

Recueil d'expériences sur la gestion de la fréquentation post-covid dans les espaces naturels français



Ile de Ré © Valentin Guyonnard/Université de La Rochelle/OFB

Ce recueil a été produit par Eugénie Joly entre mars 2021 et mai 2022 dans le cadre d'un stage suivi d'une alternance, à la Direction des Aires protégées de l'Office français de la biodiversité.

L'Office français de la biodiversité est un établissement public dédié à la protection et la restauration de la biodiversité en métropole et dans les Outre-mer, sous la tutelle des ministères de la Transition écologique et de l'Agriculture et de l'alimentation.

Personnes à contacter pour plus d'informations :

Eugénie JOLY : eugenie.joly@ofb.gouv.fr – Chargée de mission fréquentation et sports de nature en apprentissage

Laurence CHABANIS : laurence.chabanis@ofb.gouv.fr – Chargée de mission tourisme, marque collective et accès à la nature



SOMMAIRE

1. CONTEXTUALISATION	7
1.1. Le travail de partage d'expériences mené	7
1.2. Objectifs et missions du stage.....	7
1.3. La méthode utilisée pour l'état des lieux.....	8
2. LE PARTAGE DE RETOURS D'EXPERIENCES	9
2.1. Les principaux leviers d'actions.....	9
2.2. Conception de fiches de synthèse.....	9
3. LES CONSTATS LIES A LA FREQUENTATION POST-COVID	10
3.1. Types et sources des données collectées lors de l'état des lieux.....	10
3.2. Les sites concernés et temporalité	12
3.3. Les principaux retours à dire d'experts sur le terrain	12
3.4. Les comportements observés des visiteurs (non exhaustif)	15
3.4.1. Exacerbation des conflits d'usage et incivilités	15
3.4.2. Des comportements à risque qui mettent en danger la sécurité des usagers ..	15
3.4.3. Les impacts sur la faune et la flore.....	16
3.4.4. Des usages qui se multiplient	17
3.4.5. Les conséquences sur la biodiversité, le territoire et le tourisme	17
4. LES MOYENS MOBILISES POUR LIMITER CES PROBLEMATIQUES DE FREQUENTATION ...	19
4.1. Les acteurs impliqués dans la gestion des flux touristiques	19
4.1.1. Les acteurs emblématiques.....	19
4.1.2. Les acteurs plus récents	19
4.2. Les principales actions menées sur la période de 2020 à 2021 et bilan de ces mesures.	20
4.2.1. Bilan des deux saisons estivales en 2020 et en 2021	20
4.2.2. Les aménagements	21
4.2.3. Les services	23
4.2.4. La communication.....	24
4.2.5. Le suivi de la fréquentation	25

4.2.6.	La réglementation.....	26
4.2.7.	La gouvernance.....	26
5.	LES PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS A EN TIRER	27
6.	CONCLUSION	28
7.	FICHES DE RETOURS D'EXPERIENCES.....	30

LEVIER N°1 : AMENAGEMENT

SOUS-LEVIER : Aménagements et gestion des sites et des usages sur terre et/ou en mer.

FICHE N°1.1 : L'aménagement des sites naturels touristiques sensibles identifiés sur le Massif des Bauges	31
--	----

LEVIER N°2 : SERVICES

SOUS-LEVIER : Médiation et sensibilisation sur le terrain au sein d'espaces naturels protégés.

FICHE N°2.1 : Mobilisation de personnel sur les sites touristiques au sein d'espaces naturels protégés.....	41
--	----

FICHE N°2.2 : Des dispositifs innovants d'accueil du public déployés au sein d'espaces naturels protégés	56
---	----

SOUS-LEVIER : Modes d'accès alternatifs à la voiture au sein d'espaces naturels protégés.

FICHE N°2.3 : Développement des modes d'accès alternatifs à la voiture au sein du Parc naturel régional du Massif des Bauges	76
---	----

FICHE N°2.4. Déploiement d'un service de navette gratuit sur le Grand Site du Cirque de Navacelles	82
---	----

LEVIER N°3 : COMMUNICATION

SOUS-LEVIER : Nouvelles technologies d'information en temps réel au sein d'espaces naturels protégés.

FICHE N°3.1 : Expérimentation de l'application de navigation routière par géolocalisation Waze au sein d'espaces naturels protégés	89
---	----

FICHE N°3.2 : L'application mobile citoyenne et collaborative d'information en temps réel Mes Calanques	104
--	-----

SOUS-LEVIER : Sensibilisation du grand public au sein d'espaces naturels protégés

FICHE N°3.3 : Campagnes de sensibilisation sur les espaces naturels protégés, saison estivale 2020-2021113

FICHE N°3.4 : L'expérimentation du dispositif de communication engageante du Parc naturel régional des Préalpes d'Azur141

SOUS-LEVIER : Formation des partenaires au sein d'espaces naturels protégés

FICHE N°3.5 : Accompagnement et formation des opérateurs d'activités nautiques et littorales au sein du Parc naturel marin de l'Estuaire de la Gironde et de la mer des Pertuis.....168

SOUS-LEVIER : Montage d'offres au sein d'espaces naturels protégés

FICHE N°3.6 : Etude marketing sur l'offre des Parcs naturels régionaux d'Auvergne-Rhône-Alpes174

LEVIER N°4 : CONNAISSANCE

SOUS-LEVIER : Des outils innovants de mesures et de gestion de la fréquentation au service des espaces naturels protégés.

FICHE N°4.1 : Expérimentations d'outils de mesure et de gestion de la fréquentation en temps réel au sein d'espaces naturels protégés185

FICHE N°4.2 : L'expérimentation Outdoorvision dans la région Auvergne-Rhône-Alpes : acquisition de données des pratiquants d'activités de pleine nature202

FICHE N°4.3 : Flux Vision Tourisme : acquisition et valorisation de données mobiles des visiteurs au sein du Parc naturel régional du Vercors208

SOUS-LEVIER : Etude sur la capacité de charge d'un site naturel/espace naturel.

FICHE N°4.4 : La démarche capacité de charge sur l'île de Porquerolles au sein du Parc national de Port-Cros214

LEVIER N°5 : REGLEMENTATION

SOUS-LEVIER : Régulation de la fréquentation au sein d'espaces naturels protégés

FICHE N°5.1 : Expérimentation d'un permis de visite dans la calanque de Sugiton au sein du Parc national des Calanques222

LEVIER N°6 : STRATEGIE GLOBALE ET GOUVERNANCE

SOUS-LEVIER : Démarche globale d'accueil des publics et de gestion des flux au sein d'espaces naturels protégés

FICHE N°6.1 : L'émergence d'une destination éco-touristique dans le Massif du Canigó ...238

FICHE N°6.2 : La stratégie d'accueil du Parc national des Calanques251

FICHE N°6.3 : Mise en œuvre de la stratégie globale d'accueil 2020-2023 au sein du Parc national des Calanques262

FICHE N°6.4 : Expérimentation de mesures de régulation de la fréquentation et application d'un seuil de fréquentation sur l'île de Porquerolles279

SOUS-LEVIER : Démarche prospective

FICHE N°6.5 : Le projet Cap 2050 : une étude prospective et participative sur l'île de Porquerolles au sein de Parc national de Port-Cros291

1. CONTEXTUALISATION

1.1. Le travail de partage d'expériences mené

Ce document de travail a d'abord été réalisé dans le cadre d'un stage de 6 mois du 8 mars 2021 au 27 août 2021 au sein de la Direction des aires protégées, dans le service d'appui aux Parcs nationaux et réseaux d'aires protégées, à l'Office français de la biodiversité, sous la responsabilité de Laurence Chabanis, chargée de mission tourisme, accès à la nature, marque collective. A la suite du déconfinement, en mai 2020, de nombreux Français ont fréquenté les espaces naturels protégés de leur région. La saison touristique de l'été 2020 a été une saison exceptionnelle pour ces territoires. A l'issue de la saison estivale 2020, de nombreux gestionnaires d'espaces naturels ont fait le bilan et partagé leurs inquiétudes. La Direction des aires protégées de l'Office français de la biodiversité a donc souhaité porter une réflexion sur ces problématiques de fréquentation. Puis, le travail s'est poursuivi avec une actualisation de ce document d'octobre à avril 2022.

1.2. Objectifs et missions du stage

L'objectif recherché de ce travail a donc été un partage large de la problématique entre toutes les parties prenantes ou leurs représentants : identification des comportements inadaptés, compréhension des phénomènes et émergence de pistes de travail en préparation de la prochaine saison touristique (2022). L'Office français de la biodiversité s'investit sur ces sujets liés à la fréquentation dans les espaces naturels puisqu'il est particulièrement impliqué dans la gestion d'aires protégées.

Le premier objectif opérationnel a été de dresser un état des lieux (non-exhaustif) de la fréquentation dans les espaces naturels protégés français (métropole et outre-mer) dans le contexte de crise sanitaire pendant la haute saison touristique en 2020 :

- Identifier les types d'espaces naturels concernés ;
- Recenser des données principalement qualitatives (à dire d'experts) et identifier les sources des données ;
- Identifier si l'on peut dresser des tendances par région géographique ou massif ou par type d'espace protégé ;
- Recenser les différentes mesures mises en œuvre dans des champs larges d'actions par différents acteurs en 2020, 2021 et pour les années à venir.

L'état des lieux couvre de manière privilégiée la période estivale 2020 mais prend aussi en compte les différentes périodes hors-confinement.

Le second objectif opérationnel a été de rédiger des fiches synthétiques sur des actions spécifiques identifiées et menées au sein d'espaces naturels en réponse aux problématiques de fréquentation accentuées par la crise sanitaire.

Les livrables consistent en :

- un état des lieux qualitatif synthétisé dans ce rapport
- des fiches de retours d'expériences sur des actions innovantes pilotées par des espaces naturels ou des partenaires durant l'été 2020, en préparation de la saison estivale 2021 ou sur le long terme.

1.3. La méthode utilisée pour l'état des lieux

Dans un premier temps, un travail de recherche bibliographique sur la gestion des flux dans les espaces naturels a été effectué mais il existe peu de références sur ce sujet récent.

Dans un second temps, la démarche suivie a consisté en la réalisation de différentes enquêtes (entretiens et questionnaires) auprès de gestionnaires d'espaces naturels et d'autres acteurs impliqués dans la gestion d'espaces naturels. De nombreux espaces naturels concernés par des problématiques de fréquentation menant une démarche intéressante et/ou intéressés par le sujet du stage ont pu être identifiés et contactés¹.

L'intérêt de cet état des lieux n'était pas de viser l'exhaustivité mais d'avoir une vision globale des problématiques liées à la fréquentation dans le contexte de crise sanitaire au sein des espaces naturels français ainsi que de connaître les démarches et stratégies d'actions existantes et à venir.

D'autres sources de données ont permis d'alimenter les enquêtes et l'analyse :

- Participation à diverses réunions de travail entre gestionnaires d'espaces naturels ;
- Recensement de la documentation ;
- Recensement d'enquêtes/bilans d'espaces naturels protégés, études départementales/régionales,
- Veille presse, réseaux sociaux, webinaires...

L'état des lieux a pu être présenté (et adapté) à différents gestionnaires et également lors de différentes séances en interne à l'OFB.

¹ Se référer à l'annexe n°1 : Liste des enquêtes auprès des espaces naturels protégés et taux de réponses

Des précisions sur les enquêtes spécifiques à chaque famille d'espaces naturels interrogés sont disponibles sur demande.

2. LE PARTAGE DE RETOURS D'EXPERIENCES

2.1. Les principaux leviers d'actions

Les fiches sont construites autour de ces 6 thématiques (ou leviers d'actions), elles-mêmes divisées en sous-catégories qui se retrouvent dans le sommaire ci-dessus :

- les aménagements ;
- les services ;
- la communication ;
- la connaissance ;
- la réglementation ;
- la stratégie globale et la gouvernance.

Ces thématiques découlent du recensement et de la sélection des actions mises en œuvre au sein des espaces naturels protégés pour la période 2020/2021/long terme. Ce sont les principaux leviers mobilisés par les acteurs. Les actions naissent généralement de constats de déficits et lacunes dans ces domaines par les gestionnaires d'espaces naturels et leurs partenaires.

2.2. Conception de fiches de synthèse

Des fiches de retours d'expériences sur des actions innovantes menées à court, moyen et long terme ont été rédigées et diffusées à l'issue du stage à toutes les personnes enquêtées et autres partenaires identifiés. Vingt fiches au total, répertoriées dans le sommaire, présentent différentes actions. Un travail d'actualisation a permis de compléter et enrichir ces fiches suite au recensement des bilans des expérimentations réalisées.

Une fiche de retour d'expérience correspond à une action pilotée par un espace naturel protégé, par un partenaire ou en co-pilotage. Certaines fiches regroupent cependant des opérations similaires menées dans plusieurs espaces naturels. Dans le contexte actuel, de nombreux acteurs impliqués dans la promotion et la gestion d'espaces naturels protégés consacrent beaucoup de moyens techniques, humains et financiers dans la mise en œuvre

de ces actions qui s'inscrivent généralement dans une stratégie globale élaborée par les gestionnaires en vue de la haute saison touristique de 2021 et pour les années à venir. Ainsi, il faut considérer que chaque action mise en avant s'inscrit dans un processus plus large de gestion de la fréquentation qui vise à couvrir plusieurs des thématiques. Les démarches et dispositifs qui concernent le même territoire/maître d'ouvrage sont indiqués dans chaque fiche dans le libellé « Autre fiche liée ».

Chaque fiche a été rédigée selon :

- le caractère innovant et souvent expérimental de l'action ;
- la faisabilité de la mesure prise : moyens humains, techniques et financiers ; reproductibilité ;
- le type de gouvernance et les modalités de mise en œuvre de l'action ;
- les objectifs communs qui découlent entre chaque action sélectionnée ;
- et lorsqu'un dispositif a été largement mis en œuvre en 2020 ou 2021.

3. LES CONSTATS LIES A LA FREQUENTATION POST-COVID

3.1.Types et sources des données collectées lors de l'état des lieux

Peu de suivi de la fréquentation touristique existe au sein des espaces naturels protégés, il y a donc peu de données quantitatives pour l'été 2020. De nombreuses réserves naturelles n'intègrent pas dans leur gestion la notion de « fréquentation » et n'utilise pas de dispositif de suivi de la fréquentation aussi bien en termes quantitatif que qualitatif. Parfois, cela est lié au fait que le territoire est très peu voire non touristique et/ou n'a pas vocation à l'être.

Quelques suivis quantitatifs (et qualitatifs) ont permis de mesurer/qualifier la fréquentation pendant la saison estivale 2020 :

- Eco-compteurs² (Parc national du Mercantour, des Ecrins, des Calanques, Parcs naturels régionaux, Grands Sites de France, Parcs naturels marins, réserves naturelles) ;
- Pièges photographiques (Réserves naturelles) ;
- Compteurs routiers (Parc national du Mercantour) ;
- Comptage visuel (Grands Sites de France, Parcs naturels régionaux, Réserves naturelles...) ;
- Données de billetterie de sites et parkings payants ou des navettes terrestres et maritimes (Grands Sites de France, Parc national des Calanques, de Port-Cros et des Pyrénées) ;
- Enquêtes plus larges (qualitatives et quantitatives par des offices de tourisme, Comité régionaux et départementaux...).

Les données récoltées sont donc principalement qualitatives car elles découlent de témoignages/observations à dire d'experts : gestionnaires d'espaces naturels protégés, agents de terrains, gardes, élus, habitants, police/gendarmerie, services de secours, institutionnels et professionnels du tourisme, moniteurs d'activités de pleine nature... Les retours peuvent également venir des réseaux sociaux.

De plus, pendant la saison estivale ou à son issue, des gestionnaires en lien avec les élus et acteurs du territoire ont dressé des bilans de la situation. L'association Rivages de France³ a élaboré un guide pratique qui recense des retours d'expériences et propose des recommandations⁴.

Il existe également un rapport d'étude réalisé entre juin 2020 et janvier 2021 par l'Agence régionale pour la biodiversité et l'environnement (ARBE) de Provence-Alpes-Côte d'Azur sur la gestion de la fréquentation dans les espaces naturels protégés. Dans le cadre d'un groupe de travail composé des membres du Réseau régional des espaces naturels de Provence-Alpes-Côte d'Azur (RREN), une enquête a été réalisée auprès des membres du RREN. A

² Systèmes de comptage pour piétons et cyclistes utilisés dans de nombreux espaces naturels sur les sentiers principalement via un système compteurs de piétons avec dalles de pressions ou à capteurs thermique/infra-rouge (disposés sur des poteaux).

³ Association qui fédère, représente, anime et valorise un réseau national de gestionnaires d'espaces naturels littoraux et lacustres.

⁴ Pour plus d'information consulter le guide *Espaces naturels littoraux et lacustres préservés – gestion des sites en période de crise sanitaire* via ce lien : ["Gestion des sites en période de crise sanitaire", le nouveau guide pratique de Rivages de France ! – Rivages de France](#)

l'issue de ce questionnaire, l'analyse a permis d'identifier des enjeux et leviers d'actions.⁵ Cette étude a largement inspiré ce travail pour la conception des thématiques et retours d'expériences.

3.2. Les sites concernés et temporalité

L'afflux de visiteurs pendant la saison estivale 2020 et les impacts liés ont touchés de nombreux espaces naturels protégés, enquêtés ou non, parmi les Parcs nationaux, les Parcs naturels régionaux, les Parcs naturels marins ou encore les Grands Sites de France. Bien d'autres types d'espaces naturels sont également concernés (Réserves naturelles, sites du Conservatoire du littoral, sites Natura 2000 entre autres). Les types de milieux concernés sont aussi bien les milieux montagnards, ruraux, littoraux, marins et aux abords de lacs et rivières.

L'attrait des visiteurs pour certains espaces naturels est valable pour d'autres périodes de sortie de confinement dès la levée de restrictions sanitaires pendant l'hiver et le printemps 2021 notamment sur les territoires sur le littoral qui ont connu une météorologie favorable.

Seules les réserves naturelles⁶ en gestion directe de l'Office français de la biodiversité ou en co-gestion ont été enquêtées (30 réserves naturelles et 2 territoires) pour des raisons de proximité. Environ 20 réserves ont répondu au questionnaire. Nous pouvons constater suite à ces réponses que certaines de ces aires protégées sont moins touchées (une dizaine de réserves enquêtées). Cela est lié à leur faible accessibilité (réserve maritime), leurs conditions d'accès peu favorables ou leur faible développement touristique et la crise a également dans certains cas ralenti l'activité touristique.

3.3. Les principaux retours à dire d'experts sur le terrain

Pendant la saison estivale 2020, la fréquentation a largement augmenté dans de nombreux espaces naturels par rapport aux années précédentes (plus 20 à 30% par rapport à 2019 dans certains cas). La fréquentation s'est étalée de manière inégale dans le temps et l'espace avec généralement une augmentation sur tout le territoire et principalement une concentration de visiteurs sur les sites naturels les plus emblématiques.

⁵ Pour plus d'informations, contacter l'ARBE-PACA. Contact : Marjorie Lansiaux, Chargée de l'animation des Chemins de la biodiversité du Réseau régional des espaces naturels de Provence-Alpes-Côte d'Azur.

⁶ Réserves naturelles nationales, Réserves nationales de chasse et faune sauvage, Réserves de chasse et faune sauvage

De nombreux excursionnistes à la recherche de grand air, de liberté et de ressourcement sont venus très tôt dans la saison, dès le déconfinement et la mesure de restriction de déplacement dans un rayon de 100km de son domicile.

De nombreux sites naturels ont connu à l'été 2020 une sur-fréquentation exceptionnelle avec des saturations inédites de sentiers, de plages, d'aires de bivouac... Cet afflux de visiteurs a entraîné d'importantes problématiques de saturations de parkings avec d'interminables files de voitures stationnées le long des routes et des embouteillages. Les espaces naturels ont aussi été soumis à de plus fortes pressions sur les ressources naturelles : une pénurie d'eau potable dès le mois de juillet sur l'île de Porquerolles (Parc national de Port-Cros).



Embouteillage sur une route d'accès aux Calanques pendant l'été 2020.

© Parc national des Calanques



Parking du Pont d'Espagne.

©Parc national des Pyrénées

Autre phénomène particulier observé par la majorité des personnes enquêtées, une population primo-fréquentante (principalement des excursionnistes) est venue visiter les espaces naturels de sa région. Cette nouvelle clientèle d'origine urbaine (issue des bassins urbains de proximité) a découvert ou redécouvert les espaces naturels autour de chez elle en important des comportements urbains dans des territoires de pleine nature. Elle est peu sensibilisée à l'environnement et peu habituée à pratiquer les espaces naturels. Elle n'a pas toujours conscience qu'elle se trouve dans un espace naturel et ne connaît donc pas les bons gestes et bonnes pratiques à adopter voir dans certains cas des réglementations particulières qui s'appliquent (en cœur de Parc national par exemple). Avec une approche plus urbaine de la nature, ces publics sont plus dans une logique de « consommation » de l'espace naturel. Ils n'apportent pas ou peu de retombées économiques ou sociales pour le territoire puisque nombreux sont ceux qui ne séjournent pas. Les profils de ces publics sont encore mal connus mais la proportion de groupes de jeunes visiteurs en autonomie, de familles et de visiteurs voyageant seuls a augmenté. A noter que certains Parcs naturels marins et certaines réserves naturelles n'ont pas identifié (même à dire d'experts) de nouveaux publics sur leur territoire.

Cependant, l'on ne peut pas affirmer avec certitude qu'aucune clientèle primo-accédante n'a fréquentée ces territoires.

Néanmoins, cette nouvelle catégorie de visiteurs ne représente pas seulement un frein pour les gestionnaires qui considèrent également que leur venue est une opportunité de sensibiliser une plus large cible aux enjeux liés à la protection de la biodiversité et de faire connaître leur territoire... Les espaces naturels protégés français sont des lieux accessibles à tout le monde et nombreux d'entre eux intègrent dans leur stratégie l'accueil des publics et aussi l'éducation à l'environnement.



La calanque d'En-Vau (août 2020) a atteint des pics de fréquentation de 3000 visiteurs par jour.
© Zacharie Bruyas, Parc national des Calanques.

3.4. Les comportements observés des visiteurs (non exhaustif)

3.4.1. Exacerbation des conflits d'usage et incivilités

L'effet confinement/déconfinement semble avoir eu pour répercussion de favoriser les tensions entre les visiteurs entre eux mais aussi avec les autres usagers : alpagistes, agriculteurs, forestiers, habitants. Le contexte de crise sanitaire et de besoin de liberté a engendré une montée en puissance des incivilités des visiteurs entre eux et/ou avec les locaux et équipes de terrain des espaces naturels. Les équipes de terrain ont donc fait face à des visiteurs très réfractaires aux réglementations en vigueur et qui ne voulaient pas de contraintes supplémentaires en sortie de confinement. Certaines situations de conflits ont nécessité l'intervention des forces de l'ordre. Les agents de terrain font de plus en plus face à des publics plus agressifs et qui sont dans une forme de rejet du pouvoir de police exercé par les gardes.

Cette incivilité ne s'est pas uniquement traduite par des tensions mais également par des nuisances sonores importantes bien que les espaces naturels soient des lieux habités et certains comportements inappropriés ont été constatés comme le fait de stationner ou de camper sur des propriétés privées.

Certains espaces naturels fréquentés en sortie de confinement sont des lieux qui évoquent le ressourcement et la liberté dans l'esprit des visiteurs. La quiétude des lieux et des espèces qui s'y trouve n'est pas respectée. Ainsi, des zones de mises en défens installés par les gestionnaires pour protéger des espèces (enclos de nids d'oiseaux, barrières d'interdiction de passage...) ont été dégradées. Sur le site Natura 2000 du Gâvres-Quiberon, des visiteurs ont fait du feu avec les piquets en bois qui servaient d'enclos pour les nids d'oiseaux sur les plages installés pendant le confinement pour protéger ces espèces des impacts du retour de la fréquentation. Des témoignages de vols de matériels par des visiteurs attestent aussi d'un climat d'incivilités fort.

3.4.2. Des comportements à risque qui mettent en danger la sécurité des usagers

Les pratiquants de randonnée se sont multipliés avec la crise du Covid-19 et les espaces naturels sont les premiers sites de pratiques. La randonnée est une activité facilement accessible sauf si l'on ne prend pas en compte son niveau de pratique et quelques recommandations à respecter pour éviter de se mettre en danger ou mettre en danger les autres visiteurs. Ainsi, les néo-pratiquants des espaces naturels ont eu tendance à se mettre

en danger par leur manque de connaissance des milieux et des bonnes pratiques en milieu naturel. Les conséquences étaient qu'ils partaient mal équipés et mal préparés pour leurs activités de pleine nature et notamment en randonnée (mal chaussés, manque d'eau...) et qu'ils pouvaient se retrouver dans des situations dangereuses allant jusqu'à l'accident. D'autres pratiques, notamment aux abords de cours d'eau, fleurissent : des pratiquants autonomes qui utilisent des équipements personnels comme des bouées gonflables et manque parfois de vigilance.... Cela a nécessité une mobilisation des secours de tous les instants et les accidents et interventions ont augmenté sur certains territoires.

3.4.3. Les impacts sur la faune et la flore

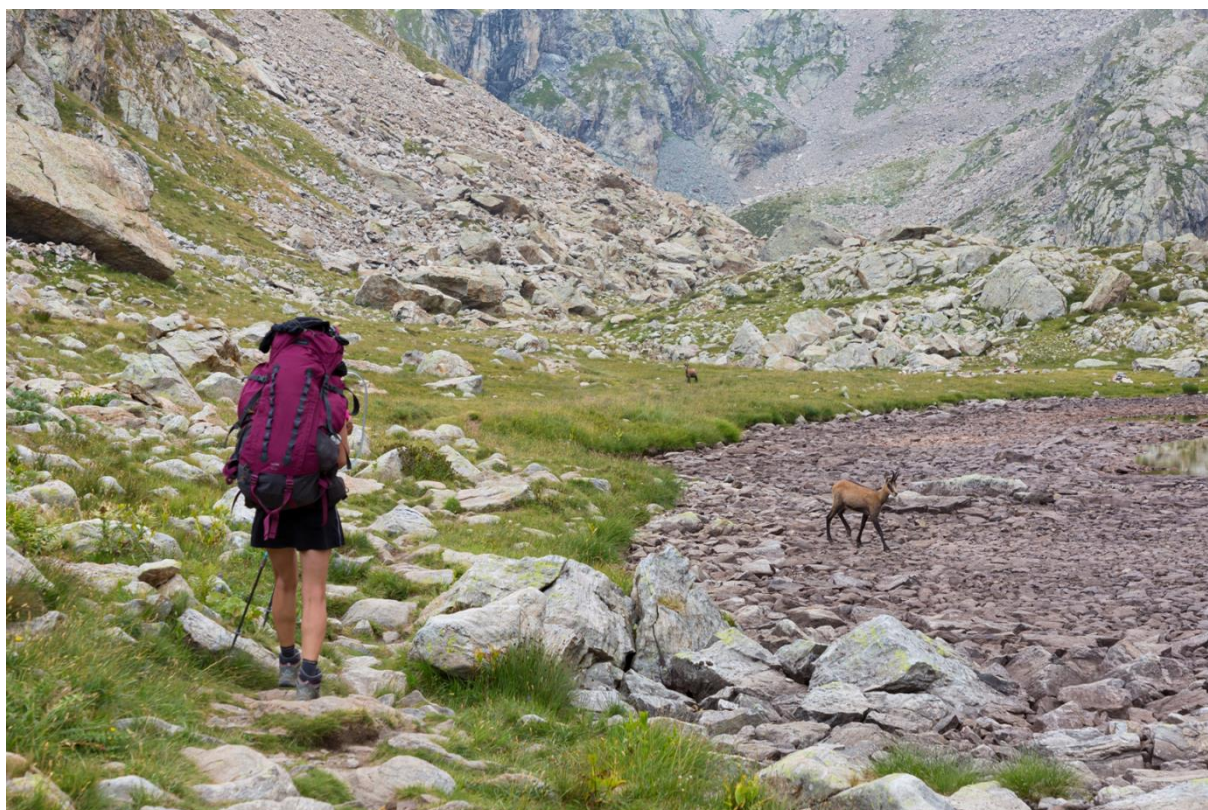
- **Piétinement et modification des milieux naturels**

De nombreux promeneurs, randonneurs, cyclistes ou usagers d'engins motorisés (quad etc...) ne respectaient pas les sentiers balisés, cela entraîne une destruction de la végétation alentour. Les randonneurs s'aventuraient dans les alpages et les prairies de fauches (zones privées d'élevage et riches en biodiversité) ou construisaient des barrages dans les cours d'eau...

De plus, tous les espaces naturels fréquentés font face à une recrudescence des déchets sauvages (masques, mégots de cigarette, papier toilette...).

- **Dérangement des espèces**

La principale conséquence de la présence de visiteurs est le dérangement des espèces animales qui sont très sensibles au monde, aux bruits et aux lumières. Pourtant, la venue en masse de visiteurs peu sensibilisés à la biodiversité entraîne de nombreuses nuisances sonores et lumineuses. A ce titre, l'on pense aux fêtes sauvages, à l'utilisation d'enceintes connectées portatives et de drones, aux rodéos moto, au nourrissage de la faune, à la divagation de chiens domestiques et leur interaction avec des troupeaux et des chiens de protection ou encore aux feux de camps et barbecues qui non seulement perturbent les animaux mais peuvent provoquer des incendies. Les sports motorisés posent aussi des problèmes de nuisances sonores.



Parc national du Mercantour. © Philippe Massit

3.4.4. Des usages qui se multiplient

La crise exacerbe un besoin de liberté et d'autonomie et des tendances ont pris de l'ampleur suite aux confinements à l'instar de la « vanlife ». Ainsi, de nombreuses équipes de terrain ont dû gérer la venue de camping-cars, vans et autres véhicules aménagés, en surnombre et qui ne respectaient pas les conditions de stationnement relatives à ces véhicules. Les contrôles se sont multipliés allant jusqu'à la verbalisation de ces usagers afin de les déloger des parkings et aux abords de lacs en soirée.

3.4.5. Les conséquences sur la biodiversité, le territoire et le tourisme

Dans ce contexte de fréquentation post-covid, la biodiversité et le caractère de ressourcement de ces lieux sont d'autant plus menacés. De même, ces problématiques de gestion de flux ont des conséquences sur les acteurs impliqués dans la gestion de ces espaces, les populations locales mais aussi certains visiteurs.

La sur-fréquentation de certaines zones dans le temps et l'espace peut avoir des dommages parfois irréversibles. En effet, plus il y a des flux de visiteurs et des publics qui ne respectent

pas les recommandations en espace naturel, plus il y a des dégradations des milieux naturels allant jusqu'à la destruction de ces milieux et des habitats naturels (érosion des sols, dégradation des fonds marins...) ainsi que l'épuisement possible des ressources (pénurie d'eau etc...). Leur présence et nuisances sonores troublent et peuvent effrayer les animaux. Cela peut avoir des conséquences sur leur mode de vie et cycle de reproduction.

Cela affecte également le territoire, ses habitants, élus, gestionnaires de ces espaces naturels et visiteurs. D'abord, les gestionnaires ont constaté une détérioration de l'expérience de visite pour les visiteurs habitués et aussi les nouveaux publics. Les personnes qui ne sont pas habituées à fréquenter les espaces naturels sont potentiellement moins dérangées par la forte fréquentation sur certains sites et les nuisances qui en découlent du fait qu'ils sont primo-accédants et n'ont donc pas de point de comparaison mais ce n'est pas toujours le cas. Ensuite, la saison estivale 2020 a engendré à la fois des tensions au niveau local avec un risque de rejet du tourisme mais également des difficultés de gestion importantes pour les gestionnaires, élus et autorités locales liés aux problématiques de forte affluence et de l'augmentation des conflits d'usages, incivilités et non-respect des réglementations. En outre, le travail des agents de terrain dans ce contexte est plus difficile et épuisant remettant même en cause leur sécurité dans certaines situations de conflit avec des visiteurs.

De manière générale, ces problématiques de fréquentation et de gestion peuvent affecter l'image du territoire, sa notoriété et donc son attractivité auprès du grand public.



Stationnement en bordure route pour se rendre sur le site du Cirque du Fer à Cheval pendant l'été 2020.
© Grand Site de Sixt-Fer-à-Cheval

4. LES MOYENS MOBILISES POUR LIMITER CES PROBLEMATIQUES DE FREQUENTATION

4.1. Les acteurs impliqués dans la gestion des flux touristiques

4.1.1. Les acteurs emblématiques

Une pluralité d'acteurs est impliquée dans la gestion des flux de visiteurs en espace naturel à différentes échelles (locale, intercommunale, départementale, régionale, nationale). Les acteurs que l'on retrouve au premier plan sont les gestionnaires, équipes et agents de terrain de ces espaces naturels protégés. L'implication de tel ou tel acteur dépend de son niveau de connaissance et d'expérience sur le sujet ainsi que des moyens disponibles à mobiliser (temps, budget, ressources humaines...) mais globalement toutes les catégories d'espaces naturels s'investissent car la crise a exacerbé les problématiques de fréquentation qui représentent un enjeu important pour ces territoires qui ont beaucoup à construire dans l'urgence.

Les gestionnaires travaillent étroitement en local avec des élus (communes, métropoles...), des services de l'Etat, les forces de l'ordre sans oublier les professionnels du tourisme, les encadrants d'activités de loisir et sports de pleine nature et parfois les habitants. De plus, la presse est un interlocuteur privilégié pour les gestionnaires et les influenceurs sont de plus en plus des relais de leurs messages de sensibilisation. Ils font aussi souvent partie de projets et travaux avec d'autres espaces naturels et leurs gestionnaires.

4.1.2. Les acteurs plus récents

Depuis la crise sanitaire et les problématiques de fréquentation dans les espaces naturels, de nouveaux acteurs se mobilisent pour aider les gestionnaires à gérer et/ou sensibiliser les visiteurs : les conseils régionaux et départementaux, les comités régionaux du tourisme et les comités départementaux du tourisme. Ils ont une force de frappe plus importante puisqu'ils sont à l'échelle départementale ou régionale et diffusent des messages à l'échelle parfois nationale. Ils financent des mesures de gestion des flux ou de sensibilisation qui n'ont pas à être prises en charge par les espaces naturels mais ils bénéficient des retombées. De plus, les entreprises privées et start-up dans l'innovation ainsi que les chercheurs et ingénieurs sont de plus en plus sollicités pour développer des dispositifs de mesure et de gestion de la fréquentation.

A l'échelle territoriale, les gestionnaires ne sont pas seuls face aux défis de la gestion des flux touristiques. La saison estivale 2020 a permis de mobiliser des nouveaux acteurs. Cela prouve l'investissement de toutes les parties prenantes autour de ce sujet d'ampleur. La concertation et la collaboration de manière transversale à différents niveaux sont les maîtres mots de nombreuses opérations de gestion de la fréquentation.

4.2. Les principales actions menées sur la période de 2020 à 2021 et bilan de ces mesures.

4.2.1. Bilan des deux saisons estivales en 2020 et en 2021

En 2020, bien que le contexte laissât présager une forte affluence sur tout le territoire national, une telle situation n'avait pas été envisagée et anticipée par les gestionnaires d'espaces naturels qui ont mis en place quelques mesures préventives puis en urgence pendant la saison.

Les mesures de gestion de flux ont surtout été intensifiées en 2021 en prévention de la nouvelle saison estivale. Les espaces naturels et leurs partenaires ont donc largement investi dans la mise en place de nombreux dispositifs. Certaines mesures prises en 2020 ont été reconduites et améliorées et d'autres correspondent à des projets qui précèdent la crise mais les problématiques de fréquentation rencontrées en 2020 viennent conforter les gestionnaires dans leur démarche. Le bilan de cette saison touristique 2021 dans les espaces naturels est cependant moins accablant et impressionnant qu'en 2020 en termes de fréquentation (redémarrage des déplacements internationaux, une météorologie défavorable pour de nombreux territoires) mais les niveaux de fréquentation et les nuisances restent élevés. Les nouveaux publics tendent à se fidéliser et à venir sur les journées de beau temps toute l'année et pas uniquement en haute saison. La gestion des flux a été plus planifiée et les nombreuses mesures prises ont également eu des retombées positives sur la régulation de la fréquentation et les comportements des visiteurs.



Forte affluence de bateaux de plaisance au niveau de la place d'Argent sur l'île de Porquerolles pendant la saison estivale 2021 (Parc national de Port-Cros). ©Eugénie COLVIER

Ce qui est à retenir de ces deux saisons estivales, c'est la diversité des partenaires techniques et financiers impliqués et les dispositifs innovants mis en place. La saison estivale 2021 a été particulièrement riche en expérimentations et certaines d'entre elles vont être renouvelées pour la saison estivale 2022. Des opérations vont s'ancrer à long terme. Il y a une réelle volonté de reconduire et renforcer les mesures prises.

4.2.2. Les aménagements

Au niveau des aménagements, en 2020, les initiatives en termes d'aménagement ont consisté en la mise en place de parkings de délestage et matérialisation de zones de protection pour les espèces comme des zones de quiétude en prévention du déconfinement et du retour des visiteurs sur des sites touristiques. Et en 2021 et à long terme, des travaux d'aménagement ont été menés pour réguler les voies d'accès et optimiser les parkings ou améliorer la signalétique. Certains sites naturels ont été rééquipés pour l'accueil des visiteurs (équipements sanitaires, arceaux pour les vélos...). Ces travaux et entretiens se poursuivent pour réguler la fréquentation ou garantir l'accueil des visiteurs.



Zone de régénération de la végétation dans la calanque de Sugiton – parc national des Calanques. © Véronique Boussou/OFB

4.2.4. Les services

Au niveau des services, la mobilisation humaine sur le terrain a été un levier largement mobilisé. Le nombre de personnel déployé sur le terrain s'est démultiplié pour les saisons estivales 2020 et 2021 (saisonniers, forces de l'ordre, accompagnateurs de montagne...). Cette mobilisation a permis de tester des dispositifs d'accueil hors-les-murs pour sensibiliser les visiteurs de manière innovante⁷. Les moyens mobilisés pour accueillir les visiteurs évoluent donc.

En outre, les espaces naturels et collectivités compétentes travaillent aussi depuis longtemps au développement à long terme des mobilités douces⁸ comme alternatives à la voiture, principale mode d'accès à ces territoires souvent dû au manque d'accessibilité lié à leur situation (zones rurales, en montagne...).

La forte mobilisation sur le terrain a été une réussite depuis deux saisons touristiques sur les sites où elle a été mise en place. Dans certains cas, les gestionnaires ont manqué de temps, de moyens techniques et humains pour bien animer leur dispositif d'accueil. Cependant, les retombées de ces opérations sont très positives et elles seront renouvelées pour la saison estivale 2022. Il est néanmoins difficile de constater et mesurer un changement durable de comportement. Ce que l'on peut observer et mesurer, c'est le niveau de satisfaction des visiteurs et leur perception de la fréquentation.

⁷ Exemple : Le Grand Site'Info, véhicule itinérant du Grand Site Falaises d'Etretat-Côte d'Albâtre (se référer à la fiche 2.2 dans les fiches de retours d'expériences en fin de document).

⁸ Exemple : le service de navette du Cirque de Navacelles (se référer à la fiche 2.4 dans les fiches de retours d'expériences en fin de document).



4.2.5. La communication

Au niveau de la communication, globalement, les principales mesures prises sont des actions de sensibilisation car elles touchent un large public. En 2020, des campagnes préventives digitales et sur le terrain, nationales et locales ont été menées et les panneaux d'informations sur les sites ont été renforcés. En 2021, les gestionnaires cherchent à toucher les nouveaux publics. Les campagnes de communication se sont multipliées mobilisant de nombreux acteurs à différentes échelles (un comité régional du tourisme, un conseil départemental, un espace naturel...). Il est difficile de mesurer les retombées des messages à la fois diffusés sur les réseaux sociaux mais aussi sur le terrain. Les gestionnaires ont surtout des données brutes de leurs publications sur les réseaux sociaux et peu d'analyses plus fines. De manière générale, les messages ont été très bien reçus et les agents d'accueil ayant transmis ces messages de sensibilisation directement sur le terrain ont pu constater que cela était apprécié par les visiteurs qu'ils ont rencontrés. Ils ont d'autant plus été bien reçus que les contenus étaient plus ludiques et moins dans l'interdiction⁹. Dans certains cas, les gestionnaires ont manqué de temps, de moyens techniques ou ont fait face à des visiteurs peu réceptifs ou disponibles pour transmettre leurs messages. Pour certains espaces naturels, l'année 2022 sera l'occasion de renouveler leurs campagnes de sensibilisation et de renforcer leurs messages et leur diffusion au grand public et notamment aux nouveaux publics en lien avec les partenaires de la communication (offices de tourisme, comité régional du tourisme et autres espaces naturels partenaires et sur le territoire).

⁹ Exemple : la campagne de communication « décalée » du Parc national des Cévennes (se référer à la fiche de retours d'expériences 3.3 dans les fiches de retours d'expériences en fin de document).

D'autres actions d'information en temps réel des visiteurs¹⁰ ont été expérimentées afin de décongestionner à la fois des sites touristiques et des parkings et favoriser les moyens de déplacements alternatifs à la voiture. Ces expérimentations intéressent beaucoup les gestionnaires pour les sites naturels les plus fréquentés. Les bilans sont mitigés mais globalement prometteurs puisque les dispositifs seront reconduits en 2022.

Un autre levier investigué concerne la formation des partenaires, professionnels du tourisme aux méthodes et outils de sensibilisation auprès de leurs clientèles.



Campagne de sensibilisation 2021 des Parcs naturels régionaux par l'Agence régionale du tourisme Auvergne-Rhône-Alpes. © ART AURA

4.2.6. Le suivi de la fréquentation

Au niveau du suivi de la fréquentation, pour mieux connaître les visiteurs et pouvoir agir en conséquence, des nouvelles technologies de suivi de la fréquentation sont développées depuis plusieurs années et utilisées par les gestionnaires d'espaces naturels et collectivités comme

¹⁰ Exemple : le dispositif Waze dans les Parcs nationaux et Parcs naturels régionaux de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur (se référer à la fiche 3.1 dans les fiches de retours d'expériences en fin de document).

outil d'aide à la décision dans la gestion des flux mais également pour informer les visiteurs en temps réel.

Pendant la saison estivale 2021, de nombreux outils innovants de mesure de la fréquentation ont été testés et couplés à des applications d'information en temps réel des visiteurs sur les taux de saturation des sites¹¹. Ces tests se poursuivent pour 2022¹² avec des améliorations car les outils ne sont pas parfaits. Ces expérimentations mettent en avant un point de vigilance, il faut plutôt réfléchir à la méthode et à ses besoins en termes de suivi de la fréquentation, plutôt que d'utiliser un panel d'outils. Des outils complémentaires peuvent être néanmoins plus efficaces qu'un outil qui ne peut pas répondre à toutes les attentes. Un seul outil peut être adapté si l'espace naturel sait les données et comment les utiliser à profit.

4.2.7. La réglementation

Au niveau réglementaire, la saison inédite de 2020 a nécessité des mesures réglementaires d'urgence pour interdire l'accès à des sites fréquentés ou réguler des usages spécifiques par les autorités compétentes. D'autres pistes réglementaires sont investiguées notamment sur la question de l'accès à des sites au sein des espaces naturels. En ce sens, le Parc national des Calanques expérimente une mesure de contingentement, c'est-à-dire de restriction d'accès, avec la mise en place d'un permis de visite à titre expérimental pour la saison estivale 2022.¹³

Le Sénat a également adopté la proposition de loi portant diverses mesures tendant à réguler l'hyperfréquentation dans les sites naturels¹⁴. Elle rend compétente les maires et préfets pour réglementer l'accès et la circulation des personnes dans les espaces naturels. Cela est une avancée pour les sites naturels soumis à de fortes pressions liées à la fréquentation et comme la mesure de contingentement des Calanques, cela marque un tournant dans la manière de gérer l'accessibilité aux espaces naturels.

4.2.8. La gouvernance

Au niveau des projets globaux en lien avec la gouvernance, des réflexions à long terme sont menées sur la notion de gestion des flux et d'accueil des visiteurs. Des démarches de

¹¹ Se référer à la fiche 4.2 dans les fiches de retours d'expériences en fin de document.

¹² Exemples : projet Outdoorvision, capteurs connectés de la société Affluences... (se référer aux fiches de retours d'expériences de la thématique « connaissance » en fin de document).

¹³ Se référer à la fiche 5.1 dans les fiches de retours d'expériences en fin de document.

¹⁴ Lien URL : [Projet de loi portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets \(senat.fr\)](https://www.senat.fr/projet-de-loi/2021-2022/pl2021-1000).

concertation sont privilégiées et aboutissent à redéfinir leur stratégie de gestion des flux et d'accueil des visiteurs allant jusqu'à l'élaboration de documents de planification (stratégie d'accueil et schémas d'accès du Parc national des Calanques, schéma d'accueil des camping-cars...). Le travail sur la capacité de charge de l'île de Porquerolles¹⁵ a notamment permis de mettre en place différentes mesures de régulation de la fréquentation sur l'île pour la saison estivale 2021 afin de faire appliquer le seuil défini à 6 000 visiteurs en dessous duquel l'expérience de visite est largement détériorée.¹⁶ Cela montre l'aboutissement d'une démarche de plusieurs années. Les mesures prises par le Parc national de Port-Cros sont variées, complémentaires (dispositif Waze, application d'une jauge pour les compagnies maritimes, sensibilisation...) et plutôt encourageantes.

5. LES PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS A EN TIRER

Concernant l'aménagement, ce qui ressort de l'état des lieux est la nécessité pour les gestionnaires de renforcer leurs équipements d'accueil sur certains sites spécifiques quand il y a des déficits. Cela permet de contenir ou réorienter les flux de voitures sur les parkings ou piétons sur les sentiers.

Ensuite, la notion de services est un axe stratégique pour les gestionnaires. La mise en place de services sur les sites aménagés permet de garantir un accueil de qualité aux visiteurs et prévenir certaines nuisances. Certains gestionnaires ont pu constater certains déficits en termes d'accueil au niveau de sites identifiés.

L'enjeu lié à la thématique de la communication est fort puisqu'il s'agit de sensibiliser les nouveaux publics aux bonnes pratiques, à la protection de la biodiversité et au respect des éventuelles réglementations. L'enjeu est double puisqu'il faut sensibiliser des nouveaux visiteurs que l'on connaît mal. Ainsi, le domaine des sciences humaines et sociales est investigué à tous niveaux pour inciter les visiteurs à changer leurs comportements durablement : nudges, communication engageante...

La communication permet aussi de réguler les visiteurs dans le temps et l'espace :

- Information en temps réel
- Promotion d'itinéraires et d'offres alternatifs pour désengorger les sites emblématiques
- Promotion de la destination en hors saison pour faire face à la forte saisonnalité de ces territoires

¹⁵ Se référer à la fiche 4.4 dans les fiches de retours d'expériences en fin de document.

¹⁶ Se référer à la fiche 6.3 dans les fiches de retours d'expériences en fin de document.

Puis, cette crise a permis de constater l'importance de réinvestir du temps et des moyens sur les questions de suivi de la fréquentation pour certains gestionnaires d'espaces naturels.

La valorisation des données est multiple :

- Informer en temps réel
- Orienter la communication
- Ré-aménager les sites naturels
- Contrôler l'accès
- ...

Concernant la réglementation, l'enjeu est de disposer d'outils réglementaires efficaces pour réguler voire limiter la fréquentation sur des sites menacés. Ces outils viennent renforcer la réglementation existante. Tous les espaces naturels protégés n'ont cependant pas la possibilité d'édicter la réglementation comme c'est le cas en cœur de Parc national où le directeur de l'établissement a un pouvoir réglementaire. Les limites sont aussi au niveau de la mise en œuvre et l'acceptation en local et par les touristes de certaines mesures.

La gouvernance a été un levier transversal dans de nombreuses actions de gestion des flux pendant ces deux années. **L'enjeu est de favoriser le travail collectif, le partage d'expériences et la recherche de solutions.** Seul, un espace naturel n'a pas la même force de frappe.



6. CONCLUSION

Cette étude a permis de mettre en évidence les problématiques liées à la gestion des flux dans les espaces naturels exacerbées par le contexte de crise sanitaire et les solutions possibles pour limiter les impacts sur la biodiversité et les conflits d'usage. La venue d'un public primo-accédant plutôt d'origine urbaine et composé d'excursionnistes marque un renouveau de la fréquentation et des comportements qui n'a pas été anticipé mais auquel il a fallu s'adapter. Les espaces naturels et leurs partenaires réinventent leur communication pour les années à venir puisque ces visiteurs tendent à revenir chaque année.

Cette crise a permis de mobiliser depuis deux ans de nombreux acteurs autour de ces problématiques rencontrées sur des sites naturels généralement bien identifiés au sein d'espaces naturels. Le travail en réseau a été favorisé pour que chacun apporte ses compétences. Marque l'importance d'investir dans des actions de sensibilisation et de médiation et des mesures de gestion allant jusqu'au réglementaire comme l'atteste la mesure de limitation de la fréquentation sur un site naturel dans les Calanques. Pour mettre en place ces mesures, les gestionnaires ont également besoin d'investir ou de réinvestir des moyens pour acquérir des données de fréquentation afin de gérer en temps réel les visiteurs ou adapter leur stratégie sur le long terme.

Ce sujet concerne tous les types d'espaces naturels protégés qui s'investissent à leur échelle, avec des collectivités et avec des institutionnels du tourisme de plus en plus impliqués.

Ce travail de partage de retours d'expériences sur des actions innovantes de gestion de la fréquentation a pu être doublement valorisé par une actualisation des fiches à l'issue de la saison estivale 2021. Les acteurs impliqués sont très impliqués et favorise le partage d'expériences. Par exemple, la région Provence-Alpes-Côte d'Azur lance un appel à projet sur la gestion des flux afin d'identifier des sites touristiques exemplaires. Le Réseau des Grands Sites de France a également débuté un projet de valorisation d'expériences sur des dispositifs de gestion des visiteurs et une expérimentation à venir pour une restitution en 2023. Ces deux projets sont des exemples parmi de nombreux travaux de réflexions et d'expérimentations en cours.

7. FICHES DE RETOURS D'EXPERIENCES

LEVIER N°1	AMENAGEMENT
Sous-levier	Aménagements et gestion des sites et des usages sur terre et/ou en mer
FICHE N°1.1	L'aménagement des sites naturels touristiques sensibles identifiés sur le Massif des Bauges.

LEVIER N°1	AMENAGEMENT
SOUS-LEVIER	Aménagements et gestion des sites et des usages sur terre et/ou en mer.
Fiche n°	1.1
ACTION	L'aménagement des sites naturels touristiques sensibles identifiés sur le Massif des Bauges
Sous-action	1. Inventaire, priorisation et étude des sites naturels touristiques sensibles 2. Equipements, aménagements, des sites naturels touristiques sensibles
Localisation	REGION : Auvergne-Rhône-Alpes DEPARTEMENT : Savoie, Haute-Savoie
Espace naturel concerné	Parc naturel régional du Massif des Bauges
Maître d'ouvrage	<ol style="list-style-type: none"> 1. La communauté d'agglomération de Grand Chambéry réalise le diagnostic des sites naturels touristiques sensibles accompagné du bureau d'études Esquisse-expertise des paysages. 2. Le Parc naturel régional du Massif des Bauges a identifié ces deux opérations au sein de son plan d'actions Espace valléen. 3. Les communes sur lesquels un site naturel touristique sensible a été identifié sont maîtres d'ouvrage des futurs travaux.
Partenaire	<ul style="list-style-type: none"> • Les établissements publics de coopération intercommunale • Les communes • Les gestionnaires d'espaces naturels touristiques sensibles • Les propriétaires • Regroupement d'usagers • Les départements de la Savoie et de la Haute-Savoie • Les Parcs naturels régionaux du Vercors et de la Chartreuse, et Espace Belledonne (espaces valléens des Alpes du Nord)
Prestataire	<ul style="list-style-type: none"> • Le bureau d'études Esquisse-expertise des paysages
Objectif	<ul style="list-style-type: none"> • Améliorer et organiser l'accueil des visiteurs sur des sites très fréquentés • Résoudre les problèmes de conflits d'usage

	<ul style="list-style-type: none">• Réduire les pressions sur les milieux
Description	<p>1. Inventaire, priorisation et étude des sites naturels touristiques sensibles</p> <p>Cette opération a été fléchée suite aux fortes pressions liées à de l'excursionnisme subit par le Massif des Bauges dans le contexte de crise sanitaire. Les habitants et élus ont témoigné de leur « ras-le-bol » face aux incivilités à répétition des visiteurs dont ils ont fait le constat pendant la saison estivale 2020. Face à la multiplication des conflits d'usages entre excursionnistes et acteurs ruraux (agriculteurs, alpagistes, forestiers, habitants...), cet inventaire a pour but de réorganiser et pacifier l'accueil des visiteurs.</p> <p>Une série d'études de sites naturels sensibles touristiques vont être menées afin d'identifier les problématiques et besoins puis de définir un plan d'actions en termes de solutions d'aménagements. Dans un premier temps, le périmètre d'actions sera le Massif des Bauges avant d'étendre la démarche sur les trois espaces valléens des Alpes du Nord (Parc naturel régional du Vercors, Parc naturel régional de la Chartreuse et Belledonne).</p> <p>2. Equipements, aménagements, des sites naturels touristiques sensibles volontaires suite à la réalisation des diagnostics à l'échelle du Massif des Bauges</p> <p>Chaque diagnostic permettra donc de définir des scénarii d'aménagements qui pourront être mis en œuvre par les communes. Les équipements et aménagements pouvant permettre de réorganiser l'accueil des visiteurs et limiter les impacts de la fréquentation :</p> <ul style="list-style-type: none">• optimisation et régulation des stationnements,• outils de médiation sur sites et harmonisation (panneaux, réglementations, prescriptions, ...),• aménagements de passages de clôture, de canalisation et gestion des flux,• équipements sanitaires sur sites, poubelles, vestiaires• gestion des feux et aires de bivouacs,• transports collectifs autonomes.

