

Tourisme durable

dans les espaces naturels protégés
de Provence-Alpes-Côte d'Azur



13



Réseau Régional des Gestionnaires
d'Espaces Naturels Protégés
Provence-Alpes-Côte d'Azur



REMERCIEMENTS

Le Réseau Régional des gestionnaires d'Espaces Naturels protégés de Provence-Alpes-Côte d'Azur remercie toutes les personnes qui ont collaboré à l'élaboration de cet ouvrage.

Tout particulièrement, les animateurs des deux journées :

Pierre COMMENVILLE et **Hervé PARMENTIER**
Parc National du Mercantour

Olaf HOLM
Fédération des Parcs naturels régionaux de France

Ainsi que les membres du Réseau et les intervenants extérieurs.

Le Réseau remercie également la ville de Saint-Martin Vésubie et son maire Monsieur **Gaston FRANCO**, président du parc national pour leur accueil, et l'équipe du parc national du Mercantour pour sa collaboration active dans l'organisation de cette Université.

Tourisme durable

dans les espaces naturels protégés

de Provence-Alpes-Côte d'Azur

Université 2008

30 septembre & 1^{er} octobre

SAINT-MARTIN VÉSUBIE
(Alpes maritimes)



CAHIER TECHNIQUE N°13

DU RÉSEAU RÉGIONAL
DES GESTIONNAIRES D'ESPACES NATURELS PROTÉGÉS
DE PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR



SOMMAIRE

OUVERTURE DE L'UNIVERSITÉ p 7

Une commune, des choix de développement équilibré
Gaston Franco, président du Parc National du Mercantour, maire de Saint-Martin Vésubie

AVANT - PROPOS p 8

Le tourisme dans les espaces naturels protégés : risque ou chance pour le développement durable ?

Mireille PILE, directrice de l'environnement, du développement durable et de l'agriculture au Conseil Régional Provence-Alpes-Côte d'Azur (CR PACA)

Pierre COMMENVILLE, directeur adjoint du Parc national du Mercantour (PN Mercantour)

Olivier ROUSSET, directeur régional délégué de l'Environnement PACA (DREAL PACA)

Claude HOLYST, directeur de l'Agence régionale pour l'environnement (ARPE PACA)

1 DE QUOI PARLE-T-ON ? p 11

Quelques jalons pour prendre la mesure du tourisme circumméditerranéen p 12
Mohend MAHOUCHE, responsable pôle Alpes Méditerranée au World Wildlife Fund (WWF)

Chemins transfrontaliers pour le développement durable p 14
Patrizia ROSSI, directrice du Parco naturale Alpi Marittime (Italie)
Hervé PARMENTIER, chef de service développement durable du Parc national du Mercantour (PN Mercantour)

Ce que dit le Réseau : Etat des lieux et perspectives p 18
Philippe MAIGNE, directeur du Grand site Sainte-Victoire (GSSV)

2 DE QUELS OUTILS DISPOSE-T-ON ? p 21

Dans la forêt des labels il faut savoir où on va p 22
Marie ROMANI, chargée de mission au Pôle relais lagunes méditerranéennes

Pour la Région tout est question d'engagement p 24
Alexandre NOËL, chargé de mission développement touristique au Conseil régional Provence-Alpes-Côte d'Azur

La Charte Européenne du Tourisme Durable - le développement durable appliqué au tourisme dans les espaces protégés p **27**

Olaf HOLM, chargé de mission tourisme, sports de nature et patrimoine de la Fédération des parcs naturels régionaux de France (FPNRF)

Verdon : un pays complexe à découvrir avant les complexes touristiques p **30**

Pierre CARTIER, chargé du tourisme du Parc naturel régional du Verdon

« Trois volets pour ouvrir une fenêtre sur le tourisme durable » p **33**

Dominique VERGNAUD, responsable du pôle rural et de l'animation culturelle du Parc naturel régional de Camargue

Coopérer au bénéfice de tous les professionnels p **36**

Sabrina BEN MECHERI, expert Europarc / Azur Ecodeveloppement.

« Dans les Ecrins » tout un programme p **38**

Yves BARET, chef du service Aménagement du Parc national des Ecrins

3
DES PRODUITS TOURISTIQUES
DE DEVELOPPEMENT DURABLE p **43**

Retrouvance : randonner responsable n'est pas si simple p **44**

Brigitte DELAHAYE PANCHOUT, chef de projet Tourisme durable et nature - Office national des forêts (Direction des Alpes de Haute Provence)

« Refuges d'art », un projet de découverte bâti pierre à pierre p **47**

Myette GUIOMAR, co-directrice de la Réserve géologique de Haute-Provence

4
ÇA SE DISCUTE : LES ATELIERS DU RREN p **53**

Atelier 1 p **54**

Une envie de nature sans limites ?

Atelier animé par Jean-Laurent LUCCHESI, directeur des Marais du Vigueirat

Atelier 2 p **56**

Accueillir avec qui et pourquoi ?


Atelier animé par Hervé PARMENTIER, chef du service développement durable du Parc national du Mercantour

EN GUISE DE SYNTHÈSE p **58**

Il faut savoir cultiver la différence

EN GUISE DE CONCLUSION p **61**

Stratégie d'ouverture pour accueillir et protéger



Conçu comme un pôle fédérateur des professionnels de la protection et de la gestion d'espaces naturels protégés en Provence-Alpes-Côte d'Azur, le Réseau Régional des Gestionnaires d'Espaces Naturels Protégés a été créé en 1985 à l'initiative conjointe de la Direction Régionale de l'Environnement et de la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur dans le cadre du contrat de plan Etat-Région 1984-1988.

Les membres du Réseau sont les organismes ayant pour vocation unique la protection et la gestion d'espaces naturels protégés ainsi que les organismes, publics ou privés, exerçant une mission d'intérêt général unique ou principale sur tout ou partie du territoire régional, de protection ou de gestion d'espaces naturels protégés et y affectant des personnels permanents. Les directeurs y représentent leur organisme.

Ce Réseau copiloté par la DREAL PACA et la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur est animé par l'Agence Régionale Pour l'Environnement PACA (ARPE).

Il constitue un outil de réflexion, d'échange d'expériences, de valorisation des compétences, de diffusion d'informations et de sensibilisation du public dont les activités sont reconnues.

Dans le respect de l'équilibre Homme-Nature, le Réseau s'attache à promouvoir une gestion patrimoniale des espaces naturels protégés. Cette ambition est animée par les exigences de conservation de la biodiversité et de préservation de la qualité des paysages, ainsi que le partage de valeurs communes, au profit du développement durable du territoire.

En 2008, le Réseau a mené une réflexion autour de la thématique du tourisme durable lors de son université.

Cette université a eu lieu à l'auditorium de la médiathèque de St Martin Vesubie, sur le territoire du Parc national du Mercantour (06).



OUVERTURE DE L'UNIVERSITÉ

Gaston FRANCO

Président du Parc national du Mercantour
Maire de Saint-Martin Vésubie



Je vous remercie d'avoir choisi Saint-Martin Vésubie pour faire avancer l'idée d'un tourisme durable. Nous sommes ici dans une médiathèque profitant à sept communes de la vallée, inaugurée en juin 2007. L'architecte du projet a particulièrement soigné l'acoustique de la salle où nous sommes, ce qui sera un avantage pour vos travaux. Cet auditorium nous a permis de développer une activité de séminaires, il y en a un désormais chaque semaine.

Une chance est que la commune accueille ici plusieurs chercheurs ayant ici une résidence secondaire, qui sont nos ambassadeurs et contribuent à développer cette activité !

On doit se poser la question du développement touristique dans une commune telle que celle-ci. Le tourisme de résidence secondaire est en effet, peu consommateur. Or, nous avons ici mille chalets, ouverts quelques semaines par an seulement. Nous avons dix-huit hôtels voici quelques années, il en reste trois. L'amélioration des normes de sécurité a abouti à de nombreuses fermetures, car elles se traduisent en mises en demeure. Et l'incitation à la construction d'hôtels reste à inventer. Pourtant ils sont un moyen, en commune touristique, de limiter la consommation d'espace que provoque la résidence secondaire.

Le Plan d'Occupation des Sols nous permet heureusement d'acquérir assez de terrains pour réguler la consommation de cet espace. J'ai profité de cet outil pour essayer de développer le tourisme sportif de préférence. A mille mètres d'altitude les stages pour sportifs de hauts niveaux sont très indiqués, notamment pour des stages courts. C'est une des thématiques de la commune. Nous avons un projet d'hôtel avec thalassothérapie, adapté à

ces enjeux. Ça peut sembler banal, pourtant peu de communes de moyenne montagne en disposent.

Je suis un maire assez original ici, car je tiens le retour du loup pour une réalité durable et incontournable. Je n'y suis pas favorable, mais le loup n'a pas demandé notre avis. Je me suis donc informé de la manière dont on conçoit le loup en Italie. On ne l'y diabolise pas, son retour a été positif. Il convient donc de s'adapter. J'ai initié les premières mesures de protection dès 1993, comme député. Aujourd'hui les attaques sur les troupeaux ont commencé à baisser, et nous avons ouvert le « Centre du loup » sur la commune. Il avait reçu le soutien du préfet. Aujourd'hui le Parc du Mercantour en ressent une légitime fierté. Les éleveurs ? Les producteurs de la vallée ? Nous avons pris l'habitude de nous adresser à eux pour tous nos buffets officiels. Cela ne les rendra pas pro-loup, mais nos efforts permettent le dialogue. Je considère qu'on ne peut durablement imposer le retour naturel d'une espèce sans tenir compte des professionnels du territoire.

Voici nos thématiques. Actuellement les débats sont chauds ! Car on parle beaucoup d'un projet du Conseil général, les « Balcons du Mercantour » : quatorze étapes pour randonneurs sur un itinéraire pédestre en montagne, avec des refuges à réaliser ou à rénover. Le déficit de communication sur cette opération, comparable à ce qui se fait dans les Dolomites, a été très important, d'où une opposition qui vient de s'exprimer. Le président du Conseil général m'a confié la mission de concilier. Tout a été arrêté pour discuter. Comme président du Parc du Mercantour, je veux être celui qui aura facilité ce travail des gens d'ici.



AVANT-PROPOS



Le tourisme dans les espaces naturels protégés : risque ou chance pour le développement durable ?

Le public, surtout quand il est nombreux, représente un risque pour la biodiversité de territoires à nature protégée. Du piétinement inconscient à l'amoncellement de déchets qu'il faut gérer, souvent le tourisme, dans une nature fragile, pourrait être vu comme l'entrée d'un sanglier dans un magasin de porcelaine.

Cependant à créer des sanctuaires interdits au public, on éloignerait celui-ci de ce qu'on veut défendre. En lui permettant de profiter de cette nature protégée, on se donne toutes les chances au contraire d'en faire l'ambassadeur de la biodiversité qu'on voulait préserver.

Quand évidemment les territoires sont merveilleux et que le public est réellement nombreux, l'enjeu est extraordinairement important. C'est le cas en Provence-Alpes-Côte d'Azur. Les gestionnaires d'espaces naturels y ont intérêt à travailler main dans la main avec des professionnels du tourisme qui doivent les comprendre.

L'enjeu pourrait d'ailleurs être mondial.

« Des gens, nombreux, prennent l'avion et vont fort loin passer quelques jours, en provoquant une émission très importante de gaz à effet de serre », peut expliquer Olivier ROUSSET, le directeur régional délégué de l'environnement en région Paca.

« Le tourisme de proximité, si nous parvenons à le concilier avec une nature fragile, provoque, lui, nettement moins de gaz à effet de serre (GES) tout en valorisant un pays où la population compte sur les revenus du tourisme. C'est lui le tourisme durable ». Or, avec 40 000 habitants de plus chaque année en Provence-Alpes-Côte d'Azur, l'enjeu est aussi régional.

« L'activité industrielle est réduite, et économiquement l'activité touristique est devenue incontournable ». Une population importante proche des joyaux de

la biodiversité doit pouvoir comprendre celle-ci et profiter de ses trésors en la respectant.



Pour les gestionnaires d'espaces naturels, évidemment, l'enjeu est fantastique.

« Notre région est une des plus attractives de France, par la qualité de ses paysages et de sa richesse biologique, mais aussi par sa vitalité économique qui peut se traduire par un changement de la qualité de ses paysages » nous dit Mireille PILE, directrice de l'environnement, du développement durable et de l'agriculture au Conseil régional Provence-Alpes-Côte d'Azur. Il faut donc veiller à ce que l'affluence ne se solde pas par un appauvrissement. Là encore, les professionnels du tourisme, et les gestionnaires d'espaces naturels, comme médiateurs, ont intérêt à se parler, à coordonner leurs actions, « à travailler en complémentarité ».

Mais on ne peut se permettre de rester dans le vague pour ce faire. Il faut organiser l'action.

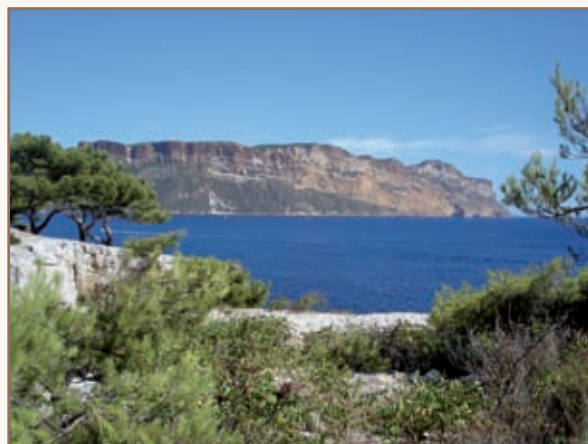
« On se doit de préciser quelle clientèle touristique on vise, quel projet on lui propose » souligne Pierre COMMENVILLE. Le directeur adjoint du Parc national du Mercantour veut du concret.

« Ce que nous nommerons, que nous qualifierons et que nous quantifierons, nous pourrons le présenter aux professionnels du tourisme, et à tous nos interlocuteurs ». Un outil pour cela pourrait être la charte que les parcs nationaux désormais, comme tous les parcs naturels régionaux, doivent réfléchir et rédiger.

Si le tourisme dans les espaces naturels protégés est bien l'affaire de ses gestionnaires, elle l'est aussi des professionnels. L'avenir est à la relation entre les uns et les autres, comme le souligne Claude HOLYST, directeur de l'ARPE.

« Certains membres du RREN ont déjà élaboré des partenariats avec le secteur privé, d'autres non. A ce niveau nous en sommes au stade de la cueillette. Une action commune pourrait répondre à notre préoccupation commune : comment pérenniser notre activité ».

Des objectifs coordonnés et des moyens pour les atteindre en matière de tourisme durable, c'est, à travers ces pages, ce que les acteurs du Réseau régional des gestionnaires d'espaces naturels protégés ont tenté de débattre et de définir.





1

DE QUOI PARLE-T-ON ?



Mohend MAHOUCHE

Responsable pôle Alpes Méditerranée au WWF



Quelques jalons pour prendre la mesure du tourisme circumméditerranéen

Une pression démographique énorme à la belle saison, une production importante de gaz à effet de serre, un littoral archi bondé et des montagnes nettement moins fréquentées caractérisent le tourisme. Est-il « durable » ? Pas encore, loin s'en faut. Pour l'heure il attend à la biodiversité. Y a du boulot !

Le touriste dort ailleurs

Un touriste est une personne effectuant un séjour comprenant au moins une nuit hors de chez lui, mais inférieur à quatre mois. C'est ainsi que l'ONU le conçoit. Se déplacer, séjourner, ce sont les deux verbes qui fondent le tourisme.

Le tourisme durable n'est pas l'éco tourisme

Le développement durable est une notion encore très jeune, trop pour que les scientifiques l'abordent franchement avec une perception précise. Ils rattachent plutôt des notions à la durabilité, c'est le cas de l'éco tourisme, qui n'est pas forcément du tourisme durable, mais une manière de valoriser la nature auprès de touristes.

Il optimise et respecte

Depuis 1988 le développement durable c'est exploiter de façon optimale les ressources en respectant l'authenticité socio culturelle des communautés d'accueil et en assurant une activité économique viable sur le long terme.

Notions mal comprises

Tourisme durable, solidaire, responsable, équitable... tout cela donne lieu à confusion pour les français. Un sondage Sofres de 2007 montre que le tourisme « responsable » est pour certains « durable », mais pour d'autres de « l'écotourisme » respectueux des sites, et pour certains encore du « tourisme solidaire », redistributif puisque respectueux des populations locales et de leur culture.

On veut être informé ... durablement

Cependant généralement les réponses confirment que ces formes de tourisme sont perçues comme une niche du tourisme traditionnel. 27% ont entendu

parler de tourisme responsable, parmi eux 78% affirment que l'offre est difficile à dénicher, et 2% seulement ont déjà voyagé « responsable ». Mais 91% affichent leur désir d'être mieux informés.

Les quatre piliers du tourisme durable

Le PNUE (Plan des nations unies pour l'environnement) et l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), identifient quatre thèmes intéressants particulièrement les gestionnaires de sites : la qualité environnementale, l'utilisation efficace des ressources, le maintien de la diversité biologique, et l'intégrité physique des territoires. Quatre notions qui sont à comparer avec les trois piliers du développement durable : social, économique, environnemental.

Le tourisme en France est une affaire en or

En termes de valeurs, la France est le troisième pays après les USA et l'Espagne : 6,3% du Produit Intérieur Brut (PIB), 76 millions d'arrivées annuelles, 107 millions de visites à la journée, 106 Milliards d'euros de consommation touristique. L'activité concerne deux Français sur trois. Ce tourisme, qui fait appel à l'avion et à l'automobile, est fortement producteur de gaz à effet de serre.

En méditerranée on ne saurait s'en passer

Le tourisme méditerranéen, lui, est le premier au monde, on se rend surtout en Europe méditerranéenne : Espagne, Italie, Grèce, France et bientôt Croatie. Et il est en forte progression : 172 millions d'entrées en 1995, 249 millions en 2004. D'après les projections, on pourrait atteindre 500 millions d'entrées en 2025. Cette activité représente 12% des recettes d'exportation des pays méditerranéens, dont 30% de celles des pays du sud méditerranéen.

