

ESPACES NATURELS LITTORAUX ET LACUSTRES PRÉSERVÉS

GUIDE POUR LA MAÎTRISE DE LA FRÉQUENTATION



Compte-rendu d'ateliers
retours d'expériences
et **10** recommandations

RIVAGES
DE FRANCE

Gestionnaires fédérés, littoral préservé !



RIVAGES
DE FRANCE

Gestionnaires fédérés, littoral préservé !

2050

Odyssée de l'espace naturel... prohibé ?

Depuis la pandémie de Covid-19 aux débuts des années 2020, la fréquentation des espaces naturels littoraux et lacustres a explosé. Projetons-nous en 2050 et imaginons ce qui aurait pu en résulter...

- Nouveaux affrontements entre estivants et résidents sur fond d'hyperfréquentation et de nuisances
- "x" espèces végétales et "x" espèces animales ont déserté nos littoraux ces 10 dernières années. C'est plus que les 50 ans passés. Toutes les espèces sont désormais classées "protégées"
- Des îles interdites aux visiteurs pour cause de pénurie d'eau potable, de sous-capacité de gestion des déchets, etc.
- Désormais, toute personne souhaitant accéder à un espace naturel littoral et lacustre devra s'être fait impérativement implanter sa puce de géolocalisation et de contrôle d'usage
- Mur et no-man's land surveillés entre littoral et rétro-littoral ? L'étude est lancée !
- Surveillance du littoral et des plages : le toujours plus juteux marché des agences de sécurité privées
- Ce soir, grand tirage au sort national : ferez-vous partie des français qui auront accès à la plage cet été ?
- Dans l'impossibilité de garantir la sécurité optimale des trop nombreux usagers faute de moyens humains et financiers adaptés, de nombreux maires interdisent l'accès aux plages communales
- Réseaux sociaux - Promotion : amendes records pour les réseaux sociaux laissant fuiter des messages de promotion territoriale et touristique erronés
- Qualité de l'expérience touristique - Moment d'exception : Espace autorisé/usager des plages en 2050 : 1 m² sur le sable, 2 m² dans l'eau. Durée maximale : 15 minutes. Prix : de 10 à 150 € selon horaires...



SOMMAIRE

| 5 ÉDITORIAL

PARTAGES (ATELIERS DE MARSEILLE)

CONTEXTE

| 6 Introduction des ateliers

| 7 Loi (article L. 360-1 du code de l'environnement)

RESTITUTION

| 8 1 • Et si on changeait d'ère ?

| 11 2 • Dans quel état (je) gère ?

| 14 3 • Quelles "fréquent'actions" prioritaires ?

TÉMOIGNAGES

| 16 Grand Site de Cap Fréhel

| 18 Parc national des Calanques

| 20 Parc national de Port-Cros - Porquerolles

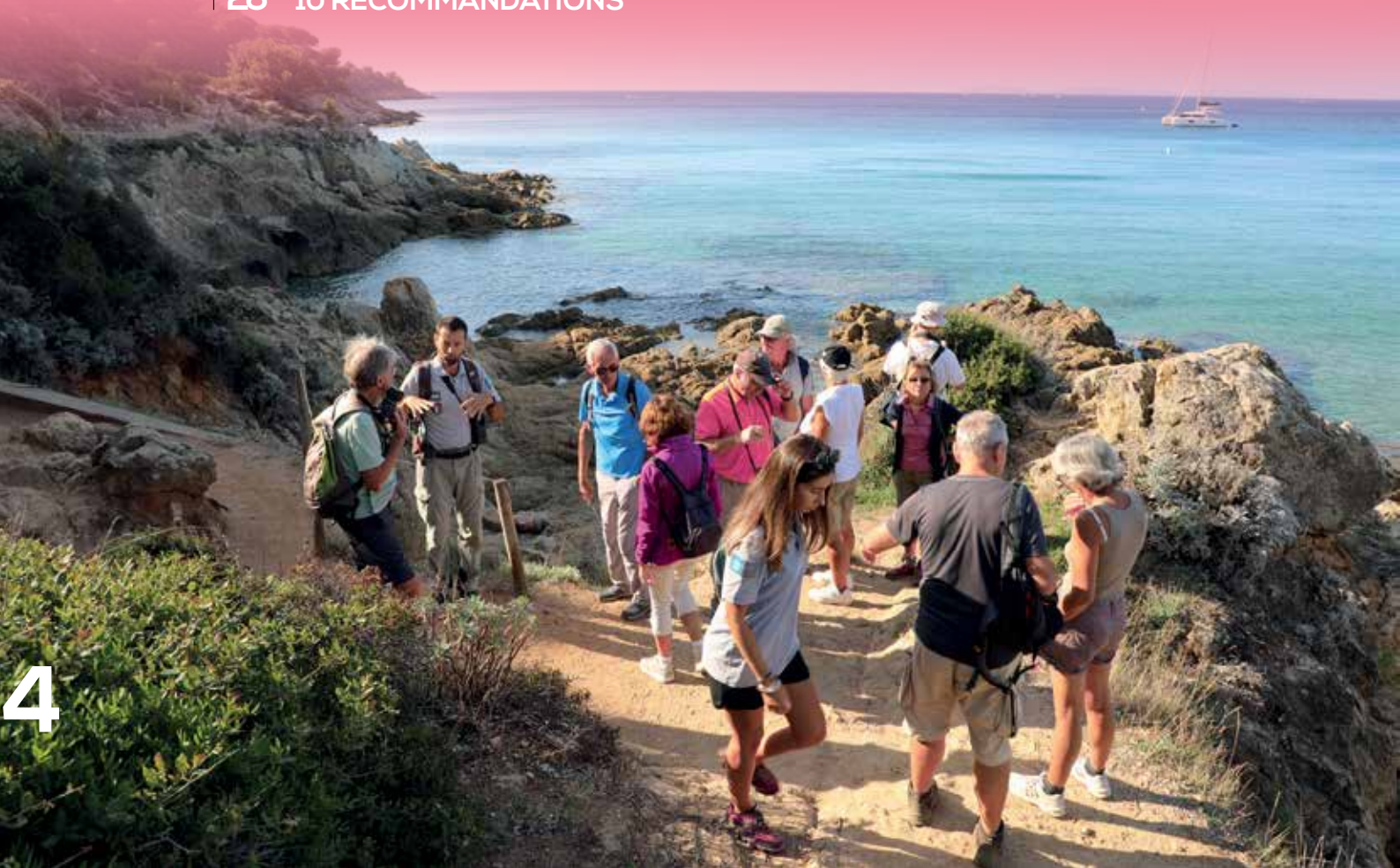
ÉCLAIRAGES

| 22 Jérôme PIRIOU, Université d'Angers

| 23 Isabelle DELACOURTE, Littomatique

| 24 Philippe MASSÉ, Setavoo

| 26 10 RECOMMANDATIONS



... Changeons d'ère !

par **Didier RÉAULT** • Président de Rivages de France

GUIDE POUR LA MAÎTRISE DE LA
FRÉQUENTATION

ÉDITORIAL

Scénario apocalyptique absurde ? On aimerait le croire ! Pour autant, on a déjà plus ou moins récemment approché certaines de ces situations, notamment lors de l'été 2020 "déconfiné". De surcroît, au-delà de la problématique de surfréquentation estivale, il s'agit aussi de considérer l'attractivité toujours plus grande dans le temps et dans l'espace du littoral, attestée notamment par l'accroissement exponentiel de sa population et en corollaire, des problématiques associées.

L'enjeu, global et transversal, dépasse la somme des enjeux distinctifs et complémentaires de l'ensemble des acteurs - *politiques et économiques, sociétaux et environnementaux...* -, des populations, des touristes et des visiteurs des territoires littoraux. Ce qui pose l'impératif de garantir et d'organiser la concertation de tous, mais aussi d'instaurer, sinon une forme de gouvernance, du moins, une instance régulière de suivi et d'échanges.

Porter l'ambition de maîtriser la fréquentation des espaces naturels littoraux et lacustres, cela suppose enfin de confronter des réalités et des perspectives parfois antinomiques et de rechercher des équilibres complexes, "avant de et afin de" déterminer et **mettre en œuvre des évolutions ou alternatives possibles. Pas simple, quand il s'agit de mettre en regard :**

- > la notion de "bien commun" dont on qualifie souvent les espaces naturels, par rapport à la responsabilité individuelle et collective de leur bon ou mauvais usage
- > l'accroissement des populations, des touristes et des visiteurs des territoires concernés, par rapport à l'impérieuse préservation de leur biodiversité et de leurs paysages
- > leur accès libre et gratuit pour tous malgré les risques avérés de surfréquentation, par rapport à la qualité réelle de la vie résidentielle et de l'expérience touristique vécue
- > les indispensables connaissances et mesures en continu de la fréquentation par rapport à l'adaptation aux contextes territoriaux et à leurs enjeux transversaux
- > le marketing concurrentiel de destination touristique par rapport aux initiatives inédites récentes : contre-mesure de la surfréquentation (démarketing), marketing territorialisé...
- > la sensibilisation de tout acteur/public - *élu, professionnel, habitant, résident secondaire, touriste, visiteur* - par rapport à la méconnaissance des mécanismes, richesses et bienfaits fragiles des espaces naturels
- > l'affectation de moyens - *humains/financiers* - et la mise en œuvre d'aménagements - *spécifiques/adaptés, fixes/amovibles* - par rapport aux exigences d'une fréquentation raisonnée et d'un accueil de qualité
- > la nécessité de préciser et renforcer la réglementation en termes d' "*ordre public écologique*", par rapport à la seule dimension actuelle de régulation des flux dans les espaces protégés...

Questions sans tabou posées, idées neuves débattues, mesures spécifiques prises, aménagements inédits réalisés, expérimentations amorcées : *focus* sur le sujet, nos adhérents gestionnaires d'espaces littoraux et lacustres ont bien mesuré et démontrent déjà concrètement que ce qui se joue appelle, davantage que de simples adaptations et des solutions isolées, **de véritables stratégies d'anticipation et d'évolution.**

Le présent guide ne recèle aucune illusoire formule magique. Mais à l'appui d'éclairages de ses experts, d'enseignements tirés de ses ateliers prospectifs dédiés, d'études en cours et des retours d'expériences de ses membres, RIVAGES DE FRANCE balise et documente **l'avancée et l'amplitude des réflexions et actions** sur les problématiques de fréquentation.