	<p>Grand Chambéry expérimente cette démarche sur 15 sites naturels touristiques sensibles aux problématiques particulières sur la période 2021-2022. La communauté d'agglomérations est accompagnée du bureau d'études Esquisse-expertise des paysages de la réalisation du diagnostic à la mise en œuvre du plan d'actions. La démarche sera étendue à l'ensemble du Massif des Bauges dès 2023.</p> <p>La modalité de déploiement de l'action reposera sur un appel pluriannuel à manifestation d'intérêt auprès des communes et gestionnaires de sites, et suppose de doter l'opération d'un fond de concours dont les règles de mise en œuvre restent à préciser (plancher/plafond, taux d'aide, ...). Le fonds de concours est un mode de coopération financière versée par un établissement public de coopération intercommunale à une ou plusieurs des communes membres pour aider à la réalisation d'un équipement (source : cap-atlantique.fr).</p> <p>Grand Chambéry a défini la liste des critères d'analyse des sites naturels touristiques sensibles :</p> <ul style="list-style-type: none">• Attractivité• Conditions actuelles d'accueil• Facilité d'accès• Activités de pleine nature• Retombées économiques de proximité• Sécurité• Sensibilité environnementale• Conflits d'usage• Contexte géographique• Maturité des projets en cours <p>A partir de ces critères, la communauté d'agglomération a mis au point une notation de chaque site qui permet de flécher les priorités d'actions ainsi que de sélectionner les sites éligibles au fonds de concours.</p>
Cible	<ul style="list-style-type: none">• Excursionnistes,• Touristes• Locaux• Alpagistes, agriculteurs• Propriétaires fonciers

<p>Financement</p>	<p>Le projet est soutenu financièrement dans le cadre du programme Espace Valléen à travers des fonds européens, nationaux et régionaux :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crédits européens du Fonds européens de développement régional (FEDER) dans le cadre du Programme opérationnel interrégional Massif Alpin (FEDER-POIA). • Crédits de la Convention interrégionale du Massif des Alpes (CIMA) (dont subventions de l'Etat à travers le Fonds national d'aménagement et de développement du territoire (FNADT). • La Région Auvergne-Rhône-Alpes. <p>Autres financements :</p> <ul style="list-style-type: none"> • La communauté d'agglomération Grand Chambéry. • Autofinancement des travaux d'aménagements par les communes à hauteur de 20% sur les sites les concernant. • Département de la Savoie. •
<p>Budget</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Etudes de type opportunité, diagnostic et faisabilité sur les 15 sites fléchés sur la période 2022-2027 : 100 000 € en prévisionnel. • Aménagements : enveloppe de 80 000€ par an sur deux ans pour le moment (Grand Chambéry). • (Eventuellement 80 000€ en plus du département de la Savoie) • .
<p>Temporalité</p>	<p>2022-2027</p>
<p>Intérêt</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ce projet est véritablement né des impacts de la fréquentation sur le territoire du Massif des Bauges suite à la crise sanitaire et à titre expérimental dans un premier temps, il permet de trouver des solutions d'aménagements efficaces pour apaiser les conflits d'usages. • Implication forte des acteurs et démarche portée par la communauté d'agglomérations Grand Chambéry. • Ces aménagements ont l'avantage d'être relativement peu coûteux et nécessitant des travaux de petite ampleur tout en visant une grande efficacité. • Chaque site sera équipé selon ses besoins. Le diagnostic vise à être le plus précis possible sur les équipements nécessaires par site grâce à la grille de critère et la notation.

<p>Limite</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Beaucoup de sites ont été fléchés et le projet a pour objectif de s'étendre à d'autres territoires. Cela peut amener à un manque de vision globale d'aménagement de certains sites ou un manque de suivi de chacun des sites pour l'ensemble du projet qui s'étale sur 5 ans. • Les communes doivent pouvoir mobiliser des techniciens et du temps. • Pouvoir réunir tous les acteurs autour du projet (habitants, socioprofessionnels).
<p>Retombée</p>	
<p>Bilan 2021 (action expérimentale qui prend fin après la saison estivale 2021)</p>	
<p>Ecueil à éviter/ reproductibilité /transférabilité</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tout type de territoire et acteur peut engager ce travail de diagnostic de sites sensibles et imaginer des schémas d'accueil à petite échelle. • La mise en œuvre de ce type d'opérations est néanmoins facilitée par le fait qu'elles s'inscrivent dans le cadre de politiques européennes et sont cofinancées par des fonds dédiés. • Le maître d'ouvrage des travaux doit être propriétaire des terrains pour effectuer des aménagements ou obtenir l'aval du propriétaire. Dans le cas où il ne dispose pas de foncier, le projet peut être ralenti. • Mobiliser l'ensemble des acteurs recueillir l'adhésion des habitants, gestionnaires de sites, propriétaires fonciers, élus...
<p>Contact</p>	<p>Nom : Benoît TIBERGHEN Structure : Syndicat mixte du Parc naturel régional du Massif des Bauges Direction : Service : Fonction : Chargé de mission randonnée, signalétique, relations avec les offices de tourisme</p>

	Coordonnées : b.tiberghien@parcdesbauges.com
Source	
MOT CLE	<ul style="list-style-type: none"> • Aménagements • Equipements • Sites naturels touristiques sensibles
LIEN URL	<p>Site internet de l'espace naturel protégé ou d'un partenaire :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Site internet du bureau d'étude Esquisse-expertise des paysages : Accueil - Esquisse Paysage (esquisse-paysage.fr) <p>Articles de presse en ligne :</p> <p>Autres :</p>
DOCUMENT	<p>(Documents disponibles sur demande)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Appel à candidature Espaces Valléens, candidature 2021-2027
ANNEXE	
Autre fiche liée (même maître d'ouvrage ou même territoire d'application) :	<p>Fiche n°2.1 Action : Mobilisation de personnel sur les sites touristiques au sein d'espaces naturels protégés.</p> <p>Fiche n°2.3 Action : Développement des modes d'accès alternatifs à la voiture au sein du Parc naturel régional du Massif des Bauges.</p>
Visuel	
PHOTOGRAPHIE	<p>Titre 1 : Site naturel touristique sensible Lac du Vallon de Bellevaux</p> <p>Source :</p> <p>Crédit : Office de tourisme des Alpes du Léman</p>



Titre 2 : Site naturel touristique sensible Passerelle Picot sur le site des Iles du Chéran

Source :

Crédit : Parc naturel régional du Massif des Bauges



Titre 3 : Site naturel touristique sensible Lac Lathuille

Source :

Crédit : Parc naturel régional du Massif des Bauges



Titre 4 : Site naturel touristique sensible Mariet d'Arith

Source :

Crédit : Parc naturel régional du Massif des Bauges



ILLUSTRATION

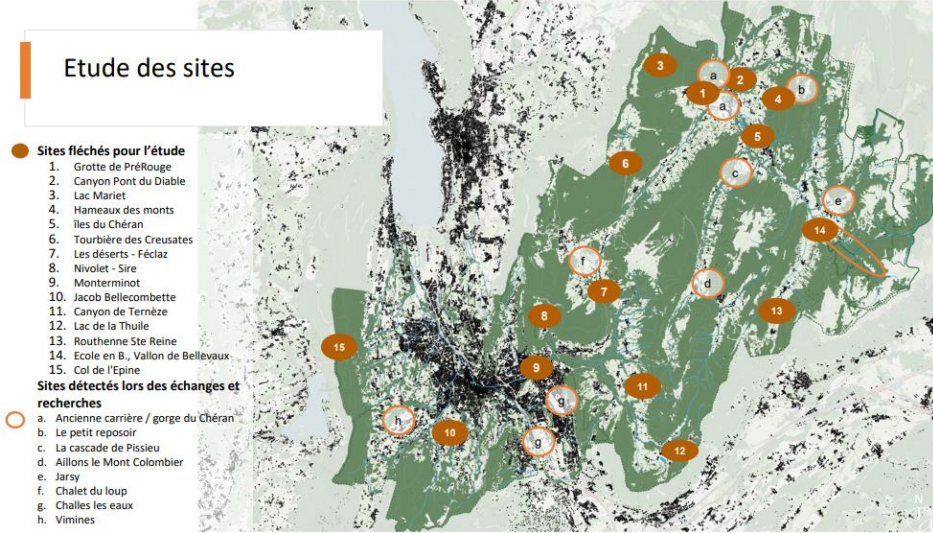
Titre 1 :

Source :

Crédit:

CARTE

Titre 1 : Cartes des 15 sites naturels touristiques sensibles identifiés

	<p>par la communauté d'agglomérations Grand Chambéry.</p> <p>Source : Présentation de la démarche d'inventaire et d'aménagement des sites sensibles</p> <p>Crédit :</p>  <p>Etude des sites</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Sites fléchés pour l'étude <ol style="list-style-type: none"> 1. Grotte de PréRouge 2. Canyon Pont du Diable 3. Lac Mariet 4. Hameaux des monts 5. Îles du Chéran 6. Tourbière des Creusates 7. Les déserts - Féclaz 8. Nivolet - Sire 9. Monterminot 10. Jacob Bellecombette 11. Canyon de Ternèze 12. Lac de la Thuile 13. Routhenne Ste Reine 14. Ecole en B., Vallon de Bellevaux 15. Col de l'Épine ○ Sites détectés lors des échanges et recherches <ol style="list-style-type: none"> a. Ancienne carrière / gorge du Chéran b. Le petit reposoir c. La cascade de Pissieu d. Aillons le Mont Colombier e. Jarsy f. Chalet du loup g. Challes les eaux h. Vimines
<p>PLAN</p>	<p>Titre 1 :</p> <p>Source :</p> <p>Crédit :</p>
<p>Auteur</p>	<p>Nom : Eugénie JOLY</p> <p>Etablissement : Office français de la biodiversité</p> <p>Direction : Direction des aires protégées</p> <p>Service : Service d'appui aux parcs nationaux et réseaux d'aires protégées</p> <p>Fonction : Chargée de mission fréquentation et sports de nature</p> <p>Localisation : Pérols, 34470</p> <p>Sujet du stage : La fréquentation post-covid dans les espaces naturels français</p> <p>Dates : stage du 8 mars au 27 août 2021 & actualisation d'octobre 2021 à mai 2022</p> <p>Coordonnées : eugenie.joly@ofb.gov.fr</p>

LEVIER N°2		SERVICES
Sous-levier	Médiation et sensibilisation sur le terrain au sein d'espaces naturels protégés	
FICHE N°2.1	Mobilisation de personnel sur les sites touristiques au sein d'espaces naturels protégés.	
FICHE N°2.2	Des dispositifs innovants d'accueil du public déployés au sein d'espaces naturels protégés.	
Sous-levier	Modes d'accès alternatifs à la voiture au sein d'espaces naturels protégés.	
FICHE N°2.3	Développement des modes d'accès alternatifs à la voiture au sein du Parc naturel régional du Massif des Bauges.	
FICHE N°2.4	Déploiement d'un service de navette gratuit sur le Grand Site du Cirque de Navacelles.	

LEVIER N°2	SERVICES
SOUS-LEVIER	Médiation et sensibilisation sur le terrain au sein d'espaces naturels protégés
Fiche n°	2.1
ACTION	Mobilisation de personnel sur les sites touristiques au sein d'espaces naturels protégés
Sous-action	<ol style="list-style-type: none"> 1. Le Parc national des Cévennes 2. Le Parc national des Pyrénées 3. Le Parc naturel régional du massif des Bauges 4. Le Parc national des Calanques 5. Le Massif de Fontainebleu – Office national des forêts
Localisation	<p>REGION : Grand Est, Auvergne-Rhône-Alpes, Provence-Alpes-Côte d'Azur, Occitanie...</p> <p>DEPARTEMENT :</p>
Espace naturel concerné	Tout type d'espace naturel
Maître d'ouvrage	<ul style="list-style-type: none"> • Des gestionnaires d'espaces naturels protégés • Des communes • Des départements • Des régions • Des offices de tourisme
Partenaire	<ul style="list-style-type: none"> • Des gestionnaires d'espaces naturels protégés • Des communes • Des départements • Des régions • Des offices de tourisme • Des établissements publics intercommunaux : communautés de communes, communautés d'agglomérations...
Prestataire	
Objectif	<ul style="list-style-type: none"> • Renforcer le personnel sur le terrain en haute-saison touristique afin qu'ils viennent en appui aux gardes mobilisés à l'année • Informer et sensibiliser les visiteurs au respect des sites, de la biodiversité et du patrimoine local sans être dans la répression • Partager et faire connaître les richesses de ces écrins de nature

	<ul style="list-style-type: none">• Prévenir les comportements à risque des visiteurs• Gérer les conflits d'usages• Canaliser les flux de fréquentation pour éviter les phénomènes de sur-fréquentation, embouteillages...
Description	<p>Les espaces naturels et leurs partenaires recrutent en masse des saisonniers pour augmenter leurs effectifs sur le terrain et garantir l'accueil et la sensibilisation, médiation des visiteurs :</p> <ul style="list-style-type: none">• Des éco-gardes• Des saisonniers en mission de services civiques• Des éco-volontaires• Des « volontaires du tourisme »• Des animateurs• Des accompagnateurs en montagne• Accueil posté de guides naturalistes <p>Les partenaires mobilisent également leurs effectifs humains :</p> <ul style="list-style-type: none">• Des agents d'accueil sur le territoire (Office métropolitain de tourisme et de congrès de Marseille – pour le Parc national des Calanques)• Médiateurs sociaux municipaux sur le littoral (Ville de Marseille - pour la ville et le Parc national des Calanques)• Agents de sécurité privés (Ville de Marseille – à l'entrée des voies d'accès aux calanques de Sormiou, Morgiou et Callelongue) <p>MISSIONS POSSIBLES CONFIEES :</p> <ul style="list-style-type: none">• Les saisonniers effectuent des patrouilles/maraudage ou sont postés sur un site, souvent en binôme• Renseigner et orienter le public• Sensibiliser sur les bons gestes, bonnes pratiques et la réglementation• Faire de la médiation pastorale sur les troupeaux et chiens de protection.• Gérer les conflits d'usages• Promouvoir des alternatives de sites• Participer à la maîtrise de la fréquentation, contrôler les accès• Faire de l'observation sur le terrain (fréquentation, infractions, dégradation)• Participer à l'entretien des sites

(réparation/remplacement/nettoyage des équipements ou de la signalétique sur les sentiers de randonnée)

- Participer aux missions de suivi scientifique : suivi et inventaire d'espèces
- Développer des outils de communication : outils pédagogiques, posters, communiqué de presse, jeux...
- Organiser et animer des événements, des manifestations
- Réaliser des enquêtes de fréquentation

LOCALISATION :

- Définition de secteurs/sites dits « pilotes » sur lesquels se poster au sein de l'espace naturel.
- Critères : affluence, sites à fort enjeu environnemental, sites sur lesquelles il y a des usages spécifiques, portes d'entrée...

FORMATION EN AMONT :

- Formation à l'agropastoralisme et à la médiation avec les chiens de protection.
- Formation à la sensibilisation, sur les discours à tenir.
- Formation aux premiers secours.

EXEMPLES DE MOBILISATION HUMAINE SUR LE TERRAIN

1. Le Parc national des Cévennes

Pour la saison estivale 2021, le Parc national des Cévennes a recruté 6 agents d'accueil saisonniers en binôme, des jeunes originaires des Cévennes. Placés sous l'autorité hiérarchique du délégué territorial de massif, ils seront postés sur 3 sites préalablement identifiés (Aigoual, Causses, Mont-Lozère). Arrivés mi-juin, ils seront formés à l'agropastoralisme et à la médiation avec les chiens de protection. En juillet et août, ils seront présents sur site 5 à 6 jours sur 7.

Leurs missions sont :

- accueillir/informer et sensibiliser les visiteurs du Parc national sur son patrimoine naturel, culturel et paysager exceptionnel, sur sa fragilité et sa protection
- informer les visiteurs sur les règles de bonne conduite, les

précautions d'usage et la réglementation

- participer à l'information du public sur la conciliation des usages, en particulier avec les troupeaux
- rencontrer des éleveurs et bergers pour connaître leurs pratiques et la localisation des troupeaux et faire de la médiation pastorale
- participer à la maîtrise de la fréquentation lorsqu'elle est nécessaire;
- renseigner et orienter le public
- faire un retour des observations de terrain (fréquentation, infractions, observations diverses)

2. Le Parc national des Pyrénées

Des communes, communautés de communes et des offices de tourisme du département des Pyrénées-Atlantiques recrutent et forment des saisonniers ou emplois civiques saisonniers détachés sur le terrain pour orienter, informer et sensibiliser les visiteurs pendant la saison estivale 2021. De plus, le département des Pyrénées-Atlantiques recrute des accompagnateurs en montagne qui effectueront des permanences de six journées par binôme sur chaque site pilote. Le premier sera posté au niveau des parkings de départ de randonnée pour informer les visiteurs et le second, au niveau des sentiers, partagera les bonnes pratiques et son expérience d'accompagnateur en montagne pour valoriser ce métier.

3. Le Parc naturel régional du Massif des Bauges

Durant la saison estivale 2020, en raison de l'afflux de visiteurs et aux tensions liées suite au déconfinement, le Parc naturel régional du Massif des Bauges a lancé une opération d' « urgence » qui reposait sur 3 actions :

- mise à disposition de panneaux de sensibilisation pour les communes avec pour slogan « Massif des Bauges en partage »,
- une mission de sensibilisation confiée aux accompagnateurs de montagne membres de RePERE) sur les sites à forte fréquentation,
- réalisation d'un diagnostic de fréquentation sur les parkings (réalisé par les agents du Parc naturel régional et les

accompagnateurs de montagne).

14 accompagnateurs de montagne ont donc été mobilisés pendant la saison estivale 2020 pour faire face aux conflits d'usages et sensibiliser les visiteurs aux abords de parkings de sentiers de randonnée et sur les sentiers fréquentés au niveau de secteurs prédéfinis.

Durant la saison estivale 2021, pour la septième saison, le Parc naturel régional du Massif des Bauges, en partenariat avec l'Office français de la biodiversité, le Syndicat mixte interdépartemental d'aménagement du Chéran et l'Office national des forêts, a renouvelé son programme d'écovolontariat pour faire de la médiation pastorale sur les sites les plus fréquentés du Massif des Bauges avec le recrutement de « guides nature ». Cette opération n'avait pas été conduite pendant l'été 2020 en raison de la crise sanitaire. La présence de 12 écovolontaires sur des sites à forte fréquentation du territoire du Parc naturel régional (Réserve nationale de chasse et de faune sauvage, Colombier, Creusattes, Chéran) répond à un double objectif : mobiliser des jeunes et leur offrir une expérience professionnelle en montagne ainsi que sensibiliser le public à la protection des espaces naturels.

En complément, Grand Chambéry Alpes Tourisme (Office de tourisme intercommunal de Savoie) a mobilisé deux bénévoles sur deux sites à forts enjeux au sein du Massif des Bauges.

4. Le Parc national des Calanques

Le parc national des Calanques a recruté 47 agents saisonniers (éco-gardes, éco-volontaires, gardes régionaux forestiers). Les gardes régionaux forestiers sont financés par le Conseil régional Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur. En complément, l'Office métropolitain de tourisme et de congrès de Marseille complète l'équipe de saisonniers du Parc national de 12 agents d'accueil.

Le Parc national complète le travail des saisonniers par un dispositif de communication engageante. Depuis deux années, il forme ses saisonniers à la communication engageante pour qu'ils puissent adapter leur discours auprès des visiteurs et cette année, il a développé un outil spécifique qui permet de s'inscrire plus concrètement dans

cette démarche autour de la thématique des déchets sauvages dans les Calanques. Pour cela, le Parc national a fait appel au Centre permanent d'initiatives pour l'environnement Côte Provençale – Atelier Bleu (CPIE). L'outil en question comprend un discours engageant des saisonniers et une charte d'engagement sous forme de questionnaires à remplir par les visiteurs qui s'engage à adopter certains comportements en faveur de la réduction de leurs déchets et une valorisation de leurs efforts accompagne ces engagements (mur de photographies...).

La ville de Marseille est également fortement impliquée dans l'accueil, la surveillance et la sensibilisation des publics pour la saison estivale 2021. L'organisation de cette importante mobilisation sur le terrain s'est faite en concertation avec les acteurs locaux. Sur les quatre secteurs identifiés (dont certaines zones des Calanques), des réunions de coordination hebdomadaires assurées par les agents de prévention de la délinquance et de la radicalisation (Conseil local de sécurité et de prévention de la délinquance et de la Radicalisation (CLSPDR)) réunissent les élus, les forces de l'ordre, le Parc national des Calanques, l'Office national des forêts (ONF), les établissements en charge des transports, services municipaux, sociétés nautiques... Tout d'abord, pour la première fois, durant la saison estivale 2021, une centaine d'agents de la police municipale et nationale effectuent des patrouilles de surveillance sur les plages du littoral et certaines calanques. Certains agents de police seront postés sur les routes d'accès aux calanques afin de fluidifier la circulation et prévenir le stationnement sauvage. Elle relance également son dispositif de médiation sociale pour la saison estivale 2021 au niveau des zones de baignades et sites très touristiques afin de gérer les conflits d'usages entre les visiteurs et les riverains. Elle met aussi en place un dispositif de gardiennage avec des points de contrôles au niveau des voies d'accès aux calanques de Sormiou, Morgiou et Callelongue par des agents de sécurité privés.

5. Le Massif de Fontainebleu – Office national des forêts

Au sein du Parc naturel régional du Gâtinais français, la forêt domaniale de Fontainebleu dans la Région Ile-de-France est gérée par l'Office national des forêts. Ce dernier a expérimenté la mobilisation de volontaires du tourisme au sein de ce site naturel le plus fréquenté de France durant la saison estivale 2020 afin de faire face à l'affluence de

	<p>visiteurs dès le déconfinement jusqu'au 31 août 2020. A la suite de la saison estivale, l'Office national des forêts fera le bilan de cette mesure afin de reconduire ou non l'opération pour la saison estivale 2022 et les années à venir.</p> <p>Ce dispositif de « volontaires du tourisme » a été initié par la Région Île-de-France en 2015 et mis en œuvre par le Comité régional du tourisme Paris Île-de-France. Il a été fléché dans le cadre du plan d'actions du Schéma régional de développement du tourisme et des loisirs d'Île-de-France 2017-2021. Les volontaires âgés de 18 à 25 ans ont le statut d'étudiant en stage issus d'une formation en langue, en tourisme ou en école de commerce. Mobilisés sur les principaux sites touristiques de la destination Paris Ile-de-France, ils sont recrutés et formés par le Comité Régional du Tourisme Paris Île-de-France et viennent en appui aux agents mobilisés sur le terrain pour accueillir, informer, sensibiliser et orienter les visiteurs en haute saison touristique et périodes de forte affluence.</p>
<p>Cible</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Visiteurs • Usagers locaux • Bergers, agriculteurs, propriétaires fonciers...
<p>Financement</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Autofinancement par le maître d'ouvrage. • Financement total ou partiel par une Région, un Département, une commune, une communauté de communes, un office de tourisme
<p>Budget</p>	<p>Le salaire qui s'applique pour un recrutement saisonnier est généralement le Salaire minimum de croissance (SMIC).</p> <p>Exemple :</p> <p>Durant la saison estivale 2020, le Parc naturel régional du Massif des Bauges a recruté 14 accompagnateurs de randonnée qui ont effectué chacun 5 jours d'intervention et ont été rémunérés 1200€ par personne. Le coût total de l'opération est de 16 800€ représentant 45 jours d'intervention. Il faut ajouter à cela une dépense de 474€ pour la commande de tee-shirts porté par les accompagnateurs de randonnée. Le coût total du dispositif d'écovolontaires est d'environ 6800 € pour la saison estivale 2021, comprennent hébergement et restauration des éco-guides. A cela, peut s'ajouter du matériel pédagogique</p>

	(documentation papier, silhouette faune, matériel optique, tee-shirts...)
Temporalité	Saison estivale 2020 - 2021
Intérêt	<ul style="list-style-type: none"> • Les saisonniers viennent véritablement en appui aux espaces naturels protégés car ils effectuent des missions variées (sensibilisation, test d'outils de communication, entretien, enquêtes...) • Appréciable pour les visiteurs qui ont un échange avec une personne qui connaît le territoire. • Les visiteurs peuvent partager leur expérience, faire remonter des observations (dégradations, manque de signalétique...). • Accompagnateurs de montagne : plus-value de leur métier, ils sont déjà formés aux enjeux du territoire. • Les collectivités territoriales viennent en appui aux gestionnaires d'espaces naturels en recrutant eux-mêmes des saisonniers.
Limite	<ul style="list-style-type: none"> • Frais de recrutement de personnel • Rotation annuelle des saisonniers : recrutement et formation à renouveler chaque année. • Il peut être difficile pour les saisonniers d'acquérir rapidement les notions et les bons discours à transmettre. • Malgré tout, les rapports entre les visiteurs et le personnel peuvent être tendus, il existe tout de même des réfractaires face à la réglementation. Les saisonniers peuvent se retrouver dans des situations de conflits où leur sécurité est en jeu.
Retombée	3. Dans le massif des Bauges , la présence d'accompagnateurs de montagne durant la saison estivale 2020 a été globalement très appréciée par les visiteurs (retours des réseaux sociaux). L'opération n'a cependant pas été reconduite pour la saison estivale 2021.
Bilan 2021 (action expérimentale qui prend fin après la saison estivale 2021)	<p>1. Le Parc national des Cévennes a mesuré que chacun des 6 saisonniers a sensibilisé 3500 personnes sur la saison. Le sentier des corniches enregistre à lui seul 3500 personnes touchées. Les retours sur les agents d'accueil ont été excellents tant par les acteurs du territoire et bergers que par les visiteurs. Le recrutement de jeunes "locaux" a été très apprécié tout comme la sensibilisation qu'ils ont réalisée. L'opération sera renouvelée en 2022 avec une réflexion sur une nouvelle reconfiguration et des pistes d'améliorations.</p> <p>2. Le Parc national des Pyrénées a lancé une nouvelle campagne de</p>

	<p>recrutement de saisonniers déployés sur le terrain pour la saison estivale 2022. Les offres concernent des postes de d'agents d'accueil pour les maisons de Parc mais également de gardes supplétifs sur le terrain. Ainsi, ils seront mobilisés sur des sites particulièrement touristiques afin de faire de la méditation pour expliquer les bons gestes mis en avant dans la campagne de sensibilisation « Vivre en harmonie avec la nature ».</p> <p>3. Dans le Massif des Bauges, un suivi a été fait par les guides nature afin de comptabiliser les personnes sensibilisées sur juillet et aout. D'abord seuls sur site, ils ont finalement été regroupés en binôme en raison de conflits d'usage avec des randonneurs.</p> <p>Le retour des guides est positif :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les outils pédagogiques et la tenue sont fortement utiles pour attirer l'attention les randonneurs • Les sujets qui suscitent le plus d'incompréhension ou de peur sont la chasse, le loup et les chiens de protection • ... <p>4. Au sein du Parc national des Calanques, le déploiement de saisonniers représente :</p> <ul style="list-style-type: none"> • 41 646 visiteurs sensibilisés aux bons gestes sur le terrain • 10 009 personnes accueillies aux portes d'entrée du Parc national lors de 12 journées rouges • 18 opérations citoyennes de ramassage de déchets organisées <p>Les équipes sur le terrain a dû sensibiliser des visiteurs parfois peu sensibilisés aux recommandations et faire face aux incompréhensions et conflits.</p>
<p>Ecueil à éviter/ reproductibilité /transférabilité</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Adapter le nombre de personnes mobilisées et les missions des personnels de terrain selon les caractéristiques et problématiques de fréquentation du territoire et selon les besoins des sites en termes d'accueil. • Difficulté pour les espaces naturels protégés de mobiliser des subventions pour financer le recrutement de personnel.
<p>Contact</p>	<p>Nom : Alain Vincent et Chrystel Witz Structure : Parc national des Calanques Direction :</p>

	<p>Service : Délégation à l'action territoriale Fonction : Délégué à l'Action Territoriale et Technicienne médiation territoriale Coordonnées : alain.vincent@calanques-parcnational.fr ; chrystel.witz@calanques-parcnational.fr</p> <p>Nom : Juliette Grossmith (communication engageante) Structure : Parc national des Calanques Direction : Service : Pôle éducation à l'environnement Fonction : Chargée de mission Education à l'environnement Coordonnées : juliette.grossmith@calanques-parcnational.fr</p> <p>Nom : Joël COMBES Structure : Parc national des Pyrénées Direction : Service : Fonction : Chargé de mission tourisme Coordonnées : joel.combes@pyrenees-parcnational.fr</p> <p>Nom : Juliette WETTSTEIN Structure : Parc national des Cévennes Direction : Service : Fonction : Chargé de mission tourisme Coordonnées : juliette.wettstein@cevennes-parcnational.fr</p> <p>Nom : Julie HIGEL Structure : Syndicat mixte du Parc naturel régional du Massif des Bauges Direction : Service : Fonction : Chargée de mission éducation aux patrimoines montagnards Coordonnées : j.higel@parcdesbauges.com</p>
Source	
MOT CLE	<ul style="list-style-type: none">• Mobilisation humaine• Accueil• Sensibilisation

	<ul style="list-style-type: none">• Médiation• Partage• Plus-value• Conflits d'usages• Réglementation• Bons comportements• Sites sensibles
LIEN URL	<p>Site internet de l'espace naturel protégé ou d'un partenaire :</p> <p>Parc national des Calanques et partenaires :</p> <ul style="list-style-type: none">• Site internet du partenaire du dispositif de communication engageante : Accueil Atelier Bleu - CPIE Côte Provençale (cpie-coteprovencale.org)• Dispositifs de surveillance par la Ville de Marseille, saison estivale 2021 : Surveillance terrestre et maritime Ville de Marseille• Fin de saison pour les saisonniers du Parc national Parc national des Calanques (calanques-parcnational.fr) <p>Parc naturel régional du Ballon des Vosges :</p> <ul style="list-style-type: none">• Programme Quiétude attitude – Les bons réflexes natures (quietudeattitude.fr) <p>Massif de Fontainebleu – Office national des forêts :</p> <ul style="list-style-type: none">• Trois volontaires opéreront cet été sur le massif de Fontainebleau, une première (onf.fr) <p>Articles de presse en ligne :</p> <ul style="list-style-type: none">• Parc national des Pyrénées : https://s.kmni.eu/t/zRAGXVjoD-X4MO9I8RbEGRIEcGFrZOFA-pdf-zC/Sud_Ouest_Bearn_et_Soule_Bearn_et_Soule_20220217110000 <p>Autres :</p>
DOCUMENT	<p>(Document disponible sur demande)</p> <ul style="list-style-type: none">• Programme de la journée d'information sur l'accueil des visiteurs pour la saison estivale 2021, Parc national des Ecrins,

	<p>23/06/2021</p> <ul style="list-style-type: none">• Appel à candidatures pour recruter 6 « agents d'accueil saisonniers », Parc national des Cévennes, avril 2021
ANNEXE	
Autre fiche liée (même maître d'ouvrage ou même territoire d'application) :	<p>Fiche n°2.2 Action : Des dispositifs innovants d'accueil du public déployés au sein d'espaces naturels protégés.</p> <p>Fiche n°3.1 Action : Expérimentation de l'application de navigation routière par géolocalisation Waze au sein d'espaces naturels protégés.</p> <p>Fiche n°3.2 Action : L'application mobile citoyenne et collaborative d'informations en temps réel Mes Calanques.</p> <p>Fiche n°3.3 Action : Campagnes de sensibilisation sur les espaces naturels protégés, saison estivale 2020 et 2021.</p> <p>Fiche n°3.4 Action : Le dispositif de communication engageante du Parc naturel régional des Préalpes d'Azur.</p> <p>Fiche n°6.1 Action : La stratégie d'accueil du Parc national des Calanques.</p> <p>Fiche n°6.2 Action : Mise en œuvre de la stratégie globale d'accueil 2020-2023 du Parc national des Calanques.</p>
	Visuel
PHOTOGRAPHIE	<p>Titre 1 : Saisonniers du Parc national des Calanques mobilisés pour la saison estivale 2021</p> <p>Source : <u>Parc national des Calanques - Accueil Facebook</u></p> <p>Crédit : Parc national des Calanques</p>



Titre 2 : Les agents d'accueil de l'Office métropolitain de tourisme et des Congrès de Marseille mobilisés dans le Parc national des Calanques pour la saison estivale 2021

Source : [Théâtre, appli, stands, jauges... Le Parc des Calanques se réinvente face à la surfréquentation \(madeinmarseille.net\)](https://www.madeinmarseille.net)

Crédit : Loïs Elziere



Titre 3 : Les volontaires du tourisme encadrés par les équipes de l'Office national des forêts au cours de l'été 2020 dans le Massif de Fontainebleau pour renseigner les visiteurs.

Source : Trois volontaires opéreront cet été sur le massif de Fontainebleau, une première (onf.fr)

Crédit : Office national des forêts



Titre 4 : Des « volontaires du tourisme » mobilisé durant la saison estivale 2020 sur le Massif de Fontainebleau, Château de Fontainebleau

Source : Présentation des Volontaires du tourisme (visitparisregion.com)

Crédit : Jarry Tripelon



ILLUSTRATION

Titre 1 : Charte d'engagement des visiteurs dans le cadre du dispositif de communication engageante au sein de Parc national des Calanques

Source : Parc national des Calanques

Auteur : Parc national des Calanques

Protégé : Je m'engage !



Engagez-vous à nos côtés pour la préservation des espaces naturels :

ça commence ici dans le Parc national des Calanques !

* champs obligatoires

Mon bilan de pratiques dans le Parc national des Calanques *

	Pas encore	Parfois	Souvent	Toujours
Je ramène mes déchets dans les containers situés aux portes d'entrée du Parc national	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je ramène mes déchets chez moi afin de pratiquer le tri sélectif	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
J'utilise une gourde réutilisable	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je ramasse les déchets que je trouve autour de moi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je prévois des pique-niques et goûters en limitant les emballages	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je privilégie le fait-maison et les contenants réutilisables	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Je souhaite m'engager à améliorer ou changer un ou plusieurs gestes !

Mon engagement pour la préservation des espaces naturels dans le Parc national des Calanques

Je m'engage *

Pour moi uniquement Avec ma famille

Je m'engage à

	Parfois	Souvent	Toujours
ramener mes déchets dans les containers situés aux portes d'entrées du Parc national	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ramener mes déchets chez moi afin de pratiquer le tri sélectif	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
utiliser une gourde réutilisable	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ramasser les déchets que je trouve autour de moi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
prévoir des pique-niques et goûters en limitant les emballages	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
privilégier le fait-maison et les contenants réutilisables	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Je choisis un ou deux gestes sur lesquels je souhaite m'engager pour changer ou améliorer mes pratiques et réduire mes déchets.

Je propose mon engagement

[Revoir mes réponses page précédente](#) [Je valide mon engagement !](#)

CARTE

PLAN

Auteur

Nom : Eugénie JOLY

Etablissement : Office français de la biodiversité

Direction : Direction des aires protégées

Service : Service d'appui aux parcs nationaux et réseaux d'aires protégées

Fonction : Chargée de mission fréquentation et sports de nature

Localisation : Pérols, 34470

Sujet du stage : La fréquentation post-covid dans les espaces naturels français

Dates : stage du 8 mars au 27 août 2021 & actualisation d'octobre 2021 à mai 2022

Coordonnées : eugenie.joly@ofb.gouv.fr

LEVIER N°2	SERVICES
SOUS-LEVIER	Médiation et sensibilisation sur le terrain au sein d'espaces naturels protégés.
Fiche n°	2.2
ACTION	Dispositifs innovants de médiation et de sensibilisation déployés au sein d'espaces naturels protégés.
Sous-action	<ol style="list-style-type: none"> 1. Le Triporteur électrique du Grand Site de France de la Camargue Gardoise. 2. La Calanque Mobile 3. Le Grand Site'Info du Grand Site Falaises d'Etretat-Côte d'Albâtre 4. Le combi-van de l'Agence touristique des vallées de Gavarnie, Parc national des Pyrénées
Localisation	<p>REGION : Occitanie, Provence-Alpes-Côte d'Azur, Normandie</p> <p>DEPARTEMENT : Gard, Bouches-du-Rhône, Seine-Maritime, Pyrénées-Atlantiques</p>
Espace naturel concerné	<ul style="list-style-type: none"> • Le Grand Site de France de la Camargue Gardoise • Le Parc national des Calanques • Le Grand Site Falaises d'Etretat-Côte d'Albâtre • Le Parc national des Pyrénées
Maître d'ouvrage	<ul style="list-style-type: none"> • Le Syndicat mixte Camargue Gardoise • Le Parc national des Calanques • Le Département de Seine-Maritime • L'Agence touristique des vallées de Gavarnie (Parc national des Pyrénées)
Partenaire	<ul style="list-style-type: none"> • Le Parc national des Pyrénées
Prestataire	
Objectif	<ul style="list-style-type: none"> • Accueillir de manière innovante les publics de l'espace naturel • Informer et sensibiliser aux éco-gestes • Orienter et conseiller dans un objectif de diffusion spatiale de la fréquentation pour répartir la fréquentation et désengorger certains sites touristiques • Partager et faire connaître les richesses de l'espace naturel et le patrimoine local • Prévenir les comportements à risque des visiteurs • Gérer les conflits d'usages
Description	Afin d'aller à la rencontre des visiteurs et d'apporter une valeur ajoutée supplémentaire à leur dispositif saisonnier d'animateurs/éco-gardes/éco-

volontaires, des gestionnaires d'espaces naturels ont mis en place des dispositifs innovants d'accueil hors-murs.

1. Le Triporteur électrique du Grand Site de France de la Camargue Gardoise.

Le triporteur électrique, un vélo électrique qui transporte un caisson à l'arrière contenant des outils de communication et d'interprétation du patrimoine à destination des publics sur site (cartes du Grand Site de France, photographies des sites, longues vue) est animé par deux personnes du syndicat mixte chaque matin pendant la saison estivale. L'accueil hors-murs a été expérimenté la première fois il y a 3 ans. Le syndicat mixte a poursuivi cette démarche il y a deux ans en imaginant une identité graphique à travers un nouvel outil de médiation, le triporteur. Ce projet est né d'une volonté de développer l'éducation à l'environnement au sein du Grand Site de France de la Camargue Gardoise en partant du constat que certains visiteurs n'avaient pas l'habitude de fréquenter la nature et n'ont pas les fondamentaux pour visiter ce type de lieux.

Au-delà de sensibiliser les visiteurs sur les bons comportements à adopter, les animateurs de ce triporteur vont, en s'appuyant sur le kit de communication à disposition :

- Conseiller des lieux de découvertes
- Promouvoir des itinéraires et sites alternatifs
- Partager un moment d'échange
- Faire de la médiation : gérer les conflits d'usages

Il serait à présent intéressant pour le syndicat mixte de collaborer avec d'autres structures publiques du territoire qui ont déployé des dispositifs similaires (une médiathèque « hors-murs », un triporteur sur les plages pour la prévention des déchets).

2. La Calanque Mobile

Pour appuyer la démarche de renforcement de l'accueil des visiteurs et de sensibilisation sur le terrain pour la saison estivale 2021, dans le cadre de la mise en œuvre de la stratégie d'accueil du Parc national des Calanques, ce dernier expérimente un dispositif de véhicule itinérant. Les

animateurs du dispositif (des saisonniers) vont à la rencontre des publics au niveau des entrées principales du Parc national. Ils ont également à disposition un kit de communication et d'interprétation du patrimoine (flyers, cartes...).

Le Parc national a également fait appel à des troupes de théâtre. Elles se sont représentées pour la première fois en pleine nature au sein du Parc national pendant la saison estivale 2021. La Compagnie théâtrale Bloob a exécuté un spectacle dans l'eau aux abords de plages afin de sensibiliser les visiteurs sur la question des déchets. Le binôme Mister Yes et Mister No, échassiers de la Compagnie *l'Art à bord*, ont sensibilisé les visiteurs sur les bons gestes et bonnes pratiques à adopter en espace naturel à travers des saynètes jusqu'au 15 août. Ils se sont localisés aux entrées du Parc national à Luminy et Port-Miou.

3. Le Grand Sit'Info du Grand Site Falaises d'Etretat-Côte d'Albâtre

Le Grand Sit'Info est un véhicule itinérant expérimenté à l'initiative du Département de Seine-Maritime (gestionnaire du Grand Site) pour la première fois durant la saison estivale 2021. Cette initiative, prévue dans le programme d'actions du Grand Site, a émergé sous cette forme suite aux problématiques de fréquentation rencontrées pendant la saison estivale 2020 et exacerbées par le contexte de déconfinement. Cette camionnette vient à la rencontre du grand public (habitants et visiteurs) pour l'informer, lui faire découvrir la Démarche Grand Site, le sensibiliser aux richesses des paysages du territoire et aux bons comportements à adopter en faveur de la biodiversité. Le dispositif a le même objectif qu'une Maison de Site d'un Grand Site ou Grand Site de France mais le concept est éphémère puisqu'itinérant. Le véhicule a été mis à disposition du Département après établissement d'une convention avec le propriétaire du camion, l'EPCC Terres de Paroles. Les jours de présence dans 12 communes sur les 13 communes du Grand Site ont été répartis du 3 juillet au 19 août 2021 en privilégiant les journées d'événements comme les marchés locaux et se plaçant à des endroits stratégiques, parfois près des "Cabanes Lire à la Plage", autre action du Département à destination des habitants et des visiteurs. Un volontariat service civique a été mobilisé pour appuyer la mise en place en amont (programmation, contacts avec les communes en amont, préparation de la camionnette, ...), animer le dispositif sur site et délivrer les messages

	<p>clés d'une démarche Grand Site.</p> <p>L'animation de la maison de site a permis d'expliquer et de diffuser les nouveaux supports de communication sensibilisant à un tourisme durable : 4 flyers pour informer et accompagner le visiteur dans ces déplacements (stationnements, sites d'accueil et circuits de randonnée, transports en commun, carte synthétique), un flyer sensibilisant aux gestes à adopter pour visiter et respecter les lieux, un flyer d'avancée de la démarche Grand Site. Des films et photos sur les paysages du Grand Site ont aussi été diffusés et animés permettant de montrer la beauté et la fragilité des paysages.</p> <p>En parallèle, ces documents de communication ont aussi été mis à disposition des communes et des offices de tourisme. Ils sont en ligne sur le site internet du Grand Site.</p> <p>4. Le combi-van de l'Agence touristique des vallées de Gavarnie, Parc national des Pyrénées</p> <p>L'Agence touristique des vallées de Gavarnie a mobilisé deux saisonniers volontaires en services civiques sur le terrain missionnés de diffuser les messages de la campagne de sensibilisation du département des Pyrénées-Atlantiques « Réussir ma rando, adoptons les bons gestes dans les Pyrénées »¹⁷ pendant la période estivale 2021. Pour se faire, ils ont accueilli les visiteurs sur les parkings des sites d'accueil accompagnés d'un véhicule vintage ouvert sur le toit et aménagé avec un comptoir d'accueil. Il disposait d'outils de communication pour éduquer et sensibiliser les visiteurs : distribution du kit de sensibilisation pour la randonnée (cendrier de poche, un sac en toile de collecte des petits déchets ainsi qu'un pochon en matière végétale pour le pique-nique ou les équipements de randonnée) fournit avec un message de prévention adressé aux randonneurs, jeux éducatifs et interactifs.</p>
Cible	<ul style="list-style-type: none">• Touristes (long séjour)• Excursionnistes• Habitants
Financement	<ol style="list-style-type: none">1. Triporteur co-financé par le Syndicat Mixte de la Camargue Gardoise et par des fonds européens (le Pôle d'équilibre territorial et rural

¹⁷ Se référer à la fiche 3.4 indiquée dans le libellé « Autre fiche liée » ci-dessous.

	<p>Vidourle-Camargue (PETR) l'a aidé à obtenir des fonds du programme européen LEADER).</p> <ol style="list-style-type: none"> Budget dédié à la démarche Grand Site composé des contributions des communes, Etablissements publics de coopération intercommunal et le conseil départemental de la Seine-Maritime. Autofinancement : Parc national des Calanques. Autofinancement : Agence touristique des vallées de Gavarnie
Budget	<ul style="list-style-type: none"> Frais de personnel Location/investissement matériel Frais de créations des outils de communication <ol style="list-style-type: none"> Coût du triporteur électrique : 12 000€ d'acquisition. Coût de la Calanque mobile (pas d'information) Coût du Grand Sit'Info : <ul style="list-style-type: none"> 1 400€ de location 1 500€ de covering et de nettoyage du véhicule (prestataire externe) 6 600€ de création des supports de communication (agence de communication). Coût de l'opération de sensibilisation dans le cadre de « Réussir ma rando » (combi-van) : <ul style="list-style-type: none"> 12 000€ de dépenses pour l'opération complète sur le terrain : 11 000 € de location du véhicule, autres dépenses. Frais de personnel : 970 heures sur 2 mois soit 3,2 ETP¹⁸ sur la base de 35 heures.
Temporalité	Saison estivale 2021
Intérêt	<ul style="list-style-type: none"> Accueil personnalisé. Rencontrer le public. Valoriser les initiatives locales. Créer et faire connaître l'identité de l'espace naturel et du Grand Site (l'image qu'il veut transmettre, ses caractéristiques, qualités paysagères, richesses naturelles...).
Limite	<ul style="list-style-type: none"> Investissement important d'acquisition du matériel (véhicule, caisson) et en moyen humain (animation). Accessibilité des sites. Véhicule difficile à déplacer (vélo électrique).

¹⁸ Equivalent Temps Plein

Retombée	
<p>Bilan 2021 (action expérimentale qui prend fin après la saison estivale 2021)</p>	<p>1. Sur le Grand Site de France de la Camargue Gardoise, le triporteur électrique sillonne depuis deux ans ses chemins à la rencontre des visiteurs qui sont satisfaits par la plus-value apportée par le dispositif. Les retombées de l'expérimentation pour la saison estivale 2021 n'ont pas été analysées mais à dire d'experts (par la personne qui anime le triporteur), les visiteurs viennent facilement vers les animateurs, intrigués par ce dispositif. En termes d'impacts sur les changements de comportements, il n'y a pas plus de personnes sensibilisées mais cet outil permet de fournir un accueil de meilleure qualité. Il permet également de répartir les flux en renvoyant les visiteurs du sud (sites très fréquentés) au nord. L'animation du dispositif sera renouvelée en 2022.</p> <p>3. Sur le Grand Site Falaises d'Etretat-Côte d'Albâtre, en tout, ce sont 22 jours de présence sur les 12 communes partenaires du dispositif <i>Grand Sit'Info</i> qui ont été réalisées. En moyenne, le camion restait 3 heures sur place par site de présence, ce qui représente en tout 186 heures. Au total, l'opération comptabilise 700 personnes venues s'informer. Un bilan a été fait au sein du Département pour définir les orientations du projet qui sera renouvelé en 2022 et tirer une expérience de l'année 2021. L'objectif de ce dispositif n'est pas uniquement quantitatif mais aussi qualitatif.</p> <p>Plusieurs limites ont été identifiées en 2021 :</p> <ul style="list-style-type: none">• Une seule personne pour assurer toutes les dates, la logistique, animation pour l'année de lancement,• La météo peu favorable pendant l'été 2021 <p>Les pistes d'améliorations :</p> <ul style="list-style-type: none">• Renforcer les moyens humains sur l'animation• Développer des projets connexes à la maison de site (animation et randonnée paysage, rencontres avec des acteurs locaux, ...)• Renforcer la communication avec l'ensemble des partenaires en amont sur les réseaux sociaux, presse et sur site (affiches) <p>Les retombées sont très positives au niveau de la satisfaction des visiteurs/habitants qui ont très bien reçu cette initiative et venaient</p>

recupérer de l'information. De même, la collaboration avec les élus s'est bien déroulée avec une mobilisation générale qui naît d'une nécessité commune de faire face aux problématiques de fréquentation sur le territoire du Grand Site.

4. Pour le combi-van de l'agence touristique des Vallées de Gavarnie :

- 48 jours sur le terrain essentiellement sur la période des vacances scolaires (à 80%).
- 21 sites visités sur 9 communes (dont le Cirque de Gavarnie, le Lac d'Estaing, le plan d'Aste et le lac de Suyen).
- Avec comme objectif de toucher les familles de vacanciers ayant peu ou pas du tout d'expérience en montagne, l'agence touristique a ciblé les sites de randonnée les plus fréquentés. Finalement, un large public a été rencontré dont la demande d'information était plutôt précise. Le message de prévention était bien reçu. Autres spots de sensibilisation, le combi-van s'est placé au niveau de campings et de places de marché, zones fréquentées par les vacanciers, pour un accueil hors-les-murs.
- Origine des visiteurs touchés principalement (dans l'ordre décroissant) : Pays de la Loire, Gironde, Hautes-Pyrénées, Haute-Garonne, Vendée...)
- 2700 visiteurs sensibilisés.
- 1600 kits du randonneur distribués. Ils ont rencontré un grand succès auprès des personnes touchées notamment pour leur aspect pratique
- Sur quatre journées, l'équipe du combi-van est également intervenu auprès de structures d'accueil d'enfants afin de transmettre le message de prévention et de sensibilisation sur les thématiques de l'environnement et des risques en randonnée (150 enfants touchés).
- Retombées dans la presse quotidienne régionale et sur dans les médias télévisés locaux et nationaux.

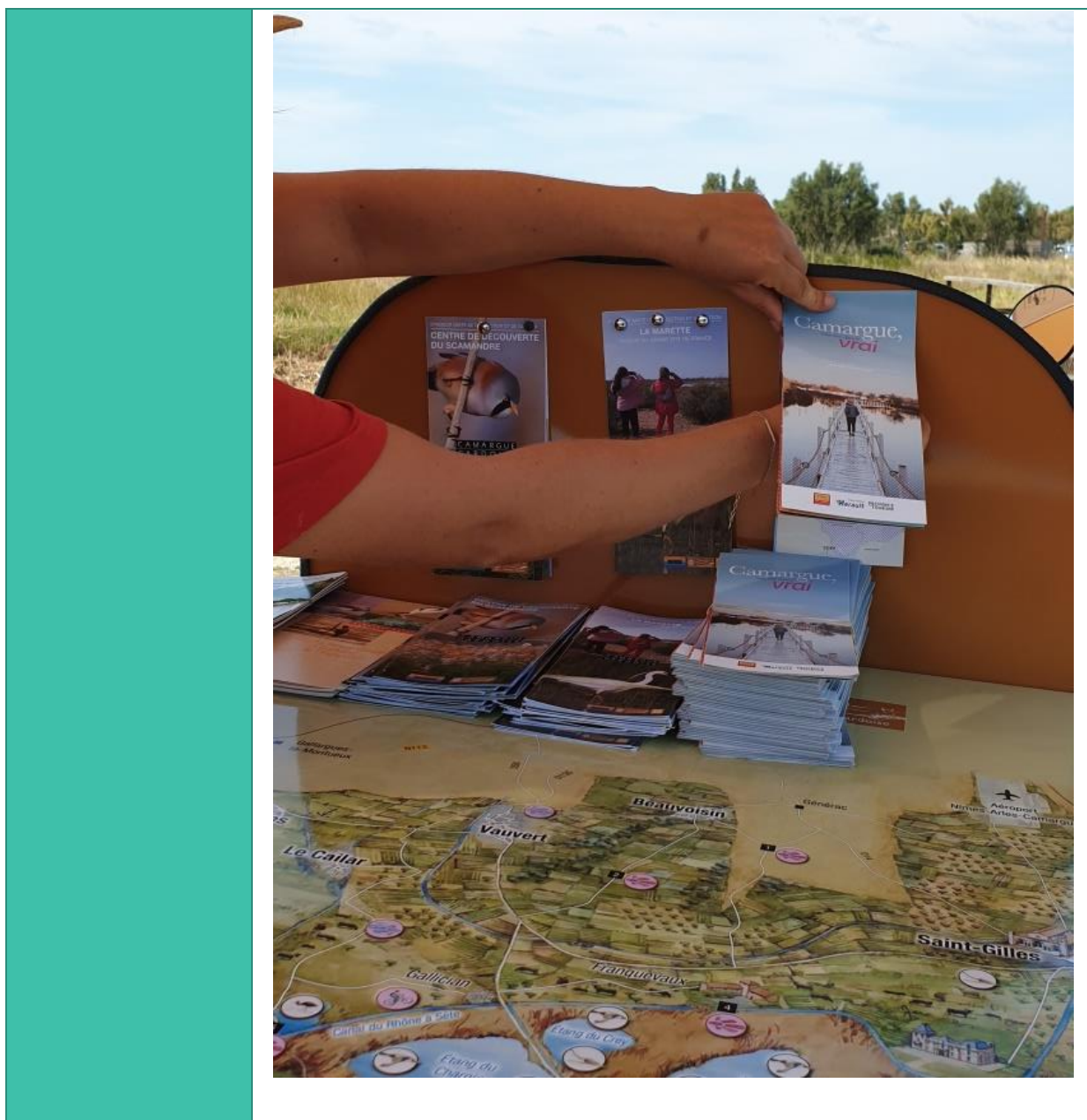
Ainsi, pour la saison estivale 2022, au vu du succès de la campagne « Réussir ma rando », la reconduite de cette dernière et du dispositif d'accueil hors-les-murs de l'agence touristique des Vallées de Gavarnie est envisagée.

Ecueil à éviter/ reproductibilité /transférabilité	<ul style="list-style-type: none">• Adapter l'outil selon l'accessibilité des sites de l'espace naturel et du grand site.• Disposer d'une ingénierie solide : dispositifs indissociables de postes dédiés et personnes formées.• Coordonner les actions avec les acteurs de l'accueil sur le territoire.
Contact	<p>Nom : Florine ESCOT Structure : Syndicat mixte Camargue Gardoise Direction : Service : Service paysage, patrimoine et écotourisme Fonction : Animatrice/gestionnaire de la Maison du Grand Site Coordonnées : escot@camarguegardoise.com</p> <p>Nom : Simon CHAMBERLIN ou Estelle CLEMENT Structure : Département de la Seine-Maritime (Grand Site de France des Falaises d'Etretat-Côte d'Albâtre) Direction : Service : Fonction : Responsable administratif et financier de l'Opération Grand Site Falaises d'Etretat-Côte d'Albâtre ; Chargée de mission Démarche Grand Site Falaises d'Etretat-Côte d'Albâtre Coordonnées : simon.chamberlin@seinemaritime.fr ; estelle.clement@seinemaritime.fr</p> <p>Nom : Alain Vincent ou Chrystel Witz Structure : Parc national des Calanques Direction : Service : Délégation à l'action territoriale Fonction : Délégué à l'Action Territoriale et Technicienne médiation territoriale Coordonnées : alain.vincent@calanques-parcnational.fr ; chrystel.witz@calanques-parcnational.fr</p> <p>Nom : Nathalie MARCOU Structure : Agence touristique des vallées de Gavarnie Direction : Service : Fonction : Directrice de l'Agence touristique des vallées de Gavarnie Coordonnées : nathalie.marcou@valleesdegavarnie.com</p>

	Source
MOT CLE	<ul style="list-style-type: none"> • Moyen mobile itinérant • Triporteur électrique • Maison de site éphémère • Calanque mobile • Accueil des publics hors-les-murs • Sensibilisation • Education à l'environnement
LIEN URL	<p>Site internet de l'espace naturel protégé ou d'un partenaire :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Site internet du Département de la Seine-Maritime : Démarche Grand Site Falaises d'Etretat - Côte d'Albâtre - Département de la Seine-Maritime (seinemaritime.fr) : en bas de page, retrouvez le flyer « Bons gestes », les différents guides pratiques (liens à télécharger) • Site internet « Réussir ma rando » : Réussir ma rando dans le 64 Béarn Pyrénées Pays basque (reussirmarando.com) <p>Articles de presse en ligne :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Opération de sensibilisation des vallées de Gavarnie : Parc National des Pyrénées - Campagne de sensibilisation "Réussir ma rando" - La Semaine des Pyrénées (lasemainedespyrenees.fr) <p>Autres :</p>
DOCUMENT	(Documents disponibles sur demande)
ANNEXE	
Autre fiche liée (même maître d'ouvrage ou même territoire d'application) :	<p>Fiche n°2.1 Action : Mobilisation de personnel sur les sites touristiques au sein d'espaces naturels protégés.</p> <p>Fiche n°3.3 Action : Campagnes de sensibilisation sur les espaces naturels protégés, saison estivale 2020 et 2021.</p>

	<p>Fiche n°3.4 Action : Le dispositif de communication engageante du Parc naturel régional des Préalpes d'Azur.</p> <p>Fiche n°6.1 Action : La stratégie d'accueil du Parc national des Calanques.</p> <p>Fiche n°6.2 Action : Mise en œuvre de la stratégie globale d'accueil 2020-2023 du Parc national des Calanques.</p>
Visuel	
PHOTOGRAPHIE	<p>Titre 1 : Le triporteur électrique à la rencontre des visiteurs sur le Grand Site de France de la Camargue Gardoise.</p> <p>Source : Syndicat mixte Camargue Gardoise</p> <p>Crédits : Syndicat mixte Camargue Gardoise</p>









Titre 2 : Le Grand Site'Info du Grand Site Falaises d'Etretat-Côte d'Albâtre.

