



# Schéma de tourisme durable du Parc naturel régional de Camargue 2010 - 2015

Version actualisée mai 2010



Crédit photographique : E. Viallet / PNR Camargue

## Sommaire :

Sommaire .....	2
Préambule .....	3
1. Cadrage méthodologique .....	4
2. Territoire d'application du schéma de tourisme durable .....	6
3. Etat de lieux du territoire .....	10
4. Stratégie de tourisme durable .....	35
5. Programme d'actions 2010-2015 .....	39
Glossaire.....	95
Annexes .....	96

## Préambule

Le territoire du Parc naturel régional de Camargue (Parc ou PNRC) s'inscrit dans un contexte spécifique de part sa situation deltaïque formée par les deux bras du Rhône. Vaste zone humide modelée par la rencontre entre dynamiques naturelles, activités humaines, patrimoine bâti et culturel, la Camargue se distingue par la richesse biologique de ses écosystèmes et bénéficie à cet égard de nombreux statuts de protection et de reconnaissance au niveau national, européen ou international. C'est pourquoi, la gestion durable des ressources naturelles et des activités humaines sur cet espace se situe au centre des politiques publiques. Depuis sa création en 1970, le Parc travaille donc à la valorisation de cet espace, avec la volonté de concilier préservation des patrimoines naturel et culturel et maintien des activités humaines et des cultures locales.

C'est en ce sens qu'en 2003, l'élaboration d'une première stratégie de tourisme durable, a permis de préciser l'intervention du Parc en la matière, en concertation avec les acteurs locaux, les professionnels et les organismes institutionnels du tourisme.

Plus récemment, le Parc a réaffirmé sa volonté d'accompagner un développement durable de l'activité touristique sur son territoire. Depuis 2006, une nouvelle réflexion a été initiée avec ces mêmes partenaires afin d'identifier les orientations futures du tourisme en Camargue dans le cadre de la révision de la Charte du Parc, qui portera sur la période 2010-2022. La future charte du Parc pose d'ailleurs comme principe fondateur « d'engager le territoire et ses acteurs dans un tourisme durable.

Depuis 2008, le Parc participe à la démarche collective menée avec les autres Parcs naturels régionaux de la région Provence Alpes Côte d'Azur, en vue de mettre en œuvre sur son territoire, les principes de la Charte Européenne du Tourisme Durable (CETD) dans les espaces protégés.

Dans cette perspective, le Parc et les acteurs du territoire se sont efforcés d'établir une stratégie qui repose sur la définition d'objectifs prioritaires (en fonction des missions du Parc et de ses partenaires) et d'aboutir de manière partagée à une orientation commune en matière de tourisme durable.

Le but du « Schéma de tourisme durable 2010-2015 du Parc naturel régional de Camargue » est donc de formaliser la volonté générale de penser et d'assurer un tourisme durable plus respectueux pour la Camargue. Aussi, ce schéma a été bâti en cinq grandes parties :

- une note explicative sur la méthodologie adoptée,
- le territoire d'application choisi,
- un état des lieux de l'activité touristique,
- la stratégie de tourisme durable, déclinée en 4 axes stratégiques et 13 objectifs, traduisant ainsi les grands enjeux issus de l'état des lieux,
- un programme d'actions opérationnelles réparties selon les axes stratégiques et les objectifs, et intégrant les problématiques propres au complexe deltaïque.

Ce document stratégique a été pensé et élaboré en concertation avec les hommes et les femmes qui vivent, aiment et « font » la Camargue au quotidien. Aussi, il manifeste la volonté des acteurs du territoire de concevoir un tourisme plus soutenable sur l'espace camarguais. Il matérialise également la prise de conscience collective des habitants, des professionnels et des visiteurs de la grande valeur patrimoniale naturelle, humaine et environnementale de cet espace deltaïque unique en France.

Enfin, cet outil a été élaboré dans une logique de recherche du « juste équilibre », intégrant les enjeux du territoire et les principes de développement durable du tourisme. A ce titre, il constitue « l'acte écrit d'un désir des acteurs du territoire de penser un tourisme plus durable, émanant d'une volonté commune, prenant en considération les besoins propres au territoire et conciliant les acteurs autour d'un objectif commun : **faire de la destination Camargue un territoire de référence en matière de tourisme durable** ».

## Zone d'application du Schéma de tourisme durable 2010-2015

Le territoire d'application du « Schéma de tourisme durable 2010-2015 » est plus étendu que le territoire actuel du Parc. En effet, dans un souci de penser à long terme et d'anticiper la gestion du tourisme sur ce territoire, le périmètre retenu correspond à celui de la future Charte du Parc en cours d'élaboration pour la période 2010-2022.

Cette nouvelle zone correspond à une volonté du syndicat mixte de gestion du Parc et du Conseil Régional Provence-Alpes-Côte-d'Azur d'étendre le périmètre d'étude de révision de la Charte à l'ensemble de la Camargue au sens biogéographique, permettant ainsi une meilleure cohésion et lisibilité de l'action publique sur ce territoire emblématique.


Du côté Est, le périmètre dépasse la frontière naturelle du Grand Rhône, avec la volonté d'intégrer pleinement le fleuve au projet de territoire. L'extension en rive gauche complète la dimension deltaïque du territoire, par l'intégration d'espaces naturels à hautes valeurs environnementales héritées de l'ancienne boucle du Rhône sur le secteur de Mas Thibert, comme le Marais du Vigueirat.


Cet élargissement intègre également la partie de l'embouchure du Grand Rhône qui relève d'une identité camarguaise et d'une histoire commune avec les villages de Camargue, dont elle partage les activités de riziculture, de pêche, de chasse, de tourisme de nature et de protection des milieux. Cet élargissement répond donc également à une volonté de travailler pour un développement plus harmonieux de ces villages.

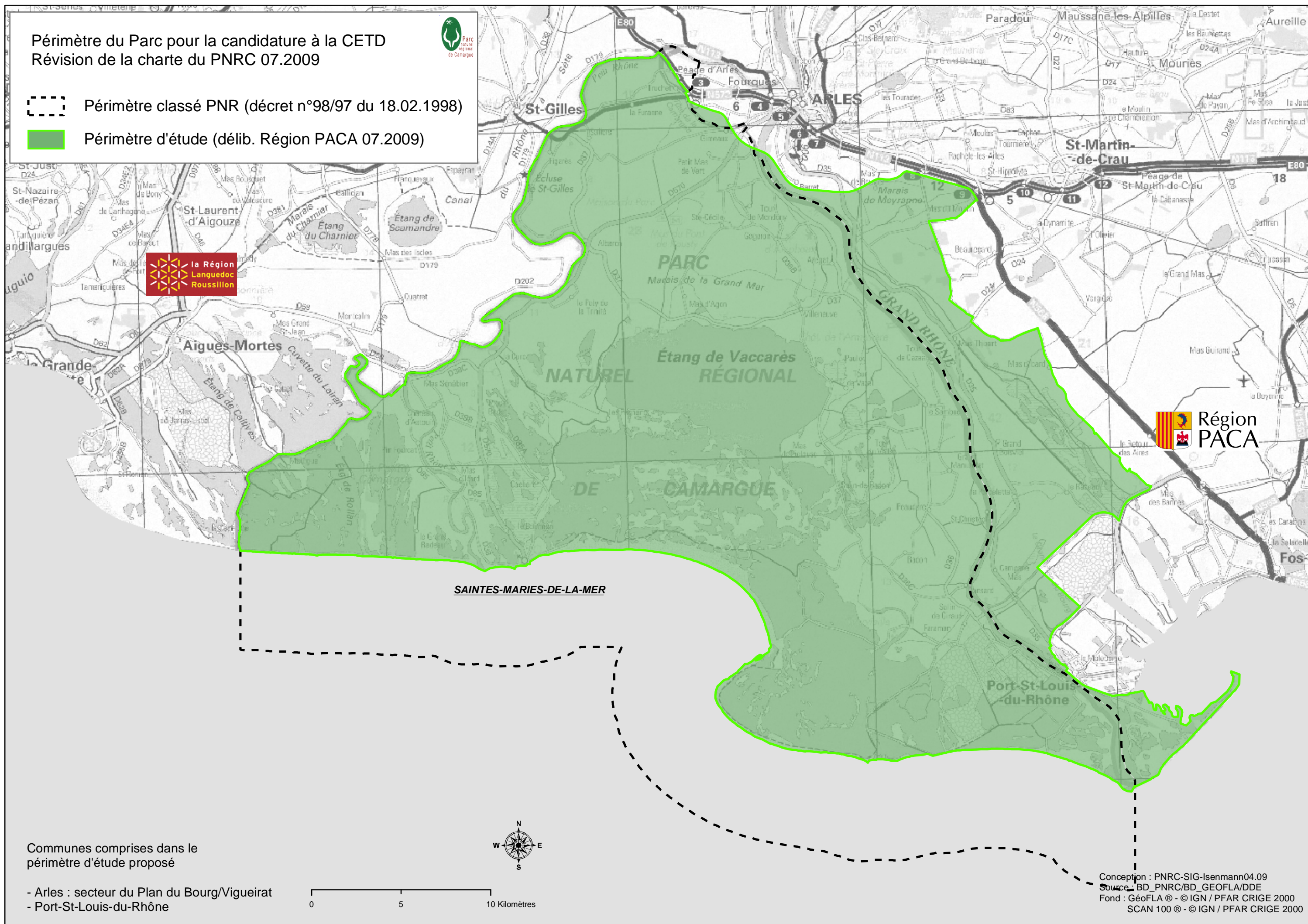
Sans extension territoriale importante, le périmètre d'application du « Schéma de tourisme durable 2010-2015 » dessine néanmoins une zone de mise en oeuvre de plus grande portée, dépassant le caractère insulaire de la Grande Camargue (zone située entre les deux bras du Rhône), pour construire des interfaces avec les espaces de développement voisins. Par là même, ce nouveau périmètre est plus représentatif de la diversité et de la globalité des enjeux de gestion concertée du delta du Rhône et intègre les deux rives du fleuve et la totalité de son embouchure.

