



ÉCOLE POLYTECHNIQUE DE L'UNIVERSITÉ FRANÇOIS RABELAIS DE TOURS

Spécialité Génie de l'Aménagement et Environnement

Adresse :

35 allée Ferdinand de Lesseps

37200 TOURS, FRANCE

Tél +33 (0)2 47 36 14 62

www.polytech.univ-tours.fr

Rapport de stage de fin d'études 2015

Schéma Territorial de Signalétique Touristique

Entreprise :

Agence de Tourisme de la Corse

17, Boulevard du Roi Jérôme – BP 19 20181, Ajaccio cedex 01

Tuteur Entreprise :

Moretti Jean-Louis

Responsable du Pôle Développement & Promotion

Tuteur académique :

Savourey Catherine

Etudiant :

Guillaud François-Xavier

Promotion 2015

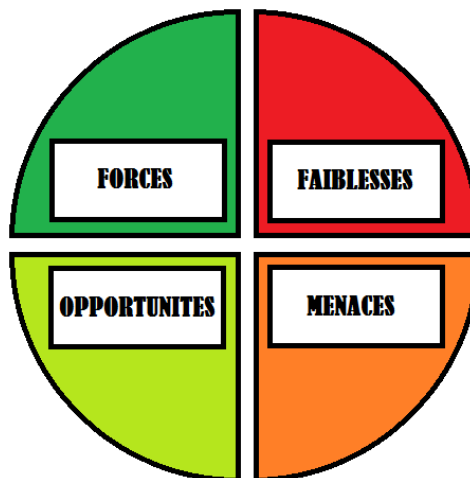


Diagramme SWOT : Faisabilité du projet de la

Mise en place d'un schéma de signalétique touristique à l'échelle régionale

- Peu de projets d'envergure développés sur le territoire Corse entier
- Véritable volonté de la part de la plupart des acteurs rencontrés de mutualiser les panneaux de signalétique touristique afin d'obtenir une cohérence et de lutter contre l'affichage sauvage
- Existence de plusieurs actions de mise en valeur du patrimoine corse et de l'intérieur des terres
- Capacité d'accueil, d'activités et d'hébergement suffisante à l'intérieur des terres pour attirer un plus grand nombre de touristes

- Possibilité d'obtenir une cohérence, un "guide" pour les porteurs de futurs projets de signalétique touristique
- Réduire considérablement l'affichage sauvage et la pollution visuelle qu'il entraîne
- Permettre aux touristes de mieux se repérer une fois arrivés sur l'île
- Orienter les touristes vers certains sites qu'ils n'iraient pas nécessairement visiter par eux-mêmes (terroir) et essayer de les faire rester plus longtemps grâce aux projets / équipements mis en place



- Affichage sauvage particulièrement présent et polluant visuellement
- Touristes désorientés, manquant tantôt d'informations ou au contraire ayant trop d'informations à la fois
- Peu de concertation lors des quelques projets de signalétique touristique, manque d'organisation
- Nécessité d'une "mise en tourisme" préalable de nombreux sites avant de penser à mieux les signaler

- Beaucoup d'acteurs impliqués, territoire de taille importante : divergence entre intérêts locaux et intérêts régionaux
- Ajout d'une nouvelle "couche" de panneaux, redondance des informations et pollution visuelle
- Perte de l'identité et des spécificités de chaque territoire avec une sorte d'uniformisation
- Evolution dans le temps des panneaux, pertinence du support pour passer de l'information

FORCES

1) Peu de projets d'envergure développés sur le territoire Corse entier

La signalétique relève du Code de la Route et est une compétence appartenant aux gestionnaires de voirie. Les publicités, enseignes ou préenseignes relèvent quant à elles du Code de l'Environnement et sont une compétence du Préfet Départemental en général, ou bien du maire ou de l'EPCI correspondante en cas de Règlement Local de Publicité (RLP). La mise en place de projets de signalétique touristique peut néanmoins être à l'initiative d'organismes opérant à d'autres échelles. Sur le continent, on retrouve ainsi des Chartes de Signalétique Touristique à l'échelle des EPCI, des pays (comme le Pays de Figeac) voire des départements, comme ça a été le cas pour l'Orne ou pour les Vosges. Cela peut également être le cas pour certains Parcs Naturels (Parc Naturel Régional de la Camargue) ou encore pour divers organismes, comme les « Routes des Vins » (Route des Vins d'Alsace par exemple). En Corse, on note certes un manque d'organisation autour de la signalétique touristique et une multiplication du nombre de « couches » différentes qui prennent la forme d'une multitude de panneaux sans grande cohérence entre eux ; mais peu des acteurs de la signalétique touristique ont œuvré à une grande échelle, si bien qu'il n'y a pas beaucoup de projets déjà en place qui risquent de s'opposer à la réalisation d'une Charte de signalétique à l'échelle régionale et qui viendrait à l'encontre de leurs travaux. Parmi les principaux projets existants (donc dont les panneaux sont déjà en place), on note toutefois :

- La « Route des Sens Authentiques », qui possède sa propre charte graphique et qui recouvre l'ensemble du territoire de la Corse,
- La « Route des Vins », qui possède également sa propre charte graphique, mais dont les panneaux ne sont posés que sur le territoire de deux AOC, situés en Haute-Corse (Patrimonio et Calvi),
- Le Parc Naturel Régional de la Corse, qui représente 40% de la superficie insulaire, possède sa propre charte graphique depuis 1999, mais dont les panneaux implantés en cohérence avec cette dernière ne sont situés que sur trois « microrégions pilotes », faute de financements,
- Le Conseil Général, qui a prévu pour fin 2015 la mise en place d'un grand nombre de panneaux de mise en valeur du patrimoine naturel et bâti sur les 124 communes de la Corse du Sud, avec une Charte de Signalétique en cohérence avec celle du parc,
- La Balagne, qui a pris les devants en créant une charte graphique relative à tout son pays touristique et qui a déjà posé 160 panneaux de signalétique touristique piétonne, comprenant des RIS (11 fois 4 panneaux), des totems d'entrée de territoire (5), des panneaux de site (83), des bornes de visite communale (5), des tables d'orientation (11), des tables de lecture du paysage (6) et des points d'information (6).