Notre association nationale entend actionner tous leviers pour accompagner cette dynamique : portage du sujet et des intérêts de ses adhérents au sein des instances concernées, organisation de rencontres régionales thématiques, alimentation d'une rubrique web spécifique... **au service de la mobilisation générale des gestionnaires pour changer d'ère !**



CONTEXTE

Jérôme PIRIOU Enseignant-chercheur Université d'Angers

Marie-Noëlle RIMAUD Directrice du centre de cas Innov Case Lab

Tourisme et environnement : une relation ambivalente

- > Le tourisme à l'origine de protection et de la transformation de territoires (Touring Club de France, Club Alpin Français, Syndicats d'initiatives)
- > Rôle majeur dans l'institutionnalisation de règles de protection des espaces naturels (Boyer, 2000 ; Gauchon, 2002)
- > Critique du tourisme, activité consommatrice d'espaces et perturbatrice pour les écosystèmes naturels : augmentation de fréquentation de sites naturels "hauts lieux", dégradation des espaces fragiles (Deprest, 1997 ; Mounet et al., 2000)

Vers un contrôle du développement touristique ?

- > L'État intervient pour favoriser la restauration de sites et inciter à la mise en place d'une politique locale de gestion des flux
- > Cas de la Pointe du Raz (Vourc'h, 1999 ; Girard, 2018)
 - 1909 : hôtels construits, restaurants, commerces souvenirs, les voitures stationnent au bout de la pointe
 - 1958 : Classement de 72 ha pour protéger
 - 1975 : projet de centrale nucléaire, abandonné en 1981
 - 1991 : création d'un syndicat mixte pour l'aménagement et la protection
 - 1993 : Opération Grand Site (démolition parkings et bâtiments, reconstruction, revégétalisation, nouveaux aménagements parkings, sentiers)
 - Aujourd'hui 800 000 visiteurs par an.

Quelle conciliation entre protection des milieux et fréquentation du tourisme et des loisirs ?

- > Concurrence accrue des destinations, difficultés à anticiper les changements (Viès, 2014)
- > Nouvelles attentes et pratiques des clientèles, plus respectueuses de l'environnement, un tourisme responsable, un "slow" tourisme (Lequin, 2011 ; Lebreton, 2020)
- > Recherche d'une meilleure articulation entre la gestion des flux, leurs retombées et la nécessaire ouverture aux publics (Chadenas et al., 2020)
- > Depuis les années 1980 : + de 2000 documents publiés dans le monde sur la «surfréquentation» des sites et la capacité d'accueil (Stankey et al., 1990)

5 points admis par les chercheurs sur la surfréquentation des espaces naturels

(capacité de charge)

- 1 • La capacité de charge n'est pas un calcul mécanique ni automatique. Tout individu qui intervient sur un espace peut produire, à des échelles diverses, des changements environnementaux. Sauf à clôturer un espace sans présence anthropique, et encore aurions-nous les effets liés au changement climatique.
- 2 • Par rapport à la fréquentation, il n'y a pas d'effet de cause linéaire ou proportionnel entre une quantité et les impacts. Quelques pratiques équestres auront plus d'effets néfastes sur l'environnement que de grands groupes de randonneurs. Calculer la capacité de charge est compliqué par rapport aux usages.
- 3 • La capacité de charge est un jugement de valeur, une question de point de vue : la relation aux espaces naturels, aux parcs, est différente selon que l'on est chinois, européen, canadien... C'est là que le politique intervient avec une prise de décision qui doit assumer cette gestion de la fréquentation.
- 4 • La connaissance de la capacité de charge ne permet pas de déterminer comment équilibrer protection et fréquentation des sites naturels. Plusieurs données interviennent, dont l'acceptation sociale : nul n'aurait envisagé lors du déconfinement de parler de restreindre l'accès aux espaces naturels, les Français ne l'auraient pas compris. Donc il y a aussi une nécessité d'explication et ce qui s'est passé en 2020 a permis à beaucoup d'élus d'être très réactifs sur ces aspects auprès de leurs administrés.
- 5 • Pour beaucoup d'acteurs, le changement paraît inacceptable. Il y a bien désormais prise de conscience que les changements des milieux accompagnent inévitablement leur utilisation par les visiteurs, mais ce sujet reste encore sensible.



Enfin, une certaine vision de la Nature par les visiteurs

- > Déplacement vers un «monument naturel», expression d'un désir de nature "sauvage, vierge" (Pickel, 2014)
- > Pour autant, un besoin de sécurité, de bonnes conditions d'accès, d'entretien, de propreté (Viès et al., 2016)
- > Recherche d'aménagements légers, intégrés au paysage
- > Recherche "d'espaces publics de nature" par analogie à des "espaces publics urbains"
- > Bien commun naturel : ressource à la fois matérielle et immatérielle concurrent, par la valorisation, à la transition des territoires (mobilités, énergétiques, etc.).

Le nouvel article L. 360-1 du code de l'environnement

Les régimes de protection des espaces protégés sont nombreux et n'offrent pas tous le même niveau de protection, ni le même niveau de contraintes réglementaires. La diversité de ces modes de protection se retrouve dans la diversité des responsables de la gestion de ces espaces. Initié par le Parc national de Port-Cros et porté par le sénateur Jérôme BIGNON, une évolution de la loi crée un nouveau pouvoir de police spéciale et ses modalités d'exercice...

Le nouvel article L. 360-1 du Code de l'environnement crée un nouveau pouvoir de police spéciale du maire (dans le cas d'une intervention sur une seule commune) ou du préfet (intervention sur plusieurs communes), inscrit dans le code de l'environnement, dans les cas où ledit code n'aurait pas habilité certaines autorités administratives à réglementer les questions d'accès et de circulation au sein des espaces protégés.

Il donne ainsi compétence subsidiaire aux maires ou au préfet pour **réglementer ou interdire l'accès et la circulation des personnes, des véhicules et des animaux domestiques dans les espaces protégés** au titre des Livres III et IV du code de l'environnement, par arrêté motivé, dès lors que cet accès ou cette circulation sont de nature à compromettre, soit leur protection ou leur mise en valeur à des fins esthétiques, paysagères, écologiques, agricoles, forestières ou touristiques, soit la protection des espèces animales ou végétales.

Les espaces visés : sites du conservatoire du littoral parcs nationaux, réserves naturelles régionales et nationales, parcs naturels régionaux, aires marines protégées, réserves de biosphère et zones humides d'importance internationale, sites inscrits et classés, sites Natura 2000...

"L'article L 360-1 du code de l'environnement crée une nouvelle police spéciale relative à l'accès aux espaces protégés. Mais notre proposition allait initialement plus loin: il été projeté de conférer aux maires le pouvoir de prévenir les atteintes à l'environnement, en ajoutant le pilier environnemental à l'ordre public général du code des collectivités (sécurité salubrité, tranquillité publique). Cela a fait peur au Sénat, craignant un effet pervers de plaintes contre les maires pour inaction ! En tous cas, c'est une première étape pour aller vers un futur "ordre public écologique", estime Jérôme BIGNON, ancien Sénateur, rapporteur du projet de loi de régulation de l'hyper-fréquentation et ancien Président de "Rivages de France".

PARTAGES

Retour sur les Ateliers de Marseille : comment maîtriser la fréquentation des sites naturels ?

En novembre 2021, les 1^{ers} Ateliers de Rivages de France dédiés à cette problématique ont mobilisé la participation active et créative des gestionnaires présents.

Les échanges d'expériences et les idées recensées ont nourri des actions spécifiques en 2022. Qui dit "ateliers" suggère réflexion collective ! Et ce fut le cas, grâce à une formule très participative animée par Jérôme PIRIOU et Marie-Noëlle RIMAUD (professeurs associés - Excelia Business School) ainsi que Florian GEFFROY, directeur de Rivages de France.

En préambule, historique et études de cas à l'appui, Jérôme PIRIOU introduisait la problématique "Comment gérer l'intensité de la fréquentation des espaces naturels littoraux et lacustres ?". Ensuite, les gestionnaires, répartis en petits groupes, ont phosphoré autour de trois grands questionnements...

1 • Et si on changeait d'ère ?

"Quelle transition pour l'accueil durable du public sur les territoires littoraux et lacustres ? Changeons de paradigme, vers un tourisme plus responsable et durable, mieux réparti dans le temps et l'espace, préservant la création de valeur économique, sociale et environnementale sur les territoires..."

Didier RÉAULT • Président du Parc national des Calanques • Président de Rivages de France

Faire de l'espace naturel un moment d'exception

L'espace naturel doit être pour le visiteur un moment d'exception, préparé dans sa tête et dans l'aspect matériel. Quand on va au musée, on réserve éventuellement son ticket, on se dit qu'on va vivre une expérience exceptionnelle, on s'y est préparé. Alors que dans les milieux urbains près d'espaces littoraux très fréquentés, on va dans le site naturel en voiture et on veut se garer au plus près de la plage !

Ce premier élément du comportement urbain impacte finalement la qualité de l'espace naturel. L'objectif du Parc national des Calanques (et ça peut se reproduire ailleurs), c'est de **déconstruire le comportement urbain**, en créant un sas de décompression entre l'urbain et son prolongement matérialisé par la voiture, entre le comportement urbain et celui à adopter dans un espace naturel pour vivre l'expérience au mieux.

En 2022, on va **expérimenter la réservation pour accéder à un site naturel** d'exception généralement surfréquenté. Il y a deux façons de le présenter : on dit soit "il y a trop de monde, donc on veut réduire et vous allez devoir réserver"; soit "est-ce cela [la surfréquentation] ce que vous voulez vivre dans les Calanques ?"

Bien aborder un site consiste à prévoir la visite, à la réserver afin d'y **avoir accès dans des conditions acceptables en termes d'expérience visiteur**. Cela demande de notre part de l'aménagement physique et signalétique, ça peut aussi être de l'application numérique, de la communication en amont : nous avons consacré une partie de l'été 2021 à communiquer sur la réservation à intervenir cet été 2022.

Jean-Laurent LUCCHESI • Président de l'association Les Amis des marais du Vigueirat

“Un équilibre à trouver pour envoyer des gens vers des lieux moins fréquentés.”

