère.

Les enjeux majeurs de ce territoire sont ceux du développement durable, à savoir d'en préserver l'identité paysagère, patrimoniale et locale, mais aussi de faire des élus, des associations, des résidents et des professionnels, les acteurs d'un projet commun et de répondre à la demande sociale des divers publics qui le pratiquent.

Dans cette perspective, le Syndicat mixte des massifs Concors Sainte-Victoire, en charge de la gestion du Grand Site, met en œuvre un projet territorial sous l'égide de ses membres fondateurs : le Conseil général des Bouches-du-Rhône, la Communauté du Pays d'Aix et la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur. Ses objectifs sont clairement définis :

– préserver les équilibres paysagers caractéristiques (schéma de réhabilitation, gestion du site classé, principes d'aménagement durable), restaurer et mettre en valeur des éléments choisis du patrimoine bâti vernaculaire, historique et religieux (inventaire du patrimoine, programmes d'action), et conserver voire enrichir le patrimoine naturel (programme de suivi scientifique, gestion d'espaces naturels, plan de gestion cynégétique) ;

– protéger les massifs par une politique de prévention des incendies et encourager une valorisation de l'espace forestier au travers d'activités économiques, dans le cadre d'une charte forestière de territoire, par le développement d'une exploitation forestière raisonnée et le soutien à l'agropastoralisme ;

– promouvoir un développement local durable, en accompagnant les manifestations locales, participant aux initiatives privées de mise en valeur du territoire, soutenant les professionnels du tourisme et producteurs locaux et en initiant l'émergence d'une véritable « culture Sainte-Victoire » ;

– offrir au public un accueil de qualité (aires d'accueil aménagées, schéma d'itinéraires de promenade et de randonnée, sécurisation des pratiques, signalétique, information et découverte culturelle, présence des

gardes-nature) qui s'appuie sur trois principes fondamentaux : la maîtrise de la fréquentation (maintien global du nombre de visiteurs, organisation de l'espace et d'orientation des flux), la limitation des impacts sur l'environnement (zonage des milieux sensibles, mise en défends, rigueur et sobriété des aménagements) et le respect des acteurs locaux (concertation avec les propriétaires, professionnels et habitants, démarches contractuelles pour un encadrement de certaines activités).

Une connaissance qualitative et quantitative de la fréquentation du site est indispensable pour aider à la mise en œuvre de ces politiques. C'est la finalité de l'observatoire de la fréquentation du Grand Site qui a pour objectifs :

- d'estimer la fréquentation dans les espaces naturels, le nombre et les flux d'usagers ;
- de comprendre comment la fréquentation s'organise sur le site ;
- de connaître les profils, comportements et attentes du public ;
- d'évaluer les évolutions de ces informations.

Une première étude sur la fréquentation touristique et récréative de la montagne Sainte-Victoire a été réalisée en 1995 sous le pilotage de l'Université de Provence et de l'Université de la Méditerranée. Cet état initial a permis de caractériser qualitativement et quantitativement la fréquentation de la montagne Sainte-Victoire, territoire le plus fréquenté du Grand Site.

En 2009-2010, une nouvelle étude a été confiée au groupement Eole-Traces TPi pour actualiser ces données et analyser les évolutions sur cette période de 15 ans. Ce travail a été mené de façon complémentaire avec une étude fine de fréquentation réalisée par le Conseil général des Bouches-du-Rhône sur son domaine départemental de Roques-Hautes (même période, méthodologie similaire, données regroupées).

## La méthodologie

### Le périmètre d'étude

L'étude a porté uniquement sur les espaces naturels de la montagne Sainte-Victoire, à travers l'analyse de la fréquentation à partir des points d'accès au massif, c'est-à-dire au départ des parkings et aires d'accueil.



Les flux routiers et la fréquentation des villages n'ont pas été intégrés dans cette étude.

En outre, la fréquentation des massifs du nord du Grand Site, à savoir de Concors, Ligourès, Bèdes et Vautubières, et du sud au Cengle, très diffuse, sans points d'accès majeurs et de moindre importance, n'a pas été étudiée (bien qu'initiallement prévue) au vu des difficultés techniques et méthodologiques. Il n'a pas été en effet possible de mettre en œuvre un dispositif de comptage fiable et pertinent sur cette partie nord du Grand Site.

## Deux enquêtes

Les méthodologies des deux enquêtes (Ecole Traces TPi et Conseil général des Bouches-du-Rhône) sont similaires, la période d'enquête identique et de nombreuses données, notamment quantitatives, de cette dernière étude ont été intégrées dans le présent rapport de synthèse.

## La période

L'enquête quantitative a porté sur la période du 1<sup>er</sup> avril 2009 au 30 mars 2010. L'enquête qualitative a été réalisée sur 59 journées réparties en cinq sessions entre le 18 avril et le 1<sup>er</sup> novembre 2009, à l'exclusion des mois de juillet et d'août.

## Les moyens

### Les comptages aux portes d'entrée

L'évaluation quantitative de la fréquentation résulte des comptages des véhicules :

- comptage automatique sur le Parc départemental de Roques-Hautes tous les jours de l'année d'enquête ;



– comptages manuels, sur les 33 autres aires de stationnement (Cf. Fig. 1), effectués sur 32 jours au printemps et à l'automne. Avec un comptage le matin et un autre l'après-midi, soit 64 relevés. Les dates retenues couvrent de manière exhaustive les grands pics de fréquentation (week-end, jours fériés...).