FORCES

2) Véritable volonté de la part de la plupart des acteurs rencontrés de mutualiser les panneaux de signalétique touristique afin d'obtenir une cohérence et de lutter contre l'affichage sauvage

Parmi les nombreux acteurs rencontrés, qui comprennent à la fois les directeurs (ou au moins un représentant) de chacun des 9 pôles touristiques ainsi que des acteurs de la signalétique ou de projets incluant la signalétique touristique ; la plupart d'entre eux étaient globalement pour l'idée de mettre en place une charte de signalétique touristique commune à la Corse entière, afin d'obtenir une certaine cohérence au niveau des panneaux ainsi que pour mieux diriger les flux touristiques et lutter contre l'affichage sauvage. Selon les différents avis recueillis, il arrive fréquemment que les touristes soient désorientés voire totalement perdus dans le flou d'information. Il est donc d'une importance primordiale qu'ils bénéficient d'une meilleure visibilité, et cela passe par un cadre régional global à respecter. « *Le touriste a besoin d'informations. Ce n'est pas à lui de les chercher, c'est à nous de les lui donner.* ». Ce cadre devra permettre les pôles des pays touristiques de mieux coordonner les opérations de mise en valeur du patrimoine, grâce à une charte claire et cohérente. « *Cela relève de l'intérêt du territoire corse et de sa cohérence : réussir à avoir neuf pôles forts passe par là.* ». Il devient nécessaire de mieux structurer la signalétique touristique à l'échelle de l'île : « *ça devient compliqué d'être touriste en Corse : la pollution visuelle est engendrée parce-que tout le monde voit son intérêt particulier* ».

En revanche, certaines personnes interrogées sont sceptiques quant à l'utilité de cette démarche (peu d'impact sur les flux touristiques) ou quant à la possibilité de trouver un consensus parmi le flot d'acteurs concernés. Enfin, d'autres acteurs pensent que la priorité n'est pas d'uniformiser les panneaux de signalétique pour aboutir à une certaine cohérence : avant de réguler les projets de signalétique ou de penser à une signalétique touristique généralisée sur toute la Corse, il faudrait penser à régler le problème de l'affichage sauvage (enseignes, préenseignes et publicités) et commercial, ou encore à la mise en tourisme des sites que l'on souhaite valoriser.

FORCES

3) Existence de plusieurs actions de mise en valeur du patrimoine corse et de l'intérieur des terres

Parmi les principaux objectifs de l'ATC en matière de développement touristique de l'île, on note un rééquilibrage des flux touristiques à la fois dans le temps (réussir à capter une plus grande population touristique hors saison) et dans l'espace (donc du littoral, qui est plutôt en sur fréquentation l'été, vers l'intérieur des terres et le terroir). C'est d'ailleurs entre autres pour répondre à cet objectif que la Charte de signalétique à l'échelle régionale devrait être mise en place.

Mais à l'échelle locale, nombreuses sont les actions et initiatives visant à mettre en valeur le terroir et le patrimoine corse. Ainsi, on note :

- Les différentes « routes » (Route des Sens Authentiques, Route des Vins, « A Balanina » et « Strada Musicale » en Balagne),
- Le projet de signalétique porté par le Conseil Général de Corse du Sud, s'inscrivant dans la démarche globale de Plan de Développement Durable des Activités de Pleine Nature (APN),
- Les sentiers de randonnée,
- Les sentiers du patrimoine (notamment en Castagniccia Mare & Monti ou en Corse du Sud...),
- La création d'un réseau d'itinéraires de randonnées intercommunal dans le Nebbiu passant par les villages à l'intérieur des terres,
- Les « Rendez-vous de la Corse Orientale,
- Etc.

Les acteurs du tourisme en Corse ont donc pleinement conscience de l'intérêt touristique du terroir corse et ont déjà la volonté de le mettre en valeur. En ce sens, les pôles des différents Pays Touristiques seront plus à même de définir les sites qu'ils souhaitent valoriser grâce à l'implantation de panneaux de signalétique, que ce soit des Sites d'Intérêt Régionaux (SIR) ou non.

FORCES

4) Capacité d'accueil, d'animation et d'hébergement suffisante à l'intérieur des terres pour attirer un plus grand nombre de touristes

Cette volonté quasi unanime de rediriger les flux touristiques vers l'intérieur de l'île est également accompagnée par plusieurs facteurs intéressants : l'arrière-pays (et notamment au sein du Cap Corse ou du Nebbiu) a vu l'installation récente de nouveaux hôtels qui permettent d'espérer recevoir plus de touristes. La capacité hôtelière n'est donc pas un frein à la réception d'un flux de touristes plus conséquents, il est même imaginable d'attirer ces derniers vers les terres sur une durée plus longue qu'à la journée par exemple. De plus, comme nous l'avons vu précédemment, il y a une réelle volonté de la part des acteurs du tourisme d'accroître la fréquentation touristique à l'intérieur des terres, si bien que de plus en plus d'activités commencent à s'y structurer. Il faut noter que même si le tourisme en Corse est à dominante littorale, l'attractivité de l'intérieur était beaucoup plus faible il y a vingt ans. L'ambition doit donc être graduelle : il s'agit d'abord d'essayer de faire passer plus de temps aux touristes dans les terres, afin de lancer un « cercle vertueux », qui aura un impact sur tout le tissu économique local et pour qu'au final le tourisme de passage devienne un tourisme de séjour.