Il sera mieux réparti et plus vert

C'est un tourisme d'agrément, de bord de mer, très européen par sa fréquentation, faisant appel souvent à l'avion, concentré sur un petit nombre de pays. L'évolution envisageable c'est – si toutefois cette économie survit à la tempête financière qu'on nous promet – une plus grande ouverture vers l'intérieur des terres, avec des produits proposés inédits et plus complexes, des séjours plus courts et mieux répartis dans l'année qui générera des flux de transport plus importants, mais également un intérêt plus marqué pour la nature et l'environnement.

Les habitats fantastiques sont les plus menacés

La carte de la pression touristique et celle de la biodiversité correspondent assez, et montrent que les sites les plus intéressants encourent des risques maximaux, que le tourisme amplifie. Passer de 100 à 250 millions de personnes d'une saison à l'autre ne peut être sans effets. Les principaux risques encourus par les espaces naturels protégés sont l'exploitation non raisonnable des ressources et la perturbation des espèces, la fragmentation voire la destruction des habitats, l'altération des processus écologiques et la dégradation des processus écosystémiques.

Positiver la contrainte est opportun

Le tourisme, ce sont des menaces, mais aussi des opportunités. Le tourisme dit durable c'est en effet une recherche de produits plus diversifiés, une envie de découverte de la nature et parfois de promotion de l'éducation à l'environnement. C'est enfin l'occasion de faire mieux accepter l'espace concerné dans son environnement social et géographique. En Méditerranée, la qualité des paysages et des milieux attire, les caractéristiques culturelles sont appréciées, et la qualité des transports, au moins au nord, est reconnue. Mais il y a une trop grande différence dans la répartition des touristes et des savoir-faire touristiques, entre littoral et arrière pays, entre nord et sud.

Les espaces naturels enjeux du tourisme durable

Pour les espaces protégés quels sont les enjeux d'un tourisme durable ? D'abord la préservation des habitats naturels, le maintien des processus écologiques et l'ancrage dans le territoire. Ces trois enjeux fondamentaux peuvent structurer le travail des gestionnaires. Mais tenir le pari n'est pas facile. Il faut pouvoir promouvoir une offre touristique alternative, améliorer le savoir faire

et intégrer dans les plans de gestion un véritable système de management environnemental qui tienne compte des flux, travailler à l'adaptation aux changements climatiques. A l'échelle régionale, les enjeux liés au tourisme durable ce sont les revenus économiques qui en découlent, mais aussi l'opportunité de rééquilibrer les fréquentations, qui se portent surtout aujourd'hui sur les littoraux et tournent le dos à l'intérieur des terres. Au-delà il s'agit aussi d'une occasion de conserver un réseau écologique en bon état de conservation, à travers des « corridors écologiques ». Pour répondre à ces enjeux, il faut internaliser les coûts propres à l'économie touristique, mieux répartir les risques écologiques en favorisant des zones de fixation touristique pour permettre aussi par ailleurs le développement de zones sanctuaires. Repenser profondément la politique des déplacements pour répondre à l'enjeu de l'effet de serre. Enfin, il convient d'améliorer les capacités des acteurs locaux au détriment des opérateurs du tourisme de masse. Au fond, il faut pouvoir essayer de changer le touriste lui-même, pour qu'il soit moins jouisseur hédoniste, plus contemplatif, et actif certes, mais d'une autre façon. Au niveau maintenant du bassin méditerranéen tout entier, l'enjeu c'est l'absorption du flux touristique, le maintien des spécificités culturelles et écologiques, le développement social et économique de ses populations sédentaires.

Et si on coopérait autour de *mare nostrum* ?

Les moyens de répondre à ces enjeux sont liés à la coopération interrégionale, à l'apprentissage de bonnes pratiques. On en est certes au début du processus, pourtant l'expérience acquise en France et particulièrement en Provence Alpes Cote d'Azur s'avèrera utile pour les pays du sud méditerranéen, voire pour nos voisins espagnols et italiens, la France peut être un moteur en matière de réglementation. Mais il faudra aussi savoir saisir toutes les opportunités européennes telles l'Union pour la Méditerranée. Ce sont des outils qui permettent de voir à long terme et d'inscrire les coopérations dans un cadre politique. Il ne faut pas non plus négliger la possibilité de travailler à des labels communs pour favoriser une identité du tourisme méditerranéen. Mais là, tout, véritablement, reste à faire.



Patrizia ROSSI

Directrice du Parco naturale Alpi Marittime (Italie)

Hervé PARMENTIER

Chef du service développement durable du Parc national du Mercantour



Chemins transfrontaliers pour le développement durable

C'est l'histoire d'une relation durable. 20 ans ! Alpi Marittime et Mercantour étaient voisins, les voici « pacés », sous égide européenne. Et ils font figure de précurseurs, à l'heure où les Régions Paca et Ligurie, avec Piémont, Aoste et Rhône Alpes ont décidé de créer une Eurorégion. En matière de tourisme, l'opération longuement mûrie donne des résultats : mobilier et signalétiques communs, documents bilingues, rencontres à tous les niveaux des deux côtés d'une frontière qui n'a que soixante ans, entre gens qui souvent sont de même famille, en tout cas de même culture. On crée des sentiers ensemble, on forme à l'accueil du public et on inventorie de concert. Bientôt, on pourrait aussi ensemble se retrouver auréolé du titre de « patrimoine mondial de l'humanité ».

Comment aurait-on pu créer un corridor écologique digne de ce nom en montagne si les deux structures gestionnaires des sites n'avaient collaboré ? C'est pourtant ce qui existe, avec une belle biodiversité, grâce à la coopération d'Alpi Marittime, côté italien, et du Parc national du Mercantour, côté français.

Les deux parcs englobent 90 000 ha d'espaces strictement protégés, mais le triple quasiment d'aire de pertinence écologique, englobant une population qui, largement partage les mêmes modes de vie, et la langue occitane dans ses différents dialectes. « Entre nous il existe une règle depuis l'origine, tout se passe en italien et en français » souligne Hervé PARMENTIER, du Mercantour. « Cette histoire commune nous pousse à présenter ensemble nos projets communs auprès des instances européennes » ajoute Patrizia ROSSI, directrice du Parc Naturel Régional italien Alpi Marittime.

Patrizia ROSSI, travaille à Alpi Marittime depuis 1987. « L'intention alors était symbolique, nous dépassions les frontières, et l'idéal était de mener une seule gestion cohérente. En 1993 d'ailleurs la Communauté européenne nous a décerné un diplôme pour notre bonne gestion concertée. » Puis les deux compères de la nature ont monté une charte commune, qui élaborait une manière de travailler ensemble, et l'ont signée en 1998. La Charte européenne du tourisme durable, elle, a été signée en 2001 par Alpi Marittime. Un précurseur. En 2006 le Parc du Mercantour a fait de même, pendant que sa voisine italienne renouvelait sa charte. Aujourd'hui, souligne Hervé

PARMENTIER, « nous essayons d'établir une stratégie commune avec le Mercantour, avec des objectifs communs. »

Apprendre à travailler ensemble

Ceux-ci sont définis en cinq axes. Ce sont des actions en faveur du patrimoine naturel, comme la réintroduction d'aigles, de gypaètes barbus et de bouquetins ; des échanges de personnel technique entre les deux parcs, des actions d'information du public, pour qui une identité commune est ainsi ressentie ; tout ceci est passé par une signalétique transfrontalière commune et un savoir faire commun, local et ancien, dans la création ou la restauration de sentiers reliant les deux espaces.

Ce plan d'action a été mené en cinq ans. « Nous voulions améliorer par là notre processus de coopération. Nous l'avons préparé par groupes de travail thématiques. L'un d'eux consistait justement à apprendre à travailler ensemble » poursuivent ensemble les deux rapporteurs, qui déclinent ainsi le fameux plan :



Parcs jumelés : Parc National du Mercantour - Parco Nazionale Alpi Marittime

« 1) Nous avons formalisé la coopération en impliquant les collectivités et les élus des deux côtés et en réunissant une cellule transfrontalière.

2) Nous voulions mieux connaître la biodiversité afin de nous préparer au réchauffement climatique, et de façon générale aux enjeux écologiques de demain. Mais nous avons aussi créé un observatoire des pratiques culturelles car nous voulions aussi mieux les connaître.

3) Nous voulions encore mieux partager nos connaissances, notamment en matière d'écotourisme mais aussi d'éducation. Nous avons monté des offres communes et nous avons monté des programmes de formation communs avec les enseignants des deux pays.

4) Notre projet de développement durable devait aussi être partagé, tout en étant plus ambitieux. Les deux parcs ont donc adhéré à la Charte européenne du tourisme durable ; pour Alpi Maritime, qui avait une longueur d'avance, cela s'est traduit par la création d'une association des trois vallées concernées pour promouvoir le territoire et former les opérateurs tout en coordonnant les actions. Le Mercantour réfléchit maintenant aux façons de mener ces mêmes missions sur un territoire plus vaste avec des acteurs plus nombreux.

5) Nous voulons aussi construire des outils communs à la promotion de cet espace, et nous avons candidaté ensemble auprès de l'Unesco pour être reconnus Patrimoine Mondial. »

Changer d'échelle et voir européen

Pour argumenter auprès de l'Unesco, des outils communs sont produits, telle une carte routière qui joint les deux espaces et présente des « spots » désignant les éléments du patrimoine local. « Nous l'améliorerons en la transformant en carte d'intérêt pédestre ou cyclable. » Un discours commun est aussi développé en faveur d'un tourisme de proximité, respectueux. « Nous avons participé aux salons promotionnels en communs pour communiquer cela » explique Patrizia ROSSI.

Reste à développer des projets communs ambitieux, comme des outils juridiques afin de structurer la coopération, via un GECT : Groupement européen de coopération territoriale. Statuts et convention sont rédigés. « Nous pourrions lancer des investissements communs et gérer en commun les parcs » rapporte Patrizia ROSSI. « Nous avons aussi déposé un dossier auprès de la Communauté Européenne pour un Plan Intégré Transfrontalier, sur un programme de 11 M€ sur trois ans » complète Hervé PARMENTIER. Cela devrait permettre de développer la connaissance du milieu en valorisant le territoire tout en repensant les

modes de déplacement pour un moindre impact. « C'est une condition pour développer un tourisme respectueux » conclut Hervé PARMENTIER. Ensuite il faudra évaluer le chemin parcouru ensemble, avant de déposer une candidature commune à la Charte Européenne du Développement Durable.

Marie ROMANI, (Pôle relais lagunes) : L'association créée pour les acteurs d'Alpi Maritime a-t-elle été impulsée par celui-ci, et comment s'est elle ensuite organisée ?

Patrizia ROSSI, (Alpi Maritime) : Nous l'avons impulsée en tant que parc. Ensuite, les partenaires ont eux même décidé de continuer ce travail à travers une association. Nous les avons simplement aidés en fournissant les locaux et le secrétariat mais en demeurant en fait comme membre, pas plus.

Marie ROMANI : Le parc a-t-il assisté les socio professionnels ?

Hervé PARMENTIER, (PN Mercantour) : Le parc peut lancer de la formation auprès d'eux, mais nous avons intérêt à travailler en partenariat avec d'autres organismes pour cela.

Claude HOLYST, (ARPE) : L'identité culturelle interfrontalière est-elle réelle ?

Hervé PARMENTIER : oui sur plusieurs vallées, grâce aux chemins qui reliaient tout le monde. En 1947 la frontière a bougé et beaucoup ont continué à garder leurs habitudes à Cuneo plutôt qu'à Nice. Toutefois, avec l'exode des natifs de la montagne cela a changé. Il faut parfois reconstruire des liens. Entre les élus notamment. Cela nous permettrait par exemple de développer des deux côtés l'apparition de gîtes ruraux, qui font défaut.

Patrizia ROSSI : Cette communauté culturelle est mieux ressentie côté italien, où les gens se considèrent comme Occitans. On partage la gastronomie et le dialecte.

Mireille PILE, (CR PACA) : Les Italiens ont beaucoup à nous apprendre. Nous avons sans doute à faire revivre des éléments d'identité commune, à travers la langue d'oc mais pas seulement. Cette culture commune, qui s'effiloche un peu, a tout de même donné le jour à notre Eurorégion. Elle verra le jour courant octobre sous forme d'un GEC, avec Rhône Alpes, Provence Alpes Côte d'Azur, Ligurie, Piémont et Val d'Aoste. La collaboration entre les deux parcs illustre bien cette coopération. En changeant d'échelle on pourrait aller plus loin en matière de tourisme durable.



Des milliers d'espèces restent inconnues au Mercantour

Alpi Marittime et Mercantour, les deux espaces naturels protégés de part et d'autre de la frontière franco italienne ont engagé une étude scientifique au long cours, l'inventaire de la faune et de la flore de leurs territoires. Ce travail donnera lieu à de multiples initiatives et fera naître certains produits touristiques. Le point avec Hervé Parmentier, du Parc National du Mercantour.

Mercantour et Alpi Marittime lancent une vaste opération de recherche sur la biodiversité. Comment se traduit elle en ce moment ?

A ce jour nous avons accueilli cinquante chercheurs au cours de classes d'été axées sur une famille botanique ou faunistique. Le travail a été essentiellement méthodologique. Mais une centaine viendront ensuite chaque année sur les territoires du Mercantour et d'Alpi Marittime.

Quel en est l'intérêt pour le Parc du Mercantour en tant que structure ?

Le projet est pour nous fédérateur, c'est un projet pour notre établissement, nombre de nos professionnels vont y montrer beaucoup d'enthousiasme. Les associations naturalistes locales y trouveront aussi des opportunités.

On en a peu parlé, comment communiquer sur une recherche scientifique ?

On a communiqué le 12 juin dernier, le Monde en a parlé. Le retour presse locale a été très mince en revanche. Pour nous il importe cependant d'informer les collectivités locales. Nous leur restituons des notes techniques, mais nous réfléchissons à une information plus construite, comme des atlas de la biodiversité locaux. L'Inventaire Généralisé de la Biodiversité peut aussi faire peur à ceux qui ont des stratégies d'aménagement. Mais pour l'heure on se préoccupe du cœur de parc, où ces enjeux n'ont pas lieu d'être.

Pouvez vous préciser ce qu'est le projet ATVI+M ?

ATVI+M (All Taxes Biodiversity Inventory + Monitoring) n'est pas une simple cartographie des espèces inventoriées, mais aussi un suivi propre à aider à la gestion de la fréquentation touristique ou encore des questions de pâturage. Les applications sont vastes.

Il s'agit d'inventorier les espèces présentes sur les deux parcs voisins. En sait-on vraiment si peu là-dessus aujourd'hui ?

On connaît les espèces végétales et animales supérieures, mais peu la microfaune et la microflore présentes dans le parc. On peut trouver deux ou trois fois plus d'espèces ; nous en connaissons 2500, nous pensons qu'il y en aurait autour de 7000.

Le problème c'est l'absence de taxonomistes, les experts du classement des espèces. On n'en forme plus, il faudrait cloner ceux qui restent ! Pour y palier, nous pouvons déterminer l'analyse génétique des espèces en la codant. Cette analyse permettrait de combler notre méconnaissance. Des espèces peu connues, pourraient alors, quand elles sont rencontrées à nouveau, être reconnues grâce à leur codage génétique.

Hors les scientifiques collaborant à ce projet, les naturalistes amateurs auront-ils un rôle à jouer ?

Il y aura de la place pour les associations naturalistes. Avec de la formation à la clef. Elles seront associées à des chercheurs, puis seront notre meilleur relais auprès des populations locales.

Quels sont les besoins de financement pour une telle opération et qu'est ce qui est sûr à ce jour ?

Le financement est viabilisé sur trois ans pour ce projet, à hauteur d'1,745 millions d'euros HT pour Mercantour et Alpi Marittime. Le ministère de l'Environnement Français a classé ce projet comme prioritaire, et le financera à hauteur de 300 K€. La Principauté de Monaco et la Fondation Prince Albert de Monaco interviendront pour 126 K€, le Parc du Mercantour financera aussi une partie, et le reste sera abondé par la Communauté Européenne, par

le biais de financements Alcotra, c'est-à-dire des Plans Intégrés Transfrontaliers, en raison de notre collaboration étroite avec Alpi Maritime. Dans le cadre de ceux-ci, 94% seront financés par l'Europe et l'Etat, la Région, et le CG06 fourniront le reste.

C'est un projet de longue haleine, comment assurer au-delà de la troisième année ?

C'est la grande question. Nous pensons pour cela faire appel au mécénat privé, par le biais d'une fondation. C'est notre travail de définir tout cela. En fait ce travail durera vingt ans.

Au fond, pourquoi se préoccuper aujourd'hui d'inventorier finement ?

Nous avons besoin de connaître les indicateurs d'érosion de la biodiversité. Pour mettre en place une réponse il faut avoir des arguments scientifiques et c'est ce à quoi nous travaillons avec ce projet.

Comment s'organisera la transmission de milliers de données liées à cet inventaire ?

Nous avons un poste budgétaire consacré au déplacement des chercheurs : 350 K€ sur trois ans. Mais en revanche nous ne maîtrisons pas les conditions du retour de connaissance que nous pouvons attendre de cette population de chercheurs. Le problème est que nous mettons en place pour eux les conditions de leurs recherches sans être certains qu'ils partageront leurs découvertes. La Principauté de Monaco, partenaire de l'opération, s'attachera à garantir ce retour, nous leur ferons confiance car ils ont l'habitude de ce genre d'opérations.

En termes de retour, les connaissances seront-elles traduites pour le public, y aura-t-il des événements ?

Il faut accompagner la mise en lumière de ce projet. Un suivi photo doit être mis en place en même temps que le lancement du projet. Et nous devons le faire avec une qualité extraordinaire, présentable dans la grande galerie du Muséum d'Histoire Naturelle à Paris, notre caution scientifique et partenaire, ou au Muséum de Monaco. L'approche de la prise de vue et de la conservation des clichés doit être pour cela professionnelle.

Cette valorisation grand public s'accompagnera t-elle de produits touristiques liés à ATVI+M ?

Il s'agira d'un tourisme de niche, scientifique. Des groupes de cinq personnes avec un chercheur, et des encadrants formés pour un temps d'échange sur le terrain. Des produits de tourisme scientifique pourraient être créés sur la base de rencontres scientifiques-touristes. Ils pourraient aider à la transmission de connaissances. Il ne s'agit pas un tourisme de masse, mais il correspond à la mission intrinsèque du parc, qui consiste à transmettre les savoirs liés à la nature. Nous voudrions mener la même démarche en matière de culture locale. Le Parc pourrait être un des opérateurs touristiques à cette occasion. Mais pas le seul.