La transition pour l'accueil durable du public pose la question de la différenciation des territoires : ceux en besoin de régulation et ceux en recherche de fréquentation touristique. Il y a un **équilibre à trouver pour envoyer les gens, trop nombreux dans certains lieux, vers d'autres sous fréquentés**. La problématique n'est pas identique sur l'ensemble du territoire. En Camargue, nous cherchons à faire venir des visiteurs pour recréer une dynamique rurale autour du tourisme nature et de l'agriculture durable.

Il y a aussi le **risque de fracture environnementale** : la grande majorité de la population aura du mal à fréquenter, selon les règles établies, des espaces naturels qui étaient pour elle des espaces de liberté. Cela questionne l'opportunité de toucher ces publics, les efforts à consentir plus larges que les moyens de l'environnement, d'éducation, pour éviter la fracture entre populations urbaines, des quartiers difficiles, et population un peu plus aisée ou intellectuellement capable d'aborder les contraintes qu'on prépare.

Saïd EL MANKOUCH • Directeur du Syndicat Mixte Espaces Littoraux de la Manche (SyMEL)

Mieux articuler les différents acteurs pour une ouverture mesurée des sites

La bonne question à se poser est *“quand changeons-nous d'ère”* ! Comment se positionne le gestionnaire d'espaces naturels par rapport aux autres acteurs dans le marketing et la communication de ces sites ? **Comment essayons-nous de gérer, préserver des milieux et habitats, avec une ouverture mesurée ?** Comment les acteurs du tourisme intègrent-ils ces espaces-là ? Comment nous aider, nous gestionnaires, à ce qu'ils ne soient pas ciblés par un grand nombre en même temps, ni que ça soit focalisé sur quelques sites ?

On en arrive à des injonctions contradictoires entre ce que nous souhaitons et ce que le plus grand nombre entend faire de ces espaces, que l'on imagine ouverts et qui appartiennent un peu à tout le monde. La bonne interprétation est délicate et compliquée : nous avons **des espaces naturels ouverts à tous dont il faut quand même réussir à gérer l'intensité de la fréquentation et la visite !**

Il y a aussi l'expérience individuelle ou de groupe. Comment perçoit-on l'espace naturel ? Espace de consommation ou espace dont il faut intégrer les codes (circulation, déchets, comportements...) ? C'est aussi notre responsabilité de gestionnaires de **donner ou réécrire les bons codes pour aller vers ces sites**.



Jérôme PIRIOU • Maître de conférences Université d'Angers

La multiplicité des publics suppose de différencier qui fréquente le site

La multiplicité des publics suppose de **bien différencier qui fréquente le site, réfléchir à des typologies** pour comprendre les codes, le fonctionnement, les attentes de ces publics, avec les appréciations, regards et connaissances variés du territoire. C'est valable aussi pour les autres acteurs. Les professionnels du tourisme ont-ils conscience de ces problématiques ? Quels sont les degrés d'échanges entre vous, gestionnaires plutôt en charge de l'environnement et ceux en charge de la promotion et de la communication des territoires ?

Cela dépasse le tourisme par le marketing territorial : villes et régions deviennent aujourd'hui des leviers d'attractivité. Où la transition peut-elle avoir lieu ? Nous parlons de territoires urbains mais les espaces naturels sont très urbanisés par un aménagement. Scientifiquement, on utilise le concept de "degré d'urbanité", qui doit être réfléchi à un curseur, dans le sens où tout espace fréquenté par l'humain va être urbanisé pour faciliter ses conditions d'accès, ne serait-ce qu'un chemin pour y accéder. Comment ? Il y a beaucoup d'initiatives : de la signalétique d'information, le "démarketing" ou plutôt un nouveau marketing pour amener vers d'autres territoires plus confidentiels).

Il y a aussi la question des codes. Est-ce que les individus ont envie d'aller voir ces territoires ? Allons-nous dire à un touriste chinois ou américain qui a traversé la planète pour venir à Marseille de ne pas aller aux Calanques ? La question se pose aussi en ces termes. Effectivement, il y a saturation dans certains cas, et cela pose problème par rapport à **la population locale, typologie sur laquelle il faut aussi réfléchir**.

Pourquoi ai-je gardé l'expression "un moment d'exception" ? L'ONF avait créé un label sur les forêts d'exception, avec l'idée de la nécessité de se connecter à la nature. Mais revient toujours ce problème en France - qui a été réglée assez vite au Canada sur la question de l'accès public à l'espace public - avec la question **"faut-il rendre payant l'accès ou rendre l'accès limité ?"**. Le besoin est marquant, on l'a vu avec le déconfinement, d'ailleurs les réseaux des espaces naturels avaient communiqué à ce sujet.





2 • Dans quel état (je) gère ?

Quelles actions, méthodes, techniques pour une gestion adaptée de la fréquentation : outils d'évaluation (écocompteurs, capteurs, diagnostics, études, enquêtes...), dispositifs mis en place avec des financements divers, outils de communication ? Quels freins, facilités, échecs ? Que prévoient les prochaines actions et s'inscrivent-elles dans le temps long ? Retours d'expérience et prospective...

Gwendoline CHAUDOIR • Vice-présidente de l'agglomération Hérault Méditerranée, maire de Portiragnes (34)

Équilibrer fréquentation et sécurité, aménager, jalonner, panneauter...

La population a tendance à avoir moins envie d'aller sur les plages urbaines et à se déplacer sur des zones plus sauvages du littoral, avec dans ce cas la problématique de la sécurité. S'il y a une forte fréquentation, les communes ont besoin de sécuriser les baigneurs, surtout en Méditerranée où il y a des épisodes compliqués. On nous demande d'installer des postes de secours, mais **si nous faisons baignade surveillée, nous allons encore attirer plus de monde**. C'est là une injonction paradoxale.

Il y a aussi la possibilité de travailler avec Waze et les routeurs, pour **faire en sorte que les gens n'arrivent pas jusqu'au bout, que le cheminement soit différent et orienté d'une autre façon**. À Portiragnes, on jalonne, on panneaute beaucoup plus sur des cheminements qui évitent les zones les plus sensibles. On restreint peut-être les accès avec un peu plus d'installations, d'aménagements sur les littoraux, etc.

Didier RÉAULT • Président du Parc national des Calanques • Président de Rivages de France

Promouvoir des trajets et des modes de transports alternatifs

Nous indiquons des temps de trajet-aller et de trajet-retour pour faire prendre conscience qu'aller au Cap Croisette (désormais interdit à la circulation) pouvait prendre une heure pour faire 4,5 km, parfois deux heures pour en revenir. Cela calme un peu l'envie... **Nous ne souhaitons pas décourager d'y aller, mais l'expérience ne sera pas bonne**. Nous avons commencé à travailler avec des opérateurs comme Waze, pour qu'ils n'orientent pas tous les usagers sur le même trajet mais qu'ils en proposent des alternatifs. Par exemple, pour les Calanques, dévier les utilisateurs vers les circuits capables d'accueillir des voitures.

Nous l'avons testé avec la région qui a mis en place ce dispositif sur l'ensemble du territoire. L'application émet des messages signalant aux usagers que la prochaine fois, ils pourront prendre le bus ou se déplacer à vélo et mettront tant de temps, de façon à promouvoir d'autres moyens de transport. Il y a **un vrai travail à faire sur les locaux, sachant que 80 % de la fréquentation émanent de la région, 60 % de la métropole**.

Christophe ROSSO • Responsable du Pôle Espaces Naturels, Le Grau du Roi

Mieux encadrer et communiquer en lien avec les opérateurs du tourisme

Au niveau sécurité, nous avons un site problématique : la Pointe de l'Espiguette, avec un poste de secours pour 5 km de plage et une fréquentation importante. On nous dit que sur les portions de plage où il y a le plus de monde, il n'y a pas de poste de secours. **On incite à aller sur des sites emblématiques, mais qui ne répondent pas aux exigences en matière de sécurité**. Ce sujet revient chaque année.

Les campings ont mis en place une navette qui tourne de 9h à 18h le soir. Chaque demi-heure, deux bus accordéons surchargés amènent les gens sur les plages les plus fréquentées, sans information ni sensibilisation. Cette "solution" ne va pas dans le bon sens, nous avons **un manque face à cette catégorie de personnes, auxquelles nous ne donnons pas d'informations**. Il y a une communication à engager avec les opérateurs de tourisme, nous n'encadrons pas assez cette fréquentation.

Didier OLIVRY • Délégué Bretagne du Conservatoire du Littoral

Agir sur le stationnement pour favoriser biodiversité et expérience vécue Diversifier la communication sur des sites plus confidentiels

Intégrer la question de l'accueil dans les schémas de déplacement est un préalable. Au **Cap Fréhel** (plus d'un million de visiteurs), nous avons réalisé un aménagement technique consistant à **reculer de manière importante le stationnement en retrait des cheminements, et supprimer la moitié des sentiers, les panneaux, poubelles et bancs**. Nous souhaitons que les visiteurs puissent vivre une véritable expérience de nature.

Il me semble essentiel de **donner à voir les espaces naturels le plus tard possible, comme à Ploumanac'h où l'on a créé un "sas de décompression"** pour entrer dans le site. Prenons l'exemple des visiteurs des îles. Ils laissent leur véhicule sur le continent, embarquent et dès ce trajet en bateau, leur comportement change ! La difficulté rencontrée avec les espaces naturels péri-urbains, c'est qu'ils sont considérés rapidement comme des squares urbains.

Il est utile, lorsque c'est possible, faire cheminer les gens, leur soumettre des propositions originales. La région Bretagne conduit une réflexion sur une communication différente, consistant à ne plus promouvoir les sites emblématiques, mais à **diversifier et élargir la communication sur des sites plus confidentiels et proposer une offre plus adaptée à l'ensemble des publics**. Il ne s'agit pas de démarketing des grands sites régionaux, mais d'un fléchage vers l'ensemble des sites du département, notamment ceux en quasi sous-fréquentation puisqu'il y a les équipements mais pas forcément l'intérêt et l'affluence qu'ils mériteraient.