C'est ainsi que la philosophie de certains pôles touristiques n'est pas d'attirer un tourisme de masse en des lieux déjà (sur)fréquentés (comme les littoraux), mais plutôt de « *savoir accueillir les gens simplement, réussir à leur faire prendre le temps de découvrir tout le territoire et en particulier les habitants qui y vivent, rendre la destination proche et disponible pour les saisonniers et essayer de les rendre sédentaires à l'année* ». Le pôle attractif devrait être le village (c'est-à-dire « *là où il y a la vie* ») et non pas les plages.

FAIBLESSES

1) Affichage sauvage particulièrement présent et polluant visuellement

L'affichage sauvage est particulièrement présent en Corse et engendre une pollution visuelle, notamment au sein des nombreux espaces naturels dont l'île bénéficie, qu'ils soient protégés comme c'est le cas pour le parc ou non. Il est difficile de lutter contre ce problème qui a tendance à banaliser le paysage car les maires, qui sont censés en être responsables en qualité de gestionnaire de leur voirie communale (mise en place de la signalisation, donc des RIS et SIL), n'ont pas les moyens d'agir efficacement. De même, malgré le fait que l'affichage sauvage est un problème qui peut et doit être résolu par les préfets ; puisqu'ils sont l'autorité compétente en matière de publicité, enseignes et préenseignes hors dans le cas d'un RLP (donc pour les villes d'Ajaccio et de Bastia) ; l'échelle départementale semble trop grande pour lutter efficacement contre un tel problème, malgré les 300 procédures de police actuellement en cours.

Lors des entretiens effectués, l'affichage sauvage a été identifié comme le principal problème en lien avec la signalétique, plus que les problèmes d'orientation des touristes : « *Cela devient compliqué d'être touriste en Corse : la pollution visuelle est engendrée parce-que tout le monde voit son intérêt particulier* ». L'affichage sauvage est omniprésent : « *n'importe-qui fait n'importe-quoi* », on relève un « *manque de cadrage* ». Il faut en réalité donner les moyens aux entités administratives compétentes de gérer le problème, pour mettre en place des SIL mais l'argent manque partout, si bien que la résolution de ce problème semble difficile à l'heure actuelle. Si l'on supprimait tous les panneaux publicitaires, enseignes et préenseignes sauvages, les commerçants et acteurs du développement économique de l'île perdraient largement en visibilité et par conséquent en chiffre d'affaire, il faut donc trouver des solutions techniques et financières pour remplacer l'affichage sauvage par des SIL. Parmi ces solutions, il existe la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure (TLPE) qui peut être imposée par la commune ou l'EPCI et qui est imposée aux annonceurs et publicitaires dont les publicités, enseignes et préenseignes ne sont pas conformes à la loi. En revanche, la TLPE ne semble pas encore porter ses fruits en Corse au vu de l'omniprésence de panneaux sauvages. Toutefois, on peut noter que selon certains interlocuteurs, il arrive parfois que l'affichage sauvage possède un avantage : là où la directionnelle manque, les panneaux sauvages prennent ce rôle et sont donc utiles aux touristes, même s'ils demeurent polluants visuellement. Si l'on décidait de mener une campagne contre l'affichage sauvage tout en implantant des panneaux de signalétique touristique (type SIL), il faudrait donc hiérarchiser les panneaux sauvages les plus polluants visuellement et qui n'ont pas ou peu d'intérêt en termes de signalétique directionnelle.

FAIBLESSES

2) Touristes désorientés, manquant tantôt d'informations ou au contraire ayant trop d'informations à la fois

Lorsque les touristes arrivent sur l'île et qu'ils ne connaissent pas la Corse et ses itinéraires aussi bien que ses habitants ou ses habitués, il arrive qu'ils ne sachent pas s'orienter aisément, notamment dans le cas où ils ne sont pas équipés de dispositifs GPS. Cela peut être le cas lorsque les panneaux manquent, ou au contraire lorsque l'affichage sauvage est omniprésent : face au trop grand nombre d'informations, il devient alors difficile de repérer les panneaux réellement utiles à la direction. On peut ainsi retrouver différentes « couches » de panneaux, parmi lesquels on compte :

- Les panneaux directionnels qui guident l'utilisateur en déplacement vers les destinations à moyenne et longue distance, gérés par les communes (voiries communales), par le Conseil Général (routes départementales) ou encore par la CTC (routes nationales),
- Les panneaux d'indication qui guident l'utilisateur en indiquant les services ou équipements de proximité, gérés par les EPCI ou les communes,
- Les panneaux de localisation qui permettent de repérer les entrées de villes, les lieux dits, etc., gérés par les communes,
- Les RIS qui informent l'utilisateur des attractions et équipements communaux, gérés par les EPCI ou les communes,
- Les panneaux de SIL, qui guident l'utilisateur vers les services et équipements de proximité, gérés par les communes ou les EPCI,
- Les publicités ou préenseignes (les plus nombreux), qui appartiennent à divers annonceurs ou publicitaires et qui font partie pour la plupart de la catégorie de l'affichage sauvage.

Ainsi, certains endroits stratégiques, comme les entrées de ville, les ronds-points ou les grands axes, voient s'implanter une multitude de panneaux, ce qui rend la lecture de ces derniers quasi impossible (voire insécuritaire) pour les automobilistes, tandis que dans certains endroits on trouve des panneaux manquants, arrachés, percés d'impacts de balles ou simplement inexistants : dans les deux cas, ce sont les touristes qui en paient le prix fort car leur orientation n'en est que plus difficile.