« On connaît les espèces végétales et animales supérieures, mais peu la microfaune et la microflore présentes dans le parc. Ce domaine est très méconnu, on peut trouver deux ou trois fois plus d'espèces ; nous en connaissons 2500, nous pensons qu'il y en aurait autour de 7000.

Le problème c'est l'absence de taxonomistes, les experts du classement des espèces. »



Philippe MAIGNE

Directeur du Grand Site Sainte-Victoire

Ce que dit le Réseau

Le Réseau régional des gestionnaires d'espaces naturels protégés ou RREN, ce sont vingt-cinq structures adhérentes en Provence Alpes Côte d'Azur. Quand on les questionne sur leurs pratiques et sur leurs attentes, on dégagne quelques lignes de force dans leurs réponses. Ils sont impliqués dans tous les processus de concertation concernant leurs territoires, ils sont préoccupés par la difficile gestion des flux et de la fréquentation, ils tiennent ferme à l'identité de ces espaces, c'est leur mission que de la sauvegarder, ils conventionnent pour harmoniser pratiques et protections du territoire, et se préoccupent du droit d'accès des handicapés à la nature. En fouillant on peut aussi les créditer de quelques sourdes angoisses et d'ardents questionnements : quelles sont les retombées économiques de cette fréquentation qui constitue aussi un problème, et les divers organismes qui encadrent le tourisme ne se font-ils pas concurrence au lieu de coopérer dans les espaces protégés ? Etat des questionnements ci-dessous.

Voici quelques semaines un questionnaire a été remis par le RREN à ses membres. Il leur proposait trois groupes de questions : sur la gestion du tourisme durable, sur les outils et partenariats qui le facilitent, sur la place du Réseau dans l'apparition et la gestion du tourisme durable.

Réponses des structures en mots clefs, de A à V.

Appropriation

La cohabitation de divers types d'activités n'est pas forcément évidente. L'appropriation abusive des espaces par certains propriétaires et résidents est citée dans les réponses au questionnaire.

Concertation

Pas d'espace sans divers comités de ceci ou de cela, et c'est réjouissant. La structure de concertation est la règle à tous les étages. Le Luberon veut même mettre en place un forum des acteurs du tourisme.

Contrats

Une action spécifique passe aussi souvent par une contractualisation avec des fédérations sportives : VTT, escalade, plongée, pêche professionnelle, sports aériens, on ne compte plus les chartes et les conventions. Les espaces naturels sont là en pointe en matière de maîtrise des pratiques sur les espaces concernés.

Engagement

Les structures de gestion d'espaces naturels

protégés se sont déjà engagées sur le terrain dans des démarches envers le tourisme durable. Dans des démarches globales notamment, telles que l'adhésion à une charte, et plusieurs structures ont mis en place un volet tourisme dans un schéma de développement durable. A noter que les Marais du Vigueirat se sont notablement avancés dans ce type de démarche, avec la certification Emas. On peut donc aller plus loin que les déclarations d'intention.

Fréquentation

Les espaces naturels de Provence-Alpes-Côte d'Azur sont très fréquentés et cela pose des problèmes de dégradation des équipements et de gestion des déchets par exemple. Mais on en mesure mal l'impact sur les sites. Faute d'évaluation, il est difficile d'exprimer ce problème aux divers partenaires. En tout cas les équipes des structures adhérentes ont du mal à accueillir et gérer cette fréquentation.

Handicap

Une préoccupation émerge à la lecture des réponses du questionnaire, c'est la relation tourisme et handicap.

C'est une préoccupation commune à tous.

Identité

Les parcs nationaux doivent réaliser des études d'identité des territoires. C'est une aide pour développer des produits, on se pose les bonnes

questions sur le territoire. Le Comité du tourisme 13 a pour principe de commencer par réaliser une étude d'identité quand il aide un territoire. C'est un préalable à la réflexion.

Partenariats

Relations suivies partout ! On travaille avec les Offices du tourisme et avec les collectivités locales, les opérateurs et les socio professionnels, ce qui est assez nouveau. C'est vrai en particulier pour le partenariat avec les accompagnateurs.

Priorités

Valoriser les richesses culturelles et patrimoniales locales, à condition que le patrimoine soit protégé. L'éducation à l'environnement et la formation des acteurs du tourisme, le fait d'assister au montage des projets innovants semblent cruciaux. C'est cela qui, sur la foi des réponses au questionnaire, va vraiment développer le caractère durable du tourisme.

Qualité

Un manque de qualité de l'offre touristique est constaté, la motivation des opérateurs ou l'adaptation des structures d'hébergement, l'insuffisance pédagogique et culturelle sont les problèmes pointés d'une offre qui n'est pas marquée par la diversité.

Ouverture à tous

Les trois caractéristiques majeures du tourisme durable, selon le RREN sont : l'identité des espaces protégés de Provence-Alpes-Côte d'Azur, avec des milieux sensibles, à découvrir, dans l'ouverture et la gratuité ; la variété de l'offre de territoires, littoral et montagne, avec une très forte densité de territoires protégés ; le développement local, la population locale qui doit s'épanouir et s'impliquer.

Tourisme durable

Des démarches de connaissance du public et de la fréquentation existent, des enquêtes de fréquentation sur parkings et sentiers, mais aussi de plus en plus des éco compteurs, on s'appuie sur des données touristiques, et on s'adresse aux partenaires qui eux-mêmes font des études, tels les Gîtes de France. Les approches sont diverses, et les données quantitatives fiables sont rares, on extrapole donc beaucoup. Les observatoires de la fréquentation qui se mettent en place n'ont pas une tâche simple.

Valeur

Un grand questionnement des gestionnaires de sites : on se demande quelle est la plus value qu'apportent les espaces protégés en tant que tels ? Biodiversité, qualité du paysage (...) ça vaut combien pour le professionnel du tourisme ? Derrière cette question, il y a un possible moyen de sensibiliser tous les acteurs à ce que coûte le non respect du territoire. Que sont prêts à payer les publics pour conserver un espace de belle qualité près de chez eux ? Quelle est la valeur reconnue de ces espaces protégés ? Quel prix y attache t'on ?

Ça vaut quoi ?

« Quelle est la valeur reconnue de ces espaces protégés ? Quel prix y attache t-on ? S'il est assez facile aujourd'hui de savoir quel prix y attachent les touristes qui le visitent, il n'en va pas de même pour ceux qui en profitent toute l'année. »

Parabole immobilière

« Nous avons une méthode pour le savoir à travers nos enquêtes » répond Philippe MAIGNE. « Il s'agit du consentement à payer ». Selon lui, également, une bonne approche, peut-être plus ciblée, est de s'intéresser au prix de l'immobilier. « Nous questionnons des promoteurs ainsi : vous vendez un bureau avec vue sur le massif Sainte-Victoire, près de la gare TGV de l'Arbois, est-ce le même prix que le même bureau dans le même immeuble, mais avec vue de l'autre côté ? »

Échanges de vues





2

DE QUELS OUTILS DISPOSE-T-ON ?



Marie ROMANI

Chargée de mission au Pôle relais lagunes méditerranéennes Région Languedoc-Roussillon



Dans la forêt des labels il faut savoir où on va

Dans la boîte à outils du tourisme durable, il y a des instruments tels que les marques, les chartes, ou les certifications. On choisit tel ou tel mode qualitatif, comme on choisit plutôt une clef de 12 qu'une pince Becro pour améliorer sa plomberie. Mais il est parfois difficile de distinguer l'une ou l'autre disposition. Aussi est-il judicieux de se demander d'abord quel est l'objectif visé.

Labels, marques, et codes sont un référentiel pour les professionnels dans leurs démarches vers le tourisme durable, ils peuvent en faire un outil de communication bienvenue. Ils crédibilisent la démarche des professionnels, à condition que le public ne se sente pas perdu dans la forêt des labels.

La charte

Elle affirme des valeurs partagées, récapitule les droits et devoirs de chaque partie, qui conventionnent après concertation. Elle est volontaire mais doit être cohérente avec les lois en vigueur. On connaît la Charte du tourisme durable, et la Charte mondiale du tourisme durable.

Les codes

Ils sont de portée plus générale, comme le code mondial d'éthique du tourisme. Mais on trouve aussi des codes à champ plus restreint, comme le Code de bonne conduite des promeneurs de la Réserve naturelle des Pyrénées catalanes.

Les labels

Ce sont des signes de qualité qui apportent des garanties à l'utilisateur. Ils sont adossés à un référentiel, norme, charte ou autre. On en distingue diverses sortes.

Les labels officiels

Gérés par des autorités publiques avec contrôle indépendant ; ainsi l'éco-label européen, managé par l'Union Européenne, et certifié par l'AFNOR. Ils sont peu nombreux, en raison de la cherté de la démarche.

Les labels privés collectifs

A l'initiative d'un organisme professionnel ou d'une association. Greenglobe par exemple, dans laquelle la chaîne Novotel cherche à entrer actuellement. Les labels doivent être attribués par des organismes indépendants du professionnel qui entre dans la démarche. Gîtes de France Panda est un autre exemple, géré par le WWF.

Les labels privés non contrôlés

Ils relèvent de la seule responsabilité des professionnels du tourisme, tels que Clefs Vacances. Certains sont contrôlés, comme Agir Pour un Tourisme Responsable, initié par dix tours opérateurs, et certifiés par AFAQ AFNOR.

Les marques

Déposées pour dix ans, renouvelables. Il s'agit du signe distinctif d'un produit ou d'un service, qui permet de faire connaître leurs caractéristiques, liées au propriétaire de la marque. C'est assez proche du label. On connaît Sites Remarquables du Goût, qui lie agriculture, tourisme et environnement. On connaît aussi la marque Parc dont les caractéristiques sont le développement du territoire et de son identité, la valorisation d'un environnement préservé, et une réponse aux enjeux sociaux. La marque peut s'appliquer à des produits (agriculture) ou à des services (gîtes) et des savoirs faire. Elle repose sur une convention parc-bénéficiaire et est attribuée pour trois ans, renouvelables.

La Marque « Parcs »

Elle concerne des savoirs faire (animations, hébergements...) tout autant que des produits artisanaux ou agricoles. Ces dix dernières années 140 produits impliquant 500 professionnels dans 32 parcs ont été déposés. C'est le Parc qui agrée et renouvelle la marque, dont l'attribution donne lieu à une convention entre le Parc et le professionnel.

Les Normes

C'est un modèle organisationnel qui, en l'occurrence, doit permettre de maîtriser les impacts du tourisme sur le milieu naturel ; par exemple ISO 14001 et bientôt 26000, qui concernent le management environnemental.

La Certification

Obtenu quand une entreprise de tourisme se conforme à la norme, elle est décernée par un organisme certificateur. On connaît l'exemple des Marais du Vigueirat, en Camargue, certifié Emas (un ISO avec des contrôles plus poussés).

Des écueils et des incitations, l'avis de Marie ROMANI

« Les chartes et les codes sont les outils les moins contraignants, et pourtant ils peuvent être exigés pour l'obtention de labels et marques. Là, on monte d'un cran dans la difficulté, ceux-ci sont plus contraignants, leurs coûts sont variables, parfois difficiles pour des PME, mais toujours moins chers que normes et certifications. Toutefois le public peut les confondre avec une opération marketing, ce qui n'est pas positif. Normes et certifications, elles, correspondent à des contraintes et à des coûts plus forts. Attention à la « qualimania », 60 labels touristiques ont été recensés en Europe ! Voilà de quoi les décrédibiliser auprès des entreprises elles mêmes ! Il faut noter que pour obtenir certains labels, il suffit d'être présent dans un espace naturel. Or, il faudrait savoir aller plus loin. Quant aux critères, tels ceux du label Qualité et Tourisme, ils n'intègrent pas souvent des critères environnementaux. Il y a donc des progrès à réaliser.

Des démarches de territoires peuvent soit intégrer soit développer l'entrée des professionnels dans une démarche de certification. Les agendas 21 font partie de ces démarches. Les chartes portant sur les sites Natura 2000, comme les étangs palavasiens, ou les plans de gestion, ont semble t'il un véritable impact sur le tourisme durable. Les incitations financières poussent bien entendu les professionnels à s'investir et à investir.

Hors des espaces naturels protégés, comme pour l'étang de Thau, un contrat de milieu, avec une charte des professionnels du tourisme peut donner des résultats enviables. Dans ce cas précis, la démarche a été dotée d'une aide financière publique. »

« Label, marque (...) la différence est infinitésimale. Souvent le label est équivalent à la marque. L'un et l'autre visent à respecter des valeurs, et l'un et l'autre sont susceptibles de contrôles indépendants. Les labels professionnels surtout peuvent s'apparenter à des marques. »

Olaf HOLM, (FPNRF) : « La marque « Parc » est en voie de refonte au plan national, afin de la tirer davantage vers des critères environnementaux. La Fédération des Parcs Régionaux est à l'origine de cette réforme. Les Parcs étaient plutôt faibles sur les critères environnementaux, qui datent d'il y a une quinzaine d'année. En fait, il s'agit de réfléchir en terme d'objectifs. Qu'est-ce qu'on veut, et comment on aide les professionnels pour partager ces valeurs et obtenir un label. Bien sûr, à partir de là, il est nécessaire de s'interroger sur la stratégie à adopter pour atteindre ces objectifs. »

Hervé PARMENTIER, (PN Mercantour) : « Nous étions trop faibles juridiquement pour créer notre marque Parc du Mercantour. Notre logique a donc plutôt été de nous demander quelle plus value nous pouvions apporter aux prestataires. De la promotion, sans aucun doute. Par pragmatisme, nous en sommes venus à « recommander » tel produit ou service comme « Parc national du Mercantour », et à nous engager à ne communiquer que sur ces produits là, pour lesquels nous avons assisté l'opérateur touristique, avec des critères simples de développement durable. Le problème de la démarche, ça reste tout de même ensuite le contrôle de ces produits. »

Échanges de vues



Alexandre NOËL

Chargé de mission développement touristique au Conseil régional Provence-Alpes-Côte d'Azur



Pour la Région tout est question d'engagement

La Région aide les bonnes pratiques, en premier lieu celles qui font des hébergements touristiques une référence du développement durable touristique. Mais il faut que ce tourisme durable soit partagé par les entreprises du secteur. On peut les inciter, les inclure dans une réflexion à plusieurs niveaux. Mais au final, c'est bel et bien la demande du public qui les fera bouger. Voilà un chemin vertueux que pavent de labels les services régionaux.

La demande commande

Pour Alexandre NOËL, du service tourisme du Conseil régional, une chose est certaine, c'est bien la demande qui tirera l'offre en matière de tourisme dit « durable ». C'est donc en assurant aux clientèles touristiques que les produits et services trouvés en Paca répondent bien à des préoccupations de développement durable qu'on fera le succès des dispositifs. « Notre but est de faire émerger des entreprises volontaires, qui sont alors aidées, d'abord au diagnostic, puis à l'investissement. Un prix régional à l'innovation touristique complète nos dispositifs, avec une rubrique tourisme durable. »

Des toits durables

Pour entrer dans le détail des dispositifs mis en place par la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur, il faut savoir que l'hébergement « durable » est un des objectifs majeurs, aussi bien du service tourisme que d'autres services régionaux. Les hôtels, campings et villages vacances sont donc les premiers visés à travers les dispositifs transversaux d'aides spécifiques aux investissements pour l'amélioration de la performance environnementale des hébergements touristiques. Le service énergie et déchets, en lien avec le service tourisme, a également lancé un appel à projets, AGIR, qui permet justement d'agir. AGIR (Action globale innovante pour la région), dans sa déclinaison AVEC (Action de valorisation et d'entraînement collectif) doit créer une dynamique dans les meublés. Cent gîtes exemplaires seront accompagnés, dépendant de trois Fédérations : Gîtes de France, Clés Vacances, et Bienvenue à la ferme. Tous ne sont pas au même stade. « Avec les éco gîtes qui ont permis aux Gîtes de France de partir avec une longueur d'avance, la Région en est à l'accompagnement individuel

et à l'aide à l'investissement. Pour les autres, on élabore encore le référentiel. »

Du local au global, il y a les réseaux

Toutefois, on ne peut concevoir que la politique régionale soit une île. Le service Tourisme agit en recherchant synergies et coopérations extra régionales. Car le développement durable est une affaire planétaire. « Nous agissons avec en ligne de mire l'agenda 21 que la Région a lancé récemment, ainsi que l'Agenda européen pour un tourisme durable et compétitif, lancé, lui fin 2007. » souligne M. Noël. « A cette occasion nous avons fondé, avec la Catalogne et la Toscane un réseau. » Celui-ci, NECSTOUR, a depuis tenu ses assises les 30 et 31 octobre 2008 à Gréoux (04) et à Marseille.

Ce réseau, qui débute tout juste, a défini cinq thématiques prioritaires pour un tourisme durable : responsabilité sociale et environnementale, qualité de vie des résidents, conservation du patrimoine et des identités, dessaisonalisation, et transport et mobilité. Trois piliers soutiennent ces thèmes : compétitivité, mesurabilité, et dialogue social, qui doivent pour toute discussion être pris en compte.

« Nous nourrissons certaines réflexions » poursuit Alexandre Noël : « où commence et où s'arrête le tourisme durable ? Qu'est-ce qui constitue vraiment une offre touristique durable ? Comment éviter qu'on ne se contente de passer sur tout ça une couche verte ? Et comment assurer les clientèles que ce n'est pas le cas ? » Ce sera l'objet du prochain travail interparcs sur le volet 2 de la charte européenne du tourisme durable dans les espaces protégés qui devra définir les conditions d'accompagnement, de

certification, et de valorisation des entreprises dites de « tourisme durable ».