Périmètre du Parc pour la candidature à la CETD  
Révision de la charte du PNRC 07.2009



 Périmètre classé PNR (décret n°98/97 du 18.02.1998)

 Périmètre d'étude (délib. Région PACA 07.2009)



Communes comprises dans le périmètre d'étude proposé

- Arles : secteur du Plan du Bourg/Vigueirat
- Port-St-Louis-du-Rhône

Conception : PNRC-SIG-Ismann04.09  
Source : BD\_PNRC/BD\_GEOFLA/DDE  
Fond : GéoFLA © - © IGN / PFAIR CRIGE 2000  
SCAN 100 © - © IGN / PFAIR CRIGE 2000

# Cadrage méthodologique

## 1. Explication de la démarche

La gestion durable d'un territoire met en relief la concertation et la consultation. C'est pourquoi, le fonctionnement du syndicat mixte de gestion du Parc repose sur l'implication d'une diversité d'acteurs du territoire dans les réflexions et dans les processus de concertation ainsi que dans la définition et la mise en œuvre des actions.

La méthodologie de travail repose sur l'application de concepts de participation, d'échange et de partage d'expériences, en laissant une large place à la consultation. Aussi, dans le cadre des travaux menés pour la révision de sa Charte et l'élaboration de son « Schéma de tourisme durable 2010-2015 », le Parc a mis en application ces principes, en se dotant d'outils de concertation éprouvés. Le résultat ainsi obtenu est le fruit d'un travail collectif propre au territoire et aux personnes qui « font » ce territoire, reposant sur la prise en compte des enjeux locaux et du contexte particulier du territoire camarguais.

## 2. Les instances de décision et de consultation du Parc

Le mode de fonctionnement du syndicat mixte de gestion du Parc naturel régional de Camargue repose sur des processus de décision ouverts et une concertation régulière associant largement les acteurs du territoire.

- Les élus locaux et les autres membres statutaires se regroupent au sein d'assemblées délibérantes, le comité syndical et le bureau syndical. Ces instances se prononcent et votent toutes les décisions relatives au fonctionnement du syndicat mixte et veillent au respect des engagements pris dans le cadre de la Charte du Parc.
- Une assemblée consultative, le Conseil de Parc, réunit les différents acteurs de la société civile (acteurs socio-économiques / personnes qualifiées, associations citoyennes, culturelles et environnementales, habitants). Organe de réflexion, de conseil et de proposition, cette instance contribue à alimenter les débats sur la politique générale menée par le Parc.
- Huit commissions thématiques et techniques, dont une consacré au « tourisme durable et à l'accueil », sont composées des assemblées délibérantes et consultatives du Parc et associent des organismes agissant directement dans l'intérêt du territoire. Ces commissions émettent des avis et des propositions sur les actions menées afin d'orienter et d'éclairer les décisions du comité et du bureau syndical.

## 3. Le processus de concertation dans le cadre de la révision de la Charte du Parc

Pour la réalisation de ce schéma, le Parc a su tirer profit des instances de concertation mises en œuvre dans le cadre de la révision de sa Charte pour la période 2010-2022.

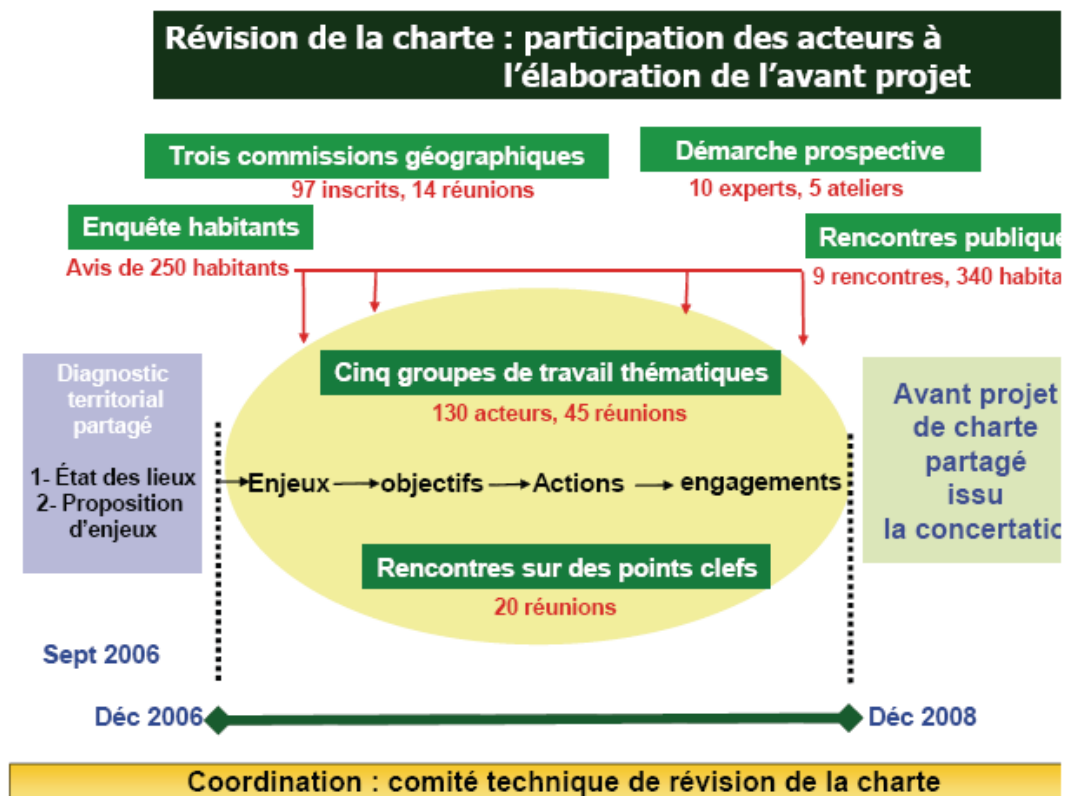
En effet, cette révision, impulsée en 2006 avec des études préalables, a constitué une première étape de travail participatif. Dès les prémices de révision de la Charte, le Parc a mené une animation adaptée selon une méthodologie rigoureuse, en réalisant une évaluation participative et en organisant la concertation sur la base d'un diagnostic et d'un bilan des actions déjà conduites.

Par ailleurs, l'élaboration du diagnostic territorial du Parc naturel régional de Camargue s'est attachée à analyser le territoire de manière collective et globale pour répondre à des besoins réels et des priorités locales, en associant les acteurs du territoire à toutes les étapes de l'élaboration d'un projet territorial. Cette approche globale et participative de l'aménagement du territoire a eu pour

objectifs de favoriser la collaboration active de tous les acteurs du territoire et de prendre en compte, avec la même importance, les questions relatives aux aspects économiques, environnementaux, socioculturels ainsi que les principes qui fondent le développement durable (équité, partenariat, participation...).

D'importants dispositifs de participation des habitants et des acteurs du territoire ont donc été mis en place, avec des groupes de travail thématiques, dont un consacré aux activités économiques et avec un regard particulier sur le tourisme. La préoccupation étant, notamment, de répondre à des questions afin de mieux comprendre quel tourisme les acteurs du territoire souhaitent voir se développer en Camargue, de connaître les orientations à privilégier et quelles doivent être les actions prioritaires à mettre en œuvre.

Le schéma ci-après présente l'organisation et le fonctionnement mis en place pour réviser la Charte du Parc.