Source : [DémarCHE Grand Site Falaises d'Etretat - Côte d'Albâtre - Département de la Seine-Maritime \(seinemaritime.fr\)](https://www.seinemaritime.fr)

Crédit : Département de la Seine-Maritime



Titre 3 : La Calanque mobile, nouveau dispositif de sensibilisation du

public au sein du Parc national des Calanques.

Source : [Théâtre, appli, stands, jauges... Le Parc des Calanques se réinvente face à la surfréquentation \(madeinmarseille.net\)](#)

Crédit : Lois Elziere



Titre 4 : La Calanque mobile part à la rencontre des visiteurs du Parc national des Calanques.

Source : [Marseille : C'est nouveau, l'application du parc informe en temps réel de l'affluence dans les Calanques \(20minutes.fr\)](#)

Crédit : C. Delabroy



Titre 5 : Le binôme Mister Yes et Mister No, échassiers de la Compagnie l'Art à bord.

Source : Parc national des Calanques

Crédit : Parc national des Calanques



Titre 6 : La compagnie théâtrale Bloob.

Source : Parc national des Calanques

Crédit : Parc national des Calanques



Titre 5 : Accueil du public sur les sites de départ de randonnée du Parc national des Pyrénées.

Source : [Parc National des Pyrénées - Campagne de sensibilisation "Réussir ma rando" - La Semaine des Pyrénées \(lasemainedespyrenees.fr\)](#)

Crédit : La Semaine des Pyrénées



Titre 6 : Accueil du public par le combi-van de l'ATVG sur les marchés et campings.

Source : Agence touristique des Vallées de Gavarnie

Crédit : Vallées de Gavarnie Pyrénées



Titre 7 : Organisation d'une journée de ramassage des déchets dans le cadre de l'opération de sensibilisation de l'agence touristique des Vallées de Gavarnie, Parc national des Pyrénées.

Source : Agence touristique des Vallées de Gavarnie

Crédit : Vallées de Gavarnie Pyrénées



Titre 1 : Flyer « Bons gestes » distribué au grand public, Grand Sit'Info du Grand Site Falaises d'Etretat-Côte d'Albâtre.

Source : [DémarCHE Grand Site Falaises d'Etretat - Côte d'Albâtre - Département de la Seine-Maritime \(seinemaritime.fr\)](https://www.demarche-grand-site-falaises-d-etretat-cote-d-albatre.fr)

Crédit : Département de la Seine-Maritime

ILLUSTRATION



Titre 2 : Sites visités par le combi-van de l'ATVG, Parc national des Pyrénées.

Source : Agence touristique des Vallées de Gavarnie
Crédit : Vallées de Gavarnie Pyrénées



<p>CARTE</p>	<p>Titre 1 : Source : Auteur :</p>
<p>PLAN</p>	<p>Titre 1 : Source : Auteur :</p>
<p>Auteur</p>	<p>Nom : Eugénie JOLY Etablissement : Office français de la biodiversité</p>

Direction : Direction des aires protégées
Service : Service d'appui aux parcs nationaux et réseaux d'aires protégées
Fonction : Chargée de mission fréquentation et sports de nature
Localisation : Pérols, 34470
Sujet du stage : La fréquentation post-covid dans les espaces naturels français
Dates : stage du 8 mars au 27 août 2021 & actualisation d'octobre 2021 à mai 2022
Coordonnées : eugenie.joly@ofb.gouv.fr

LEVIER N°2	SERVICES
SOUS-LEVIER	Modes d'accès alternatifs à la voiture au sein d'espaces naturels protégés
Fiche n°	2.3
ACTION	Développement des modes d'accès alternatifs à la voiture au sein du Parc naturel régional du Massif des Bauges.
Sous-action	Mise en place de navettes d'accès aux pôles majeurs dans le Parc naturel régional du Massif des Bauges
Localisation	REGION : Auvergne-Rhône-Alpes DEPARTEMENT : Savoie, Haute-Savoie
Espace naturel concerné	<ul style="list-style-type: none"> • Parc naturel régional du Massif des Bauges
Maître d'ouvrage	<ul style="list-style-type: none"> • Parc naturel régional du Massif des Bauges
Partenaire	<ul style="list-style-type: none"> • L'Union Européenne • L'Etat • La Région Auvergne-Rhône-Alpes • Agence nationale de cohésion territoriale • Les départements de Savoie et de Haute-Savoie • Les 7 établissements publics intercommunaux : Communautés de communes (Autorités organisatrices des transports publics) • Les offices de tourisme • Agence Ecomobilité Savoie Mont-Blanc (société publique locale)
Prestataire	
Objectif	<ul style="list-style-type: none"> • Gérer les pics de fréquentation en temps réel • A partir des retours d'expériences, pouvoir améliorer le service de navettes actuel • Expérimenter de nouvelles offres de navettes ou d'accès aux sites de loisirs afin de répondre aux besoins à la fois des touristes, excursionnistes et des résidents. • Inciter les excursionnistes, voyageurs, habitants à diminuer l'utilisation de leur voiture individuelle • Améliorer l'accueil des visiteurs et leur expérience de visite • Réduire la pression automobile
Description	CONTEXTE

Cette opération est envisagée dans le cadre de la nouvelle candidature du Parc naturel régional du Massif des Bauges au dispositif Espace Valléen et s'inscrit dans l'axe stratégique 3 visant à « concilier la diversité des usages » du plan d'actions 2021-2027.

Afin de proposer des solutions cohérentes, le Parc naturel régional s'est appuyé sur un diagnostic de la mobilité sur le territoire, réalisé en 2013 par un cabinet conseil et ingénierie en développement durable. Cette étude met en avant que le principal moyen de déplacement sur le territoire est la voiture individuelle tandis que les offres de transports collectifs et les autres solutions alternatives à la voiture sont faibles.

Pour pallier à ces déficits de transports, des orientations d'actions émergent de ce diagnostic :

- Mettre au point des offres innovantes d'accès aux sites de loisirs pour les habitants/excursionnistes : offres de transport privé depuis le point de départ ou d'arrivée, l'organisation d'une rupture de charge avec une navette finale.
- Réfléchir à une offre de vacances sans voiture pour les touristes.

PROJET


Ce projet vise donc à expérimenter la mise en place de navettes d'accès aux pôles majeurs dans le Massif des Bauges, sur des zones non desservies actuellement. L'objectif est aussi de faire un retour d'expériences sur l'usage des navettes actuelles et leur pérennité. (A noter que cette action n'est pas prioritaire dans le plan d'actions Espace Valléen). Les établissements publics intercommunaux du territoire du massif des Bauges (compétentes sur les transports publics) travaillent sur cet axe en multipliant les navettes estivales et hivernales vers les sites touristiques majeurs, stations, sites touristiques patrimoniaux... Il serait intéressant d'approfondir la réflexion autour d'une offre multi-usagers (une offre intéressant à la fois l'habitant, l'excursionniste et le touriste).

Deux propositions évoquées dans l'opération pour une possible mise

	<p>en œuvre en 2022 ou dans les années à venir sont en cours de réflexion :</p> <ul style="list-style-type: none"> • La mise en place d'une navette de délestage hivernale du parking de la station de ski de la Sambuy (départ du village en contrebas). • La mise en place d'une navette autonome dans le vallon de Bellevaux. <p>D'autre part, cette action est liée à une opération de communication prévue dans le plan d'action de l'espace valléen. Elle a pour objectif de développer une stratégie de communication qui s'inscrit dans la démarche « En Bauges sans ma voiture » et qui vise à communiquer auprès des différentes cibles (excursionnistes, habitants et touristes) les solutions de mobilité alternatives à la voiture individuelle.</p>
Cible	<ul style="list-style-type: none"> • Les visiteurs • Les habitants
Financement	<p>Le projet est soutenu financièrement dans le cadre du programme Espace Valléen à travers des fonds européens, nationaux et régionaux :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crédits européens du Fonds européens de développement régional (FEDER) dans le cadre du Programme opérationnel interrégional Massif Alpin (FEDER-POIA) : 30 000€ • Crédits de la Convention interrégionale du Massif des Alpes (CIMA) : 30 000€ (dont subventions de l'Etat à travers le Fonds national d'aménagement et de développement du territoire (FNADT)) • La Région Auvergne-Rhône-Alpes : 30 000€ <p>Autres financements :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Autofinancement par le Parc naturel régional du Massif des Bauges : 60 000€
Budget	<p>Le coût représente 150 000€ dont :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les prestations des navettes ou investissements : 140 000€ • La communication : 10 000€
Temporalité	2024 – 2027 (dates prévisionnelles)
Intérêt	<ul style="list-style-type: none"> • Service à destination à la fois des visiteurs et des habitants qui vise à développer la mobilité sur le territoire et réguler l'utilisation globale de la voiture.

	<ul style="list-style-type: none"> • Appui financier des partenaires.
Limite	<ul style="list-style-type: none"> • Le projet n'est pas prioritaire et peu avancé. • La station de La Sambuy n'a pas les moyens techniques et financiers d'aménager un parking de délestage pour réduire la saturation du parking de la station au sommet, équipement qui pourrait renforcer l'efficacité du service de navette. • Réussir à créer une offre multi-usagers pérenne.
Retombée	
Bilan 2021 (action expérimentale qui prend fin après la saison estivale 2021)	
Ecueil à éviter/ reproductibilité /transférabilité	<ul style="list-style-type: none"> • Prendre en compte les conditions d'accessibilité en navette du territoire. • Fonds externes à mobiliser. • S'engager sur une démarche sur le long terme.
Contact	<p>Nom : Benoît TIBERGHIEU Structure : Syndicat mixte du Parc naturel régional du Massif des Bauges Direction : Service : Fonction : Chargé de mission randonnée, signalétique, relations avec les offices de tourisme Coordonnées : b.tiberghien@parcdesbauges.com</p> <p>Nom : Sarah GILLET Structure : Syndicat mixte du Parc naturel régional du Massif des Bauges Direction : Service : Fonction : Chargée de mission mobilité et énergie Coordonnées : s.gillet@parcdesbauges.com</p>
Source	
MOT CLE	<ul style="list-style-type: none"> • Accessibilité

	<ul style="list-style-type: none"> • Mode de déplacement doux • Alternative à la voiture • Navette de délestage • Navette autonome • Pôles majeurs • Offre multi-usagers
LIEN URL	<p>Site internet de l'espace naturel protégé ou d'un partenaire :</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>L'espace valléen du massif des Bauges en marche ! : Actualités (parcdesbauges.com)</i> • <i>Programme européen Espace Valléen - Provence Alpes Agglomération</i> <p>Articles de presse en ligne :</p> <p>Autres :</p>
DOCUMENT	<p>(Documents disponibles sur demande)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Appel à candidature Espaces Valléens, candidature 2021-2027
ANNEXE	
Autre fiche liée (même maître d'ouvrage ou même territoire d'application) :	<p>Fiche n°1.1 Action : L'aménagement des sites naturels touristiques sensibles identifiés sur le Massif des Bauges.</p> <p>Fiche n°2.1 Action : Mobilisation de personnel sur les sites touristiques au sein d'espaces naturels protégés.</p>
Visuel	
PHOTOGRAPHIE	<p>Titre 1 : Station de La Sambuy</p> <p>Source : Parc naturel régional du Massif des Bauges</p> <p>Crédit : Parc naturel régional du Massif des Bauges</p>

	
<p>ILLUSTRATION</p>	<p>Titre 1 : Source : Auteur :</p>
<p>CARTE</p>	<p>Titre 1 : Source : Auteur :</p>
<p>PLAN</p>	<p>Titre 1 : Source : Auteur :</p>
<p>Auteur</p>	<p>Nom : Eugénie JOLY Etablissement : Office français de la biodiversité Direction : Direction des aires protégées Service : Service d'appui aux parcs nationaux et réseaux d'aires protégées Fonction : Chargée de mission fréquentation et sports de nature Localisation : Pérols, 34470 Sujet du stage : La fréquentation post-covid dans les espaces naturels français Dates : stage du 8 mars au 27 août 2021 & actualisation d'octobre 2021 à mai 2022 Coordonnées : eugenie.joly@ofb.gouv.fr</p>

LEVIER N°2	SERVICES
SOUS-LEVIER	Modes d'accès alternatifs à la voiture au sein d'espaces naturels protégés.
Fiche n°	2.4
ACTION	Déploiement d'un service de navette gratuit sur le Grand Site de France du Cirque de Navacelles
Sous-action	
Localisation	REGION : Occitanie DEPARTEMENT : Gard, Hérault
Espace naturel concerné	<ul style="list-style-type: none"> • Grand Site de France du Cirque de Navacelles
Maître d'ouvrage	<ul style="list-style-type: none"> • La Région Occitanie
Partenaire	<ul style="list-style-type: none"> • Syndicat mixte du Grand Site de France du Cirque de Navacelles • Départements du Gard et de l'Hérault
Prestataire	
Objectif	<ul style="list-style-type: none"> • Limiter les saturations sur la route, sur les parkings et les stationnements sauvages • Favoriser les modes de déplacements alternatifs à la voiture • Inciter les automobilistes à se garer en amont du site emblématique du Cirque de Navacelles sur les parkings de délestage
Description	<p>Cette initiative s'inscrit dans le cadre de la mise en œuvre du plan de circulation sur le Grand Site par le Syndicat mixte, un projet de régulation de la circulation par le réaménagement des accès et des zones de stationnements.</p> <p>Le service de navette payant a été expérimenté pour la première fois en 2012 sur 3 jours puis sur 6 semaines par le département du Gard dans le cadre de l'extension d'une ligne existante seulement sur le versant du Gard. En 2017, le service a été complété par une navette gratuite sur le versant héraultais par le département de l'Hérault.</p> <p>En 2018, la compétence transport passe du Département à la Région. Depuis 2020 (et en 2021), une seule navette gratuite affrétée par la région Occitanie dessert 5 arrêts du Grand Site de juillet à août. Cette navette est accessible aux personnes à mobilité réduite (sur demande</p>

	<p>auprès des chauffeurs). Les visiteurs peuvent se garer sur les parkings des belvédères de 50 places environ (les parkings aménagés appartiennent aux communautés de communes de part et d'autre). A proximité du belvédère de Blandas du côté gardois uniquement, il existe également des parkings de délestage sur des terrains appartenant au département (acquisition au titre de gestionnaire des ENS) : un parking de 40 places environ est ouvert en permanence ; d'autres parkings de 100 places seront ouverts prochainement, potentiellement pour la saison estivale 2022. A partir de ce(s) parking(s), les visiteurs peuvent emprunter la navette gratuite qui dessert de bout en bout les deux belvédères et les amène sur le site du Cirque de Navacelles.</p> <p>Pour améliorer ce service, des quais-navettes adaptés aux personnes à mobilité réduite seront aménagés.</p> <p>Les autres modes de déplacement privilégiés sont la marche à pied et le vélo électrique : le syndicat mixte du Grand Site va prochainement équiper le site de 35 bornes de recharge, 2 stations de lavage et un éco-compteur vélo-piéton sur 7 zones mais il n'y a pas de location possible de vélo sur le site.</p>
Cible	<ul style="list-style-type: none"> • Les visiteurs
Financement	<ul style="list-style-type: none"> • La Région Occitanie : dans le cadre des fonds dédiés aux labels Grands Sites d'Occitanie.
Budget	
Temporalité	Expérimentation depuis 2020
Intérêt	<ul style="list-style-type: none"> • Pallier à l'accès difficile par la route à certains sites (Cirque de Navacelles) pour les automobilistes • Réduire les saturations sur la route et sur les parkings
Limite	<ul style="list-style-type: none"> • Le service peut entraîner de l'attente pour les passagers la navette peut transporter 8 personnes par trajet mais la fréquence des trajets a été augmentée.
Retombée	
Bilan 2021 (action expérimentale qui	En 2020, la navette a transporté plus de 10 700 passagers, ce qui représente environ 4 300 véhicules. En 2021, ce sont 14 347 usagers qui l'ont empruntée avec 4 véhicules en services en simultanée.

**prend fin après la
saison estivale
2021)**

Un questionnaire de satisfaction papier a également été administré aux passagers sur le service de navette en juillet et août 2021. Les chauffeurs et les écovolontaires ont distribué le document. En tout, 288 questionnaires ont été complétés représentant plus de 900 usagers.

D'après les réponses, les usagers ont connu le service de navette principalement via le site internet du Grand Site mais aussi sur place par les panneaux informationnels et le personnel d'accueil.

Il a également permis de mettre en évidence les journées de forte affluence sur les parkings corrélées à une forte fréquentation des navettes les deux premières semaines d'août. Le Grand Site de France a pu mesurer que cette initiative permettrait de diminuer de 20 à 40% le nombre de voitures en cœur de site, lors des pics de fréquentation. En effet, la majorité des utilisateurs du service viennent en voiture ou camping-car/véhicule aménagé et se déplace en navette entre les belvédères.

L'enquête permet de mettre en évidence les bons retours des visiteurs :

- Qualité du service satisfaisant à environ 97%
- Horaires satisfaisant à environ 90%

Cependant, il a été mis en évidence certains points négatifs :

- le temps d'attente un peu long surtout en fin de journée avec de forte affluence sur le service.
- L'horaire de la dernière navette le soir est trop tôt.
- L'interruption de 12h30/13h30.
- Les quais navette pourraient gagner en confort.

Ainsi, le Syndicat mixte travaille à l'amélioration du service :

- Augmenter la fréquence de passage des navettes.
- Etendre les horaires en fin de journée pour pallier aux pics de fréquentation du service à partir de 17h (à noter que les horaires de la navette ont été modifiés début août pour démarrer plus tard le matin (10h15 au lieu de 9h45) et finir plus tard le soir (18h30 à la place de 18h).
- Expérimenter le service en week-end sur les ailes de saison.
- Faire évoluer techniquement le dispositif : gabarit, feux, lisibilité

	<p>et confort quai navettes (suggestion par les usagers d'ajouter un banc ou un abribus ; création de deux files distinctes en fonction de la destination).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proposer de nouveaux arrêts. • Intensifier la communication par le Syndicat mixte mais aussi les partenaires et notamment les mairies qui peuvent être de bons relais auprès des habitants, des campings/lieux d'accueil/restaurants/hébergeurs qui sont des relais d'information auprès des visiteurs. <p>Le travail est en cours avec les partenaires : Région, service des routes du Département de l'Hérault, transporteur...</p>
<p>Ecueil à éviter/ reproductibilité /transférabilité</p>	
<p>Contact</p>	<p>Nom : Caroline SALAUN Structure : Directrice du Syndicat Mixte du Grand Site de France du Cirque de Navacelles Direction : Service : Fonction : Coordonnées : csalaun@cirquenavacelles.com</p>
<p>Source</p>	
<p>MOT CLE</p>	
<p>LIEN URL</p>	<p>Site internet de l'espace naturel protégé ou d'un partenaire :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les navettes gratuites du Grand Site de France du Cirque de Navacelles - Grand Site du Cirque de Navacelles (cirquenavacelles.com) • Communiqué de presse Les navettes gratuites du Grand Site de France du Cirque de Navacelles : Pour une découverte de qualité du site en préservant l'esprit des lieux, 24/06/2021 : CP- Les-navettes-gratuites-du-Grand-Site-de-France-du-Cirque-de-Navacelles.pdf (cirquenavacelles.com) <p>Articles de presse en ligne :</p> <p>Autres :</p>
<p>DOCUMENT</p>	<p>(Documents disponibles sur demande)</p>

ANNEXE	
Autre fiche liée (même maître d'ouvrage ou même territoire d'application) :	Fiche n°2.3 Action : Développement des modes d'accès alternatifs à la voiture au sein du Parc naturel régional du Massif des Bauges.
Visuel	
PHOTOGRAPHIE	Titre 1 : Source : Crédit :
ILLUSTRATION	Titre 1 : Source : Auteur :
CARTE	<p>Titre 1 : Les arrêts desservis par la navette gratuite du Grand Site de France du Cirque de Navacelles.</p> <p>Source : Syndicat mixte du Grand Site de France du Cirque de Navacelles</p> <p>Crédit : Syndicat mixte du Grand Site de France du Cirque de Navacelles</p> <div style="display: flex; align-items: flex-start;"> <div style="width: 25%; padding-right: 10px;"> <ol style="list-style-type: none"> 1 Les Belvédères de Blandas 2 Le parking des Moulins de la Foux 3 Le parking du Pont submersible 4 Le hameau de Navacelles 5 Le Belvédère de la Baume Auriol </div>  </div>

PLAN	Titre 1 : Source : Auteur :
Auteur	Nom : Eugénie JOLY Etablissement : Office français de la biodiversité Direction : Direction des aires protégées Service : Service d'appui aux parcs nationaux et réseaux d'aires protégées Fonction : Chargée de mission fréquentation et sports de nature Localisation : Pérols, 34470 Sujet du stage : La fréquentation post-covid dans les espaces naturels français Dates : stage du 8 mars au 27 août 2021 & actualisation d'octobre 2021 à mai 2022 Coordonnées : eugenie.joly@ofb.gouv.fr

LEVIER N°3		COMMUNICATION	
Sous-levier	Nouvelles technologies d'information en temps réel au sein d'espaces naturels protégés		
FICHE N°3.1	Expérimentation de l'application de navigation routière par géolocalisation Waze au sein d'espaces naturels protégés.		
FICHE N°3.2	L'application mobile citoyenne et collaborative d'informations en temps réel Mes Calanques.		
Sous-levier	Sensibilisation du grand public au sein d'espaces naturels protégés		
FICHE N°3.3	Campagnes de sensibilisation sur les espaces naturels protégés, saison estivale 2020-2021.		
FICHE N°3.4	L'expérimentation du dispositif de communication engageante du Parc naturel régional des Préalpes d'Azur.		
Sous-levier	Formation des partenaires au sein d'espaces naturels protégés		
FICHE N°3.5	Accompagnement et formation des opérateurs d'activités nautiques et littorales au sein du Parc naturel marin de l'Estuaire de la Gironde et de la mer des Pertuis.		
Sous-levier	Montage d'offres au sein d'espaces naturels protégés		
FICHE N°3.6	Etude marketing sur l'offre des Parcs naturels régionaux d'Auvergne-Rhône-Alpes.		

LEVIER N°3		COMMUNICATION
SOUS-LEVIER	Nouvelles technologies d'information en temps réel au sein d'espaces naturels protégés.	
Fiche n°	3.1	
ACTION	Expérimentation de l'application de navigation routière par géolocalisation Waze au sein d'espaces naturels protégés.	
Sous-action		
Localisation	REGION : Provence-Alpes-Côte-d'Azur DEPARTEMENT :	
Espace naturel concerné	<ul style="list-style-type: none"> • Le Parc national du Mercantour - Lac d'Allos • Le Parc national de Port-Cros – Tour-Fondue, Pointe des Chevaliers, La Capte • Le Parc national des Calanques et l'Office métropolitain du tourisme et des Congrès de Marseille – Luminy, littoral Sud • Le Parc naturel régional du Verdon – sentier Blanc Martel • Le Parc naturel régional des Préalpes d'Azur - Gorges du Loup, Baou de Saint-Jeannet, Col de Vence • Le Parc naturel régional d'Alpilles - Lac de Peirou - La Caume - Les Caisses de Jean Jean • Le Parc naturel régional de la Sainte-Baume – site des sources de l'Huveaune 	
Maître d'ouvrage	Pilotage confié par la Région Sud (Provence Alpes Côte d'Azur) au Comité régional de tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur	
Partenaire	<ul style="list-style-type: none"> • L'opérateur Waze : partenariat payant de client (Comité régional de tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur) à fournisseur (CI Média, agence régisseuse publicité pour WAZE). • Signature d'une convention entre les Parcs concernés et le Comité régional de tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur. • La société de régie publicitaire CI-Média (partenaire de Waze) assure le lien entre l'opérateur Waze et les espaces naturels protégés partenaires et le CRT afin de personnaliser chaque campagne pour qu'elle corresponde à la réalité et aux attentes sur le terrain. Elle a notamment créé une animation sous forme de film qui décrit le dispositif. 	
Prestataire		

Objectif	<ul style="list-style-type: none">• Gérer en temps réel les problématiques liées à la fréquentation ponctuelle• Décongestionner des sites/parkings• Eviter les embouteillages• Rédiriger les visiteurs vers des sites moins fréquentés• Favoriser les solutions alternatives à la voiture• Sensibiliser les visiteurs à fragilité de ces milieux
Description	<p>CONTEXTE</p> <p>Dans le cadre de l'axe 3 de son Contrat de filière écotourisme relatif à la gestion des flux, la Région Sud confie le pilotage d'actions à d'autres structures. En ce sens, le Comité régional du tourisme de Provence-Alpes-Côte d'Azur a expérimenté durant la saison estivale 2020 la gestion des flux en temps réel au sein d'espaces naturels par un partenariat payant avec le site leader de la navigation GPS, WAZE. Ce dispositif a été testé sur 4 sites l'an dernier : la plage Saint Julien et le sentier Blanc Martel dans le Verdon, le sentier des Ogres de Roussillon et le Colorado provençal dans le Luberon avec respectivement un scénario chacun. Le Comité régional de tourisme de la Région Sud expérimente de nouveau ce dispositif pour la saison estivale 2021 dans plusieurs parcs nationaux et régionaux en région Provence-Alpes-Côte d'Azur.</p> <p>Chaque parc a créé un scénario le plus adapté possible aux problématiques de fréquentation du site pilote, défini un périmètre et l'a soumis à l'opérateur Waze :</p> <ul style="list-style-type: none">• Alerte des saturations de sites• Proposition d'emprunter des solutions de mobilités alternatives à la voiture• Proposition de se garer sur un parking-relai• Proposition de se rendre sur un site alternatif• Sensibilisation des visiteurs à leur présence dans un parc naturel qu'il convient de préserver <p>Les espaces naturels peuvent agir de 2 façons pour enclencher les messages aux automobilistes. D'une part, ils peuvent modéliser les pics de fréquentation en déterminant en amont les jours et horaires adaptés pour diffuser les messages à partir de leur connaissance de terrain. D'autre part, ils peuvent prévenir en temps réel Waze et CI-Média</p>

lorsque leur site pilote, les voies d'accès et les parkings (selon leur scénario) atteignent leur pic de fréquentation et ces derniers enclenchent des messages d'informations aux utilisateurs se trouvant à proximité de la zone définie pour l'expérimentation.

Les outils pour enclencher des messages :

- Référencement des *Pin's* (pictogrammes) qui défilent sur le fond de carte Waze
- *Take Over* : messages déclenchés dès que les automobilistes se retrouvent en situation d'arrêt plus de 4 secondes. Dans un rayon défini par l'espace naturel, une bannière s'affiche et diffuse un message.
- *Search* (recherche sponsorisée): sur une recherche donnée, il permet de faire apparaître votre marque sur votre propre nom ou des requêtes plus génériques.

DESCRIPTION DE 2 EXPERIMENTATIONS DE LA SAISON ESTIVALE 2021

1. Parc national de Port-Cros

Le but est de décongestionner les routes et parkings et de communiquer sur les alternatives à la voiture sur la Presqu'île de Giens au niveau de la Tour-Fondue où se trouve la navette maritime pour se rendre sur l'île de Porquerolles. En ce sens, différentes campagnes de messages par *Pin's* et *Takeover* vont être menées.

L'application informe sur la possibilité de se garer en amont sur les 3 parkings (parking-relais de l'Arromanche, parking de la Badine, parking du marché de Giens) plutôt qu'au parking de la Tour-Fondue régulièrement saturé. Pour cela, un *Pin's* « P » pour « Parking » s'affiche quand on se trouve à proximité de la zone de stationnement. En cliquant dessus, le parking s'affiche et un message nous encourage à nous garer en amont en raison de saturation au niveau de la Tour-Fondue avec une indication sur la possibilité d'emprunter le bus pour finir le trajet. Autres outils utilisés dans le cadre des campagnes par *Pin's*, le *Search Ads* qui permet d'afficher des résultats sponsorisés aux wazers lorsqu'ils utilisent cette fonctionnalité pour rechercher des parkings. La recherche sponsorisée affichera automatiquement en top

des propositions les parkings-relais et le bouton Call To Action (SAUVEGARDER) qui permet au wazer d'enregistrer la bannière dans son espace personnel. S'il clique sur la fiche info (le « i » à côté du bouton), des informations sur les bus à disposition s'afficheront (par exemple le lien vers les horaires du bus). Enfin, un takeover est aussi mis en place en amont du parking de la Tour Fondu pour inciter les visiteurs à se garer sur des parkings alternatifs.

2. Parc national du Mercantour

Afin de faire respecter le seuil maximal de fréquentation du Lac d'Allos évalué à 750 visiteurs par jour, le dispositif Waze sera testé pour canaliser les visiteurs sur ce site. Les automobilistes se dirigeant au lac seront informés en cas de forte affluence sur la route d'accès et à 10km à la ronde en cas de saturation du parking du Laus (parking du Lac d'Allos) et une bannière s'affichant sur l'application leur recommandera de se garer au village d'Allos. Les visiteurs seront invités également à contacter l'office de tourisme pour découvrir une nouvelle randonnée. A noter qu'en raison d'une fréquentation moins importante que prévue, au cours de l'été 2021, sur le site du lac d'Allos, une campagne complémentaire de sensibilisation des visiteurs – menées à partir des impressions non consommées – a été menée début août.

Plusieurs niveaux de communication à travers l'application :

Pour la saison estivale 2021, le Comité régional de tourisme Provence-Alpes Côte d'Azur a lancé une campagne de communication générique #OnaTousBesoinduSud dont un volet est dédié à la sensibilisation des visiteurs des espaces naturels protégés.

Ces messages sont diffusés au travers de différents leviers de communication. Parmi eux, le partenariat avec WAZE. En effet, en complément des expérimentations décrites ci-dessus au sein des espaces naturels protégés partenaires, le message #OnaTousBesoindeNature de la campagne de sensibilisation est relayé via l'application Waze au sein du Parc national du Mercantour et des Parcs naturels régionaux des Alpilles, de Camargue, du Luberon, du Mont-Ventoux et de la Sainte-Baume : « Vous êtes dans le Parc naturel régional de... Suivre les conseils, c'est préserver les espaces naturels protégés ». Ces campagnes sont menées tout l'été pendant les week-ends de forte affluence afin de faire prendre conscience aux visiteurs

	qui utilisent l'application Waze de la sensibilité des Parcs naturels qu'ils traversent.
Cible	<ul style="list-style-type: none"> Automobilistes utilisateurs de l'application Waze
Financement	Chaque parc naturel et le Comité régional du tourisme de Provence-Alpes-Côte d'Azur se partagent le montant de la redevance à l'opérateur Waze à hauteur de 50% respectivement.
Budget	<p>Le modèle économique de Waze est le modèle à l'impression (nombre d'affichages sur mobile).</p> <p>Le budget global pour chaque Parc est calculé sur le nombre de lancement d'impressions (Pin's, Take Over...).</p>
Temporalité	<ul style="list-style-type: none"> Saison estivale 2021
Intérêt	<ul style="list-style-type: none"> Waze représente 15 millions d'utilisateurs en France en août 2020 et la région Provence-Alpes-Côte-d'Azur est la deuxième région la plus touristique après l'Ile-de-France. Ce dispositif permet de prévenir des visiteurs en temps réel de saturation de sites/parkings et d'influencer leurs comportements sans être dans la répression. Le dispositif permet également d'améliorer l'expérience des visiteurs/automobilistes et faciliter le travail des agents d'accueil sur les sites ou les parkings en évitant en amont les pics de fréquentation.
Limite	<ul style="list-style-type: none"> Il peut être difficile d'évaluer les retombées réelles de ces expérimentations, mesurer l'influence de ces messages sur les comportements. Le scénario doit répondre aux besoins du site. La proposition faite à l'automobiliste ne doit pas être trop éloignée de son intention de départ. L'expérience vécue doit être proche de l'expérience souhaitée. Tous les visiteurs n'utilisent pas cette application et il n'y a pas toujours une bonne couverture réseau sur les territoires concernés. De plus, le report de flux vers d'autres sites implique une réelle approche de terrain pour concerter les parties-prenantes.
Retombée	Les résultats de la première expérimentation menée au cours de la saison estivale 2020 sur les quatre sites pilotes révèlent que 325 000 conducteurs ont été touchés par ce dispositif et 28 000 navigations vers les solutions alternatives ont été provoquées à la suite de

	<p>l'exposition aux messages selon le Comité régional du tourisme de Provence-Alpes-Côte d'Azur, même s'il a conscience que le dispositif ne résoudra pas toutes les problématiques liées aux pics de fréquentation.</p>
<p>Bilan 2021 (action expérimentale qui prend fin après la saison estivale 2021)</p>	<p>Le bilan de l'expérimentation du dispositif d'information en temps réel avec l'application Waze est positif. Des pistes d'améliorations ont été formulées à Waze par le CRT car l'expérimentation est renouvelée pour les 10 territoires durant la saison estivale 2022.</p> <p>Pour exemple, le Parc national de Port-Cros a publié 200 000 posts pour inciter les automobilistes à utiliser le parking de l'Arromanche.</p> <p>A ce jour, l'expérimentation pourrait s'ouvrir à la région Occitanie qui est intéressée par ce dispositif.</p>
<p>Ecueil à éviter/ reproductibilité /transférabilité</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 3 critères de réussite : la parfaite connaissance du terrain pour proposer des solutions alternatives crédibles et en phase avec les attentes de l'utilisateur, la qualité des scénarios alternatifs et des messages publicitaires réalisés qui doivent être simples et les moins contraignants possibles, la réactivité des espaces naturels impliqués pour alerter et des équipes de Waze pour activer les messages publicitaires. • Le partenariat avec une entreprise privée comme Waze nécessite un intermédiaire pour pouvoir faire du sur-mesure et répondre en détail aux préoccupations des espaces naturels protégés • Ce dispositif doit être couplé à d'autres mesures pour être efficace car il ne parviendra pas à gérer à lui seul les pics de fréquentation.
<p>Contact</p>	<p>Nom : Julien AURAY Structure : Comité régional de tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur Direction : Service : Communication-ingénierie Fonction : Chef de service communication-ingénierie Coordonnées : j.auray@provence-alpes-cotedazur.com</p>
<p>Source</p>	

<p>MOT CLE</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gestion des pics de fréquentation • Information en temps réel • Application mobile d'itinéraires routiers par géolocalisation • Saturation • Parking-relai • Navette • Sites alternatifs • Expérimentation
<p>LIEN URL</p>	<p>Site internet de l'espace naturel protégé ou d'un partenaire :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Préserver les sites touristiques grâce au projet d'expérimentation Waze (provence-alpes-cotedazur.com) • Les mesures du CRT, le replay de la conférence de presse sur la gestion des flux, idées de sites à découvrir et communiqué de presse en téléchargement : Le CRT et les espaces protégés de la région Sud engagés pour un tourisme encore plus responsable Provence-Alpes-Côte d'Azur Tourisme (provence-alpes-cotedazur.com) <p>Articles de presse en ligne :</p> <ul style="list-style-type: none"> • La région sud s'associe avec Waze pour contrôler les flux touristiques (tom.travel) <p>Autres :</p>
<p>DOCUMENT</p>	<p>(Documents disponibles sur demande)</p>
<p>ANNEXE</p>	
<p>Autre fiche liée (même maître d'ouvrage ou même territoire d'application) :</p>	<p>Fiche n°3.2 Action : L'application mobile citoyenne et collaborative d'informations en temps réel Mes Calanques.</p> <p>Fiche n°3.3 Action : Campagnes de sensibilisation sur les espaces naturels protégés, saison estivale 2020-2021.</p>
<p>Visuel</p>	
<p>PHOTOGRAPHIE</p>	<p>Titre 1 : Lac d'Allos dans le Parc national du Mercantour.</p>

Source : Site internet du Parc national du Mercantour

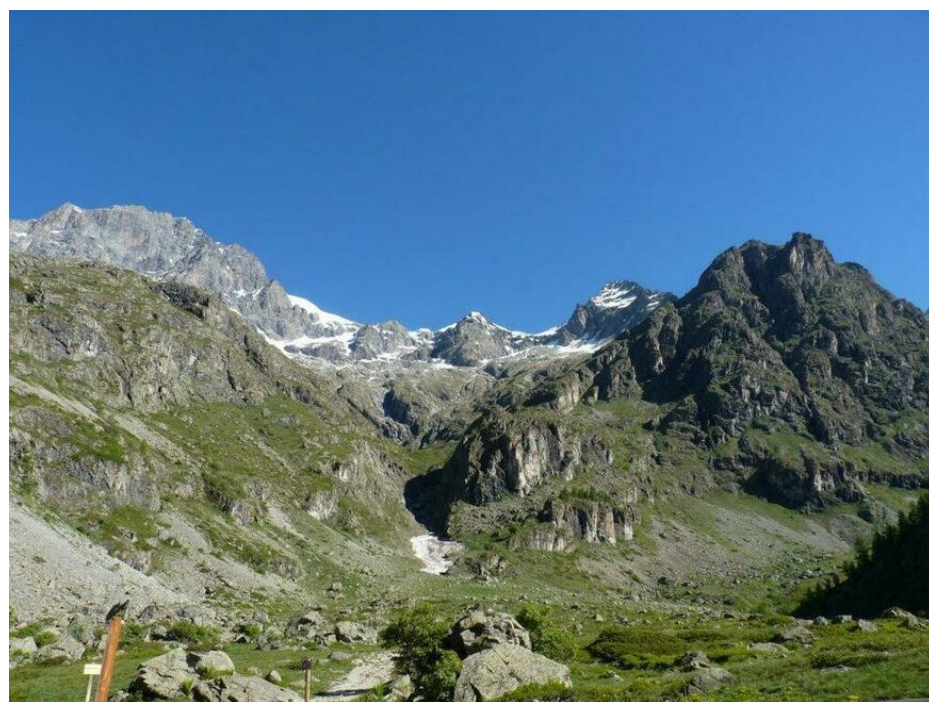
Crédit : Franck Guigo/Parc national du Mercantour



Titre 2 : Vue du parking de l'hôtel du Gioberney, terminus de la route, départ de la randonnée.

Source : [Accès, Refuge du Pigeonnier \(ffcam.fr\)](http://ffcam.fr)

Crédit : FFCAM



Titre 3 : Parking de la Tour-Fondue, Port-Cros/Porquerolles.

Source : [Parking Indigo de la Tour Fondue à Hyères - Hyères Tourisme \(hyeres-tourisme.com\)](#)

Crédit : Hyères Tourisme



Titre 4 : L'incontournable calanque de Sugiton facilement accessible depuis Luminy.

Source : [Le nombre de visiteurs plafonné dans la calanque de Sugiton dès l'année prochaine \(madeinmarseille.net\)](#)

Crédit : Nicolas Klein.photo



Titre 5 : Le départ du sentier Blanc-Martel, stationnement le long de la route.

Source : [Le départ du sentier Blanc-Martel \(francedigitale.com\)](https://francedigitale.com)

Crédit : 2021 - francedigitale.com



Titre 6 : Sensibilisation des usagers par les ambassadeurs du Parc naturel régional des Préalpes d'Azur.

Source : [Les ambassadeurs - Parc naturel régional des Préalpes d'Azur \(parc-prealpesdazur.fr\)](https://parc-prealpesdazur.fr)

Crédit : Parc naturel régional des Préalpes d'Azur



Titre 7 : Source de l'Huveaune dans le Parc naturel régional de la Sainte-Baume.

Source : [Nans-les-Pins : affluence record sur les sources de l'Huveaune suite à un post facebook \(francetvinfo.fr\)](#)

Crédit : Sophie Accarias/France 3 Provence Alpes



Titre 8 : Le lac du Peiroou dans le Parc naturel régional des Alpilles très fréquenté pendant la saison estivale 2020.

Source : [Société | Pays d'Arles : la Garde régionale forestière tire le bilan de la saison 2020 | La Provence](#)

Crédit : ARCHIVES N.V.

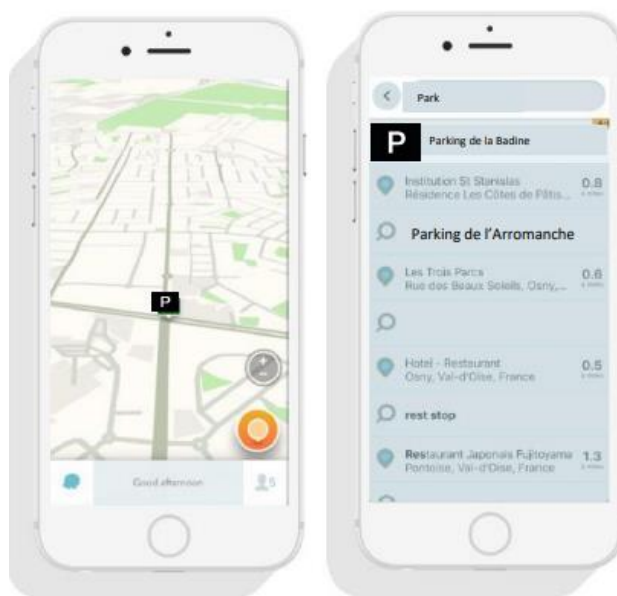


Titre 1 : Illustration des scénarii Waze du Parc national de Port-Cros.

Source : Parc national de Port-Cros

Crédits : CI-Média

ILLUSTRATION





De gauche à droite, le Pin's « P » (parking), le Search Ads et le bouton Call To Action (SAUVEGARDER).

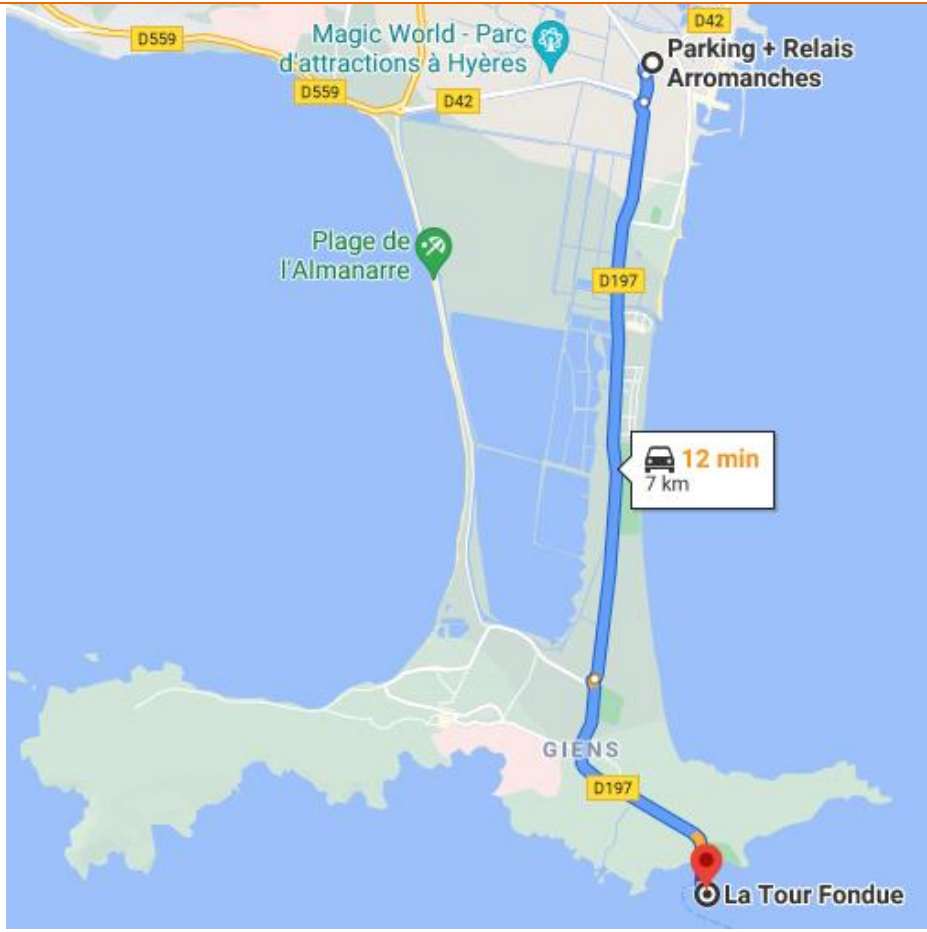
Titre 1 : Campagne Waze dans le Parc naturel régional du Luberon, Comité régional du tourisme de Provence-Alpes-Côte-d'Azur, 2021.

Source : CRT PACA, CI-Média

Crédits : CRT PACA, CI-Média



	<p>Titre 1 : Campagne Waze dans le Parc national des Calanques, Comité régional du tourisme de Provence-Alpes-Côte-d'Azur, 2021. Source : CRT PACA, CI-Média Crédits : CRT PACA, CI-Média</p> 
<p>CARTE</p>	<p>Titre 1 : Source : Auteur :</p>
<p>PLAN</p>	<p>Titre 1 : Itinéraire pouvant être emprunté en bus du Parking-relai de l'Arromanches à la desserte maritime à la Tour-Fondue, Parc national de Port-Cros/Porquerolles. Source : Google Maps Crédits : Google Maps</p>

	
Auteur	<p>Nom : Eugénie JOLY Etablissement : Office français de la biodiversité Direction : Direction des aires protégées Service : Service d'appui aux parcs nationaux et réseaux d'aires protégées Fonction : Chargée de mission fréquentation et sports de nature Localisation : Pérols, 34470 Sujet du stage : La fréquentation post-covid dans les espaces naturels français Dates : stage du 8 mars au 27 août 2021 & actualisation d'octobre 2021 à mai 2022 Coordonnées : eugenie.joly@ofb.gouv.fr</p>

LEVIER N°3		COMMUNICATION	
SOUS-LEVIER	Nouvelles technologies d'information en temps réel au sein d'espaces naturels protégés.		
Fiche n°	3.2		
ACTION	L'application mobile citoyenne et collaborative d'informations en temps réel <i>Mes Calanques</i> .		
Sous-action			
Localisation	REGION : Provence-Alpes-Côte d'Azur DEPARTEMENT : Bouches-du-Rhône		
Espace naturel concerné	<ul style="list-style-type: none"> • Parc national des Calanques 		
Maître d'ouvrage	<ul style="list-style-type: none"> • Parc national des Calanques 		
Partenaire	<ul style="list-style-type: none"> • La start-up SETAVOO 		
Prestataire			
Objectif	<ul style="list-style-type: none"> • Alerter en temps réel • Mobiliser les citoyens • Créer un réseau • Sensibiliser et faire connaitre 		
Description	<p>C'est le développeur SETAVOO, spécialisée dans la réalisation d'applications environnementales et de mobilisation citoyenne, qui a conçu une application à destination des espaces naturels : InfosParcs. Cette application a été co-construite avec l'appui d'une dizaine d'espaces naturels et leurs têtes de réseaux. Il en existe deux à ce jour : Mes Calanques au sein du parc national des Calanques et Mon Parc au sein du Parc naturel régional du Périgord-Limousin (plus tourné vers la promotion que la gestion des flux touristiques).</p> <p>Les fonctionnalités permettent de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Faciliter la découverte • Mobiliser les citoyens • Améliorer la connaissance • S'appuyer sur des tableaux de bords et indicateurs : outil d'aide à la décision (plateforme professionnel) <p>Co-développée par la start-up SETAVOO, le Parc national des Calanques et l'Agence française pour la biodiversité (actuellement</p>		

Office français de la biodiversité), l'application gratuite Mes Calanques est une plateforme collaborative et citoyenne d'informations en temps réel aussi bien pour les habitants que pour les touristes français ou étrangers (traduction en anglais).

L'application grand public Mes Calanques est à la fois un outil de valorisation, de sensibilisation et de gestion des flux.

Les fonctionnalités permettent d'avoir accès à des cartes qui permettent par géolocalisation et en temps réel de connaître :

- L'état d'accessibilité des routes et des massifs (fermés en cas de risque incendie) : pendant la saison estivale 2021, le Parc national a pris des dispositions pour fermer définitivement ou partiellement certaines routes d'accès au cœur de Parc.
- Les services : transports publics/maritimes, mobilités douces, stationnements
- Des plages, plans d'eau et parkings : sur lesquels une expérimentation de mesure de la fréquentation en temps réel (par des caméras intelligentes) a lieu pendant la période estivale 2021 avec des informations actualisées sur l'affluence de ces zones. Des pastilles rouges, oranges et vertes informent sur l'état de saturation du lieu¹⁹.
- Les conditions de pratiques des activités sportives de pleine nature et sur le plan d'eau : conformément aux réglementations sur le mouillage, l'escalade, la plongée, la pêche de loisir, les sports de pagaie, le vélo...

L'outil, c'est aussi :

- Des connaissances sur les richesses naturelles du Parc national et valorise les offres de découvertes éco-responsables.
- Des formulaires qui permettent de déclarer la location de navires entre particuliers, conformément aux nouvelles dispositions en vigueur depuis 2020.
- De la sensibilisation sur les bons gestes et bonnes pratiques à connaître et les réglementations à respecter.
- Des actualités avec un système d'alerte et notifications et un

¹⁹ Se référer à la fiche n°4.1 indiquée dans le libellé « Autre fiche liée » ci-dessous.

	<p>chat permet d'échanger avec les utilisateurs.</p> <p>Le Parc national encourage également les utilisateurs à devenir acteur de la préservation de ces milieux sur l'onglet « Je participe ». Les projets participatifs sont régulièrement communiqués par le biais de l'application afin que les volontaires puissent s'impliquer pour les causes qui les intéressent. Enfin, l'application permet à ses utilisateurs de s'inscrire dans des communautés thématiques : « escalade », « plongée », « randonnée »...</p> <p>Les données cartographiques ont été fournies par Mapbox/OpenStreetMap. L'application est téléchargeable sur App Store et Google Play.</p>
Cible	<ul style="list-style-type: none"> • Les habitants • Les pratiquants d'activités de pleine nature • Les baigneurs • Les touristes de proximité/régionaux/nationaux/internationaux
Financement	<ul style="list-style-type: none"> • Programme d'investissements d'avenir (PIA)²⁰ de l'ADEME.
Budget	Pas d'information
Temporalité	Animation de l'application sur le long terme.
Intérêt	<ul style="list-style-type: none"> • Outil fort et innovant d'information et de sensibilisation des visiteurs. • Outil adapté pour toucher une cible de visiteurs moins habitués à fréquenter les espaces naturels et pratiquants sportifs moins aguerris. • Créer du lien sur le territoire voire même un sentiment d'appartenance.
Limite	<ul style="list-style-type: none"> • Animer en permanence le dispositif. • Importante logistique : moyens humains, techniques, veille... • Couverture réseau parfois limitée.
Retombée	<ul style="list-style-type: none"> • Beaucoup utilisée par les touristes nationaux plus que par les habitants et excursionnistes.
Bilan 2021 (action)	

²⁰ Piloté par le Secrétariat général pour l'investissement (SGPI), le Programme d'investissements d'avenir a été mis en place par l'État pour financer des investissements innovants dans le domaine de la transition écologique. L'ADEME est chargé du suivi des projets.

expérimentale qui prend fin après la saison estivale 2021)	
Ecueil à éviter/ reproductibilité /transférabilité	<ul style="list-style-type: none"> • Ce type d'application numérique dépend des profils de visiteurs de l'espace naturel, outil plutôt adapté à une cible jeune et/ou à l'aise avec le numérique. • Réussir à cibler une clientèle à la fois « connectée » et qui adhèrera à l'outil et l'utilisera. • Pallier aux défauts de couverture réseau sur certaines zones en espace naturel.
Contact	<p>Nom : MéliSSa DESBOIS Structure : Parc national des Calanques Direction : Pôle Activités et Usages Service : Fonction : Chargée de mission sports et loisirs de nature Coordonnées : melissa.desbois@calanques-parcnational.fr</p>
Source	
MOT CLE	<ul style="list-style-type: none"> • Application mobile grand public • Information en temps réel • Sensibilisation • Réglementation • Affluence • Conditions de pratique
LIEN URL	<p>Site internet de l'espace naturel protégé ou d'un partenaire :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mes Calanques Parc national des Calanques (calanques-parcnational.fr) • Infoparcs - L'application des espaces protégés <p>Articles de presse en ligne :</p> <p>Autres :</p>
DOCUMENT	(Documents disponibles sur demande)
ANNEXE	
Autre fiche liée (même maître d'ouvrage ou même territoire)	<p>Fiche n°2.1 : Action : Mobilisation de personnel sur les sites touristiques au sein d'espaces naturels protégés.</p>

d'application) :	<p>Fiche n°2.2 : Des dispositifs innovants d'accueil du public déployés au sein d'espaces naturels protégés.</p> <p>Fiche n°3.1 : Action : Expérimentation de l'application de navigation routière par géolocalisation Waze au sein d'espaces naturels protégés.</p> <p>Fiche n°3.3 : Action : Campagnes de sensibilisation sur les espaces naturels protégés, saison estivale 2020-2021.</p> <p>Fiche N°4.1 : Action : Expérimentations d'outils de mesure et de gestion de la fréquentation en temps réel au sein d'espaces naturels protégés.</p> <p>Fiche N°5.1 : Action : Expérimentation d'un permis de visite dans la calanque de Sugiton au sein du Parc national des Calanques.</p> <p>Fiche n°6.1 Action : La stratégie d'accueil du Parc national des Calanques.</p> <p>Fiche n°6.2 Action : Mise en œuvre de la stratégie globale d'accueil 2020-2023 au sein du Parc national des Calanques.</p>
Visuel	
PHOTOGRAPHIE	<p>Titre 1 : Information en temps réel de l'affluence sur la plage et le plan d'eau au niveau de la calanque de Sormiou sur l'application mobile Mes calanques (Parc national des Calanques).</p> <p>Source : <u>Le nombre de visiteurs plafonné dans la calanque de Sugiton dès l'année prochaine (madeinmarseille.net)</u></p> <p>Crédits : Nicholas Klein</p>



Titre 2 : Information en temps réel de l'affluence sur la plage et le plan d'eau au niveau de la calanque de Sormiou sur l'application mobile Mes calanques (Parc national des Calanques).

Source : [Le nombre de visiteurs plafonné dans la calanque de Sugiton dès l'année prochaine \(madeinmarseille.net\)](https://www.madeinmarseille.net)

Crédits : C. Bellanger - Parc national des Calanques

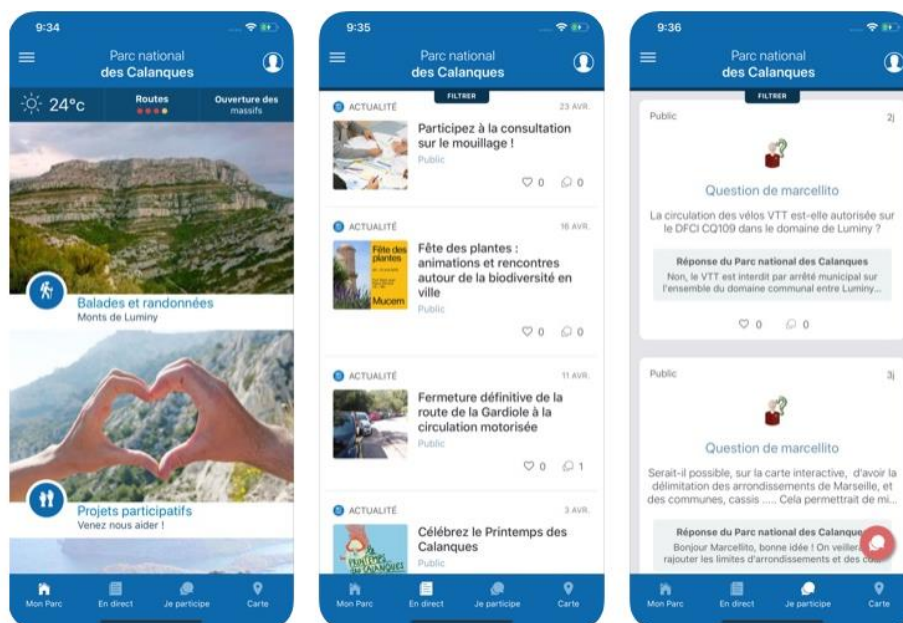


ILLUSTRATION

Titre 1 : Application Mes Calanques.