FAIBLESSES

3) Peu de concertation lors des quelques projets de signalétique touristique, manque d'organisation

Les quelques projets de signalétique touristique ayant vu le jour en Corse lors des dernières années, ou alors les projets qui sont actuellement en cours sur le territoire corse ont souvent cherché à répondre à des enjeux locaux, mais n'ont pas souvent mis en place une démarche de concertation qui réunisse tous les acteurs concernés par le projet. C'est ainsi que l'ODARC a par exemple implanté de nombreux panneaux visant à indiquer les agriculteurs, exploitants ou artisans appartenant à la Route des Sens Authentiques, leur assurant ainsi une meilleure visibilité, une augmentation de la fréquentation touristique puis du chiffre d'affaires, mais sans forcément prendre en compte les acteurs préexistants, comme c'était le cas de la « Route des Artisans » en Balagne.

De même, les communes, les offices de tourisme, ou les EPCI mettent ou ont mis en place des panneaux sur leurs territoires respectifs, en prenant en compte l'existant mais sans adopter de démarche de concertation, ce qui permettrait de mieux répondre à des objectifs à plus grande échelle. C'est ainsi que l'on a pu arriver à des superpositions de couches de panneaux, ainsi qu'à l'oubli de certaines attractions touristiques, notamment à l'intérieur des terres.

En revanche, le cas du PNRC, même si sa Charte Graphique nécessite d'être revue (et le sera normalement après 2017, année de l'obtention du nouveau Label du parc), est intéressant pour plusieurs raisons : en premier lieu, lors de la conception de cette Charte Graphique, le parc a mis en place une réelle démarche de concertation, ce qui n'est pas le cas dans les autres projets de charte de signalétique touristique corses. De plus, les objectifs de cette charte correspondent assez bien à l'objectif de la Charte de signalétique à l'échelle de la Corse sur laquelle nous travaillons. Il serait donc intéressant de s'en inspirer. Parmi ces objectifs, on note l'idée d'attirer les visiteurs vers l'intérieur de la Corse et prolonger la durée des séjours, de soutenir le développement de l'économie locale, d'intégrer la signalétique aux paysages ou encore de proposer une cohérence d'ensemble tout en tenant compte des spécificités locales. Enfin, la charte graphique du parc est déclinable et a déjà été reprise, notamment pour le projet en cours du Conseil Général de la Corse du Sud : elle tend donc à prendre une place plus importante sur le territoire corse. La charte graphique du parc, même si elle n'est pas reprise au sein de notre projet, pourrait cependant lui servir d'exemple au moins pour ses grands objectifs et pour les phases de concertations qui lui ont permis de voir le jour.

FAIBLESSES

4) Nécessité d'une « mise en tourisme » préalable de nombreux sites avant de penser à mieux les signaler

Enfin, vouloir offrir une meilleure visibilité à des sites touristiques qui ne sont pas reconnus à leur juste valeur est une idée intéressante, qui va dans le sens d'un rééquilibrage des flux touristiques, mais le revers de la médaille se situe dans la capacité de certains de ces sites à engranger un flux de touristes plus conséquent : en effet, avant de penser à les mettre en valeur, il y a préalablement la nécessité de les mettre en tourisme avant de les signaler (NB : en ce sens, cette nécessité de mise en tourisme préalable peut être vue comme une opportunité et non comme une faiblesse). Par exemple, pour le cas de la Corse du Sud, « *Certaines portions des sentiers du Littoral ne sont actuellement plus en état d'accueillir un certain flux touristique et doivent d'abord être remises en état* ».

De même, selon Pierre-Marie Luciani, inspecteur des sites de la DREAL, la Corse est peut-être encore trop dans le « protéger » alors qu'il faudrait se tourner vers le « mettre en valeur », comme ça a été le cas avec les opérations « Grands Sites de France ». La politique des Grands Sites de France ne se contente pas de préserver des espaces sensibles / privilégiés exceptionnels, mais recherche un équilibre entre conservation et mise en valeur, ce qui n'est pas assez le cas en Corse en général. Sur l'île, on retrouve deux sites appartenant à cette liste des Grands Sites de France : la pointe de la Parata et la vallée de la Restonica. Ces sites ont donc été réaménagés pour permettre de recevoir un flux de touristes plus conséquent, tout en préservant l'environnement. Parmi les réaménagements que l'on note, on relève le déplacement des parkings pour voitures, reculés par rapport à leur emplacement initial afin de favoriser l'accès aux modes de transports doux, tels que le vélo ou la marche à pied. On note également une meilleure signalisation de ces deux sites, que ce soit en amont (visibilité depuis les grandes villes) ou en aval (accessibilité au sein même du site). Selon Pierre-Marie Luciani, cette démarche « Grands Sites de France » est très intéressante et la vingtaine de sites classés que l'on retrouve en Corse pourrait bénéficier de cette dernière.

OPPORTUNITÉS

1) Possibilité d'obtenir une cohérence, un « guide » pour les porteurs de futurs projets de signalétique touristique

Parmi les principaux avantages qui découleront de la mise en place de ce schéma, on note l'idée d'obtenir une cohérence générale au niveau de la signalétique. Cette cohérence permettra, sur le long terme (d'ici 25 / 30 ans) d'obtenir des panneaux de signalétique touristique qui, sans forcément être identiques sur tout le territoire, seront compréhensibles rapidement et efficacement pour toutes les personnes arrivant en Corse, et qui se déplaceront à travers les différents Pays Touristiques. En revanche, au vu du coût de la création et de l'implantation des panneaux de signalétique, l'efficacité de cette démarche ne pourra être mesurée que sur le long terme, lorsque les nouveaux projets d'implantation de panneaux de signalétique touristique seront implantés en cohérence avec la Charte et que les anciens panneaux, jugés obsolètes seront eux-mêmes remplacés par des panneaux également en cohérence avec la Charte régionale.