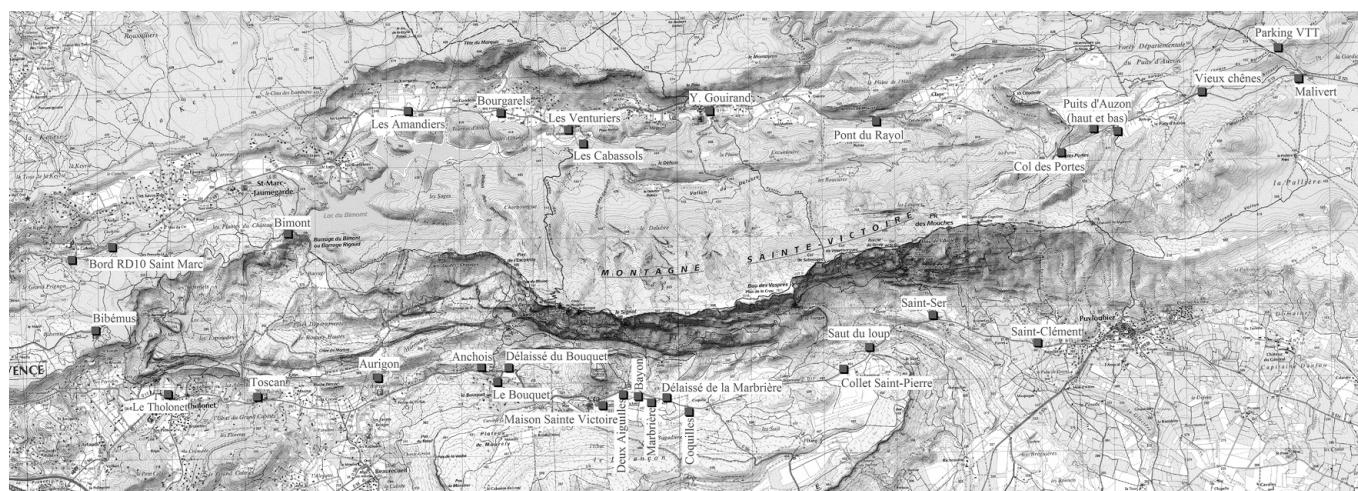
La fréquence des relevés réalisés ont permis d'acquérir des données représentatives de la fréquentation annuelle, puisque l'échantillon représente 60% de la fréquentation automobile et 66% de la fréquentation piétonne.

**Photo 2 :**  
Quatorze compteurs piétons positionnés en des points stratégiques alimentent l'évaluation de la répartition de la fréquentation  
*Photo © Grand Site Sainte-Victoire.*

## La méthodologie d'extrapolation

L'évaluation de la fréquentation annuelle totale sur le Grand Site résulte de la relation mathématique entre les comptages quotidiens de Roques-Hautes et les 64 comptages manuels réalisés sur l'ensemble des autres

**Fig. 1 :**  
Carte de localisation des 33 aires de stationnement.



parkings. Avec une fiabilité de 86%, elle a permis d'estimer le stationnement sur l'ensemble des parkings les jours « non-comptés » et donc le nombre total de véhicules associés à la fréquentation des espaces naturels.

D'autre part, le nombre de personnes par véhicule a été évalué à 2,5 à partir d'un échantillonnage sur 859 véhicules.

### La répartition de la fréquentation

2062 enquêtes cartographiques ont été conduites auprès des visiteurs à l'intérieur du massif, afin de repérer les différents itinéraires de randonnée. Ce dispositif a été renforcé par 14 points de comptage automatique des piétons positionnés sur les sentiers de grande affluence.

### La connaissance du public

L'enquête qualitative repose sur 1004 questionnaires renseignés sur sept points d'enquêtes (parkings répartis autour de la montagne). Des comparatifs ont pu être réalisés avec l'enquête qualitative spécifique qui a été menée auprès des visiteurs du domaine départemental de Roques-Hautes.

## La fréquentation annuelle des espaces naturels de la montagne Sainte-Victoire

La fréquentation annuelle des espaces naturels de la montagne Sainte-Victoire est estimée à 927 000 visites en 2010 (1<sup>er</sup> avril 2009 au 30 mars 2010). En comparaison, les sites du Pont du Gard et du Puy de Dôme accueillent respectivement 1,2 million et 430 000 visiteurs (2005-2006).

En 1995, date de la précédente enquête, la fréquentation annuelle avait été évaluée à 725 000 visiteurs. On constate donc une aug-

mentation de 28% sur une période de 15 ans, soit une moyenne d'un peu moins de 2% d'évolution par an.

Cette progression peut être qualifiée de mesurée au regard du fort développement du bassin démographique local et de l'engouement croissant du grand public pour la pratique de la randonnée.

Le printemps et l'automne représentent environ 60% de la répartition annuelle de la fréquentation (Cf. Fig. 2).

### **Zoom sur la saison estivale**

#### Une fréquentation maîtrisée...

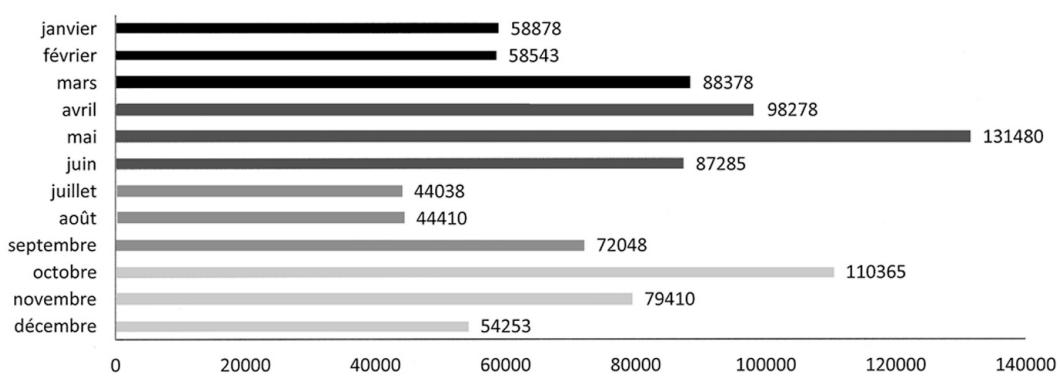
Le chiffre de 145 000 visites estimées sur trois mois (15 juin au 15 septembre), soit 16% de la fréquentation annuelle, peut paraître relativement faible si on le compare aux 40% des nuitées annuelles enregistrées entre juillet et août dans les Bouches-du-Rhône (Source CDT 13).