En plus des travaux de révision de la Charte du Parc, l'élaboration du « Schéma de tourisme durable 2010-2015 » est le résultat d'autres travaux préalables.

En 2003, une première démarche a été initiée afin de préciser la stratégie touristique sur le territoire et préciser l'intervention du Parc en la matière. Ce travail a fait l'objet d'une large concertation avec les acteurs locaux, les professionnels et les organismes institutionnels du tourisme dans le cadre de six ateliers thématiques : « Le delta du Rhône » / « Transport et circuit sur le territoire du Parc » / « Hébergement » / « Promotion, information, documentation » / « Agriculture et tourisme », « Culture et tradition en Camargue ». Compte tenu des difficultés juridiques rencontrées par le Parc jusqu'en décembre 2007, le plan d'actions émanant de cette stratégie n'a pu être intégralement mis en œuvre et a été revu dans le cadre des travaux de renouvellement de la Charte du Parc.

#### 4. Le « Forum de tourisme durable » : outil de pérennisation de la concertation

Afin d'inscrire l'élaboration de sa nouvelle stratégie touristique dans une démarche de développement durable du tourisme fondée sur une vision partagée des acteurs locaux, le Parc naturel régional de Camargue a choisi d'instaurer et de pérenniser un « Forum de tourisme durable », outil de référence en matière de consultation au regard des principes de la CETD.

Ce « Forum » est composé des membres de la commission « tourisme durable et accueil » du Parc élargie à différents professionnels, établissements d'accueil et de découverte et organismes institutionnels (CDT 13, CRT PACA), mais également à des habitants et des acteurs appartenant à d'autres secteurs d'activité pouvant interagir avec le tourisme sur le territoire. Le but est en effet d'intégrer dans la démarche, le plus grand nombre de personnes et de susciter l'émulation en confrontant les idées et en les enrichissant par la diversité des acteurs représentés.

Le « Forum » du Parc a été pensé pour intégrer les acteurs socio-économiques le plus en amont possible des réflexions stratégiques et répondre aux besoins spécifiques du territoire. C'est pourquoi au cours de l'année 2009, cette instance consultative a été pleinement associée à l'élaboration du « Schéma de tourisme durable 2010-2015 », à l'occasion de réunions de travail et de contributions écrites permettant aux différents acteurs du territoire d'alimenter la stratégie et le programme d'actions.

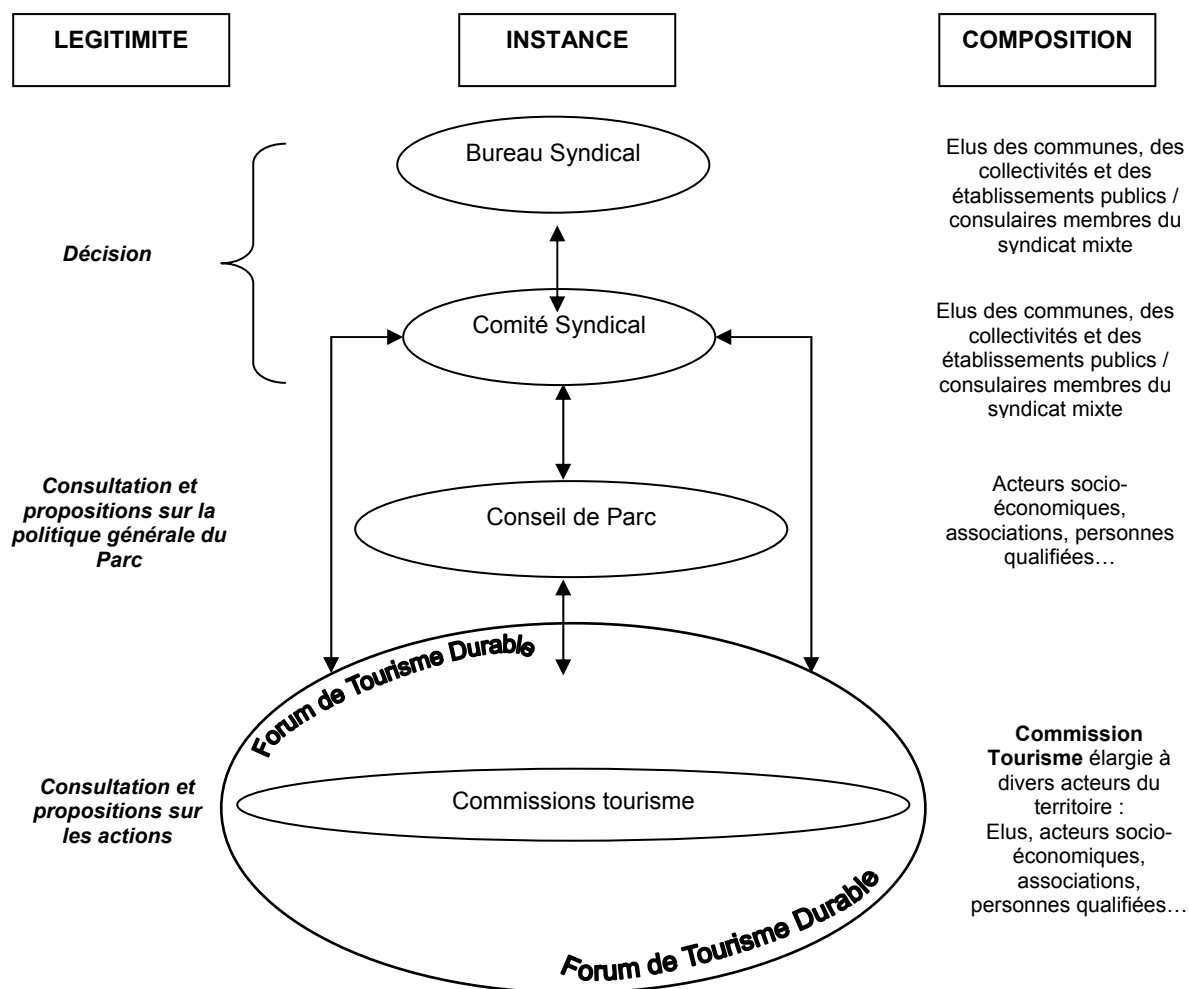
A terme, il est souhaitable que le « Forum » puisse se réunir au moins deux fois par an, afin d'accompagner la mise en œuvre de la stratégie et du programme d'actions, et dresser un bilan sur les avancées et les problèmes rencontrés.

Par ailleurs, afin d'inscrire les actions du Parc dans l'échange avec d'autres territoires et de s'enrichir de leur vision et de leur expérience, le « Forum » accompagnera la mise en œuvre des volets 2 et 3 de la CETD, dans le cadre de la démarche « inter-Parcs » engagée au niveau régional avec les quatre autres PNR de PACA (Alpilles, Luberon, Queyras et Verdon), mais également avec d'autres espaces européens.

Le schéma ci-après présente l'organisation et le fonctionnement mis en place pour la constitution du « Forum ». Il illustre notamment l'articulation entre les différentes instances décisionnelles et consultatives actuelles du Parc.



## **Schéma organisationnel du « Forum de tourisme durable » du syndicat mixte de gestion du Parc naturel régional de Camargue**



# Etat des lieux

## Préambule

Le diagnostic touristique du Parc naturel régional de Camargue a été réalisé dans le cadre du diagnostic territorial élaboré au titre de la révision de la Charte du Parc pour la période 2010-2022.

Ce diagnostic territorial a pour objectif de mettre à jour la connaissance du territoire afin de mieux identifier ses caractéristiques et les enjeux majeurs pour demain en matière de protection, de développement et d'aménagement. Il doit ainsi permettre d'aider à ajuster la stratégie du Parc et de contribuer à l'analyse des évolutions du territoire

Le diagnostic territorial du Parc a été construit principalement autour d'un travail important de diagnostics thématiques réalisés entre 2006 et 2007 par les techniciens du Parc, puis consolidés par les acteurs locaux. Le travail de concertation que le Parc a mené dès 2006 a donc été croisé avec les éléments plus techniques et quantitatifs issus du diagnostic territorial des techniciens, afin d'éclairer qualitativement ces données.

Mené dans le cadre d'un travail participatif important, le diagnostic territorial partagé a en outre facilité une appropriation par les acteurs locaux de l'état des lieux et des enjeux mis à jour et permis une plus forte implication des acteurs concernés dans la mise en oeuvre de la prochaine Charte du Parc.