Au vu des différentes opinions recueillies lors des nombreux entretiens, l'un des principaux problèmes relevés est la superposition des « couches » de panneaux, sans aucune cohérence entre eux, mis en place par différentes collectivités ou organismes, mais que l'on retrouve sur les mêmes territoires (communes, EPCI, départements, région, Route des Sens, Sentiers du Littoral, etc.). Grâce à la définition d'une charte claire et précise sur la typologie des panneaux, les matériaux employés, la typographie des caractères, les couleurs utilisées, etc. ; éventuellement déclinable selon les Pays Touristiques ; la question de la signalétique touristique en Corse sera simplifiée, puisque les acteurs souhaitant signaler certains sites ou attractions de leur territoire ne passeront plus par de longues phases de délibération pour aboutir à une Charte avant de déterminer l'emplacement des panneaux, mais ils s'appuieront sur cette Charte Régionale. Cela correspond donc à un grand gain de temps pour ces acteurs.

OPPORTUNITÉS

2) Réduire considérablement l’affichage sauvage et la pollution visuelle qu’il entraîne

Parmi les principaux objectifs de cette Charte, la lutte contre l’affichage sauvage est l’un des plus importants (si ce n’est le plus important). La question de l’affichage sauvage et la pollution visuelle qui en découle est particulièrement présente en Corse et est difficile à résoudre tant la situation est floue : ce sont les préfets départementaux qui doivent régler cette question hormis sur les communes d’Ajaccio et de Bastia. Ce problème est aussi du ressort de maires, car la pollution visuelle impacte leur territoire et ils doivent gérer ce problème sur les voiries communales en supprimant les panneaux sauvages (ou au moins les plus polluants visuellement), mais peu s’en chargent réellement, faute de moyens financiers notamment, ou à cause d’une certaine pression politique ou électorale de la part des publicitaires. On note toutefois les communes de Porto Vecchio et de Bonifacio qui ont adopté une politique répressive vis-à-vis de l’affichage sauvage, ce qui leur a valu en premier lieu le mécontentement des publicitaires concernés par la suppression de leurs panneaux, mais qui a par la suite eu un impact visuel notable à l’échelle de ces deux communes.

Concernant la législation et le passage de la loi issue du Grenelle II applicable à partir du 1^{er} Juillet 2012, il faut savoir que la publicité et les préenseignes peuvent être implantées en agglomération sous conditions de format, d’implantation, de densité, etc. La loi relative aux enseignes, préenseignes et publicités de 1979 interdit la publicité et les préenseignes hors agglomération. En réalité, les dispositions de la loi Grenelle II applicables à partir du 13 Juillet 2015 ne concernent que les préenseignes dérogatoires et le délai laissé aux publicités et aux préenseignes installées légalement avant la loi ENE pour se mettre en conformité avec les nouvelles dispositions de cette loi. Concernant les enseignes, la loi sera applicable à partir de 2018 et pour les RLP, la loi sera applicable à partir de 2020.

OPPORTUNITÉS

Avec la modification de cette loi, la définition de l'agglomération est toujours la même, celle de l'article R.110-2 du code de la route. En revanche, la loi ENE a seulement supprimé le seuil intermédiaire des 2 000 habitants en matière de publicité et de préenseigne, celui de 10 000 habitants existait et était déjà appliqué sous la précédente loi. Enfin, les dispositions du code de l'environnement en matière d'affichage extérieur, si elles paraissent effectivement techniques au premier abord, sont pourtant relativement aisées à comprendre du fait du seuil de la population maximale à prendre en compte par commune, qui, à l'exception des villes de Bastia et d'Ajaccio, est inférieur à 10 000 habitants. Des plaquettes d'informations vont d'ailleurs bientôt être lancées massivement par la DREAL.

L'avis des personnes interrogées sur l'application de cette loi est que globalement, elle ne sera pas ou peu respectée, car les personnes compétentes pour lutter contre l'affichage sauvage n'en auront toujours pas les moyens, tandis que la loi est relativement peu claire et assez complexe, d'où l'intérêt de la communication sur ce sujet via la distribution des plaquettes d'informations mises en place par la DREAL. Certaines personnes suggéraient donc de mettre en place des réunions proposées par les mairies pour mieux éclairer les acteurs sur la loi et les sensibiliser avant de supprimer les panneaux sauvages, et ainsi mettre en place une démarche de concertation. Il serait également possible, lors d'une réunion préalable des acteurs de la signalétique appartenant à un Pays Touristique donné et visant à définir les SIR de ce Pays Touristique ainsi que les zones sensibles et les panneaux les plus obsolètes du territoire (voir les différentes étapes du processus), de commencer par définir précisément la législation auprès des acteurs concernés (Maires & publicitaires). Après cette étape indispensable de « sensibilisation », on pourra donner aux maires les moyens de lutter contre l'affichage sauvage sur leurs communes, car ils manqueront toujours de moyens financiers pour lancer cette démarche.

OPPORTUNITÉS

3) Permettre aux touristes de mieux se repérer une fois arrivés sur l'île

Autre opportunité que la mise en place de ce Schéma de signalétique touristique à l'échelle régionale devra permettre, le repérage des touristes une fois arrivés sur l'île. En effet, ces derniers peuvent avoir du mal à trouver leur destination (notamment lorsqu'ils ne sont pas équipés de dispositifs GPS) pour deux raisons principales : le « trop d'informations » ou au contraire le « manque d'informations ».