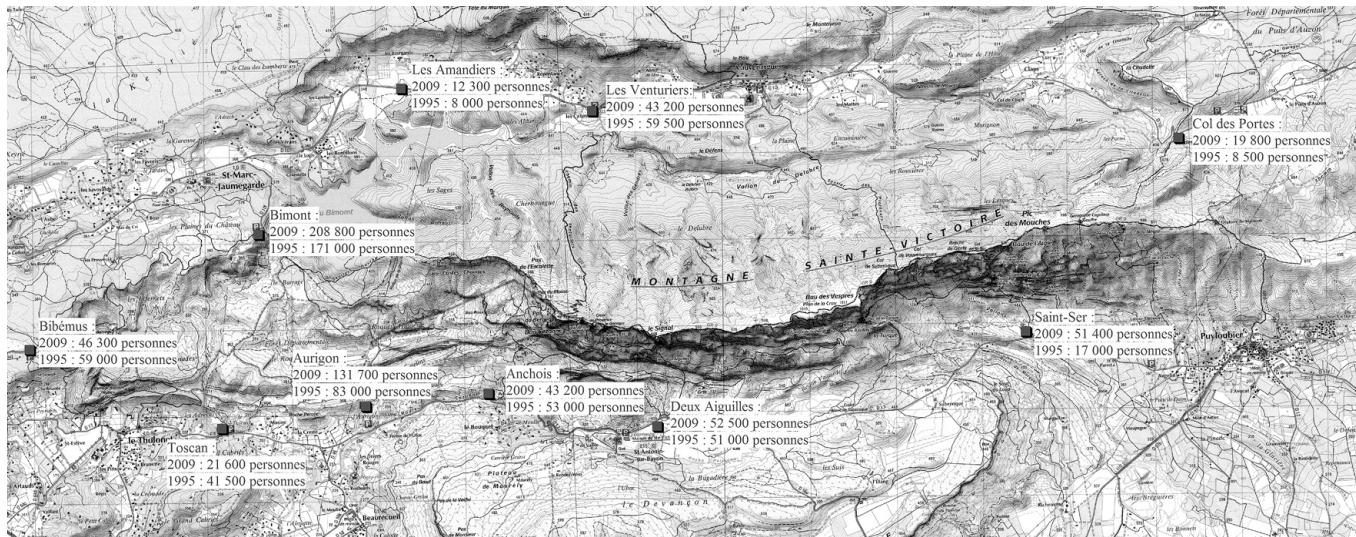
C'est clairement la conséquence d'un dispositif réglementaire de restriction de l'accès aux massifs naturels dans les Bouches-du-Rhône pendant la période estivale en raison des risques d'incendie. Mais il faut aussi considérer que c'est la période des fortes chaleurs et que le site ne recèle aucun point d'eau attractif.

#### ...qui se concentre sur certains secteurs...

Les zones qualifiées en ZAPEF (Zones d'accueil du public en forêt) connaissent une fréquentation, sur la période du 15 juin au 15 septembre, globalement supérieure en pourcentage par rapport au reste de l'année. Ainsi les parkings de l'Aurigon et du Bouquet (les deux seuls ouverts au sein du domaine départemental de Roques-Hautes) totalisent 20% du stationnement en période estivale. A l'inverse, Bimont passe de 16% l'été à 22,4% le reste de l'année.

**Fig. 2 :**  
Nombre de visites  
par mois.





...quel que soit le niveau de danger

La montagne Sainte-Victoire fait l'objet d'une fréquentation estivale quel que soit le niveau de danger météorologique. Ainsi, sur les ZAPEF, on constate une fréquentation moindre mais régulière, y compris en période d'interdiction (risque noir) :

- niveau « orange », soit 26 jours durant l'été 2009 avec une fréquentation moyenne de 194 pers./jour ;
  - niveau « rouge », soit 57 jours au total avec une fréquentation moyenne de 169 pers./jour ;
  - niveau « noir », soit 10 jours au total avec une fréquentation moyenne de 99 pers./jour.

Cela démontre l'importance d'une présence permanente sur le terrain (gardes du Grand Site et du Conseil général, assistants prévention incendie, Comités communaux des feux de forêt...), l'intérêt du poste estival de la gendarmerie sur la vallée de St Marc-Vauvenargues et la nécessité d'une information sans cesse renouvelée par les médias.

## La répartition de la fréquentation aux portes d'entrée

Les comptages des stationnements aux portes d'entrée montrent de très fortes disparités.

On constate un certain équilibre entre le nord (47%) et le sud (53%) de la montagne, avec cependant une inversion de proportion par rapport à 1995.

En revanche, l'ouest (74%) attire beaucoup plus de monde que l'est (26%).