## Approche méthodologique du diagnostic touristique

*Afin d'avoir à une meilleure lisibilité de l'activité touristique en Camargue, une « évaluation de l'offre touristique et des activités induites par le tourisme » a été confiée par le Parc au cabinet d'études Tourisme Environnement Conseil (TEC). Menée durant le 1<sup>er</sup> semestre 2006, la réflexion s'appuie à la fois sur :*

- les données du système d'information touristique TIPI (actuellement dénommé PATIO) mis en place par le Comité Départemental du Tourisme des Bouches-du-Rhône
- la base de données des communes littorales<sup>1</sup> établie par TEC en 2004 pour l'AFIT (désormais ODIT France)
- et des entretiens auprès de représentants des institutionnels du tourisme et de prestataires touristiques

*La difficulté de traiter des portions de territoires communaux a par ailleurs conduit à procéder à un zonage faisant apparaître **plusieurs secteurs** et sous-secteurs :*

- **le territoire actuel du Parc**, avec trois sous-secteurs : « Les Saintes-Maries-de-la-Mer » (territoire communal des Saintes-Maries-de-la-Mer), « Arles Camargue Nord », incluant les villages d'Albaron, Saliers, Gimeaux, Le Paty-de-la-Trinité, Gageron et Villeneuve, et « Arles Camargue Sud-Est », allant du village du Sambuc à Salin-de-Giraud ;

- **la « zone d'extension du Parc à l'étude » dans le cadre de la révision de sa Charte**, avec deux sous-secteurs : le territoire communal de Port-Saint-Louis-du-Rhône (excepté le port autonome) et la partie Est du territoire communal d'Arles (« Arles Plan du Bourg ») ;

- enfin, du fait de l'attractivité importante de la ville d'Arles et de sa localisation aux portes du périmètre de diagnostic, le centre urbain de la commune d'Arles, « **Arles Centre** », a été pris en compte ; dans une logique d'analyse de l'offre, notamment en matière d'hébergement, les fonctionnements de la ville d'Arles et de la Camargue sont en effet fortement reliés dans la mesure où une part de l'offre touristique génère des flux non négligeables vers la Camargue.

<sup>1</sup> Offre et organisation touristique des communes du littoral métropolitain, Les Cahiers de l'AFIT, 2004.

*S'agissant de la fréquentation, les chiffres fournis par l'Observatoire Départemental du Tourisme des Bouches-du-Rhône<sup>2</sup> (2005) **donnent une première approche de la fréquentation même s'ils ne permettent pas d'avoir une lecture très fine à l'échelle du périmètre de diagnostic.***

*Afin d'identifier plus précisément la nature des visiteurs et leurs attentes, une « évaluation de la demande et de la fréquentation touristiques » a été menée sur une année de novembre 2005 à octobre 2006.*

*Confiée au cabinet d'études Jean-Pierre Lavaill Conseils associé à la Junior entreprise Marketing Méditerranée, la réflexion s'appuie sur les résultats d'une enquête en face en face menée auprès d'un échantillon de 1 078 personnes. Les personnes ont été interrogées à quatre périodes de l'année : un tiers des personnes en saison (juillet, août) et les deux tiers sur le reste de l'année (avril à juin / septembre à décembre / janvier à mars) afin d'avoir une appréciation la plus fine possible des visiteurs en dehors de la haute saison.*

*Réalisée sur plusieurs sites de découverte et du littoral (des plages de Piémanson aux Saintes-Maries-de-la-Mer en passant par la Capelière et le château d'Avignon), **cette enquête a permis d'identifier le profil, les attentes, les activités pratiquées et le taux de satisfaction des visiteurs de Camargue.***

---

<sup>2</sup> La fréquentation touristique dans les Bouches-du-Rhône – Année 2005 – Comité Départemental 13

## 1. Le tourisme en Camargue, une image forte, une réalité plus nuancée

Les origines de la fréquentation touristique de la Camargue sont à chercher à la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle, quand le marquis de Baroncelli et ses successeurs « inventent » la Camargue en instaurant la culture gardiane et ses traditions, qui continuent à faire l'authenticité du territoire actuel. La mise en scène du pèlerinage gitan, voulue comme un hommage à cette manifestation religieuse qui se perpétue depuis le Moyen Age, est aussi à l'origine de la venue des premiers curieux.

En dehors de ces célébrations festives et colorées, le delta est aussi apprécié pour sa quiétude, son aspect sauvage ou de bout du monde. Il attire ainsi une autre catégorie de visiteurs, empreints de liberté, comme en témoignent les nombreux camping-cars qui viennent de toutes parts et en toutes saisons, ou la tradition bien ancrée du cabanon. Enfin, c'est la richesse des espaces naturels au plan écologique, se traduisant par la mise en protection importante d'espèces et d'habitat, et surtout la présence d'espèces emblématiques (le flamant rose) qui attirent les visiteurs en Camargue.

De nos jours, l'attrait grandissant pour les espaces naturels protégés, en tant que vitrine de la vie sauvage, mais aussi en tant qu'espaces supports des loisirs de plein air, confère à la Camargue un intérêt touristique évident. La recherche d'authenticité, souvent évoquée par les touristes lassés des modes de vie urbains, formatés et soumis aux lois du marché, trouve également une réponse en Camargue. Cette attractivité de la Camargue ne s'est jamais démentie depuis l'après guerre, si l'on en croit des témoignages remontant à la fin des années 70 qui évoquent déjà l'intensité de la fréquentation estivale des Saintes-Maries-de-la-Mer (passant de 2 120 habitants à plus de 50 000)<sup>3</sup>.

Plus que jamais, cette destination est donc susceptible d'être soumise à une fréquentation touristique importante. Cependant, au travers de ses enquêtes, le CDT 13, qui considère la Camargue comme l'une des trois destinations touristiques phares des Bouches-du-Rhône, avec Marseille et la Provence, constate qu'en réalité cet espace n'est pas systématiquement retenu dans les choix des visiteurs, et constitue bien souvent plus un produit d'appel pour le Département, voire pour la Région, essentiel en terme d'image.

Ce constat pose naturellement la question de la fréquentation touristique réelle du territoire, et entraîne également un autre type de questionnement complémentaire et positionné plus en amont : quant est-il de l'offre touristique réellement disponible en Camargue ? Comment la qualifier ? Est-elle en perte de vitesse ou, au contraire, observe-t-on un renouvellement sur des bases nouvelles ?

## 2. L'offre d'hébergements et de restauration : des déséquilibres observés à plusieurs échelles

### 2.1 Une offre hôtelière de « gamme moyenne » concentrée sur deux pôles : les Saintes-Maries-de-la-Mer et Arles Centre

L'hôtellerie constitue la deuxième offre marchande du périmètre de diagnostic. Avec 22 % des hébergements touristiques marchands, elle ne représente toutefois qu'à peine 25% de la capacité d'accueil totale (2 424 lits pour 9 847 lits tous hébergements marchands confondus).

Les 56 hôtels recensés sur le territoire actuel du Parc correspondent à 22% de l'offre d'hébergement en nombre d'établissements. La grande majorité d'entre eux (82%) sont situés aux Saintes-Maries-de-la-Mer. Les établissements restants se répartissent davantage au Nord (11%) qu'au Sud-Est (7%) du territoire du Parc.

<sup>3</sup> *Connaissance du pays d'Oc*, magazine bimestriel, SARL Les Editions de la Source, n°31, mai / juin 1978.

Ce parc hôtelier affiche un total de 998 chambres, offrant une capacité d'hébergement de 2 315 lits<sup>4</sup> (Figure 3), soit 25% de la capacité d'hébergement totale du Parc (9 171 lits tous hébergements marchands confondus). Cette part de l'hôtellerie dans la capacité d'hébergement marchand est singulièrement importante si on la compare à celle du littoral français qui s'élevait à seulement 9,2%<sup>5</sup> en 2002 (contre 23% sur la France entière pour la même année). Par contre, elle reste bien inférieure à celle du département qui dépassait les 38%<sup>6</sup> en 2005 (la présence de Marseille n'est pas pour rien dans cette répartition départementale). La commune des Saintes-Maries-de-la-Mer rassemble à elle seule 841 chambres pour 1 944 lits touristiques (Figure 3), faisant apparaître un important déséquilibre avec le reste du territoire du Parc.

## **2.2 Une capacité d'accueil importante de l'hôtellerie de plein air concentrée sur le littoral des Saintes-Maries-de-la-Mer**

L'hôtellerie de plein air constitue la première offre marchande du périmètre de diagnostic. Si on ne compte que 5 établissements (soit 8 % du nombre total des hébergements touristiques marchands), l'hôtellerie de plein air offre en revanche la plus grande capacité d'accueil des hébergements marchands (6 048 lits), soit 61 % de la capacité d'accueil totale.