Source : Application mobile Mes Calanques

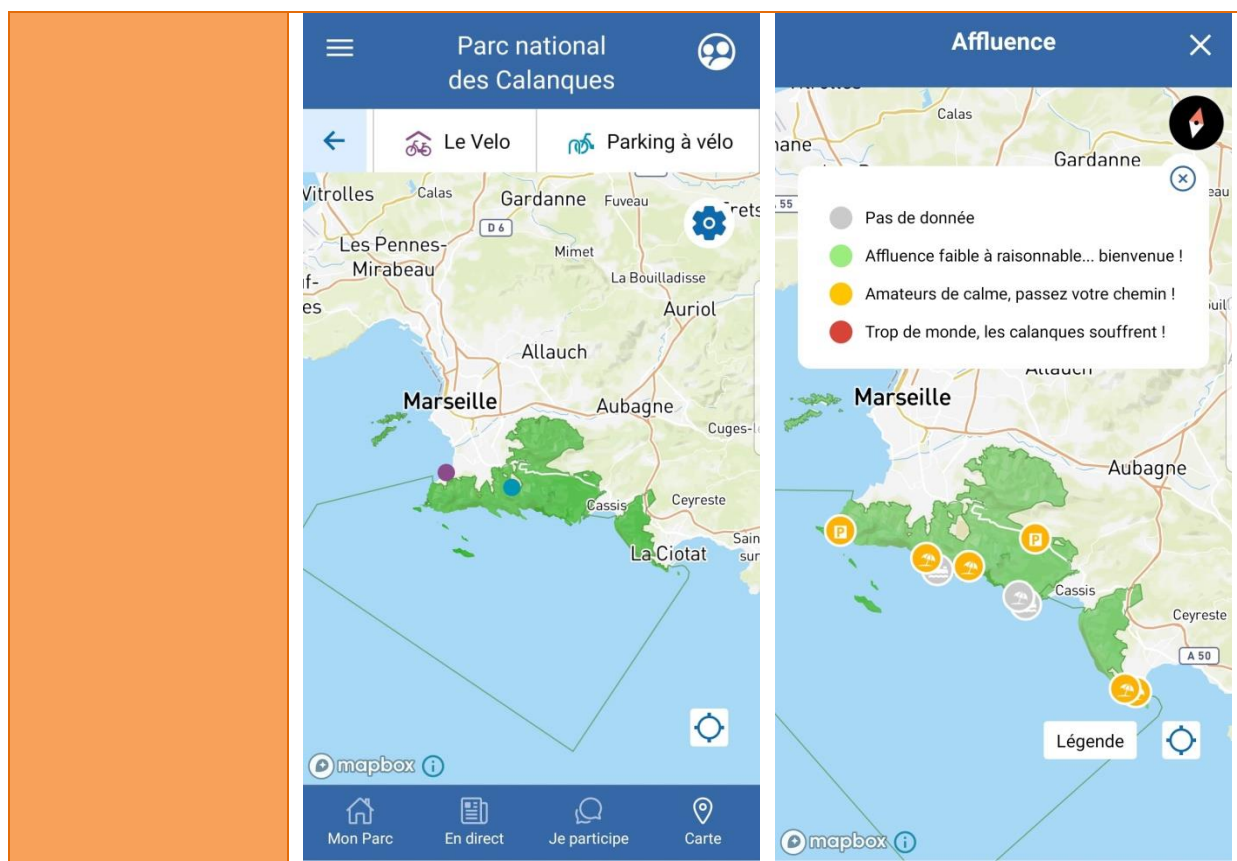
Crédit : Mapbox/OpenStreetMap




Titre 2 : Application Mes Calanques –onglet «Accès » / « Affluence » / « Je participe ».

Source : Application mobile Mes Calanques

Crédit : Mapbox/OpenStreetMap



	
<p>CARTE</p>	
<p>PLAN</p>	
<p>Auteur</p>	<p>Nom : Eugénie JOLY Etablissement : Office français de la biodiversité Direction : Direction des aires protégées Service : Service d'appui aux parcs nationaux et réseaux d'aires protégées Fonction : Chargée de mission fréquentation et sports de nature Localisation : Pérols, 34470 Sujet du stage : La fréquentation post-covid dans les espaces naturels français Dates : stage du 8 mars au 27 août 2021 & actualisation d'octobre 2021 à mai 2022 Coordonnées : eugenie.joly@ofb.gouv.fr</p>

LEVIER N°3		COMMUNICATION
SOUS-LEVIER	Sensibilisation du grand public au sein d'espaces naturels protégés	
Fiche n°	3.3	
ACTION	Campagnes de sensibilisation sur les espaces naturels protégés, saison estivale 2020-2021.	
Sous-action	<ul style="list-style-type: none"> • Campagnes de sensibilisation initiées à l'échelle régionale/départementale • Campagnes de sensibilisation initiées par l'espace naturel protégé 	
Localisation	REGION : Occitanie, Provence-Alpes-Côte d'Azur, Auvergne-Rhône-Alpes DEPARTEMENT :	
Espace naturel concerné	<ul style="list-style-type: none"> • Parcs naturels régionaux d'Auvergne-Rhône-Alpes • Espaces naturels protégés de Provence-Alpes-Côte d'Azur • Parc national des Pyrénées • Parc national des Ecrins • Parc national des Cévennes • Parc national des Calanques • Parc national du Mercantour • Parc national de la Vanoise • Parc naturel régional du Vercors • Parc naturel régional des Bauges 	
Maître d'ouvrage	<ul style="list-style-type: none"> • Le Comité régional de tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur (promotion/sensibilisation sur tous les espaces naturels de la région) • L'Agence régionale du tourisme Auvergne-Rhône-Alpes (promotion/sensibilisation sur les Parcs naturels régionaux de la région) • Le Conseil départemental des Pyrénées-Atlantiques et l'Agence d'attractivité départementale du tourisme des Pyrénées-Atlantiques (sensibilisation générale sur les bons comportements en espace naturel, construction avec le Parc national des Pyrénées) • Des réseaux d'espaces naturels protégés 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Les Parcs nationaux • Les gestionnaires d'espaces naturels protégés
Partenaire	<ul style="list-style-type: none"> • Région • Comité régional du tourisme • Office de tourisme • Gestionnaire de l'espace naturel en relai d'une campagne régionale • Graphiste/agence de communication externe
Prestataire	
Objectif	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibiliser les visiteurs au respect des sites, de la biodiversité et du patrimoine local sans être dans la répression • Partager et faire connaître les richesses de ces écrans de nature • Prévenir les comportements à risques pour protéger les milieux naturels des impacts néfastes de la fréquentation • A plus long terme, induire un changement de comportement durable
Description	<p>CONTEXTE</p> <p>Les prédictions d'affluence de visiteurs pour la saison estivale 2021 dans les espaces naturels protégés, après une saison estivale 2020 historique, ont incité de nombreux gestionnaires à déployer une stratégie de communication afin de sensibiliser les visiteurs et les inciter à adopter les comportements adaptés dans ces milieux fragiles. De nombreux outils et messages sont testés notamment pour sensibiliser une nouvelle clientèle peu habituée à fréquenter les espaces naturels. De plus, de nombreux acteurs du territoire à différentes échelles sont à l'initiative de campagnes de sensibilisation²¹.</p> <p>Il y a une coordination dans la mise en œuvre ainsi qu'un travail d'harmonisation des messages à porter aux visiteurs. Les territoires co-construisent des messages de sensibilisation sur les bons gestes/bonnes pratiques/bons comportements à adopter et/ou les réglementations à respecter avec une portée plus humoristique et un discours plus percutant que les messages qui ont tendance à être plus répressifs habituellement. Les messages sont ensuite testés via</p>

²¹ Cette fiche a pour objectif de faire une synthèse des méthodes, outils et messages utilisés par des gestionnaires et leurs partenaires mais ne vise pas l'exhaustivité.

différents canaux de communication et sur le terrain.

Les campagnes de sensibilisation sont digitales :

- Réseaux sociaux
- site internet du pilote de la campagne et partenaires en relais.
- Applications mobiles d'informations en temps réel (Comité régional du tourisme de Provence-Alpes-Côte d'Azur sur Waze²², application Mes Calanques²³).
- Habillage de sites web : sites internet prescripteurs de valorisation d'itinéraires de randonnée pédestre (le Parc national des Ecrins et Visorando), Le Bon Coin (CRT Auvergne-Rhône-Alpes).
- Communautés influentes sur les réseaux sociaux (en termes d'abonnés) liés à la randonnée, au territoire (Parc national des Pyrénées).

Les campagnes de sensibilisation sont également sur le terrain (personnel d'accueil mobilisé sur le terrain en relai des messages) : sur les sites emblématiques, sites fragiles, sites pilotes définis pour tester ces messages.

La sensibilisation passe également par les partenaires :

- Presse régionale et nationale/influenceurs (test d'un accueil influenceurs par le Parc national des Ecrins).
- Offices de tourisme : relais des messages.

Les différentes stratégies adoptées :

- Changement de positionnement dans les messages de promotion (valorisation du patrimoine local plutôt que des offres de loisirs et de découvertes naturelles).
- Gel des campagnes de promotion sur certains sites emblématiques.
- Diffusion de messages de sensibilisation via les réseaux sociaux et le web et par le personnel sur le terrain sur certains sites identifiés.
- Promotion de sites alternatifs pour désengorger les sites saturés et sensibiliser les visiteurs à la richesse du territoire qui ne se limite pas à quelques zones.
- Déréférencement d'itinéraires routiers sur des sites de

²² Se référer à la fiche 3.1 indiqué dans le libellé « Autre fiche liée » ci-dessous.

²³ Se référer à la fiche 3.2 indiqué dans le libellé « Autre fiche liée » ci-dessous.

	<p>géoréférencement (application Mappy...): sur les Grand Site de France comme les Falaises d'Etretat-Côte d'Albâtre par le biais des départements dont les services routiers travaillent avec ces opérateurs.</p> <ul style="list-style-type: none">• Création d'offres alternatives (en réflexion dans le Parc national des Calanques : offre balnéaire de report).• Valorisation des transports doux pour se rendre sur les sites emblématiques ou alternatifs. <p>Thématiques des messages diffusés :</p> <ul style="list-style-type: none">• bivouac, camping,• pique-nique,• rivières et baignades,• refuge,• randonnée, sentiers et pistes,• pastoralisme,• équipement,• déchets,• cueillette et biodiversité,• circulation et stationnement,• feux,• partage de l'espace,• ...
<p>REGION/DEPART EMENT</p>	<p>1. Campagne de sensibilisation sur les Parcs naturels régionaux par l'Agence régionale du tourisme Auvergne-Rhône-Alpes – saison estivale 2021</p> <p>Dans le cadre de son plan de communication du printemps 2021, l'Agence régionale du tourisme Auvergne-Rhône-Alpes est partenaire de la Fédération des Parcs naturels régionaux de France (tête de réseau des Parcs naturels régionaux) sur une campagne de communication. L'objectif est de booster les offres de séjours à destination des familles dans 10 Parcs naturels régionaux tout en apportant des messages de sensibilisation.</p> <p>Les actions de promotion des Parcs naturels régionaux sont opérationnelles depuis le 6 mai 2021 et vont se dérouler jusqu'au début de l'automne, afin de couvrir les ailes de saison. Cette action</p>

s'inscrit dans une série d'actions du Comité régional du tourisme pour les Parcs naturels régionaux dans le cadre de la convention d'objectifs signée en janvier 2020 entre le Comité régional du tourisme d'Auvergne-Rhône-Alpes et l'Association des Parcs naturels régionaux d'Auvergne-Rhône-Alpes.

L'objectif est de valoriser les offres de séjours et les activités pour des clientèles familiales dans 10 Parcs naturels régionaux. Au total, plus de 160 offres de séjours, d'activités ou de bons plans ont été répertoriées par les Parcs naturels régionaux et leurs Offices de Tourisme.

Ces offres sont valorisées dans les différents supports au sein de 4 grandes catégories :

- Apprendre et fabriquer,
- Outdoor,
- Immersion nature,
- Découverte/Terroir.

Une seconde cible affinitaire et sportive est identifiée afin de valoriser les produits et itinéraires VTT au sein des Parcs naturels régionaux.

DOCUMENTS DISPONIBLES (sur demande) : pas de document disponible

LIENS URL :

- [Partenariat avec les Parcs naturels régionaux : Actions ! - Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme - Site pro \(auvergnerhonealpes-tourisme.com\)](https://www.auvergnerhonealpes-tourisme.com)
- [Les parcs naturels : je les aime, je les protège et je les respecte ! | Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme \(auvergnerhonealpes-tourisme.com\)](https://www.auvergnerhonealpes-tourisme.com)

2. Campagne de sensibilisation régionale du Comité régional de tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur – saison estivale 2021

La stratégie de communication régionale pour la saison estivale 2021 comprend :

- i. une campagne de communication large pour relancer le tourisme #OnaTousBesoinDuSud.

- ii. Un partenariat avec Waze et Ci Media pour désengorger les spots naturels emblématiques.
- iii. **Une sensibilisation des visiteurs des espaces naturels protégés de la région.**
- iv. Une liste complète de sites alternatifs (gel des campagnes sur les espaces naturels très fréquentés).

La campagne de sensibilisation ciblant les visiteurs régionaux, de proximité et des régions Auvergne-Rhône-Alpes et Occitanie construit par le Comité régional de tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur et ses partenaires (la Région Sud, les Parcs naturels régionaux et les Parcs nationaux de Provence-Alpes-Côte d'Azur, l'Agence Régionale pour la Biodiversité et l'environnement) a pour objectif d'informer les visiteurs aux bons gestes à adopter au sein des espaces naturels de la région et leur faire prendre conscience de la richesse de ces milieux. Les partenaires sont des relais des messages de sensibilisation.

Pour concevoir cette campagne, un bilan de terrain a été dressé en amont par l'Agence Régionale pour la Biodiversité et l'environnement. Par la suite, des messages ont été définis reprenant le slogan de la campagne de promotion #OnaTousBesoinDuSud et assortis d'un visuel :

- On a tous besoin d'explorer, découvrons autrement !
- On a tous besoin d'être responsables, pensons à demain !
- On a tous besoin de bien vivre ensemble, respectons les autres !
- On a tous besoin de nature, protégeons notre écrin !

Diffusion :

- Pour cette campagne de communication, une page web dédiée a été créée.
- Affichage dans les TER et les arrêts de bus des lignes LER pris en charge par la Région et des bannières digitales.
- Réseaux sociaux Facebook et Instagram.
- Reportage sur la télévision locale.
- Sensibilisation des influenceurs et des médias sur la manière de communiquer et pour la promotion de sites alternatifs.
- Les parcs naturels en relais des messages sur leur territoire via les réseaux sociaux.
- Des campagnes de sensibilisation géolocalisées via le dispositif

Waze pour sensibiliser les automobilistes qui pénètrent sur le territoire d'un parc naturel sur les bons gestes à adopter.²⁴

DOCUMENTS DISPONIBLES (sur demande) : pas de document disponible

LIENS URL :

- [Le CRT et les espaces protégés de la région Sud engagés pour un tourisme encore plus responsable | Provence-Alpes-Côte d'Azur Tourisme \(provence-alpes-cotedazur.com\)](#)
- [Nature : #OnatousbesoinduSud](#)

3. La campagne de communication « Réussir ma rando » du Conseil départemental (Parc national des Pyrénées) – saison estivale 2021

Le département des Pyrénées-Atlantiques a mené une campagne de communication en partenariat avec le Parc national des Pyrénées et l'Agence d'attractivité départementale des Pyrénées-Atlantiques. Le Conseil départemental des Pyrénées-Atlantiques a travaillé avec une agence de communication sur la création de supports visuels. Le Conseil départemental des Pyrénées-Atlantiques a fait appel aux offices de tourisme, collectivités et socio-professionnels en tant que relais des messages. Il a fait remonter leurs besoins et attentes.

Le dispositif « Réussir ma rando » comprend :

- la campagne et la boîte à outils « Réussir ma Rando »,
- des opérations de sensibilisation sur le terrain animées par des accompagnateurs en montagne,
- un accompagnement expérimental sur 4 sites majeurs des vallées d'Ossau et vallée d'Aspe sous forme d'ateliers participatifs réunissant offices de tourisme, propriétaires ou encore usagers pour une réflexion collaborative sur des solutions de gestion de la fréquentation.

²⁴ Se référer à la fiche 3.1 indiquée dans le libellé « Autre fiche liée » ci-dessous.

Le choix a été de faire une campagne de sensibilisation 100% numérique pour réduire la production de déchets. Des animateurs sur le terrain ont été mobilisés avec un dispositif de van pour accueillir les visiteurs aux abords de sentiers de randonnée. Des « kits de randonneur » ont été mis à disposition des visiteurs par ces animateurs (cendrier de poche, un petit sac de collecte des déchets résiduels ainsi qu'un pochon en coton bio pour le pique-nique ou les équipements de randonnée). Deux vidéos (environnement/pastoralisme) sur les bonnes pratiques de randonnée ainsi que deux podcasts ont également été produits.

Le Parc national des Pyrénées travaille sur deux niveaux de communication :

- Elle est partenaire de la communication de sensibilisation générale, grand public à l'échelle départementale co-construite avec les territoires touristiques et les partenaires (« Réussir ma rando »).
- Elle initie une communication plus spécifique aux comportements, pratiques à adopter plus en lien avec la réglementation en cœur de Parc.

DOCUMENTS DISPONIBLES (sur demande) : pas de document disponible

LIENS URL :

- [Réussir ma rando dans le 64 | Béarn Pyrénées Pays basque \(reussirmarando.com\)](https://reussirmarando.com)
- [PODCASTS & VIDÉOS - Réussir ma rando 64 \(reussirmarando.com\)](https://reussirmarando.com)
- [Programme et campagne de prévention "Réussir ma rando" | Site officiel du Département des Pyrénées-Atlantiques \(le64.fr\)](https://le64.fr)

PARC NATIONAL

4. Campagne de communication « décalée » du Parc national des Cévennes – saison estivale 2021

Le Parc national a fait appel à un graphiste pour élaborer 10 visuels graphiques et phrases d'accroche humoristiques représentant 10 interdictions relatives aux pictogrammes en cœur de parc. Les supports

sont des posters et cartes.

Les visuels seront diffusés :

- En interne : sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram, Linkdin), sur le site internet du Parc et mis en avant sur le magazine du Parc diffusé à 40 000 exemplaires au niveau local (les encarts seront probablement repris dans la presse quotidienne régionale).
- En externe : via les partenaires en Offices de tourisme sous format papier et par des communiqués de presse.

DOCUMENTS DISPONIBLES (sur demande) : pas de document disponible

LIENS URL :

- [Tous engagés pour un territoire protégé | Parc national des Cévennes \(cevennes-parcnational.fr\)](https://www.cevennes-parcnational.fr)

5. « La réglementation, c'est pas si compliqué », illustration sur la réglementation expliquée avec humour, Parc national du Mercantour – saison estivale 2020

DOCUMENTS DISPONIBLES (sur demande) : pas de document disponible

LIENS URL :

- [La réglementation, c'est pas si compliqué ! | Parc national du Mercantour \(mercantour-parcnational.fr\)](https://www.mercantour-parcnational.fr)

6. Sensibilisation sur le bivouac par le Parc national de la Vanoise - saison estivale 2021

Le Parc national a mis au point une brochure numérique de sensibilisation sur le bivouac disponible en ligne.

DOCUMENTS DISPONIBLES (sur demande) : pas de document disponible

LIENS URL :

- [Brochure Bivouac \(calameo.com\)](https://calameo.com)

7. « Objectif montagne, réussir son expérience en refuge », Fédération française des clubs alpins et de montagne, Parc national des Ecrins - 2021

Cette campagne à l'initiative de la Fédération française des clubs alpins et de montagne, Parc national des Ecrins aborde 4 grandes thématiques sous forme de mises en situations concrètes et illustrées :

- Bien préparer son séjour
- Alléger son impact environnemental en refuge
- Vivre ensemble en montagne
- S'engager à préserver la nature

Un communiqué de presse a été diffusé fin juin en lancement de la campagne. Des publications ont été diffusées tout l'été sur les réseaux sociaux en simultané par les 4 Parc nationaux de montagne (Ecrins, Mercantour, Vanoise, Pyrénées) ainsi que la Fédération française des clubs alpins et de montagne.

Deux affiches et 16 illustrations ont été produites par une illustratrice, Bérangère Collas.

DOCUMENTS DISPONIBLES (sur demande) : pas de document disponible

LIENS URL :

- [Réussir son expérience en refuge \(ffcam.fr\)](https://ffcam.fr)

8. Campagne de sensibilisation « Parcs nationaux alpins, on vous donne les clés » – saison estivale 2021

DOCUMENTS DISPONIBLES (sur demande) : pas de document disponible

	<p>LIENS URL :</p> <ul style="list-style-type: none">• Parcs nationaux alpins : on vous donne les clés ! Parc national du Mercantour (mercantour-parcnational.fr)
<p>PARC REGIONAL</p>	<p>9. Campagne de communication du Parc naturel régional du Vercors – saison estivale 2021</p> <p>Le parc naturel régional adopte une stratégie de communication différenciée selon les sites pour la saison estivale 2021. Il a été défini un tableau de répartition des sites par secteur du Parc selon des problématiques en commun :</p> <ul style="list-style-type: none">• Les sites fortement impactés par la fréquentation sur lesquels les campagnes de promotion sont gelées au niveau départemental en concertation avec tous les acteurs de la promotion• Les sites alternatifs aux sites sur-fréquentés qui proposent des offres ou aménagements permettant d'éviter une concentration de visiteurs et sur lesquels la promotion est renforcée (les stations de montagne)• Les sites sur lesquels l'accueil et les messages de sensibilisation sont renforcés (liste des sites très fréquentés et autres sites aux problématiques environnementales et d'usages spécifiques). <p>Le Parc a sensibilisé ses partenaires afin qu'ils soient eux-mêmes vigilants dans leur communication et ne communique pas sur les sites de la catégorie 1 pendant la période estivale 2021.</p> <p>DOCUMENTS DISPONIBLES (sur demande) : pas de document disponible</p> <p>LIENS URL : pas de lien URL</p> <p>10. Campagne de sensibilisation « Montagne...Respect », Parc naturel régional du Massif des Bauges/Parc naturel régional de la Chartreuse/communauté d'agglomérations de la montagne Basque - saison estivale 2021</p> <p>Cette campagne pour la saison estivale 2021 est fléchée dans le cadre d'un projet multi-territorial basé sur un accord de coopération LEADER</p>

	<p>de 2019-2022. Le but est de construire une stratégie de communication commune sur la médiation en alpage entre le Parc naturel régional du Massif des Bauges, le Parc naturel régional de la Chartreuse et la communauté d'agglomération de la montagne Basque. Un principe graphique est proposé par l'agence de communication Altimax et décliné dans leurs outils. Le projet comprend globalement : un partage et une capitalisation d'expériences sur des outils de sensibilisation et médiation en alpage/estive, l'élaboration d'une stratégie de communication commune (« Montagne...Respect »), organisations d'événements pour faire passer les messages...</p> <p>DOCUMENTS DISPONIBLES (sur demande) :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fiche descriptive Accord de coopération médiation en alpage, Communauté d'agglomérations Montagne Basque <p>LIENS URL :</p> <ul style="list-style-type: none"> • « La montagne...Respect ! » - PNR Chartreuse (parc-chartreuse.net)
<p>Cible</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Grand public • Visiteurs, randonneurs • Locaux
<p>Financement</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Autofinancement par le maître d'ouvrage • Participation des partenaires • Subventions
<p>Budget</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Frais de créations des supports de communication • Frais du graphiste/agence de communication • Frais d'impression • Frais de personnel • Frais de diffusion (affichage) <p>3. La campagne de communication du Département des Pyrénées-Atlantiques « Réussir ma Rando » : environ 100 000€ dont 80 000€ du Conseil départemental des Pyrénées-Atlantiques et 20 000 € du Parc national des Pyrénées.</p> <p>Ce budget intègre :</p> <ul style="list-style-type: none"> • la campagne et la boîte à outils « Réussir ma Rando » • des opérations de sensibilisation sur le terrain animées par des accompagnateurs en montagne,

	<ul style="list-style-type: none"> • des ateliers bilan de sites sur les sites majeurs de la vallée d'Ossau, • une expérimentation sur le suivi de la fréquentation en temps réel dans la vallée d'Ossau et d'Aspe (Agence d'attractivité et de développement touristique Béarn Pays-Basque)²⁵.
Temporalité	Saison estivale 2020 et 2021
Intérêt	<ul style="list-style-type: none"> • Partage des moyens financiers, humains et techniques. • Une région, un département ou un organisme institutionnel du tourisme a une force de frappe plus importante qu'un espace naturel. • Harmonisation des discours de sensibilisation à l'échelle territoriale. • Identité visuelle commune pour l'ensemble des acteurs du tourisme : le grand public s'y retrouve.
Limite	<ul style="list-style-type: none"> • Les sites les plus fréquentés ne peuvent pas toujours être équitablement remplacés par des sites alternatifs (dans le Parc naturel régional du Vercors il y a une proportion plus importante de sites très fréquentées à protéger que de sites faisant l'objet d'une communication renforcée). • Réduire la visibilité d'un site ne convaincra pas forcément le visiteur de ne pas venir car la notoriété du lieu est forte. • Un étalement de la fréquentation et les impacts qui vont avec, est-ce souhaitable ? • Efficacité/retombées des messages : difficile à mesurer • Partenariat influenceurs et via les sites prescripteurs de randonnées et les communautés sur les réseaux sociaux : il peut être difficile de mesurer les retombées des actions de sensibilisation de ces partenaires. • Les coûts les plus importants ne sont pas ceux liés à la création des outils de communication mais les opérations à côté (opération de sensibilisation sur le terrain...) et l'additionnement de ces actions.
Retombée	

²⁵Se référer à la fiche 4.1 indiqué dans le libellé « Autre fiche liée » ci-dessous.

**Bilan 2021
(action
expérimentale qui
prend fin après la
saison estivale
2021)**

2. La campagne de sensibilisation régionale du Comité régional du tourisme de Provence-Alpes-Côte d'Azur a touché 3 millions de personnes sur les réseaux sociaux. Le communiqué de presse de lancement de la campagne a été efficace et eu d'importantes retombées dans la presse avec 99 retombées médias. Il est cependant difficile d'évaluer les retombées des campagnes d'affichages et des reportages. Enfin, la campagne sera reconduite pour la saison estivale 2022 ciblant les habitants et visiteurs. Il intégrera un concept plus créatif, le User Generated Content (contenu généré par les utilisateurs), afin d'impliquer la population et les professionnels du tourisme²⁶.

3. La campagne « Réussir ma rando » s'est poursuivie avec la publication fin octobre de deux vidéos (environnement/pastoralisme) sur les bonnes pratiques de randonnée et pour favoriser un partage respectueux de ce territoire ainsi que deux podcasts. La campagne sur les réseaux sociaux s'est poursuivie jusqu'à fin novembre. En outre, « Réussir ma rando » a été déclinée en « Réussir ma rando en hiver ». La campagne de sensibilisation se poursuit donc pour l'hiver 2021-2022. Elle incite les usagers à bien préparer leur départ pour leurs activités à la neige (ski, ski de randonnée, raquette, randonnée...), à être vigilant pendant leur pratique voir à bénéficier d'un guide accompagnateur ainsi qu'à respecter l'environnement qui les entoure.

Le Parc national a également annoncé en février 2022 le lancement d'une campagne de sensibilisation « Vivre #ENHARMONIE avec la nature » pour sensibiliser aux bons usages en montagne, ciblant principalement des publics néo-pratiquants.

Comme la campagne « Réussir ma rando », les messages se veulent ludiques et positifs construits autour de visuels pour parler de réglementation autour de neuf types d'impact notables sur les patrimoines naturels et paysagers en zone cœur :

- Je respecte le silence et la quiétude des lieux
- Je ne réalise pas de survol en drone
- Je profite de cette nature en respectant sa quiétude
- Je n'approche pas les animaux sauvages
- Je ne fais pas de feu

²⁶ Il s'agit de les impliquer dans la communication : partages, publication de contenus etc...

- Je ramène mes déchets
- Je bivouaque la nuit
- Je laisse la nature à sa place
- Mon chien ne pénètre pas en zone cœur

Les messages seront diffusés en format numérique, papier et en panneaux dans la presse, sur les réseaux sociaux, dans les maisons de parc et par les partenaires touristiques.

Ainsi, pour la saison estivale 2022, au vu du succès de la campagne de sensibilisation « Réussir ma rando », la reconduite de cette dernière et du dispositif d'accueil hors-les-murs de l'agence touristique des Vallées de Gavarnie est envisagée²⁷.

4. Le Parc national des Cévennes a pu récolter quelques retours à dire d'experts qui sont relativement positifs à la fois du côté des personnes qui distribuaient les cartes sur le terrain (gardes-moniteurs et saisonniers) que du côté des visiteurs. Certaines cartes ont eu plus de succès (« Chouette pas de bruit », par exemple) que d'autres (« Camper ne tient pas debout », par exemple) qui n'ont pas forcément été bien comprises.

Par rapport à la communication digitale, les visuels publiés sur les réseaux sociaux ont été vus par plus de 120 000 personnes sur la période allant du 24 juin au 15 août 2021. Le réseau social qui touche le plus de monde pour cette campagne est Instagram.

Le visuel qui a touché le plus de monde est celui sur l'interdiction de camper (« Camper ne tient pas debout »). Il est intéressant de noter qu'à l'inverse, d'après les retours terrain, cette carte fait partie des visuels qui ont été les moins compris. Plus de 25 000 personnes ont vu ce visuel (un post) sur les réseaux sociaux mais il a récolté seulement 70 mentions « J'aime ».

De plus, le post sur le visuel sur les chiens en laisse enregistre plus de 170 mentions « J'aime » pour environ 23 000 vues.

²⁷ Se référer à la fiche 2.2 indiquée dans le libellé « Autre fiche liée » ci-dessous.

	<p>Pour 17 800 vues, le post sur le visuel sur les nuisances sonores et la cueillette (même post) a récolté plus de mentions « J'aime » que les deux cités précédemment avec 184 mentions.</p> <p>Le post sur le visuel sur les champignons est le moins vu avec 10 700 personnes touchées environ mais a récolté tout de même 100 mentions « J'aime ».</p> <p>L'article publié sur les chiens de protection a touché plus de 35 000 personnes (Facebook, Twitter, Linkdin) et recueilli plus de 300 réactions (« J'aime »).</p> <p>Cette campagne de communication sera relancée sous un format similaire pour la saison estivale 2022 mais les modalités sont à venir.</p>
Ecueil à éviter/ reproductibilité /transférabilité	<ul style="list-style-type: none">• La stratégie de déréférencement, d'invisibilisation de certains sites naturels en raison de leur forte fréquentation peut créer une incompréhension au niveau local par des acteurs de la promotion, des professionnels du tourisme.• Travailler de manière concertée avec ces acteurs.
Contact	<p>Nom : Julien AURAY Structure : Conseil régional de tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur Direction : Service : Service communication-ingénierie Fonction : Chef de service communication-ingénierie Coordonnées : j.auray@provence-alpes-cotedazur.com</p> <p>Nom : Muriel ANTONIOTTI Structure : Agence régionale du tourisme Auvergne-Rhône-Alpes Direction : Pôle Montagne et Art de vivre Service : Fonction : Directrice Pôle Montagne et Art de vivre Coordonnées : M.antoniotti@auvergnerhonealpes-tourisme.com</p> <p>Nom : Rose-Marie ESCLARMONDE Structure : Conseil départemental des Pyrénées-Atlantiques Direction : Direction Territoires & Cadre de Vie Service :</p>

	<p>Fonction : Responsable de la mission Plan Montagne Coordonnées : rose-marie.esclarmonde@le64.fr</p> <p>Nom : Adrien MAJUREL Structure : Parc national des Cévennes Direction : Service : Fonction : Responsable communication Coordonnées : adrien.majourel@cevennes-parcnational.fr</p> <p>Nom : Pierrick NAVIZET Structure : Parc national des Ecrins Direction : Service : Accueil et Communication Fonction : Chef du service Accueil et Communication Coordonnées : pierrick.navizet@ecrins-parcnational.fr</p> <p>Nom : Virginie ROCHETTE Structure : Parc national de la Vanoise Direction : Service : Fonction : Chargée de mission tourisme, marque et sensibilisation Coordonnées : virginie.rochette@vanoise-parcnational.fr</p> <p>Nom : Pascale VINIT Structure : Parc naturel régional du Massif des Bauges Direction : Service : Fonction : Animatrice-gestionnaire du programme LEADER - Référente du projet "Destination Parcs" Coordonnées : p.vinit@parcdesbauges.com</p> <p>Nom : Mathieu ROCHEBLAVE Structure : Parc naturel régional du Vercors Direction : Service : Service Accueil du public et tourisme Fonction : Responsable de service Accueil du public et tourisme Coordonnées : mathieu.rocheblave@pnr-vercors.fr</p>
MOT CLE	<ul style="list-style-type: none">• Campagne de sensibilisation grand public

	<ul style="list-style-type: none"> • Co-construction • Harmonisation des discours à l'échelle locale/régionale • Communication « décalée » • Messages humoristiques, ludiques • Sites très fréquentés • Sites alternatifs • Geler la promotion de sites
ANNEXE	
Autre fiche liée (même maître d'ouvrage ou même territoire d'application) :	<p>Fiche n°2.1 Action : Mobilisation de personnel sur les sites touristiques au sein d'espaces naturels protégés.</p>
	<p>Fiche n°2.2 Action : Des dispositifs innovants d'accueil du public déployés au sein d'espaces naturels protégés.</p>
	<p>Fiche n°3.1 Action : Expérimentation de l'application de navigation routière par géolocalisation Waze au sein d'espaces naturels protégés.</p>
	<p>Fiche n°3.2 Action : L'application mobile citoyenne et collaborative d'informations en temps réel Mes Calanques.</p>
	<p>Fiche n°3.4 Action : Le dispositif de communication engageante du Parc naturel régional des Préalpes d'Azur.</p>
	<p>Fiche n°3.6 Action : Etude marketing sur l'offre des Parcs naturels régionaux d'Auvergne-Rhône-Alpes.</p>
Visuel	
PHOTOGRAPHIE	<p>Titre 1 : Source : Crédit :</p>
ILLUSTRATION	Titre 1 : Campagne de sensibilisation 2021 Parcs naturels régionaux

par le CRT Auvergne-Rhône-Alpes – Headers du site internet.

Source : Site interne CRT Auvergne-Rhône-Alpes

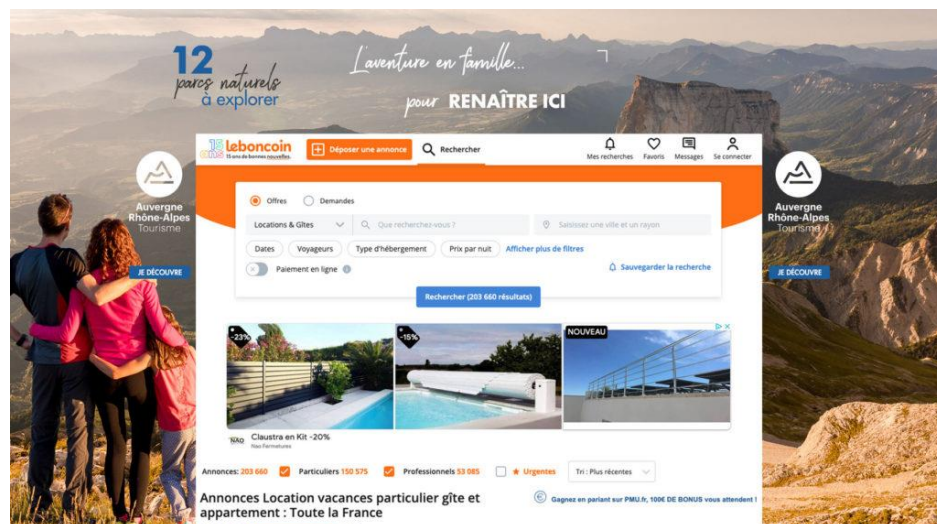
Crédit : CRT Auvergne-Rhône-Alpes



Titre 2 : Campagne de sensibilisation 2021 Parcs naturels régionaux
par le CRT Auvergne-Rhône-Alpes - Habillage du site Le Bon coin.

Source : Site interne CRT Auvergne-Rhône-Alpes

Crédit : CRT Auvergne-Rhône-Alpes



Titre 3 : Affiches campagne de sensibilisation 2021 du CRT Région Sud.

Source : CRT Région Sud

Crédit : CRT Région Sud





ON A TOUS BESOIN D'ÊTRE RESPONSABLES

Parc naturel régional du Verdon

PENSONS À DEMAIN !

#OnaTousBesoinDuSud

SUIVRE LES CONSEILS C'EST
PRENDRE SOIN DE NOS
ESPACES NATURELS PROTÉGÉS.

onatousbesoindusud.fr/nature

RÉGION SUD
COMITÉ RÉGIONAL DE TOURNAI



Parc naturel régional du Queyras

ON A TOUS BESOIN DE BIEN VIVRE ENSEMBLE

RESPECTONS LES AUTRES !

#OnaTousBesoinDuSud

RESPECTER LES HABITANTS ET LEURS
ACTIVITÉS, C'EST VIVRE SEREINEMENT
NOS ESPACES NATURELS PROTÉGÉS.

onatousbesoindusud.fr/nature

RÉGION SUD
COMITÉ RÉGIONAL DE TOURNAI



Titre 4 : Supports visuels « Réussir ma rando », 2021.

Source : Parc national des Pyrénées

Crédit : Altimax



MÉMO

ACCÈS & PARKING

- je roule au ralenti à l'abord du site
- je stationne sur les espaces réservés
- je respecte la capacité d'accueil du site
- je laisse les entrées des prairies dégagées
- je veille à ne pas gêner la circulation des véhicules agricoles
- je ne passe pas la nuit dans mon véhicule dans la « zone cœur » du Parc national
- j'utilise les navettes quand elles existent
- je suis attentif aux panneaux

MÉMO

ÉQUIPEMENT

- je prépare mon sac et le matériel adapté
- j'emmène plus d'eau et de ravitaillement que besoin
- je prends mon portable pour les appels d'urgence
- je pense à emporter ma trousse de premiers soins
- je privilégie des chaussures de rando

ANTICIPATION

- j'informe mes proches de mon départ
- j'anticipe la météo
- je prépare mon itinéraire
- je me renseigne sur les difficultés de la rando
- j'évite de surestimer mes capacités ou celles des participants
- je n'hésite pas à faire appel à un professionnel ou un club
- je contacte le 112 en cas d'urgence



Titre 5 : Visuels de la campagne de communication du Parc national des Cévennes, 2021.

Source : Parc national des Cévennes

Crédit : Parc national des Cévennes



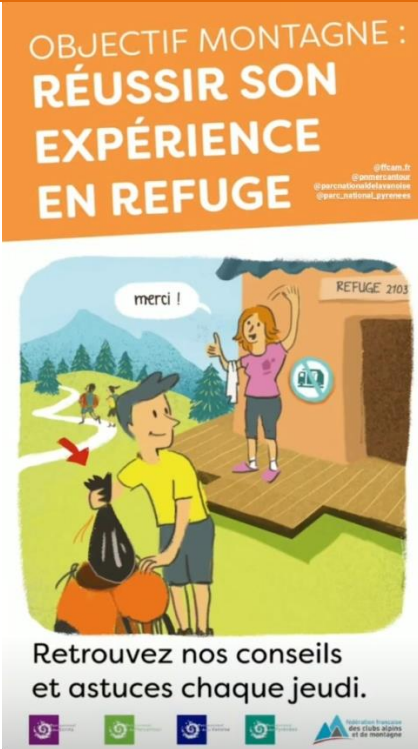
Titre 6 : Brochure numérique de sensibilisation sur le bivouac 2021, Parc national de la Vanoise.



Titre 7 : Publication Instagram « Objectif montagne, réussir son expérience en refuge » 2021, FFCAM.

Source : FFCAM

Crédit : FFCAM/Parc national des Ecrins 2021




**OBJECTIF MONTAGNE :
RÉUSSIR SON
EXPÉRIENCE
EN REFUGE**

Retrouvez nos conseils
et astuces chaque jeudi.

Titre 8 : Affiches « Montagne, respect ! » 2021, PNR du Massif des Bauges, PNR de la Chartreuse, communauté d'agglomérations de la Montagne Basque.


Source : PNR de la Chartreuse
Crédit : Altimax



**EN MONTAGNE COMME
CHEZ VOUS, ADOPTEZ
LES BONNES PRATIQUES**

LA MONTAGNE... RESPECT !

Soyez attentifs à ne pas déranger celles et ceux qui y travaillent. Gardez vos distances avec les animaux, restez sur les sentiers, ramenez vos déchets ou laissez-les en laisse selon la réglementation du lieu. Préservez la nature et emportez vos déchets.



**MERCI DE NE PAS
VOUS LAVER DANS
NOTRE VERRE D'EAU.**

Ne vous lavez pas les pieds
ou les mains dans les abreuvoirs.

LA MONTAGNE... RESPECT !

Soyez attentifs à ne pas déranger celles et ceux qui y travaillent. Gardez vos distances avec les animaux, restez sur les sentiers, ramenez vos déchets ou laissez-les en laisse selon la réglementation du lieu. Préservez la nature et emportez vos déchets.



Titre 9 : Visuels de la campagne de sensibilisation 2022 « Vivre en harmonie avec la nature » du Parc national des Pyrénées.

Source : Parc national des Pyrénées

Crédit : Parc national des Pyrénées



	
<p>CARTE</p>	
<p>PLAN</p>	
<p>Auteur</p>	<p>Nom : Eugénie JOLY Etablissement : Office français de la biodiversité Direction : Direction des aires protégées Service : Service d'appui aux parcs nationaux et réseaux d'aires protégées Fonction : Chargée de mission fréquentation et sports de nature Localisation : Pérols, 34470 Sujet du stage : La fréquentation post-covid dans les espaces naturels français Dates : stage du 8 mars au 27 août 2021 & actualisation d'octobre 2021 à mai 2022 Coordonnées : eugenie.joly@ofb.gouv.fr</p>

LEVIER N°3		COMMUNICATION
SOUS-LEVIER	Sensibilisation du grand public au sein d'espaces naturels protégés	
Fiche n°	3.4	
ACTION	L'expérimentation du dispositif de communication engageante du Parc naturel régional des Préalpes d'Azur	
Sous-action	<ol style="list-style-type: none"> 1. Les ambassadeurs et le dispositif de communication engageante lancé en 2020 2. La campagne de communication engageante 2021 3. Le diagnostic des médias 4. La formation sur le pastoralisme 	
Localisation	REGION : Provence-Alpes-Côte d'Azur DEPARTEMENT : Alpes-Maritimes	
Espace naturel concerné	<ul style="list-style-type: none"> • Parc naturel régional des Préalpes d'Azur 	
Maître d'ouvrage	<ul style="list-style-type: none"> • Parc naturel régional des Préalpes d'Azur 	
Partenaire	<ul style="list-style-type: none"> • Communes • Partenaires institutionnels du tourisme • Partenaires privés du tourisme • Représentants du pastoralisme • Professionnels des sports de pleine de nature • Conseil de développement du Parc naturel régional • Conseil scientifique du Parc naturel régional • Gestionnaires et animateurs de sites sensibles sur le territoire du Parc naturel régional • Médias/presse • Centre d'études et de réalisations pastorales Alpes-Méditerranée (CERPAM) 	
Prestataire	<ul style="list-style-type: none"> • Centre permanent d'initiatives pour l'environnement des Iles de Lérins et Pays d'Azur 	
Objectif	<ul style="list-style-type: none"> • Accompagner les actions de préservation et de partage de l'espace sur les sites sensibles du Parc. • Induire l'engagement des visiteurs et à terme un changement de comportement en faveur du respect de l'espace naturel et de la biodiversité. • Coordonner les actions de promotion et de sensibilisation à l'échelle d'un territoire. 	

Description

Dans le cadre de la démarche Espace Valléen du Parc naturel régional des Préalpes d'Azur, lancée en 2016, un axe est consacré à la gestion de la fréquentation dans les espaces naturels sensibles.

En ce sens, plusieurs dispositifs ont été développés :

1. Les ambassadeurs et le dispositif de communication engageante lancé en 2020 :

Depuis 2016, le parc mobilise des ambassadeurs sur le terrain. C'est une équipe d'éco-gardes mobilisés à l'année et complétée par des saisonniers. Ils effectuent des patrouilles afin de surveiller et sensibiliser les visiteurs.

En 2020, un dispositif de communication engageante a été lancé. Les ambassadeurs ont testé les premiers messages sur le terrain. Une mission d'accompagnement d'une durée d'un an par le Centre permanent d'initiatives pour l'environnement des Iles de Lérins et Pays d'Azur (CPIE)²⁸, a été lancée pour mettre au point un premier dispositif de communication engageante. Le Comité de pilotage de l'action est composé de communes, partenaires institutionnels du tourisme, partenaires privés du tourisme, représentants du pastoralisme, professionnels des sports de pleine nature, conseil de développement du parc, associations représentatives des habitants, gestionnaires et animateurs de sites sensibles sur le territoire du parc naturel régional.

Deux ateliers multi-acteurs ont été organisés en 2020 afin de :

- recueillir les besoins, attentes des participants et cadrer les grands thèmes d'études du dispositif ;
- travailler concrètement les messages de communication engageante avec les acteurs du pastoralisme, de l'environnement et du tourisme autour de différentes

28 Association ancrée sur le territoire du littoral de la Côte d'Azur, sa vocation est double : l'éducation et la sensibilisation de tous les publics à l'environnement et l'accompagnement des acteurs du territoire. Il possède une solide expérience dans le champ de la recherche en communication engageante.

Source : [CPIE Îles de Lérins et Pays d'Azur \(cpieazur.fr\)](http://cpieazur.fr)

thématiques (pastoralisme et chiens de protection, déchets, cueillette et biodiversité, circulation et stationnement, feux, camping, bivouac et pique-nique, rivières et baignade, sentiers et pistes, partage de l'espace).

Deux axes de travail ont été définis :

- Le partage de l'espace qui est lié à la majorité des conflits d'usage
- La préservation de l'environnement liée aux dégradations et atteintes à la biodiversité, aux habitants, au patrimoine.

A la suite de ce travail, le parc a testé les messages sur le terrain durant la saison estivale 2020 à travers les ambassadeurs du parc et la diffusion de bulletins d'engagement.

2. Pour poursuivre et améliorer les outils de communication engageante testés en 2020, le parc a lancé pour la saison estivale 2021, une campagne de communication engageante :

A partir de la base de données de messages construits en 2020, le parc est venu compléter les outils de communication engageante testés à l'été 2020 en développant de nouveaux outils de communication déclinables mis à disposition des partenaires :

- Un nom de campagne de communication : « Préalpes d'Azur, j'aime, j'en prends soin »
- Une identité graphique : logo et pictogrammes
- 15 affiches
- Une version numérisée des bulletins d'engagement pour les faire remplir directement en ligne

Ces messages sont repris à la fois :

- Dans la communication digitale du Parc naturel régional : réseaux sociaux, site internet.
- Par les agents mobilisés sur le terrain : les ambassadeurs.
- Par les médias, la presse, les partenaires.
- Via l'application mobile Waze : dans le cadre de l'expérimentation du dispositif Waze sur trois sites (Gorges du Loup, Saint-Jeannet, Col de Vence), le logo de cette campagne de communication a été relayé sur l'application.

	<ul style="list-style-type: none"> • Via l'achat d'encarts publicitaires sur des sites qui recensent des offres de loisir dans les Alpes-Maritimes (kidiklik) et sur la Côte d'Azur (RécréaNice). <p>3. En outre, le parc a également réalisé un diagnostic des médias, soulevant plus de 60 médias avec une occurrence Parc naturel des Préalpes d'Azur. L'analyse de ce diagnostic a permis d'identifier les premiers partenariats médias à développer pour la diffusion des messages de communication engageante.</p> <p>4. Enfin, une formation sur le pastoralisme organisée en partenariat avec le Centre d'Etudes et de Réalisations Pastorales Alpes-Méditerranée (CERPAM) rassemble chaque année des acteurs sur le territoire, les ambassadeurs, des accompagnateurs en montagne et d'autres locaux chaque année.</p>
<p>Cible</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Usagers de l'espace naturel • Visiteurs non sensibilisés à la réglementation, aux bonnes pratiques, à la biodiversité
<p>Financement</p>	<p>Le projet est soutenu financièrement dans le cadre du programme Espace Valléen à travers des fonds européens et régionaux :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crédits européens du Fonds européens de développement régional (FEDER) dans le cadre du Programme opérationnel interrégional Massif Alpin (FEDER-POIA) • La Région Provence-Alpes-Côte d'Azur <p>Autre :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Autofinancement par le Parc naturel régional des Préalpes d'Azur
<p>Budget</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Frais de personnel • Frais de formation • Frais de créations des supports de communication • Frais de créations des supports de communication • Frais du graphiste/agence de communication
<p>Temporalité</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dispositif expérimenté pour la saison estivale 2020 : ambassadeurs, bulletins d'engagement. • Renouvellement du dispositif par le lancement d'une campagne de communication le 29 juin 2021 pour la saison estivale.

Intérêt	<ul style="list-style-type: none"> • Influencer voire à terme changer les comportements sans être dans la répression. • Réunir tous les acteurs du territoire autour d'un objectif commun. • Coût relativement faible de l'opération.
Limite	<ul style="list-style-type: none"> • Difficile d'évaluer les retombées réelles du dispositif, mesurer l'influence de ces messages sur les comportements.
Retombée	
Bilan 2021 (action expérimentale qui prend fin après la saison estivale 2021)	<p>Le Parc naturel régional n'a pas fait d'analyse de la campagne mais seulement récolté les données brutes des posts Facebook. Il y a eu 14 publications des affiches réparties sur juillet et août²⁹. L'affiche la plus vue (plus de 31 000 vues), partagée (environ 195 partages) et avec plus de 900 réactions est celle qui sensibilise aux bons comportements à adopter en présence d'un chien de protection dans les alpages, publiée mi-juillet 2021. Le nombre de vues des autres posts varient entre 1 300 vues (pour le dernier post de la saison en septembre) et 9 800 (pour le post sur la prévention des incendies mi-août).</p> <p>Les ambassadeurs ont finalement peu animé le dispositif de charte d'engagement. La charte papier n'a pas été distribuée et seulement 13 enquêtes en ligne ont été renseignées. Le constat fait par les ambassadeurs est qu'il n'était pas facile de soumettre cette charte d'engagement aux visiteurs qu'ils croisent car ils ont déjà beaucoup d'informations à donner et les visiteurs restent peu disponibles. Cette campagne était une première expérimentation. De nouvelles modalités de mises en œuvre sont en réflexion pour la saison estivale 2022.</p>
Ecueil à éviter/ reproductibilité /transférabilité	<ul style="list-style-type: none"> • Trouver les messages adaptés et les modes de diffusion efficaces et personnalisés selon les cibles. • Avoir une parfaite connaissance du terrain. • Mobiliser du personnel formé, mobiliser du temps.
Contact	<p>Nom : Cynthia FAURE Structure : Parc naturel régional des Préalpes d'Azur Direction : Service : Fonction : Chargée de mission Ecotourisme et activités de pleine nature</p>

²⁹ Se référer aux affiches ci-dessous.

	Coordonnées : cfaure@pnr-prealpesdazur.fr
Source	
MOT CLE	<ul style="list-style-type: none">• Communication engageante• Ambassadeur• Atelier multi-acteurs• Bulletin d'engagement• Message• Partage de l'espace• Préservation de l'environnement
LIEN URL	<p>Site internet de l'espace naturel protégé ou d'un partenaire :</p> <ul style="list-style-type: none">• Le dispositif de communication engageante des Préalpes d'Azur - Parc naturel régional des Préalpes d'Azur (parc-prealpesdazur.fr)• Des citoyens s'engagent aux côtés du Parc ! - Parc naturel régional des Préalpes d'Azur (parc-prealpesdazur.fr)• Lien du site internet du Parc naturel régional vers le formulaire d'engagement en ligne : Bulletin d'engagement - Parc naturel régional des Préalpes d'Azur (parc-prealpesdazur.fr)• Le Centre permanent d'initiatives pour l'environnement des Iles de Lérins et Pays d'Azur : CPIE Îles de Lérins et Pays d'Azur (cpieazur.fr)• Le Centre d'Etudes et de Réalisations Pastorales Alpes-Méditerranée : Centre d'Etudes et de Réalisations Pastorales Alpes-Méditerranée (cerpam.com) <p>Articles de presse en ligne :</p> <p>Autres :</p> <ul style="list-style-type: none">• Achat encarts publicitaires/partenariat : « Préalpes d'Azur : J'aime, j'en prends soin » RécréaNice (recreanice.fr)• Achat encarts publicitaires/partenariat : Les Préalpes d'Azur ? J'aime, j'en prends soin ! Alpes-Maritimes (kidiklik.fr)

DOCUMENT	(Documents disponibles sur demande)
ANNEXE	
Autre fiche liée (même maître d'ouvrage ou même territoire d'application) :	<p>Fiche n°2.1 Action : Mobilisation de personnel sur les sites touristiques au sein d'espaces naturels protégés.</p> <p>Fiche n°2.2 Action : Des dispositifs innovants d'accueil du public déployés au sein d'espaces naturels protégés.</p> <p>Fiche n°3.3 Action : Campagnes de sensibilisation sur les espaces naturels protégés, saison estivale 2020-2021.</p> <p>Fiche n°3.5 Action : Accompagnement et formation des opérateurs d'activités nautiques et littorales au sein du Parc naturel marin de l'Estuaire de la Gironde et de la mer des Pertuis.</p>
Visuel	
PHOTOGRAPHIE	<p>Titre 1 : Campagne de communication engageante des Ambassadeurs du Parc naturel régional des Préalpes d'Azur pendant la saison estivale 2020.</p> <p>Source : Site internet du Parc naturel régional des Préalpes d'Azur Crédit : Parc naturel régional des Préalpes d'Azur</p> 



Titre 2 : Lancement de la campagne de communication engageante le 29 juin 2021.

Source : Facebook du Parc naturel régional des Préalpes d'Azur

Crédit : CERPAM



Titre 3 : Formation sur le pastoralisme.

Source : Site internet du Parc naturel régional des Préalpes d'Azur

Crédit : CERPAM



ILLUSTRATION

Titre 1 : Bulletin d'engagement sur le pastoralisme (version papier).

Source : Site internet du Parc naturel régional des Préalpes d'Azur

Crédit : Parc naturel régional des Préalpes d'Azur

Date : _____
Site d'intervention : _____

Mon éco-bilan d'acteur du PNR
Je coche ce que je fais déjà :

		Je m'engage				
		Sans objet	Jamais	Parfois	Souvent	Toujours
1	Je me renseigne sur mon itinéraire et ses difficultés et d'adapte équipements	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	J'emprunte un sentier balisé	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	Je tiens mon chien en laisse et je ramasse ses crottes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	J'adopte les bons comportements face à un troupeau	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	Face à un chien de protection, je m'arrête et j'adopte les bons comportements	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6	Je ramène tous mes déchets même organiques (et papier toilette) à la maison	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7	J'accepte les imprévus et je suis prêt à faire un demi-tour ou un détour si nécessaire	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8	Je tiens compte des autres, de leurs activités et j'adapte mes pratiques sur le terrain	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9	Je respecte l'interdiction de fumer, de faire un feu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10	Je limite ma cueillette aux espèces communes et comestibles et pour ma consommation personnelle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11	Je bivouac de manière sommaire et discrète	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12	Je reconnais que je suis sur une propriété privée	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13	Je diffuse les bonnes pratiques auprès de mon entourage	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

J'améliore ce que je fais déjà et/ou j'adopte de nouveaux gestes ou comportement.
Je m'engage à :

Pour sensibiliser les autres à la préservation du PNR je m'engage à lire les supports d'accompagnement avec une personne de mon entourage (enfants, amis, ...)