Le tourisme sera durable si les entreprises le veulent

La réponse globale, pourrait être résumée ainsi : « les professionnels ne bougent en fait que lorsque leurs clientèles bougent. C'est donc par la demande qu'on joue souvent sur l'offre » ainsi que répète Alexandre Noël, en guise de conclusion. « Sans entreprises engagées, ni tour opérateurs extérieurs aux territoires concernés qui soient eux-mêmes engagés, il n'y a pas de tourisme durable. Il nous faut donc démontrer l'existence d'un marché porteur pour développer sur le terrain la pertinence d'un tourisme durable. »



Olaf HOLM, (FPNRF) : Quels sont les objectifs de la Région Provence Alpes Côte d'Azur vis-à-vis des Parcs naturels ?

Alexandre NOËL, (CR PACA) : ils sont la locomotive du tourisme durable, ce qui rend légitime de travailler avec eux. Ceci dit, des complémentarités doivent être trouvées entre eux et les professionnels du tourisme. Ils permettent à la Région de communiquer sur la valeur nature, quand elle est vue surtout comme urbaine, et sur sa diversité, alors qu'elle est perçue surtout comme littorale.

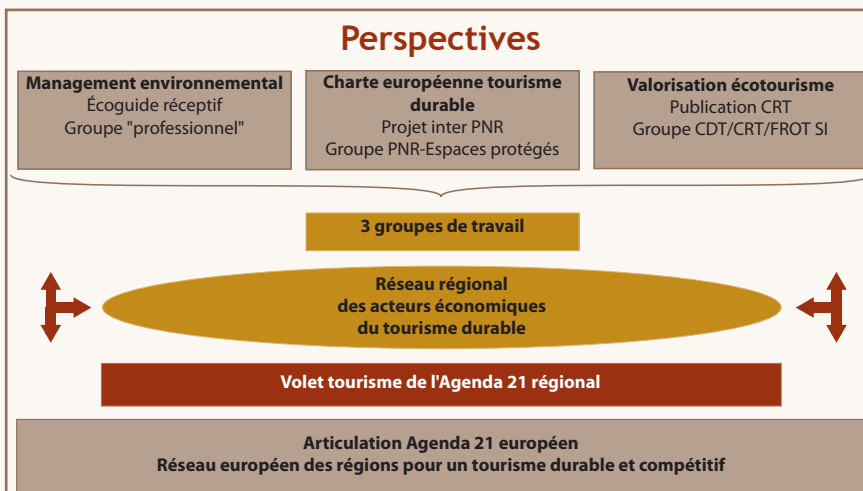
Philippe MAIGNE, (Grand site Sainte-Victoire) : Dans les espaces remarquables protégés, doit-on rajouter, pour la Région, des caractéristiques aux labels déjà obtenus ?

Alexandre NOËL : Tout dépend du label, mais on tiendra compte en tout cas du fait que le label est au moins national

Olaf HOLM : C'est très différent de la façon de faire espagnole, où Catalogne et Valence ont leurs propres labels. Les 21 régions y sont autonomes.

Patrizia ROSSI, (Alpi Marittime) : Les expériences les plus avancées sont en Espagne le fait des régions autonomes.

Echanges de vues



*Buts et méthodes régionales en matière de tourisme durable
©Région Provence-Alpes-Côte d'Azur*



LA POLITIQUE RÉGIONALE DU TOURISME : transversale et concertée pour un développement durable

La politique régionale de Provence-Alpes-Côte d'Azur en faveur du tourisme durable est pilotée par le service Tourisme de la Direction de l'Economie et s'appuie sur une démarche transversale des services d'autres Directions de la Région. Elle concerne des services tels que les services mer, agriculture, culture et patrimoine, sports, formation, espaces naturels et Forêts, emploi... Et vise à faire de Provence-Alpes-Côte d'Azur une référence en matière de tourisme durable. La Région coordonne trois groupes de travail en matière de tourisme durable qui ont tous aboutis ou sont sur le point d'aboutir à 3 projets concrets.

Plus concrètement encore, un véritable réseau régional s'est mis en place progressivement avec des têtes de réseaux de professionnels, les parcs naturels régionaux et les organismes de promotion touristique, autour de 3 actions précises :

- *La réalisation d'un écocuide sur la responsabilité sociale et environnementale à destination des équipements d'accueil. Mené par le groupe de travail régional constitué des têtes de réseaux de professionnels que sont la Chambre régionale de commerce et d'industrie, la fédération régionale des gîtes de France, l'Union nationale des associations de tourisme et de plein air PACA, l'Union des métiers et des industries de l'hôtellerie PACA et Provence Méditerranée Congrès, ce guide, dénommé MAGESTOUR (Manuel de gestion environnementale et sociale à destination des professionnelles du tourisme), a pour objet d'apporter le plus de réponses et d'outils aux professionnels pour s'investir sur les questions de responsabilité sociale et environnementale.*

- *La promotion et la valorisation de l'offre écotouristique avec le Comité régional du tourisme PACA qui a lancé la « carte écotourisme », réalisé en lien avec les Comités départementaux de tourisme et de la Fédération régionale des offices de tourisme et de syndicats d'initiatives.*

- *L'obtention de la charte européenne du tourisme durable dans les espaces protégés, par les 5 Parcs naturels régionaux de la région.*

La Région se préoccupe aussi de la dimension sociale du développement durable et a ainsi dédié un axe stratégique à ces questions vitales de l'accès aux vacances pour tous, du tourisme pour les personnes souffrant de handicaps, ou encore de l'emploi, de la formation et de la problématique des saisonniers.

Olaf HOLM

Chargé de mission Fédération des Parcs naturels régionaux de France



La Charte européenne du tourisme durable - Le développement durable appliqué au tourisme en espaces protégés

L'activité touristique et la protection du patrimoine naturel et culturel n'ont pas à être opposés puisqu'il existe des outils de coopération. Ainsi les dix principes contenus dans la Charte européenne du tourisme durable visent à l'harmonie. Surtout cette dernière se préoccupe du public, celui qui vit là, et celui qui vient voir.

Le développement soutenable appliqué au tourisme

La Charte européenne du tourisme durable est une méthode proposée aux gestionnaires d'espaces protégés, propre à les aider à réfléchir sur le tourisme dans leurs territoires. Rappelons que le tourisme durable « respecte à long terme les ressources naturelles et culturelles et sociales. Il contribue de manière positive et équitable au développement économique, et à l'épanouissement des hommes qui vivent, travaillent et séjournent dans ces territoires » (Définition WTO 2004). C'est en fait un concept universel qui doit s'appliquer à toute forme de tourisme, mais avec des recommandations spécifiques aux espaces protégés : réfléchir à la gestion de la fréquentation, à la valorisation des patrimoines, à l'implication de la population locale, etc. Dans l'idéal, un jour l'ensemble des activités touristiques sera géré dans cette optique.

Le développement sans impact négatif

La Charte européenne du tourisme durable dans les espaces protégés est une méthode déclinée en dix principes qui doivent aider à concilier développement économique et activités de protection des patrimoines naturels et culturels. L'espace protégé doit prendre réellement en compte les données de la fréquentation de son territoire, il prend conscience qu'il s'agit de gérer cette fréquentation. Mais, de son côté, la société doit également reconnaître que ces territoires ont une valeur particulière de ce point de vue. L'objectif est donc d'améliorer la gestion du tourisme et des activités de loisir en limitant les impacts négatifs sur le territoire concerné.

Une stratégie, des évaluations

La Charte comporte deux volets. D'abord il s'agit de penser une stratégie à partir d'un diagnostic. Il faut sur ce établir un plan sur cinq ans, décliné en actions, dire comment ces dernières seront mises en œuvre, avec quels objectifs. Leur évaluation doit être prévue. Ensuite, il s'agit d'impliquer dans la problématique les prestataires touristiques, les accompagner. Au fond, la charte est un « pense-bête » de la mise en place d'une politique intégrée de développement touristique – ou de non développement en fonction de la situation ! – sur un territoire.

Tous ensemble

L'adhésion à la Charte est volontaire, elle est basée sur un partenariat avec les différents acteurs qui définissent ensemble une politique. Celle-ci vise à la création de produits de qualité, qui se préoccupent de la place tenue par le consommateur dans ce schéma. Elle vise aussi bien entendu à une maîtrise de la fréquentation. Elle prend enfin en compte les attentes de la population locale. Mais elle se préoccupe aussi de sensibiliser le public à la fois aux grands enjeux du tourisme durable et de la protection des espaces considérés.

Réseau européen et priorité française

La Fédération des Parcs naturels régionaux a travaillé à l'évolution de cette charte, dans un groupe de travail européen, animé par Europarc, l'association européenne qui regroupe les espaces protégés. Il s'agissait notamment de faire reconnaître cette charte comme outil de mise en place des directives européennes sur la biodiversité, à la suite, encore, du Sommet de la terre à Rio en 1992. Il faut souligner que cette politique en faveur de la biodiversité est un des thèmes de la présidence française de l'Union Européenne. Cette charte est mise en place depuis 2001, elle n'est ni un label, ni une marque, mais la signer c'est un engagement d'inscription dans un réseau européen qui comprend 57 espaces protégés dans 8 pays (Allemagne, Autriche, Espagne, Finlande, France, Grande Bretagne, Italie, Portugal. En France les Parcs nationaux des Cévennes et du Mercantour ont signé cette charte, tout comme dix Parcs régionaux et le réseau des réserves naturelles du Bas-Rhin. D'autres adhésions sont à venir. La gestion des sports de nature dans les espaces protégés, objet de la dernière université du RREN, est d'ailleurs désormais menée selon les principes de la Charte européenne du tourisme durable.



ÉLÉMENTS CLEFS de la Charte Européenne de Tourisme Durable dans les Espaces Protégés (CETD)

Objectifs de la Charte

- *Accroître la prise de conscience et soutenir les espaces protégés en Europe, en tant que composant fondamental de notre héritage, qui devrait être préservé pour que les générations actuelles et futures puissent en profiter.*
- *Améliorer le développement et la gestion durables du tourisme dans les espaces protégés, en prenant en compte les besoins de l'environnement, des résidents locaux, des entreprises locales et des visiteurs.*

Les 10 principes de la Charte

- 1. Impliquer toutes les personnes participant à la gestion et au développement touristique dans et autour de l'espace protégé.*
- 2. Élaborer et mettre en œuvre une politique de tourisme durable et un plan d'action pour l'espace protégé.*
- 3. Protéger et mettre en valeur l'héritage naturel et culturel de l'espace protégé, pour et par le tourisme, et le protéger d'un développement touristique abusif.*
- 4. Proposer aux visiteurs une expérience de grande qualité pour tous les aspects de leur visite.*
- 5. Communiquer de manière effective auprès des visiteurs, des entreprises touristiques et des résidents, au sujet des qualités particulières de la zone.*
- 6. Promouvoir les produits touristiques spécifiques permettant la découverte et la compréhension de ce paysage*
- 7. Approfondir la connaissance de l'espace protégé et les questions de viabilité parmi les parties concernées par le tourisme*
- 8. Veiller à ce que le tourisme soutienne, au lieu de diminuer, la qualité de vie des habitants locaux*
- 9. Accroître les bénéfices du tourisme pour l'économie locale,*
- 10. Surveiller et influencer les flux de visiteurs afin de réduire les impacts négatifs.*

Pierre CARTIER

Chargé du tourisme au Parc naturel régional du Verdon



Verdon : Un pays complexe à découvrir avant les complexes touristiques

Ah ! L'eau fraîche qui coule entre les parois de calcaire blanc, les émotions vertigineuses du sentier de l'Imbut ou le canoë sur le lac de Sainte-Croix... Mais quid du savoir faire paysan, de l'économie de la lavande ou de la passion locale pour la paléontologie ? Pour le Parc naturel régional du Verdon, il est temps de diversifier l'offre touristique et de la mettre en accord avec la charte européenne du tourisme durable que vise le territoire. Bref, il faut proposer un tourisme plus respectueux du pays dans son ensemble, capable d'aller à la rencontre de ce qui fait son âme.

Sites sur fréquentés, pays méconnu

La stratégie touristique du Parc naturel régional du Verdon reflète une approche globale du tourisme. La charte du parc, adoptée cette année, étudie les conditions d'un tourisme durable en vue d'adhérer à la Charte européenne du tourisme durable. Le Verdon est un territoire très connu, bien sûr, avec ses 46 communes et 30 000 habitants à cheval sur le Var et les Alpes de Haute Provence. En fait quelques espaces sont connus, les champs de lavandes typiques du paysage, et les gorges du Verdon. On fréquente les abords de la vallée du Verdon, les autres territoires sont plus confidentiels, et cette différence a de l'importance dans la politique voulue par le Parc.

Derrière les jeux d'eau, une culture confidentielle

« A vrai dire nous avons une approche transversale du tourisme en Verdon, en lien avec les autres missions du parc » souligne Pierre CARTIER. Un million et demi de visiteurs séjournent dans le parc bon an mal an, dont deux tiers se concentrent autour des gorges, emblématiques du parc, et des lacs, Sainte-Croix surtout. L'offre touristique est concentrée sur la période estivale. « Il nous est apparu que les richesses patrimoniales sont largement sous évaluées » relève aussi Pierre CARTIER. « Il existe un décalage entre l'image perçue et l'image promue de nos espaces. En fait son identité est plus complexe et fragile que ce qui est proposé aux touristes ».

Entre le bleu des lavandes et le vert de l'eau vive, les visiteurs s'adonnent essentiellement aux joies des activités nautiques ou de l'escalade, ou encore

à d'autres activités de pleine nature. Pour toutes ces activités et leurs déplacements ils utilisent très largement l'automobile individuelle. Tout ceci peut apparaître en contradiction avec une volonté de développement durable affichée dans la charte du Parc.

Au commencement était le tourisme

« Dans un tel contexte nous avons besoin de repositionner les missions touristiques du parc. » Celui-ci existe depuis 1997, et l'offre touristique préexistait, évidemment. Alors pourquoi ne pas confier à l'entité Parc la promotion touristique de la région couverte par le Parc régional. Le Parc naturel régional se positionnerait bien sûr très différemment d'autres entités. Cela permettrait de mettre en avant une politique de tourisme durable. Mais le Parc devrait dans ce cas d'abord expliquer en quoi il serait légitime pour cela. Il conviendrait aussi de mettre en place des actions qui montreraient son attachement au développement durable.

« A vrai dire, on ne sait pas qu'on est dans un Parc actuellement, car sa visibilité est nulle ». Pierre CARTIER enfonce le clou : « rien de spécifique dans l'offre touristique n'annonce qu'on est dans un Parc naturel régional, puisque cette offre s'est organisée et a communiqué bien avant la naissance du Parc ». Il veut voir dans cette contradiction un « risque de perte d'attractivité à terme ».

Et si le Parc donnait le « la » ?

Face à cette situation, le Parc du Verdon a voulu amener une approche globale, déclinée en trois points. D'abord valoriser des sites qui n'ont pas été préparés à la fréquentation importante

qu'ils connaissent ; « des plans de gestions et d'aménagements des sites majeurs s'avèrent indispensables ». Notamment en sensibilisant le public, à l'aide d'éco-gardes saisonniers. Ensuite il convient d'agir pour que les professionnels du tourisme avancent aux côtés du Parc en direction du tourisme durable. « Nous pourrions imaginer ensemble des projets de management environnemental ». Enfin, il faudra savoir développer une offre touristique alternative, plus représentative de nos patrimoines naturels mais aussi culturels. Pour chapeauter tout cela la « marque parc » serait utile. Rappelons que celle-ci compte dans une approche de charte européenne de qualité, et qu'elle concerne plus des valeurs que des produits.

Voir le Verdon avec d'autres yeux

Toutefois, en pratique, le Parc du Verdon imagine une marque spécifique aux produits agricoles du Verdon, et à l'accompagnement des visites culturelles, ou des circuits liés aux savoirs faire locaux. « Notre objectif est d'arriver à une masse critique d'offres combinées, associant activités et hébergement » précise Pierre CARTIER. « Pour me résumer » conclut celui-ci, « nous avons maintenant à donner une autre vision de notre territoire ».



Tableau (Pierre CARTIER) « Il s'agit de proposer des alternatives au tourisme proposé actuellement, et d'indiquer au touriste qu'il vient dans un pays particulier »

©Parc Naturel Régional du Verdon

Olaf HOLM, (FPNRF) : « Il est 'SAGE' de se préoccuper de la fréquentation des sites ».

Je suis surpris qu'il n'y ait pas dans ce schéma une gestion de la fréquentation, mais on sait qu'il y a en amont du schéma des actions en ce sens.

Pierre CARTIER : En fait c'est notre premier objectif.

A propos des sites les plus fréquentés nous mettons en œuvre une opération grand site sur les grandes gorges du Verdon, et un plan de gestion et de développement sur le lac situé immédiatement en aval, c'est-à-dire Sainte-Croix. Par ailleurs nous développons une approche transversale avec le Schéma d'Aménagement et de Gestion des Eaux (SAGE) – qui évidemment se préoccupe de la fréquentation des sites aquatiques – et des documents d'objectifs Natura 2000. Ces démarches convergent pour gérer la fréquentation, elles les articulent. Ceci dit, ce sont des démarches de long terme.

Philippe MAIGNE, (Grand Site Sainte Victoire) : La gestion des flux apparaît loin dans les objectifs du schéma touristique, n'est ce pas une priorité ?

Pierre CARTIER : La liste d'objectifs n'est pas hiérarchique, il faut tous les poursuivre. Bien sûr, comme tous les espaces de Provence-Alpes-Côte d'Azur, la fréquentation est un souci majeur.

Patrizia ROSSI, (Alpi Marittime) : Les principes de la charte européenne du tourisme durable ont tous la même valeur. L'important est de tous les mener.

Échanges de vues



L'art de travailler avec le paysage et de diffuser ce savoir

Les sentiers de montagne exigent un savoir faire traditionnel et une réflexion de géographe qui pourrait se perdre dans la collaboration suivie entre les techniciens du Parc national et les artisans locaux.

Le Parc National du Mercantour essaie de retrouver la manière de créer ou recréer des sentiers de montagne. Le savoir faire s'était perdu, non pas qu'il n'était plus utilisé, « en fait le savoir était disséminé, on l'avait, mais il n'était pas pérenne et nous étions confrontés à un triple problème à venir » explique Hervé Parmentier : « soit il ne serait plus transmis et se perdrait, soit il subsisterait mais sans qu'on puisse le traduire en termes d'appels d'offres quand le Parc a des travaux à mener, soit il serait si concentré que le monopôle et le coût des prestations nous mettraient dans l'obligation de payer trop pour aménager ». Or, le rôle du parc c'est bien d'aider à la diffusion des savoirs traditionnels.