En Bretagne, on voit de plus en plus de sites, comme à l'île de Sein, où les élus et la population postulent : "tu viens chez moi, soit, mais je détermine les modalités. En clair, je reste le maître chez moi !" À Hoëdic, en 2020, on a procédé à des coupures temporaires d'eau potable pour faire face aux pointes de consommation. Constatons d'ailleurs que le verbatim pour parler d'hyperfréquentation emprunte à l'hydrologie : il est question de "flux", "débit", "régulation", "barrage"... Or, **quand on parle de flux, on raisonne en flux !** Il est sidérant qu'il n'y ait pas d'étude sérieuse d'impact économique. C'est tout l'objet de la démarche en cours "Concilier usages et état de conservation des patrimoines de l'Archipel des Glénan (29)".

Les instances du tourisme, prescriptrices, pensent promouvoir ce qu'on leur demande. Or, des retours négatifs remontent auprès d'elles, émanant d'offices de tourisme confrontés au problème de destinations touristiques. **Les Grands Sites ont la capacité politique et intellectuelle de poser les bonnes questions**. Au Cap Fréhel, pour le départ de la route du Rhum 2018, certains misaient sur 50 000 spectateurs, la jauge a été fixée à 19 000, à l'appui d'un dispositif matériel et humain adapté à la préservation du site.

Et puis, lorsqu'ils sont protégés, certains sites naturels sont vécus par certains acteurs du tourisme comme une contrainte, handicapant selon eux un développement économique parfois paré des fallacieux atours de "l'économie bleue". **La valeur des sites est aussi immatérielle et s'apprécie en termes de qualité d'accueil, d'expérience vécue, de contribution à la santé et au bien-être**. En Bretagne, cela commence à être bien intégré, les professionnels du tourisme travaillent de plus en plus un récit, un ressenti de bon moment, d'opportunité d'apprentissage et de découverte, moins spectaculaire et davantage du registre de l'intime.

Jean JALBERT • Directeur de la Tour du Valat

Une acceptation au fil du temps mais n'est-ce qu'une question de temps ?

Une question me tarabuste sur une problématique camarguaise : la plage de Beauduc, qui était selon la perspective soit le dernier lieu de liberté soit le dernier lieu de non-droit. Les gens allaient sur la plage avec leur voiture, faisaient du kitesurf, des raves-party, tout ce qu'on peut imaginer. Quand le Conservatoire du littoral en est devenu propriétaire, il y a eu la volonté de rétrograder les voitures en arrière-plage, limiter l'accès par un gabarit, sur une piste d'ailleurs interdite à la circulation par arrêté préfectoral. Ce gabarit a été refait trois fois, en pierre, en béton, mais rien ne résiste aux camarguais : il a fallu mettre des poteaux d'acier enterrés dans deux mètres de béton pour que cela tienne enfin. Mais les visiteurs pensent que les équipements réalisés sont plus une contrainte qu'une aide. Nous avons essayé avec de la communication mais c'est compliqué. **Comment assurer cette transition vers une gestion adaptée, vertueuse quand les habitudes sont là, souvent fortes, exprimées avec vigueur ?** On constate une acceptation au fil du temps mais n'est-ce qu'une question de temps ?

Ludovic FOULC • Garde du littoral au CEN Occitanie

Mettre en place la gouvernance et considérer l'humain

Nous avons beaucoup parlé de moyens techniques pour gérer la fréquentation. Pour moi, la base d'une gestion quelle qu'elle soit, cela va d'abord être "quelle gouvernance mettons-nous en place sur les sites ? Comment allons-nous construire une gouvernance et le dialogue territorial sur un site ?" Ensuite, il ne faut pas oublier l'humain dans tout ça. **Vous pouvez mettre toutes les barrières et tous les panneaux que vous voulez, s'il n'y a pas des gens derrière pour les expliquer, les faire respecter, ça ne fonctionnera pas.**

Didier RÉAULT • Président du Parc national des Calanques – Président de Rivages de France

Expliquer au visiteur les expériences qu'il allait vivre

Nous avons parlé des moyens techniques car c'est nouveau, mais ça ne peut se faire sans l'humain. Les traits sur les cartes, avec des points au milieu qui bougent, c'est nécessaire, cela vaut aussi pour la technique. Nous avons parlé de démarketing, ça a été appliqué aux Calanques. Ce n'est pas le Parc national qui a inventé ce terme mais les médias, pour synthétiser, ou en tout cas mettre en avant ce que nous proposons : expliquer au visiteur les expériences qu'il allait vivre. Que s'il croyait, vu la photo d'Instagram prise en février, que sur la plage, il y aurait du beau soleil et personne, ce ne serait pas le cas au moment où il allait venir. Cela a été synthétisé par les médias par souci de condenser, de représentation en marketing. Ceci dit, cela nous a bien servi !

Jérôme PIRIOU • Maître de conférences Université d'Angers

Arriver à un plan de gestion par la gouvernance et le dialogue territorial

Sur la notion de responsabilité collective par rapport à ce bien commun qu'est la nature, autant nous comprenons la responsabilité collective, autant les conséquences individuelles sont multiples. Ce ne sont pas les mêmes pour un habitant que pour un gestionnaire, un touriste ou un professionnel. Ce qui est acceptable pour l'un ne l'est pas forcément pour l'autre. C'est là où **l'idée de la gouvernance et du dialogue territorial est utile pour arriver à un plan de gestion.** En l'espèce, le grand absent, est souvent le touriste, qui ne connaît pas le territoire. Lui demande-t-on son avis ? Ça implique toutes les parties prenantes, c'est dans ce sens que tout le monde trouvera un accord.



3 • Rivages de France : quelles “fréquent’actions” prioritaires ?

Quelles expérimentations, quelles mesures et actions engagées par différents gestionnaires en termes de maîtrise de la fréquentation peuvent-elles profiter à leurs pairs ? Quelles adaptations envisager selon les particularités des territoires ? Et que pourrait assurer Rivages de France au niveau national en matière de pilotage, de portage politique, de proposition d’outils ...

François FOUCHIER • Délégué Provence-Alpes-Côte d’Azur du Conservatoire du Littoral

Organiser des visites et des échanges sur le terrain avec tous les acteurs

Lors d’un conseil de Rivages Méditerranée sur l’adaptation au changement climatique, des participants disaient “*valorisez telle expérience exceptionnelle*”. Mais comment ? La tête dans le guidon, on fait, on passe à un autre dossier ! Alors, il faut se faire aider, il y a des bureaux d’études, des universités... Rivages de France pourrait coordonner une forme de méthode. Il est plus facile de partager ses méthodes quand il y a plusieurs gestionnaires sur plusieurs territoires, lorsque l’on dispose d’une grille que l’on remplit et qui permet d’obtenir une sorte de catalogue.

Ce qui fonctionne bien, au-delà du colloque, du webinar, de l’affiche, ce sont les visites de terrain avec les élus, les gardes, les gestionnaires... Mais il faut que le maire parle aux maires, que le technicien parle aux techniciens, y aller ensemble lors d’une rencontre. Ça peut se faire par espaces. Sur l’arc méditerranéen, nous aurions de quoi organiser une journée sur ce thème, avec du terrain, des échanges avec les différents acteurs. C’est encore mieux d’avoir un acteur économique, un usager d’escalade, de randonnée etc., et qu’ils expliquent comment ils sont rentrés dans le processus. Ce qui est intéressant n’est pas la fiche à lire, mais le processus d’acceptation sociale par lequel tous les acteurs arrivent à une expérience réussie. Avec des limites puisque l’on est capable de dire “*ce n’est pas parfait mais on a expérimenté et ça fonctionne*”. C’est du non-écrit mais c’est un critère de réussite pour, non pas faire un copier-coller, mais pouvoir lancer une expérience identique sur un territoire voisin.



Gwendoline CHAUDOIR • Vice-présidente de l'agglomération Hérault Méditerranée, maire de Portiragnes (34)

Penser à la concertation, la pédagogie, la sensibilisation des usagers

Il faut aussi que nous pensions aux usagers et à la concertation avec eux, la pédagogie, la sensibilisation. Entre techniciens et élus, ce sont des sujets que nous abordons constamment et dont nous sommes convaincus pour la plupart. Pour autant, on s'adresse à la population en général et il y a ce lien à faire pour que ça ne soit pas pris de plein fouet comme une énième contrainte. Nous en avons déjà tant et ce qu'ils vont se dire, c'est "on va encore nous priver de libertés que nous avons depuis toujours". Alors, sous quelle forme faire ce lien ? Avec les associations, les comités de quartiers pour les locaux, il y a sûrement plein de possibilités, mais en tout cas il ne faut pas les oublier.

Rivages de France pourrait proposer des outils pédagogiques sur lesquels nous pourrions nous appuyer pour avoir une légitimité dans la décision, car on peut nous dire "vous avez décidé de cela de façon abrupte sans vous soucier de comment nous pratiquions la plage", puisqu'il y a les pêcheurs, les promeneurs... Je pense qu'il serait bien de pouvoir ouvrir la réflexion à d'autres acteurs.

Didier RÉAULT • Président du Parc national des Calanques • Président de Rivages de France

Il n'y a pas de bien commun mais une vraie responsabilité individuelle

Rivages de France a cette mission de faire part d'un partage d'expériences comme nous l'avons fait sur la gestion des plages et autres guides qui ont bien fonctionné chez les gestionnaires. Mais ce n'est pas le guide du bon gestionnaire de tout site naturel en situation de surfréquentation. Il faut que cela s'adapte à chaque lieu, chaque territoire. Quelques expériences mises en avant, quelques exemples pour qu'ensuite chacun puisse se les approprier et les mettre en œuvre sur son territoire.

Je reviens sur cette proposition de bien commun et de responsabilité collective. Je ne suis pas d'accord avec ça. **Il n'y a pas de bien commun. En revanche, il y a une vraie responsabilité individuelle.** Par exemple, vous venez dans les Calanques avec votre pique-nique, vous ramenez vos déchets et vous triez ! C'est un message un peu générique sur l'ensemble des espaces naturels, mais déclinable sur un certain nombre d'actions pour chaque individu qui fréquente un espace naturel. Vous voulez limiter votre empreinte carbone ? Alors ne venez pas avec votre voiture, ou moins loin ! Je ne dis pas qu'il ne faut pas mettre en avant l'aspect universel et commun de l'aspect littoral et naturel, mais il ne faut pas oublier **qu'il y a une vraie responsabilité individuelle, sinon l'on ne s'adresse plus au visiteur, mais à une masse.**

Cela imprègne l'ensemble des acteurs, en partant du visiteur, en passant par les organisateurs touristiques, OT à tous niveaux, tour-opérateurs, agences de voyage, mais aussi tous ceux qui conseillent les visites régionales. **Il est important que le local soit totalement inclus à notre réflexion.** J'ai tendance à dire que le touriste est une partie marginale sur nos sites majoritairement fréquentés par les locaux. Il y a presque une notion de propriété du local qui dit "nous sommes toujours venus là, je ne vois pas pourquoi nous changerions". Mais souvent, **lorsque nous commençons à travailler sur les messages, ce sont les locaux qui les véhiculent** à ceux qui viennent visiter. Parfois c'est un peu tendu, mais ce sont les premiers réfractaires qui portent ces messages-là, et qui les portent les mieux !