☞ On recense seulement 4 campings sur le territoire actuel du Parc (Figure 4), dont 3 aux Saintes-Maries-de-la-Mer. Il est nettement plus éclairant de considérer la capacité d'hébergement en nombre de lits touristiques. En effet, avec 5 523 lits<sup>7</sup>, les campings représentent, de loin, la première offre marchande du Parc (60%). Cette capacité reste inférieure à la moyenne comptabilisée sur le littoral français<sup>8</sup> (81% en 2002) ; par contre, elle dépasse largement la moyenne départementale<sup>9</sup> (42% en 2005).

Plus de 90% de ces lits sont situés sur la commune des Saintes-Maries-de-la-Mer. Les tailles importantes de deux établissements saintois, respectivement 1 200 et 448 emplacements (soit 3 600 et 1 344 lits), élèvent la moyenne d'emplacements par camping à 460 (contre 182 sur le littoral français et 143 dans le département<sup>10</sup>) dans le territoire actuel du Parc.

Aux côtés de cette offre bien identifiée, il ne faut cependant pas omettre d'évoquer la pratique du camping sauvage, qui, si elle a régressé depuis les années 1980 sur le littoral des Saintes-Maries-de-la-Mer, reste répandue sur la partie sud-est du delta (plage de Piémanson à Salin-de-Giraud).

☞ Avec de grands établissements classés 3\* et 4\*, l'offre de l'hôtellerie de plein air du Parc est située dans le haut de gamme. L'absence de campings 1\* et 2\* est marquante, surtout si l'on considère les situations observées sur le littoral français (42% de la capacité dans ces deux catégories en 2002) et dans le département (40% en 2005).

## **2.3 Une offre de meublés de tourisme importante mais peu diversifiée**

☞ Les meublés de tourisme constituent la troisième offre marchande du périmètre de diagnostic. S'il l'on dénombre 173 établissements, soit 66 % des hébergements touristiques marchands, ils ne

<sup>4</sup> La capacité d'hébergement en lits touristiques provient soit de TIPI, quand l'information existe, soit du calcul suivant : Lits = chambres x 2.

<sup>5</sup> Offre et organisation touristique des communes du littoral métropolitain, Les Cahiers de l'AFIT, 2004.

<sup>6</sup> L'offre touristique en matière d'hébergement dans les Bouches-du-Rhône en 2005, Observatoire Départementale du Tourisme, CDT 13, 2005.

<sup>7</sup> La capacité d'hébergement en lits touristiques provient soit de TIPI, quand l'information existe, soit du calcul suivant : Lits = emplacements x 3.

<sup>8</sup> Offre et organisation touristique des communes du littoral métropolitain, Les Cahiers de l'AFIT, 2004.

<sup>9</sup> L'offre touristique en matière d'hébergement dans les Bouches-du-Rhône en 2005, Observatoire Départementale du Tourisme, CDT 13, 2005.

<sup>10</sup> 3<sup>e</sup> Schéma Départemental de Développement du Tourisme et des Loisirs, CDT 13, 2005.

représentent toutefois qu'à peine plus 8% de la capacité d'accueil totale (809 lits pour 9 847 lits tous hébergements marchands confondus).

☞ Cette offre est complétée de manière informelle par le parc de meublés non classés, dont l'importance est indéniable malgré le manque de données. Ainsi, pour les seules Saintes-Maries-de-la-Mer, une quarantaine de meublés non classés est recensée par à l'office de tourisme, soit près de 170 lits marchands supplémentaires.

### **Un niveau de confort assez élevé pour les établissements**

Quelque soit le secteur considéré, l'offre de meublés de tourisme se situe dans le moyen-haut de gamme, avec :

☞ dans le territoire actuel du Parc, un peu plus de 60% des lits en établissements 2\* et près de 36% en 3\* (Figure 7),

☞ 1 meublé 4\*, 1 meublé 3\* et 2 meublés 2\* dans « la zone d'extension du Parc à l'étude »,

☞ à « Arles Centre », 72 % des lits en établissements 2\*, et 25% en 3\*.

### **2.4 Une offre de gîtes insuffisante**

☞ Les gîtes ruraux (agrés Gîte de France) restent très minoritaires, et ceci quelque soit les secteurs du territoire observés (Figure 6). Sur le Parc, la capacité d'hébergement des gîtes ruraux représente seulement 17% de la capacité totale des meublés classés.

Arles Camargue Nord est le sous-secteur le mieux doté en gîtes, en adéquation avec l'environnement plus rural de cet espace.

### **2.5 Les chambres d'hôtes, une offre peu développée malgré des potentialités réelles**

☞ Les chambres d'hôtes restent des hébergements très confidentiels dans le périmètre de diagnostic, avec seulement 19 établissements recensés (Figure 8) dont 17 sur le territoire actuel du Parc. Avec 142 lits touristiques et seulement 1% de la capacité d'accueil totale, les chambres d'hôtes n'ont pas un poids déterminant face à l'ensemble de l'offre d'hébergement disponible (Figure 8) ; à titre de comparaison, les chambres d'hôtes<sup>11</sup> représentent 1,5% de la capacité d'hébergement<sup>12</sup> dans les Bouches-du-rhône.

### **Un micro-secteur peu qualifié et peu lisible**

☞ Sur les 17 établissements situés dans le territoire actuel du Parc, seuls 4 établissements bénéficient d'une classification Gîte de France sur le territoire du Parc (3 à Arles Camargue Nord et 1 aux Saintes-Maries-de-la-Mer). Par ailleurs, aucun des 9 établissements recensés sur la commune des Saintes-Maries-de-la-Mer ne bénéficient du classement Gîtes de France. Cet engagement relativement timide dans des démarches de labellisation se retrouve à l'échelle du département, qui compte seulement 60% de ses 400 chambres d'hôtes labellisées.

<sup>11</sup> Gîtes de France et Fleurs de soleil.

<sup>12</sup> 3<sup>e</sup> Schéma Départemental de Développement du Tourisme et des Loisirs, CDT 13, 2005.

Enfin, on ne recense que 6 tables d'hôtes, dont 4 sur le territoire du Parc actuel et 2 à « Arles Centre »

	nbre établsmts	nbre lits
Territoire actuel du Parc	17	120
Zone d'extension du Parc à l'étude	2	22
<b>TOTAL Périmètre de diagnostic</b>	19	142
Arles Centre	10	38
<b>TOTAL</b>	<b>29</b>	<b>180</b>

Figure 5 : L'offre de chambres d'hôtes selon le classement de tourisme, en nombre d'établissement et de lits touristiques

## 2.6 Les résidences de tourisme, un seul établissement dans le périmètre de diagnostic

Rentables et appréciées du public, les résidences de tourisme sont très présentes dans les zones littorales les plus touristiques. La formule combine une location avec des services hôteliers et des activités sportives ou de détente à la carte<sup>13</sup>.

On ne recense qu'un seul complexe 3\* aux Saintes-Maries-de-la-Mer, qui combine hébergement et balnéothérapie (centre de thalassothérapie Thalacap). Avec une capacité d'hébergement de 292 lits, l'établissement représente cependant à lui seul près de 3% de la capacité d'hébergement marchande totale.

A l'échelle des Bouches-du-Rhône, l'importance de ce secteur est plus marquée, avec 15 établissements qui regroupent 7% de la capacité d'hébergement du département<sup>14</sup>.

## 2.7 Peu d'hébergements collectifs

Sur le périmètre de diagnostic, on recense deux formules d'hébergement collectif, tous situés sur le territoire actuel du Parc :

- 1 auberge de jeunesse (51 lits), également aux Saintes-Maries-de-la-Mer ;
- 2 gîtes de séjour/d'étape équestre (20 lits), l'un aux Saintes-Maries-de-la-Mer, le second sur Arles Camargue Nord ; ce type d'hébergement restant très peu développé eu égard aux possibilités de randonnée pédestre et équestre en Camargue.

Sur « Arles Centre », on recense 1 auberge de jeunesse (109 lits).

A souligner que le mode de gestion des hébergements collectifs est souvent associatif. La qualité des prestations offertes reste peu élevée.

<sup>13</sup> Offre et organisation touristique des communes du littoral métropolitain, Les Cahiers de l'AFIT, 2004.

<sup>14</sup> L'offre touristique en matière d'hébergement dans les Bouches-du-Rhône en 2005, Observatoire Départementale du Tourisme, CDT 13, 2005.

## 2.8 Un rôle des résidences secondaires méconnu

Sur le territoire observé, il reste difficile de se prononcer sur la part réelle de cette forme d'hébergement. Quelques chiffres permettent néanmoins de visualiser son ampleur considérable<sup>15</sup> :

- en 1999 on comptabilisait 7 735 lits en résidences secondaires aux Saintes-Maries-de-la-Mer et à Arles
- aux Saintes-Maries-de-la-Mer, les résidences secondaires représentent 40 % de la capacité d'hébergement totale
- 63 résidences secondaires ont été construites entre 1991 et 2000 aux Saintes-Maries-de-la-Mer, soit 21% des constructions de logements neufs dans la commune sur cette même période (à noter que 2 agences immobilières saintoises sont spécialisées dans ce type de biens)
- à Port-Saint-Louis-du-Rhône, 136 résidences secondaires ont été construites sur cette même période.