En effet, chacun des représentants des pays touristiques a relevé le problème de la surcharge des panneaux dans certaines zones sensibles (grands carrefours notamment, ronds-points aux entrées de ville, etc.) : face au trop grand nombre d'informations, le touriste, lorsqu'il se déplace en voiture, risque fort d'être perdu, désorienté et finalement de ne pas trouver quelle direction suivre. Il s'agit donc dans ce cas de réduire considérablement le nombre de panneaux pour que ce dernier puisse s'orienter aisément, en choisissant de sélectionner les informations à faire passer. Cette démarche accompagne la suppression des panneaux sauvages, qui participent à la désorientation du touriste face au flot d'informations.

En revanche, certaines attractions touristiques importantes, ayant une renommée dépassant les frontières de la Corse, ne sont pas assez mises en valeur sur le territoire par la signalétique : c'est par exemple le cas de la réserve de Scandola ou des calanches de Piana, qui ne sont pas indiquées depuis les grandes villes alors qu'il s'agit de Sites d'Intérêt Régionaux (SIR). Dans ce cas, la réflexion quant aux sites à valoriser doit être faite à l'échelle des Pays Touristiques en concertation lors d'une phase préalable (voir les différentes étapes du processus), puis être validée par un organe décisionnel à l'échelle régionale (la CTC et l'ATC).

OPPORTUNITÉS

4) Orienter les touristes vers certains sites qu'ils n'iraient pas nécessairement visiter par eux-mêmes (terroir) et essayer de les faire rester plus longtemps grâce aux projets / équipements mis en place

Enfin, la définition de la Charte ainsi que des SIR à mieux mettre en valeur grâce à cette dernière pourrait permettre de réorienter les flux touristiques, notamment du littoral vers l'intérieur des terres. Parmi les acteurs interrogés, peu d'entre eux pensent qu'une meilleure structuration et organisation des panneaux de signalétique fera « changer d'avis » le touriste sur sa destination (c'est-à-dire que selon la plupart des acteurs interrogés, un touriste qui souhaite passer une semaine sur les plages de Porto Vecchio n'ira probablement pas changer son organisation pour aller visiter la réserve de Scandola si jamais il aperçoit un panneau indiquant la route à suivre pour rejoindre cette dernière).

En revanche, la Balagne, qui a mis en place sa propre signalétique touristique piétonne, dans le but d'inciter les touristes à sillonner le territoire balain en s'écartant des côtes et en découvrant le terroir, a réellement vu une réorientation de ses flux touristiques, et ce grâce à son grand projet, comprenant à la fois la signalétique et des idées innovantes, comme les « Rencontres Balanines », la « Strada Musicale » ou encore la route touristique « A Balanina ». Concernant la signalétique touristique, tous les panneaux ont largement participé à la diffusion des flux touristiques vers l'intérieur des terres, mais le cas des RIS est particulièrement intéressant. Mis en place dans des endroits stratégiques (zones de passage, points de vue, etc.), ils sont en réalité composés de quatre « totems », chacun relatif à un thème différent incitant les touristes à découvrir la Balagne autrement (« Nature », « Savoir-Faire », « Patrimoine » et « Évènementiel »), que les touristes prennent plaisir à lire et à découvrir en Balagne.

L'exemple de la Balagne démontre qu'il est possible, grâce à un projet de signalétique touristique bien pensé, de réorienter les flux touristiques vers les sites que l'on souhaite mettre en valeur. Il faut noter qu'ici, cette signalétique est adressée aux piétons (pas de signalétique directionnelle encore mise en place) et qu'elle comporte des RIS, de la signalétique de localisation et d'information. Seul bémol : il manque un processus d'évaluation à ce modèle. Avant de penser à le reproduire, il faudrait s'assurer qu'il fonctionne bel-et-bien sur le long-terme en vérifiant la résistance au temps des panneaux ainsi que l'évolution des flux touristiques.

MENACES

1) Beaucoup d'acteurs impliqués, territoire de taille importante : divergence entre intérêts locaux et intérêts régionaux

La principale difficulté qui sera rencontrée lors de la mise en place de ce schéma est probablement le fait de réussir à trouver un consensus parmi les nombreux acteurs concernés : en effet, on trouve les représentants des 9 Pays Touristiques, les acteurs de projets incluant la signalétique à différentes échelles (PNRC, Route des Sens, Route des Vins, Charte de Signalétique de la Balagne, Charte de Signalétique de la Corse du Sud, etc.), les acteurs travaillant pour des services décentralisés de l'Etat (les services des routes des deux départements, la CTC via l'ATC, l'AAUC ou encore l'ADEC), les acteurs travaillant pour des services déconcentrés de l'Etat (la DREAL, la DRAC, les STAP, les DDTM) ou encore les Architectes des Bâtiments de France.

Ainsi, on retrouve une quinzaine d'acteurs différents au minimum, ayant des intérêts divergents, le tout sur un territoire de la taille d'une région, chose qui n'a jamais été faite à l'heure actuelle (en effet, les projets de Charte de Signalétique Touristique concernant les échelles les plus importantes touchent des départements, comme l'Orne ou les Vosges). Pour certaines des personnes interrogées, le projet d'une charte de signalétique touristique commune à l'échelle de la Région est une utopie, tant la taille du territoire concerné, le nombre d'acteurs et d'intérêts divergents sont importants. Ces personnes voient mal « *tous ces petits intérêts particuliers se mettre sous la cloche d'un grand intérêt général* ».