Jérôme PIRIOU • Maître de conférences Université d'Angers

À un moment donné, la conscience collective opère

La question de la responsabilité collective, c'était dans le sens de **l'héritage que nous allons laisser aux générations futures**, si les décisions et les actions ne sont pas prises aujourd'hui par rapport à ce bien commun que nous souhaitons protéger et maintenir en état par rapport à la qualité environnementale.

Concernant le fait de revenir avec ses déchets, il y a eu des tests sur l'île de Ré notamment et la question qui se pose est celle des réflexes des individus puisque certains l'ont, d'autres ne l'ont pas. Ces derniers, s'ils n'ont pas l'information, ne vont pas comprendre et vont jeter leurs déchets n'importe où.

Ce qui est intéressant, c'est que plus vous avancez dans l'île et moins il y a de déchets jetés dans la nature. Qu'est-ce que cela signifie ? Les individus qui viennent sur les premières plages directement en passant le pont, sont un public absolument pas sensibilisé, qui n'a pas cette logique-là. Alors que dès que l'on remonte vers le nord de l'île, cette clientèle qui veut découvrir, qui respecte l'environnement, va l'intégrer totalement.

D'accord sur la notion de responsabilité individuelle, mais à un moment donné, la conscience collective opère : tout le monde comprend qu'une simple action comme jeter un mégot de cigarette peut créer un incendie dévastateur.



TÉMOIGNAGES

Trois expériences emblématiques

Cap Fréhel, Calanques, Porquerolles. Trois hauts lieux du littoral, grands spots touristiques confrontés à une même problématique de surfréquentation, voire d'hyperfréquentation. Leurs gestionnaires respectifs, avec leurs partenaires, ont développé des stratégies et mis en œuvre des actions et outils inédits. Analyses, consultations, innovations, aménagements, réglementations... ont ainsi été actionnés sans exclusive. Pas simplement pour réagir face à la problématique, mais avec la conscience et la volonté de "changer d'ère" en matière d'accueil durable des publics sur des espaces aussi précieux que fragiles...

1 • Cap Fréhel : stationnement reculé, site réaménagé et renaturé, toujours autant mais "mieux" fréquenté !

1,2 millions de visiteurs accueillis en 2022 dans de bonnes conditions sur un Cap Fréhel restructuré, renaturé et valorisé : le Conservatoire du littoral, le Syndicat mixte du Grand Site Cap d'Erquy - Cap Fréhel et la commune de Plévenon fournissent la preuve qu'il est possible d'assumer une fréquentation élevée et d'en assurer la faisabilité. Ce moyennant un projet cohérent, concerté, autorisant un accueil de qualité via des aménagements et des équipements optimisés, dans un fabuleux site à la nature reconquise et mieux protégée...

Travaux d'aménagement, de protection et de valorisation du Cap Fréhel

1^{re} étape : restructuration de l'ancien restaurant de la Fauconnière en un belvédère d'accueil du public (2015)

2^e étape : restauration des landes, sécurisation des chemins sur la Pointe, aménagement de la Corne de Brume au bout du Cap et revégétalisation du secteur de la Fauconnière (2017)

3^e étape : suppression et revégétalisation du parking du Phare, recul de stationnement au niveau du parking communal de la Teignouse dans le cadre d'une convention de co-maitrise d'ouvrage avec la commune de Plévenon (depuis 2018).

*"En 2012, la commune de Plévenon a sollicité le Conservatoire du littoral pour racheter le restaurant (fermé) la Fauconnière avec parking pour bus et voitures, un site offrant une vue exceptionnelle. Mais si on allait sur ce projet à fort enjeu, grande porte touristique de Bretagne, c'était **aux fins de restauration paysagère et de recul du stationnement**", pose Stéphane RIALLIN, chargé de mission au Conservatoire du littoral. Lequel Conservatoire a acheté dans l'optique de démolir partiellement le bâti en 2013, afin de restructurer le site en belvédère. "Ce projet nous a valu quelques critiques en réunion publique, élus et population craignant de «ne plus pouvoir rien faire !" Or, dès 2015, le discours avait changé, les élus étaient rassurés et le public satisfait par les travaux menés en termes de restauration paysagère et de retraçage des cheminements.*

En 2017, la 2^e phase de l'action a consisté en "la reconquête de toute la pointe, menée dans le cadre de l'opération Grand Site (label obtenu en 2019), avec restauration de la grande lande à bruyères et ajoncs, sécurisation des chemins sur la Pointe, aménagement de la Corne de Brume au bout du Cap, revégétalisation du secteur de la Fauconnière... Enfin, à partir de 2018, on s'est attaqué à la suppression du parking du Phare et sa revégétalisation, avec le recul du stationnement au niveau du parking

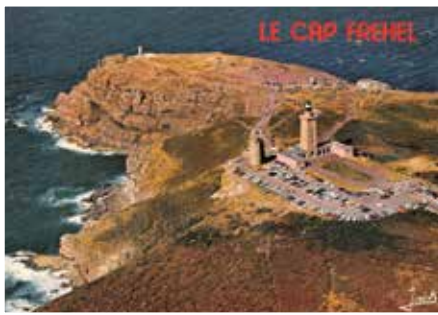
communal de la Teignouse, dans le cadre d'une convention de co-maitrise d'ouvrage avec la commune de Plévenon." L'ensemble des travaux - agrandissement du parking, installation des toilettes sèches, horodateurs, signalétiques - a coûté 1 million d'euros. Les abords de la tour Vauban ont été aménagés et sera prochainement restaurée comme elle était en 1702.

Résultat : "Là où autrefois 300 à 400 voitures stationnaient jusqu'au pied du phare juste pour que les gens se prennent en photo et repartent au bout de 16 minutes en moyenne, **les visiteurs accèdent désormais au site à pied et y passent 2 à 3 heures.** Ils profitent du point d'observation aménagé, des boucles de cheminement recalibré et disposent de sanitaires. Le simple fait de créer un sas de décompression automobile fonctionne parfaitement." Le parking de la Teignouse créé en retrait (150 m) peut accueillir jusqu'à 237 voitures, 10 camping-cars et 5 bus, ainsi que des vélos/cyclos/motos. Enfin, tout un volet signalétique a été vu dans le cadre de la démarche Grand Site de France Cap d'Erquy - Cap Fréhel.

Le Grand Site a accueilli 1,2 millions de visiteurs en 2021, dans des conditions optimisées. "Il est resté "nickel", la végétation a repris de partout, on va pouvoir réduire le périmètre de mise en défens de certains sites." La fréquentation s'échelonne essentiellement de Pâques à la Toussaint, mais on voit aussi des locaux de Noël à février. Côté présence humaine, le site est surveillé et animé selon les périodes par quelques saisonniers et agents d'accueil et les salariés du Syndicat mixte.

Le 27 juin dernier, le jury de la 8^e édition du Grand Prix National du Paysage a choisi de récompenser la candidature du paysagiste Alain Freydet et du Conservatoire du Littoral pour ce projet de valorisation et de protection du Cap Fréhel, qui représentera la France au Grand Prix du Conseil de l'Europe 2023 !

S'il y a bien eu un choc de culture avec les instances du tourisme, les choses évoluent très positivement : le conseil régional de Bretagne lui-même développe une stratégie de fluidification et d'étalement, dans le temps et l'espace, de la fréquentation touristique. Les Offices de tourisme et les EPCI viennent eux-aussi à la promotion d'espaces visitables sur d'autres secteurs. La Communauté d'Agglomération Lannion-Trégor œuvre ainsi à diversifier l'offre touristique, afin d'encourager une synergie des acteurs autour d'un projet littoral/rural/ urbain qui puisse mettre en valeur l'ensemble des atouts du territoire.



Vue du Cap Fréhel dans les années 1970-1980...



et de nos jours.





2 • Parc national des Calanques : nouvelle communication, système de réservation, évolutions de réglementation

2 millions de visiteurs (à terre et en mer) en 2019, plus de 3 millions en 2020, s'étalant sur la totalité de l'année : la fréquentation du Parc national des Calanques, déjà problématique, s'aggravait et mutait en hyperfréquentation sur les sites les plus recherchés, mais aussi les plus vulnérables. Nouvelle communication sur l'expérience utilisateur, aménagements, mesures relatives aux accès et mouillages : le Parc national et ses partenaires œuvrent à l'épineuse et progressive régulation de la fréquentation d'un fabuleux espace naturel péri-urbain, couru tant par la population que par les visiteurs extérieurs...

Issue d'une vaste concertation, une stratégie d'accueil du Parc national en 4 schémas :

- > **Accès aux 5 portes du Parc** : offres améliorées de mobilité alternatives à la voiture, régulation des accès voitures, information et sensibilisation ("démarketing", applications numériques, Mes Calanques...)
- > **Organisation des mouillages** : réglementations adaptées selon les sites pour la préservation des milieux marins, des paysages littoraux et du caractère du territoire
- > **Cohérence des sports et loisirs de nature** : mesures d'équilibre entre usages et protection des sites
- > **Interprétation des patrimoines** : paysages, espèces végétales et animales, terrestres et marines, sédentaires et migrantes, usages humains...