L'artisan José Rey, les entreprises locales Martin et Ricklin, l'ONF ont permis par leur savoir faire en matière de construction traditionnelle et durable en espace sensible de rédiger un manuel pédagogique pour la restauration des sentiers. Edité par le Mercantour et son partenaire italien Alpi Marittime, il a été diffusé à l'ensemble des parcs nationaux et régionaux en France. Ce document vise à expliquer la démarche. Il décrit les techniques, y compris les contraintes de chantiers, et il donne les exemples réussis en Mercantour et Alpi Maritime. L'enjeu du sentier est aussi patrimonial, et le guide y fait largement référence. Il convient de prendre également en compte le comportement des eaux dans le bassin versant, et aussi le fonctionnement du site pour les usagers, qui peuvent, si le sentier n'y réfère pas, ne pas l'utiliser, tout simplement... un comble !

L'artisan José Rey, les entreprises locales Martin et Ricklin, l'ONF ont permis par leur savoir faire en matière de construction traditionnelle et durable en espace sensible de rédiger un manuel pédagogique pour la restauration des sentiers.

Edité par le Mercantour et son partenaire italien Alpi Marittime, il a été diffusé à l'ensemble des parcs nationaux et régionaux en France.

Dominique VERGNAUD

Responsable du pôle rural et de l'animation culturelle du Parc naturel régional de Camargue



Trois volets pour ouvrir une fenêtre sur le tourisme durable

Adhérer à la Charte européenne du tourisme durable n'est pas une mince affaire. Cela se fait en trois étapes : diagnostiquer le territoire et ses pratiques touristiques puis dialoguer avec tous les acteurs, définir ensuite une stratégie et les actions qui la déclinent, enfin impliquer les professionnels afin de rendre opérationnelle toute la démarche. Quatre Parcs régionaux peignent actuellement le volet 1 ; celui du Luberon lui a un pinceau d'avance, il brosse le volet 2. Tous actuellement sont aidés par un bureau d'études spécialisé, car ils entendent bien avancer ensemble avec la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur. La grande question actuelle est : faut-il tout inventer dans une démarche originale d'adhésion à la charte, ou profiter de l'expérience d'autres territoires européens ? Réponse attendue pour le début 2009.

Une région de tourisme durable

Les cinq Parcs naturels régionaux de Provence-Alpes-Côte d'Azur et les services Tourisme et Espaces naturels et forêts au Conseil régional planchent en ce moment sur l'opportunité d'une démarche conjointe en vue d'adhérer à la Charte européenne du tourisme durable. Leur nature et leur patrimoine remarquable recèlent en effet aussi un risque de surfréquentation. C'est que les Parcs naturels régionaux sont à la fois attirants pour les touristes, et fragiles. Or, la Région veut devenir une référence en matière de tourisme durable, ce que montre son schéma de développement touristique 2006-2010. Tous les acteurs peuvent d'ores et déjà s'appuyer sur l'exemple du PNR du Luberon qui, depuis 2001, adhère au volet 1 de la Charte européenne du tourisme durable.

Quelques fondamentaux

Un petit rappel : les principes de la Charte déclinent les trois piliers du développement durable, environnemental, social, économique (cf. encadré « Les trois volets de la Charte européenne de tourisme durable » p35). Ils se préoccupent de la gestion de la fréquentation des espaces naturels protégés, l'implication d'acteurs locaux qui bénéficient des retombées d'une politique touristique, tout en veillant que la qualité de vie des habitants soit préservée. Ça tombe bien, ce sont aussi les fondamentaux des Parcs naturels régionaux.

Agora et stratégie

Un point important de la démarche est d'ailleurs justement d'assurer que les acteurs du territoire soient associés. Cette qualité de la démarche partagée est assurée, sur le chemin de l'adhésion, par la création d'un « forum des acteurs ». Et ça retombe bien, puisque la concertation fait aussi partie des règles d'or des Parcs naturels régionaux. Elle s'y aiguisent régulièrement, quand les Parcs élaborent leur charte. Idem quant à l'obligation de définir une stratégie, et de la décliner en actions, comme le stipule la Charte. Les Parcs savent déjà faire. Pour eux c'est d'autant plus intéressant que stratégie et actions déclinées leur permettent de satisfaire au volet un de la démarche d'adhésion. Europarc, l'association qui gère la démarche et assiste les candidats, audite alors le travail accompli.

Entreprises associées

La mise en œuvre du volet deux, elle, dépendra surtout des entreprises faisant métier d'accueil touristique. Il faut bien sûr qu'elles participent au forum, et qu'elles mêmes définissent une stratégie, là encore déclinées dans un plan d'actions sur 3 ans. Faut-il préciser qu'elles doivent passer un accord de partenariat avec la structure gestionnaire de l'espace protégé, c'est-à-dire le Parc ?

« Le volet trois lui, n'est ni plus ni moins que la mise en marché du volet deux » précise Dominique VERGNAUD. « c'est un rapprochement entre le gestionnaire d'espace protégé et les tours opérateurs engagés dans la vente de séjours dits

de « tourisme durable », sur l'espace qui adhère à la charte européenne. »

Cinq Parcs mais une stratégie

Un des challenges du projet interparcs qui fait bouger aujourd'hui les cinq Parcs naturels régionaux de Provence-Alpes-Côte d'Azur, c'est que leurs objectifs sont multiples. L'enjeu est donc d'élaborer une stratégie commune (...) mais adaptée aux enjeux propres à chacun des parcs concernés. « C'est la difficulté de notre exercice, dont le but est tout de même pour les quatre non-adhérents, de pouvoir déposer leur candidature dès le début 2009 » rapporte Dominique VERGNAUD.

Tout le monde n'étant pas au même stade dans cette démarche, le Parc du Luberon aura alors déjà commencé à « tester » le volet deux par quelques opérations. « Il s'agira de capitaliser cette démarche particulière au bénéfice de l'ensemble des parcs concernés ». Pour Dominique VERGNAUD, l'important à ce point de la démarche est que les gestionnaires d'espaces naturels protégés et les professionnels « réaffirment leur volonté de s'inscrire dans les principes du tourisme durable ».

Accompagnés, c'est mieux

A ce stade, la cohérence du projet interparc semble essentielle pour adhérer à la charte européenne. Les cinq Parcs de Provence-Alpes-Côte d'Azur ont donc confié une mission d'accompagnement à un bureau d'études spécialisé, Tourisme Transports Territoires Environnement Conseil (TEC - Marseille). Celui-ci est chargé d'établir un diagnostic de l'activité touristique dans les cinq Parcs régionaux concernés et d'identifier les enjeux qui leur sont communs. TEC analysera aussi la stratégie et le plan d'action des quatre parcs qui recherchent l'agrément d'Europarc pour le volet 1 de l'adhésion à la Charte européenne du tourisme durable. « Une de nos demandes est d'identifier quelles sont les possibilités de mutualisation du travail des équipes de nos différents parcs, et les possibilités d'actions communes que nous pourrions mener » souligne Dominique VERGNAUD. Enfin, le plus avancé des cinq Parcs, celui du Luberon, sera aidé par TEC à expérimenter sa méthodologie de mise en œuvre du volet 2. « Ce que le Luberon fera en la matière nous aidera tous à aller plus vite ensuite dans la mise en œuvre du volet 2 ».

A valeur d'exemple

Le travail « n'est pas mince », car le dossier de candidature est assez lourd, l'accompagnement sera vraiment nécessaire. Car l'enjeu lui n'est pas minime : une démarche concertée de cinq structures qui entendent déposer conjointement leur candidature à l'adhésion à la charte européenne. En fait, en matière de méthodologie, peu de démarches ont été expérimentées et retenues par Europarc. IPAMAC, le réseau des 10 parcs naturels du Massif Central, en a proposé une toutefois, pour l'adhésion à la charte de quelques parcs nationaux en Espagne, de celui des Cévennes en France ainsi que du parc régional des Volcans d'Auvergne.

Agendas et audits

L'ensemble des Parcs naturels régionaux ont fait acte de candidature au printemps 2008. Un courrier conjoint des structures concernées à Europarc a marqué cette volonté d'adhérer au volet 1. Le but était de déposer formellement le dossier de candidature à l'automne 2008. « Nous espérons que l'instruction de notre demande de reconnaissance du volet 1 aura lieu au printemps prochain. » Pour le volet 2 la mission d'accompagnement s'est pour l'heure traduite par des échanges avec des entreprises touristiques pilote présentes en Luberon, et par une rencontre avec des parcs espagnols. « Nous rencontrons aussi dans ce cadre IPAMAC cet automne 2008, ajoute Dominique VERGNAUD, « pour leur faire préciser leur méthodologie. Nous avons aussi besoin de vérifier que la marque « parc naturel régional » et la mise en œuvre de ce volet 2 peuvent s'accorder. »

Inventer ou s'inspirer ?

Et la suite du projet ? Au-delà du volet 1, faut-il que les parcs de Provence-Alpes-Côte d'Azur bâtissent eux même leur propre méthodologie pour satisfaire aux attendus du volet 2, ou doivent-ils « capitaliser les acquis d'expériences méthodologiques d'autres parcs, comme celui d'Auvergne ou les parcs d'Espagne ? ». Un « mix » des deux démarches est également envisageable. Réponse opérationnelle prévue au premier trimestre 2009 !



LES TROIS VOLETS de la Charte européenne de tourisme durable dans les espaces protégés (CETD)

▣▣▣ Volet 1

Créer un forum permanent des acteurs du tourisme durable, réaliser un diagnostic de l'espace protégé, et élaborer une stratégie en la matière avec un plan d'action sur cinq ans.

▣▣▣ Volet 2

Établir des liens entre gestionnaire de l'espace protégé et professionnels du tourisme, qui doivent proposer un plan d'action sur trois ans.

▣▣▣ Volet 3

Passer des accords de partenariat avec les tours opérateurs, qui établissent un plan d'action d'un an en faveur du tourisme durable sur l'espace concerné.

Sabrina BENMECHERI

Expert international, évaluateur de la Charte européenne du tourisme durable.

Azur Ecodéveloppement



Coopérer au bénéfice de tous les professionnels

Le volet 1 de l'adhésion à la Charte européenne du tourisme durable est l'occasion pour les professionnels de structurer de nouveaux produits touristiques. Mutualiser, c'est souvent créer des séjours là où il n'y avait que des passages. Qui s'en plaindrait ? Sûrement pas ceux qui ont appris que coopérer c'est prospérer.

Une progression, pas une sanction

Loin des évaluations-sanctions qui sont la raison d'être des audits de validation des labels et autres certifications, l'évaluation des projets d'adhésion à la Charte européenne du tourisme durable est une occasion de progresser.

Favoriser l'entente des acteurs

« L'adhésion à la charte est volontaire, et son principal avantage est de jouer la mutualisation des acteurs du tourisme d'un territoire » estime Sabrina BENMECHERI. Expert international elle en est à sa septième évaluation, autant d'expériences différentes dont le dénominateur commun est d'avoir fait progresser l'idée d'une entente des acteurs de chaque territoire concerné.

Un petit coup d'Europe et ça repart

« Il est vrai que l'on a pu se demander ce que venait faire l'Europe en Livradois-Forez, et qu'en Cévennes, on voyait la Charte européenne comme une usine à gaz. C'est qu'il a fallu admettre que ce nouvel outil était adapté aux démarches de progrès, parce qu'il permettait de se rendre compte que la mutualisation était payante ».

Coopérer même à vélo

Comme entendu dans d'autres communications, la Charte européenne, on le sait, suppose de créer une association pour gérer un forum des acteurs professionnels du tourisme. Or, « quand Livradois-Forez Tourisme, ou Cévennes Eco Tourisme se sont créés conformément au volet 1 de la charte, les professionnels y ont quitté leur attitude de compétition. » Ils ont commencé à parler de se renvoyer des clientèles, « un comportement intéressant, car il peut se saisir de passages (moins de trois jours) et les transformer en séjours ! » Ce

fut une prise de conscience. Cette mutualisation, semble-t-il, a fait le succès d'une opération telle que Le Luberon à Vélo. Des produits se structurent grâce à ces associations de professionnels qui cessent de se considérer comme concurrents pour coopérer dans une logique de pays. C'est encore ce qui est en train de se produire avec le produit que développent de concert Alpi-Maritime et Mercantour, « nature sans frontières », qui fera d'eux sans doute le premier vrai parc européen du réseau de la Charte européenne.

Au Maroc comme en Europe

Cette démarche s'exporte d'ailleurs bien désormais. Sabrina BENMECHERI expertise par exemple le projet de parc national marocain d'Ifrane. Appuyé depuis cinq ans par le Fonds français mondial pour l'environnement et l'Agence française de développement. Situé dans le moyen Atlas en pays berbère, ce territoire est surtout marqué par les forêts de cèdres, en voie de dépérissement, par des ressources en eau difficiles à gérer, et par le surpâturage. « Le tourisme durable semblait à tous une notion trop vague, par contre structurer des produits touristiques intéressait les acteurs. Ils ont donc mis à niveau les hébergements, et les touristes se sont mis à rester plus longtemps. Alors, le projet a cherché à valoriser la cédraie, à y créer des activités ludiques telles que l'accrobranche, à faire découvrir les lacs de montagne et l'avifaune particulière, mais aussi à s'intéresser à la culture soufie. » Le travail de l'association de professionnels pourrait bientôt être l'amorce d'une charte marocaine du tourisme durable ».

Avantage à la coopération intra et extra territoriale

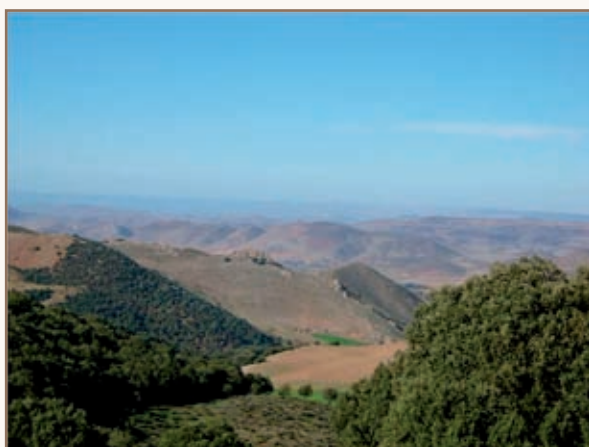
Au fond les avantages de la coopération peuvent être ainsi listés. Le partage d'une vision commune à l'échelle d'un territoire a favorisé l'animation touristique dans ce territoire. L'échange des expériences au niveau européen via le réseau des adhérents de la charte européenne a préparé les acteurs à la labellisation. Tous les professionnels misant ensemble sur une démarche de progrès peuvent espérer gagner demain une clientèle européenne en recherche d'espaces remarquables dont les acteurs sont sensibles au développement durable. Parmi les avantages d'une démarche mutuelle vers la charte du tourisme durable, il y a d'ailleurs la faculté de pouvoir évaluer ses actions. C'est ainsi que le Livradois a pu mesurer l'intérêt de pouvoir regrouper ses professionnels du tourisme, tout comme le Vexin et les Cévennes, quand dans ces territoires ils ont créé une plate forme commune.



*Cédraie du Parc National d'Ifrane, Maroc
©Sabrina BENMECHER*



*Hébergement du Parc National
d'Ifrane, Maroc
©Sabrina BENMECHER*



*Parc National d'Ifrane, Maroc
©Sabrina BENMECHER*



Yves BARET

Chef du service aménagement du Parc National des Ecrins



« Dans les Ecrins » tout un programme

Le Parc national des Ecrins planche sur sa charte, et au chapitre tourisme entend bien écrire l'histoire passionnée de son territoire. Proposer une assiette et un lit ne suffit pas, pour Yves BARET. Il faut encore proposer un territoire. Pour cela la palette des possibles semble étonnement ouverte. C'est avec l'opportunité offerte par l'initiative européenne Leader Plus que le Parc s'est lancé dans cette aventure. Sur la base d'un diagnostic, le parc a accompagné une centaine de projets et évalué tant les résultats que la démarche et se propose de faire vivre cette expérience dans le cadre de l'élaboration de sa première charte.

Les projets se construisent autour de la création d'une offre de produits spécifiques à un territoire labellisé par national de France, c'est notre façon de concevoir cette démarche touristique. Cela oblige à faire un diagnostic préalable, et de penser l'accompagnement et l'évaluation en continue pour pouvoir recalculer régulièrement les projets. Notre postulat est qu'une offre de tourisme dans les Ecrins doit s'appuyer sur nos savoir-faire et surtout sur les patrimoines naturels culturels et humains du territoire. Nous faisons surtout de la transmission, et le tourisme, qui n'est pas notre métier devient un prétexte pour faire du développement et de la gestion de ces patrimoines.

Quinze bureaux d'études, chacun expert dans un domaine très précis de l'accueil et de la découverte, nous ont aidés à avoir un regard distancié sur notre territoire. Car dans les Ecrins aujourd'hui, le tourisme est un tourisme de rente, la clientèle est captive dix semaines l'été. Le territoire est une ressource que les acteurs traditionnels voire conventionnels du tourisme ne font pas fructifier, et où l'on ne se pose pas la question des opportunités de l'inter-saisonnalité.

Le rôle du parc est de favoriser un tourisme de découverte dont le territoire pourrait profiter sans avoir à payer la note. A l'issue de ce projet nous avons d'ailleurs créé un nouveau poste, un responsable tourisme et culture, car on s'est aperçu que cette compétence nous était indispensable et était encore aujourd'hui absente aux Ecrins.

Ces quelques exemples représentent notre ambition pour aborder le concept d'un tourisme durable, c'est-à-dire un tourisme qui privilégie la découverte

et l'équilibre entre la préservation des patrimoines et le développement du territoire.

Un slogan pour une ambition « Dans Les Ecrins »

Hôtel des Trois Frênes, Villars d'Arene, sept chambres thématiques y sont proposées, avec des éléments muséographiques dans les chambres, renvoyant à d'autres éléments dans l'hôtel. L'idée est ici que les chambres doivent parler du territoire. C'est un clin d'œil, la chambre d'hôte ou d'hôtel doit être un miroir du territoire. L'hébergement doit raconter celui-ci. En France, 60% des chambres d'hôtes sont meublées style Ikea.