Principaux parkings	Enquêtes		Evolution	
	1995	2010	En nombre de visiteurs	En %
Aurigon	83 000	131 700	+48 700	+59%
Bimont	171 000	209 000	+38 000	+22%
Saint Ser	17 000	51 400	+34 400	+ 200%
Col des portes	8 500	19 500	+11 000	+129%
Puits d'Auzon	9 000	14 400	+5 400	+60%
Deux-Aiguilles	51 000	52 000	+1 000	+3%
Anchois	53 000	43 200	-9 800	-18%
Bibémus	59 000	46 300	-12 700	-21%
Venturières	59 500	46 300	-13 200	-22%

Sur les 33 lieux de stationnement analysés, les deux parkings de Bimont et de l'Aurigon accueillent plus du tiers (37%) de la fréquentation. Bimont, sur la commune de Saint-Marc-Jaumegarde, est le site le plus fréquenté, puisqu'il accueille à lui seul plus d'un visiteur sur cinq (22,4%).

Et en globalisant toutes les aires de stationnement des secteurs Bimont et du domaine départemental de Roques-Hautes, on atteint 53% de la fréquentation de la montagne.

En termes d'évolution, comparativement à l'enquête de 1995 (Cf. Fig. 3 et Tab. I), on constate que les « gros » parkings sont ceux qui augmentent le plus en nombre de visiteurs. Cependant, les parkings de l'est de la montagne connaissent proportionnellement une progression spectaculaire.

La diminution de fréquentation de certains parkings s'explique par des aménagements qualitatifs qui ont stabilisé voire légèrement réduit la capacité d'accueil (Venturiers), ou modifié radicalement le mode d'accès (Bibémus).

**Fig. 3 et Tab. I  
(ci-dessus) :**  
Comparaison  
de la fréquentation  
annuelle des principales  
aires de stationnement  
en 1995 et 2010

Parkings	Nombre de jours de dépassement de la capacité	Déficit maximum de places
Saint-Ser	3	26
Venturiers	7	26
Bimont	4	146
Bibémus	13	44
Aurigon	22	109
Anchois	57	27
Bouquet	17	34

Tab. II :

Dépassement des capacités d'accueil de sept parkings sur Sainte-Victoire

## Zoom sur les pics de fréquentation

La fréquentation de Sainte-Victoire se caractérise par de très grandes disparités journalières en fonction de la période de l'année, des jours de la semaine et surtout des conditions météo qui orientent le choix des visiteurs. Cela tient notamment au fait que ces derniers sont surtout des locaux qui peuvent décider de leur venue au dernier moment.

Le site subit des pics de très forte fréquentation. Le principal pic d'affluence en 2009 s'est produit le lundi de Pâques, le 13 avril après-midi, avec 3 888 personnes présentes simultanément sur la montagne.

Cette caractéristique pèse sur les capacités d'accueil des aires de stationnement. D'une façon générale, on constate que les parkings

Fig. 4 (ci-dessous) : Les principaux itinéraires de promenade (nombre de passages à l'année).

Fig. 5 (en bas) : Les principaux itinéraires de randonnée (nombre de passages à l'année).

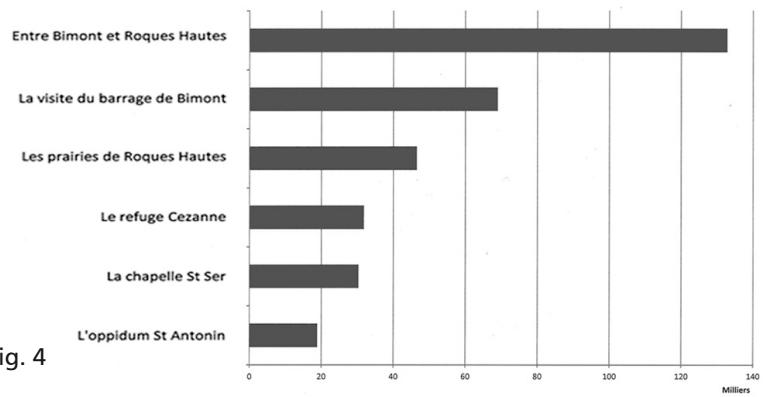


Fig. 4

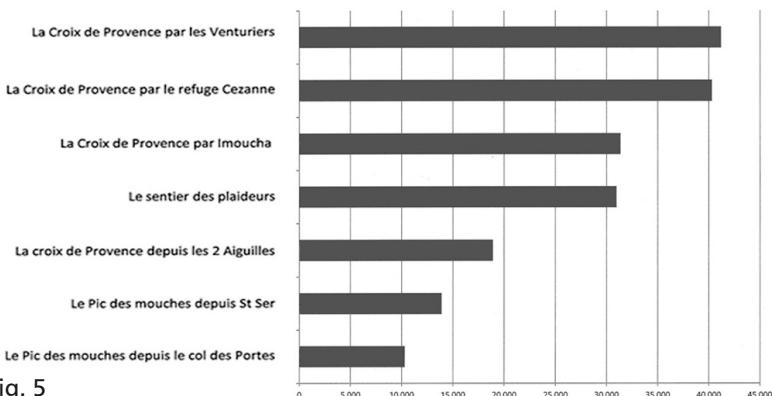


Fig. 5

aménagés jouent bien leur rôle en accueillant 90% du stationnement total. Le reste est du stationnement « sauvage » ou toléré en certains lieux.

Cependant, lors des journées d'affluence, quelques parkings subissent un dépassement de leur capacité d'accueil. Cela reste modéré, que ce soit au niveau du nombre de parkings et de journées concernés ou de l'ampleur de ces « débordements ». On peut noter que ce sont les sites les plus fréquentés qui sont touchés par ce dysfonctionnement.

Ainsi sur une année, sept parkings ont dépassé leur capacité d'accueil au moins une fois dans l'année (Cf. Tab. II).