Un discours de vérité quant à l'expérience utilisateur prévisible

Consécutivement à l'explosion en 2020 de la fréquentation et de comportements inadaptés (dégradations, incivilités...) post-confinement, le Parc national a dégainé une notion inédite. **"Démarketing" pour la presse, changement de communication drastique** pour le Parc, visant à pondérer la promotion de ses paysages en expliquant "l'expérience visiteur" : voiture au plus loin des portes d'entrée aux sites, interdictions (fumer, enceinte connectée, barbecue...), absence de point d'eau, toilettes, commerces ou poubelles... Ce n'est pas parce qu'on a vu sur Instagram un joli visuel de Calanque ensoleillée et déserte qu'on vivra cette expérience-là. On risque même de se retrouver au milieu d'une foule attirée par la même promesse non tenue ! Dans les médias, sur ses réseaux sociaux, **le Parc national emprunte un discours de vérité quant à l'expérience utilisateur prévisible**. Il incite tous les acteurs du tourisme nationaux, régionaux, départementaux et (inter)communaux, à adopter eux-aussi ce même langage d'explication et d'implication du visiteur dans "la bonne fréquentation" des calanques.

Calanques de Sugiton et des Pierres Tombées : vous avez réservé ?

Érosion accélérée, ruissellement accentué, pins d'Alep en mode survie, lumière manquante pour la flore, posidonies arrachées, milieu marin impacté, tout cela du fait d'une hyperfréquentation ubuesque puisque gâchant le plaisir même des usagers : il y avait urgence à agir pour les calanques de Sugiton et des Pierres Tombées ! **L'accès à leurs plages et environnement immédiat a été limité en 2022** à 400 visiteurs/jour, contre 2 500 habituellement au cœur de l'été, les 26 juin et 3 juillet puis en continu du 10 juillet au 21 août.

Pour ce faire, a été mis en place un système de réservation en ligne sur le site internet du Parc national ou via l'application Mes calanques. Le dispositif a bien fonctionné et a été bien accepté, avec l'appui des agents du Parc, de l'office de tourisme, des scouts, tout l'été le long du sentier d'accès, pour informer les visiteurs de l'impératif de disposer d'un permis de visite, avant que ceux-ci n'atteignent les points de contrôle de leur QR code, précieux et indispensable "Sésame" ! Sur les Calanques, les sentiers sont aménagés - mises en défens, poteaux-fils... - pour limiter la dispersion "hors-piste", éviter le piétinement de la flore et la perturbation de la faune.

Dans une interview pour GEO, Gaëlle Berthaud, directrice du parc, précise que *“l’expérimentation a très bien fonctionné sur toute la chaîne, de l’information préalable du public à la plateforme de réservation jusqu’à la mise en œuvre et aux contrôles sur le terrain”*. Le conseil d’administration du Parc a entériné **la prolongation du dispositif pour 5 ans**, délai nécessaire pour constater une reprise environnementale, et son **extension à deux week-ends de juin, à l’intégralité des mois de juillet et août et deux week-ends de septembre**.

Une stratégie d’accueil avec des mesures fortes sur les accès et les mouillages

Plus globalement, le Parc national a élaboré une “stratégie d’accueil” visant la transition de la “destination Calanques”, jusqu’alors peu cadrée, vers une nouvelle “destination Parc national des Calanques”, organisant **la durabilité environnementale, sociale et économique de la fréquentation**. Cette stratégie guide la conception et la mise en œuvre de schémas opérationnels, dont ceux, essentiels face aux enjeux de fréquentation, des accès au Parc et de l’organisation des mouillages.

Le SCHÉMA D’ACCÈS à ses cinq portes principales a fait l’objet d’une validation politique globale en 2020/2021. Trois mesures urgentes sont initiées avec les acteurs concernés (Métropole, RTM, Marseille, Cassis, La Ciotat, Conseil départemental, Conservatoire du Littoral...) :

- > **Amélioration des offres de mobilité alternatives à la voiture** : fréquence des bus donnant accès au littoral sud de Marseille et aux Baumettes, à Lumigny, développement des arceaux à vélos le long du littoral sud de Marseille, vélos en libre-service
- > **Limitation des voitures** : interdiction sur le Cap Croisette, barrières et points de contrôle avec QR Codes dans les espaces naturels, canalisation vers des parkings réaménagés, contrôle du stationnement sauvage, enlèvement des véhicules gênant les transports collectifs
- > **Information et sensibilisation** : offre de transports collectifs sur le site internet de la RTM, panneaux à messages variables, information via l’application Waze sur les difficultés de circulation et stationnement, fléchage vers les parkings urbains existants, incitation à utiliser les transports collectifs et le vélo

À noter : l’application **MES CALANQUES** du Parc national, développé avec la société **SETAVOO**, intègre depuis 2021 des données et une cartographie de la fréquentation des sites.

Le SCHÉMA D’ORGANISATION DES MOUILLAGES vise au devenir de l’accueil de l’ensemble des activités nautiques sur l’espace maritime du Parc national. Il ambitionne de réconcilier évolution des pratiques nautiques et préservation des milieux marins, des paysages littoraux et du caractère du territoire.

- > **De nombreuses mesures s’échelonneront d’ici 2024, parmi lesquelles deux déjà opérationnelles** :
 - le recul vers le large du mouillage des grands navires (plus de 24 m de longueur) au-delà de la limite des herbiers de Posidonie)
 - l’interdiction de tout mouillage dans les calanques emblématiques et saturées (En-Vau et Port-Pin).

Le retour d’expérience peut présenter quelques limites

- > **Le recours à un prestataire privé** pour assurer le contrôle des entrées, générant un coût important pour un seul point de contrôle
- > **La forte mobilisation d’écogardes** affectés à la sensibilisation du public en amont du point de contrôle (pas généralisable à l’ensemble des sites sensibles des Calanques)
- > **La forte fréquentation qui a suivi la fin des mesures restrictives** a probablement rendu non efficient l’expérience en terme d’érosion maîtrisée des sols (très fort piétinement, aménagements de mises en défens détériorés ou non respectés, etc.).





3 • Parc national de Port-Cros : sur l'île de Porquerolles, on a parlementé, contingenté et règlementé

Jusqu'à 10 000 à 12 000 passagers débarqués sur une journée, plus de 1100 bateaux au mouillage face aux plages, parfois jusqu'à 1h30 de bouchon pour rejoindre la gare maritime de la Tour fondue, des déprédations et nuisances, l'insatisfaction exponentielle des usagers... C'est désormais de l'histoire ancienne grâce aux efforts conjugués des élus locaux, du Parc National et de ses partenaires institutionnels et économiques. Avec des jauges objectivées, des mesures adaptées, des services dimensionnés, l'Île de Porquerolles est redevenue "fréquentable" dans de bonnes conditions ces deux dernières années...

De la concertation à l'ébauche d'un texte de loi !

Face à la hausse d'année en année de la fréquentation jusqu'à saturation, le Parc national de Port-Cros a privilégié la concertation : **quatre années d'ateliers participatifs avec les habitants, commerçants, associations et élus, des comptages, plusieurs études environnementales et socio-économiques...**, n'ont pas été de trop pour parvenir au consensus sur l'impératif de réguler la fréquentation sur l'île. L'épisode de rupture d'alimentation en eau potable le 13 juillet 2020 aura fourni en l'espèce l'aiguillon décisif à la mise en place de mesures de contingentement.

*"Nous avons conduit plusieurs enquêtes qui ont permis d'établir qu'une jauge de 4 750 visiteurs/jour génèrait 24 % d'insatisfaction et **qu'au-delà de 6 000, l'insatisfaction bondissait à 48 %**, soit près du double. C'est à partir de ce constat que le niveau optimal de fréquentation a été adopté en accord avec les acteurs économiques et les élus",* résume Marc DUNCOMBE, directeur du Parc national de Port-Cros.

Au regard de la mission de protection des espaces et des espèces dévolues au Parc, il manquait toutefois un outil pour asseoir juridiquement une telle disposition. *"D'une part, seuls les motifs de sécurité publique permettaient jusqu'alors aux différentes autorités de réguler. D'autre part, une partie du village de Porquerolles n'étant pas incluse dans le périmètre du Parc national, on ne pouvait pas y actionner de levier réglementaire fondé sur la protection de la faune et de la flore.*

*Avec la Société Française pour le Droit de l'Environnement (SFDE), nous avons donc rédigé une proposition de loi, laquelle, reprise et portée par le sénateur Jérôme BIGNON, a été l'origine d'un amendement dans la loi climat et résilience", en l'occurrence **une véritable avancée législative : le nouvel article L. 360-1 du code de l'environnement !**"* (Lire en page 7).

Mais au final et localement, grâce à la concertation, l'acceptation de la régulation par les compagnies maritimes a permis de ne pas recourir à la loi pour aboutir à la signature d'une charte de fréquentation apaisée, **le couperet n'est pas passé loin**. Il est vrai que la fréquentation était devenue problématique sous tous ses aspects : quantité excessive de vélos, dangers accrus, files d'attentes interminables, eau potable venant à manquer, explosion des déchets, toilettes engorgées... Mais alors, comment la régulation a-t-elle pu s'opérer ?...

L'organisation d'un contingentement à hauteur de 6 000 visiteurs/jour

Comment limiter le trafic des navettes avec quels moyens juridiques, afin de garantir le contingentement de 6 000 visiteurs/jour ? La négociation a prévalu entre parties concernées :

- > D'une part, la Métropole Toulon-Provence-Méditerranée, qui est l'autorité portuaire et porte la délégation de service public (DSP) avec la compagnie TLV-TVM de transport continent/Port-Cros, a limité à 4000 visiteurs / jour en juillet et août et a mis en place un système de réservation, avec trois créneaux horaires les matins. Le dispositif a été complété par une incitation à utiliser la ligne 67 du réseau de transport en commun Mistral : Une info aux automobilistes est communiquée via des panneaux lumineux bord de route et la Région a mis en place avec Waze une communication (275 000 posts !) conseillant en cas d'encombrement, d'utiliser les parkings de délestage et de prendre le bus (gratuit sur

présentation de la réservation bateau). Résultat : + 20 % de fréquentation de la ligne 67 et 10 000 voitures évitées sur la presqu'île de Giens ; réduction des files de voitures...

- > **D'autre part, avec les autres compagnies privées** : dans le cadre d'une action volontariste et concertée et, les compagnies desservant Porquerolles se sont engagées dans le cadre d'une charte des bateliers à limiter à 2 000 visiteurs/jour le nombre de passagers embarqués les mardis, mercredis et jeudis du mois d'août (jours de pics de fréquentations).

La régulation a bien fonctionné en 2021 et 2022 avec de très rares dépassements minimes.