Vous dormirez dans la même chambre au fin fond des Alpes comme près de Marseille. Cela ne se dit pas en général, car cela peut fâcher, les gîtes de France ne sont pas entièrement d'accord avec nous sur ce point.

Idem pour l'architecture et l'aménagement des hébergements, habiter la pente dans nos montagnes, c'est universel. La maison dans le Haut Atlas est proche de celle d'une haute vallée du Mercantour.

L'identité du site, le génie du lieu c'est l'histoire des hommes et de leur savoir-faire. Construire dans la pente c'est universel, construire en Oisans c'est spécifique, cette spécificité locale doit être perceptible dans les aménagements, des lieux d'accueil et dans les produits proposés aux clientèles.

Les professionnels doivent non seulement être de bons professionnels, mais encore doivent être de vrais ambassadeurs du territoire. Ils doivent pouvoir interpréter, et proposer un réseau de prestataires autour et avec leur propre projet.



Auberge des trois frênes à Villars d'Arène. Aménagement de chambres par la valorisation muséographique d'éléments du patrimoine vernaculaire ; Mr et Mme Vinay. ©Masclaux Pierre

Auberge de Brudour. Le projet implique une commune et un porteur de projet privé qui tient un gîte avec un accueil de qualité, où l'on découvre des produits locaux et où des activités sont proposées. On ne se contente pas d'y acheter du manger et du dormir. On doit pouvoir aussi découvrir. Ici cela passe par exemple par la restauration d'un four traditionnel, ce qui permet de développer plus facilement des animations. La commune a profité de ce projet pour restaurer des espaces publics autour du gîte. On tient là un bon exemple de partenariat public privé.



Four et cheminements, hameau du Brudour, commune d'Aspres les Corps ; Catherine et François Charles. ©Masclaux Pierre

Un territoire de passion à partager

A *Fressinières*, dans une maison traditionnelle basse énergie, ce qui montre que cela est possible dans l'habitat ancien de caractère. Le propriétaire est guide de montagne, et son épouse est artiste et organise des stages. Sa maison porte les valeurs du parc en termes d'énergie, quant à elle, elle peut proposer via ses créations, un certain regard distancié sur les espaces protégés. Cela nous change des topo guides complets mais sans passion. Nous tenons là au contraire un acteur qui fait le récit passionné de son territoire.

Des médiateurs de la montagne pour y faire revenir les publics. Nous avons également une association de guides de montagne qui, aidés par le programme Leader Plus, entreprit d'être des médiateurs de la montagne et d'en redonner le goût à des clientèles. Clientèles et publics oubliés depuis que la haute montagne considérée comme un terrain de performances, excluait notamment les publics scolaires.

D'autres proposent une chasse au trésor assisté de PAD aux adolescents, basée sur la découverte du territoire. Une expérimentation de bivouac pour personnes handicapés, est en cours.

Chaque fois nous expérimentons, et nous évaluons. C'est ainsi que nous participons à la réflexion du positionnement du Parc en matière de tourisme durable dans la charte en cours d'élaboration.





Frank Guigo, garde du parc du Mercantour

Dire son pays et son métier en occitan

« L'occitan, le patois si vous voulez, je l'ai appris en écoutant mon grand-père. J'aimerais le faire partager, notamment aux écoliers qui viennent visiter le parc. Mais qui s'y intéresse, côté français, aujourd'hui ? Peu de gens. En Italie c'est différent ».

Creso d'estre l'ultim garda jova dau Parque que parla la lenga, qu'ai 37 ans. Urosament un collèga mai vielh parla tamben. Per ièu parlo lo gavòt, un dialecta de la lenga d'òc. La lenga l'ai pas apresada a l'escòla, mai ambe mon grand, que nos parlèt dins un vilatjon pròche, Venasson. Es de sotalinhar qu'es lo meme parlat que de l'autre costat de la frontièra. Me dison Frank Guigou, coma d'autres que son de l'autre costat italian.

Mon trabalh es prima de susvelhar, puèi de mòstrar ai toristas una **cauva** a l'autra, flors e autres. E **tanben** de faire la refeccion de camins de montanha, de pònts per passar lei pichòts valons. Es un trabalh de diversitat, que nos fau saber faire un molon de caucas. Siau devengut garda après l'escòla. Me sentièu pas de restar a la vila, e siau **tornat** a la montanha. A Niça, avièu pas l'occasion de sentir la lenga nòstra. D'autrei que conoisso an **creissut** à Niça e i an perduts la lenga.

Nòstreis collègas italiens dau parque Alpi Marittime semblan mai desgordits que nosautres per parlar lei lengas, e s'**elei** parlan frances nosautres manquèm d'italian ! Es daumage. Auriem de faire l'esfòrç. Se parlar en occitan ? parlo pas pron bèn. M'**agradarà** de parlar en patoes, **assajo** de o faire ambe d'escolans que son a visitar lo parque. Pas mai. Assajo de faire passar de noms de caucas e de **luecs** en lenga. Es mai facil per lei **dròlles** que sei gents lei menan a la cassa ò una outra practica tradicionala de montanha. Mai la **mager part** venon de la còsta, e l'influència de Niça que brassa de mond se far sentir, parlan pas la lenga. D'i venir un pauc sariá ben, mai **ambe** un public que fa que de passar, sembla pas possible. Fau **esperar** dei gents que venon s'installar aici, **quora** venon per la montanha, **pyslèu** que per aver una mèna e pòster de montanha davans sa fenestra.

Note sur la prononciation de l'occitan

Frank Guigo a appris l'occitan en écoutant son grand père, et diverses influences dialectales sont perceptibles dans son parler : du provençal, du niçois, et du gavòt qui est marqué notamment par une conjugaison différente de la première personne du singulier.

Pour prononcer la langue d'oc dans sa graphie classique, utilisée ici, on diphtongue tous les couples **au** (aw) ou **eu** (eou) ou **iu** (ieou), les **o** sont prononcés *ou* et les **ò** sont prononcés *o*. **lh** donne *ill*, **nh** donne *gn*, les **a** finaux sont prononcés *e* et *o*, les **r** finaux des verbes à l'infinitif ne se prononcent pas, les doubles consonnes **sl** non plus, on se contentera du *l*.

L'occitan est une langue qui est parlée encore depuis les vallées italiennes du Piémont jusqu'à Bordeaux. Elle est langue officielle de la Val d'Aran (capitale Velha, 5000 habitants) en Espagne. Elle est depuis le 22 juillet 2008 entrée dans la Constitution du peuple français, au même titre que les autres langues de France, en Italie elle est dotée de droits à l'enseignement depuis 1999. Elle est parfois appelée improprement « patois » (mauvaise façon de parler une langue) et se décline en grands dialectes, dont le provençal et le niçois, ainsi que le gavòt, ou alpin d'oc, que pratique Frank GUIGO.

Les mots essentiels pour comprendre

Agradar = plaire

Ambe = avec

Assajar = essayer

Cauva = chose

Creisser = croître, grandir

Dròlles = les enfants

Elei = eux

Esperar = espérer, mais aussi attendre

Luec = lieu

Magèr part = la plus grande partie, la majorité

Puslèu = plutôt

Quora = quand

Tanben = aussi

Tornar = revenir, s'emploie facilement accolé à un autre verbe, pour donner l'idée d'une répétition. Ex. recommencer = tornar començar, ou : en reparler = n'en tornar parlar.



3

DES PRODUITS TOURISTIQUES DE DÉVELOPPEMENT DURABLE



Brigitte DELAHAYE PANCHOUT

Chef de projet Tourisme durable et nature - ONF
direction des Alpes de Haute Provence



« Randonner responsable n'est pas si simple »

Que vaut la bonne volonté d'un opérateur touristique à entrer dans les drailles du développement durable, si ses clients exigent le confort comme à la ville parce qu'ils ont payé ? L'Office national des forêts est confronté à cette dialectique à travers son produit randonnée & hébergement « Retrouvance » : marcher durant six jours dans les espaces protégés sans porter ses bagages, mais en acceptant de ramener ses exigences à l'aune du raisonnable au sein de montagnes vieillées comme le couvain. Ça ne marche pas avec tout le monde, mais on frôle l'équilibre financier, on fait vivre le pays, et il y a de l'espoir. Toutefois ces circuits s'adressent à une population de cinquantenaires de la classe moyenne, et doivent composer avec les exigences de confort d'une population nordique.

Développement durable entre les branches

L'Office national des forêts doit gérer durablement les forêts, mais aussi élaborer des prestations de service pour la mise en valeur du patrimoine naturel.

Ce sont ses missions de développement local du territoire.

Savoir se retrouver, simplement

Retrouvance, c'est le produit phare de l'ONF en matière de tourisme durable, déposé comme marque à l'Institut national de la propriété industrielle (INPI) avec un cahier des charges très « développement durable », dans lequel compte l'implication des acteurs locaux. Il est apparu voici douze ans, alors que l'Office sentait émerger une demande. Il s'agissait alors de réhabiliter d'anciennes maisons forestières. Des expériences ont d'abord eu lieu dans le massif du Devoluy (05). A partir de là l'ONF a créé un produit touristique complet. Écoutons Brigitte DELAHAYE-PANCHOUT, de l'ONF. « Nous avons appelé le concept Retrouvance car nous voulions permettre que des gens puissent effectivement se retrouver à l'occasion de ces séjours, et qu'ils retrouvent des émotions simples. »

A découvrir en marchant

Les circuits proposés sont axés sur la découverte du patrimoine naturel, culturel et ethnographique local « Il s'agit de séjours de randonnée pédestres itinérants, sur six jours et cinq nuits » reprend Brigitte DELAHAYE-PANCHOUT. « Ils s'adressent à des groupes constitués de douze personnes.

Les gens sont hébergés chaque soir dans un gîte différent, avec un certain confort. Nous proposons aussi le portage des bagages, et la restauration de terroir est mise en avant. » Au cours du séjour, un agent de l'ONF décrit son quotidien, sa manière de gérer la forêt et l'histoire de celle-ci.

Les acteurs locaux sont associés

« Nous essayons d'être exemplaires en matière de développement durable » poursuit-elle : « nous valorisons le patrimoine local, préservons l'intégrité des milieux naturels et humains, favorisons les énergies renouvelables à l'occasion de la restauration des gîtes, associons les professionnels locaux. » Un contenu pédagogique sur l'histoire du milieu naturel sera aussi apprécié par les randonneurs « durables ».

Six jours au cœur d'espaces protégés

L'un des circuits Retrouvance est à cheval sur les Alpes-de-Haute-Provence et les Alpes-Maritimes. Il traverse la zone centrale du Parc National du Mercantour. Le Train des Pignes (la ligne ferroviaire Digne-Nice) dépose les randonneurs en pleine nature. Dépaysement immédiat garanti ! Puis, la forêt du Haut Verdon est traversée, avec des haltes dans divers gîtes. Au quatrième jour les clients de Retrouvance entrent dans la zone centrale du Parc du Mercantour, avec accueil au gîte de Couesto puis dans la cabane des Garrets, avant de revenir sur le lac d'Allos.

Local, local et encore local

Ces séjours en milieu sauvage trouvent cependant leur genèse devant un ordinateur, rappelle Brigitte DELAHAYE-PANCHOUT. « Nous vendons un package complet via des tour opérateurs, dont certains professionnels locaux. Nous vendons aussi en direct grâce à une centrale de réservation gérée par l'ONF et l'Office du Tourisme de Colmars-les-Alpes (04). » Le portage de bagages et l'engagement des guides, ou encore la restauration sont pour leur part gérés directement par l'ONF. Des accompagnateurs en montagne locaux, formés à la connaissance du circuit, sont de chaque séjour. Les groupes seront limités à douze personnes encadrées par un accompagnateur et un logisticien. Les restaurateurs, épiciers, transporteurs, eux, sont toujours du coin.



Un bilan globalement positif

Il est désormais possible de tirer un bilan des trois premières années, que rappelle Brigitte DELAHAYE-PANCHOUT. « En 2007 nous avons accueilli 230 participants, répartis en 24 départs. Notre clientèle est à 40% étrangère, surtout d'Europe du Nord : Belge, Hollandaise, Allemande, Danoise, et un tiers sont amenés par des tours opérateurs. Les participants ont plutôt 55 ans ». Des 100 clients de 2005, on est passé à 200 l'an d'après, avec un léger mieux encore en 2007. La clientèle se dit satisfaite pour 90%. La région, l'approche de la nature, l'absence de portage, la présence de l'ONF sont les arguments qui ont déterminé leur choix. « 68% de notre chiffre d'affaires total bénéficie aux professionnels locaux, d'abord à la restauration et à la nourriture. Une part égale va aux logisticiens et aux accompagnateurs. Le commissionnement local de l'Office du tourisme de Colmars vient ensuite, avec des accompagnateurs qui amènent leur part de clientèle. Enfin le reste va au transport et à l'entretien des bâtiments ». Dans le Haut-Verdon et Mercantour en 2007, les clients ont fourni 42 semaines de travail en saison aux accompagnateurs et logisticiens, selon ce

bilan établi par l'ONF, et 2 800 repas ont été confectionnés par les restaurateurs locaux pour les 230 clients. 75 000€ ont été dépensés localement. « Sur notre autre circuit régional, dans le Devoluy, qui atteint son rythme de croisière, on double pratiquement ces chiffres, avec 400 à 500 clients par an » annonce Mme DELAHAYE-PANCHOUT. Un fait qui peut s'expliquer peut-être par le prix plus bas de ce séjour montagnard.

De nouveaux circuits, un même concept

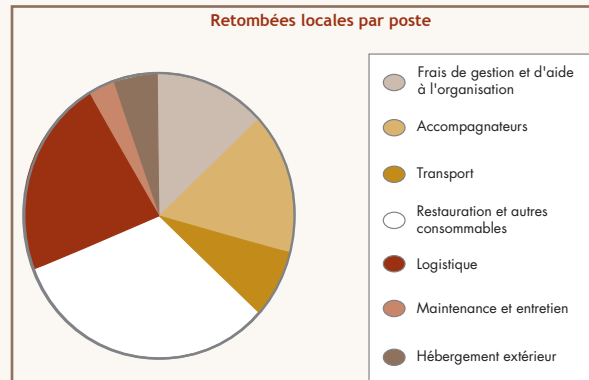
Retrouvance évolue avec l'ouverture de quatre nouveaux circuits opérationnels, dont l'Ariège et en 2009 Die et la vallée de la Roanne (26). Une vingtaine de projets similaires sont en cours de montage en France, tous initiés par la demande de collectivités locales. « Notre objectif qualitatif est partout d'essayer d'être exemplaires en termes de développement durable. Pour nous cela signifie une relation juste entre le visiteur et l'accueillant, l'anticipation des effets pervers en proposant des projets de dimension modeste. Ainsi, pas de gîtes de plus de 15 places ! Nous demandons aux architectes qui rénovent les gîtes d'entrer dans une démarche HQE, de toujours mettre en œuvre des projets d'énergie renouvelables, de prévoir un traitement des effluents. »



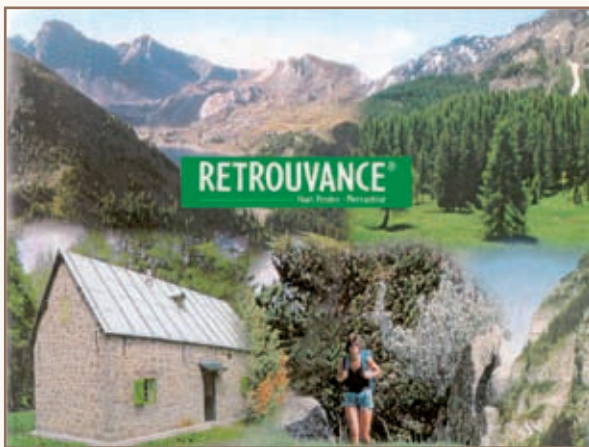
Plaquette RETROUVANCE®, une randonnée nature entre lacs d'alpages et forêts de mélèzes.

Continuer ... si ça en vaut la peine

Pour les clients, toutefois, adapter ses pratiques quand on paye, ce n'est pas évident. « Ils n'ont pas immédiatement conscience d'être dans un milieu naturel protégé, et n'adaptent pas toujours leur mode de consommation » regrette Brigitte DELAHAYE-PANCHOUT. Ainsi, à la suite d'un gros orage il fut impossible de prendre une douche au gîte. Sanction immédiate, certains ont demandé le remboursement partiel du séjour. Aujourd'hui, Retrouvance... n'est pas vraiment durable. Il lui manque pour ça de parvenir à l'équilibre financier. L'impossibilité de louer hors circuit les gîtes dans le cœur du parc du Mercantour l'empêche. Car la convention ONF/Mercantour le proscrit. Les séjours coûtent 540€ par personne en raison des frais logistiques, le point d'équilibre du circuit est atteint dès 9 personnes. Mais les tours opérateurs réclament des confirmations de séjours très tôt, et les séjours sont décidés avec parfois 4 clients. « On ne peut se permettre que quatre séjours déficitaires par saison, pour ce circuit Verdon-Mercantour » souligne Mme DELAHAYE-PANCHOUT. Pour elle la question est ouverte désormais : « dans les espaces très protégés est-il opportun de monter ce type de produit touristique ? »



Parts relatives des différents coûts d'un séjour « Retrouvance »
©Brigitte Delahaye Panchout



RETROUVANCE®, Haut Verdon-Mercantour, ©ONF



Myette GUIOMAR

Co-directrice de la Réserve géologique
de Haute-Provence



Un projet de découverte bâti pierre à pierre

En ouvrant les portes de la nature à la conception artistique la Réserve géologique de Haute-Provence a fait le pari de l'amitié et du respect. Le célèbre plasticien Andy GOLDSWORTHY a revisité des lieux en perdition pour révéler la mémoire qu'ils portaient, et pour y imprimer sa sensibilité. La pensée était immatérielle, mais le résultat lui est chiffrable : 2500 marcheurs s'arrêtent dans ces lieux particuliers et découvrent différemment un espace protégé, pendant que des entreprises locales gagnent là une expérience, et que des accompagnateurs ont l'opportunité d'ajouter une corde à leur arc.