## La répartition de la fréquentation à l'intérieur du site

Les itinéraires de promenade sont principalement situés aux environs des deux grandes zones de stationnement que sont Bimont et Roques-Hautes. Les sites bâtis comme la chapelle St-Ser, le refuge Cézanne ou le site archéologique de l'oppidum de Saint-Antonin drainent également une fréquentation importante et en développement (Cf. Fig. 4).

Pour ce qui concerne les itinéraires de randonnée, la Croix de Provence et le Pic des mouches sont les deux principales destinations (Cf. Fig. 5).

Les itinéraires d'accès des visiteurs à certains sites fréquentés de l'intérieur du massif, ou « nœuds de convergence », ont été analysés de façon précise :

- Croix de Provence : accès par les sentiers Imoucha (30%), les Venturiers (24%) et le sentier rouge du Pas de l'Escalette (28%) ;
- Refuge Cézanne : accès par le Plan de l'Anchois (71%), le sentier des Harmelins (16%) et le sentier marron (10%) ;
- Pic des Mouches : accès du Col des Portes (62%), du parking St-Ser (17%), par le GR9 ouest (14%), le GR9 est (6%).

La répartition spatiale des usagers souligne la part relative des secteurs les plus fréquentés dans l'ensemble du massif (Cf. Fig. 6). Les zones de tranquillité restent encore dominantes, principalement sur l'est de la montagne. Il apparaît cependant indispensable de maintenir une vigilance

particulière sur les parties ouest, en pré servant des zones de non ou faible fréquentation.

## Les visiteurs de la montagne Sainte-Victoire : qui sont-ils ?

La répartition des visiteurs dans les différentes classes d'âge reste assez homogène. Il en résulte une tranche moyenne d'âge de 40 à 50 ans. La proportion d'hommes est nettement supérieure à celle des femmes.

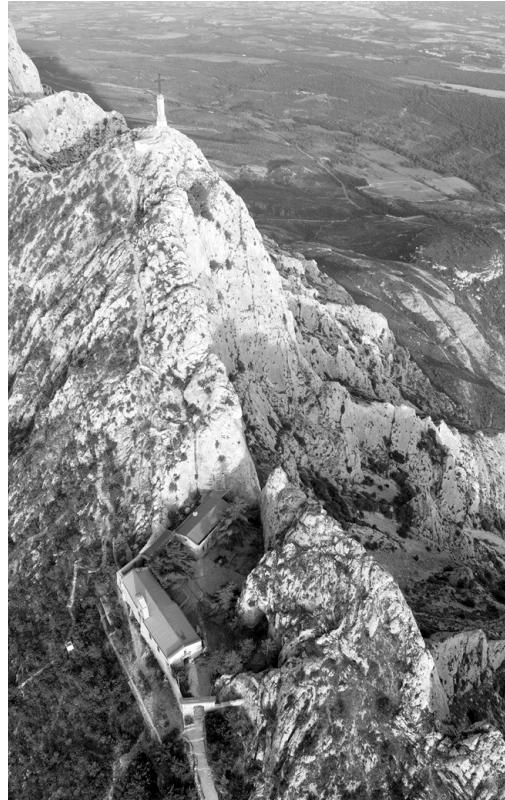
La très grande majorité des visiteurs est de nationalité française (94%).

Les retraités, 26,9% (pour 8,2% en France selon le recensement INSEE 2007), sont la catégorie professionnelle la plus représentée, juste devant les cadres et professions intellectuelles supérieures (25,3%) et les employés (21%) (Cf. Fig. 7).

## D'où et comment viennent-ils ?

70,5% sont des habitués du site. Si l'on observe une grande disparité dans la fréquence des venues sur le site, entre 2 à 200 fois par an, on peut situer la médiane à 30 venues annuelles.

Cela peut s'expliquer par une très forte affinité avec la montagne, mais aussi par leur grande proximité. Les trois quarts viennent de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, 67% du département des Bouches-du-Rhône. Ce dernier chiffre atteint 81% pour le domaine départemental de Roques-Hautes.

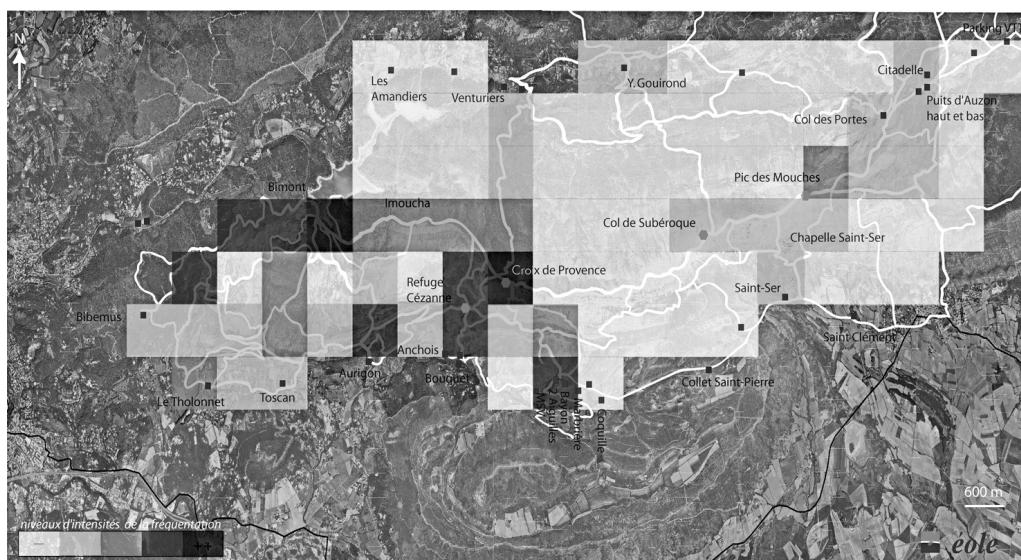


**Photo 3 :**  
La Croix de Provence  
est l'une des principales  
destinations  
des randonneurs.  
© Grand Site Sainte-  
Victoire, G. Flayols

Le transport individuel est très largement privilégié pour venir sur le site, et notamment la voiture pour 90,3% des enquêtés. Les transports en commun ne sont utilisés que par 2,2% des visiteurs, ce qui représente 55 personnes par jour sur l'année.