Sur la plage de Beauduc, les cabanons constituent une spécificité en matière de résidence secondaire. Ces habitats saisonniers, construits en matériaux légers, étaient à l'origine des rendez-vous de pêche (première moitié du XXème siècle). Aujourd'hui, la plupart ont été aménagés et bâtis en dur, constituant de véritables résidences secondaires, voire principales, pour les familles de la région (Marseille, Etang de Berre, Arles). Implantées pour certaines sur le domaine public maritime sans autorisation, ces constructions demeurent dans l'illégalité au regard de la loi littoral, sont source de risques sanitaires et d'hygiène (en l'absence de réseau d'assainissement) et de sur-fréquentation importante.

## 2.9 Les camping-cars

Très présent en Camargue, le tourisme en camping-car continuera de se développer d'après une étude menée par l'AFIT<sup>16</sup> en 2003 (désormais ODIT France) qui met en avant la progression constante des immatriculations et des locations de véhicules, et ce à l'échelle française et européenne.

Non maîtrisée, cette pratique peut avoir des impacts dommageables pour les milieux naturels. Sa gestion implique par conséquent une bonne connaissance du cadre juridique en vigueur (Code de la route en tant que véhicule, Code général des collectivités territoriales pour le stationnement sur la voie publique et Code de l'urbanisme en tant que caravane stationnant sur le domaine privé) et nécessite des équipements adaptés :

- en centre-ville, des aires de stationnement disposant d'espaces réservés aux camping-cars (emprise moyenne de 15m<sup>2</sup>) ;
- des aires d'accueil permettant le stationnement de nuit comme de jour (24 à 48h), dans des sites calmes, mais pas trop éloigné des commerces et du centre-ville ;
- des aires de service, équipées de plate-forme de service (pour la vidange, le ravitaillement en eau et l'électricité) de points de collecte des déchets, de places de stationnement ;

## 2.10 La répartition spatiale de l'offre

La répartition spatiale de l'offre touristique camarguaise semble répondre à une logique de bipolarisation entre les Saintes-Maries-de-la-Mer et « Arles Centre ». Ce phénomène s'observe notamment au plan de l'hébergement et des services apparentés au tourisme. Beaucoup de prestataires d'activités se répartissent en cohérence avec ce schéma de fonctionnement (ex : les

<sup>15</sup> Base de données des communes du littoral métropolitain. Offre et organisation touristique des communes du littoral métropolitain, Les Cahiers de l'AFIT, 2004.

<sup>16</sup> L'accueil des camping-cars, Les Cahiers de l'AFIT, 2003.



promenades à cheval des Saintes-Maries-de-la-Mer qui sont installées au plus près des hébergements).

↻ A l'inverse, certaines activités suivent des logiques toutes autres en terme de répartition spatiale. C'est le cas des sites de protection de la nature qui sont visités : le choix de leurs emplacements découle à la fois d'une logique de protection et d'une logique d'ouverture au public.

### **Une répartition polarisée par l'offre d'hébergement : Les Saintes-Maries-de-la-Mer et « Arles Centre », deux grands pôles qui concentrent l'offre d'hébergement...**

↻ Les données sur l'hébergement confirment que le périmètre de diagnostic fonctionne dans une logique de bipolarisation entre les Saintes-Maries-de-la-Mer et « Arles Centre »

- la commune des Saintes-Maries-de-la-Mer concentre le maximum d'hébergements, notamment en raison d'un important parc de meublés et se distingue par sa forte capacité d'accueil en hôtellerie de plein air ;
- « Arles Centre », concentre le reste des établissements et détient un parc hôtelier remarquable qui constitue sa capacité d'accueil la plus forte.

↻ L'offre disponible dans la zone intermédiaire (Arles Camargue Nord ou Mas Thibert), à Salin de Giraud et à Port-Saint-Louis-du-Rhône est actuellement insuffisante pour inverser la tendance.

### **... au même titre que l'offre des autres secteurs professionnels du tourisme**

↻ Les restaurants, les prestations de transport et les organismes réceptifs sont majoritairement concentrés aux Saintes-Maries-de-la-Mer et à « Arles Centre »

### **3. La restauration : bipolarité Arles / Les-Saintes-Maries-de-la-Mer ne corrige pas le retard par rapport au reste des Bouches-du-Rhône**

↻ D'après TIPI, le territoire actuel du Parc compte 43 établissements de restauration (sans les restaurants hôteliers), avec une gamme relativement étendue (restaurants, brasseries, crêperies, fast-foods, fermes auberge et snacks) ou 64 restaurants, si l'on considère uniquement les restaurants et que l'on ajoute ceux qui dépendent d'un hôtel.

La restauration est principalement développée aux Saintes-Maries-de-la-Mer, la commune regroupant les ¾ de l'offre.

Presque la moitié de l'offre en restaurants dépend du secteur hôtelier : la forte saisonnalité limite peut-être en partie la rentabilité des établissements.

↻ Dans la « zone d'extension du Parc à l'étude », Port-Saint-Louis-du-Rhône centralise l'offre de restauration avec 13 établissements.

La cuisine traditionnelle et de terroir est à l'honneur, mais les restaurants gastronomiques sont peu répandus, seuls 2 établissements figurant dans le guide Michelin.

### **4. filière loisirs de pleine nature, une offre d'avenir freinée par de multiples contraintes**

↻ L'un des contrastes des plus saisissants en Camargue est probablement celui qui existe entre l'image véhiculée de grands espaces ouverts et la réalité de fermeture (propriétés privées, zones protégées...). Dans ce contexte, l'offre de loisirs de pleine nature se développe au ralenti alors que les potentialités sont bien présentes, au même titre que la demande. Les conflits d'usage qui peuvent exister entre les nombreuses activités de pleine nature possible (randonnées équestre, pédestre, VTT, cyclotourisme, chasse, pêche, sport extrêmes...) explique aussi les difficultés de structuration de l'offre.

↻ D'une façon générale, les prestataires d'activités sont conscients des fortes potentialités de la Camargue en matière de loisirs de pleine nature. Certains souhaitent que davantage d'efforts soient

déployés en faveur de l'ouverture des espaces, alors que d'autres estiment qu'il est essentiel de continuer à limiter l'accès aux espaces, considérant que c'est du morcellement en propriétés privées que découle la grande diversité des milieux camarguais.

#### **4.1 La randonnée équestre *Une véritable « culture du cheval » en Camargue***

↻ Si l'omniprésence des milieux naturels et les paysages attractifs fournissent un cadre idéal à la pratique de la randonnée équestre en Camargue, c'est avant tout la culture du cheval qui se présente comme une spécificité et un atout incontournable. En effet, le territoire actuel du Parc se situe au cœur du berceau du cheval de race Camargue, animal parfaitement adapté aux conditions rigoureuses du delta (salinité, vent, zones humides, insectes...) et utilisé pour l'élevage de taureaux.

↻ 28 « centres équestres » dans sont recensés dans le territoire actuel du Parc, la grande majorité d'entre eux étant implantés aux Saintes-Maries-de-la-Mer. La plupart des prestataires sont uniquement tournés vers l'organisation de promenades, l'enseignement restant très minoritaire. L'organisation de véritables randonnées sur plusieurs jours est beaucoup plus rare, malgré l'intérêt de relier des itinéraires entre la Camargue, le Luberon et les Alpilles.

#### ***Des équipements insuffisants et de qualité inégale***

Malgré ce grand nombre d'établissements et de lieux dédiés au cheval et à l'équitation, la Camargue ne connaît pas l'essor que l'on pourrait imaginer en matière de randonnée équestre.

↻ Une des premières raisons se trouve dans les lacunes de l'offre d'itinéraires équestres (Figure 11). Ils sont insuffisants en nombre, empruntent majoritairement des voies revêtues (ce qui pose des problèmes de sécurité), et ne sont pas suffisamment connectés entre eux pour pouvoir permettre des randonnées plus longues. Une partie du réseau d'itinéraires équestres est inscrite au Plan Départemental d'Itinéraires de Promenades et de Randonnées (PDIPR), coordonné par le Conseil Général, ce qui assure sa pérennisation mais ne garantit pas sa qualité.

↻ Le déploiement de la randonnée équestre en Camargue est également freiné par le manque de structures d'accueil pour les cavaliers indépendants et leurs chevaux. En effet, si l'on recense de nombreuses possibilités d'hébergement pour les cavaliers, cela est beaucoup plus rare pour les chevaux « extérieurs au territoire ».