L'homme qui plantait des pierres

La Réserve géologique de Haute-Provence est d'abord une réserve naturelle nationale, largement parcourue par les randonneurs et les accompagnateurs en montagne. En 1994, lors de la célébration des dix ans de la réserve, l'art contemporain a fait son apparition dans cet espace, particulièrement le land art. Durant toute cette année, des créations d'artistes ont été associées à la réserve. Un artiste de renom, Andy GOLDSWORTHY, est venu pour la première fois à Digne, invité par la réserve géologique. Les œuvres produites à cette occasion ont donné lieu à un ouvrage, « Cairns ». Andy GOLDSWORTHY s'adonne au land art depuis les années 70 et travaille surtout sur l'éphémère. Depuis cette époque, sa notoriété n'a cessé de croître ; son travail dans, et avec, la nature l'a fait connaître dans le monde entier et par chance, l'artiste est tombé amoureux de la Réserve.

Les musées dignois sortent de leur réserve

A partir de cette expérience la Réserve géologique et le musée Gassendi de Digne, ont développé un partenariat autour d'un projet commun : le CAIRN autrement dit, le Centre d'Art Informel de Recherche sur la Nature. Dans ce cadre, des artistes sont accueillis en résidence à Digne ; leur travail donne lieu à des expositions au Musée Gassendi et au Musée promenade de la Réserve, et à des installations dans la nature. Dans le Parc St Benoît qui abrite le Musée Promenade, deux sites ont été réhabilités, l'un en studio pour les artistes, l'autre en salle d'exposition (la salle du CAIRN). Le travail des artistes, accueillis en résidence à Digne, porte

essentiellement sur des thèmes en liens direct avec la Réserve géologique : paysages, monde minéral (fossiles, minéraux, eau...) et plus largement tout le patrimoine naturel et culturel qui fait la richesse et la diversité du territoire.

La mémoire des hommes et les « Refuges d'art »

Andy GOLDSWORTHY lors de son deuxième séjour a créé les « sentinelles ». Ces œuvres de pierres sèches, blanches, de forme ovoïde, qui s'inspirent des cairns construits par les bergers pour marquer les chemins, se dressent aux portes d'entrée nord, nord-ouest et nord-est de la Réserve, sur les routes de Barles, Authon et Tartonne, telles des gardiennes du patrimoine... À la suite de ce travail est né un projet de sentier de randonnée passant par Digne, reliant les trois sentinelles et associant la découverte de la géologie et des paysages à celle de la création contemporaine. L'itinéraire a été tracé à partir d'une sélection de sites qui permettrait de rythmer la marche : abris de bergers, maisons, chapelles, généralement abandonnés et ruinés. Ils ont été réhabilités, reconstruits, retrouvant ainsi vis de l'extérieur leur aspect d'origine, l'intérieur étant aménagé de façon à accueillir une œuvre d'Andy GOLDSWORTHY.

Le concept est très innovant : ces lieux abritent non seulement une œuvre, mais ils ont également la vocation d'abriter, d'accueillir voire même d'héberger les randonneurs : ce sont les « Refuges d'art ».

Le Musée Gassendi est le point de départ du sentier des arts, avec « la rivière de terre », première œuvre des refuges. L'itinéraire se déroule sur 110 km.

En 2008 l'ensemble du projet n'est pas encore achevé ; il comptera au total 13 refuges d'art dont 9 refuges pour la nuit (6 réalisés).

Ce projet a permis la réhabilitation de sites voués à disparaître alors qu'il font partie de la vie et de l'histoire locales. Ce patrimoine retrouve son « âme ». Au-dessus du village de Thoard, c'est la chapelle Sainte Madeleine qui a été reconstruite ; perchée sur le rocher qui porte son nom, elle domine la vallée des Duyes. Sur la commune de Draix, au cœur du hameau ruiné de Belon, une maison qui abritait une école de jeunes cadres de la Résistance a été le lieu d'une rafle lors de la dernière guerre. La partie basse de l'édifice a été conçue comme une crypte ; dans la pénombre se devinent de grandes arches de pierres blanches, évoquant ainsi le travail souterrain de ceux qui se sont battus pour la lumière.

Des accompagnateurs bien accompagnés

Les accompagnateurs en montagne, agréés « Réserve géologique », ont été associés au projet « refuges d'art » dès l'origine. Ceux qui ont accompagné Andy GOLDSWORTHY sur le terrain ont bénéficié de moment de partage et d'échange qui les ont éclairés sur la démarche intellectuelle et la sensibilité de l'artiste. Ils ont immédiatement adhéré au projet et ont par la suite développé leurs propres produits touristiques et pédagogiques.

Andy GOLDSWORTHY a par ailleurs accepté de participer à des rencontres organisées dans les communes concernées par le projet. La présentation de son travail sous forme de conférences ou de visites sur place a permis de sensibiliser les locaux. Au-delà de l'enthousiasme quasi général que déclenche la découverte de ces œuvres réalisées ici et dans le monde, les habitants sont avant tout, touchés de découvrir un grand artiste capable de donner une nouvelle vie à leur patrimoine et à leur histoire. Ce phénomène de réappropriation de sites et d'adhésion au projet favorise la communication locale sur le projet et sa promotion.

La notoriété internationale de l'artiste fait connaître bien au-delà des frontières son travail sur la Réserve géologique et contribue ainsi à générer des retombées économiques locales.

L'art d'induire des emplois et du travail pour des entreprises locales

L'Agence Régionale du Patrimoine a lancé en 2008 une enquête afin de tenter d'évaluer ces retombées. Cette enquête a été menée sur place par des stagiaires, durant deux mois de l'été 2008.

Présents sur 3 refuges, ils ont interrogé les visiteurs, afin de connaître leurs origines, leurs motivations, etc. Des questionnaires ont été déposés dans les autres refuges ainsi que dans nos musées. Certains refuges ont été équipés d'éco-compteurs. Soulignons qu'il s'agissait de compter les visiteurs, non pas spécialement les touristes.

Ainsi 2 500 visiteurs ont été comptés ; ce sont en majorité des cinquantenaires possédant un niveau d'études assez élevé et venus en famille. La notoriété de l'artiste a motivé la venue de quelques amateurs nord américains (USA).

En fonction du profil des visiteurs, de la durée de leurs séjours, et de leur mode d'hébergement, une évaluation des retombées peut être envisagée.

Le projet a maintenant cinq ans, et a reçu une aide publique importante : 500 k€. Le projet porté par la Réserve a permis de signer des contrats avec des entreprises locales pour restaurer les refuges, ou retracer certains chemins. Architecte, maçons, charpentiers et bien d'autres ont participé à ce travail. L'Agence régionale peut paraître optimiste en misant sur 131 emplois indirects générés par le projet. Même si ces emplois ne sont d'évidence pas des équivalents plein temps, la main d'œuvre « embauchée » pour réaliser sentiers et refuges, est néanmoins conséquente.

Nous avons essayé en fin de compte de construire des passerelles entre l'art et la science, et nous invitons tous les visiteurs de notre territoire à porter un autre regard sur les patrimoines naturel et culturel.



©Réserve géologique de Haute-Provence

Myette GUIOMAR : « Les accompagnateurs en montagne ont été associés au choix des lieux qui devaient abriter les « refuges d'art », ils ont trouvé dans l'initiative la possibilité de proposer un produit touristique différent. »

Land art et savoirs faire des entreprises locales se sont conjugués pour proposer au public une nouvelle manière de s'intéresser au territoire de la réserve géologique de Haute-Provence.



©ARPE



©ARPE

Sentinelle
©ARPE

Yves BARET, (PN Ecrins) : « Transmettre des savoirs faire ». J'ai rencontré deux compagnons maçons qui ont aidé Andy GOLDSWORTHY au début. Ils montent les œuvres avec l'artiste et leur qualité est exceptionnelle. Le dialogue qu'ils ont entamé avec les entreprises locales à la suite de ce projet artistique est remarquable. Ils leur expliquent ainsi comment on remonte un mur en pierre à double parement. On ne revitalise pas là seulement un territoire ou une activité touristique, mais véritablement un savoir faire professionnel. Cette approche ouvre des opportunités extraordinaires.

Communiquer ou pas ?

Myette GUIOMAR : « L'intérêt marqué des journalistes vaut toutes les communications » Andy GOLDSWORTHY ne voulait pas de panneaux explicatifs sur les sites, et si nous n'avions pas l'intention d'éditer des plaquettes, nous y avons été malgré tout conduits par une demande importante. Ceci dit, nous n'avons pas de campagne de communication sur cette initiative car les journalistes spécialisés dans la presse d'art et de tourisme font d'eux même savoir que cela existe, avec un impact direct sur les publics concernés. Les accompagnateurs en montagne participent aussi à cette communication informelle, qui se construit ainsi. Pour nous c'était un « + », le projet n'était pas conçu au départ pour attirer des quantités phénoménales de touristes. Aussi, il n'y a pas eu de plan de communication dédié. La notoriété d'Andy GOLDSWORTHY vaut pour ce projet une campagne de communication. Ses livres sont côtés, on les recherche. Son dernier ouvrage nous a été livré par caisses ; mais elles étaient vendues avant réception, parce que nous avons annoncé sa mise en vente sur notre site internet. Les gens les ont réservés avant même que nous les ayons.

Echanges de vues

Comment concilier public et animaux sauvages ?

Les animateurs du Centre du Loup doivent composer avec le risque lié à la captivité des loups : l'encroûtement. Leur réponse fait appel aux odeurs.

Le Musée du Loup, ouvert en 2005, comporte un Centre Alpha où sont présentées sous forme muséale l'écologie et la symbolique du loup dans l'imaginaire et dans l'histoire. Un sentier du loup permet de découvrir trois meutes sur un pan de montagne. C'est une réalisation de la commune de Saint-Martin Vésubie. A 1500 m d'altitude le sentier propose, en suivant un torrent, de découvrir les meutes de loups sur un versant montagneux clôt, à travers une succession de cabanes d'observations qui sont autant de sas de découverte. Des salles thématiques permettent de se familiariser avec des thématiques plus serrées, et un spectacle sons et lumières est proposé. Comme le reste il est adapté, sans ostentation, à visée pédagogique. Au centre Alpha, le regard est privilégié, comme la discrétion sonore. Chut ! Observons les loups...

L'animal sauvage en captivité, même lâché comme au Centre Alpha, risque le stress, du à l'ennui, qui modifiera son comportement. Le centre doit donc essayer d'apporter des réponses. Elles passent par la fine connaissance du comportement des animaux. On compte sur l'importance des odeurs dans la vie du loup. « A toute occasion nous semons des odeurs afin de le tenir en éveil, cela est important pour eux » explique un animateur. « L'apport de nourriture (rat, cœur de bœuf, volailles... qui arrivent ici congelés) est une belle occasion pour cela, et les agents s'aspergent d'essences naturelles, de thym, de cannelle ou autres, qui se mêlent aux odeurs de viande. Le loup réagit à ces nouveautés qui l'entraînent à rechercher la source de l'odeur et lui donnent envie de chercher au long de ces pistes d'odeurs. Un loup peut ainsi être occupé toute la journée à la suite d'un apport de nourriture »

L'inactivité et la routine, si peu favorisées dans la nature sont un risque réel pour ces animaux en semi captivité. « Le loup comme beaucoup d'animaux sauvages, suit ses propres odeurs, rassurantes, et donc a tendance à emprunter toujours les mêmes chemins, ceux où ses empreintes lui sont forcément familières. Pour le contraindre à réagir à la nouveauté, nous abattons régulièrement un arbre sur leur chemin habituel, ce qui les force à inventer

un nouveau chemin de contournement, ou tout au moins à sauter l'obstacle. Nous avons remarqué qu'avec la meute, il lui arrive de chercher à détruire l'obstacle lui-même ! ».

Les trois meutes ont reçu le nom d'un élément toponymique, Pelago pour l'une car c'est le nom de la montagne qui les surplombe, Boreon et Ers du nom des cours d'eau qui traversent leur territoire.

Trois animateurs travaillent au Centre du Loup, où des cabanes thématiques accueillent le public, sur plusieurs hectares, et portent le nom de personnages qui ont réellement occupé ce territoire et y ont eu une activité. Dans l'une d'elles un spectacle est proposé, sur la thématique du louvetier. Un ancien se souvient pour ses petits enfants du temps où le loup était une réalité permanente de ces montagnes...

www.alpha-loup.com





©ARPE



©ARPE



Visite du Centre Alpha
©ARPE



ÇA SE DISCUTE : LES ATELIERS DU RREN



Atelier 1

Atelier animé par Jean-Laurent Lucchesi (Marais du Vigueirat), sur le thème suivant : quelles sont les limites de ce que l'on peut faire dans un espace naturel ?

Une envie de nature sans limites ?

Territoire bien réel à enjeux, l'espace naturel est aussi confronté aux envies du public. Celles-ci déroutent des gestionnaires qui voudraient ne pas être d'abord des policiers.

Dans un espace de plus en plus mité, urbanisé, soustrait à la nature, le public est demandeur d'espaces naturels protégés. Mais pour y faire quoi ? « Nous gérons un trésor de guerre très convoité » résume Patrick DE RANCOURT, du Conseil général de Vaucluse, confronté au « lobbying des activités sportives » qui entrent en force dans les commissions de conciliation que les Départements doivent leur ouvrir. Problème, « comment concilierons nous la protection des ocres du Luberon, celle du Mont Ventoux et la Fontaine de Vaucluse en autorisant ces activités conjuguées à la fréquentation énorme de ces sites exceptionnels » ?

Pris entre l'obligation de protéger des gestionnaires et l'imaginaire dévorant du public, que peut devenir l'espace naturel ? Il semble incontournable de parler de limites à la fréquentation et au comportement des masses de visiteurs pour sauvegarder les conditions d'une biodiversité exceptionnelle.

Ambassadeur rêvé, consommateur accueilli

Il faut certainement « établir de nouvelles relations avec les visiteurs et essayer de les transformer en ambassadeurs des espaces naturels » pensera-t-on avec Guillaume BERNARD, du Parc national du Mercantour. Mais pas à n'importe quel prix, semble dire Eric COULET, de la Réserve naturelle de Camargue. Sans être partisan d'une interdiction à tout crins celui-ci estime que « l'esprit des lieux doit dominer ce que nous faisons. Mettrait-on une baraque à frites au cœur de la cathédrale de Chartres !? »

La limite, considérée comme nécessaire, est-elle pédagogique ? Un garde à cheval du Site de la Sainte-Baume (13) peut faire état d'une décennie d'expérience pour le dire. « A force d'être présent et visible, les gens parlent avec vous et des choses passent. Je n'observe plus, maintenant, comme avant, des gens repartir avec des brassées de lys martagon ».

Car l'envie de nature de nombreux visiteurs ne doit pas être confondue avec un sentiment de responsabilité vis-à-vis de celle-ci. On consomme souvent, en fait. « On considère qu'il est plus sympathique de piquer près d'une abbaye classée qu'au bord d'une autoroute » rappelle Brigitte SCHRIVE (ONF), « résultat nous gérons les effets collatéraux de ces pratiques, plus que les effets d'une visite de découverte patrimoniale ». Qu'à cela ne tienne, on doit accepter que l'espace naturel protégé joue un rôle social, estime Eric COULET « Certains apprécient leur dimanche en Camargue comme celui qu'ils passeront dans la zone commerciale de Plan de Campagne ! Et bien sachons être humbles, car cela a souvent permis à une famille de se reparler, et parce que les gens ont un besoin vital de repos ».

Une vraie stratégie multi territoires

Car s'il est vrai, qu'avec Yves BARET, du Parc national des Ecrins, on voudrait voir en espaces naturels « un public militant, même si nous ne l'appelons pas ainsi », même si, avec Guillaume BERNARD, du Mercantour, on aimerait « de nouvelles relations avec les visiteurs et essayer de les transformer en ambassadeurs des espaces naturels », force est de constater que les envies de ce public multiforme sont diverses et difficiles à cadrer par les équipes gestionnaires. Les plus sages sont les plus âgés. Ils conviennent bien à la nature, mais ne se renouvellent plus. « Entre 2001 et 2007 la moyenne d'âge des randonneurs du Mercantour a augmenté de 4 ans » explique Guillaume BERNARD. D'ailleurs, faut-il vraiment faire de la conscientisation à un public déjà conquis « qui sait déjà lire la nature, constitué de gens qui sont équipés en conséquence et savent se débrouiller sans nous » demandent Eric COULET et François FERRAINA (ONF).

Pour les autres, les sans éducation, les consommateurs, les (...) faut-il agiter l'arsenal d'interdictions ? « Nous le faisons au risque d'être

incohérents, de paraître injuste, et la confusion n'aide pas pédagogiquement », dira une intervenante, en regrettant que la surprotection ici se conjugue avec la permissivité là, au risque de dérouter le public. « Il faudrait plutôt que nous ayons, entre espaces protégés, des actions globales concertées sur des territoires plus larges ». L'interdiction à tout va serait contre productive d'ailleurs. Car « des politiques d'accueil trop restrictives rendent les élus locaux prudents quand il s'agit d'acquérir des terrains ensuite mis en protection » sait Myriam GRANIER, du Conservatoire du Littoral.

Venu par plaisir, mais gâcheur de bonheur ?

Pourquoi interdire strictement l'accès d'un petit territoire recelant quelques sabots de vénus, quand à côté un vaste massif confié à l'ONF en voit fleurir bien plus, en forêts ouvertes au public ? Des stratégies d'ouvertures doivent être tentées, par des gestionnaires d'espaces qui les réfléchirait ensemble. Un discours cohérent vis-à-vis du public serait alors favorisé. A condition que les moyens soient au rendez vous de l'enjeu. « Faire face à une demande de développement de l'accueil et à des enjeux importants, cela réclame une stratégie des collectivités qui financent cet accueil » sera-t-il rappelé.

Au fond, l'interdiction doit être maniée avec précaution, au risque de faire fuir un public qui est la justification des politiques de protection, rappelle Jessica CHARRIER, de l'Office national de la chasse dans le Queyras. Car, c'est à ne pas oublier, « les gestionnaires de la nature sont venus à ce métier par plaisir » rappelle J-Christophe BRIFFAUD (Syndicat mixte de La Palissade), « comment ensuite assumer un rôle de poseurs d'interdictions ? » Hors des espaces en cœur de parc ou de réserve, « il faut avoir là le droit de crier, et même de casser des branches ! »

Car, qu'on se le dise, si on veut bien protéger la nature et y mettre le meilleur de soi, « on n'est pas des ayattolahs ! »



Atelier 2

Atelier animé par Hervé Parmentier (Parc National du Mercantour), sur le thème suivant : quels sont les atouts du tourisme durable dans un espace naturel ?