## Pour quelle visite ?

Le site est visité en famille ou entre amis, avec en moyenne 1 enfant pour 2 adultes. Sans surprise, la marche est l'activité leader,



**Fig. 6 (ci-contre) :**  
Carte de répartition  
spatiale des visiteurs

Stationnement >20%\* ou point de passage > 100 000/an

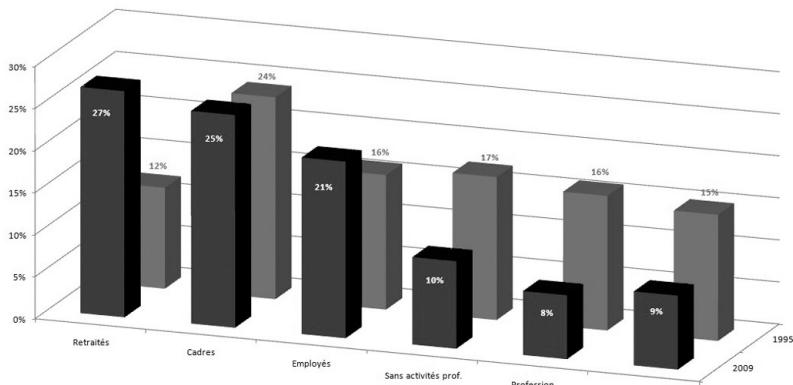
Stationnement > 10%\* ou point de passage > 50 000/an

Stationnement > 10%\* ou point de passage > 50 000/an

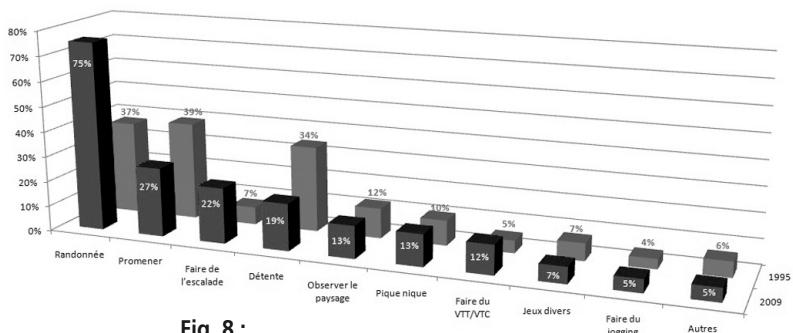
Stationnement > 5%\* ou point de passage > 30 000/an

Stationnement < 5%\* ou point de passage > 5 000/an

\*Du stationnement global

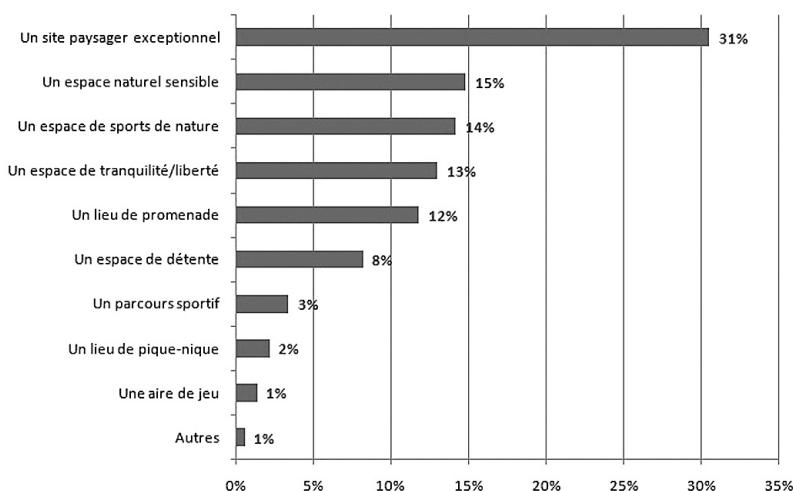


**Fig. 7 :**  
Répartition  
par catégories  
socioprofessionnelles des  
visiteurs (1995 et 2009).



**Fig. 8 :**  
Activités pratiquées  
(plusieurs choix possibles)  
en 1995 et en 2009.

**Fig. 9 :**  
Définition de l'identité du  
Grand Site Sainte-Victoire  
(premier choix).



75% des enquêtés disent venir pour randonner. Le caractère sportif de cette activité se confirme puisque la majorité des randonneurs (55%) restent plus de quatre heures sur site.

Les activités de détente (pique-nique, observation de la nature, contemplation...) sont bien présentes, mais en général associées à la promenade (Cf. Fig. 8).

Les visiteurs arrivent en majorité le matin avec un temps de visite de l'ordre de 3 à 4 h, alors que sur Roques-Hautes, ils viennent plutôt l'après-midi et restent en moyenne moins longtemps.

## Pourquoi choisir ce site ?

C'est avant tout la qualité intrinsèque du site (30,8%) et sa proximité (29,6%) qui motivent la venue sur Sainte-Victoire. La perception du site va dans le même sens, puisque la majorité des visiteurs définissent le Grand Site Sainte-Victoire comme un site paysager exceptionnel (71,7%, dont 31% en premier choix). Et ils sont 40% à qualifier le site comme un espace de sports de nature (Cf. Fig. 9).