Prénom : _____ Signature(s) : _____

J'accepte que mon prénom figure sur le site web afin de témoigner de mon engagement pour la préservation du PNR.

En accord avec le RGPD entré en vigueur le 25 mai 2018, vous disposez d'un droit d'accès, de rectification et de suppression de vos données personnelles sur simple demande par courriel à contact@ofbsej.pnr-prealpesdazur(point)fr, ou bien à l'adresse Parc Naturel Régional des Préalpes d'Azur 1, avenue François Goby 06460 Saint-Vallier-de-Thiery - France.

Retrouver toutes les actions du Parc Naturel Régional des Préalpes d'Azur sur www.parc-prealpesdazur.fr

Titre 2 : Bulletin d'engagement et quizz numérique, 2022.

Source : Parc naturel régional des Préalpes d'Azur

Crédit : Parc naturel régional des Préalpes d'Azur

Je ramène tous mes déchets,
même organiques, à la maison

- Toujours
- Souvent
- Parfois
- Jamais
- Sans objet




Nos déchets abandonnés (sacs, peaux
de bananes, papier toilette, tampons...)
finissent dans l'estomac des animaux
sauvages et domestiques



12

• parc-granipiedsaur.fr

Je bivouaque de manière sommaire, discrète et à plus de 200 m des rivières



Questions

1

Qu'est-ce que le bivouac ?

- A. Du camping sauvage
- B. Une petite tente au bord d'un feu
- C. Une installation discrète, sommaire à 200 m d'une rivière

Je dors à la belle étoile pour une nuit et décide de partir au lever du soleil. Est-ce que j'adopte un bon comportement ?

2

3

Quelles règles dois-je respecter lorsque je bivouaque ?

- A. Je m'installe au bord d'une rivière et bivouaque toute la nuit à côté d'un feu
- B. Je bivouaque à plusieurs en mettant de la musique sur un terrain qui semble privée
- C. Je bivouaque de manière sommaire, discrète et à plus de 200 m des rivières

Citez trois impacts sur les espaces naturels ?

4

©Dénalie Bourges – Manon Fleuridas

Titre 3 : Affiches de la campagne de communication engageante du Parc naturel régional des Préalpes d'Azur.
Source : Facebook du Parc naturel régional des Préalpes d'Azur
Crédit : Parc naturel régional des Préalpes d'Azur

MENU
du jour

Préalpes d'Azur
JAIME, J'EN PRENDS SOIN

**NOS DÉCHETS ABANDONNÉS
(SACS, PEaux DE BANANES, PAPIER TOILETTE,
TAMPONS...) FINISSENT DANS L'ESTOMAC
DES ANIMAUX SAUVAGES ET DOMESTIQUES**

Logo of the French Republic: **RÉPUBLIQUE FRANÇAISE**
Liberté
Égalité
Fraternité

Logo of the Office Français de la Biodiversité: **OFB**
OFFICE FRANÇAIS
DE LA BIODIVERSITÉ

Logos of partners: **EUROPE**, **RÉGION ALPES PROVENCE**, **Europe Préalpes**, **Parc naturel régional des Préalpes d'Azur**

IN PARTENARIAT AVEC LA RÉGION AUVERGNE RHÔNE ALPES

parc-prealpesdazur.fr

ÇA PEUT NOUS FAIRE une belle jambe


Préalpes d'Azur
JAIME, J'EN PRENDS SOIN

SOYONS BIEN PRÉPARÉS :
ITINÉRAIRE, MÉTÉO, MATÉRIEL, EAU
RÉGLEMENTATION, CHAUSSURES...

EUROPE
RÉGION
SUD
PROVENCE
ALPES
CÔTE D'AZUR
Europe
SUD
PROVENCE
ALPES
CÔTE D'AZUR
PARC
NATUREL
REGIONAL
DES
PRÉALPES
D'AZUR

EN PARTENARIAT AVEC LA RÉGION AUVERGNE RHÔNE ALPES

> parc-prealpesdazur.fr



N'Y ALLONS PAS par quatre chemins

Préalpes d'Azur
JAIME, J'EN PRENDS SOIN

**EMPRUNTONS DES SENTIERS
BALISÉS : POUR NOTRE SÉCURITÉ,
LE RESPECT DE LA FAUNE SAUVAGE
ET DES PROPRIÉTÉS PRIVÉES**

EUROPEAN UNION REGION SUD PACS Parc naturel régional des Préalpes d'Azur

EN PARTENARIAT AVEC LA RÉGION AUVERGNE RHÔNE ALPES

> parc-prealpesdazur.fr



CAPTURONS des souvenirs

Préalpes d'Azur
JAIME, J'EN PRENDS SOIN


REPLAÇONS LA CUEILLETTE
PAR LES PHOTOS, LIMITONS-NOUS
AUX ESPÈCES COMESTIBLES
QUE NOTRE MAIN PEUT CONTENIR

Logo of the European Union, Région Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur, Département Alpes-Maritimes, and Parc National du Massif Azur.


EN PARTENARIAT AVEC LA RÉGION AUVERGNE RHÔNE-ALPES

PARC national régional des Préalpes d'Azur

> parc-prealpesdazur.fr




LE CHIEN ABOIE ? Il est en service !



Préalpes d'Azur
J'AIME, J'EN PRENDS SOIN

ARRÊTONS-NOUS,
LAISSONS LE CHIEN NOUS SENTIR
PUIS ÉLOIGNONS-NOUS
TRANQUILLEMENT



EN PARTENARIAT AVEC LA RÉGION AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

> parc-prealpesdazur.fr

FÊEERMONS - LA !

Préalpes d'Azur
JAIME, J'EN PRENDS SOIN

**REFERMONS LES CLÔTURES
DES PÂTURES APRÈS NOTRE PASSAGE.
MÊEEERCII !**

EUROPEAN UNION
RÉGION SUD
TERRITOIRES
du Grand
le Nord Azur
Parc
naturel
régional
des Préalpes d'Azur

EN PARTENARIAT AVEC LE RÉSEAU AUVERGNE RHÔNE ALPES

> parc-prealpesdazur.fr



METTONS-NOUS dans la peau d'un mouton

Préalpes d'Azur
J'AIMÉ, J'EN PRENDS SOIN

**CALMES ET ATTENTIFS,
TENONS NOS CHIENS EN LAISSE
ET CONTOURNONS LARGEMENT
LES TROUPEAUX**

Logo of the European Union, Région Sud, Département Alpes-Maritimes, and Préalpes d'Azur.

www.prealpesazur.fr

MÉDOR ?
En laisse !

Préalpes d'Azur
J'AIME, J'EN PRENDS SOIN

**TENONS NOS CHIENS EN LAISSE,
RAMASSONS LEURS DÉJECTIONS
POUR LE RESPECT DE TOUS**

EUROPE
RÉGION
SUD
Provence
Alpes
Côte
d'Azur
EN PARTENARIAT AVEC LA RÉGION AUVERGNE RHÔNE ALPES
Parc
National
du
Massif
Azur

> parc-prealpesdazur.fr



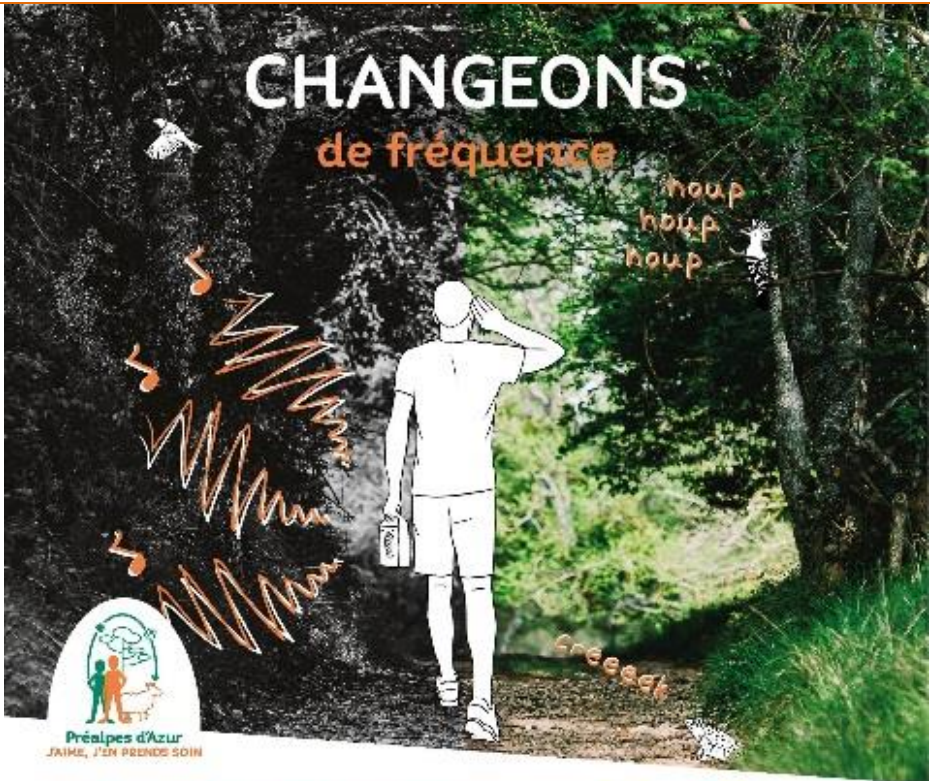
CE JEU N'EN VAUT PAS l'étincelle

Préalpes d'Azur
JAIME, J'EN PRENDS SOIN

EN MOYENNE 526 INCENDIES
SE DÉCLARENT CHAQUE ANNÉE
DANS LA RÉGION

Logo of the European Union, Région Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur, and the Préalpes d'Azur logo.

prc-prealpesdazur.fr



CHANGEONS de fréquence

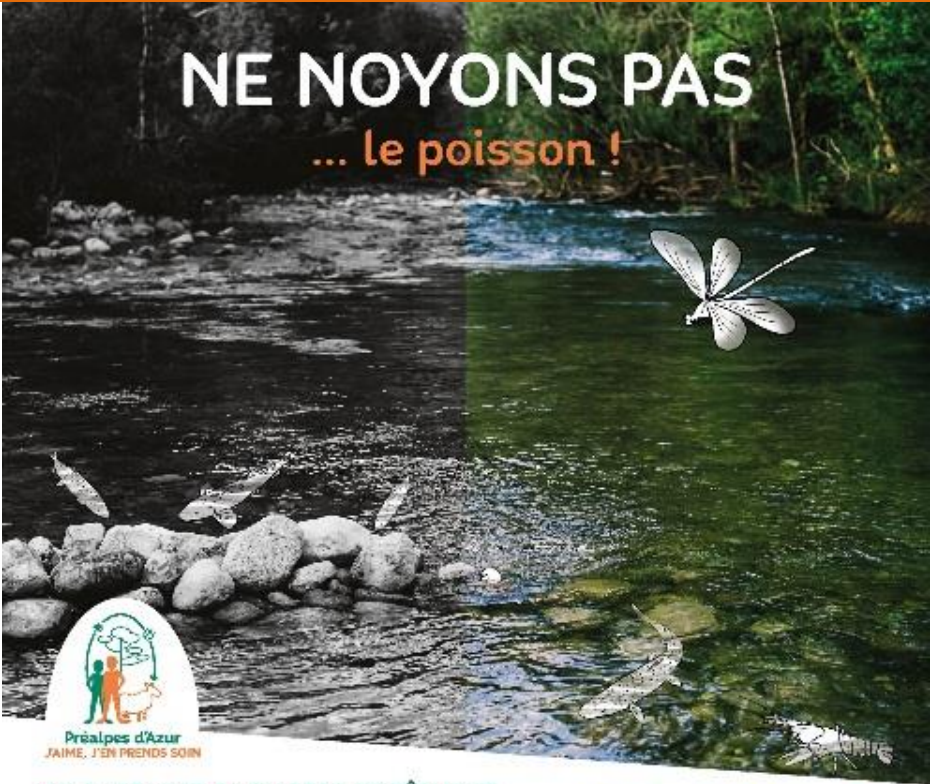
houp
houp
houp

Préalpes d'Azur
J'AIME, J'EN PRENDS SOIN


RESPECTONS LES AUTRES USAGERS
ET LA FAUNE LOCALE : RESTONS DISCRETS,
À L'ÉCOUTE DES SONS DE LA NATURE

Logo of the European Union, Région Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur, France Préalpes d'Azur, and the Préalpes d'Azur logo.

> parc-prealpesdazur.fr



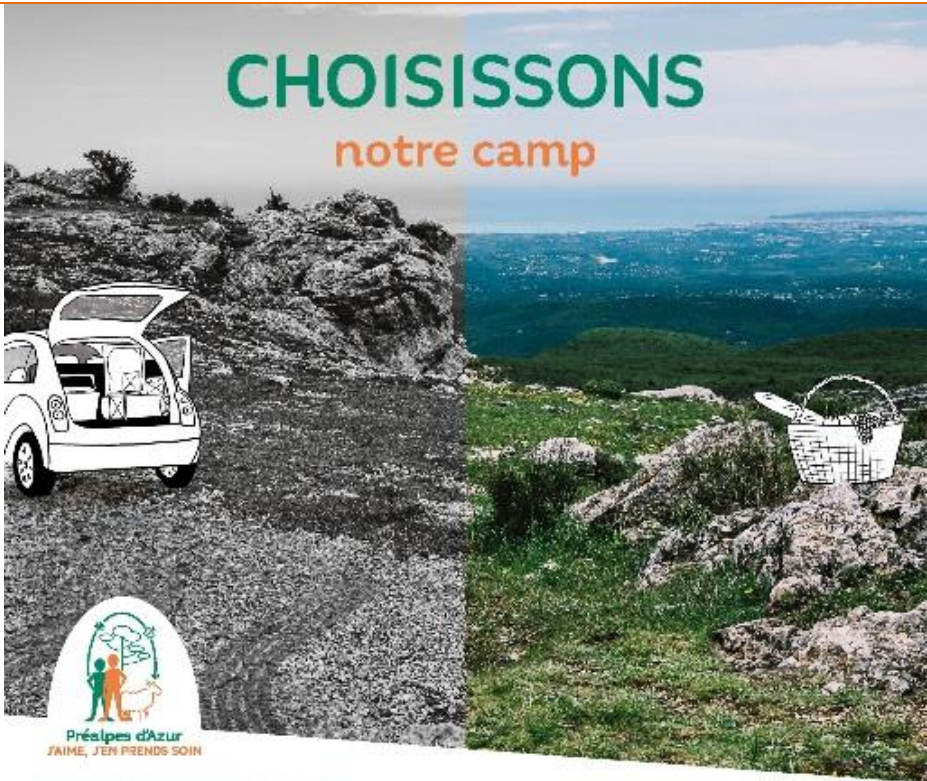
NE NOYONS PAS ... le poisson !


Préalpes d'Azur
JAIME, J'EN PRENDS SOIN

**LES BARRAGES DE PIERRES EMPÊCHENT
LE PASSAGE DES POISSONS, FAVORISENT
L'APPARITION D'ALGUES ET DÉTRUISENT
LA FAUNE AQUATIQUE**


EUROPE
RÉGION
SUD
PROVENCE
ALPES
CÔTE D'AZUR
Parc Préalpes
d'Azur
OFFICE FRANÇAIS
DE LA BIODIVERSITÉ

parc-prealpesdazur.fr



CHOISSISSONS notre camp

Préalpes d'Azur
J'AIME, J'EN PRENDS SOIN

**STATIONNEMENT SAUVAGE,
INSTALLATION DE TABLES, CHAISES
OU CAMPEMENTS TASSENT LE SOL
ET DÉTRUISENT LA VÉGÉTATION**

Logo of the European Union, logo of the Provence-Alpes-Côte d'Azur region, logo of the Parc National des Préalpes d'Azur, and logo of the Office Français de la Biodiversité.

parc-prealpesdazur.fr



LA BALLE est dans notre camp


Préalpes d'Azur
J'AIME, J'EN PRENDS SOIN

**PARTAGEONS L'ESPACE
EN RESTANT ATTENTIFS,
VISIBLES ET RESPECTUEUX**



parc-prealpesdazur.fr

CHACUN SA ROUTE
ensemble sur le chemin

Préalpes d'Azur
J'AIME, J'EN PRENDS SOIN

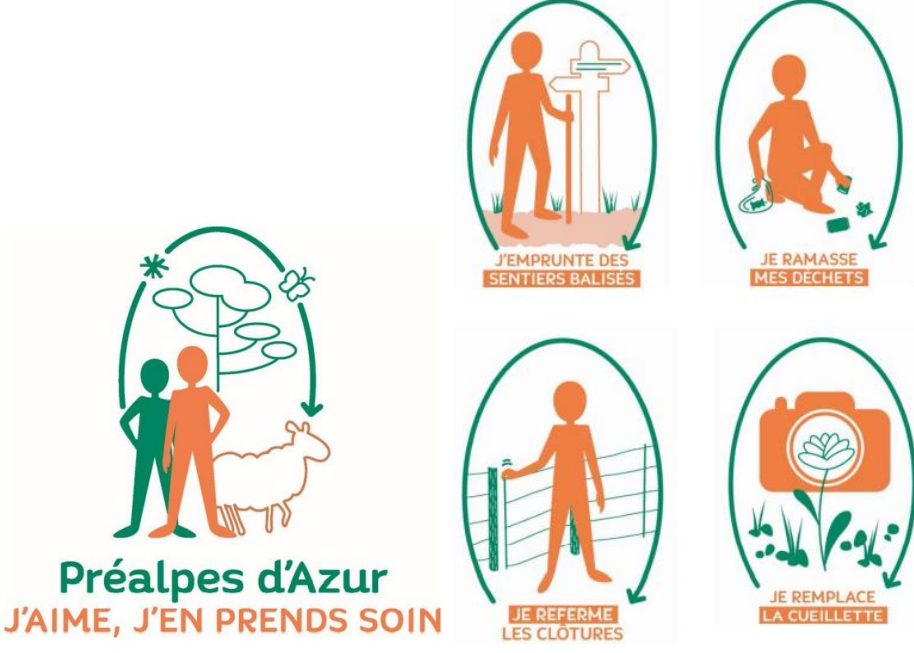
RESPECTONS LES AUTRES USAGERS,
LE TRAVAIL DES AGRICULTEURS
ET LES PROPRIÉTÉS PRIVÉES

parc-prealpesdazur.fr

Titre 4 : Logo et pictogrammes.

Source : Parc naturel régional des Préalpes d'Azur

Crédit : Parc naturel régional des Préalpes d'Azur

	
<p>CARTE</p>	
<p>PLAN</p>	
<p>Auteur</p>	<p>Nom : Eugénie JOLY Etablissement : Office français de la biodiversité Direction : Direction des aires protégées Service : Service d'appui aux parcs nationaux et réseaux d'aires protégées Fonction : Chargée de mission fréquentation et sports de nature Localisation : Pérols, 34470 Sujet du stage : La fréquentation post-covid dans les espaces naturels français Dates : stage du 8 mars au 27 août 2021 & actualisation d'octobre 2021 à mai 2022 Coordonnées : eugenie.joly@ofb.gouv.fr</p>

LEVIER N°3		COMMUNICATION	
SOUS-LEVIER	Formation des partenaires au sein d'espaces naturels protégés		
Fiche n°	3.5		
ACTION	Accompagnement et formation des opérateurs d'activités nautiques et littorales au sein du Parc naturel marin de l'Estuaire de la Gironde et de la mer des Pertuis.		
Sous-action	<ul style="list-style-type: none"> • Mise en place de formations • Elaboration de supports d'information/sensibilisation 		
Localisation	REGION : Nouvelle-Aquitaine DEPARTEMENT : Gironde		
Espace naturel concerné	<ul style="list-style-type: none"> • Parc naturel marin de l'Estuaire de la Gironde et de la mer des Pertuis 		
Maître d'ouvrage	<ul style="list-style-type: none"> • Parc naturel marin de l'Estuaire de la Gironde et de la mer des Pertuis (Office français de la biodiversité) 		
Partenaire	<ul style="list-style-type: none"> • Opérateurs d'activités nautiques et littorales • Etablissements publics de coopération intercommunale (communautés de communes) • Offices de tourisme • Fédérations sportives 		
Prestataire			
Objectif	<ul style="list-style-type: none"> • Développer et garantir la qualité de l'offre de découverte du milieu marin • Prise en compte de la préservation du milieu et des espèces lors de séances, intégration de messages de sensibilisation • Appropriation des enjeux de préservation du milieu marin par les prestataires nautiques et littoral. 		
Description	<p>Cette action a été fléchée dans le cadre d'un des objectifs du plan de gestion du Parc naturel marin de l'Estuaire de la Gironde et de la mer des Pertuis adopté en 2018 qui vise à développer une offre de loisirs nautiques et littorales qui participe à la préservation et à la valorisation des milieux et paysages marins.</p> <p>LA METHODE</p> <p>Le Parc marin mène cette action dans une démarche de co-construction avec les opérateurs d'activités nautiques et littorales, les Etablissements publics de coopération intercommunale (communautés</p>		

de communes), offices de tourisme et fédérations sportives dans une démarche de co-construction.

Dans un premier temps, il a pris contact avec des communautés de communes du territoire (service activités de loisirs/nautisme), des offices de tourisme et fédérations sportives pour présenter le projet du Parc marin et recenser leurs projets autour des activités de loisirs nautiques.

Une enquête a ensuite été diffusée de mars à avril 2021 auprès de 254 opérateurs d'activités nautiques et littorales identifiés qui proposent un encadrement de leurs activités (relais des messages du Parc marin). Les réponses ont permis de recueillir les besoins et attentes des acteurs du secteur des activités de loisirs. Le Parc marin a constitué un groupe de travail d'une vingtaine de volontaires parmi les 69 répondants dans le but d'affiner les projets de sensibilisation et de formation au cours de réunions d'échange.

ACTIONS MENEES

Les actions précises évoquées sont :

- Mettre à disposition des professionnels des outils de sensibilisation des clientèles.
- Proposer des formations pour pallier au manque de connaissance du Parc par les opérateurs de loisirs et leur fournir des fiches de synthèse (fiches encadrants).


Ainsi, une première formation courte sur 2h-3h a été organisée en tant qu'expérimentation courant juin avec pour objectif d'apporter les clés de la sensibilisation dans un Parc marin (présentation du Parc, la biodiversité, échanger sur les bonnes pratiques).

La démarche parallèle à ce dispositif de formations est donc de poursuivre un travail collaboratif avec les partenaires afin de :

- Commencer à construire un recueil de fiches à destination des encadrants.
- Proposer une affiche à mettre dans les locaux des professionnels ou supports de navigation.

	<ul style="list-style-type: none"> • Avec la fédération départementale de Charente-Maritime de voile, débiter un diagnostic environnemental avec une partie des bases nautiques. • Débiter le travail sur une Charte « guide partenaire ». <p>Dans un second temps, à plus long terme, les opérateurs de loisirs qui ne proposent pas d'accompagnement seront intégrés dans la démarche du parc marin.</p>
Cible	<ul style="list-style-type: none"> • Les opérateurs de loisirs sont à la fois les partenaires dans la valorisation de l'offre mais aussi ciblés pour participer à des formations.
Financement	<ul style="list-style-type: none"> • Autofinancement par le Parc naturel marin
Budget	<ul style="list-style-type: none"> • Budget prévisionnel de 15 000€ (prochaines dépenses pour les outils de communication à l'automne 2021).
Temporalité	Premières formations pour la saison estivale 2021 puis actions à long terme.
Intérêt	<ul style="list-style-type: none"> • Les opérateurs de loisirs sont fortement impliqués et motivés. • Il y a un vrai potentiel et besoin d'accompagnement. • Harmoniser les offres, les messages de sensibilisation et donc l'image du Parc marin.
Limite	<ul style="list-style-type: none"> • La formation était un test : il n'y a eu qu'une formation théorique. La partie pratique manquait. • Les opérateurs de loisirs participant à la formation avaient des niveaux différents de connaissances.
Retombée	
Bilan 2021 (action expérimentale qui prend fin après la saison estivale 2021)	<p>Sur l'enquête :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le fort taux de réponses à l'enquête, 30%, a mis en avant la volonté d'implication des opérateurs de loisirs pour intégrer la notion d'environnement dans leurs offres et pour améliorer leur pratique. • Cette enquête révèle également le besoin d'approfondir leur connaissance sur le Parc marin. <p>Sur les formations :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Par la suite, le Parc marin adaptera la formation pour qu'elle convienne à tous les niveaux car il est compliqué pour le Parc de proposer des séances par niveau.

	<ul style="list-style-type: none"> • Les prochaines séances de formation seront organisées en novembre plutôt qu'en début de saison estivale, haute saison touristique des opérateurs de loisirs nautiques. • Le Parc marin fera appel à un intervenant externe. <p>Sur les autres actions :</p> <ul style="list-style-type: none"> • La moitié des partenaires souhaiteraient que le Parc marin mette à leur disposition des outils de communication : affiches. • La mise en place d'une charte est intéressante mais les partenaires indiquent qu'il y a déjà beaucoup de labels disponibles pour leur activité et qu'il est difficile de se repérer pour les publics.
Ecueil à éviter/ reproductibilité /transférabilité	
Contact	<p>Nom : Sébastien MESLIN</p> <p>Structure : Parc naturel marin de l'Estuaire de la Gironde et de la mer des Pertuis - Office français de la biodiversité</p> <p>Direction : Direction régionale de Nouvelle-Aquitaine</p> <p>Service :</p> <p>Fonction : Chargé de mission usages de loisirs</p> <p>Coordonnées : sebastien.meslin@ofb.gouv.fr</p>
Source	
MOT CLE	
LIEN URL	<p>Site internet de l'espace naturel protégé ou d'un partenaire :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plan de gestion du Parc naturel marin de l'estuaire de la Gironde et de la mer des Pertuis Parc naturel marin Estuaire de la Gironde et de la mer des Pertuis (parc-marin-gironde-pertuis.fr) <p>Articles de presse en ligne :</p> <p>Autres :</p>
DOCUMENT	(Documents disponibles sur demande)

ANNEXE	
Autre fiche liée (même maître d'ouvrage ou même territoire d'application) :	<p>Fiche n°3.3 Action : Campagnes de sensibilisation sur les espaces naturels protégés, saison estivale 2020-2021.</p> <p>Fiche n°3.4 Action : Le dispositif de communication engageante du Parc naturel régional des Préalpes d'Azur.</p> <p>Fiche n°3.6 Action : Etude marketing sur l'offre des Parcs naturels régionaux d'Auvergne-Rhône-Alpes.</p>
Visuel	
PHOTOGRAPHIE	<p>Titre 1 : Pointe d'Arçay, Parc naturel marin de l'Estuaire de la Gironde et de la mer des Pertuis.</p> <p>Source : Site internet Parc naturel marin de l'Estuaire de la Gironde et de la mer des Pertuis.</p> <p>Crédit : Olivier ROUX/OFB</p> 
ILLUSTRATION	<p>Titre 1 :</p> <p>Source :</p> <p>Crédit :</p>
CARTE	<p>Titre 1 : Situation du Parc naturel marin de l'Estuaire de la Gironde et de la mer des Pertuis.</p>

Source : Parc naturel marin de l'Estuaire de la Gironde et de la mer des Pertuis.

Crédit : Parc naturel marin de l'Estuaire de la Gironde et de la mer des Pertuis.



PLAN

Auteur

Nom : Eugénie JOLY

Etablissement : Office français de la biodiversité

Direction : Direction des aires protégées

Service : Service d'appui aux parcs nationaux et réseaux d'aires protégées

Fonction : Chargée de mission fréquentation et sports de nature

Localisation : Pérois, 34470

Sujet du stage : La fréquentation post-covid dans les espaces naturels français

Dates : stage du 8 mars au 27 août 2021 & actualisation d'octobre 2021 à mai 2022

Coordonnées : eugenie.joly@ofb.gouv.fr

LEVIER N°3		COMMUNICATION
SOUS-LEVIER	Montage d'offres au sein d'espaces naturels protégés	
Fiche n°	3.6	
ACTION	Etude marketing sur l'offre des Parcs naturels régionaux d'Auvergne-Rhône-Alpes.	
Sous-action	<ul style="list-style-type: none"> Expérimentation de la méthode <i>Design Thinking</i> 	
Localisation	REGION : Auvergne-Rhône-Alpes DEPARTEMENT :	
Espace naturel concerné	<ul style="list-style-type: none"> Parcs naturels régionaux de la région Auvergne-Rhône-Alpes 	
Maître d'ouvrage	<ul style="list-style-type: none"> Agence régionale du tourisme Auvergne Rhône-Alpes Association des Parcs naturels régionaux d'Auvergne-Rhône-Alpes 	
Partenaire	<ul style="list-style-type: none"> Offices de tourisme des territoires touristiques Socio-professionnels sur les territoires des Parcs naturels régionaux du Pilat et le Livradois-Forez Chargés de mission des Parcs naturels régionaux 	
Prestataire	<ul style="list-style-type: none"> Trajectoires Tourisme : organisme de formations (Lyon) 	
Objectif	<ul style="list-style-type: none"> Création d'offres touristiques, commercialisables à plus ou moins long terme, en phase avec les attentes et besoins des clientèles et véhiculant les valeurs portées par les Parcs naturels régionaux. 	
Description	<p>CONTEXTE</p> <p>A l'horizon 2022, Auvergne Rhône-Alpes Tourisme souhaite aider les Parcs naturel régionaux de la région Auvergne-Rhône-Alpes à construire collectivement leurs offres.</p> <p>Dans le cadre de la convention d'objectifs signée en janvier 2020 entre Auvergne Rhône-Alpes Tourisme et l'Association des Parcs naturels régionaux d'Auvergne-Rhône-Alpes, plusieurs actions ont été définies dès l'automne 2020 pour une mise en œuvre en 2021/2022.</p> <p>Ces actions comprennent notamment :</p> <ul style="list-style-type: none"> Une étude de notoriété et d'image des Parcs naturels régionaux 	

d'Auvergne-Rhône-Alpes réalisée entre 2019 et 2020 ;

- Une campagne de communication des Parcs naturels régionaux dès le printemps 2021 (se référer à la fiche 3.3 indiquée ci-dessous) ;
- Une expérimentation de formation à la méthode *Design* de l'offre de Parcs naturels régionaux en 2020.

DEFINITION DU DESIGN THINKING

C'est une méthode collaborative qui s'applique pour le montage de tous types de projets et qui place le client et ses besoins au centre de la démarche. Les 5 phases sont la phase d'immersion, la définition de la problématique, la phase d'idéation, le prototypage et enfin le test. Le processus se base sur le principe du « double diamant », qui consiste à alterner entre des phases de divergence (c'est-à-dire qu'on prend toutes les idées qui viennent) et des phases de convergence (où on se concentre sur un challenge, une solution) (pour en savoir plus sur cette méthode, se référer au lien URL indiqué ci-dessous).

DESCRIPTIF DE L'EXPERIMENTATION DE LA DEMARCHE DE FORMATION AU DESIGN DE L'OFFRE

Afin de formaliser des offres structurées et durables au sein des Parcs naturels régionaux, Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme et l'Association des Parcs naturels régionaux d'Auvergne-Rhône-Alpes ont choisi d'expérimenter la méthode *Design Thinking*.

Pour ce faire, ils ont mobilisé Trajectoires Tourisme et associé les Offices de Tourisme des territoires afin de former des techniciens des parcs régionaux à la pensée Design (*Design Thinking*). Pour ce faire, des facilitateurs ont animés des ateliers d'intelligence collective. Les 16 agents de parcs naturels régionaux participant à la formation ont par la suite obtenu une certification théorique en pensée Design. Puis, cette méthode a été expérimentée sur le terrain au sein de deux parcs naturels régionaux volontaires : le Pilat et le Livradois-Forez. Cette expérimentation a nécessité de former 9 participants volontaires au sein des deux parcs naturels régionaux à la préparation et la facilitation d'ateliers de pensée Design, organisés avec les acteurs touristiques et socio-professionnels des deux Parcs naturels régionaux, au printemps

	<p>2021. Ainsi, deux jours d'ateliers d'intelligence collective employant la méthode Design ont été organisés en suivant les 5 étapes du processus citées ci-dessus.</p> <p>Premiers résultats de l'expérimentation :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les phases d'immersion et d'enquête auprès des clients ont révélé des archétypes de clientèles (appelés « personas »), pour lesquelles des attentes et des besoins ont été identifiés. • De premières offres ont été prototypées par les participants. <p>La suite de l'action :</p> <ul style="list-style-type: none"> • La prochaine étape est le test de ces offres prototypées auprès des visiteurs dès cet automne. Leur expérimentation permettra de mesurer leurs retombées et de les améliorer continuellement. • L'accompagnement des Parcs naturels régionaux par Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme se poursuivra au-delà de cette action, que ce soit pour la construction des offres Parcs, leur promotion ou leur commercialisation.
<p>Cible</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Formation à la méthode <i>Design</i> : les acteurs touristiques. • Offres à destination des visiteurs des Parcs naturels régionaux d'Auvergne-Rhône-Alpes.
<p>Financement</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Autofinancement : formations délivrées par l'organisme de formation Trajectoires Tourisme.
<p>Budget</p>	
<p>Temporalité</p>	<p>2020-2022</p>
<p>Intérêt</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La démarche d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme a permis de former des acteurs touristiques des Parcs naturels régionaux d'Auvergne-Rhône-Alpes à une méthode de montage de produits innovante basée sur la collaboration, l'empathie et l'itération (test et adaptation tout au long du processus). • Le projet a également initié la construction d'offres qui devront répondre aux besoins et attentes des clients et qui sont cohérentes avec les valeurs des Parcs naturels régionaux.

	<ul style="list-style-type: none"> • La méthode <i>Design Thinking</i> suit un processus, ce qui permet de monter des offres sans se précipiter et risquer de ne pas répondre aux besoins des clients ainsi que de tester sur le terrain des prototypes. • Cette démarche pluri-acteurs a créé une dynamique territoriale au sein des deux territoires qui ont testé la méthode. Cela évite d'être déconnecté de la réalité du terrain et des attentes des clients. • Cette méthode ne mobilise pas un budget important tout en étant efficace.
Limite	<ul style="list-style-type: none"> • Le temps nécessaire pour mener à terme ce projet, en particulier la phase de tests.
Retombée	<ul style="list-style-type: none"> • La méthode <i>Design Thinking</i> a été expérimentée avec succès au sein des deux Parcs naturels régionaux qui poursuivent leur travail dans les mois à venir. • Ces formations ont permis d'initier un important travail de réflexion et de tests autour de la création d'offres Parc naturel régional.
Bilan 2021 (action expérimentale qui prend fin après la saison estivale 2021)	
Ecueil à éviter/ reproductibilité /transférabilité	<ul style="list-style-type: none"> • L'avantage de la méthode <i>Design Thinking</i> est qu'elle s'applique au montage de tous types de projets et que la formation est accessible à tous types de personnes sans compétence particulière. Dans le domaine touristique, il est primordial de travailler en lien avec les acteurs des territoires touristiques (socio-professionnels, offices de tourisme, gestionnaires de sites touristiques/espaces naturels...). • Former de futurs facilitateurs à la méthode <i>Design Thinking</i> au sein d'un espace naturel protégé est une opportunité de créer des ateliers d'intelligence collective et de monter des projets sans faire appel à un opérateur extérieur.

	<ul style="list-style-type: none">• Une fois formé, le facilitateur a tout intérêt à effectuer des formations complémentaires s'il souhaite aller plus loin dans la démarche.• La méthode est facilement réutilisable car elle suit un processus en plusieurs étapes et l'on peut se référer aux fiches pratiques fournies à l'issue de la formation.• Il est également possible de faire appel à un designer dès le début du projet afin d'être accompagné tout au long des étapes de la méthode.
Contact	Nom : Muriel ANTONIOTTI Structure : Agence régionale du tourisme Auvergne-Rhône-Alpes Direction : Service : Fonction : Responsable du pôle Montagne et Art de vivre Coordonnées : m.antoniotti@auvergnerhonealpes-tourisme.com
Source	
MOT CLE	<ul style="list-style-type: none">• Méthode <i>Design Thinking</i>• Reformater l'offre• Intelligence collective• Collaboration• Empathie• Itération• Dynamique territoriale• Prototypage
LIEN URL	Site internet de l'espace naturel protégé ou d'un partenaire : <ul style="list-style-type: none">• Description de la méthode <i>Design Thinking</i> : Le "Design Thinking" - Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme - Site pro (auvergnerhonealpes-tourisme.com)• Description de l'expérimentation de la méthode <i>Design</i> : Expérimentation Design de l'offre PNR - Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme - Site pro (auvergnerhonealpes-tourisme.com) Articles de presse en ligne :

	Autres :
DOCUMENT	(Documents disponibles sur demande)
ANNEXE	
Autre fiche liée (même maître d'ouvrage ou même territoire d'application) :	Fiche n°3.3 Action : Campagnes de sensibilisation sur les espaces naturels protégés, saison estivale 2020-2021. Fiche n°4.2 Action : L'expérimentation Outdoorvision dans la région Auvergne-Rhône-Alpes : acquisition et valorisation de données par les pratiquants d'activités de pleine nature.
Visuel	
PHOTOGRAPHIE	Titre 1 : Atelier Design Sprint dans le Parc naturel régional du Pilat. <i>Source : <u>Expérimentation Design de l'offre PNR - Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme - Site pro (auvergnerhonealpes-tourisme.com)</u></i> <i>Crédit : C. Crouzet</i> 



Titre 2 : Atelier Design Sprint dans le Parc naturel régional du Pilat – phase d'idéation/prototypage/test.

Source : *Expérimentation Design de l'offre PNR - Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme - Site pro (auvergnerhonealpes-tourisme.com)*

Crédit : C. Crouzet

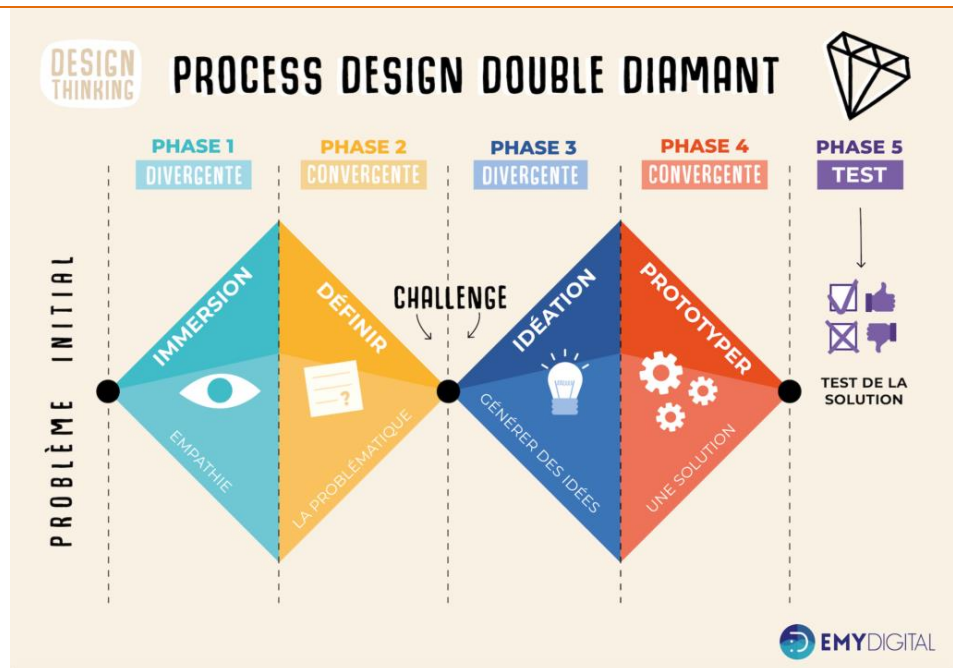


ILLUSTRATION

Titre 1 : Illustration du processus de la méthode Design Thinking basée sur le principe du « double diamant ».

Source : [Le "Design Thinking" - Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme - Site pro \(auvergnerhonealpes-tourisme.com\)](http://www.auvergnerhonealpes-tourisme.com)

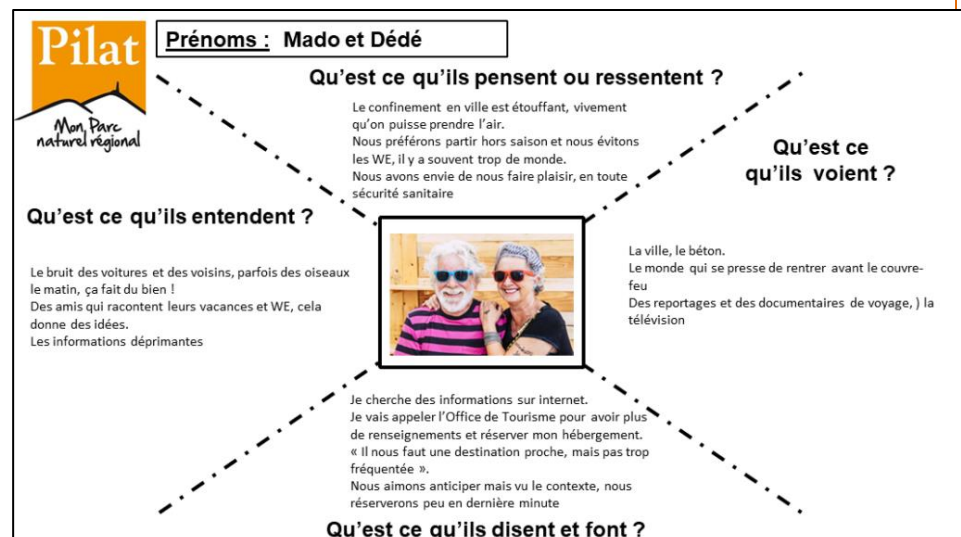
Crédit : Emy Digital



Titre 2 : Atelier Design Sprint dans le Parc naturel régional du Pilat – phase d’immersion/problématique.

Source : [Expérimentation Design de l’offre PNR - Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme - Site pro \(auvergnerhonealpes-tourisme.com\)](http://auvergnerhonealpes-tourisme.com)

Crédit : C.Crouzet



CARTE

PLAN

Auteur	<p>Nom : Eugénie JOLY</p> <p>Etablissement : Office français de la biodiversité</p> <p>Direction : Direction des aires protégées</p> <p>Service : Service d'appui aux parcs nationaux et réseaux d'aires protégées</p> <p>Fonction : Chargée de mission fréquentation et sports de nature</p> <p>Localisation : Pérols, 34470</p> <p>Sujet du stage : La fréquentation post-covid dans les espaces naturels français</p> <p>Dates : stage du 8 mars au 27 août 2021 & actualisation d'octobre 2021 à mai 2022</p> <p>Coordonnées : eugenie.joly@ofb.gouv.fr</p>
---------------	---

LEVIER N°4	CONNAISSANCE
Sous-levier	Des outils innovants de mesures et de gestion de la fréquentation au service des espaces naturels protégés.
FICHE N°4.1	Expérimentations d'outils de mesure et de gestion de la fréquentation au sein d'espaces naturels protégés.
FICHE N°4.2	L'expérimentation Outdoorvision dans la région Auvergne-Rhône-Alpes : acquisition et valorisation de données des pratiquants d'activités de pleine nature.
FICHE N°4.3	Flux Vision Tourisme : acquisition et valorisation de données mobiles des visiteurs au sein du Parc naturel régional du Vercors.
Sous-levier	Etude sur la capacité de charge d'un espace/site naturel
FICHE N°4.4	La démarche capacité de charge sur l'île de Porquerolles au sein du Parc national de Port-Cros.

LEVIER N°4	CONNAISSANCE
SOUS-LEVIER	Des outils innovants de mesures et de gestion de la fréquentation au service des espaces naturels protégés.
Fiche n°	4.1
ACTION	Expérimentations d'outils de mesures et de gestion de la fréquentation en temps réel au sein d'espaces naturels protégés.
Sous-action	<ol style="list-style-type: none"> 1. Expérimentation des capteurs Affluences pour mesurer et informer en temps réel sur les taux d'occupation du site du Cirque du Fer à Cheval - Grand Site de Sixt-Fer-à-Cheval. 2. Expérimentation de capteurs de flux et informations en temps réel sur des sites naturels du Parc national des Calanques. 3. Expérimentation sur un dispositif de mesure du taux d'occupation sur les parkings et d'information en temps réel dans le département des Pyrénées-Atlantiques.
Localisation	<p>REGION : Auvergne-Rhône-Alpes, Provence-Alpes-Côte d'Azur, Occitanie</p> <p>DEPARTEMENT : Haute-Savoie, Bouches-du-Rhône, Pyrénées-Atlantiques</p>
Espace naturel concerné	<ol style="list-style-type: none"> 1. Grand Site de Sixt-Fer-à-Cheval 2. Parc national des Calanques 3. Parc national des Pyrénées
Maître d'ouvrage	<ol style="list-style-type: none"> 1. Syndicat mixte du Grand Site de Sixt-Fer-à-Cheval (co-pilotage avec l'Office de tourisme de Samoëns et la communauté de communes des Montagne du Giffre) 2. Parc national des Calanques 3. Agence d'attractivité et de développement touristique (AaDT) Béarn Pays Basque
Partenaire	<ol style="list-style-type: none"> 1. Offices de tourisme, Conservatoire d'espaces naturels de Haute-Savoie, commune de Sixt-Fer-à-Cheval et la Réserve naturelle nationale de Sixt-Fer-à-Cheval/Passy 2. Comité régional du tourisme de Provence-Alpes-Côte d'Azur, Provence Tourisme, 3. Conseil départemental des Pyrénées-Atlantiques
Prestataire	<ol style="list-style-type: none"> 1. Entreprise privée Affluences 2. Laboratoires, entreprises privées

	3. Entreprise privée HUPI (Bidart, Pays-Basque) ³⁰
Objectif	<ul style="list-style-type: none">• Informer en temps réel les visiteurs sur les conditions de fréquentation des sites touristiques/parkings en espaces naturel• Favoriser le report de flux dans le temps et l'espace.• Mieux quantifier et qualifier la fréquentation des sites touristiques au sein d'espaces naturels.
Description	<p>1. Expérimentation du dispositif Affluence sur le site du Cirque du Fer à Cheval</p> <p>Affluences est une entreprise française créée en 2014 qui fournit des outils de mesure de la fréquentation d'un lieu fermé ou ouvert (au départ dans les bibliothèques universitaires). Grâce à ses capteurs, elle mesure l'affluence en temps réel sur un lieu donné, agrège et analyse les données grâce à un algorithme d'analyse prédictive pour établir des taux d'occupation qui sont communiqué en temps réel au grand public grâce à son système d'information (site internet, application mobile, interface de programmation – API³¹). Elle a aussi développé une plateforme professionnelle de gestion de l'outil pour ses clients et un système de réservation en ligne.</p> <p>Cet outil permet au gestionnaire des sites de :</p> <ul style="list-style-type: none">• connaître la répartition des visiteurs, les tendances,• prédire et communiquer sur les temps d'attente, le taux d'occupation du site• mettre en place une réservation : par activité, par créneau, par file d'attente virtuelle <p>Elle a étendu son champ d'actions à différents secteurs d'activités, aux sites touristiques, plages, stations de ski et espaces naturels. Elle fournit aux gestionnaires de sites naturels des outils de mesure et de gestion de la fréquentation sur des sites, parkings, plages. Le matériel, des capteurs par caméras intelligentes 2D/3D, est fourni en location ou après achat. Ces outils sont alimentés par des prises 220V, des batteries sur candélabres, des batteries autonomes ou des panneaux</p>

³⁰ Entreprise spécialisée dans l'intelligence artificielle appliquée au secteur de l'énergie et du transport.

³¹ Affluences s'intègre via ses API sur différents supports. Exemple : [Le Colorado Provençal de Rustrel](https://www.coloradoprovençal.fr) - [Site Officiel \(coloradoprovençal.fr\)](https://www.coloradoprovençal.fr)

solaires.

Le syndicat mixte du Grand Site de Sixt-Fer-à-Cheval, l'Office de tourisme de Samoëns et la communauté de communes des Montagnes du Giffre ont expérimenté le dispositif sur le site du Cirque du Fer à Cheval. En effet, ce site est très touristique et accessible via une seule route étroite menant à un parking à proximité du site. Ainsi, le site est soumis à une pression automobile importante entraînant des problèmes d'embouteillage, de saturation du parking et de stationnement sauvage.

L'objectif du projet lancé en 2020 et renouvelé pour la saison estivale 2021 a donc été de :

- mesurer en temps réel le taux d'occupation du site avec la mise en place d'un capteur vidéo 2D³² à l'entrée du village qui mène au site. Il identifie et différencie les différents usages : piétons, véhicules (voitures, camions, bus), cyclistes.
- prédire le taux d'occupation à la demi-heure sur la journée
- informer en temps réel sur le taux d'occupation et les prévisions d'affluence via l'application mobile disponible sur l'App Store et Google Play et transmission des données analysées aux offices de tourisme pour qu'il communique auprès de leurs visiteurs

Chaque acteur impliqué dans la mise en œuvre du projet sur le territoire du site du Cirque du Fer à Cheval a accès à la plateforme professionnelle pour laquelle ils ont été formés. Ces informations leurs permettent de communiquer auprès des visiteurs les taux d'occupation, encourager éventuellement des alternatives de visite ou de reporter leur visite dans le temps.

³² Le capteur vidéo 2D est un dispositif de comptage de personnes et de véhicules. Placé en hauteur, il capte et analyse les formes dans son "champ de vision", repère celles assimilables à des êtres humains, des vélos, des véhicules ou des chiens, afin de les suivre, et compte toutes celles qui traversent une ligne de comptage prédéfinie. Il transmet des données de comptage actualisées toutes les minutes via le réseau 3G/4G. L'alimentation du dôme est intégrée au capteur.

2. Expérimentation de capteurs de flux et informations en temps réel dans le Parc national des Calanques.

Au sein du Parc national des Calanques, la mesure de la fréquentation est assurée par une quarantaine d'éco-compteurs³³. En 2021, 20 capteurs supplémentaires ont été testés sur 19 sites naturels pour la saison estivale. Leur particularité est qu'ils permettent de mesurer en temps réel les visiteurs.

L'établissement public a installé des capteurs développés par quatre opérateurs différents avec analyse des données sur des plateformes dédiées. Ils fonctionnent soit par un système de coupage de faisceau soit par caméra utilisant l'intelligence artificielle. Ils permettent de compter et de différencier les véhicules sur les parkings, les piétons sur les plages ou les bateaux sur le plan d'eau en mouillage.

Ces derniers ont été disposés sur les plages, sur le plan d'eau et les parkings pendant la période estivale 2021.

A partir de ces données, à titre expérimental, durant la saison estivale 2021, le Parc national a informé les visiteurs en temps réel de l'état de la fréquentation sur l'application Mes Calanques du parc national à travers l'onglet « Affluence ». Des pastilles rouges, oranges et vertes indiquent le taux de remplissage sur les plages, sur le plan d'eau et les parkings.

A l'issue de ces tests, le Parc national devait se positionner sur un outil et lancer un appel d'offres avant d'étendre le dispositif à d'autres sites.

3. Expérimentations sur le suivi de la fréquentation en temps réel en montagne basque et béarnaise.

Une opération expérimentale de suivi de la fréquentation en temps réel durant la saison estivale 2021 a été pilotée par l'agence d'attractivité et de développement touristique Béarn-Pays-Basque en lien avec le

³³ Systèmes de comptage pour piétons et cyclistes utilisés dans de nombreux espaces naturels sur les sentiers principalement via un système compteurs de piétons avec dalles de pressions ou à capteurs thermique/infra-rouge (disposés sur des poteaux).

	<p>département des Pyrénées-Atlantiques. Un opérateur a été sélectionné dans le cadre d'un appel à idées, en collaboration avec le Tourisme Lab' de Nouvelle-Aquitaine. La start-up locale Hupi a été retenue afin d'expérimenter des technologies innovantes qui permettent de mesurer en temps réel le taux d'occupation des parkings les plus fréquentés en montagne basque et béarnaise et d'alerter les visiteurs en proposant des alternatives pour stationner. Les sites se situent en vallée d'Ossau à Bious-Artigues et le plateau du Benou, en vallée d'Aspe et à Annapia à Lescun et un quatrième site à Iraty-Cize permet de mesurer le taux d'occupation d'une aire dédiée aux camping-cars.</p>
<p>Cible</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Les gestionnaires d'espaces naturels • Les acteurs impliqués dans l'accueil sur le territoire (offices de tourisme, hébergeurs...) • Les visiteurs sur place • Les visiteurs avant qu'ils ne viennent sur le territoire
<p>Financement</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Co-financement : la communauté de communes des Montagnes du Giffre (50%) est co-financeur au titre des deux autres offices de tourisme de la vallée et le Syndicat mixte et l'office de tourisme de Samoëns se partagent les 50% restant. 2. Autofinancement 3. Le Conseil départemental des Pyrénées-Atlantiques
<p>Budget</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 2700€ pour 4 mois de mise en œuvre : frais d'accès à la gestion administrative de la plateforme Affluence, frais de mise à disposition des capteurs (location), installation et maintenance. 2. Pas d'information 3. Les coûts relatifs à l'expérimentation d'outils de suivi de la fréquentation par le département des Pyrénées-Atlantiques dans la vallée d'Ossau sont compris dans le budget de l'opération « Réussir ma Rando » : environ 100 000€ dont 80 000€ du Conseil départemental des Pyrénées-Atlantiques et 20 000 € du Parc national des Pyrénées. <p>Ce budget intègre :</p> <ul style="list-style-type: none"> • la campagne et la boîte à outils « Réussir ma Rando » • des opérations de sensibilisation sur le terrain animées par des accompagnateurs en montagne • des ateliers bilan de sites sur les sites majeurs de la vallée d'Ossau • une expérimentation sur le suivi de la fréquentation en temps

	réel (vallée d'Ossau)
Temporalité	Saison estivale 2021
Intérêt	<ul style="list-style-type: none"> • Ces expérimentations permettront de connaître l'efficacité des outils en termes de mesure et qualification des flux en temps réel et la fiabilité des données fournies. • Ils répondent à un enjeu phare : informer en temps réel pour désaturer des sites très fréquentés. • Les tests permettront de faire évoluer les outils pour les années à venir • Ces nouvelles technologies permettent d'utiliser des moyens innovants de suivi de la fréquentation • La société Affluences propose de louer ou acheter le matériel mais gère l'installation, la maintenance et la supervision. Le choix du forfait s'adapte au site en question.
Limite	<ul style="list-style-type: none"> • Ces dispositifs expérimentaux devront prouver leur ergonomie, autonomie et résistance aux conditions climatiques ainsi que leur intégration paysagère et réversibilité de l'installation. Ces outils doivent être adaptés aux milieux humides et froids ou le système vidéo des capteurs sera endommagé. • Des défauts de couverture réseau sur certaines zones en espace naturel sont encore à corriger. Cela peut biaiser les données. • Ces tests requièrent la mobilisation de personnel sur le terrain et un important travail d'installation et de suivi. • Certains sites d'expérimentation ont des contraintes en termes de géomorphologie. • Certains de ces dispositifs et leur mise en œuvre représentent un coût. • Ces outils sont généralement encore en phase expérimental sur les lieux ouverts et espaces naturels. Les capteurs d'Affluence sont conçus au départ pour des espaces fermés. • Difficulté de mobiliser les acteurs du territoire pour développer l'outil et optimiser toutes ses potentialités (Cirque de Sixt fer à Cheval).
Retombée	

**Bilan 2021
(action
expérimentale qui
prend fin après la
saison estivale
2021)**

1. Site du Cirque du Fer à Cheval – capteurs Affluences

Le dispositif sera renouvelé en 2022 afin de pérenniser le dispositif. L'outil a été suivi et amélioré au cours de l'expérimentation. Il a notamment fallu installer rapidement une antenne fournie par Affluences en raison d'une couverture réseau trop faible. Il y a de nouveau eu une interruption de la connexion en août 2021 et les données ont été récupérées en local. Dans les jours suivants, ce problème a entraîné une incohérence de l'algorithme qui a finalement été rectifié. En outre, des innovations ont été mises en œuvre en cours d'expérimentation avec notamment l'identification différenciée des véhicules grâce à l'algorithme (vélos, camions, bus). D'autres données pourraient être accessible prochainement (camping-cars).