Désormais, les autorités locales peuvent s'atteler à de nouveaux chantiers :

- > **Régulation de la cohabitation entre piétons et vélos** : *"Nous avons travaillé étroitement avec les loueurs et avec les usagers pour arrêter l'expansion de vélos sur l'île. En a résulté la rédaction et l'adoption d'une charte entre le Parc national et les loueurs". On est déjà revenus à un nombre plus raisonnable et la baisse continuera pour atteindre un nombre de vélos en cœur de Parc compatible avec le décret du Parc national".*
- > **Navires à utilisation commerciale** : Un arrêté municipal interdisant l'échouage (beachage) d'embarcation motorisée sur les plages de Hyères a été signé, proscrivant ainsi le débarquement de visiteurs par des petits navires qui font concurrence aux compagnies maritimes et augmentent le nombre des visiteurs.
- > **Plaisanciers** : le Parc national porte la création d'une Zone de Mouillage et d'Équipement Léger (ZMEL) qui permettra de protéger les herbiers de posidonies lesquels subissent une répétition d'ancrages individuels dévastateurs. La ZMEL permettra aux plaisanciers de s'amarrer à des bouées fixées sur les fonds marins par des ancres écologiques respectant les herbiers.

Ces actions concourent à retrouver une fréquentation apaisée dans un cœur de parc national, garantissant une meilleure satisfaction des visiteurs et une limitation des impacts sur la faune et la flore.

Des résultats probants et une loi bénéfique pour tous

Même si l'acceptation de certains se fait encore parfois au forceps, **"ça fonctionne"** : meilleure répartition de la fréquentation, meilleur travail pour les professionnels, meilleurs accès et expérience des visiteurs...

Les compagnies de transport ont compensé leur manque à gagner par une meilleure répartition entre les jours de la semaine.

*"Penser qu'un problème de fréquentation va se réguler par l'insatisfaction des uns ou des autres, ça ne marche pas et ça s'appelle tuer la poule aux œufs d'or, ce qui n'est pas acceptable pour un espace protégé. **Il faut travailler les approches socio-économiques et la concertation** ! Les habitants et associations jugent que c'est plus fluide. Les acteurs économiques le demandaient. Le système adopté à Porquerolles n'est pas forcément transposable partout, mais la méthode est instructive. Un acquis important de cette démarche a été de montrer que les études des impacts de la surfréquentation sur la faune et la flore ne suffisent pas à déterminer des seuils et des conditions de régulation. Surtout, il résulte de cette démarche "capacité de charge" une loi bénéfique et applicable dans tous les espaces protégés au titre du code de l'environnement (réserves naturelles, sites classés, parcs régionaux, sites du Conservatoire du littoral...), soit l'acceptation sociale implicite qu'il faut protéger certains sites de l'hyperfréquentation !"*



ÉCLAIRAGES

Université, LittoMatique, Setavoo

Jérôme PIRIOU (universitaire), Isabelle DELACOURTE (LittoMatique) et Philippe Massé (Setavoo), partenaires de Rivages de France, témoignent de leurs réflexions et actions liées aux problématiques de fréquentation, d'études prospectives en outils numériques de mesure, aide à la décision et gestion...

Jérôme PIRIOU • Maître de conférences Université d'Angers

Les enjeux environnementaux et climatiques ne sont pas une "option" !

Jérôme PIRIOU est Maître de conférences à l'Université d'Angers ESTHUA | Co-responsable pédagogique du Master Direction de Projets ou Établissements Culturels - Parcours Patrimoine et Tourisme

1 • L'hyperfréquentation est le fruit de 150 ans de promotion touristique : il faut renverser la tendance, dire STOP aux messages incitant à aller sur les spots, instituer un échelonnage dans la proposition des territoires, dont l'arrière-pays fait partie.

2 • QUI sont les usagers - habitants, visiteurs - de nos sentiers et sites, quels sont ceux qui pratiquent des activités sportives, balnéo-nautiques, de découverte... ? Tous n'ont pas le même rapport aux espaces naturels fréquentés ni la même conscience de leur vulnérabilité. Les Grands Sites sont-ils remarquables en tant que structures/espaces de protection ou que label marketing ? En Baie de Saint Brieux, au cœur du Grand site Cap Fréhel-Cap d'Erquy, la population a cru de façon exponentielle post-confinement. Il s'agit aussi de déterminer comment toucher les usagers, à l'exemple des comités d'usagers SNCF.

3 • À l'heure de l'urgence climatique, de l'érosion côtière, de la dégradation de la biodiversité littorale, les enjeux environnementaux et climatiques ne sont pas une "option" ! La prise de conscience collective s'impose, cela doit s'enseigner à l'école, dans l'éducation familiale. Quant à les afficher comme éléments de différenciation politique/électorale, c'est une hérésie dès lors qu'ils devraient constituer des préalables obligés et transversaux à l'élaboration de tout programme ! Il est d'ailleurs à déplorer que peu voire pas de candidats soient montés au créneau sur ces enjeux dans le cadre des récentes campagnes électorales.

Pourtant, aux termes des codes juridiques français, **les collectivités territoriales (régions, départements, intercommunalités) sont tenues d'élaborer et de mettre en œuvre différents schémas et documents.** Ainsi, les élus ont la main sur les problématiques croisées d'aménagement, de développement durable et d'égalité des territoires ; de cohérence écologique ; des espaces naturels sensibles ; d'aménagement touristique et de loisirs... Mais dans les faits, l'approche est rarement transversale !

Or, c'est pourtant là que se joue et devrait s'orchestrer **l'organisation concertée d'un tourisme à la fois maîtrisé en termes de fréquentation, générateur d'une économie durable, profitable aux habitants, aux visiteurs et aux touristes "et" protecteur des espaces naturels !** Il faut travailler sur des thématiques communes entre fréquentation et gestion des espaces naturels. Comment maintient-on cette promesse auprès des professionnels (champ d'économie touristique), des habitants (cadre de vie de qualité), des visiteurs/touristes (espace à vivre des moments d'exception) ?

Comment accueillir de façon soutenable vue la dépendance de territoires à l'économie touristique ? Ce qui se passe sur les Calanques et ailleurs en termes de régulation est intéressant. On en arrivera peut-être à fermer plus ou moins durablement l'accès à certains sites en vulnérabilité pour le milieu ou les usages.

Il faut aussi reconsidérer l'Ingénierie du tourisme, les formations pour former le management appliqué au tourisme, aux loisirs, à l'hôtellerie, à l'événementiel.

Selon une étude IFOP pour les rencontres du tourisme durable, 61 % des Français déclarent que la préservation de la nature et de l'environnement constitue une préoccupation plus forte qu'avant le début de la crise sanitaire. Aussi, 88 % sont favorables à l'instauration de quotas ou restrictions de visite à certains sites emblématiques, inédit à un tel niveau (source Welcome City Lab).

Isabelle DELACOURTE • Gérante de LITTOMATIQUE (22)

Effectuer des comptages, ce n'est pas simplement fournir des chiffres

*En assistance à maîtrise d'ouvrage, la société **LittoMatique** vise à créer une synergie entre la sphère numérique qu'elle maîtrise et la gestion optimisée de vos espaces naturels. Notamment ceux concernés par l'érosion côtière...*

Après les constats d'hyperfréquentation de l'été 2020 qui nous avaient laissés les bras ballants, et malgré la rareté de traits communs entre les problématiques rencontrées, **nous sommes entrés dans une 2^{de} étape de diagnostic et de mise en œuvre de moyens de lutter. Certains ont décidé d'arrêter de subir !** Le facteur déclenchant, c'est le seuil - franchi - d'acceptabilité des populations et des résidents secondaires par rapport aux nuisances, aux dégradations de sites, de la biodiversité et des cheminements.

Nous sommes sollicités pour fournir quelques données. Or, celles recueillies vont souvent au-delà des estimations. Et puis, **effectuer des comptages, ce n'est pas simplement fournir des chiffres** : on mesure la 1^{re} année, ça rebat les cartes, ça crée ensuite un terreau de réflexion approfondie sur les sites concernés. Il n'y aura pas de solution simple, avec des enjeux complexes et contradictoires ; des élus parfois hésitants vu la dépendance de l'économie locale au tourisme ; des habitants et résidents secondaires qui ne veulent plus payer pour upgrader leur territoire à l'échelle d'une population multipliée par 10 en saison estivale...

En termes de promotion touristique, plus on est loin du terrain et plus on continue de communiquer à l'ancienne, sur la destination, l'attractivité. Plus on en est proche, plus on actionne des leviers et messages différents. Les jours où "ça coince" en termes de fréquentation, on est confronté à des situations et des chiffres inimaginables. **Cela demande à être affiné par une analyse qualitative, l'identification des cibles, l'affinement des profils des visiteurs...** D'autre part, si mesurer des flux ne stigmatise personne, le consensus vole en éclat dès que l'on fait le lien avec l'économie.





Écrêter les vagues de fréquentation, c'est réalisable après concertation avec les professionnels du tourisme - navettes maritimes, hôteliers, restaurateurs, activités saisonnières... - dont l'essentiel du chiffre d'affaires annuel se réalise en 2 ou 3 mois. Ces dernières années, avec les restrictions liées à la pandémie, ils se sont pliés bon gré mal gré aux mesures, sans toutefois éviter totalement des conflits.

L'efficacité de l'article 56bis de la loi climat et résilience dépend de la capacité des maires à s'en emparer. Je conseille aux maires d'**amener les acteurs économiques sur les sites hors saison, pour un diagnostic hivernal de résilience des sites**. Cela permet ensuite de mieux dimensionner et faire accepter ce que l'on va faire en conséquence durant l'été qui suit. Jusqu'à fermer temporairement un site si nécessaire !

La façon de voyager et les pratiques touristiques évoluent (explosion de Airbnb, démultiplication des camping-cars et fourgons aménagés). Des visiteurs n'hésitent pas à faire 150 km autour de leur site de vacances pour se rendre sur un spot touristique, être au meilleur endroit au meilleur moment, à la meilleure fenêtre météo. Les données issues de la téléphonie permettent de savoir de quel pays ou département ils arrivent, la période de l'année et le temps qu'ils restent sur un site... CQFD : **il faut cibler à l'appui de telles données pour tenter de lisser les courbes de fréquentation**. Mais aussi prendre des mesures concrètes : réservations, jetons d'entrée, stationnement raisonné, sensibilisation...