## Un site connu par son nom

92,7% des visiteurs utilisent le nom « Sainte-Victoire » pour qualifier le lieu où ils se trouvent. Parmi eux, seulement 12,7% disent spontanément se trouver dans le « Grand Site Sainte-Victoire », mais près de 30% sont capables de faire le lien entre la montagne Sainte-Victoire et le label Grand Site de France.

## Le regard des visiteurs

### Une satisfaction générale vis-à-vis des équipements et aménagements

99,4% des personnes interrogées sont satisfaits de leur venue sur le Grand Site Sainte-Victoire.

22,2% des répondants ont des attentes particulières en termes d'équipement. Dans la liste proposée, près de 30% d'entre eux pensent que le balisage et la signalisation de randonnée doivent être renforcés (Cf. Fig. 10).

Concernant la signalétique d'accueil, il s'agit surtout de panneaux directionnels à

partir des sorties d'autoroute et depuis la ville d'Aix-en-Provence. La signalétique d'accueil sur le site est en revanche bien appréciée (Cf. Fig. 11).

Des demandes particulières ont été émises de la part des habitués qui pratiquent une activité sportive : les parapentistes souhaitent notamment l'installation d'une balise (qui sera installée en 2011) et les grimpeurs aimeraient une amélioration dans l'équipement des voies.

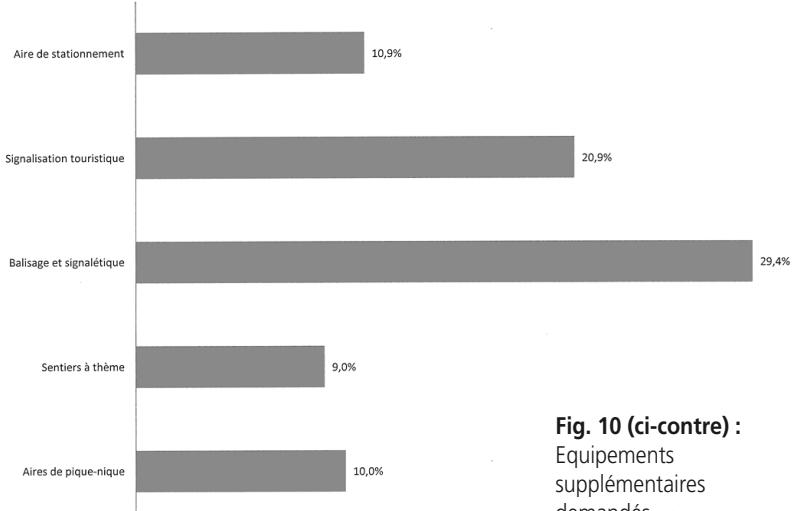
## Conclusion

Avec près d'un million de visites annuelles, la montagne Sainte-Victoire est un site naturel très fréquenté qui se place au même niveau que des sites tels que le Pont du Gard ou le Puy de Dôme. Même si la notoriété mondiale de cette montagne est reconnue, l'enquête montre que la majorité des visiteurs sont des résidents « locaux » qui choisissent le site pour sa proximité et ses qualités « naturelles ». Ainsi, si un tiers d'entre eux découvrent le site, les autres sont des habitués qui viennent toute l'année. Cette prépondérance des locaux accentue le besoin d'une communication locale bien ciblée (médias, associations, diffusion boîtes aux lettres...).

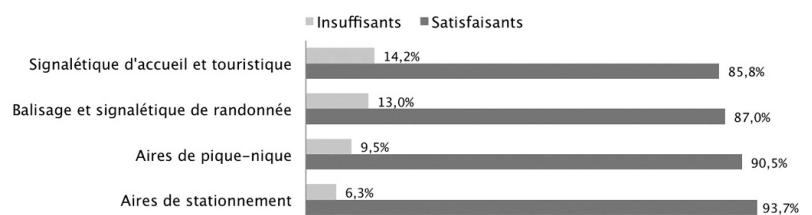
Les visiteurs étant principalement des actifs, les week-ends et les jours fériés sont largement privilégiés. Si on ajoute le facteur météorologique, cela provoque des flux très inégaux dans le temps, avec des jours où la fréquentation est quasi nulle et, à l'inverse, des pics avec un nombre de visites journalières très élevé. Cette caractéristique entraîne des difficultés d'aménagement des lieux d'accueil. Pour calibrer leur capacité, le gestionnaire a choisi l'option de ne pas se baser sur ces extrêmes qui ne concernent qu'une dizaine de jour par an, mais sur une moyenne haute révélée par l'étude.

La fréquentation est également inégale dans l'espace avec certains lieux qui concentrent la très grande majorité du public. Si certains rééquilibrages spatiaux seront recherchés, ils intègrent néanmoins la volonté de conserver l'essentiel du territoire dans une situation de « tranquillité » qui réponde aux enjeux de préservation du patrimoine naturel.

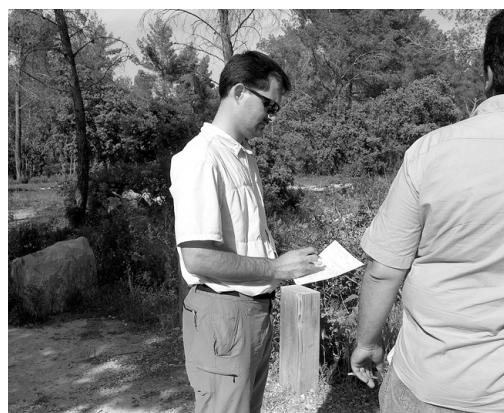
Au niveau qualitatif, sans surprise, les visiteurs viennent sur Sainte-Victoire pour pratiquer la randonnée pédestre.