#### ***La professionnalisation des prestataires, gage d'une meilleure qualification de l'offre***

#### **4.2 La randonnée pédestre**

↻ L'intérêt paysager du delta n'est pas aussi prégnant que pour la randonnée équestre étant donnée l'allure plus réduite des marcheurs : les paysages défilent moins vite, au risque d'être plus lassants pour certains (« platitude » extrême sans horizon, grands espaces cultivés vides en certaines saisons...). Les conditions climatiques difficiles, mais aussi l'humidité de certains sols, constituent également les principales contraintes physiques de la randonnée pédestre sur le territoire.

↻ Si la facilité du cheminement écarte une certaine catégorie de randonneurs, en attente de sensations fortes et d'efforts, l'absence de dénivelé autorise par contre la randonnée à un maximum de personnes et notamment les promeneurs les plus occasionnels. Aussi, l'intérêt de l'offre camarguaise réside dans sa complémentarité avec le reste du département (massif des Alpilles, Calanques...).

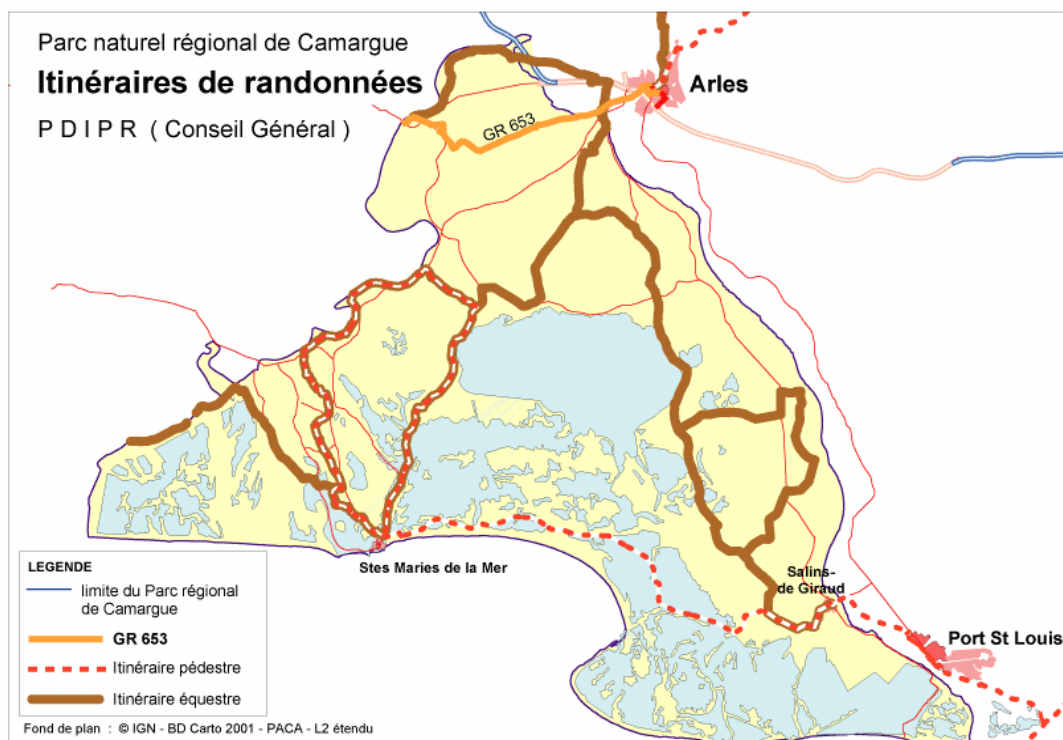
#### ***Un réseau d'itinéraires peu attractif et inadapté aux potentialités du territoire***

☞ Le réseau inscrit au PDIPR (Figure 11) propose seulement trois itinéraires : le GR 653 qui relie Arles à Saint-Gilles (14,5 km) / une longue boucle au niveau des Saintes-Maries-de-la-Mer (42 km) / un itinéraire qui relie Les Saintes-Maries-de-la-Mer à Salin de Giraud par la digue à la mer (32,5 km), puis qui rejoint Port-Saint-Louis-du-Rhône (40 km) et ses plages.

☞ Ce réseau n'est pas adapté à la demande des marcheurs puisqu'il ne fournit qu'une seule boucle et présente des distances trop longues sans arrêt. La faible connectivité existante ne s'appuie pas suffisamment sur les villages. La qualité des sentiers n'est pas idéale avec beaucoup des voies revêtues (GR 653), et peu d'aménagement (absence d'ombrage, d'accès à l'eau, de signalétique...).

#### 4.3 Le cyclotourisme : La richesse culturelle camarguaise, un intérêt supplémentaire pour cette pratique

☞ Les possibilités de cheminements cyclistes sont nombreuses étant donnée l'existence d'un réseau routier assez bien développé. Cependant, la configuration de ce réseau entraîne des problèmes majeurs de sécurité. La desserte des Saintes-Maries-de-la-Mer et de Salin-de-Giraud est principalement assurée par deux axes Nord-Sud (D 570 et D 36), comportant de longues parties rectilignes favorables à des vitesses élevées.



**Figure 11 : Les itinéraires de randonnées inscrits au PDIPR (2001).**  
Source : PNRC.

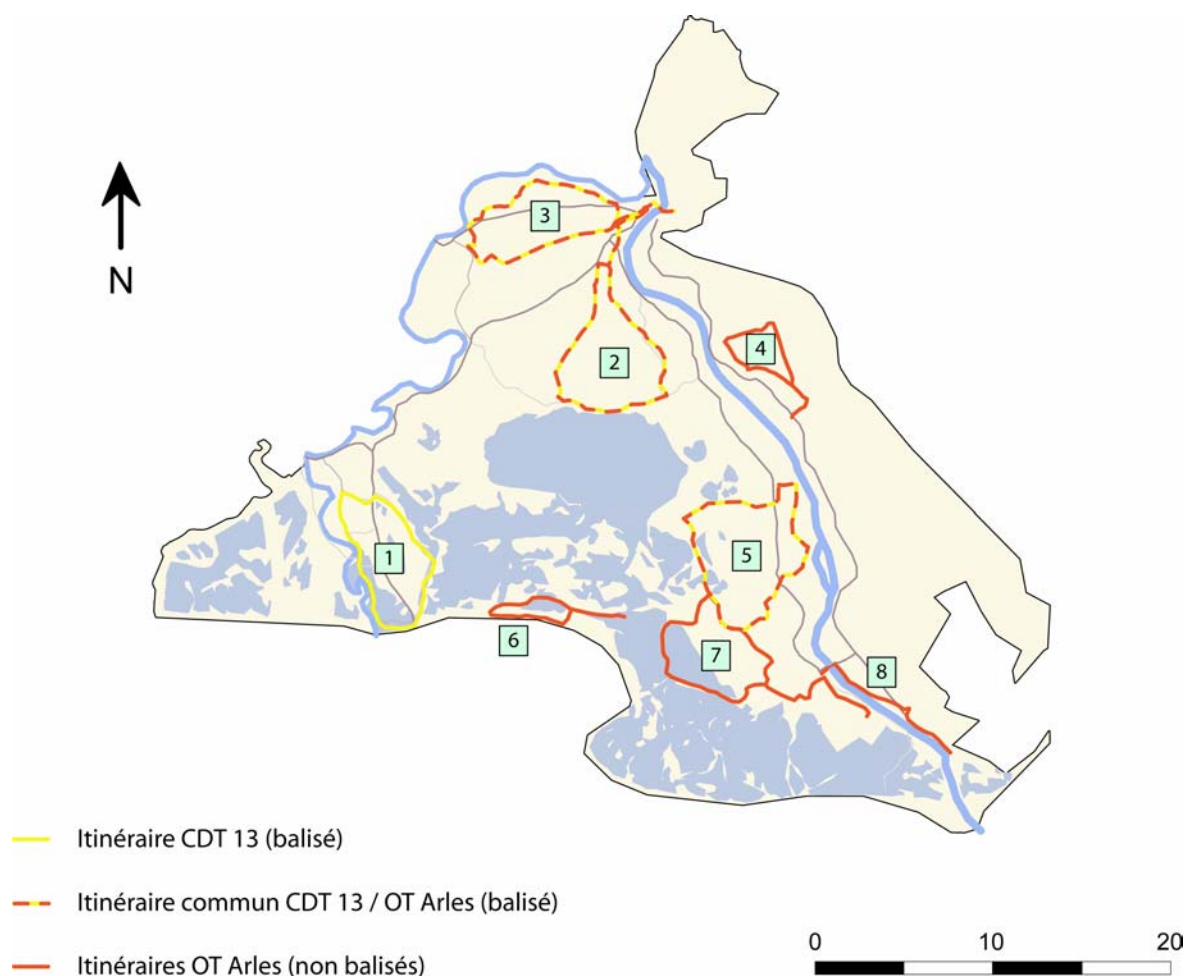
☞ Conséquence de ce niveau d'équipement peu satisfaisant, la Camargue reste une destination peu valorisée, au moins au niveau des associations de cyclistes locales. Un projet de voie verte, pourrait cependant palier les difficultés rencontrées sur le réseau routier classique. Ce type d'équipement, très plébiscité à l'heure actuelle, pourrait fortement contribuer à l'attractivité du delta.