Les différentes pistes d'amélioration évoquées pour la prochaine saison sont d'améliorer la précision de l'algorithme pour la société Affluences et maximiser la communication de l'affluence par les maîtres d'ouvrage de l'action sur le site.

L'office de tourisme de Samoëns a également demandé à l'entreprise l'installation d'un capteur dès janvier 2022 sur le parking du Col de Joux Plane, à proximité de Sixt-Fer-à-Cheval, qui est très fréquenté en hiver. Pour tester ce type d'outil en saison hivernale, il faut bien prendre en compte les conditions climatiques, le froid, le gel et l'humidité, qui peuvent détériorer le dispositif. Pour cela, il existe des boîtiers spécifiques pour les milieux humides comme les piscines. Cependant, ces outils résistent mal au froid et les conditions météorologiques (neige, pluie) faussent les données.

2. Parc national des Calanques – capteurs connectés

Le bilan de l'expérimentation est mitigé. Le système d'information en temps réel via l'application Mes Calanques est très intéressant mais quelques remontées d'informations sur l'application ou des liens vers des interfaces de programmation (API) sont faussées. Cependant, le Parc national a pu récolter peu de données de comptage par les capteurs. Les outils et leur suivi sont perfectibles. Les technologies n'ont pas répondu à tous les attentes des sites naturels et les équipes du parc ont manqué de moyens humains et de temps pour assurer un

	<p>suivi suffisant comme par exemple pour le changement des batteries.</p> <p>Les données issues des capteurs par coupage de faisceaux peuvent manquer de précision car le comptage est facilement faussé (stagnation des piétons...).</p> <p>Les capteurs par intelligence artificielle sont les plus performants mais sont surtout efficaces pour mesurer et informer sur un taux de remplissage plutôt qu'un comptage précis. Il y a également eu un vol d'un capteur. Certains outils sont en cours de développement par des laboratoires et donc en phase de recherche mais prometteurs.</p> <p>Certaines limites évoquées se confirment. Le Parc national a rencontré des problèmes de couverture réseau, certains capteurs consomment beaucoup d'énergie, les technologies ne sont pas toujours adaptées sur certains sites et toute la mise en œuvre représente un coût financier important.</p> <p>Le Parc national peut améliorer la maintenance du matériel pour mieux anticiper la consommation énergétique de certains capteurs et remédier aux problèmes de réseaux rencontrés.</p> <p>De nouvelles expérimentations de mesure de la fréquentation en temps réel seront menées pour la saison estivale 2022 sous d'autres modalités. La transmission en temps réel via l'application sera maintenue. Finalement, le Parc national n'a pas sélectionné un outil en particulier. Il souhaite questionner ses besoins et envisage de poursuivre la mise en œuvre d'outils complémentaires.</p> <p>De plus, il est envisagé depuis le début d'étendre le dispositif à la Métropole Aix-Marseille-Provence en connectant les données des capteurs des panneaux digitaux de la métropole pour communiquer en temps réel à grande échelle.</p> <ul style="list-style-type: none">• Parkings des Pyrénées – AaDT Béarn Pays Basque et HUPI <p>Pas d'information.</p>
<p>Ecueil à éviter/ reproductibilité /transférabilité</p>	<ul style="list-style-type: none">• Ces types de projets requièrent une ingénierie solide, moyens techniques (matériels), humains et financiers ainsi que des compétences techniques/technologiques et d'être suivi par un

	<p>bureau d'étude, une entreprise ou laboratoire externe.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ces projets mobilisent du temps : déploiement, suivi, maintenance. • Ces outils sont largement perfectibles pour une utilisation sur un site naturel mais certains sont encore en phase de développement.
<p>Contact</p>	<p>Nom : Mathieu BATTAIS Structure : Syndicat mixte du Grand Site de Sixt-Fer-à-Cheval Direction : Service : Fonction : Chargé de mission Grand Site</p> <p>Nom : Mélissa DESBOIS Structure : Parc national des Calanques Direction : Service : Fonction : Chargée de mission Sports et Loisirs de nature Coordonnées : melissa.desbois@calanques-parcnational.fr</p> <p>Nom : Rose-Marie ESCLARMONDE Structure : Conseil départemental des Pyrénées-Atlantiques Direction : Direction Territoires & Cadre de Vie Service : Fonction : Responsable de la mission Plan Montagne Coordonnées : rose-marie.esclarmonde@le64.fr</p>
<p>Source</p>	
<p>MOT CLE</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mesure de la fréquentation • Gestion de la fréquentation • Temps réel • Capteurs • Intelligence artificielle
<p>LIEN URL</p>	<p>1. Dispositif Affluences</p> <ul style="list-style-type: none"> • Article sur l'expérimentation sur le site du Cirque du Fer à Cheval : Une appli pour suivre l'affluence au cirque du Fer-à-

Cheval Actumontagne	<ul style="list-style-type: none">• Communiqué de presse du 22 juillet 2021 sur le dispositif Affluences au Cirque du Far à Cheval : Communiqué de presse MONTAGNES DU GIFFRE_ : Un nouveau dispositif pour suivre en temps réel (mairiedesamoens.fr)• RadioGiffre - 27 juillet 2021 - Interview de Mathieu Battais https://www.radiogiffre.com/2021/07/27/grand-site-sixt-fer-a-cheval-appli-affluences-avec-mathieu-battais-charge-de-mission-27-juillet-2021/• Autre expérimentation sur le site du Colorado Provençal de Rustrel : Le Colorado Provençal de Rustrel - Site Officiel (coloradoprovençal.fr) <p>2. Parc national des Calanques</p> <ul style="list-style-type: none">• Article sur l'expérimentation de capteurs dans les Calanques : Des capteurs pour mesurer l'affluence en temps réel dans le Parc national des Calanques Actu Marseille <p>3. Parkings Pyrénées - AaDT Béarn Pays Basque</p> <ul style="list-style-type: none">• Description du dispositif Réussir ma rando et de l'expérimentation de gestion des flux (bas de page) : Programme et campagne de prévention "Réussir ma rando" Site officiel du Département des Pyrénées-Atlantiques (le64.fr)• Site officiel Réussir ma Rando et description de l'expérimentation (bas de page) : Stationnement dans les Pyrénées - les bons gestes réussir ma rando 64 (reussirmarando.com)
DOCUMENT	(Documents disponibles sur demande)
ANNEXE	

**Autre fiche liée
(même maître
d'ouvrage ou
même territoire
d'application) :**

Fiche n°3.2

Action : L'application mobile citoyenne et collaborative d'informations en temps réel Mes Calanques.

Fiche n°4.2 :

Action : L'expérimentation Outdoorvision dans la région Auvergne-Rhône-Alpes : acquisition et valorisation de données par les pratiquants d'activités de pleine nature.

Fiche 4.3 :

Action : Flux Vision Tourisme : acquisition et valorisation de données mobiles des visiteurs au sein du Parc naturel régional du Vercors.

Fiche n°5.1

Action : Expérimentation d'un permis de visite dans la calanque de Sugiton au sein du Parc national des Calanques.

Visuel

PHOTOGRAPHIE

Titre 1 : Stationnements le long des routes pour se rendre sur le site du Cirque du Fer à Cheval pendant l'été 2020.

Source : Syndicat mixte du Grand Site de Sixt-Fer-à-Cheval

Crédit : Syndicat mixte du Grand Site de Sixt-Fer-à-Cheval



Titre 2 : Installation du capteur vidéo 2D à l'entrée du village de Nambride, site du Fer-à-Cheval

Source : Syndicat mixte du Grand Site de Sixt-Fer-à-Cheval

Crédits : Syndicat mixte du Grand Site de Sixt-Fer-à-Cheval



Titre 3 : Calanque de Sormiou, site d'expérimentation des capteurs (Parc national des Calanques).

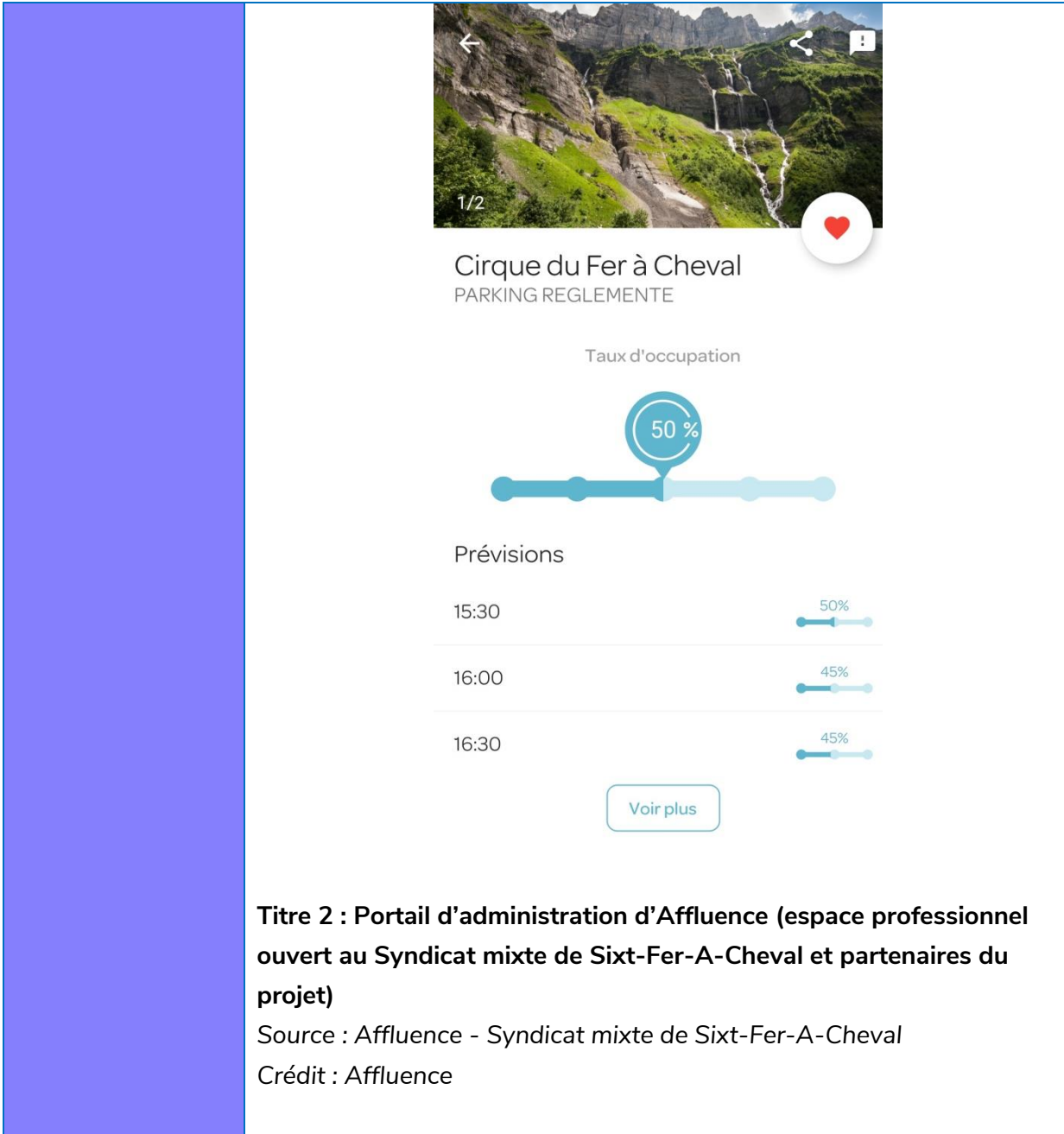
Source : [Le nombre de visiteurs plafonné dans la calanque de Sugiton dès l'année prochaine \(madedinmarseille.net\)](https://madedinmarseille.net)

Crédits : Nicholas Klein



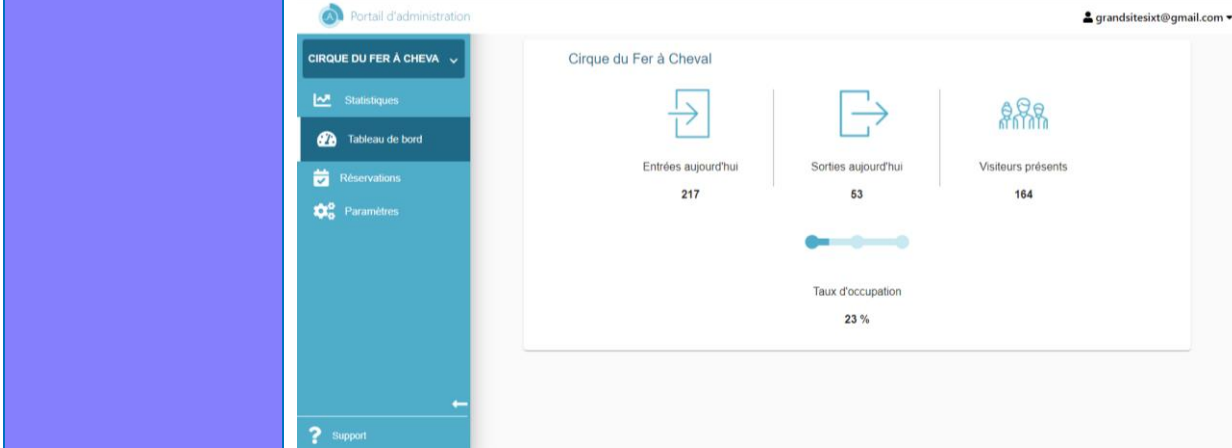
ILLUSTRATION

Titre 1 : Application mobile grand public Affluence - système d'information sur le taux d'occupation en temps réel sur le Grand Site de France de Sixt-Fer-à-Cheval
Source : Application mobile Affluence
Crédit : Affluence



The screenshot displays a mobile application interface for 'Cirque du Fer à Cheval'. At the top, there is a landscape photo of a mountain valley with a waterfall. Below the photo, the title 'Cirque du Fer à Cheval' and subtitle 'PARKING REGLEMENTE' are shown. A 'Taux d'occupation' (Occupancy Rate) section features a circular gauge showing 50%. Below this, a 'Prévisions' (Forecasts) section lists three time slots: 15:30 (50%), 16:00 (45%), and 16:30 (45%), each with a horizontal progress bar. A 'Voir plus' (View more) button is located at the bottom of the forecast section.

Titre 2 : Portail d'administration d'Affluence (espace professionnel ouvert au Syndicat mixte de Sixt-Fer-A-Cheval et partenaires du projet)
Source : Affluence - Syndicat mixte de Sixt-Fer-A-Cheval
Crédit : Affluence

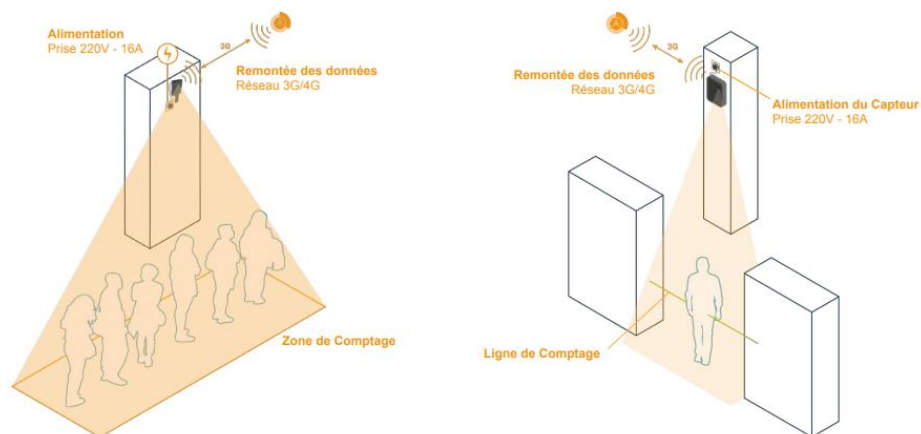


The screenshot shows a web administration portal for 'Cirque du Fer à Cheval'. The page title is 'Portail d'administration' and the user is logged in as 'grandsitesixt@gmail.com'. A sidebar on the left contains navigation options: 'CIRQUE DU FER À CHEVA', 'Statistiques', 'Tableau de bord', 'Réservations', 'Paramètres', and 'Support'. The main content area displays 'Cirque du Fer à Cheval' with three key metrics: 'Entrées aujourd'hui' (217), 'Sorties aujourd'hui' (63), and 'Visiteurs présents' (164). Below these metrics is a 'Taux d'occupation' (Occupancy Rate) gauge showing 23%.

Titre 3 : Schéma de fonctionnement du capteur vidéo de mesure de l'affluence piétons

Source : Affluences

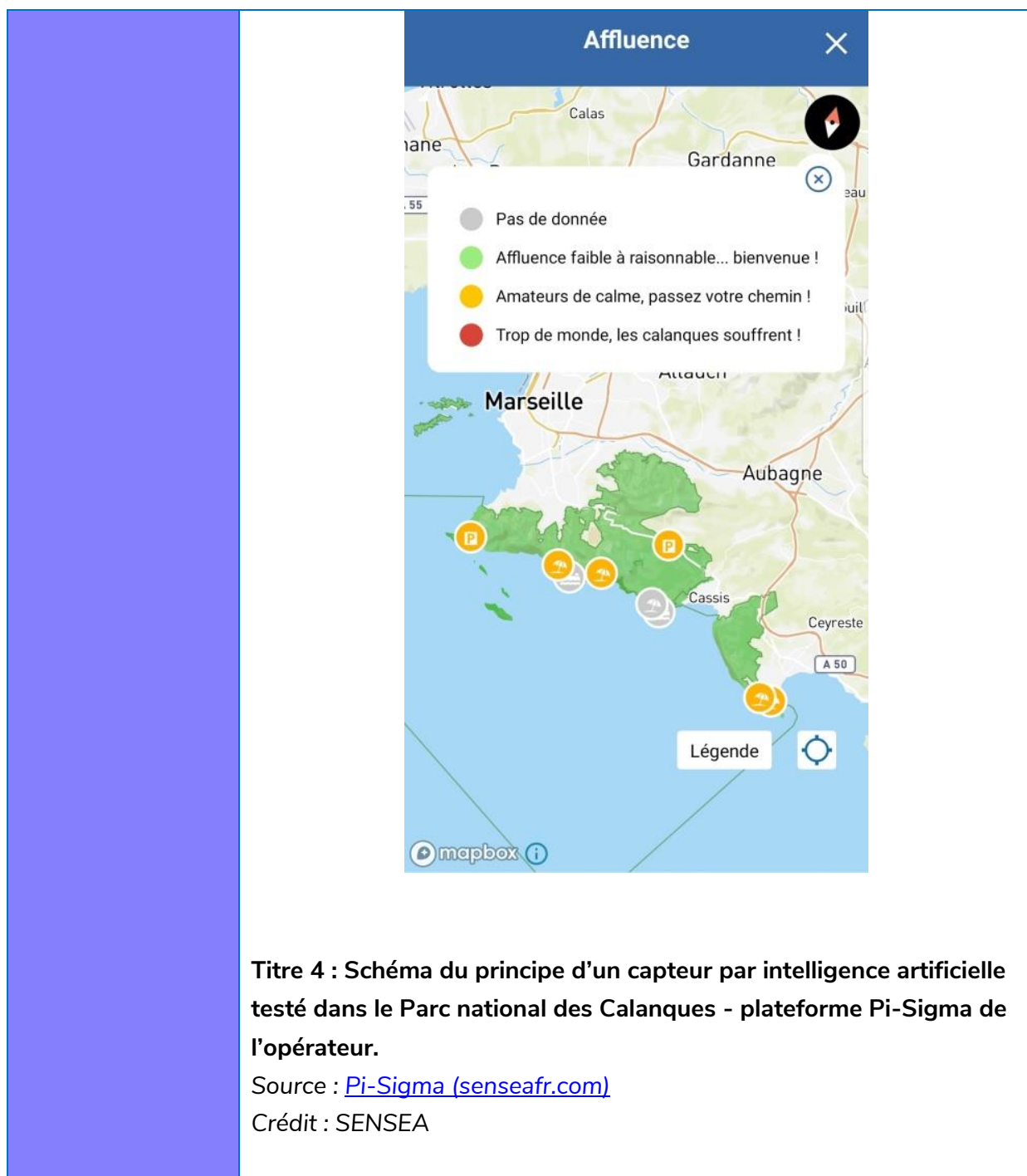
Crédit : Affluences



Titre 4 : Application Mes Calanques – onglet « Affluence » (Parc national des Calanques)

Source : Application Mes Calanques

Crédit : Mapbox/OpenStreetMap



Titre 4 : Schéma du principe d'un capteur par intelligence artificielle testé dans le Parc national des Calanques - plateforme Pi-Sigma de l'opérateur.

Source : [Pi-Sigma \(senseafr.com\)](https://senseafr.com)

Crédit : SENSEA

<p>CARTE</p>	<p>Titre 1 : Source : Crédit :</p>
<p>PLAN</p>	<p>Titre 1 : Source : Crédit :</p>
<p>Auteur</p>	<p>Nom : Eugénie JOLY Etablissement : Office français de la biodiversité Direction : Direction des aires protégées Service : Service d'appui aux parcs nationaux et réseaux d'aires protégées Fonction : Chargée de mission fréquentation et sports de nature Localisation : Pérols, 34470 Sujet du stage : La fréquentation post-covid dans les espaces naturels français Dates : stage du 8 mars au 27 août 2021 & actualisation d'octobre 2021 à mai 2022 Coordonnées : eugenie.joly@ofb.gouv.fr</p>


LEVIER N°4	CONNAISSANCE
SOUS-LEVIER	Des outils innovants de mesures et de gestion de la fréquentation au service des espaces naturels protégés.
Fiche n°	4.2
ACTION	L'expérimentation Outdoorvision dans la région Auvergne-Rhône-Alpes : acquisition et valorisation de données des pratiquants d'activités de pleine nature
Sous-action	
Localisation	REGION : Auvergne-Rhône-Alpes DEPARTEMENT :
Espace naturel concerné	<ul style="list-style-type: none"> Le Parc naturel régional du Vercors Le Parc national des Ecrins (communauté de communes de l'Oisans)
Maître d'ouvrage	<ul style="list-style-type: none"> Le Pôle ressources national des sports de nature (rattaché au Ministère chargé des sports)
Partenaire	<ul style="list-style-type: none"> La région Auvergne-Rhône-Alpes Le CREPS Rhône-Alpes (Centres de ressources, d'expertise et de performance sportive) L'Agence régionale du tourisme Auvergne-Rhône-Alpes (actions de communication) Fédérations sportives Agence national du sport IPAMAC (réseau des Parcs naturels régionaux du Massif central) L'institut d'urbanisme et de géographie alpine (UGA) L'Institut national de l'information géographique et forestière Conventionnement de 11 territoires pilotes dont : le Parc naturel régional du Vercors, la communauté de communes de l'Oisans Marques et applications par objets connectés et d'itinéraires de randonnée : Suunto, Garmin et VisoRando, VisuGPX
Prestataire	<ul style="list-style-type: none"> Bureaux d'étude
Objectif	<ul style="list-style-type: none"> Recueillir les tracés GPS enregistrés par les pratiquants de sports de nature, les transformer en information précieuse et les rendre accessibles aux acteurs impliqués dans le développement maîtrisé des sports de nature, Nourrir les décisions des collectivités publiques dans

	<p>le développement, l'aménagement et la préservation des sites et itinéraires de sports et loisirs de nature grâce à l'action citoyenne des pratiquants.</p>
Description	<p>DESCRIPTION DU DISPOSITIF</p> <p>Le ministère chargé des Sports a confié au Pôle ressources national des sports de nature le déploiement d'un dispositif qui collecte et valorise les données de géolocalisation issues des objets connectés et applications utilisés par les pratiquants de sports de nature dans le cadre de partenariats entre des territoires, des fédérations sportives et des marques. Le service contribue à une meilleure connaissance des spots outdoor et à la préservation des sites de pratique sur les territoires partenaires.</p> <p>Outdoorvision synchronise et enregistre automatiquement les traces GPS d'utilisateurs d'objet connectés depuis leur compte Garmin Connect™, Suunto App (Appli Suunto) ou Polar Flow (des montres connectées). Grâce à ces partenariats, 6,5 millions de traces GPS alimentent déjà la plateforme. Autrement, les utilisateurs peuvent transmettre leur traces/itinéraires enregistrées sur des applications d'activités de pleine nature et cartographies directement sur Outdoorvision (Visorando, VisuGPX, IGNrando, OpenRunner, Polar, Trail Connect, . Outdoorvision enregistre uniquement les traces GPS des utilisateurs et applique le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD). Ces données sont anonymes et agrégées pour être analysées de manière globale et objective.</p> <p>L'accès aux données est réservé aux acteurs impliqués dans les activités de pleines nature, collectivités, espaces naturels pour une utilisation professionnelle comme outil d'aide à la décision.</p> <p>L'EXPERIMENTATION EN 2021</p> <p>Un appel à manifestation général a été lancé en 2020 afin de sélectionner 11 territoires pilotes dans la région Auvergne-Rhône-Alpes pour l'expérimentation de la première version de la plateforme de mars 2021 à novembre 2021. Certains territoires sont suivis par un bureau d'étude.</p>

	Dans le cadre de cette expérimentation, le Pôle a identifié 4 familles d'activités terrestres (marcher/courir/pédaler/skier). Le dispositif pourra s'étendre à d'autres activités (équestre, nautisme...) à partir de 2023.
Cible	<ul style="list-style-type: none"> • Utilisateurs d'objets connectés et application mobile (Suunto, Garmin, VisoRando et VisuGPX) • Pratiquants de sports de pleine nature
Financement	<p>Le dispositif est déployé par le Pôle ressource national des sports de nature grâce aux financements suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'Union Européenne • Ministère des Economies, des Finances et de la Relance : Plan France Relance • Appel à projet fonds de dotation Paris 2024
Budget	
Temporalité	L'expérimentation se déroule de mars 2021 à novembre 2021
Intérêt	<ul style="list-style-type: none"> • Visualiser les pratiques outdoor du territoire. • Analyser l'évolution de la fréquentation sur le territoire. • Développer des projets sur la base de données précises. • Protéger les sites par une surveillance et une prévention des pratiques dommageables.
Limite	
Retombée	
Bilan 2021 (action expérimentale qui prend fin après la saison estivale 2021)	<p>En octobre 2021, l'outil compte 3000 contributeurs. Le déploiement du dispositif se poursuit en 2022.</p> <p>L'ensemble des territoires d'expérimentations poursuivent leur expérimentation car pour eux, le dispositif est très utile, avec un fort potentiel d'amélioration. En termes d'améliorations évoquées, elles concernent le besoin de données complémentaires avec l'analyse croisées avec d'autres outils et développer des passerelles avec les plateformes partenaires (Geotrek, Biodivsports...), la communication auprès des pratiquants...</p> <p>Le Pôle pour la période 2022-2024 souhaite rendre la plateforme plus performante en déployant le dispositif à de nouvelles régions</p>

	<p>(Occitanie et Provence-Alpes-Côte d'Azur), à de nouveaux départements, à des Etablissements publics de coopération intercommunale, à des Fédérations sportives, aux services de l'Etat ainsi qu'aux gestionnaires d'espaces naturels (Parcs nationaux, Parcs naturels régionaux, les réserves naturelles (co) gérées par l'Office français de la biodiversité), et au milieu marin avec les parcs naturels marins (2023).</p> <p>Pour la période 2025-2028, le Pôle s'est fixé comme perspectives de rendre Outdoorvision pérenne au niveau financier et en termes de gouvernance.</p>
Ecueil à éviter/ reproductibilité /transférabilité	
Contact	<p>Nom : Christophe MARTINEZ Structure : Pôle ressources national des sports de nature Direction : Service : Fonction : Chargé de mission Coordonnées : christophe.martinez@sportsdenature.gouv.fr</p>
Source	
MOT CLE	
LIEN URL	<p>Site internet de l'espace naturel protégé ou d'un partenaire :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Site internet Pôle ressources national des sports de nature : Lancement d'Outdoorvision, l'outil au service des territoires (sportsdenature.gouv.fr) • Vidéo de présentation de l'outil : Outdoorvision (vimeo.com) • Description d'Outdoorvision sur le site internet du Comité régional du tourisme d'Auvergne-Rhône-Alpes : OUTDOORVISION - Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme - Site pro (auvergnerhonealpes-tourisme.com) • Site internet de Visorando : Visorando : idées de randonnée pédestre, VTT, raquette, ... • Application mobile Suunto Visualisez vos activités, restez connectés grâce aux notifications – appli mobile Suunto

	<ul style="list-style-type: none"> • Application mobile Garmin Connect : Garmin Connect Communauté sportive gratuite en ligne <p>Articles de presse en ligne :</p> <p>Autres :</p>
DOCUMENT	(Documents disponibles sur demande)
ANNEXE	
Autre fiche liée (même maître d'ouvrage ou même territoire d'application) :	<p>Fiche n°4.1 Action : Expérimentations d'outils de mesure et de gestion de la fréquentation en temps réel au sein d'espaces naturels.</p> <p>Fiche n°4.3 Action : Flux Vision Tourisme : acquisition et valorisation de données mobiles des visiteurs au sein du Parc naturel régional du Vercors.</p>
Visuel	
PHOTOGRAPHIE	<p>Titre 1 :</p> <p>Source :</p> <p>Crédit :</p>
ILLUSTRATION	<p>Titre 1 : Plateforme Outdoorvision</p> <p>Source : https://outdoorvision.fr</p> <p>Crédit : Outdoorvision</p> 

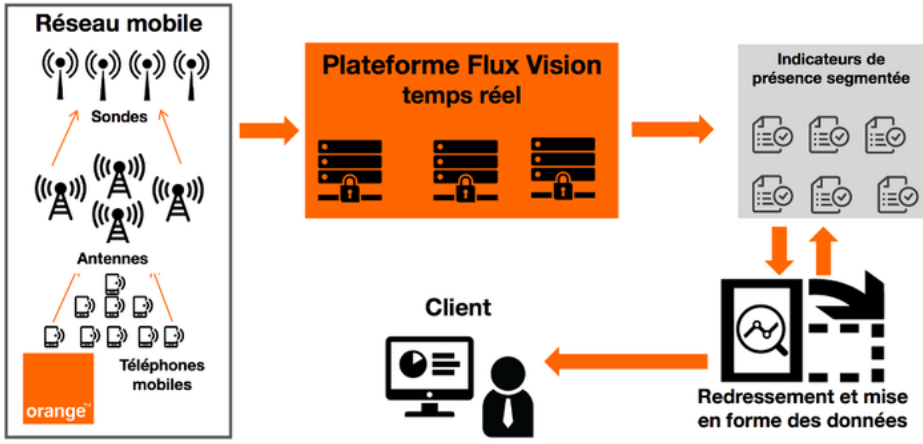
	<p>Titre 2 : Page web du site Outdoorvision – synchronisez ou téléchargez vos activités</p> <p>Source : https://back.outdoorvision.fr/account/settings/</p> <p>Crédit : Outdoorvision</p>  <p>The screenshot shows a web interface titled 'Synchronisez ou téléchargez vos activités'. It features three main sections: 'Avec votre compte Garmin' with a 'GARMIN.' logo and a 'Démarrer' button; 'Avec votre compte Suunto' with a 'SUUNTO' logo and a 'Démarrer' button; and 'Partagez directement vos activités' with icons for '.gpx' and '.fit' files and an 'Ajouter' button. Each section includes a small green circular icon with a white 'e' and a location pin.</p>
<p>CARTE</p>	<p>Titre 1 :</p> <p>Source :</p> <p>Crédit :</p>
<p>PLAN</p>	<p>Titre 1 :</p> <p>Source :</p> <p>Crédit :</p>
<p>Auteur</p>	<p>Nom : Eugénie JOLY</p> <p>Etablissement : Office français de la biodiversité</p> <p>Direction : Direction des aires protégées</p> <p>Service : Service d'appui aux parcs nationaux et réseaux d'aires protégées</p> <p>Fonction : Chargée de mission fréquentation et sports de nature</p> <p>Localisation : Pérols, 34470</p> <p>Sujet du stage : La fréquentation post-covid dans les espaces naturels français</p> <p>Dates : stage du 8 mars au 27 août 2021 & actualisation d'octobre 2021 à mai 2022</p> <p>Coordonnées : eugenie.joly@ofb.gouv.fr</p>

LEVIER N°4	CONNAISSANCE
SOUS-LEVIER	Des outils innovants de mesures et de gestion de la fréquentation au service des espaces naturels protégés
Fiche n°	4.3
ACTION	Flux Vision Tourisme : acquisition et valorisation de données mobiles des visiteurs du sein du Parc naturel régional du Vercors.
Sous-action	
Localisation	REGION : Auvergne-Rhône-Alpes DEPARTEMENT : Isère, Drôme
Espace naturel concerné	<ul style="list-style-type: none"> • Parc naturel régional du Vercors
Maître d'ouvrage	
Partenaire	<ul style="list-style-type: none"> • Département de l'Isère • Département de la Drôme • Société française de télécommunications Orange
Prestataire	
Objectif	<ul style="list-style-type: none"> • Avoir un suivi de la fréquentation globale sur un territoire • Confirmer des observations à dire d'experts • Avoir une photographie de la fréquentation
Description	<p>Flux Vision est un outil développé par la société française de télécommunications Orange dans le but d'aider une structure publique ou privée ou un territoire à avoir des informations quantitatives et qualitatives sur sa fréquentation. Orange fournit des indicateurs statistiques de fréquentation de provenance et de déplacement à partir de millions d'informations techniques issues du réseau mobile Orange par géolocalisation. Conformément aux Règlement général sur la protection des données (RGPD), les données personnelles sont totalement anonymisées.</p> <p>La société a développé en collaboration avec les ATD / CDT dont Provence Tourisme cet outil spécifiquement pour le secteur du tourisme, le dispositif Flux Vision Tourisme. Une phase d'expérimentation a été menée par Bouches-du-Rhône Tourisme afin de mesurer la fréquentation lors de l'événement de la Capitale européenne de la culture à Marseille en 2013. Depuis, de nombreux</p>

	<p>territoires touristiques l'utilisent afin d'estimer :</p> <ul style="list-style-type: none">• la fréquentation d'un évènement (festival, évènement sportif international, etc.) : nombre de visiteurs, pics de fréquentation, présence par créneau de 2h retombées en nuitées touristiques sur le territoire...• la fréquentation globale du territoire : typologie de visiteurs, nombre de nuitées...• les déplacements : mesurer des flux touristiques entre plusieurs zones. <p>Le département de l'Isère et de la Drôme ont fait appel, il y a 6 ans à Orange afin de mettre en place le dispositif sur leur territoire. Le territoire de l'Isère a créé un collectif pour les territoires intéressés par la démarche. Le périmètre couvert par le dispositif Flux Vision Tourisme sur les départements de l'Isère et de la Drôme a été défini par chaque partenaire et fournit à l'observatoire Flux Vision par les départements. Le Parc naturel régional du Vercors est partenaire de ce dispositif.</p> <p>Depuis 6 ans, le Parc dispose d'un suivi des nuitées annuelles par l'achat de données Orange en téléphonie mobile. Le Parc naturel régional peut ensuite analyser des données de nuitées annuelles. Tout le périmètre du Parc est couvert mais le suivi ne comprend pas d'infra-zones.</p> <p>Cela lui permet d'avoir une approche globale pour comprendre les mécanismes et connaître les tendances de la fréquentation du territoire : tendances, des périodes de visite, des zones fréquentées, des profils de visiteurs. Ces données sont confirmées par leur connaissance terrain des typologies de visiteurs. Le dispositif présente les résultats sous forme de réseaux de chaleur.</p>
Cible	<ul style="list-style-type: none">• Clientèles de proximité• Clientèles régionales• Clientèles nationales• Personnes séjournant sur le territoire (minimum une nuitée facturée hors de son domicile)• Excursionnistes (données à améliorer)

Financement	<ul style="list-style-type: none"> • Cotisation des communes et cagnotte commune
Budget	Pas d'information.
Temporalité	Long terme
Intérêt	<ul style="list-style-type: none"> • Le Parc est conscient que l'outil n'est pas complet mais il apporte des données générales intéressantes à traiter. • Recoupés avec les autres données issues d'autres méthodes de suivi, l'ensemble des résultats permet d'avoir une vision assez fine de la fréquentation sur le territoire. • Bon outil dans les relations avec les partenaires locaux : photographie de la fréquentation sur le territoire.
Limite	<ul style="list-style-type: none"> • Des biais persistent. • Sur les clientèles de proximité iséroises et drômoises : il y a un biais de comptabilisation qui vient du fait qu'au démarrage du projet, les isérois et drômois sont considérés comme naturellement présents dans le département donc mal comptabilisés et mal pris en compte dans les données de personnes qui passent une nuitée touristique puisqu'elles sont sur leur territoire (ajustement en cours). • Pour les excursionnistes, le Parc n'a pas d'information par le dispositif alors qu'ils sont représentés 60 à 70% de la clientèle. • Sur les clientèles étrangères, des biais existent car le réseau Orange est large mais reste incomplet, les autres opérateurs européens ne sont pas inclus au dispositif.
Retombée	
Bilan 2021 (action expérimentale qui prend fin après la saison estivale 2021)	
Ecueil à éviter/ reproductibilité /transférabilité	<ul style="list-style-type: none"> • Le dispositif peut être utilisé par tout acteur du tourisme aussi bien à l'échelle locale qu'au niveau nationale. • Limite en termes de couverture réseau : il peut y avoir des biais mais tant que la donnée recherchée n'est pas hyper spatialisée,

	la donnée reste fiable.
Contact	<p>Nom : Mathieu ROCHEBLAVE</p> <p>Structure : Syndicat mixte du Parc naturel régional du Vercors.</p> <p>Direction :</p> <p>Service : Service Accueil du public et tourisme</p> <p>Fonction : Responsable de service Accueil du public et tourisme</p> <p>Coordonnées : mathieu.rocheblave@pnr-vercors.fr</p>
Source	
MOT CLE	<ul style="list-style-type: none"> • Données en téléphonie mobile • Suivi de la fréquentation • Suivi des nuitées • Mécanismes et tendances de la fréquentation
LIEN URL	<p>Site internet de l'espace naturel protégé ou d'un partenaire :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Site internet du Parc naturel régional du Vercors : Bienvenue dans le Vercors ! Parc naturel régional du Vercors (parc-du-vercors.fr) • Présentation Flux vision : Flux Vision Orange Business Services (orange-business.com) <p>Articles de presse en ligne :</p> <p>Autres :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Description du dispositif Flux Vision Tourisme : Enrichissez votre observatoire grâce aux données Flux Vision Tourisme - Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme - Site pro (auvergnerhonealpes-tourisme.com)
DOCUMENT	(Documents disponibles sur demande)
ANNEXE	
Autre fiche liée (même maître d'ouvrage ou même territoire)	<p>Fiche n°4.1</p> <p>Action : Expérimentations d'outils de mesure et de gestion de la fréquentation au sein d'espaces naturels protégés.</p>

d'application) :	Fiche n°4.2 Action : L'expérimentation Outdoorvision dans la région Auvergne-Rhône-Alpes : acquisition et valorisation de données par les pratiquants d'activités de pleine nature.
Visuel	
PHOTOGRAPHIE	Titre 1 : Source : Crédit :
ILLUSTRATION	<p>Titre 1 : Schéma du fonctionnement du dispositif Flux Vision Tourisme</p> <p>Source : Flux Vision Tourisme - Centre de ressources des professionnels du touristiques du Lot (tourisme-lot-ressources.com)</p> <p>Crédit : Centre de ressources des professionnels du touristiques du Lot</p> 
CARTE	Titre 1 : Source : Crédit :
PLAN	Titre 1 : Source : Crédit :
Auteur	Nom : Eugénie JOLY Etablissement : Office français de la biodiversité Direction : Direction des aires protégées Service : Service d'appui aux parcs nationaux et réseaux d'aires

	<p>protégées</p> <p>Fonction : Chargée de mission fréquentation et sports de nature</p> <p>Localisation : Pérols, 34470</p> <p>Sujet du stage : La fréquentation post-covid dans les espaces naturels français</p> <p>Dates : stage du 8 mars au 27 août 2021 & actualisation d'octobre 2021 à mai 2022</p> <p>Coordonnées : eugenie.joly@ofb.gouv.fr</p>
--	---

LEVIER N°4	CONNAISSANCE
SOUS-LEVIER	Etude sur la capacité de charge d'un espace/site naturel
Fiche n°	4.4
ACTION	La démarche capacité de charge sur l'île de Porquerolles au sein du Parc national de Port-Cros.
Sous-action	
Localisation	REGION : Provence-Alpes-Côte d'Azur DEPARTEMENT : Var
Espace naturel concerné	<ul style="list-style-type: none"> • Parc national de Port-Cros – île de Porquerolles
Maître d'ouvrage	<ul style="list-style-type: none"> • Parc national de Port-Cros
Partenaire	<ul style="list-style-type: none"> • Habitants • Associations de commerçants • Acteurs économiques • Partenaires scientifiques • ...
Prestataire	
Objectif	<ul style="list-style-type: none"> • Eviter une dégradation irréversible des patrimoines naturels et culturels, une altération du caractère et une perte de la qualité d'accueil.
Description	Dès les années 2000, le Parc national de Port-Cros investit dans des méthodes et outils de suivi de la fréquentation. Le Parc national a notamment mis en place l'observatoire Bount'îles sur les îles pilotes de Port-Cros et de Porquerolles. ³⁴ Ces préoccupations sont mentionnées dans le nouveau décret de 2012 puis formulées en tant qu'objectif de la charte du Parc national de Port-Cros rédigée en 2016 qui vise à adapter la fréquentation aux capacités et au caractère des côtes.

³⁴ Observatoire Bount'îles : « outil permettant d'observer la fréquentation touristique des îles, ainsi que ses impacts sur l'environnement. L'observatoire fournit au Parc national les éléments chiffrés lui permettant d'orienter sa politique de gestion vers une plus grande maîtrise de la fréquentation sur les îles de Port-Cros et Porquerolles, sur la base d'observations des usages nautiques et terrestres. La construction de cet observatoire relève d'un projet de recherche appliquée qui se poursuit toujours. Bount'îles Porquerolles a été conçu dès 2003 en partenariat avec un laboratoire de recherche en géographie (Géomer). Le suivi est opérationnel depuis 2005. »

L'île de Porquerolles située dans la zone cœur, est longue de 7 km et large de 3 km. Elle héberge 200 résidents permanents. Très réputée et touristique, en été, la population de l'île est multipliée par 50, accueillant jusqu'à 15 000 visiteurs par jour.

Ainsi, le Parc national et ses partenaires ont travaillé collectivement à partir de 2016 à la définition de la capacité de charge de Porquerolles. Cette réflexion porte sur l'évaluation du niveau maximum de pression qui peut s'exercer sur les ressources de l'île, sans mettre en péril l'équilibre entre activités humaines et préservation des patrimoines. La capacité de charge correspond au seuil de fréquentation au-delà duquel on observe des impacts environnementaux, parfois irréversibles, ainsi qu'une altération de la qualité générale d'accueil, par la saturation des infrastructures et des équipements. C'est aussi le seuil au-delà duquel on observe une altération de la quiétude, du silence, de la capacité à s'isoler, et plus globalement des ambiances et du caractère des îles.

La démarche comprend un volet gouvernance et un volet scientifique.

L'axe scientifique de cette démarche vise à définir un seuil de fréquentation global optimal sur l'île de Porquerolles.

Les études scientifiques ne se sont pas cantonnées aux seuls impacts environnementaux mais ont élargi leur champ de recherche à une dimension sociale (caractère du lieu, préservation des ressources, respect des capacités physiques des sites, maintien de la qualité des services proposés, satisfaction des habitants et des visiteurs...) afin de définir des seuils les plus acceptables au niveau local (habitants, élus, touristes) et favorisant leur appropriation. Plusieurs disciplines et domaines de recherche ont été mobilisés : la géographie, la sociologie, la gestion, l'écologie, la bio-acoustique, l'informatique, l'économie, le droit, etc.

Après de nombreuses recherches scientifiques, ce seuil a finalement été établi grâce aux sciences humaines et sociales sur la base d'enquêtes de satisfaction qui ont clairement montré qu'au-delà de 6000 passagers débarqués, le taux de mécontentement doublait et atteignait un visiteur sur deux.

	<p>Parmi les études menées, l'on peut citer le projet Capt'îles. Piloté par l'Université de Toulon, comprenant notamment la capacité de charge touristique sous la responsabilité de Corinne Van der Yeught, l'approche étho-acoustique (ajustement de protocoles sur un terrain autre que Porquerolles), sous la responsabilité d'Hervé Glotin et la communication engageante sous la responsabilité de Daphné Duvernay. L'étude a impliqué 6 laboratoires et 23 chercheurs dans les domaines distincts (SIC, gestion, économie, biologie, informatique et océanologie).</p> <p>Le volet gouvernance a également permis de mettre en place une démarche prospective³⁵ et grâce aux retours des études scientifiques, les membres du dispositif de gouvernance (le Parc national, la métropole, élus, services de l'Etat...) prennent les décisions finales relatives aux mesures de gestion des flux à appliquer.³⁶</p>
Cible	<ul style="list-style-type: none"> • Habitants/Usagers locaux • Visiteurs
Financement	Pas d'information
Budget	Pas d'information
Temporalité	2016 et application à long terme du seuil défini.
Intérêt	
Limite	
Retombée	
Bilan 2021 (action expérimentale qui prend fin après la saison estivale 2021)	
Ecueil à éviter/ reproductibilité /transférabilité	

³⁵ Se référer à la fiche n°6.3 indiquée dans le libellée « Autre fiche liée » ci-dessous.

³⁶ Se référer à la fiche n°6.4 indiquée dans le libellée « Autre fiche liée » ci-dessous.

Contact	<p>Nom : Jean-Marc PRIEUR</p> <p>Structure : Parc national de Port-Cros</p> <p>Direction :</p> <p>Service :</p> <p>Fonction : Chargé de mission tourisme durable</p> <p>Coordonnées : jean-marc.prieur@portcros-parcnational.fr</p>
Source	
MOT CLE	
LIEN URL	<p>Site internet de l'espace naturel protégé ou d'un partenaire :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rapport scientifique de Valérie DELDRÈVE et Charlotte MICHEL : La démarche de capacité de charge sur Porquerolles (Provence, Parc national de Port-Cros, France) : de la prospective au plan d'actions Parc national de Port-Cros et Porquerolles (portcros-parcnational.fr) (lien de téléchargement) • Étude de satisfaction auprès des visiteurs en vue d'éclairer la capacité de charge de l'île de Porquerolles (Provence, France) Parc national de Port-Cros et Porquerolles (portcros-parcnational.fr) • L'observatoire Bount'îles : Les suivis Parc national de Port-Cros et Porquerolles (portcros-parcnational.fr) <p>Articles de presse en ligne :</p> <p>Autres :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Article scientifique dans le cadre du projet Capt'Îles sur le volet communication engageante et l'étude portée par Daphné Duvernay : La communication engageante pour sensibiliser les visiteurs du parc national de Port-Cros aux nuisances sonores (openedition.org)
DOCUMENT	(Documents disponibles sur demande)
ANNEXE	
Autre fiche liée (même maître	<p>Fiche n°3.1</p> <p>Action : Expérimentation de l'application de navigation routière par</p>

**d'ouvrage ou
même territoire
d'application) :**

géolocalisation Waze au sein d'espaces naturels protégés.

Fiche n°4.1

Action : Expérimentations d'outils de mesure et de gestion de la fréquentation en temps réel au sein d'espaces naturels protégés.

Fiche n°5.1

Action : Expérimentation d'un permis de visite dans la calanque de Sugiton au sein du Parc national des Calanques.

Fiche n°6.5 : Le projet Cap 2050 : une étude prospective et participative sur l'île de Porquerolles au sein de Parc national de Port-Cros.

Fiche n°6.4 : Expérimentation de mesures de régulation de la fréquentation et application d'un seuil de fréquentation sur l'île de Porquerolles.

Visuel

Titre 1 : Forte fréquentation d'une plage de Porquerolles.

Source : Site internet du Parc national

Crédit : Parc national de Port-Cros Caroline Devevey

PHOTOGRAPHIE



Titre 2 : Afflux de visiteurs.

Source : Site internet du Parc national

Crédit : Parc national de Port-Cros



Titre 3 : Un grand nombre de plaisanciers et de vélos à proximité de la plage Notre-Dame.

Source : Site internet du Parc national

Crédit : Parc national de Port-Cros



ILLUSTRATION

Titre 1 :

Source :

	Crédit :
CARTE	<p>Titre 1 : Carte du parc national de Port-Cros. Source : Les Parcs nationaux de France Crédit : OFB, 2020</p> 
PLAN	<p>Titre 1 : Source : Crédit :</p>
Auteur	<p>Nom : Eugénie JOLY Etablissement : Office français de la biodiversité Direction : Direction des aires protégées Service : Service d'appui aux parcs nationaux et réseaux d'aires protégées Fonction : Chargée de mission fréquentation et sports de nature Localisation : Pérols, 34470 Sujet du stage : La fréquentation post-covid dans les espaces naturels français Dates : stage du 8 mars au 27 août 2021 & actualisation d'octobre 2021 à mai 2022 Coordonnées : eugenie.joly@ofb.gouv.fr</p>

LEVIER N°5		REGLEMENTATION
Sous-levier	Régulation de la fréquentation au sein d'espaces naturels protégés	
FICHE N°5.1	Expérimentation d'un permis de visite dans la calanque de Sugiton au sein du Parc national des Calanques.	

LEVIER N°5		REGLEMENTATION
SOUS-LEVIER	Régulation de la fréquentation au sein d'espaces naturels protégés	
Fiche n°	5.1	
ACTION	Expérimentation d'un permis de visite à la calanque de Sugiton au sein du Parc national des Calanques.	
Sous-action		
Localisation	REGION : Provence-Alpes-Côte d'Azur DEPARTEMENT : Bouches-du-Rhône	
Espace naturel concerné	<ul style="list-style-type: none"> • Parc national des Calanques 	
Maître d'ouvrage	<ul style="list-style-type: none"> • Parc national des Calanques 	
Partenaire		
Prestataire		
Objectif	<ul style="list-style-type: none"> • Réduire les impacts de la fréquentation sur le milieu naturel : érosion, déchaussement des pins, altération du caractère du site (ressourcement et apaisement), destruction du paysage • Réduire le risque incendie • Améliorer l'expérience de visite 	
Description	<p>Le Parc national des Calanques au cœur de la Métropole Aix-Marseille-Provence, est un espace naturel protégé soumis à une pression touristique très importante et engendrant de nombreux impacts sur les milieux naturels. Accueillant plus de 3 millions de visiteurs par an, la surfréquentation dans le temps et l'espace pose des problèmes de gestion des flux touristiques et menace les sites sur lesquels elle se concentre.</p> <p>Des réflexions autour de l'instauration d'une mesure de contingentement au sein du Parc national des Calanques ont fait émerger en 2021 l'idée de l'expérimentation d'un permis de visite pour réguler la fréquentation.</p> <p>L'emblématique et surfréquentée calanque de Sugiton a été sélectionnée pour tester ce dispositif en 2022 car c'est la plus impactée par ce phénomène. Cette petite crique accueille en moyenne de 1 500</p>	

visiteurs par jour en haute saison. Pourtant, ce site est menacé par l'érosion lié notamment au hors-sentier pratiqué par les randonneurs. Le Parc national a d'ores et déjà fait des travaux d'aménagements afin de contenir les visiteurs sur le sentier d'accès. Pour cela, il a redéfini le sentier balisé et créé des « zones interdites » à la circulation matérialisées par des poteaux. Ces aménagements s'avèrent insuffisants. Le risque d'incendie est également élevé dans les Calanques. Le caractère de ressourcement et d'apaisement du lieu est alors altéré.

Le Conseil d'administration du Parc national des Calanques s'est donc réuni le 13 juillet 2021 et a voté la mise en place d'une mesure expérimentale de contingentement par l'instauration d'un permis de visite, une première en France dans un Parc national.

Le conseil d'administration a ainsi décidé que :

- Le nombre de personnes présentes simultanément sur les espaces terrestres balnéaires de la calanque de Sugiton est plafonné à un seuil arrêté par le directeur du Parc national des Calanques, en fonction notamment de la surface balnéaire ouverte aux visiteurs. Ce seuil est défini entre 200 et 300 personnes par jour.
- Les visiteurs pénétrant, circulant ou stationnant dans la zone définie devront être porteurs d'un permis de visite nominatif, à présenter en cas de contrôle. Le Parc ne souhaite privilégier aucun profil de visiteur. C'est pourquoi le permis de visite sera gratuit et un système de réservation ouvert au moins quatre semaines avant le jour de visite permettra aux plus rapides d'avoir accès à la calanque tandis que les autres pourront réserver ultérieurement.

Le seuil de visiteur a été défini de manière empirique par la connaissance du terrain des agents du parc national. Ce seuil signifie qu'au-delà de 300 visiteurs par jour, le milieu naturel est soumis à une trop forte pression et l'expérience de visite peut être largement impactée.

Le Parc national doit encore définir les modalités ainsi que le calendrier de mise en œuvre de l'expérimentation qui devrait être progressivement déployée en 2022 après lancement du marché public.