**Fig. 10 (ci-contre) :**  
Equipements supplémentaires demandés.



**Fig. 11 (ci-dessus) :**  
Opinion vis-à-vis des aménagements et équipements existants.



**Photo 4 (ci-contre) :**  
Un garde nature récole auprès des visiteurs leur itinéraire de promenade.  
*Photo © Grand Site Sainte-Victoire, B. Coulet.*



**Photo 5 (ci-dessous) :**  
La signalétique d'accueil sur le site est appréciée des visiteurs.  
*Photo © Grand Site Sainte-Victoire, V. Paul.*

**Philippe MAIGNE**  
Directeur

**Marc VERRECCHIA**  
Responsable  
scientifique  
Grand Site Sainte-  
Victoire  
Ferme de Beaurecueil  
66 allée des Mûriers  
13100 Beaurecueil  
Tél. : 04 42 64 60 90  
Fax : 04 42 64 60 99  
marc.verrecchia@grand-  
sitesaintevictoire.com

L'enquête confirme l'enjeu d'assurer la compatibilité entre l'image d'un site paysager et naturel exceptionnel et un espace de sports de nature. Cet équilibre se confirme au niveau des attentes des visiteurs qui souhaitent privilégier la préservation des qualités naturelles du site avec des aménagements minimalistes, tout en revendant un certain niveau de sécurité et de signalétique.

Enfin, les visiteurs sont quasi unanimement satisfaits de leur visite. Pour autant, cela ne signifie pas qu'il n'y a plus rien à faire. Bien au contraire, les efforts de gestion doivent se poursuivre pour offrir une perception d'un site accessible que l'on peut approcher tout en conservant son caractère naturel et majestueux.

**Ph.M., M.V.**

## Résumé

---

Le Grand Site bénéficie d'une forte notoriété liée à la montagne Sainte-Victoire. Pour les Provençaux, il constitue un élément à part entière de leur paysage et de leur vie quotidienne. Le Grand Site Sainte-Victoire, en charge de la gestion de cet espace naturel, s'est fixé comme objectif : la maîtrise de la fréquentation, la limitation des impacts sur l'environnement et le respect des acteurs locaux. Une connaissance qualitative et quantitative de la fréquentation est indispensable pour aider à la mise en œuvre de cette politique. En 2009-2010, ce travail a été confié au groupement Eole-Traces TPi afin d'estimer le nombre et les flux d'usagers, comprendre comment la fréquentation s'organise, connaître les profils, comportements et attentes du public et évaluer les évolutions depuis la précédente enquête de 1995. Les résultats sont pleins d'enseignement : 927 000 visites par an, une augmentation de 28% en quinze ans, une majorité d'habitants du département qui viennent régulièrement, des pics de fréquentation les week-ends et beaux jours de printemps et d'automne, des « spots » de fréquentation privilégiés par les visiteurs et globalement une grande satisfaction. Il s'agit de s'appuyer sur cette connaissance pour poursuivre les efforts de gestion afin d'offrir une perception d'un site accessible que l'on peut approcher tout en conservant son caractère naturel et majestueux.

## Summary

---

### Public use of the Sainte-Victoire mountain

The defined natural area *Grand Site Sainte-Victoire* enjoys widespread renown on account of the Sainte-Victoire mountain. For the people of Provence, the Sainte-Victoire is an essential part of their landscape and of their day-to-day life. The *Grand Site Sainte-Victoire*, the entity in charge of managing this natural area, has as its aims the overall control of visiting, limiting impact on the environment and respect for local stakeholders. Successful implementation of this policy necessarily requires knowledge of who uses the site and how often. To this end, in 2009-2010 the tandem Eole-Traces Tpi was given the task of estimating the number and flow-patterns of users, how usage and visits are organised, of profiling the type of public using the site along with their behaviour and expectations, and assessing changes that may have occurred since the last survey in 1995. The results represent a bounty of information : 927 000 visits per year, up 28% over 15 years, a majority of the resident population in the surrounding *département* (Bouches-du-Rhône) come here regularly, visits peak on weekends and on beautiful days in spring and autumn, « hotspots » favoured by visitors and, overall, great satisfaction. It remains to use this information as a springboard to pursue management that will ensure the site is perceived as accessible but not at the cost of its natural character and majesty.

## Resumen

---

### La frecuentación de la montaña Sainte-Victoire

El gran parque (*Grand Site*) de la Sainte-Victoire beneficia de una gran notoriedad gracias a la montaña que lo habita. Para los provinciales, éste constituye un elemento de su paisaje y de su vida cotidiana. El gran parque Sainte-Victoire, que se ocupa de la gestión de este espacio natural, ha establecido como objetivo el control de la frecuentación, la limitación de los impactos sobre el medioambiente y el respeto de los actores locales. Un conocimiento cualitativo y cuantitativo de la frecuentación es indispensable para ayudar a la implementación de dicha política. En el 2009-2010 ese trabajo ha sido confiado al grupo Eole-Traces TPi afín de estimar el número y el flujo de los usuarios, comprender como se organiza la frecuentación, conocer los perfiles de comportamientos y expectativas del público y evaluar las evoluciones desde la última encuesta de 1995. Los resultados aportan un sinfín de enseñanzas: 927 000 visitas por año, un aumento de 28% en quince años, de los cuales la mayoría son habitantes del departamento que vienen regularmente. Los picos de frecuentación los fines de semana y días soleados de primavera y de otoño, los "puntos clave" de frecuentación privilegiada por los visitantes y globalmente una gran satisfacción. Se trata de partir de dichas informaciones para seguir con los esfuerzos de gestión en vista de ofrecer al público un sitio accesible al cual se puede ir pero que necesita ciertos cuidados para conservar su carácter natural y majestuoso.