Pour qu'un consensus soit trouvé par chacun des neuf pays touristiques et par les acteurs de la signalétique touristique, il faut d'une part que tout le monde « joue le jeu » et d'autre part que les territoires ayant récemment mis en place une signalétique touristique (comme la Balagne par exemple) « aient l'intelligence » de respecter cette nouvelle règle si jamais elle diffère de ce qui a été fait (même récemment) ; et ce en dépit du fait qu'à priori ils ne bénéficieront pas ou peu d'aides financières puisque leurs panneaux sont récents. Il leur faut donc admettre que « *cela relève de l'intérêt du territoire corse et de sa cohérence : réussir à avoir neuf pôles forts passe par là* ». De plus, instaurer la Charte dans un volet du PADDUC sera une garantie de respect de cette dernière: elle fera partie de la loi, deviendra opposable et les acteurs de la signalétique seront dans l'obligation de s'y conformer.

MENACES

2) Ajout d'une nouvelle « couche » de panneaux, redondance des informations et pollution visuelle

L'autre risque de cette démarche est qu'elle s'inscrive parmi les nombreux projets qui visaient à mieux diriger les touristes, mais qui ont au final participé à la redondance des informations, à la perte des repères des touristes et à la pollution visuelle. Pour ne pas en arriver là, il faut donc non seulement prendre l'existant en compte mais aussi inclure tous les acteurs du territoire concernés, les sensibiliser sur la question de l'affichage sauvage et de la législation des publicités, enseignes et préenseignes (Code de l'Environnement) ainsi que sur la signalétique (Code de la Route), puis confier aux offices de pôles le soin de choisir ce qu'il convient de mieux signaler et les panneaux qu'il faut supprimer en priorité. Les pôles sont les plus à même de s'occuper de cette tâche, car ils sont les représentants des 9 Pays Touristiques et sont les plus fins connaisseurs de leur territoire et de ses besoins. La principale difficulté résidera alors dans le fait, pour les Pays Touristiques, de réussir à gérer cette période « charnière » de substitution d'un système à l'autre. L'ATC devra donc veiller particulièrement à les conseiller et à les aiguiller durant cette période de transition.

Pour certains acteurs, le projet de Charte signalétique touristique régionale est une bonne idée mais utopique pour les raisons que nous avons vues précédemment. Ces derniers pensent donc qu'il ne faudrait pas chercher à atteindre un objectif impossible et au final « ajouter une couche de plus », mais plutôt adopter une vision pragmatique et viser « le minimum syndical », à travers l'unification de la signalétique au moins directionnelle et commerciale avant de penser aux sites naturels. Cette démarche aurait pour but de lutter efficacement contre l'affichage sauvage et apparaît plus facile à mettre en place que de vouloir « homogénéiser » ou « uniformiser » la signalétique touristique en Corse. Dans les deux cas, la définition d'une Charte devra respecter la base réglementaire encadrée par l'ISR, l'arrêté du 24 Novembre 1967 modifié et le Code de la Route.

MENACES

3) Perte de l'identité et des spécificités de chaque territoire avec une sorte d'uniformisation

Une remarque qui a fréquemment été faite est celle de la perte de l'identité et des spécificités de chaque territoire, avec une sorte d'uniformisation des panneaux de signalétique touristique. En effet, si tous les panneaux prennent la même forme, les touristes ne seront certes plus désorientés face à une nouvelle signalétique lorsqu'ils changeront de Pays Touristique, mais en revanche il est probable qu'ils ne sachent pas où ils sont situés exactement. Or, de nombreuses personnes interrogées souhaitent que les touristes sachent qu'ils se situent dans tel ou tel Pays Touristique, afin de faire valoir leur identité : la mise en place de la Charte pourrait leur faire perdre la mise en valeur de leur identité et des spécificités de leur territoire.

Face à cette remarque qui a été formulée à de nombreuses reprises, il existe plusieurs réponses. D'une part, il faut se mettre dans la peau du touriste et ce dernier n'est pas forcément intéressé par le fait qu'il se situe en Castagniccia Mare e Monti ou en Corse Orientale, mais va plutôt avoir tendance à rechercher des attractions touristiques particulières, des lieux ou des sites ayant une valeur à ses yeux. La spécification n'est alors pas primordiale, en ce qui concerne la signalétique. Ensuite, la charte ne doit pas aboutir à une uniformisation des panneaux qui fasse perdre l'identité des territoires traversés. Le contenu des panneaux doit effectivement venir du terrain et être déterminé dans la concertation, il s'agirait donc d'une méthode dite « Bottom-Up » : c'est bel et bien le contenu du panneau qui va faire valoir l'identité du territoire. Ensuite, le contenant (c'est-à-dire la forme, la typologie, les couleurs et les matériaux) pourrait être relatif à la région entière et serait également défini en concertation avec les acteurs de tout le territoire, ce qui correspondrait à une démarche dite « Top-Down ». Enfin, même si la forme serait globalement la même, on peut imaginer réserver un espace sur chaque panneau pour y implanter le nom du territoire dans lequel il se situe, le logo du Pays Touristique ainsi que la marque régionale, Corsica Made (toujours en respectant la base réglementaire encadrée par l'ISR, l'arrêté du 24 Novembre 1967 modifié et le Code de la Route). Parmi les autres options envisageables, il a également été suggéré d'uniformiser la Charte pour la Région mais de décliner le choix des matériaux par Pays Touristique, afin qu'ils puissent se différencier entre eux, en jouant sur la pierre, qui n'est pas la même selon les Pays Touristiques, voire au sein d'un même Pays Touristique comme c'est le cas pour la Corse du Sud, avec Bonifacio et ses alentours (calcaire) et Porto Vecchio et ses alentours (granite & gneiss).