	<p>Le permis de visite s'obtiendra via un système de réservation en ligne et consistera en un QR code a présenté via un téléphone portable aux points de contrôle. Le suivi du dispositif pourrait être basé sur un système de comptage par capteur vidéo ou éco-compteur. L'application de cette réglementation et le système de contrôle sera encore à définir autour notamment de la mobilisation d'éco-gardes sur le terrain.</p>
Cible	<ul style="list-style-type: none"> • Les visiteurs locaux • Les touristes nationaux et internationaux • Les habitants
Financement	<ul style="list-style-type: none"> • Autofinancement
Budget	<ul style="list-style-type: none"> • Confidentiel
Temporalité	<p>Mise en place progressive du contingentement sur la calanque de Sugiton en 2022 et bilan de l'expérimentation à l'issue de la saison estivale 2022.</p>
Intérêt	<ul style="list-style-type: none"> • Mesure réglementaire forte de préservation qui permet de canaliser les flux sur des sites naturels particulièrement sensibles et/ou surfréquentés tout en garantissant l'accessibilité et l'accueil des publics. • Les conditions d'accès à la calanque de Sugiton seront au maximum simplifiées : accès gratuit, réservation en avance et au dernier moment pour tous... • Cette réglementation n'est pas discriminante ni par la typologie de clientèle, ni par le prix.
Limite	<ul style="list-style-type: none"> • L'acceptation au niveau local peut être un frein. • Cette mesure nécessite d'importants moyens techniques, humains et en termes de formation des agents de terrain (contrôle) et de communication et information du public. • Il faut anticiper les biais liés au système de réservation et aux points d'accès du site (comment contrôler sur un site ouvert ?). • Le risque est aussi d'avoir des effets reports de flux sur d'autres sites. C'est-à-dire que les personnes qui n'auront pas pu réserver de permis vont potentiellement décaler leur visite vers

	<p>une autre calanque et s'ajouter au nombre de visiteurs déjà sur place.</p>
Retombée	
Bilan 2021 (action expérimentale qui prend fin après la saison estivale 2021)	<p>Le 17 mai 2022, le directeur du Parc national des Calanques a pris un arrêté réglementant l'accès, la circulation et le stationnement des piétons dans les calanques de Sugiton et des Pierres Tombées pour le dispositif expérimental saisonnier de contingentement.</p> <p>Le Parc national des Calanques va expérimenter cette mesure sur la calanque de Sugiton les dimanches 26 juin et 3 juillet 2022. Puis, à l'issue de cet essai, l'expérimentation devrait se poursuivre en juillet et août.</p> <p>L'obtention du permis est gratuite via une plateforme dédiée en ligne. La jauge est de 400 visiteurs par jour. Les réservations pour le jour-J de la visite ouvrent à J-3, 9h et se clôturent à J-1, 18h. Autrement dit, il est possible de réserver 3 jours avant le jour de sa visite et jusqu'à 18h la veille du jour de la visite. Une fois la réservation effectuée, un email de confirmation est envoyé avec la réservation. Cet email doit être montré à l'arrivée dans la calanque. C'est un permis valide une journée, c'est-à-dire 24 heures. Chacun pourra réserver jusqu'à 5 permis de visite (famille, amis) mais les enfants de moins de 3 ans ne sont pas soumis à la réservation. Une même personne peut réserver jusqu'à huit fois pendant la période d'accès sur réservation. En cas de non-respect de cette réglementation, les personnes contrôlées devront s'acquitter d'une amende d'un montant de 68€. En cas de fermeture des massifs forestiers en raison du risque incendie, toutes les réservations sont annulées. Les visiteurs sont avertis par email la veille de leur visite, autour de 18h. Les réservations annulées ne sont pas reportables.</p> <p>Le système de réservation en ligne avec le logiciel Troov permettra de suivre le nombre de visiteurs ayant validé son permis d'entrée et le comparer grâce aux comptages au nombre de personnes réellement présentes simultanément sur le site. Des contrôles vont être effectués</p>

	<p>par des gardes aux deux points d'entrée et en fond de calanque. L'entrée principale se trouve à Luminy où un poste d'information contrôlera les permis. Puis, un point d'information sera mis en place au col de Sugiton pour informer les promeneurs du second point de contrôle en arrivant à la calanque où une société de sécurité sera mobilisée.</p> <p>Le Parc national mise sur une importante mobilisation en termes de communication pour informer au maximum en amont et inciter le grand public à réserver.</p> <p>Les restrictions d'accès terrestres s'ajoutent à celles maritimes, où la zone de mouillage a été éloignée de la côte à Sugiton avec une nouvelle réglementation.</p> <p>Cette mesure expérimentale intéresse fortement d'autres espaces naturels protégés qui sont soumis à une pression touristique de plus en plus forte exacerbée par la crise du Covid-19. Un système de réservation est notamment en cours sur le site emblématique du Colorado Provençal dans le Luberon.</p>
Ecueil à éviter/ reproductibilité /transférabilité	<ul style="list-style-type: none">• La logique de contingentement s'applique plus facilement sur des sites touristiques en milieu naturel dont la superficie est peu étendue et dont les points d'entrée peuvent être facilement contrôlés.• Une mesure de limitation d'accès à des sites touristiques nécessite de voter et d'appliquer des mesures réglementaires.• Il est nécessaire d'avoir une parfaite connaissance du site où l'on veut mettre en place la mesure et d'avoir défini un seuil au-delà duquel le site est menacé et/ou l'expérience du visite est altérée.• Il faut pouvoir mobiliser des moyens techniques, humains et financiers importants.
Contact	<p>Nom : Mélissa DESBOIS Structure : Parc national des Calanques Direction : Pôle Usages et Activités Service : Fonction : Chargée de mission sports et loisirs de nature</p>

	Coordonnées : melissa.desbois@calanques-parcnational.fr
Source	
MOT CLE	<ul style="list-style-type: none">• Contingentement• Jauge d'accès• Seuil• Permis de visite• Hot-spot• Sites naturels sensibles• Dégradation de l'environnement• Pic de fréquentation
LIEN URL	<p>Site internet de l'espace naturel protégé ou d'un partenaire :</p> <ul style="list-style-type: none">• Page dédiée à la mesure de contingentement sur le site internet du Parc national des Calanques : Réservation Sugiton Parc national des Calanques (calanques-parcnational.fr)• Communiqué de presse du Conseil d'administration du Parc national des Calanques du 13 juillet 2021 (lien en bas de la page) : Conseil d'administration du 13 juillet 2021 Parc national des Calanques (calanques-parcnational.fr)• Site de réservation pour la calanque de Sugiton : Parc National Des Calanques (troov.com)• Logiciel de réservation Troov : https://troov.com/priserendezvous <p>Articles de presse en ligne :</p> <ul style="list-style-type: none">• Marseille: la réservation obligatoire pour accéder à la Calanque de Sugiton testée à partir de mai ou juin (bfmtv.com)• La calanque de Sugiton bientôt soumise à permis pour la visiter (lejsl.com)

	<ul style="list-style-type: none"> • Marseille : un « permis de visite » expérimenté cet été au cœur du parc national des Calanques (femina.fr) • Marseille : réservations obligatoires dans le parc national des calanques pour limiter la surfréquentation (francetvinfo.fr) • Calanques, Colorado Provençal : des réservations pour limiter le nombre de touristes en été (francetvinfo.fr) <p>Autres :</p>
DOCUMENT	(Documents disponibles sur demande)
ANNEXE	
<p>Autre fiche liée (même maître d'ouvrage ou même territoire d'application) :</p>	<p>Fiche n°2.1 Action : Mobilisation de personnel sur les sites touristiques au sein d'espaces naturels protégés.</p> <p>Fiche n°2.2 Action : Des dispositifs innovants d'accueil du public déployés au sein d'espaces naturels protégés.</p> <p>Fiche n°3.1 Action : Expérimentation de l'application de navigation routière par géolocalisation Waze au sein d'espaces naturels protégés.</p> <p>Fiche n°3.2 Action : L'application mobile citoyenne et collaborative d'informations en temps réel Mes Calanques.</p> <p>Fiche n°3.3 Action : Campagnes de sensibilisation au sein de Parcs nationaux et de Parcs naturels régionaux, saison estivale 2020 - 2021</p> <p>Fiche n°4.1 Action : Expérimentations d'outils de mesures et de gestion de la fréquentation en temps réel au sein d'espaces naturels protégés.</p> <p>Fiche n° 6.1</p>

Action : La stratégie d'accueil du Parc national des Calanques.

Fiche n° 6.2

Action : Mise en œuvre de la stratégie globale d'accueil 2020-2023 du Parc national des Calanques.

Visuel

Titre 1 : La calanque de Sugiton.

Source :

Crédit : Véronique BOUSSOU/OFB (avril 2022)



PHOTOGRAPHIE

Titre 2 : La calanque de Sugiton vue de loin.

Source :

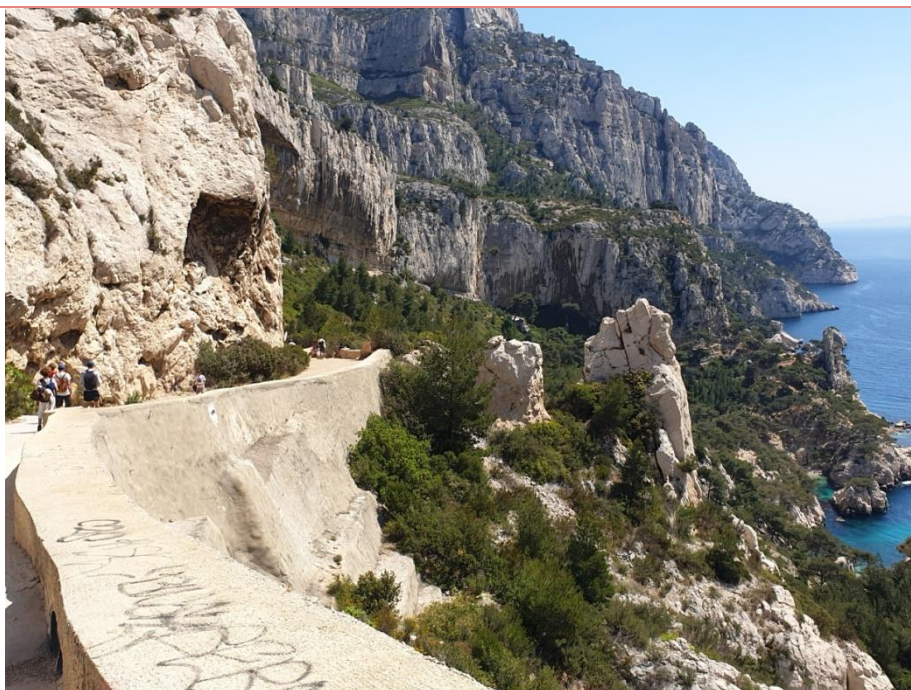
Crédit : Véronique BOUSSOU/OFB (avril 2022)



**Titre 3 : La calanque de Sugiton au loin depuis la piste carrossable
d'accès.**

Source :

Crédit : Véronique BOUSSOU/OFB (avril 2022)



Titre 4 : La calanque de Sugiton.

Source :

Crédit : Véronique BOUSSOU/OFB (avril 2022)



Titre 5 : L'accès depuis le sentier à la calanque de Sugiton.

Source :

Crédit : Véronique BOUSSOU/OFB (avril 2022)



Titre 6 : Une zone de régénération de la végétation dans la calanque de Sugiton.

Source :

Crédit : Véronique BOUSSOU/OFB (avril 2022)

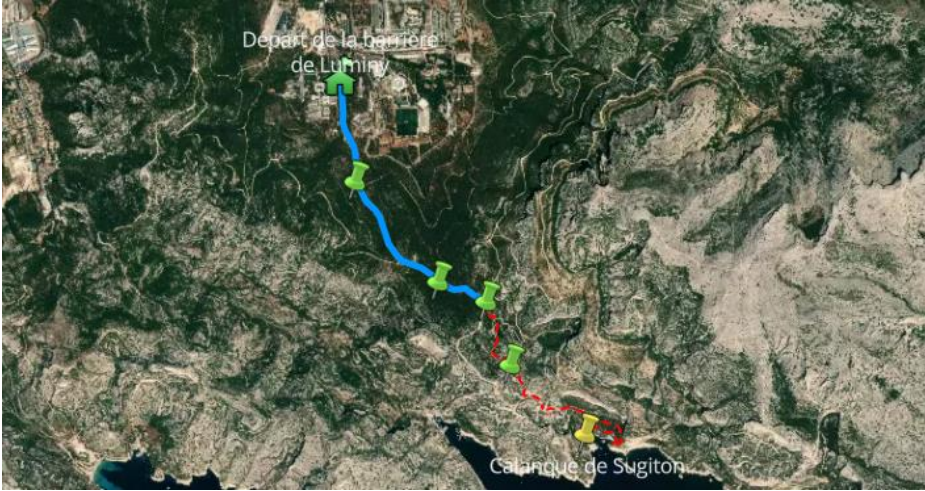


Titre 7 : Des ganivelles pour limiter l'érosion sur l'emblématique calanque de Sugiton.

Source :

Crédit : Véronique BOUSSOU/OFB (avril 2022)

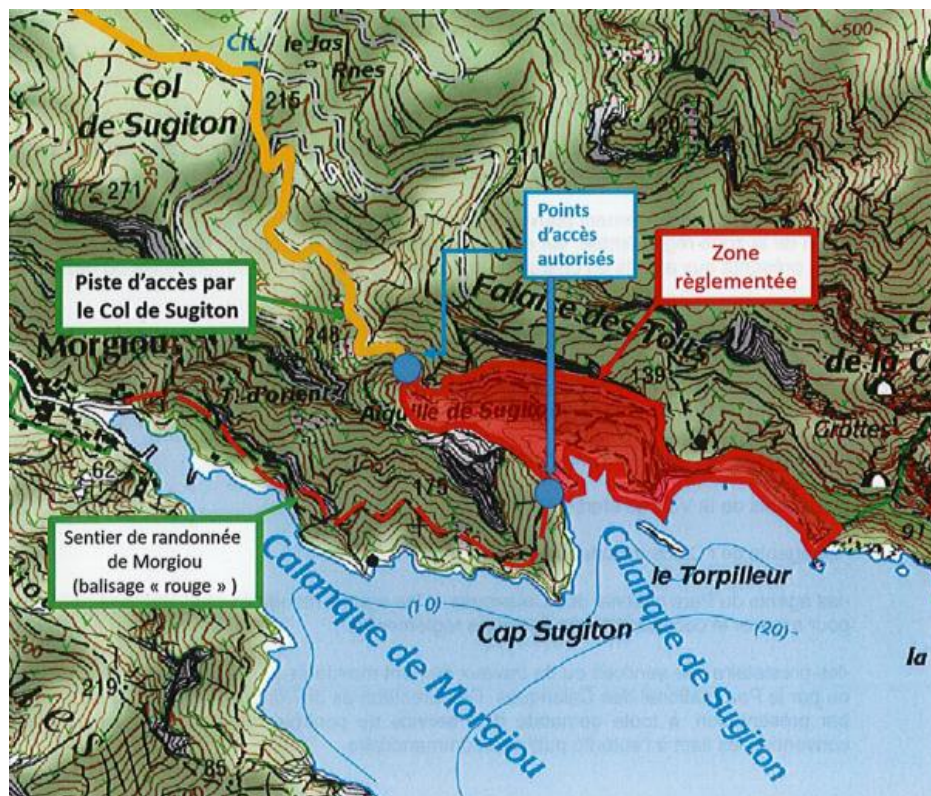


<p>ILLUSTRATION</p>	<p>Titre 1 : Source : Crédit :</p>
<p>CARTE</p>	<p>Titre 1 : Carte de l'itinéraire d'accès à la calanque de Sugiton depuis Luminy. Source : Crédit : Mapbox/OpenStreetMap/Maxar</p> 

Titre 2 : Zone réglementée des calanques de Sugiton et des Pierres Tombées et points d'accès autorisés à la zone

Source : Arrêté n°2022-18 réglementant l'accès, la circulation et le stationnement des piétons dans les calanques de Sugiton et des Pierres Tombées.

Crédit : Parc national des Calanques



PLAN

Auteur

Nom : Eugénie JOLY

Etablissement : Office français de la biodiversité

Direction : Direction des aires protégées

Service : Service d'appui aux parcs nationaux et réseaux d'aires protégées

Fonction : Chargée de mission fréquentation et sports de nature

Localisation : Pérols, 34470

Sujet du stage : La fréquentation post-covid dans les espaces naturels français

Dates : stage du 8 mars au 27 août 2021 & actualisation d'octobre 2021 à mai 2022

Coordonnées : eugenie.joly@ofb.gouv.fr

LEVIER N°6		STRATEGIE GLOBALE & GOUVERNANCE	
Sous-levier	Démarche globale d'accueil des publics et de gestion des flux au sein d'espaces naturels protégés		
FICHE N°6.1	L'émergence d'une destination éco-touristique dans le Massif du Canigó		
FICHE N°6.2	La stratégie d'accueil du Parc national des Calanques.		
FICHE N°6.3	La mise en œuvre de la stratégie globale d'accueil 2020-2023 au sein du Parc national des Calanques.		
FICHE N°6.4	Expérimentation de mesures de régulation de la fréquentation et application d'un seuil de fréquentation sur l'île de Porquerolles.		
Sous-levier	Démarche prospective		
FICHE N°6.5	Le projet Cap 2050 : une étude prospective et participative sur l'île de Porquerolles au sein de Parc national de Port-Cros.		

LEVIER N°6	STRATEGIE GLOBALE ET GOUVERNANCE
SOUS-LEVIER	Démarche globale d'accueil des publics et de gestion des flux au sein d'espaces naturels protégés
Fiche n°	6.1
ACTION	L'émergence d'une destination éco-touristique dans le Massif du Canigó
Sous-action	
Localisation	REGION : Occitanie DEPARTEMENT : Pyrénées Orientales
Espace naturel concerné	<ul style="list-style-type: none"> • Grand Site de France du Massif du Canigó •
Maître d'ouvrage	<ul style="list-style-type: none"> • Syndicat mixte Canigó Grand Site : le Conseil départemental des Pyrénées Orientales, l'Office National des Forêts et 60 communes du territoire (62 membres)
Partenaire	
Prestataire	
Objectif	<ul style="list-style-type: none"> • La préservation et valorisation des paysages et des patrimoines. • La gestion et diffusion des flux de fréquentation par l'organisation de la découverte du territoire. • Le soutien au développement économique local et durable.
Description	<p>Le Syndicat mixte Canigó Grand Site porte un projet de territoire qui se structure à 3 niveaux :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le site classé du massif du Canigó, cœur patrimonial intégrant le pic du Canigó (1951) ; • Le Grand Site de France du Massif du Canigó labellisé en 2012 ; • La destination éco-touristique Canigó País Català <p>Le Massif du Canigó dont le sommet culmine à 2785 mètres est un haut-lieu touristique des Pyrénées catalanes. Le Syndicat mixte Canigó Grand Site a été créé en 2002 pour réguler la fréquentation du site classé. La gestion des flux motorisés pour accéder au massif du Canigó s'inscrit dans le temps long et est à l'origine de l'entrée du syndicat dans la démarche Grand Site de France dès la fin des années 1990. La labellisation Grand Site de France en 2012 est un aboutissement du travail des acteurs, mobilisés pour la protection et la valorisation de ce</p>

territoire. Pour compléter cette démarche, le syndicat mixte entreprend d'organiser une destination éco-touristique dédiée aux activités de pleine nature autour du pic, du piémont et des balcons à laquelle 80 communes sont partenaires. Pour se faire, il pilote une concertation territoriale associant les communautés de communes, institutionnels, les socio-professionnels et les structures associatives du territoire. Ensemble, ils construisent des offres et promeuvent cette destination.

Il a tout d'abord élaboré un plan de paysage, à partir de 2017. Cet outil, co-construit de manière collective avec les acteurs (collectivités, associations, agriculteurs, habitants...), a permis de définir un projet de territoire plaçant la qualité paysagère au centre. Le plan de paysage est décliné en deux balcons au nord et au sud de chaque côté du pic du Canigó et le piémont à l'est.

Le label Grand Site de France a été renouvelé pour la période 2018-2024. En lien avec cette labellisation, le syndicat mixte s'est fixé des ambitions de préservation et de valorisation du territoire tout en limitant les problématiques de fréquentation et afin de renforcer sa démarche de développement durable.

Cette démarche Grand Site de France s'inscrit dans une stratégie sur 10 ans qui s'appuie sur 10 projets structurants par rapport aux 3 échelles d'actions citées ci-dessus :

- Gestion du cœur patrimonial,
- Structuration des 6 secteurs d'accueil du site classé,
- Gestion et coordination des flux au sein du site classé,
- Valorisation du patrimoine minier et mémoriel du secteur oriental du site classé,
- Animation du plan de paysage,
- Amélioration et valorisation des connaissances,
- Promotion du label Grand Site de France et de ses valeurs,
- Structuration de la destination éco-touristique Canigó Grand Site,
- Mise en place d'itinéraires paysagers,
- Appui au développement économique local.

Ainsi, le syndicat a défini et organisé 6 secteurs d'accueil à l'échelle de la Destination Canigó País Català qui décline le plan de paysage afin de réguler les flux de fréquentation du site classé en s'appuyant sur les infrastructures d'accueil (accès, stationnements, refuges, itinéraires, pics...).

Les 6 secteurs d'accueil sont les suivants³⁷ :

- Cortalets ;
- Marialles ;
- Mantet ;
- Les Conques ;
- Sant Guillem ;
- Batera/Pinosa.

Pour structurer le territoire autour de ces secteurs, le syndicat a identifié au cours de la période 2018-2024 un ensemble d'actions à mettre en place dans le but de gérer les flux, améliorer l'accueil du public et générer une dynamique économique nouvelle sur le massif.

Les outils dont souhaite se doter ou s'est déjà doté le syndicat sont les suivants :

- un plan de circulation motorisé ;
- un schéma directeur des sentiers et itinéraires ;
- un schéma de la signalétique d'accès ;
- un schéma d'accueil du public ;
- la requalification paysagère des portes du site classé...

Le plan de circulation est déjà effectif. C'est une démarche de régulation des véhicules à moteur au sein du site classé poursuivie depuis les années 2000 grâce au travail conjoint des services de l'Etat, des communes, des propriétaires fonciers et des gestionnaires des pistes afin de gérer ensemble leur accessibilité à l'échelle de l'ensemble du site classé.

Le syndicat a également au centre de ses préoccupations de favoriser l'écomobilité. Dans le cadre d'une formation-action particulièrement mobilisatrice, le Syndicat mixte Canigó Grand Site s'est doté en 2020, d'une stratégie vélo à l'échelle de la Destination. Celle-ci vise à apporter des réponses opérationnelles aux enjeux de mobilité - notamment touristique - du territoire.

Ensuite, la mise en place d'une charte du mobilier d'accueil visant une harmonisation à l'échelle du site classé est en passe d'être étendue à l'ensemble de la destination. Une gamme de plus de 40 références de mobilier en fer, s'inscrivant dans l'histoire du massif et reposant sur des savoir-faire locaux a été élaborée et mise à la disposition de tous les acteurs du territoire, c'est un puissant vecteur de l'identité de la

³⁷ Illustrations ci-dessous dans la partie « Visuels ».

	<p>Destination.</p> <p>De plus, le syndicat participe à un projet de qualification de l'offre et valorisation d'itinéraires. Ce projet « Emblematic Mediterranean Mountains » est financé par les fonds européens Interreg mediterranean et le Département des Pyrénées-Orientales. L'itinéraire de randonnée valorisé relie Millas à Prades d'est en ouest. A l'échelle européenne, c'est un réseau de 14 montagnes emblématiques qui a vu le jour.</p>
Cible	<ul style="list-style-type: none"> • Visiteurs locaux, régionaux, nationaux, internationaux • Habitants • Partenaires publics et touristiques
Financement	<ul style="list-style-type: none"> • Auto-financement (20%) • Subventions publiques du Département des Pyrénées orientales, de l'Europe, de la Région Occitanie et de l'État. (80%)
Budget	Budget annuel de 2 millions d'euros : 2/3 de fonctionnement et 1/3 d'investissement.
Temporalité	2018-2024
Intérêt	<ul style="list-style-type: none"> • Ce projet témoigne d'une expérience pérenne de gestion durable du tourisme à travers le label Grand Site de France. • Ce territoire a su se structurer autour d'une destination touristique durable avec l'ensemble des acteurs concernés.
Limite	
Retombée	
Bilan 2021 (action expérimentale qui prend fin après la saison estivale 2021)	

Ecueil à éviter/ reproductibilité /transférabilité	
Contact	<p>Nom : Florian CHARDON</p> <p>Structure : Syndicat mixte Canigó Grand Site</p> <p>Direction :</p> <p>Service :</p> <p>Fonction : Directeur</p> <p>Coordonnées : florian.chardon@canigo-grandsite.fr</p>
Source	
MOT CLE	<ul style="list-style-type: none"> • Destination éco-touristique • Qualification de l'offre • Accueil du public • Gestion des flux
LIEN URL	<p>Site internet de l'espace naturel protégé ou d'un partenaire :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Site internet du Grand Site de France du Massif du Canigó : https://www.canigo-grandsite.fr/ <p>Articles de presse en ligne :</p> <p>Autres :</p>
DOCUMENT	(Documents disponibles sur demande)
ANNEXE	
Autre fiche liée (même maître d'ouvrage ou même territoire d'application) :	<p>Fiche n°3.1 Action : Expérimentation de l'application de navigation routière par géolocalisation Waze au sein d'espaces naturels protégés.</p> <p>Fiche n°4.4 Action : La démarche capacité de charge sur l'île de Porquerolles au sein du Parc national de Port-Cros</p> <p>Fiche n°6.4 Action : Expérimentation de mesures de régulation de la fréquentation</p>

et application d'un seuil de fréquentation sur l'île de Porquerolles

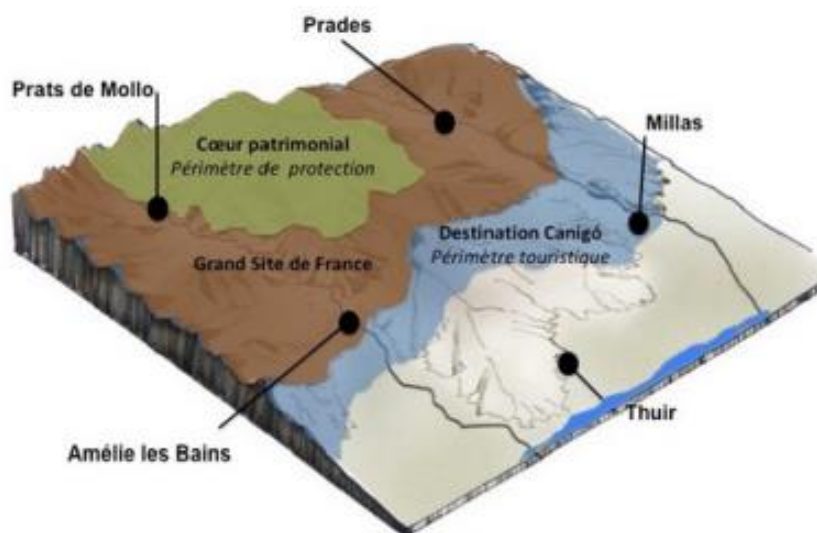
Visuel

PHOTOGRAPHIE

Titre 1 : Schéma du projet de territoire du Syndicat mixte Canigó Grand Site.

Source : Syndicat mixte Canigó Grand Site

Auteur : Syndicat mixte Canigó Grand Site



Titre 2 : Carte des 6 secteurs d'accueil du Grand Site de France du Massif du

Source : Site internet Canigó Grand Site

Crédit : SMCGS



Titre 2 : Secteur d'accueil des Cortalets

Source : Site internet Canigó Grand Site

Crédit : Michel CASTILLO-CD66



Titre 3 : Secteur d'accueil Marialles

Source : Site internet Canigó Grand Site

Crédit : Refuge de Marialles / SMC GS



Titre 4 : Secteur d'accueil Mantet

Source : Site internet Canigó Grand Site

Crédit : Village de Mantet / Michel CASTILLO-CD66



Titre 5 : Secteur d'accueil Les Conques

Source : Site internet Canigó Grand Site

Crédit : Refuge de Les Conques / Michel CASTILLO-CD66



Titre 6 : Secteur d'accueil Sant Guilhem

Source : Site internet Canigó Grand Site

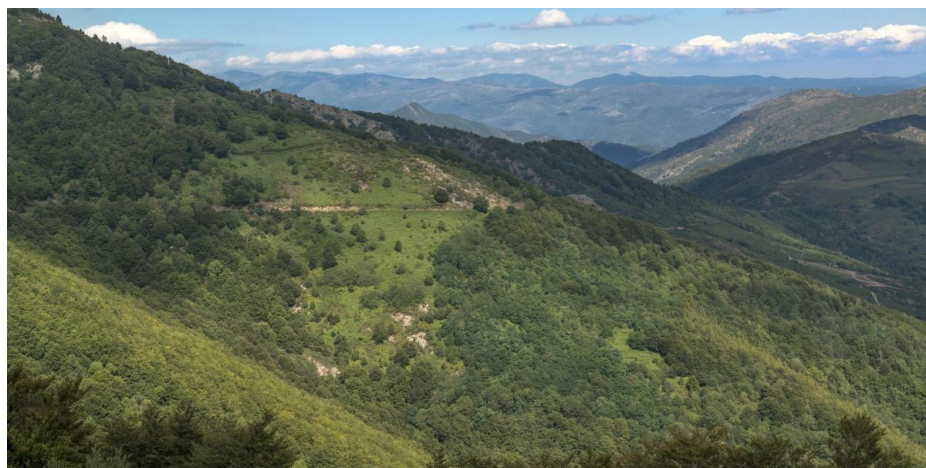
Crédit : Refuge de Sant Guillem / Michel CASTILLO-CD66



Titre 7 : Secteur d'accueil des Cortalets

Source : Site internet Canigó Grand Site

Crédit : SMC GS

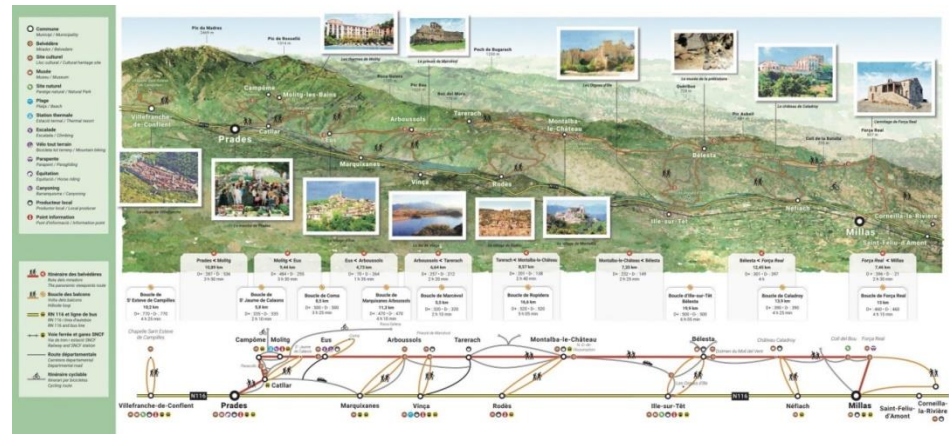


ILLUSTRATION

Titre 1 : Carte des balcons nord du Canigó

Source : Site internet Canigó Grand Site

Crédit : SMC GS



Titre 1 : Carte « Canigó à vélo »

Source : Site internet Canigó Grand Site

Crédit : SMC GS

CARTE



PLAN

Titre 1 :

Source :

Auteur :

Auteur	<p>Nom : Eugénie JOLY</p> <p>Etablissement : Office français de la biodiversité</p> <p>Direction : Direction des aires protégées</p> <p>Service : Service d'appui aux parcs nationaux et réseaux d'aires protégées</p> <p>Fonction : Chargée de mission fréquentation et sports de nature</p> <p>Localisation : Pérols, 34470</p> <p>Sujet du stage : La fréquentation post-covid dans les espaces naturels français</p> <p>Dates : stage du 8 mars au 27 août 2021 & actualisation d'octobre 2021 à mai 2022</p> <p>Coordonnées : eugenie.joly@ofb.gouv.fr</p>
---------------	--

LEVIER N°6	STRATEGIE GLOBALE ET GOUVERNANCE
SOUS-LEVIER	Démarche globale d'accueil des publics et de gestion des flux au sein d'espaces naturels protégés
Fiche n°	6.2
ACTION	La stratégie d'accueil du Parc national des Calanques.
Sous-action	
Localisation	REGION : Provence-Alpes-Côte d'Azur DEPARTEMENT : Bouches-du-Rhône
Espace naturel concerné	<ul style="list-style-type: none"> • Parc national des Calanques
Maître d'ouvrage	<ul style="list-style-type: none"> • Parc national des Calanques
Partenaire	<ul style="list-style-type: none"> • Les collectivités locales ; • Les services de l'Etat ; • Les usagers ; • Les représentants du mouvement sportif ; • Les propriétaires fonciers ; • ...
Prestataire	
Objectif	<ul style="list-style-type: none"> • Engager la transition de la « destination Calanques » vers une nouvelle destination « Parc national des Calanques » • Adapter et harmoniser les orientations d'accueil sur le territoire en fonction de l'évolution des publics et des pratiques • Maîtriser les flux de fréquentation tout en garantissant l'accès pour tous les publics • Réduire la pression automobile • Garantir une expérience de visite de qualité • Faire cohabiter les différents usages • Limiter les impacts de la fréquentation sur les milieux naturels
Description	<p>CONTEXTE ET OBJECTIFS</p> <p>La stratégie d'accueil du Parc national des Calanques définit les grands principes directeurs en matière d'accueil des publics sur les sites et sur le plan d'eau. Le Parc national des Calanques est soumis à une pression urbaine importante puisqu'il se situe au cœur de la Métropole Aix-Marseille-Provence. L'hyper-fréquentation subie sur de nombreux secteurs du Parc d'origine majoritairement locale fragilise l'ensemble du territoire dont sa vocation première est la préservation de la</p>

biodiversité.

Ces grandes orientations et logiques en matière d'accueil des publics engagent la transition de la « destination Calanques » actuelle, spontanée et largement inorganisée, vers une nouvelle « destination Parc national des Calanques ». Le but étant une transition entre une logique d'aménagement urbain et une logique de gestion d'un espace naturel attractif.

METHODE

Cette stratégie d'accueil et les schémas directeurs qui en découlent ont été construits en plusieurs étapes :

1. La phase de diagnostic (dès 2016)
2. La phase de concertation et de propositions : entre les acteurs publics et privés sur le territoire (collectivités, acteurs institutionnels, économiques et touristiques) et le Parc national des Calanques.
3. La finalisation et la validation (document de la stratégie globale en cours de finalisation)
4. La mise en œuvre (2020-2023)

LES 5 PRINCIPES D' ACTIONS

- i. Apporter des réponses fortes et rapides aux problèmes les plus symptomatiques du territoire.
- ii. Développer un accueil de qualité à la hauteur du territoire : mise à disposition d'une offre de services adaptée (transports, toilettes, points d'accueil des publics, etc.) et accueillir progressivement le visiteur en l'accompagnant de son point de départ jusque dans le cœur du Parc national.
- iii. Organiser l'accueil à partir des fonctions du territoire de façon pragmatique à partir des deux fonctionnalités du territoire :
 - les zones naturelles fréquentées où l'accueil est organisé : les secteurs très fréquentés sur lesquelles il faut lourdement aménager, accompagner les usages et largement informer et les secteurs de fréquentation locale à aménager dans une logique de proximité.

- les zones de quiétude fortement préservées : très peu aménagées et peu « touristifié ».
- iv. Gérer et réguler les flux en permettant à tous d'accéder au territoire dans des conditions acceptables : construire des dispositifs de filtrages pour les sites « hyper-fréquentés » (aménagements ou réglementations)³⁸, développer des outils de suivi et de gestion de la fréquentation³⁹ (dont la mise en place d'un observatoire de la fréquentation), déconcentrer les flux (valorisation de l'offre de site nature au niveau régional...), développer une politique d'interprétation tout public, organiser les pratiques sportives, organiser les fonctionnalités de l'espace marin...
- v. Co-construire l'accueil « Parc national des Calanques » : partager les enjeux du territoire et des mesures à mettre en œuvre entre les acteurs institutionnels et économiques. Elle vise donc à harmoniser les stratégies d'accueil des acteurs locaux et les stratégies territoriales des collectivités et de l'Etat et partager un discours commun. L'objectif visé est aussi un dialogue permanent avec les usagers du Parc (via notamment l'application Mes Calanques)⁴⁰.

LES SCHEMAS DIRECTEURS⁴¹

Cette stratégie se formalise à travers des schémas plus opérationnels* pour organiser la fréquentation :

1. Schéma d'accès : organiser les accès aux portes principales.
2. Schéma de cohérence des sports et loisirs de nature : organiser les pratiques sportives et de loisirs éco-responsables.
3. Schéma global d'organisation des mouillages : organiser l'accueil des activités nautiques.
4. Schéma d'interprétation des patrimoines : donner une cohérence de découverte au Parc national.

³⁸ Se référer à la fiche n°5.1 sur la mise en œuvre d'une mesure de contingentement indiquée ci-dessous dans le libellé « Autre fiche liée ».

³⁹ Se référer à la fiche n°4.1 indiquée ci-dessous dans le libellé « Autre fiche liée ».

⁴⁰ Se référer à la fiche n°3.2 indiquée ci-dessous dans le libellé « Autre fiche liée ».

⁴¹ Se référer à la fiche n°6.2 sur la mise en œuvre de cette stratégie indiquée ci-dessous dans le libellé « Autre fiche liée ».

1. Schéma d'accès

Ce travail est conduit en co-pilotage avec la Métropole Aix-Marseille-Provence dans le cadre des orientations définies par le Plan de déplacements urbains et avec les communes et mairies de secteurs concernées. Il s'est déroulé sous forme d'ateliers de concertation associant les différents acteurs locaux représentant les riverains, les usagers, les activités économiques et les services institutionnels et techniques concernés par la gestion de ces sites.

Fin 2018, cette démarche avait abouti à la définition de scénarios co-construits et étayés pour l'amélioration des conditions d'accès sur les cinq principales portes. Puis le schéma global sur l'ensemble des portes a été proposé, mettant en évidence la cohérence d'ensemble, les effets reports éventuels entre différentes portes... Une programmation précise, des fiches actions chiffrées et des projets de conventionnements multi-partenaires ont préparé la mise en œuvre. Au début de l'année 2021, ce travail partenarial a fait l'objet d'une validation politique globale.

Depuis, le travail a porté sur :

- La rédaction d'un cahier des charges de maîtrise d'œuvre sur l'ensemble des portes, avec une cohérence d'ensemble.
- L'initiation de la mise en œuvre des trois mesures les plus urgentes identifiées dans le schéma d'accès, en lien avec les acteurs concernés (Métropole Aix-Marseille-Provence, Régie des Transports Métropolitains, villes de Marseille, Cassis et La Ciotat, Conseil départemental, Conservatoire du Littoral...).

2. Schéma de cohérence des sports et loisirs de nature

Le Conseil d'administration du Parc national a adopté à l'unanimité, en début d'année 2021, son Schéma de cohérence des sports et loisirs de nature, initié en 2018. Il a été validé par les élus des collectivités en 2020.

Ce schéma a été développé par une démarche de concertation avec les représentants du mouvement sportif, les acteurs économiques (accompagnateurs, loueurs, opérateurs du tourisme...), les propriétaires fonciers et les élus du territoire au cours d'ateliers collaboratifs. Les

pratiquants ont pu participer à la démarche en renseignant leurs pratiques à travers un questionnaire diffusé en ligne. Il comprend 17 fiches-actions autour des axes suivants : la randonnée pédestre (harmonisation des politiques et entretien des sentiers), l'escalade (conventions d'entretiens de sites), la plongée (durabilité de la pratique), le vélo (problème de conciliation des usages), les sports de pagaie, les pratiques émergentes, y compris motorisées, les manifestations sportives.

3. Schéma d'organisation des mouillages

Le Conseil d'administration du Parc national, les services de l'Etat et les collectivités territoriales ont aussi validé, à la fin de l'année 2020 le Schéma global d'organisation des mouillages, initié en 2018. Déclinaison de la stratégie d'accueil, ce schéma a pour objectif de concilier les pratiques nautiques avec la préservation des milieux marins, des paysages littoraux et du caractère du territoire. Près de 200 partenaires ont été mobilisés.

Il a été élaboré en 3 phases :

- la construction d'un diagnostic partagé de l'usage du plan d'eau et des problématiques appréhendées par les usagers (conflits d'usage ou incompatibilités environnementales) ;
- la récolte des propositions des usagers sur les modalités de réponse possibles à ces problématiques ;
- la construction de solutions pratiques autour de ces propositions, autour de différentes alternatives et l'évaluation de leur niveau de partage et d'acceptabilité.

Cela a abouti à la définition de 49 mesures et à l'identification de zones à fort enjeu sur lesquelles focaliser les actions.

4. Schéma d'interprétation des patrimoines

Le schéma d'interprétation est un guide de communication et un outil d'aide à la décision en matière d'aménagement et de politique interprétative.

Le schéma d'interprétation du parc national des Calanques entend développer des outils de médiation sur sites et pour une large cible,

	<p>mettre en œuvre des animations, sur site, développer les outils de médiation, élaborer des dispositifs de scénarisation (discours, aménagement, équipement) de sites grand public (routes belvédères, points de vue).</p> <p>SUIVI ET EVALUATION</p> <p>La réussite du projet repose sur l'atteinte des objectifs suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Réduction des impacts de la fréquentation sur le milieu naturel • Amélioration de la qualité de l'expérience visiteur • Appropriation croissante du projet de territoire par toutes les parties prenantes (habitants, associations, professionnels, touristes, institutions) <p>Un ensemble d'indicateurs seront définis. La mise en place d'un comité de mise en œuvre et d'évaluation de la démarche est inscrite au plan d'actions pour 2021. Puis, un outil de suivi/évaluation sera établi en lien avec des universitaires et des experts. La stratégie pourra alors être réorientée au moment de la redéfinition de la charte du Parc national.</p>
Cible	<ul style="list-style-type: none"> • Les riverains • Les visiteurs excursionnistes (visiteur « flash ») • Les visiteurs long séjour français et étrangers • Les plaisanciers • Les baigneurs • Les pratiquants d'activités de pleine nature, • Les promeneurs locaux
Financement	<p>Cette stratégie d'accueil découle sur un ensemble d'actions mises en œuvre sur la période 2020-2023⁴² et financées par un ensemble de partenaires selon les types d'actions (aménagement, services, communication, suivi de la fréquentation...).</p>
Budget	
Temporalité	<ul style="list-style-type: none"> • De la phase diagnostic à la mise en œuvre : 2016 à 2023 • Mise en œuvre sur la période 2020-2023
Intérêt	<ul style="list-style-type: none"> • La stratégie d'accueil du Parc national des Calanques est unique et inédite pour un territoire de cette ampleur. Elle a été pensée dans une perspective globale d'accueil et a mobilisé

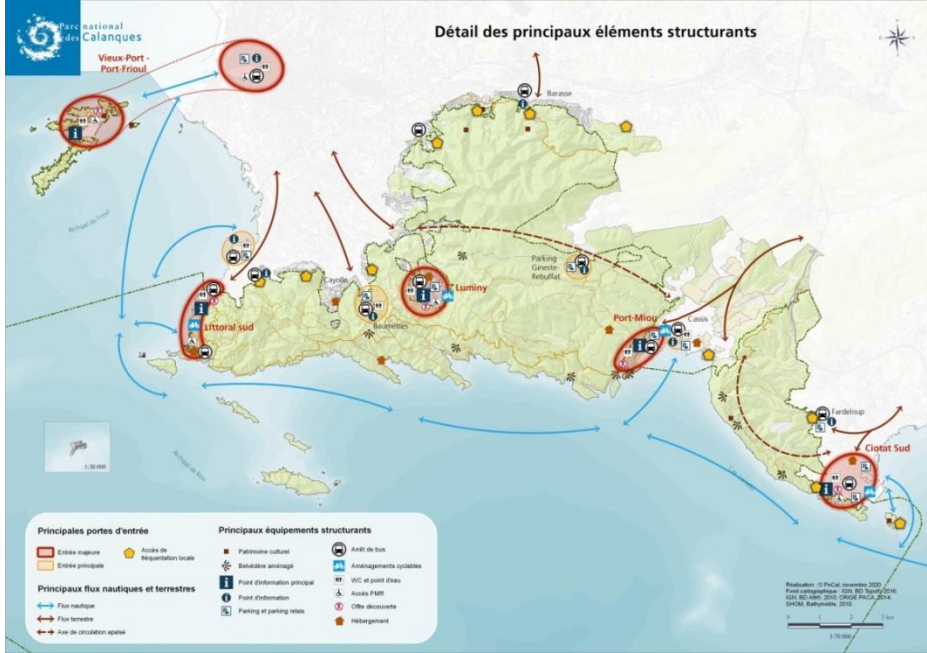
⁴² Se référer à la fiche 6.2 sur la mise en œuvre de cette stratégie indiquée ci-dessous dans le libellé « Autre fiche liée ».

	<p>tous les acteurs impliqués.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elle se décline en stratégies opérationnelles à travers les schémas globaux • Concernant le schéma des mouillages, le Parc national des Calanques devient le premier territoire d'envergure où l'encadrement du mouillage concerne simultanément l'ensemble des navires de plaisance. Cette réglementation est une mesure forte pour protéger le milieu marin.
Limite	<ul style="list-style-type: none"> • Forte pression principalement par l'excursionnisme liée à sa situation de Parc péri-urbain. • Acceptabilité des mesures par les usagers du Parc national.
Retombée	
Bilan 2021 (action expérimentale qui prend fin après la saison estivale 2021)	
Ecueil à éviter/ reproductibilité /transférabilité	<ul style="list-style-type: none"> • Prendre en compte les différentes zones de l'espace naturel (zones très fréquentées, zones peu touristiques, portes d'entrée...) et adapter les aménagements et l'accueil en conséquent. • Aborder l'accueil en prenant en compte les typologies de visiteurs. • Associer activement l'ensemble des acteurs locaux, publics et privés, pour avoir une vision large des enjeux de gestion du territoire, des besoins et attentes en terme d'accueil et pour élaborer des orientations communes et partager des discours communs. • Mutualiser les moyens humains, techniques et financiers avec les partenaires associés au projet.
Contact	<p>Nom : Samuel AYACHE (schéma d'accès) Structure : Parc national des Calanques Direction :</p>

	<p>Service :</p> <p>Fonction : Responsable du Pôle Aménagement</p> <p>Coordonnées : samuel.ayache@calanques-parcnational.fr</p> <p>Nom : Mélissa DESBOIS (schéma des sports)</p> <p>Structure : Parc national des Calanques</p> <p>Direction :</p> <p>Service :</p> <p>Fonction : Chargée de mission sports et loisirs de nature</p> <p>Coordonnées : melissa.desbois@calanques-parcnational.fr</p>
Source	
MOT CLE	<ul style="list-style-type: none"> • Stratégie d'accueil • Schéma d'accès • Schéma de cohérence des sports et loisirs de nature • Schéma global des mouillages • Schéma d'interprétation des patrimoines • Orientations stratégiques • Stratégie opérationnel • Concertation • Harmonisation de l'accueil
LIEN URL	<p>Site internet de l'espace naturel protégé ou d'un partenaire :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Site internet Parc national des Calanques : Stratégie d'accueil Parc national des Calanques (calanques-parcnational.fr) • Site internet Parc national des Calanques : Schéma d'accès Parc national des Calanques (calanques-parcnational.fr) • Site internet Parc national des Calanques : Schéma des sports et loisirs de nature Parc national des Calanques (calanques-parcnational.fr) • Site internet Parc national des Calanques : Schéma global de mouillage Parc national des Calanques (calanques-parcnational.fr) • Site internet Parc national des Calanques : Schéma d'interprétation des patrimoines Parc national des Calanques

	<p>calanques-parcnational.fr</p> <p>Articles de presse en ligne :</p> <p>Autres :</p>
DOCUMENT	<i>(Documents disponibles sur demande)</i>
ANNEXE	
Autre fiche liée (même maître d'ouvrage ou même territoire d'application) :	<p>Fiche n°2.1 Action : Mobilisation de personnel sur les sites touristiques au sein d'espaces naturels protégés.</p> <p>Fiche n°2.2 Action : Des dispositifs innovants d'accueil du public déployés au sein d'espaces naturels protégés.</p> <p>Fiche n°3.1 Action : Expérimentation de l'application de navigation routière par géolocalisation Waze au sein d'espaces naturels protégés.</p> <p>Fiche n°3.2 Action : L'application mobile citoyenne et collaborative d'informations en temps réel Mes calanques.</p> <p>Fiche n°3.3 Action : Campagnes de sensibilisation sur les espaces naturels protégés, saison estivale 2020 et 2021.</p> <p>Fiche n°4.1 Action : Expérimentations d'outils de mesures et de gestion de la fréquentation en temps réel.</p> <p>Fiche n°5.1 Action : Expérimentation d'un permis de visite dans la calanque de Sugiton au sein du Parc national des Calanques.</p> <p>Fiche n° 6.3 Action : Mise en œuvre de la stratégie globale d'accueil 2020-2023 du Parc national des Calanques.</p>

Visuel	
PHOTOGRAPHIE	<p>Titre 1 :</p> <p>Source :</p> <p>Crédit :</p>
ILLUSTRATION	<p>Titre 1 : La stratégie d'accueil et les différents schémas du Parc national des Calanques.</p> <p>Source : Parc national des Calanques</p> <p>Crédit : Parc national des Calanques</p> <div style="text-align: center;"> </div> <p>Titre 2 : L'objectif illustré à atteindre dans le cadre de la stratégie d'accueil du Parc national des Calanques.</p> <p>Source : Parc national des Calanques</p> <p>Crédit : Parc national des Calanques</p> <div style="text-align: center;"> <p>Une transition de la ville à la nature préservée</p> </div>

<p>CARTE</p>	<p>Titre 1 : Détails des principaux éléments structurants au sein du Parc national des Calanques.</p> <p>Source : Parc national des Calanques</p> <p>Crédit : Parc national des Calanques</p> 
<p>PLAN</p>	<p>Titre 1 :</p> <p>Source :</p> <p>Crédit :</p>
<p>Auteur</p>	<p>Nom : Eugénie JOLY</p> <p>Etablissement : Office français de la biodiversité</p> <p>Direction : Direction des aires protégées</p> <p>Service : Service d'appui aux parcs nationaux et réseaux d'aires protégées</p> <p>Fonction : Chargée de mission fréquentation et sports de nature</p> <p>Localisation : Pérols, 34470</p> <p>Sujet du stage : La fréquentation post-covid dans les espaces naturels français</p> <p>Dates : stage du 8 mars au 27 août 2021 & actualisation d'octobre 2021 à mai 2022</p> <p>Coordonnées : eugenie.joly@ofb.gouv.fr</p>

LEVIER N°6	STRATEGIE GLOBALE ET GOUVERNANCE
SOUS-LEVIER	Démarche globale d'accueil des publics et de gestion des flux au sein d'espaces naturels protégés
Fiche n°	6.3
ACTION	Mise en œuvre de la stratégie globale d'accueil 2020-2023 du Parc national des Calanques.
Sous-action	Mise en œuvre du schéma d'accès, schéma des sports, schéma globale de l'organisation des mouillages.
Localisation	REGION : Provence-Alpes-Côte d'Azur DEPARTEMENT : Bouches-du-Rhône
Espace naturel concerné	Parc national des Calanques
Maître d'ouvrage	Selon le schéma/l'action : <ul style="list-style-type: none"> • La Métropole Aix-Marseille-Provence • La Ville de Marseille • Le Parc national des Calanques
Partenaire	<ul style="list-style-type: none"> • Le Territoire Marseille-Provence • La Régie des Transports Métropolitains (RTM) de la Métropole Aix-Marseille-Provence
Prestataire	<ul style="list-style-type: none"> • Opérateur Lime
Objectif	<ul style="list-style-type: none"> • Réduire les pollutions et améliorer l'expérience de visite • Faire reculer la pression automobile • Réduire la congestion des voies d'accès, l'impact écologique et paysager du stationnement sauvage • Eviter la dispersion des publics hors sentier • Favoriser l'accès au cœur du Parc national en vélo-route comme mode de déplacement actif sur les voies ouvertes à la circulation publique • Permettre, en cœur du parc national, une pratique douce du VTT destinée à la découverte du territoire, sur un réseau de chemins autorisés.

Description

Dans le cadre de la stratégie d'accueil 2020-2023 du Parc national des Calanques, différentes actions prioritaires à court et moyen terme ont été fléchées dont certaines contenues dans les différents schémas du Parc national. Un ensemble de mesures ont été mises en œuvre en préparation de la saison estivale 2021 et d'autres le seront à moyen terme.

- **Les portes d'entrée et voies d'accès**

Le Schéma d'accès du Parc national des Calanques définit les orientations en matière d'accès aux portes principales. Le parc dispose de 5 portes d'entrées : Luminy, Littoral Sud (Callelongue), En-Vau et Port-Pin, La Ciotat/Mugel, l'archipel du Frioul. Les mesures visent à traiter l'ensemble des problématiques d'accueil et d'accessibilité (aménagement, services, toilettes, médiation, information, réglementation).

Les mesures phares de ce schéma d'accès mises en œuvre en 2021 avec les partenaires sont :

1) L'amélioration des offres de mobilité alternatives à la voiture

- La Régie des Transports Métropolitains (RTM) en lien avec la Métropole Aix-Marseille-Provence a augmenté la fréquence des trajets du service de bus en direction des Calanques.
- Possibilité d'augmentation du nombre de passagers dans la navette maritime Pointe Rouge/Les Goudes (Métropole - Régie des Transports Métropolitains)
- La Métropole Aix-Marseille-Provence souhaite déployer de nouvelles stations de vélos en libre-service, dans le cadre du renouvellement des marchés liés à la mise à disposition de service de vélos, aux différents points d'accès des Calanques dont les Goudes, principale porte d'entrée du parc national des Calanques. Des places de stationnements de vélos sécurisés et en accès libre devraient être installés aux différents points d'accès.
- Quant à la Ville de Marseille, suite au lancement de son appel à manifestation d'intérêt concurrent (AMIC) pour expérimenter une offre de vélos électriques en libre-service, elle a retenu la société

Lime. Cette dernière a déployé depuis le 23 mai 2021 une flotte de 1000 vélos électriques répartis sur 100 stations géolocalisées sur l'application Lime dans la ville et pour accéder aux portes des Calanques. L'opérateur sélectionné est en charge du rapatriement et de la recharge en batterie des vélos. La ville met à sa disposition des zones de stationnements mais pour cela il doit s'acquitter d'une redevance d'occupation du domaine public. L'offre a été testée durant 4 mois. Les vélos et trottinettes électriques sont cependant interdits dans le cœur réglementé du Parc national.

- Installations d'arceaux à vélos le long du littoral sud de Marseille.

2) La limitation des voitures

- Fermetures partielles ou définitives de routes d'accès aux Calanques pendant la saison estivale 2021 limitant ou interdisant le passage des véhicules motorisés (arrêtés municipaux pris par la Ville de Marseille) : mise en place de barrières et points de contrôle pour limiter les voitures dans les espaces naturels. Les visiteurs sont informés en temps réel de ces mesures via l'application mobile Mes Calanques.
- Réaménagement de la route des Goudes : déplacement d'un rond-point et création d'une aire de retournement à la place qui permet d'augmenter la fréquence de passage des bus et éviter les embouteillages et instauration Ainsi, d'une zone 30 et signalétique ont été pour permettre aux moyens alternatifs à la voiture de se déplacer en sécurité (Métropole Aix-Marseille-Provence).
- Canalisation des voitures vers des parkings réaménagés. Remise en état du parking gratuit Napoléon qui permet d'accéder au Cap Croisette : marquage de 90 places, mise en place d'une double sortie, d'arceaux pour vélos et de conteneurs de tri sélectif, sécurisation, propreté, optimisation des places (Métropole Aix-Marseille-Provence).

3) Information et sensibilisation

- Offre de transports collectifs sur le site internet de la Régie des Transports Métropolitains.
- Deux panneaux de signalétique à messages variables placés au niveau d'entrée de sites informent en temps réel des conditions de circulation, d'emplacements de stationnement pour les personnes à

mobilité réduite. (Métropole Aix-Marseille-Provence).

- Informer les automobilistes, sur l'application Waze, sur les difficultés de circulation et de stationnement, les orienter vers les parkings urbains existants et les inciter à utiliser les transports collectifs et le vélo (Waze, Comité régional de tourisme, Office métropolitain de tourisme et des congrès de Marseille et Parc national des Calanques).⁴³

- **L'organisation et la gestion des pratiques terrestres et sur le plan d'eau**

Afin d'appliquer les orientations du Schéma de cohérence des sports et loisirs de nature, différentes actions ont été fléchées par sport. La priorité est sur les activités historiques (escalade, randonnée, plongée).