Accueillir avec qui et pourquoi ?

Les atouts d'un tourisme durable en espace naturel sont liés à la qualité de cette nature, mais tout autant à celles des hommes rencontrés. Tout le problème pour les gestionnaires est de trouver les bons relais, sans oublier la finalité.

Il ne semble pas possible d'éviter de parler du statut des personnels d'espaces naturels protégés, spécialement ceux des parcs. Car l'accueil et l'information des touristes n'y est pas prévue. « Ces questions sont importantes et pourtant hors de notre atteinte » résumera un responsable de parc au cours du débat. En outre, souligne Hervé PARMENTIER (Mercantour), « nos agents en ont assez d'aller au contact du public ». Quelques rares gardes, des milliers et des milliers de visiteurs en attente de nature, mais aussi d'explications ciblées attendent. Mais comment les satisfaire sans se perdre ?

D'autant que les avis divergent, au cours du débat, sur le rôle des agents gestionnaires des espaces naturels protégés. « Quel gâchis si nos agents n'étaient que des flics ! » soutient Philippe MAIGNE (Grand site Sainte-Victoire). Pour lui, c'est clair, « ils sont nécessaires à l'accueil ».

Des moyens pour ne pas rester moyen

Peut-on pour autant les envoyer au contact en permanence ? Olaf HOLM (Fédération des Parcs naturels régionaux de France) pose le problème de leur formation : « ici les Parcs savent faire des choses, mais ne savent pas le faire savoir ». Informer le public, sûrement, reprend Myette GUIOMARD (Réserve géologique de Haute Provence), mais en tenant compte de la faiblesse des moyens humains, problème endémique français en matière de protection de la nature : « comment faire quand on dispose d'un unique garde sur le territoire de 59 communes ? » Le dernier audit subi par sa structure surlignait le fait que la Réserve n'avait pas suffisamment développé le tourisme. « Oui, mais est-ce bien là notre rôle ? » demande-t-elle carrément.

Tous en sont convaincus, le potentiel de transmission de connaissances est énorme dans les espaces naturels protégés. « Nous sommes là au croisement

de la nature et de l'histoire humaine », affirme Nicolas GERARDIN (Parc National de Port-Cros), « et il serait très intéressant d'évaluer ce qui peut émerger de particulier pour chacun de nos espaces. » Car des pistes prioritaires pour l'accueil pédagogique pourraient alors émerger, et chacun en ferait son miel.

Mais l'agent du parc est-il le mieux placé pour transmettre ? Quelques gardes ici et là, des milliers et des milliers de visiteurs en face... « Nous disposons de panneaux d'information sur le site, alors que nous voulons aller au contact du public » lâche Philippe MAIGNE ; entre le vouloir et le pouvoir, il y a une sacrée marge.

Accompagnateurs bien accompagnés

Aussi faut-il compter sur les professionnels de l'accueil touristique, principalement ces homéopathes de l'accompagnement qui prennent en charge de petits groupes pour une relation privilégiée de quelques jours, les accompagnateurs ? Oui, mais, sont-ils bien formés à cela ? On sait déjà, par ailleurs dans ce document, les efforts engagés par la Réserve géologique de Haute Provence et d'autres en ce sens. Mais globalement, il y a toutefois « un déficit entre la connaissance qu'ont nos parcs du territoire et celle qu'ont les professionnels du tourisme » diagnostique Nicolas Girardin. « Ce sont pourtant les acteurs du tourisme, les accompagnateurs notamment, qui devraient faire ce travail » affirme Philippe MAIGNE.

La formation des accompagnateurs, c'est un problème, mais pas incontournable. Elle doit être adaptée aux lieux, fine. « Au Canada, on forme les accompagnateurs à l'accueil individualisé » rappelle Olaf HOLM. Un autre intervenant plaidera pour l'organisation de formations communes aux gardes de parcs et aux accompagnateurs, voire plus largement à d'autres professions du tourisme. Au bout du processus, il y aura une vraie satisfaction

du public. « Je me souviens autant de l'homme qui m'a fait visiter que de ce que j'ai visité » explique Mohend MAHOUCHE (WWF), « son émotion est le meilleur véhicule de la transmission de son savoir. »

Exigeants mais aventuriers

Mais tout est-il affaire de professionnels pur jus ? Quand ceux-ci sont aussi les habitants du lieu, avec Mohend MAHOUCHE, on peut dire qu'« en respectant l'homme qui y vit on aura respecté les lieux ». Et cette confusion bienvenue entre habitant et professionnel doit pouvoir s'organiser. « Les habitants ayant le goût de la transmission devraient être identifiés et formés. Ce sont nos meilleurs médiateurs ! »

Seront-ils un maillon reliant les nécessités de la protection des espaces naturels et de l'accueil de leurs visiteurs ? Feront-ils passer mieux les exigences de la protection, conjuguées avec le plaisir de la découverte ? « Des gens ne liront pas les plaquettes d'information, mais seront sensibles aux expériences qu'on leur aura permis de vivre » pense Sabrina BENMECHERI. « Un Finlandais visitant le désert comprend tout l'intérêt de la préservation des ressources en eau si on l'invite à aller en chercher, et il ne se plaint pas de la leçon ». En écho, Nicolas GERARDIN fera parler son expérience : « en formulant des exigences on crée les conditions d'une aventure. En économisant l'énergie, on n'allume plus les lampadaires durant la nuit, et ce faisant, on permet à des gens de revoir les étoiles ».

Car c'est bien d'éclairages nouveaux dont ont parfois besoin les touristes pour apprécier mieux le monde qu'ils ne consomment plus, mais qu'ils vivent, l'espace d'un séjour.



EN GUISE DE SYNTHÈSE



Il faut savoir cultiver la différence

La restitution des ateliers de l'Université du RREN a permis à quelques acteurs de résumer l'état des réflexions de tous. La « culture de la différence » reste leur socle commun, et doit permettre de s'ouvrir en connaissance de soi à de multiples partenaires. L'enjeu sera de favoriser un tourisme mieux disant, qui valorisera auprès d'un large public le travail de fourmi des gestionnaires des espaces naturels protégés.

Il y a à la fois de la modestie et de l'ambition à afficher pour les gestionnaires d'espaces naturels protégés. Modestie car il faut le reconnaître, leur travail passe inaperçu au grand public trop souvent. « Beaucoup viennent pour simplement pique-niquer là où nous déployons des trésors de réflexion et de savoir faire pour garder aux territoires leur caractère d'espaces naturels et le mettre en valeur » peut souligner Jean-Laurent LUCCHESI, le directeur des Marais du Vigueirat. Le rôle social des espaces naturels est souvent invisible et pourtant si important.

Et cependant la différence est là, les espaces naturels protégés « on y vient pour se ressourcer » précise Philippe MAIGNE, directeur du Grand Site Sainte-Victoire. N'est-ce pas une façon différente de dire la même chose ?

Les espaces naturels protégés ont un rôle pour le grand public, pas toujours bien compris, mais leur fréquentation importante montre que les gens y viennent trouver ce qui est si rare ailleurs.

Cette particularité des espaces naturels, c'est la culture de la différence. Cette différence tient à « l'absence de rapports marchands instaurés » dicit Philippe MAIGNE. De façon encore moins visible encore, elle doit pourtant beaucoup à « la logique de projets » qui porte les gestionnaires, confier Jean-Laurent LUCCHESI. L'espace voulu immuable, réservoir de permanence de la biodiversité, et en fait le lieu d'un fourmillement de débats et de réalisations. Il n'est que de relire les pages de ces actes pour s'en persuader.

Le défi que cherchent à relever les gestionnaires des espaces naturels de Provence-Alpes-Côte d'Azur tient donc à la relation compliquée entre le « savoir faire » et le « faire savoir ».

Favoriser la rencontre entre un public conscient et des territoires particuliers

Savoir faire :

Accueillir mais protéger, dans ce couple de missions il doit y avoir des manières de présenter l'espace naturel protégé au public. Gagner celui-ci à la cause de la protection c'est en faire l'acteur, le complice, et cela passe par une politique de sas aménagés : « ils doivent rendre plus intéressant le cheminement dans nos espaces, sans qu'on oublie la médiation directe entre nous et le public » selon Philippe MAIGNE. « Nous ne devons pas raisonner seuls pour cela et partager la réflexion » pour Jean-Laurent LUCCHESI.

Il faut donc pour bien accueillir former encore le personnel des espaces naturels, et rechercher la complicité du public. Cela passe par une ouverture.

Faire savoir :

« Il faut que nous facilitions la rencontre entre le berger et le tour opérateur » résume Jean-Laurent LUCCHESI. Le raccourci du propos dit bien que la différence à cultiver sera là, dans la compréhension qu'il faut favoriser, chez le professionnel, de ce qu'est le pays. C'est la condition pour que les entrepreneurs de tourisme et les gestionnaires d'espaces naturels protégés s'entraident pour un tourisme durable.

Au bout, il y aura des produits touristiques respectueux, mais sachant capter un public mieux conscientisé.

Cette alchimie particulière de rencontre, d'ouverture mais aussi de certitude du rôle qu'ont les gestionnaires d'espaces naturels, produit de l'exemplarité.

Elle fonde un rapport au tourisme qui respecte l'environnement, et une défense de l'environnement qui se préoccupe du public qui en profite.

Elle constitue une avancée sociale dans le contexte d'une économie de développement raisonné.

Elle doit être fédératrice au point d'entraîner un progrès pour tous. « Car il ne faut pas laisser de côté ceux qui ne sont pas encore exemplaires » peut dire Claude HOLYST, le directeur de l'Agence régionale pour l'environnement, « il faut au contraire leur donner les moyens de se saisir de cette exemplarité ».

Tous les espaces naturels n'ont en effet pas la taille et les moyens de mener cette réflexion salutaire, il convient donc qu'ils profitent des travaux du Réseau régional des gestionnaires d'espaces naturels protégés.





EN GUISE DE CONCLUSION



Stratégie d'ouverture pour accueillir et protéger

L'Université du Réseau régional des gestionnaires d'espaces naturels protégés aura été l'occasion de souligner que les qualités d'accueil des gestionnaires de sites protégés sont un atout pour leur mise en valeur touristique raisonnée. Celle-ci passe par la réaffirmation d'une identité humaine forte des pays concernés. La préservation d'une nature exceptionnelle y va de pair avec des traits culturels également à préserver. « Il faut bien le dire car notre problème quand on parle de développement durable, est un problème d'identité » pourra expliquer Yves BARET du Parc national des Ecrins, à propos de la réhabilitation de fours villageois ou d'ameublement de chambres d'hôtes confié aux artisans locaux. C'est d'ailleurs encore une question d'identité qui doit être mise en avant, parlant des personnels gestionnaires de ces territoires d'exception. Les agents des espaces naturels montrent une qualité d'écoute et de compréhension des hommes comme de leur territoire, qui doit être un atout dans le développement d'un tourisme raisonné.

Les valeurs communes des gestionnaires ne se résument pas qu'à l'accueil mais aussi à des valeurs partagées autour d'espaces de caractère à forte valeur patrimoniale, de transmission, de rencontres des hommes vivant sur le territoire et des hommes travaillant dans les structures de gestion de ces territoires. C'est tout cela qui forge l'identité commune des gestionnaires du Réseau, caractéristiques communes et partagées sur ces territoires d'exception.

Le Réseau régional des espaces naturels poursuit ainsi sa stratégie de réflexion et d'ouverture. Avec cette université consacrée aux problématiques d'un tourisme durable, il continue un travail de fond de trois années de réflexions et de recherches tout en continuant à tenir un rôle aussi méconnu qu'indispensable : protéger en accueillant, conserver en projetant. « Nous pouvons dire que nos thèmes sont inscrits dans un cycle » soulignera Claude HOLYST, le directeur de l'ARPE. « Nous ne faisons pas table rase du thème abordé la fois précédente en abordant un nouveau thème. Nous avons parlé du mécénat en 2006 et du sport en espaces naturels en 2007. Le lien entre partenaires publics et privés, comme cette année, a été abordé et mérite qu'on s'y penche à nouveau. » Cette continuité des thèmes abordés : patrimoine naturel/culturel en 2005, « mécénat » en 2006 et « espaces naturels, terrains de sports » en 2007, montre la préoccupation des gestionnaires d'espaces naturels de s'intéresser à la société, et à la considération que celle-ci porte aux espaces naturels et à leur devenir.





GLOSSAIRE

AFAQ AFNOR : organismes certificateurs publics et de normalisation français.

AGIR : Action Globale Innovante Région, dispositif d'aides propre à la Région Paca, adopté en 2007, lié aux bonnes pratiques énergétiques.

ALLOCHTONE : signifie littéralement terre d'ailleurs, du grec allos, étranger, et chthonos, terre. À l'opposé du concept d'allochtone, on trouve celui d'autochtone, littéralement terre d'ici.

ALPHA : Centre écomuséal consacré à la connaissance du loup, à St-Martin de Vésubie. Lire article dédié.

ALPILLES : zone collinaire entre plaine de la Crau et Avignon, essentiellement située dans les Bouches-du-Rhône, et classé Parc Naturel Régional depuis 2007.

ALPI MARITTIME : parc naturel italien contigu au parc français du Mercantour.

ARPE : Agence Régionale Pour l'Environnement, organisme public géré par le Conseil Régional Paca et à parité par les six Départements de cette région.

AVEC : Action de Valorisation et d'Entraînement Collectif, permet de décliner en actions collectives le dispositif Agir.

Charte Européenne du Tourisme Durable : initiée par la fédération européennes des parcs naturels Europarc, elle trouve ses fondements dans un rapport de 1991, et vise à appliquer les fondamentaux du développement durable dans le domaine touristique.

Clés vacances : réseau de résidence privées louées à la semaine.

Développement durable : notion cadre issue des débats du premier Sommet de la Terre (Rio de Janeiro, 1992) selon laquelle le développement compatible avec les possibilités de la planète allie les préoccupations économiques, sociales et environnementales. On y adjoint aussi des préoccupations culturelles. On parle aussi de « développement soutenable ».

Ecrins : Parc national essentiellement situé dans les Hautes-Alpes et marqué par différents massifs de haute altitude, avec trois micro régions : Valgaudemar, Champsaur, Vanoise.

EMAS : certification environnementale différente de la série ISO en ce qu'elle inclut l'écoconception et les préoccupations de communication.

EUROPARCS : fédération de parcs naturels européens.

Gîtes de France : résidences individuelles louées à la semaine par des propriétaires ruraux et dont la qualité est contrôlée par un organisme du même nom, organisé par département.

Greenwashing : manière de « repeindre en vert » une politique qu'on adoptait pour d'autres raisons que leur compatibilité avec les canons du développement durable, c'est un travers de la communication.

Ifrane : parc naturel de 500 km² dans le moyen Atlas berbère du Maroc, forêt de cèdres et divers plans d'eau à environ 1600 m d'altitude, région très arrosée. « Ifrane » = « grottes » en Tamazghit.

INPI : Institut National de la Propriété Industrielle, recueille les brevets et de façon générale les marques déposées et autres protections d'objets intellectuels.

IPAMAC : Association Interparcs du Massif Central.

ISO : International Organization for Standardization, l'organisme mondial de normalisation.

Land art : genre artistique qui consiste à utiliser la nature, le paysage, dans une démarche artistique tout en les respectant.

Mercantour : massif montagneux couvrant l'arrière pays niçois et pour partie la Haute Provence, frontalier avec l'Italie. Parc national.

OMT : Organisation Mondiale du Tourisme.

ONF : Office National des Forêts, l'ancienne administration des eaux et forêts, gère les massifs forestiers publics en France.

PIB : Produit Intérieur Brut, l'ensemble de la production est des chiffres économiques essentiels d'un Etat, mesure sa croissance.

Plan d'Occupation des Sols : document adopté par les communes et opposables aux tiers, qui organise l'occupation de l'espace en fonction de données telles que les activités permises, la concentration de l'habitat, la réservation de parcelles à l'agriculture, l'espace naturel, etc. On parle aujourd'hui de Plan Local de l'Urbanisme.

PNUE : Plan des Nations Unies pour l'Environnement

Port-Cros : île au large du Lavandou (Var), parc national terrestre et marin.

Queyras : massif frontalier Hautes-Alpes/Italie et Parc naturel régional de Paca.

RETROUVANCE : concept éco touristique développé par l'ONF, séjour-randonnées en espaces naturels protégés à comportements axés sur le développement durable.

RREN : Réseau Régional des gestionnaires d'Espaces Naturels protégés de Provence-Alpes-Côte d'Azur, secrétariat assuré par l'ARPE.

SAGE : Schéma d'Aménagement et de Gestion des Eaux : il recense les ressources et fixe des objectifs de qualité tout en se préoccupant des usages, c'est une instrument de concertation, il a été institué en 1992 et concerne le bassin d'un cours d'eau.

Sainte-Baume : massif culminant à 1000 m d'altitude très proche de la méditerranée, disposant d'une hêtraie remarquable, lieu de pèlerinage.

Sainte-Croix : lac artificiel sur le Verdon, particulièrement propice aux activités nautiques de loisirs.

Transhumance : voyage effectué par les troupeaux d'ovins, des plaines provençales et azuréennes jusqu'aux alpages où les ovins prennent leurs quartiers d'été. Longtemps effectué directement par des chemins, les « drailles », le phénomène était un événement local.

Union Pour la Méditerranée : créée en novembre 2008, siège à Barcelone (Esp.) a l'issue du Processus de Barcelone (1995 et années suivantes), vise à partager le développement de la zone euroméditerranéenne.

WWF : World Wildlife Fund (Fondation pour la Vie Sauvage).

www.renpaca.org

Une publication
du Réseau Régional
des Gestionnaires d'Espaces
Naturels Protégés
Provence-Alpes-Côte d'Azur

Création
et conception graphique : ARPE PACA
Mise en page : Regard du Vivant
Août 2009

Réseau Régional des Gestionnaires
d'Espaces Naturels Protégés
Provence-Alpes-Côte d'Azur