MENACES

4) Evolution dans le temps des panneaux, pertinence du support pour passer de l'information

Enfin, une dernière réserve a été formulée quant à l'adoption de cette Charte. Il s'agit de la pertinence du support pour faire passer de l'information. En effet, certains types de signalétique n'ont pour objectif que de faire passer des informations aux touristes, il s'agit de la signalétique dite « informative », composée des panneaux d'informations générales (présentant la commune avec son histoire, les monuments et curiosités à découvrir dans le village, ainsi que les monuments, curiosités et activités de loisirs dans un rayon d'environ 10 km) ; ainsi que des pupitres explicatifs (délivrant des informations sur l'histoire et les caractéristiques d'un monument ou d'un site), comme les tables d'explication ou d'orientation.

Or, avec du recul, certains acteurs de la signalétique touristique se sont rendu compte que les panneaux de signalétique s'inscrivant dans cette catégorie résistaient mal au temps, coûtaient cher à mettre en place, pouvaient devenir « polluants visuellement » tandis que l'information était difficile à actualiser sur panneau. En revanche, il existe d'autres supports pour faire passer des informations, tels que les brochures, les services web ou encore des applications Smartphones, qui seraient nettement plus faciles à actualiser et qui résoudraient également le problème de la langue Corse. L'idée serait alors de supprimer petit à petit (ou tout du moins de réduire) la signalétique informative sur panneau pour la remplacer par d'autres moyens de communication, en utilisant en particulier les nouvelles technologies. En effet, même si elles sont plus facilement actualisables que les textes sur panneaux, les brochures coûtent relativement cher et le support papier n'est peut-être pas le plus approprié pour faire passer l'information (hormis les brochures « qualitatives » que l'on peut acheter).

Quoi qu'il en soit, la question de la résistance au temps des panneaux, ainsi que de la réception par les habitants se doit d'être posée : cette Charte doit d'être pensée sur le long terme comme un outil pour les acteurs de la signalétique, et il va de soi que l'implantation de nouveaux panneaux doit être faite si et seulement si celui-ci s'insèrera discrètement dans son milieu et remplira ses fonctions, à savoir guider, orienter et informer le touriste efficacement et durablement.

LES DIFFERENTES ETAPES DU PROCESSUS

1) Réunion de tous les acteurs d'un même pays touristique concernés par le projet de la Définition d'une Charte de Signalétique Régionale

- Première « mise en contact » des acteurs locaux, appartenant au même Pays Touristique (élus, socioprofessionnels, acteurs de la signalétique, etc.).
- Sensibilisation à la législation portant sur les Publicités, Enseignes & Préenseignes avec intervention d'une personne référente connaissant à la fois la législation des panneaux de signalétique et celle de l'affichage publicitaire.
- Définition des SIR à signaler en priorité pour chaque Pays Touristique lors d'une première commission.
- Réflexion sur les panneaux obsolètes ainsi que l'affichage sauvage à supprimer de manière prioritaire.

2) Validation ou non des SIR retenus par la région (CTC, ATC, AAUC)

3) Commission(s) réunissant les différents acteurs à l'échelle régionale

- Réussir à trouver un consensus sur cette Charte de Signalétique Touristique parmi les nombreux acteurs sollicités par le projet :
 - Un représentant (au moins) par Pays Touristique,
 - Un représentant par organisme possédant déjà une charte de signalétique (Route des Vins, Route des Sens, PNRC, etc.),
 - Les autorités décentralisées compétentes (Service des Routes des deux Départements, CTC, ATC, AAUC, ADEC),
 - Les autorités déconcentrées compétentes (DREAL, DDTM, DRAC, STAP),
 - Les chambres consulaires,
 - Les Architectes des Bâtiments de France (ABF).

- Proposition des idées générales en premier lieu.
- Après consensus, définition précise de la Charte de Signalétique et d'un cadre régional qui aboutira sur une Charte Graphique (qui peut être largement inspirée par la Charte Balanine par exemple) et qui devra être intégrée au PADDUC afin de la rendre opposable.
- Mise en place de mesures de financement afin d'aider les communes et les Pays Touristiques à implanter des SIL et lutter contre l'affichage sauvage.
- **Etape la plus longue et probablement la plus fastidieuse, d'où la nécessité de bien mettre en place les étapes préalables pour que chaque Pays Touristique / acteur puisse faire valoir au mieux ses intérêts.**
- **C'est l'ATC qui financera et gèrera l'implantation des panneaux pour les SIR. Ces derniers bénéficieront probablement d'une « gamme » spéciale. Il faut donc que la collectivité s'implique largement dans cette phase.**

4) Appropriation de ce cadre régional lors d'une commission réunissant les mêmes acteurs que lors de la phase 1 et application de cette nouvelle Charte

- L'ATC doit veiller à ce que les Pays Touristiques « jouent le jeu », tant pour la lutte contre l'affichage sauvage à travers la suppression des panneaux obsolètes que pour la mise en place des nouveaux panneaux en cohérence avec la Charte.
- L'ATC doit participer plus spécifiquement à la mise en place des panneaux de signalétique en ce qui concerne les SIR : c'est elle qui, une fois que les SIR auront été retenus (Phase 2), décidera d'où et comment implanter les panneaux pour ces sites (en amont comme en aval).

5) Phase de retour

- Enquêtes / Questionnements des usagers quant à l'intégration des nouveaux panneaux.
- Vérification par une entité supérieure (DREAL ? CTC ? ATC ? AAUC ?) que les principaux panneaux sauvages sont bel et bien supprimés.
- Implantation de nouveaux panneaux / Suppression des panneaux obsolètes / Mise à jour des panneaux en fonction des résultats des enquêtes auprès des usagers.