Les actions prévues sont notamment :

- Remettre à niveau les itinéraires pédestres les plus fréquentés
- un programme de sentiers du Parc national
- Mettre en œuvre une gestion des voies d'escalade
- Mettre en œuvre les mesures de régulation
- l'amélioration de la connaissance des pratiquants notamment par la formation
- l'animation de commissions sur les trois activités historiques

Les mesures réglementaires suivantes ont été validées et mises en place en 2021 ou le seront prochainement :

- l'interdiction des pratiques émergentes
- la régulation des sports de pagaie : interdiction de débarquer sur les corniches de lithophyllum et la mise en place, en alternative, de fleurs d'amarrage (pour la pratique du canoë-kayak).
- une nouvelle réglementation relative au vélo/VTT a été validée par le Conseil d'administration du Parc national et mise en application en 2021. La circulation des cycles est désormais autorisée sur un réseau précis de pistes, chemins carrossables et sentiers. En dehors de ce réseau, la pratique est interdite.

⁴³ Se référer à la fiche n°3.1 indiquée ci-dessous dans le libellé « Autre fiche liée ».

Concernant le schéma global d'organisation des mouillages, d'importantes mesures réglementaires ont été mises en œuvre (arrêtés signés par le préfet maritime au printemps 2021:

- le recul vers le large du mouillage des grands navires
- la concentration du mouillage sur zones sableuses dans plusieurs sites
- le passage d'un mouillage libre sur herbier à un mouillage obligatoire sur bouées
- l'interdiction de tout mouillage dans les calanques emblématiques et saturées d'En-Vau et de Port-Pin
- la mise en place d'un conseil consultatif de mouillage
- information du public sur la nouvelle réglementation (Application mobile Mes Calanques)

Pour que les mesures relatives au mouillage soient efficaces, un ensemble d'équipements et des opérations d'informations des plaisanciers sont réalisés :

- Au niveau des Calanques d'En-Vau et de Port-Pin, des bouées d'interdiction de mouillage ont été mises en place par la ville de Marseille. Les plaisanciers sont informés de ces mesures par la diffusion de la plaquette « mer » du Parc national, à travers l'application mobile Mes Calanques, des cartes (SHOM). De plus, les services de l'Etat en mer et les patrouilles nautiques du Parc national ont été mobilisés tout l'été. Les prochaines Calanques à être soumises aux mêmes mesures sont Sugiton, Marseilleveyre et une partie de l'archipel du Frioul.
- A l'horizon 2024, des coffres d'amarrage (dispositif d'amarrage flottant) seront installés sur des zones de mouillage à La Ciotat, Cassis et Marseille.

- **Médiations et valorisation**

La mise en œuvre du schéma d'interprétation :

- Animation des 5 entrées principales (agents sur le terrain)
- Mettre en place un mobilier de qualité
- Définir des plans d'interprétation locaux sur les entrées principales
- Partager ces orientations aux partenaires pour alimenter leur discours

	<ul style="list-style-type: none"> • Information et communication <ul style="list-style-type: none"> • Animation de l'application Mes Calanques • Définir une stratégie de communication • Renforcer l'accueil des visiteurs • Formation des acteurs impliqués dans l'accueil des visiteurs (terre et mer) • Gouvernance et partenariats <ul style="list-style-type: none"> • Co-construction de l'accueil sur le territoire du Parc national (acteurs publics et privés) • Mise en place d'un observatoire de la fréquentation. En ce sens, une étude sociologique sur l'hyper-fréquentation des Calanques a été menée cet été (2021). • Construire et animer un réseau des « amis/ambassadeurs » du Parc national.
Cible	<ul style="list-style-type: none"> • Visiteurs • Habitants • Automobilistes
Financement	<ul style="list-style-type: none"> • Autofinancement • Financements publics (collectivités locales, La Métropole Aix-Marseille-Provence...)
Budget	<ul style="list-style-type: none"> • La Ville de Marseille mobilise environ 2,7 millions d'euros pour développer les services.
Temporalité	2020-2023 (court, moyen et long terme selon les dispositifs)
Intérêt	<ul style="list-style-type: none"> • Le Parc national des Calanques dispose d'une force de frappe importante puisqu'il collabore étroitement avec la Métropole Aix-Marseille-Provence, la Ville de Marseille et la préfecture maritime, institutions compétentes en matière de décisions

	<p>réglementaires, d'aménagements de voiries et de mobilité, qui viennent en appui technique à l'élaboration et la concrétisation sur le terrain de ces schémas.</p> <ul style="list-style-type: none">• L'ensemble des partenaires mutualise leurs moyens techniques, humains et financiers.• L'efficacité de ces nouveaux aménagements et services pourront être analysées à l'issue de la saison estivale 2021 afin d'améliorer les dispositifs pour la saison estivale 2022.
Limite	<ul style="list-style-type: none">• Le déploiement de vélo en libre-service soumet aussi le territoire à une nouvelle pression et à de nouveaux comportements inadaptés.• De possibles incompréhensions peuvent naître pour certaines mesures. Chez les plaisanciers notamment : les aménagements à long terme du schéma des mouillages ne comprennent pas les calanques d'En-Vau et Port-Pin.
Retombée	
Bilan 2021 (action expérimentale qui prend fin après la saison estivale 2021)	<p>Ce plan d'actions est en cours jusqu'en 2023. Cependant, un certain nombre de dispositions ont d'ores et déjà été mises en œuvre ou vont l'être en 2022.</p> <p>Quant à l'expérimentation estivale d'une offre vélo privée en libre-service par la Ville de Marseille, qui a connu un succès, la municipalité accueille à compter du 30 janvier 2022, deux opérateurs de location de vélos en libre-service (Lime et Dott), sélectionnés dans le cadre d'un Appel à Manifestation d'Intérêt.</p> <p>En complément de l'offre vélo déployée par la métropole (Le Vélo), chacun de ces deux opérateurs pourra déployer un maximum de 1 000 vélos à assistance électrique, en assurant une répartition sur l'ensemble du territoire (60% de l'offre sur les arrondissements 1 à 8, 40% de l'offre sur les autres arrondissements). Pour permettre une disponibilité maximale, ces vélos pourront être déployés 24h/24 et 7j/7. Afin d'assurer une bonne intégration de ces flottes de vélos dans l'espace public, la Ville de Marseille a fixé un cadre rigoureux en ce qui concerne leur stationnement : les vélos ne pourront être pris et remisés</p>

	<p>que sur des espaces de stationnement géolocalisés dans les applications, dans le respect des prescriptions d'usage fixés par la Ville de Marseille (aucune gêne occasionnée aux piétons et aux personnes à mobilité réduite).</p>
<p>Ecueil à éviter/ reproductibilité /transférabilité</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Solutions de mobilité à adapter selon la superficie/accessibilité du territoire d'application. • Tout espace naturel protégé accueillant du public est concerné par les services et a tout intérêt à développer des dispositifs (en termes de mobilité ou autres) en ce sens. • Etre en capacité de travailler en partenariat avec les services publics compétents en termes de transports/mobilités.
<p>Contact</p>	<p>Nom : Samuel AYACHE (schéma d'accès) Structure : Parc national des Calanques Direction : Service : Fonction : Responsable du Pôle Aménagement Coordonnées : samuel.ayache@calanques-parcnational.fr</p> <p>Nom : Mélissa DESBOIS (schéma des sports) Structure : Parc national des Calanques Direction : Service : Fonction : Chargée de mission Sports et Loisirs de nature Coordonnées : melissa.desbois@calanques-parcnational.fr</p>
<p>Source</p>	
<p>MOT CLE</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Stratégie d'accueil • Schéma d'accès • Schéma de cohérence des sports et activités de pleine nature • Schéma global d'organisation des mouillages • Schéma d'interprétation des patrimoines • Médiation • Animation • Gouvernance • Sensibilisation

	<ul style="list-style-type: none">• Transports en commun• Mobilités douces
LIEN URL	<p>Site internet de l'espace naturel protégé ou d'un partenaire :</p> <ul style="list-style-type: none">• Site internet Parc national des Calanques : Stratégie d'accueil Parc national des Calanques (calanques-parcnational.fr)• Site internet Parc national des Calanques : Schéma d'accès Parc national des Calanques (calanques-parcnational.fr)• Site internet Parc national des Calanques : Schéma des sports et loisirs de nature Parc national des Calanques (calanques-parcnational.fr)• Site internet Parc national des Calanques : Schéma global de mouillage Parc national des Calanques (calanques-parcnational.fr)• Site internet Parc national des Calanques : Schéma d'interprétation des patrimoines Parc national des Calanques (calanques-parcnational.fr)• Site internet Parc national des Calanques - application mobile Mes Calanques : Mes Calanques Parc national des Calanques (calanques-parcnational.fr)• Site internet Parc national des Calanques : Nouvelle réglementation sur la pratique du vélo et du VTT dans les Calanques Parc national des Calanques (calanques-parcnational.fr)• Communiqué de presse du Parc national des Calanques « Une nouvelle organisation du mouillage dans les Calanques pour une meilleure protection du milieu marin et une fréquentation plus apaisée », 20 mai 2021 : Signature des arrêtés préfectoraux pour une nouvelle organisation du mouillage dans les Calanques Parc national des Calanques (calanques-parcnational.fr)

	<ul style="list-style-type: none"> • Communiqué de presse du Parc national des Calanques – Conseil d'administration du 13 juillet 2021 : Conseil d'administration du 13 juillet 2021 Parc national des Calanques (calanques-parcnational.fr) • Site internet Ville de Marseille : 2 000 vélos électriques déployés sur tout le territoire Ville de Marseille • Communiqué de presse « Mobilité : La Métropole Aix-Marseille-Provence s'engage pour améliorer la desserte du Parc national des Calanques », mai 2021 : Espace Presse Métropole Aix-Marseille-Provence (ampmetropole.fr) <p>Articles de presse en ligne :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Article vélos libre-service : https://madeinmarseille.net/93419-velo-lime-appel-a-manifestation-marseille/ • Article vélos libre-service : https://madeinmarseille.net/92211-1-000-velos-electriques-en-libre-service-debarqueront-le-23-mai-a-marseille/ <p>Autres :</p>
<p>DOCUMENT</p>	<p>(Documents disponibles sur demande)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cartes de synthèse du mouillage dans le Parc national des Calanques, 2021
<p>ANNEXE</p>	
<p>Autre fiche liée (même maître d'ouvrage ou même territoire d'application) :</p>	<p>Fiche n°2.1 Action : Mobilisation de personnel sur les sites touristiques au sein d'espaces naturels protégés.</p> <p>Fiche n°2.2 Action : Des dispositifs innovants d'accueil du public déployés au sein d'espaces naturels protégés.</p> <p>Fiche n°3.1</p>

Action : Expérimentation de l'application de navigation routière par géolocalisation Waze au sein d'espaces naturels protégés.

Fiche n°3.2

Action : L'application mobile citoyenne et collaborative d'informations en temps réel Mes calanques.

Fiche n°3.3

Action : Campagnes de sensibilisation sur les espaces naturels protégés, saison estivale 2020 et 2021.

Fiche n°4.1

Action : Expérimentations d'outils de mesures et de gestion de la fréquentation en temps réel au sein d'espaces naturels protégés.

Fiche n°5.1

Action : Expérimentation d'un permis de visite dans la calanque de Sugiton au sein du Parc national des Calanques.

Fiche n° 6.2

Action : La stratégie d'accueil du Parc national des Calanques.

Visuel

Titre 1 : Embouteillage sur une route d'accès aux Calanques

Source : [Parc national des Calanques | Facebook](#)

Crédit : Parc national des Calanques

PHOTOGRAPHIE



Titre 2 : Bus n°20 sur la route du littoral sud de Marseille, entre les Goudes et Callelongue

Source : [Schéma d'accès | Parc national des Calanques \(calanques-parcnational.fr\)](https://www.calanques-parcnational.fr/)

Crédit : Réseau des transports métropolitains de la Métropole Aix-Marseille-Provence (RTM)



Titre 3 : Route de Sormiou fermée

Source : Parc national des Calanques

Crédit : Parc national des Calanques



Titre 4 : Barrière matérialisant la fermeture de l'accès au Cap Croisette, aux Calanques

Source : Parc national des Calanques

Crédit : Parc national des Calanques



Titre 5 : Aire de retournement au niveau du Belvédère des Calanques

Source : [Parc national des Calanques | Facebook](#)

Crédit : Parc national des Calanques



Titre 6 : Aire de retournement au niveau du Belvédère des Calanques

Source : [Quelles mesures pour fluidifier la circulation vers les Goudes cet été ? \(madeinmarseille.net\)](#)

Crédit : Parc national des Calanques



Titre 7 : La calanque de Marseilleveyre surfréquentée en été

Source : Site internet du Parc national des Calanques

Crédit : Parc national des Calanques



Titre 8 : Pose des nouvelles bouées de balisage d'interdiction de mouillage dans les calanques.

Source : [De nouvelles bouées marquent l'interdiction de mouillage dans les calanques d'En-Vau et Port-Pin \(madeinmarseille.net\)](https://www.madeinmarseille.net)

Crédit : Ville de Marseille

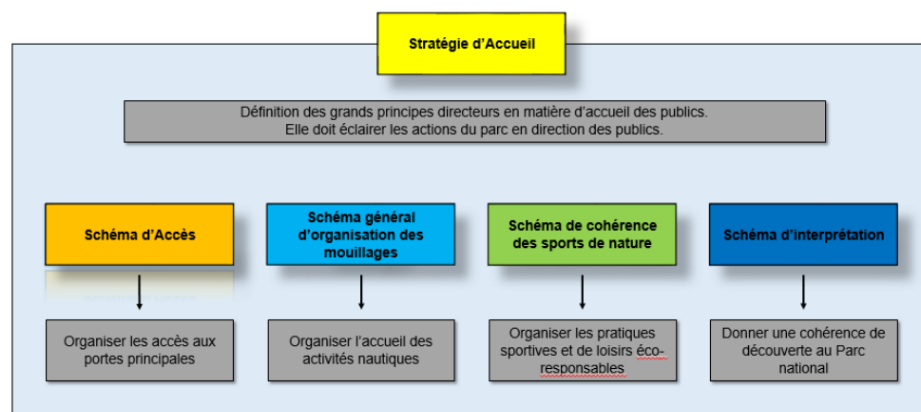


ILLUSTRATION

Titre 1 : La stratégie d'accueil et les différents schémas du Parc national des Calanques.

Source : Parc national des Calanques


Auteur : Parc national des Calanques



Titre 2 : Application Mes Calanques – géolocalisation des stations de vélos dans les Calanques

Source : Application mobile Mes Calanques

Crédit : Mapbox/OpenStreetMap

	
<p>CARTE</p>	
<p>PLAN</p>	
<p>Auteur</p>	<p>Nom : Eugénie JOLY Etablissement : Office français de la biodiversité Direction : Direction des aires protégées Service : Service d'appui aux parcs nationaux et réseaux d'aires protégées Fonction : Chargée de mission fréquentation et sports de nature Localisation : Pérols, 34470 Sujet du stage : La fréquentation post-covid dans les espaces naturels français Dates : stage du 8 mars au 27 août 2021 & actualisation d'octobre 2021 à mai 2022 Coordonnées : eugenie.joly@ofb.gouv.fr</p>

LEVIER N°6	STRATEGIE GLOBALE ET GOUVERNANCE
SOUS-LEVIER	Démarche globale d'accueil des publics et de gestion des flux au sein d'espaces naturels protégés
Fiche n°	6.4
ACTION	Expérimentation de mesures de régulation de la fréquentation et application d'un seuil de fréquentation sur l'île de Porquerolles.
Sous-action	<ul style="list-style-type: none"> • L'application d'une jauge de passagers par les compagnies maritimes. • L'encadrement des compagnies maritimes privées. • Le renforcement de l'encadrement des activités commerciales sur le plan d'eau. • La création d'une Zone de mouillage et d'équipements légers (ZMEL) et la sensibilisation des plaisanciers. • La régulation du nombre de vélos
Localisation	REGION : Provence-Alpes-Côte d'Azur DEPARTEMENT : Var
Espace naturel concerné	<ul style="list-style-type: none"> • Le Parc national de Port-Cros
Maître d'ouvrage	<ul style="list-style-type: none"> • Le Parc national de Port-Cros
Partenaire	<ul style="list-style-type: none"> • La Métropole Toulon-Provence-Méditerranée (collectivité organisatrice des transports) • La commune de Hyères • La Compagnie maritime sous délégation de service public TLV-TVM • Autres compagnies maritimes • Port Toulon Provence Méditerranée • Services de l'Etat • Associations de plaisanciers • ...
Prestataire	
Objectif	<ul style="list-style-type: none"> • Réguler les pics de fréquentation touristique • Assurer un accueil apaisé des visiteurs • Améliorer la qualité de visite et qualité de vie des locaux • Protéger la faune et la flore et notamment les fonds marins

	<p>(herbiers marins)</p> <ul style="list-style-type: none">• Développer un tourisme durable sur l'île de Porquerolles
Description	<p>Sur l'île de Porquerolles, cœur du Parc national de Port-Cros, les acteurs locaux se mobilisent afin de gérer les problèmes liés à une sur-fréquentation du territoire.</p> <p>CONTEXTE</p> <p>En 2016, le Parc national de Port-Cros lance une démarche de réflexion sur la notion de capacité de charge de l'île de Porquerolles qui aboutissent dès 2021 à la mise en place de mesures concrètes de gestion des flux afin de limiter les pics de fréquentation estivaux. Le seuil proposé à l'issue de cette étude, au-delà duquel la satisfaction des visiteurs et le caractère du Parc national sont menacés, est de 6000 visiteurs par jour contre jusqu'à 12 000 sur des journées de forte affluence.⁴⁴</p> <p>Puis, dès 2019, le Parc national de Port-Cros et le Sénat travaillent sur l'élaboration d'une proposition de loi relative à la gestion de l'hyperfréquentation dans les espaces naturels. Le contenu du texte donne au maire et au préfet le pouvoir de réglementer ou interdire par arrêté l'accès aux espaces protégés « dès lors que cet accès est de nature à compromettre soit leur protection ou leur mise en valeur à des fins écologiques, agricoles, forestières, esthétiques, paysagères ou touristiques, soit la protection des espèces animales ou végétales »⁴⁵. Le texte a été ajouté à l'article 56 bis de la loi Climat et adopté par le Sénat et l'Assemblée nationale en 2021 puis publié au Journal Officiel en août 2021. Cet amendement permet de d'élargir le pouvoir de police du maire et du préfet alors limité aux questions de sécurité ou d'insalubrité. Le texte doit cependant être adopté par décret avant de pouvoir être appliqué.</p> <p>Dès la saison estivale 2021, le Parc national engage une série de</p>

⁴⁴ Se référer à la fiche 4.4 sur la démarche capacité de charge de l'île de Porquerolles indiquée ci-dessous dans le libellé « Autre fiche liée ».

⁴⁵ Se référer à l'article 56 bis du « Projet de loi portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets ». Lien URL : [Projet de loi portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets \(senat.fr\).](https://www.senat.fr/leg/14_05_01_02_03_04_05_06_07_08_09_10_11_12_13_14_15_16_17_18_19_20_21_22_23_24_25_26_27_28_29_30_31_32_33_34_35_36_37_38_39_40_41_42_43_44_45_46_47_48_49_50_51_52_53_54_55_56_57_58_59_60_61_62_63_64_65_66_67_68_69_70_71_72_73_74_75_76_77_78_79_80_81_82_83_84_85_86_87_88_89_90_91_92_93_94_95_96_97_98_99_100_101_102_103_104_105_106_107_108_109_110_111_112_113_114_115_116_117_118_119_120_121_122_123_124_125_126_127_128_129_130_131_132_133_134_135_136_137_138_139_140_141_142_143_144_145_146_147_148_149_150_151_152_153_154_155_156_157_158_159_160_161_162_163_164_165_166_167_168_169_170_171_172_173_174_175_176_177_178_179_180_181_182_183_184_185_186_187_188_189_190_191_192_193_194_195_196_197_198_199_200_201_202_203_204_205_206_207_208_209_210_211_212_213_214_215_216_217_218_219_220_221_222_223_224_225_226_227_228_229_230_231_232_233_234_235_236_237_238_239_240_241_242_243_244_245_246_247_248_249_250_251_252_253_254_255_256_257_258_259_260_261_262_263_264_265_266_267_268_269_270_271_272_273_274_275_276_277_278_279_280_281_282_283_284_285_286_287_288_289_290_291_292_293_294_295_296_297_298_299_300_301_302_303_304_305_306_307_308_309_310_311_312_313_314_315_316_317_318_319_320_321_322_323_324_325_326_327_328_329_330_331_332_333_334_335_336_337_338_339_340_341_342_343_344_345_346_347_348_349_350_351_352_353_354_355_356_357_358_359_360_361_362_363_364_365_366_367_368_369_370_371_372_373_374_375_376_377_378_379_380_381_382_383_384_385_386_387_388_389_390_391_392_393_394_395_396_397_398_399_400_401_402_403_404_405_406_407_408_409_410_411_412_413_414_415_416_417_418_419_420_421_422_423_424_425_426_427_428_429_430_431_432_433_434_435_436_437_438_439_440_441_442_443_444_445_446_447_448_449_450_451_452_453_454_455_456_457_458_459_460_461_462_463_464_465_466_467_468_469_470_471_472_473_474_475_476_477_478_479_480_481_482_483_484_485_486_487_488_489_490_491_492_493_494_495_496_497_498_499_500_501_502_503_504_505_506_507_508_509_510_511_512_513_514_515_516_517_518_519_520_521_522_523_524_525_526_527_528_529_530_531_532_533_534_535_536_537_538_539_540_541_542_543_544_545_546_547_548_549_550_551_552_553_554_555_556_557_558_559_560_561_562_563_564_565_566_567_568_569_570_571_572_573_574_575_576_577_578_579_580_581_582_583_584_585_586_587_588_589_590_591_592_593_594_595_596_597_598_599_600_601_602_603_604_605_606_607_608_609_610_611_612_613_614_615_616_617_618_619_620_621_622_623_624_625_626_627_628_629_630_631_632_633_634_635_636_637_638_639_640_641_642_643_644_645_646_647_648_649_650_651_652_653_654_655_656_657_658_659_660_661_662_663_664_665_666_667_668_669_670_671_672_673_674_675_676_677_678_679_680_681_682_683_684_685_686_687_688_689_690_691_692_693_694_695_696_697_698_699_700_701_702_703_704_705_706_707_708_709_710_711_712_713_714_715_716_717_718_719_720_721_722_723_724_725_726_727_728_729_730_731_732_733_734_735_736_737_738_739_740_741_742_743_744_745_746_747_748_749_750_751_752_753_754_755_756_757_758_759_760_761_762_763_764_765_766_767_768_769_770_771_772_773_774_775_776_777_778_779_780_781_782_783_784_785_786_787_788_789_790_791_792_793_794_795_796_797_798_799_800_801_802_803_804_805_806_807_808_809_810_811_812_813_814_815_816_817_818_819_820_821_822_823_824_825_826_827_828_829_830_831_832_833_834_835_836_837_838_839_840_841_842_843_844_845_846_847_848_849_850_851_852_853_854_855_856_857_858_859_860_861_862_863_864_865_866_867_868_869_870_871_872_873_874_875_876_877_878_879_880_881_882_883_884_885_886_887_888_889_890_891_892_893_894_895_896_897_898_899_900_901_902_903_904_905_906_907_908_909_910_911_912_913_914_915_916_917_918_919_920_921_922_923_924_925_926_927_928_929_930_931_932_933_934_935_936_937_938_939_940_941_942_943_944_945_946_947_948_949_950_951_952_953_954_955_956_957_958_959_960_961_962_963_964_965_966_967_968_969_970_971_972_973_974_975_976_977_978_979_980_981_982_983_984_985_986_987_988_989_990_991_992_993_994_995_996_997_998_999_1000)

mesures afin de faire appliquer la jauge de 6 000 visiteurs par jour sur l'île de Porquerolles. Cette régulation de la fréquentation est rendue possible grâce à l'appui des partenaires et notamment des compagnies maritimes et des loueurs de vélos.

Ainsi, les mesures prises ne sont pas d'ordre réglementaire mais contractuelle entre le Parc national et ses partenaires. Cependant, il est intéressant de noter que l'application de cette jauge sera possible dans le futur grâce à la nouvelle loi sur l'hyperfréquentation.

- **Limitation de nombre de passagers pour les compagnies maritimes**

Afin de réguler la fréquentation, l'enjeu est de canaliser les visiteurs qui arrivent sur l'île par différents moyens de transports maritimes. En accord avec les 12 compagnies maritimes, le Parc national a pu faire appliquer une jauge de 6 000 passagers par jour.

Ainsi, le Parc national a défini en 2021 dans le nouveau cahier des charges du contrat de délégation de service public de la compagnie maritime TLV un seuil à 4000 passagers par jour. Cette desserte maritime depuis la Tour-Fondue est le premier transporteur vers l'île. Le contrat a été défini dans le cadre d'une vision partagée avec les habitants, les associations et les commerçants sur l'île de Porquerolles. La concertation a débuté en 2019 à l'initiative du Parc national de Port-Cros et a abouti à différentes propositions.

Les principales modalités du nouveau contrat de délégation de service public sur l'île de Porquerolles :

- **L'application d'une jauge** pour passer de 10 000 passagers sur les journées de pics de fréquentation à un **maximum de 4000 passagers**⁴⁶ sur les mois de juillet et août soit environ 40 000 voyageurs occasionnels (uniquement les touristes). Des départs à heure fixe permettent de faire appliquer cette jauge.
- **Une réservation en amont et en ligne** du trajet pour les voyageurs occasionnels mis en place par le délégataire (TLV-

⁴⁶ Jauge défini par la Métropole Toulon-Provence-Méditerranée dans le cahier des charges.

MTV) sur juillet et août 2021. Grâce à ce dispositif, la TLV a pu quantifier le nombre de passagers, prédire le taux d'affluence et en informer les usagers en amont (la veille), ainsi que les forces de sécurité, par un message conseillant de reporter le voyage après 11h et d'utiliser la ligne 67 du réseau de transport métropolitain rendu gratuit pour tout achat d'un billet de bateau TLV.⁴⁷

- La régulation ne concerne pas **les îliens**, scolaires, professionnels et agents du service public qui seront **prioritaires à l'embarquement**.
- Des horaires de transport supplémentaires seront ajoutés en basse saison.

Pour compenser la perte de chiffre d'affaires par application de cette jauge, la compagnie maritime TLV a augmenté le tarif du billet individuel pour la traversée jusqu'à Porquerolles. Le montant est passé de 19€ à 24€ de mai à septembre.

Concernant les autres compagnies maritimes qui desservent l'île depuis d'autres ports de la métropole, elles sont signataires d'une charte et s'engagent à respecter le **seuil de 2000 visiteurs** à se répartir sur les jours de pics de fréquentation en août (mardis, mercredis, jeudis).

- **Une charte de « bonne conduite » pour les bateliers**

Cette même charte citée ci-dessus engage de manière générale l'ensemble des 12 compagnies maritimes desservant Porquerolles à participer au développement d'un transport de passagers raisonné et durable et à faire appliquer la jauge de 6000 visiteurs par jour. La Direction des Ports de la Métropole Toulon-Provence-Méditerranée a travaillé en partenariat avec les compagnies maritimes, les collectivités et le Parc national sur l'élaboration de cette charte.

⁴⁷ La Métropole Toulon-Provence-Méditerranée a mis en place un accès gratuit aux bus de la ligne 67 pour les titulaires d'un billet qui se rendait sur l'île de Porquerolles depuis la Tour Fondue avec la compagnie maritime TLV, la Métropole prenant en charge le coût de la gratuité du billet de bus dans le cadre du billet combiné bus + bateau-bus TLV depuis la Tour Fondue.

	<ul style="list-style-type: none">• Un encadrement de l'activité commerciale de location individuelle de bateau. <p>Les contrôles des bateaux de loueurs ont été renforcés durant l'été 2021 puisque toute activité commerciale est interdite en cœur de Parc national.</p> <ul style="list-style-type: none">• La création d'une Zone de mouillage et d'équipements légers (ZMEL) <p>Certaines journées de forte affluence ont enregistré plus de 2 000 bateaux de plaisance au mouillage aux abords de plages. Ce projet d'aménagement à destination des plaisanciers prévoit un dispositif d'amarrage flottant. Le Parc national a engagé dès 2021 une phase de concertation (une durée de 18 mois nécessaire afin d'obtenir les autorisations) préalable. La ZMEL aménagée en 2020 à Bagaud au niveau de l'île de Port-Cros a permis de confirmer l'efficacité de ce dispositif : meilleur accueil des plaisanciers et sécurité. Le Parc national possède également une charte à destination des plaisanciers ainsi qu'un guide sur l'éco-navigation paru en 2021.</p> <ul style="list-style-type: none">• La régulation des cycles <p>La régulation des cycles vise à limiter le nombre de cycles en cœur de parc national à 2000 par jour (1500 vélos des loueurs et 500 vélos des particuliers) depuis 2021. Un dispositif de marquage des vélos a été mis en œuvre cette même année. Le marquage de tous les vélos sur l'île est rendu obligatoire pour contenir la flotte de vélos loués ainsi qu'identifier les vélos des résidents, des loueurs et des visiteurs. Il y a donc 3 types de marques. Plus de 600 marques ont été distribuées auprès des habitants de l'île, suite à des comptages réalisés en 2021.</p> <p>Ce processus comprend également la création d'une charte des loueurs de vélos de l'île en 2021.</p> <p>Pour conclure, ces mesures visent à la fois à réguler la fréquentation sur l'île de Porquerolles (partie terrestre) et sur le plan d'eau.</p>
Cible	<ul style="list-style-type: none">• La compagnie maritime TLV se rendant sur l'île de Porquerolles• D'autres compagnies maritimes privées desservant l'île de Porquerolles

	<ul style="list-style-type: none"> • Les loueurs de bateaux • D'autres transporteurs • Les passagers des transports maritimes et plaisanciers
Financement	<ul style="list-style-type: none"> • Cahier des charges et modalités appliqués et pris en charge par la compagnie maritime TLV-TVM. • Financement de la ZMEL obtenu en parti dans le cadre du plan de relance. Elle est également co-financée par l'Agence de l'Eau, l'Europe (programme Girepam) et la Région Sud.
Budget	
Temporalité	<p>Ces mesures sont mises en application pendant la saison estivale 2021.</p> <p>Le contrat avec la compagnie maritime TLV est valable pour la période 2021 à 2025.</p>
Intérêt	<ul style="list-style-type: none"> • Apporter une réponse forte aux problématiques d'hyper-fréquentation sur un territoire insulaire fragile et habité. • Engager l'île vers une démarche globale de gestion de la fréquentation touristique. • Le Parc national de Port-Cros s'appuie sur une étude approfondie de la capacité de charge sur l'île de Porquerolles qui lui permet d'avoir un indicateur fiable.
Limite	<ul style="list-style-type: none"> • La compagnie délégataire de service public doit respecter un cahier des charges contraignant pour un opérateur privé. C'est la seule compagnie maritime de service public au sein de la Métropole Toulon-Provence-Méditerranée malgré son statut privé. • Augmentation du prix du trajet vers Porquerolles : cela peut décourager certains visiteurs qui n'ont pas les moyens financiers tandis que l'objectif n'est pas de réguler la fréquentation par un facteur économique. • L'île de Porquerolles est peu étendue par rapport à certaines îles mais réguler/contrôler toutes les entrées par les différents moyens de transport maritime reste contraignant et limité.
Retombée	

<p>Bilan 2021 (action expérimentale qui prend fin après la saison estivale 2021)</p>	<p>L'objectif de 6000 visiteurs par jour a été atteint sur Porquerolles.</p> <p>Concernant la régulation des dessertes maritimes, les compagnies maritimes ont appliqué la jauge. On recense 297 000 passagers dont 20 000 voyageurs de moins (soit moins 6%) qu'en 2020. Cela a permis d'écarter les pics de fréquentation les mercredis et jeudis.</p> <p>Par rapport au seuil de 4 000 passagers par jour pour la TLV, plus d'une dizaine de contrôles de respect de la jauge de voyageurs par la TLV ont été opérés sur les bateaux par la Métropole Toulon-Provence-Méditerranée. Le constat est que la jauge a été dépassée un seul jour de 150 passagers seulement tandis que les années précédentes le nombre de passagers pouvaient dépasser les 6 000).</p> <p>Ensuite, près de 60% des voyageurs ont réservé leur billet, avec des pics de réservation à plus de 90% au plus fort des journées d'affluence. L'information auprès des usagers via l'outil de réservation de la compagnie maritime TLV sur les moyens de transport alternatifs a permis de multiplier par 3 l'offre du réseau de transport métropolitains pour la ligne de bus 67 desservant l'embarcadere pour l'île de Porquerolles mais également des parkings relais. Ainsi, la métropole estime une hausse de 20% en 2021 par rapport à 2020 de passagers sur la ligne de bus 67 du réseau métropolitain et une diminution d'environ 10 000 voitures jusqu'à la Tour Fondue et son parking saturé grâce notamment au billet de bus combiné de la métropole.⁴⁸</p> <p>De manière générale, le système a permis de reporter naturellement les flux vers les ailes de semaine (lundis, mardis, vendredis).</p> <p>Concernant la limitation des cycles, le Parc national a pu constater son efficacité puisque ce quota a été dépassé une seule journée en août 2021.</p> <p>Les nouvelles mesures qui sont engagées pour la saison estivale 2022 sont :</p>
---	--

⁴⁸ Cette retombée est aussi due à l'expérimentation de l'application routière Waze. Se référer à la fiche 3.1 indiquée ci-dessous dans le libellé « Autre fiche liée ».

	<ul style="list-style-type: none"> • La poursuite de l'application du seuil de 6 000 visiteurs en partenariat avec les compagnies maritimes. • Le maintien des mesures de régulation des cycles. Les loueurs s'engagent d'ores et déjà à diminuer progressivement leur location de vélos dès 2022. Cette année, les loueurs s'engagent pour une diminution de 3%. • De nouveaux quotas pour les vélos à assistance électrique.
<p>Ecueil à éviter/ reproductibilité /transférabilité</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Le statut de la compagnie maritime délégataire de service public TLV est très spécifique. • Réguler tous les modes d'accès sur une île est difficile.
<p>Contact</p>	<p>Nom : Jean-Marc PRIEUR Structure : Parc national de Port-Cros Direction : Service : Fonction : Chargé de mission tourisme durable Coordonnées : jean-marc.prieur@portcros-parcnational.fr</p>
<p>Source</p>	
<p>MOT CLE</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Loi sur l'hyperfréquentation • Capacité de charge • Seuil de fréquentation • Ecrêter les pics de fréquentation • Maîtriser les flux touristiques
<p>LIEN URL</p>	<p>Site internet de l'espace naturel protégé ou d'un partenaire :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Parc national de Port-Cros (en bas de page : liens vers les communiqués de presse) : Le parc national de Port-Cros est prêt à accueillir ses visiteurs Parc national de Port-Cros et Porquerolles (portcros-parcnational.fr) • Métropole Toulon-Provence-Méditerranée : Fréquentation estivale Île de Porquerolles et Îles d'Or : un bilan positif ! Métropole Toulon Provence Méditerranée (metropletpm.fr) <p>Articles de presse en ligne :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Porquerolles : Des mesures pour réguler l'hyper fréquentation

	<p>estivale : https://s.kmni.eu/t/zxslMieoD-815kJ6J0z0C3g3W6F2NuQ-pdf-zC/Le_Var_Information_20210715100000</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fréquentation estivale de Porquerolles et des Iles d'Or : un bilan positif ! : https://s.kmni.eu/t/PWWnYseoD-gHQLat6MxkGMbE2tr5Nmhw-pdf-zC/Le_Var_Information_202111111110000 • Bilan très positif de l'expérimentation mise en place pour réguler la fréquentation de l'île de Porquerolles (francebleu.fr) <p>Autres :</p>
DOCUMENT	<p>(Documents disponibles sur demande)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Charte des bateliers
ANNEXE	
Autre fiche liée (même maître d'ouvrage ou même territoire d'application) :	<p>Fiche n°3.1 Action : Expérimentation de l'application de navigation routière par géolocalisation Waze au sein d'espaces naturels protégés.</p> <p>Fiche n°4.1 Action : Expérimentations d'outils de mesures de la fréquentation et de gestion de la fréquentation en temps réel au sein d'espaces naturels protégés.</p> <p>Fiche n°4.4 Action : La démarche de capacité de charge sur l'île de Porquerolles au sein du Parc national de Port-Cros.</p> <p>Fiche n°6.5 Action : Le projet Cap 2050 : une étude prospective et participative sur l'île de Porquerolles au sein de Parc national de Port-Cros.</p>
Visuel	
PHOTOGRAPHIE	Titre 1 : La desserte maritime de la TLV sur l'île de Porquerolles.

Source : [Bilan très positif de l'expérimentation mise en place pour réguler la fréquentation de l'île de Porquerolles \(francebleu.fr\)](#)

Crédit : Maxppp - Frank Muller



Titre 2 : Passagers de la Compagnie maritime TLV à destination de l'île de Porquerolles – Parc national de Port-Cros.

Source : [La fréquentation touristique régulée cet été à Porquerolles \(francebleu.fr\)](#)

Crédit : Olivier Pastor/TPM



Titre 3 : Forte affluence sur la plage d'Argent et le plan d'eau sur l'île de Porquerolles – Parc national de Port-Cros, juillet 2021.

Source : Eugénie Joly/OFB

Crédit : Eugénie Joly/OFB



Titre 4 : Forte affluence de bateaux de plaisance au niveau de la plage d'Argent sur l'île de Porquerolles – Parc national de Port-Cros, juillet 2021.

Source : Eugénie Joly/OFB

Crédit : Eugénie Joly/OFB



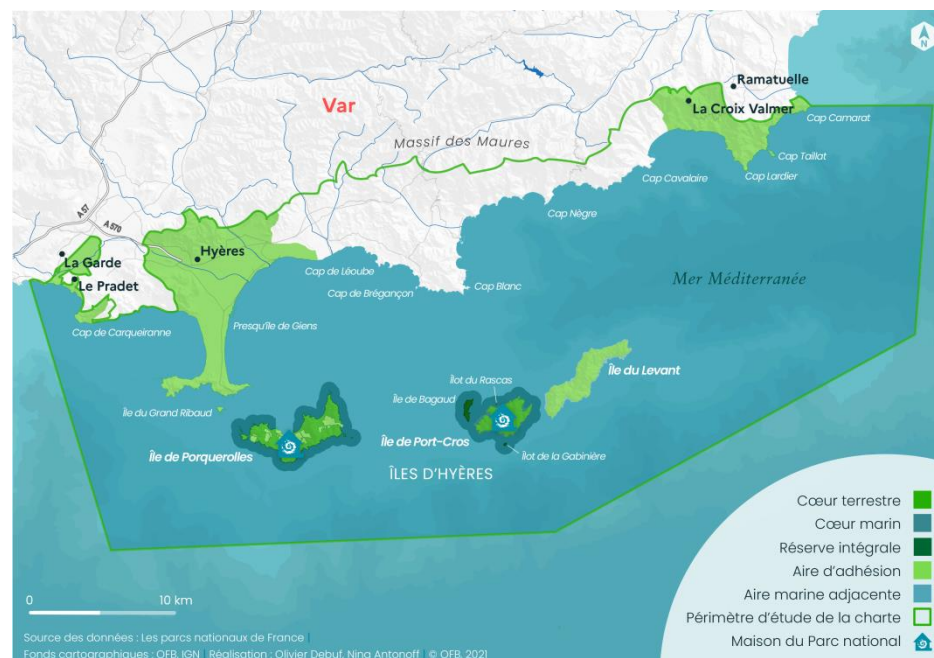
ILLUSTRATION

CARTE

Titre 1 : Carte du parc national de Port-Cros.

Source : Les Parcs nationaux de France

Crédit : OFB, 2020



PLAN

Auteur

Nom : Eugénie JOLY

Etablissement : Office français de la biodiversité

Direction : Direction des aires protégées

Service : Service d'appui aux parcs nationaux et réseaux d'aires protégées

Fonction : Chargée de mission fréquentation et sports de nature

Localisation : Pérols, 34470

Sujet du stage : La fréquentation post-covid dans les espaces naturels français

Dates : stage du 8 mars au 27 août 2021 & actualisation d'octobre 2021 à mai 2022

Coordonnées : eugenie.joly@ofb.gouv.fr

LEVIER N°6	STRATEGIE GLOBALE ET GOUVERNANCE
SOUS-LEVIER	Démarche prospective
Fiche n°	6.5
ACTION	Le projet Cap 2050 : une étude prospective et participative sur l'île de Porquerolles au sein du Parc national de Port-Cros.
Sous-action	
Localisation	REGION : Provence-Alpes-Côte d'Azur DEPARTEMENT : Var
Espace naturel concerné	<ul style="list-style-type: none"> Le Parc national de Port-Cros – île de Porquerolles
Maître d'ouvrage	<ul style="list-style-type: none"> Le Parc national de Port-Cros
Partenaire	<ul style="list-style-type: none"> Habitants Associations
Prestataire	
Objectif	<ul style="list-style-type: none"> Mobiliser de nouvelles personnes dans les dispositifs de concertation du Parc national Protéger l'île des conséquences du changement climatique
Description	<p>Dès les années 2000, les préoccupations du Parc national de Port-Cros sont tournées sur le suivi et la gestion des flux touristiques dont l'objectif principal est d'adapter la fréquentation aux capacités et au caractère des cœurs⁴⁹ de l'espace naturel protégé.</p> <p>Le contexte de l'île de Porquerolles est qu'elle est en cœur de Parc national (un périmètre sur terre et en mer), une zone de protection forte, mais subit des pics de fréquentation importants en haute-saison touristique sur certaines zones terrestres et sur le plan d'eau (plaisanciers) qui menacent les milieux naturels et le caractère de ressourcement de l'île. Néanmoins, les commerçants du village</p>

⁴⁹ Un Parc national est un espace naturel protégé composé d'une zone « cœur » et d'une aire d'adhésion. Le cœur d'un Parc national est une zone de protection forte au sein duquel une réglementation spécifique sur différents usages et activités est mise en place. L'aire d'adhésion est une zone qui est délimitée par le nombre de communes adhérentes à une charte de territoire.

dépendent de cette activité touristique

Le Parc national et ses partenaires ont travaillé collectivement à partir de 2016 à la définition de la capacité de charge de l'île de Porquerolles⁵⁰. Dans le cadre de cette démarche, un projet de recherche a vu le jour autour d'une réflexion prospective : c'est CAP 2050 porté par une équipe de recherche en sciences sociales et Charlotte Michel, ingénieure et coordinatrice scientifique du projet. Partant du constat que les conséquences du changement climatique et de la perte de biodiversité modifient les espaces naturels et leurs usages, cette réflexion s'articule autour d'un double questionnement : comment les acteurs du territoire perçoivent-ils les changements et leurs impacts sur l'île ? Comment anticiper les tensions issues des solutions préconisées face à ces changements ; et donc comment repenser notre relation à la nature ?

Le projet a débuté en octobre 2018 dans le but d'identifier les conséquences et les solutions face au changement climatique induit par l'émission de gaz à effet de serre et la perte de biodiversité dues aux activités humaines dans un contexte insulaire où les impacts sont très visibles et les risques importants. D'un point de vue plus philosophique, ce travail permet de réinterroger la limite entre nature et culture, pour amener d'autres représentations.

Des entretiens auprès des partenaires et des habitants ont d'abord été réalisés. Ils ont permis de constater l'inquiétude de ces usagers concernant le tourisme de masse et de ses conséquences sur la vie insulaire et les espaces naturels. Ils déplorent les conséquences d'une hyper-fréquentation saisonnière et souhaiteraient une réorientation du secteur économique vers un tourisme durable, plus humain et axé sur une meilleure qualité d'accueil. Les autres inquiétudes concernent la ressource en eau, le risque incendie, la modification du paysage, la perte de biodiversité marine, l'avenir agricole et forestier. Enfin, les entretiens ont montré que même si le dialogue avec les autorités est maintenant bien développé, les habitants restent inquiets, impatients voire découragés. Il convient donc de poursuivre une démarche d'accompagnement des changements insulaires en permettant aux

⁵⁰ Se référer à la fiche n°4.4 indiquée dans le libellée « Autre fiche liée » ci-dessous.

habitants de se réapproprier les perspectives d'évolution de leur environnement.

Puis, la population a été associée au projet dans le cadre d'ateliers de construction de scénarios prospectifs visant à définir des hypothèses d'évolution de l'île à 30 ans en lien avec le changement climatique.

Les scénarios suivants ont été identifiés :

- **Relation Homme-Nature distanciée et respectueuse** (« Mission sur Mars »): changement climatique, montée des eaux, territoire non vivable. Le Parc national existe toujours, mais sans présence physique sur le site. ;
- **Laboratoire à ciel ouvert** (« PIIB/ Porquerolles institut insulaire biotechnologique ») : solutions biotechnologiques d'adaptations et d'autonomie en eau et en énergie. L'île est surtout habitée par des chercheurs et des techniciens ;
- **Relation Homme-Nature humble et adaptative** (« Porquerolles en transition »): montée régulière du niveau de la mer maintenue, décélération de la consommation de matière première et de l'énergie, recentrage du monde sur le bien-être du vivant recherche de solutions durables de gestion et d'activités touristiques et des usages qui permettent d'accompagner les évolutions du changement climatique, de s'y adapter et de retrouver une vie paisible sur l'île.

Ensuite, le projet a également intégré un volet artistique dans le cadre duquel les scénarios ont été interprétés par des artistes et habitants qui en ont produit des œuvres. A la suite de cela, les participants ont pu découvrir toutes les œuvres créées autour du projet au cours de l'hiver et du printemps 2021.

Ces réflexions ont permis d'identifier des pistes d'actions. Ces actions à venir et leurs modalités de portage ont été présentées au cours d'une table ronde publique en juin 2021 à Porquerolles.

Des solutions ont émergées sur différentes thématiques : le tourisme, l'agriculture, la forêt.


Cible

- Habitants
- Associations locales

	<ul style="list-style-type: none"> • Commerçants • ...
Financement	<ul style="list-style-type: none"> • La Fondation de France
Budget	Pas d'information
Temporalité	Ces mesures sont mises en application pendant la saison estivale 2021. Le contrat avec la compagnie maritime TLV est valable pour la période 2021 à 2025.
Intérêt	<ul style="list-style-type: none"> • La construction de visions sur le long terme (2050) et leur mise en discussion, permet d'ouvrir un débat constructif entre des acteurs ayant des intérêts divers, et de produire des résultats opérationnels et argumentés. • Ces réflexions permettent de donner du sens et de la cohérence aux décisions opérationnelles qui intègrent les différents points de vue des acteurs et sont basées sur une vision claire des objectifs suivis. • Les habitants ont été nombreux à découvrir les expositions artistiques.
Limite	<ul style="list-style-type: none"> • La mobilisation des habitants a été difficile. Ils se sont peu déplacés. Les jeunes ne se sont pas ou très peu mobilisés. • La crise sanitaire est un facteur qui a potentiellement été défavorable pour la mobilisation des locaux.
Retombée	<p>En parallèle de ce projet, des mesures concrètes ont été mises en place par le Parc national autour de l'instauration d'une jauge à 6 000 passagers par jour pour les navettes maritimes⁵¹. De plus, le Parc national s'est investi pour partager largement les résultats du projet et les œuvres auprès du grand public et des actions partenariales locales ont vu le jour (valorisation de bois local, gestion d'un troupeau d'ânes...).</p> <p>Cela montre l'aboutissement du travail de concertation. Les associations, plus réfractaires vis-à-vis du Parc national au début du projet CAP 2050, ont été moins contestataires à l'issue du projet qui a plutôt bien porté ces fruits.</p>
Bilan 2021 (action expérimentale qui prend fin	

⁵¹ Se référer à la fiche 6.3 indiquée dans le libellée « Autre fiche liée » ci-dessous.

après la saison estivale 2021)	
Ecueil à éviter/ reproductibilité /transférabilité	
Contact	<p>Nom : Jean-Marc PRIEUR</p> <p>Structure : Parc national de Port-Cros</p> <p>Direction :</p> <p>Service :</p> <p>Fonction : Chargé de mission tourisme durable</p> <p>Coordonnées : jean-marc.prieur@portcros-parcnational.fr</p>
Source	
MOT CLE	
LIEN URL	<p>Site internet de l'espace naturel protégé ou d'un partenaire :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rapport scientifique de Valérie DELDRÈVE et Charlotte MICHEL : <u>La démarche de capacité de charge sur Porquerolles (Provence, Parc national de Port-Cros, France) : de la prospective au plan d'actions Parc national de Port-Cros et Porquerolles (portcros-parcnational.fr)</u> (lien de téléchargement) • Page web dédiée à l'étude Cap 2050 sur le site internet du Parc national de Port-Cros : <u>Porquerolles en 2050 : concertation et prospective Parc national de Port-Cros et Porquerolles (portcros-parcnational.fr)</u> • Page web du site internet du Parc national : <u>Cap 2050 : La synthèse Parc national de Port-Cros et Porquerolles (portcros-parcnational.fr)</u> <p>Articles de presse en ligne :</p> <p>Autres :</p>
DOCUMENT	(Documents disponibles sur demande)
ANNEXE	
Autre fiche liée (même maître	Fiche n°3.1 Action : Expérimentation de l'application de navigation routière par

<p>d'ouvrage ou même territoire d'application) :</p>	<p>géolocalisation Waze au sein d'espaces naturels protégés.</p> <p>Fiche n°4.1 Action : Expérimentations d'outils de mesures de la fréquentation et de gestion de la fréquentation en temps réel au sein d'espaces naturels protégés.</p> <p>Fiche n°4.4 Action : La démarche de capacité de charge sur l'île de Porquerolles au sein du Parc national de Port-Cros.</p> <p>Fiche n°6.4 Action : Expérimentation de mesures de régulation de la fréquentation et application d'un seuil de fréquentation sur l'île de Porquerolles.</p>
Visuel	
<p>PHOTOGRAPHIE</p>	<p>Titre 1 : Source : Crédit :</p>
<p>ILLUSTRATION</p>	<p>Titre 1 : Ouvres de l'exposition artistique autour du projet Source : Parc national de Port-Cros Crédit : Margot Banchereau</p> 

Titre 2 : Œuvres de l'exposition artistique autour du projet – Parole d'acteurs

Source : Parc national de Port-Cros

Crédit : Margot Banchereau



Titre 3 : Œuvres de l'exposition artistique autour du projet – Scénario 1

Source : Parc national de Port-Cros

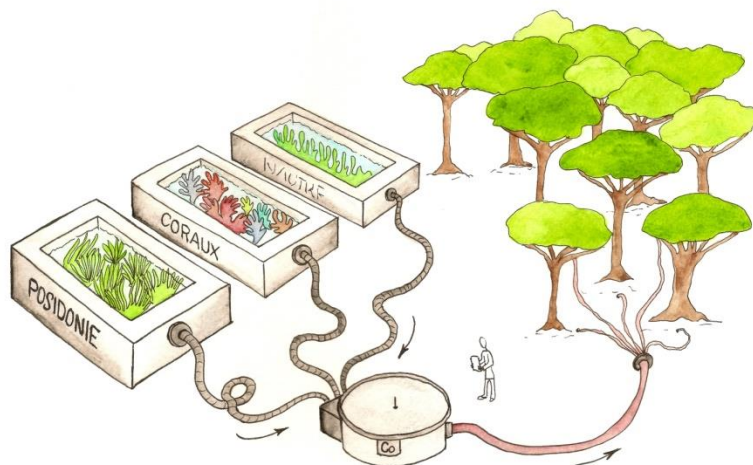
Crédit : Parc national de Port-Cros



Titre 4 : Œuvres de l'exposition artistique autour du projet – Scénario 2

Source : Parc national de Port-Cros

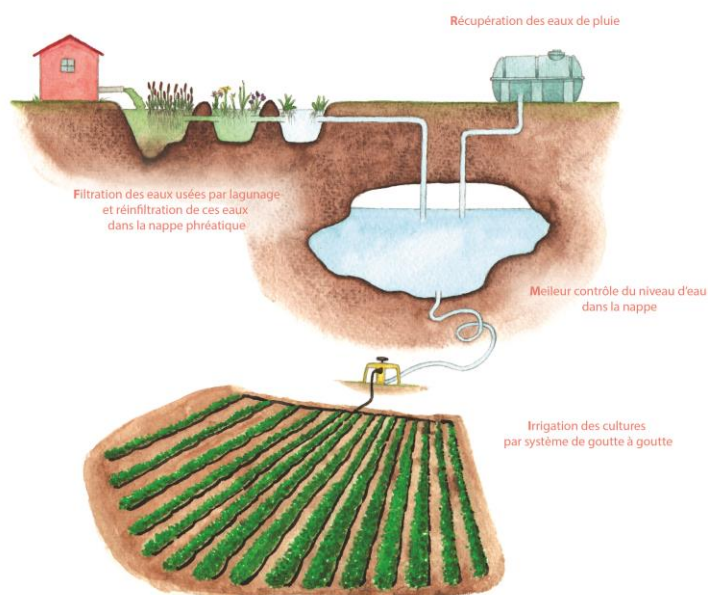
Crédit : Parc national de Port-Cros



Titre 5 : Œuvres de l'exposition artistique autour du projet – Scénario 3

Source : Parc national de Port-Cros

Crédit : Parc national de Port-Cros

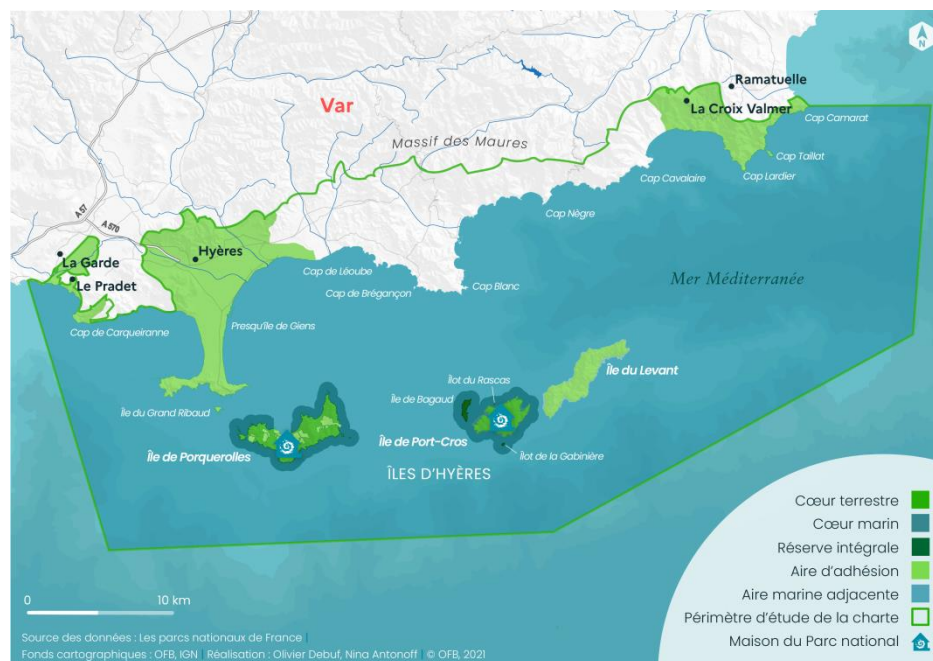


CARTE

Titre 1 : Carte du parc national de Port-Cros.

Source : Les Parcs nationaux de France

Crédit : OFB, 2020



PLAN

Auteur

Nom : Eugénie JOLY

Etablissement : Office français de la biodiversité

Direction : Direction des aires protégées

Service : Service d'appui aux parcs nationaux et réseaux d'aires protégées

Fonction : Chargée de mission fréquentation et sports de nature

Localisation : Pérois, 34470

Sujet du stage : La fréquentation post-covid dans les espaces naturels français

Dates : stage du 8 mars au 27 août 2021 & actualisation d'octobre 2021 à mai 2022

Coordonnées : eugenie.joly@ofb.gouv.fr