Les solutions ne viendront pas toutes de décisions institutionnelles. Certaines émaneront par exemple d'applications numériques, comme Waze qui a vite habitué à accéder à une information collant en temps réel à un besoin. Les gens viennent aisément aux usages qui facilitent la vie, d'autant plus ceux liés à leurs loisirs : météo, stationnement, réservations en ligne, évènements... Le challenge est de faire en sorte que l'information délivrée leur donne des clés pour contribuer à une meilleure maîtrise de la fréquentation, à un usage plus respectueux des espaces naturels.

LittoMatique a ainsi en œuvre avec plusieurs partenaires un outil lauréat d'un prix d'innovation : SMART Littoral, plate-forme web qui collige des données "métier" et "open data" issues de sources d'informations variées : relevés de capteurs, indicateurs de qualité d'air et d'eau, fréquentation en temps réel de sites, consommations d'eau, gaz, électricité, volumes de déchets, données d'observation satellitaire...

Nous sommes donc en mesure de rendre disponible et assimilable cette mine d'informations, avec un double intérêt :

- > documenter et fournir **une aide à l'analyse et à la réflexion des décideurs**, élus, gestionnaires d'espaces naturels au service de la mise en œuvre de leurs projets vertueux
- > rendre **les différents publics** - de plus en plus sensibles aux enjeux écologiques et énergétiques - **acteurs de la régulation de la fréquentation...**

Philippe MASSÉ · Gérant de SETAVOO

Mesurer, prévoir, réguler, orienter la fréquentation par le numérique

Engagé depuis 2014 sur les sujets de mobilisation citoyenne, Setavoo développe des applications mobiles qui permettent aux collectivités et organismes publics d'associer et d'impliquer les citoyens dans la vie de leur territoire. La société a ainsi créé l'application Mes Calanques développée avec le Parc naturel.

Le Parc national des Calanques a souhaité objectiver ses constats de zones les plus visitées pour prendre des mesures politiques (contingentement) et adapter sa communication. En particulier sur l'application Mes Calanques destinée aux touristes, qui peut **contribuer à dissuader, réorienter, modifier un peu les comportements**, avec beaucoup de précaution : le sujet est complexe et plein de paradoxes... En 2021, avec des entreprises innovantes, le Parc a commencé à mettre en place des **capteurs de mesure de passages** sur les sentiers et des **analyses d'images à partir de caméras**. Ces éléments ont permis d'obtenir et publier dans l'application des données et une cartographie en temps réel de la fréquentation des sites.

Mettre en place et pérenniser ce genre d'outils coûte de l'argent (durée de vie des caméras, dégradation des capteurs...). On travaille sur **des méthodes moins coûteuses, plus simples, reposant sur des témoignages croisés ou la récupération de données** Orange ou Waze. On peut aussi récupérer des données lorsqu'une application numérique existe sur le territoire, rapatrier la géolocalisation des personnes voire utiliser des données de crowdsourcing issues des utilisateurs eux-mêmes. Il y a donc des éléments permettant des évaluations suffisantes pour positionner des "petits bonhommes rouges, oranges, verts" sur des cartographies. Évidemment, pas des mesures scientifiques ni des évolutions au pourcentage près mais le rapport entre l'investissement et le résultat paraît suffisant.

La 2^e étape envisagée est la réalisation de modèles : l'important pour les visiteurs n'est pas forcément de savoir ce qui se passe dans l'instant T, mais d'avoir surtout **une prévision de la fréquentation des sites le lendemain, la semaine qui suit, etc.** Ces modèles nécessitent de récupérer les données initialement captées mais aussi de les caler avec un certain nombre de "forçages". Un gros forçage a bien sûr été le Covid, qui a modifié probablement tous les modèles existants. Mais il existe des forçages plus dynamiques de type météo, animation, saturation de parking, etc. La contribution de témoins fiables – très impliqués, les écocardes ont permis d'enrichir et de pondérer les résultats – ou encore celle des satellites peut être également intéressante à moindre coût pour caler ces modèles, nous travaillons dans ce domaine.

La dernière phase, peut-être la plus importante, c'est d'**adapter la communication en termes d'outils et de contenus.** En Bretagne, la façon de faire moins apparaître les sites surfréquentés est très intéressante. Quand on a une application numérique sur les territoires, beaucoup utilisée par les jeunes générations, c'est important de pouvoir mettre en place des algorithmes qui vont mettre en avant les sites reports ou pousser des publications mettant en avant les attraits d'itinéraires moins fréquentés.

Une application numérique peut également adapter en temps réel la communication et les visuels des sites sensibles à la situation du moment. **Une image plus sincère et transparente d'un site en période de forte affluence**, rarement instagrammée par les visiteurs, peut conduire à modifier ses choix d'horaires de visite, et contribuer à sensibiliser le public à la fragilité d'un écosystème par une meilleure pédagogie.

Au final, **une démarche objectivée**, riche du retour d'expérience et de la complémentarité des approches couplées "capteurs/modélisation", et désormais **plus aisément transposable** en prenant en compte les spécificités des territoires et des équipes !



10 recommandat

pour la maîtrise de la fréquentation des

- 1 Promouvoir tout usage d'un espace naturel en "moment d'exception"** impliquant la responsabilité individuelle face aux règles de fréquentation, pour une expérience réussie, respectueuse de l'environnement.
- 2 Mettre en œuvre des dispositifs ou recourir à des services** (Type LittoMatique) visant à établir un "état zéro" de la fréquentation et l'identification des profils des visiteurs, pour étayer toute décision stratégique.
- 3 Créer un cadre et des procédures de consultation et dialogue systématiques** entre les acteurs de la protection des espaces naturels et ceux du tourisme, pour "changer ensemble de paradigme".
- 4 Initier/soutenir toute forme de démarche territoriale intégrée** des espaces naturels concernés, associant l'ensemble des parties prenantes dont les habitants et les visiteurs, et y assumer un plan de gestion collectif.
- 5 Développer une communication de vérité sur les espaces surfréquentés** (et l'expérience-usager qui en résulte), ainsi qu'une offre alternative et une promotion de sites environnants moins fréquentés.



Erven LEON, vice-président de Rivages de France, lors des Rencontres du Tourisme de Bretagne • Mars 2022

ions de Rivages de France

espaces naturels littoraux et lacustres préservés

- 6 Prendre si nécessaire des mesures de restriction-contingentement-réservation**, et mettre en œuvre des aménagements adaptés (SAS de décompression, recul des parkings, parcours et sentiers d'accès repensés, les visites guidées...).
- 7 Recourir aux services et applications numériques et collaboratifs** (ex. : Waze, Setavoo...), pour permettre aux gestionnaires d'informer et aux usagers de s'informer en temps réel sur la fréquentation, la circulation...
- 8 Se former et former** (écosystèmes littoraux, comportements respectueux des sites naturels...) pour donner les bons codes aux usagers (individus, groupes) et replacer l'espace naturel dans leur parcours de découverte.
- 9 Recourir autant que de besoin à la réglementation** (dont l'article L. 360-1 du code de l'environnement), conforter la garderie dans ses missions de sensibilisation/police, plaider pour un "ordre public écologique".
- 10 Adhérer à Rivages de France** : un réseau qui vous rassemble et une communauté d'acteurs qui vous ressemblent, où bénéficier de services, partager des connaissances et expériences, valoriser vos initiatives...



Les ateliers de Rivages de France 2022 "Halte : garderie !"

GUIDE POUR LA MAÎTRISE DE LA FRÉQUENTATION



Compte-rendu d'ateliers
retours d'expériences
et **10** recommandations

Rivages de France tient à remercier chaleureusement l'ensemble de ses administrateurs, gestionnaires et partenaires ayant contribué à la mise en œuvre du présent Guide, et plus particulièrement :

Agglomération Hérault Méditerranée | Les Amis des marais du Vigueirat | Jérôme BIGNON |
CEN Occitanie | Centre de cas Innov Case à Excelia | Conseil régional de Bretagne |
Conservatoire du littoral | Le Grau du Roi | LittoMatique | Parc national des Calanques |
Parc national de Port-Cros | Portiragnes | Réseau Régional des Espaces Naturels - ARBE Provence-Alpes-
Côte d'Azur | Setavoo | Syndicat Mixte Baie de Somme - Grand Littoral Picard |
Syndicat Mixte Espaces Littoraux de la Manche (SyMEL) |
Syndicat mixte Grand Site Cap Erquy-Cap Fréhel | La Tour du Valat | Université d'Angers...

Illustrations/photos : Rivages de France • LittoMatique • Setavoo • Photothèques des gestionnaires ci-dessus mentionnés • Couverture : Parc national de Port-Cros - Porquerolles • p.7 : Martigues - © D.E.C. • p.18 : Parc national des Calanques • p.20 : Parc national de Port-Cros - Porquerolles Christel Gérardin • p.21 : Parc national de Port-Cros - Porquerolles • p.22 : ©Donovane TREMOR • p. 23 : Syndicat Mixte de la Grande Dune du Pilat

Coordination du projet : Florian Geffroy, directeur de Rivages de France • f.geffroy@rivagesdefrance.org

Conception-rédaction : Éric Dougé Communication • Tél. 06 81 08 15 08 • eric.douge@gmail.com

Création graphique : Cobalt Communication • Tél. 02 51 41 25 52 • contact@cobaltcom.com

Avec ce nouveau guide pratique, Rivages de France étoffe sa collection documentaire (développée en ligne sur www.rivagesdefrance.org) à l'usage des gestionnaires et des partenaires de la gestion :

- *Plaquette Rivages de France : Gestionnaires fédérés, littoral préservé*
- *Plaquette Rivages de France : Assistance juridique*
- *Guide du nettoyage manuel des plages : ses 10 avantages et 6 témoignages*
- *Guide du financement innovant et durable de la gestion : retours d'expériences et 10 recommandations*
- *Guide de la gestion du sentier du littoral : retours d'expériences et 10 propositions*
- *Guide de la gestion des sites en période de crise sanitaire : retours d'expérience et 10 recommandations*

RIVAGES DE FRANCE Association loi 1901 • SIRET : 390 620 359 00104

4 place Bernard Moitessier • 17000 LA ROCHELLE

Tél. 05 46 37 45 02

contact@rivagesdefrance.org • www.rivagesdefrance.org

**RIVAGES
DE FRANCE**

Gestionnaires fédérés, littoral préservé !