#### 4.4 Le VTT, des ressources évidentes, des équipements insuffisants

☞ Comme pour la randonnée pédestre et équestre, les ressources en Camargue sont bien présentes. Mais sur le terrain, les pistes VTT sont rares et se cantonnent bien souvent à des voies revêtues.

☞ Le VTT ne bénéficie pas d'une bonne image en Camargue, du fait de son impact sur le revêtement (arrachage). Les autres usagers n'acceptent pas bien cette pratique, comme les cavaliers, qui mettent en avant la dangerosité des vélos, ou les chasseurs qui invoquent le dérangement occasionné auprès du gibier.

Figure 12 : L'offre d'itinéraires VTT et vélo



#### 4.5 La pêche, une valorisation touristique limitée

☞ En tant qu'activité touristique à proprement parler, la pêche est encore peu répandue, en Camargue comme dans l'ensemble des Bouches-du-Rhône. Il convient plutôt de parler de pêche amateur que de « pêche touristique ».

☞ A ce jour, on recense une association de pêche à la ligne (Arles) qui propose notamment des activités d'éducation à l'environnement et une école de pêche pour enfants. Un prestataire organise également des sorties de pêche au gros en eau douce (pêche au silure dans le Rhône). La commune de Port-Saint-Louis-du-Rhône dispose quant à elle d'une Société communale de pêche en eau douce.

☞ La pêche en mer se décline elle aussi sous une forme amatrice, avec un public avant tout local, sans qu'il ne soit possible de parler pour autant de clientèle touristique.

#### 4.6 Les autres loisirs de pleine nature

☞ Le canoë-kayak, qui à l'échelle du département ne rassemble que 9 prestataires (dont la majeure partie propose des sorties en mer), constitue un moyen de découvrir la Camargue au fil de l'eau (Petit Rhône). Cette activité s'adresse à une clientèle familiale et peu se pratiquer à l'heure, la ½ journée ou la journée complète. Un seul établissement assure ce genre de prestations (Kayak Vert) en Camargue.

☞ Par ailleurs, les pratiques montantes du 4x4 et du quad posent plusieurs types de questionnements : quelle place accorder à ces pratiques consommatrices d'espace au sein d'un territoire à forte valeur patrimoniale ? Quelles mesures doivent être prises (interdiction, réglementation...) pour des pratiques qui présentent un certain nombre d'aspects nuisibles à l'encontre d'un espace préservé (pollution sonore, consommation massive d'énergies fossiles, impact sur les sols, dérangement de la faune...)?

#### 5. La filière naturaliste, une offre partielle qui peine à se structurer

☞ La filière naturaliste regroupe des activités très spécifiques, qui jouent un rôle prépondérant dans la construction de l'image et de la réputation de la Camargue (observation d'espèces emblématiques comme le flamant rose). Il s'agit de la découverte des milieux naturels, de la faune et de la flore, qui en terme touristiques, représentent une valeur ajoutée inestimable et certainement sous-exploitée à l'heure actuelle.

☞ Les produits les plus aboutis en terme de découverte des espaces naturels relèvent de l'ouverture (payante) de quelques sites bien déterminés, qui ont longtemps été plutôt réservés aux scientifiques et aux naturalistes les plus expérimentés.

##### Les sites de protection de la nature ouverts au public

☞ Le domaine de la Palissade (à Salin-de-Giraud) : cette propriété du Conservatoire du Littoral, de plus de 700 ha, propose 4 sentiers de découverte (12,5 km de linéaire au total) balisés et bornés de panneaux d'information pour certains ; le site se visite à pied, à cheval et en calèche ; le domaine abrite également une exposition naturaliste et dispose d'une aire de pique-nique.

☞ La Réserve Nationale de Camargue : gérée par la SNPN, le site s'étend sur 13 000 ha et dispose de 3 sites ouverts au public :

- La Capelière : centre d'information, composé en intérieur d'une exposition permanente, d'une boutique et d'une salle de projection et en extérieur d'un site d'observation (1,5 km de sentier équipé de panneaux, 4 observatoires et 2 plates-formes panoramiques).
- Salin de Badon : site accessible sur autorisation proposant 3 sentiers (4,5 km de linéaire au total) équipés d'observatoires ; le site propose également un hébergement rudimentaire réservé aux scientifiques ;
- Le phare de la Gacholle : centre d'information situé sur la digue à la mer et qui constitue un point de départ pour les promenades.

☞ Le Parc ornithologique du Pont-de-Gau (aux Saintes-Maries-de-la-Mer) : étendu sur 60 ha, le site propose 3 sentiers de découverte pour différents niveaux de pratique (pour un linéaire total de 6,5 km) équipés d'espaces d'arrêts (aires de pique-nique, buvettes, bancs...). Il se différencie des autres sites par une plus grande proximité à l'égard du grand public : 85% des visiteurs ne sont pas des naturalistes

☞ Sur la « zone d'extension du Parc à l'étude », les Marais du Vigueirat (près du village de Mas Thibert) proposent également plusieurs formules de visite du site : un sentier gratuit (environ 500 m) et des visites guidées payantes plus ou moins longue (environ 10 km de linéaire au total), allant de 4 € à 13 € (visite en calèche).

☞ Cette offre est complétée par un sentier (3,5 km) au mas du Pont de Rousty (géré par Parc) et un sentier (2 km) au Mas de la Cure (Maison du cheval Camargue) accessible uniquement sur réservation.

## **6. La filière agricole et terroir, une filière qui reste encore confidentielle**

☞ Ecrin de nature préservée situé à proximité de grandes agglomérations, la Camargue n'a pas échappé à l'intérêt croissant des citadins pour son aspect rural, son art de vivre ou encore ses produits du terroir. Pourtant, le développement de l'agrotourisme semble encore confidentiel dans le delta, notamment par rapport à la prépondérance de la filière balnéaire.

☞ Toutefois, de façon plus ou moins formelle, de plus en plus d'agriculteurs reconnaissent le rôle prépondérant que joue le tourisme dans leur activité. C'est notamment le cas des manadiers (éleveurs de taureaux), qui confient que l'activité d'accueil du public permet financièrement de faire vivre leur élevage, qui, par la seule activité de course camarguaise (vocation première de l'élevage), ne pourrait pas subsister. Aussi, les activités d'accueil représentent pour certains éleveurs l'activité principale de la période estivale.

### **6.1 Un déficit d'hébergement rural**

☞ Il semble qu'en Camargue, à l'inverse des situations que l'on peut observer dans d'autres zones rurales (ex : le Luberon), le développement des gîtes et chambres d'hôtes n'ait pas été le fait de personnes extérieures au delta (les néo-ruraux). Les contraintes locales en matière d'urbanisme pour rénover d'anciens bâtiments agricoles et le peu de bâti disponible (comparativement à d'autres zones rurales) expliquent en partie cette situation.

### **6.2 L'accueil dans les exploitations agricoles, une offre insuffisante**

☞ En réponse à une demande croissante du public, plusieurs éleveurs de taureaux ont ouvert leurs exploitations aux visiteurs. Les prestations reposent sur la visite des équipements, l'observation des animaux et la découverte des savoir-faire mis en œuvre dans l'activité. Elles peuvent être très variables en fonction des exploitants : d'une simple visite d'une heure, à l'organisation de demi-journées ou de journées complètes comprenant restauration, animations... Certains prestataires proposent aussi de l'hébergement. Les prestations et produits développés s'adressent davantage aux groupes qu'aux individuels qui constituent une catégorie de clientèle encore peu ciblée.

L'activité d'accueil dans les manades s'est progressivement professionnalisée et structurée. Depuis 2003, la mise en place d'une charte d'accueil du public dans les manades a conduit à l'attribution de la marque « Parc naturel régional de Camargue » à quinze éleveurs, dont la plupart ne reçoit que des groupes. S'agissant des individuels, certains le font sur réservation (système de groupes constitués).

### **6.3 La vente de produits du terroir, un potentiel encore sous-exploité**

☞ La base de données TIPI permet de recenser 13 producteurs dans le Parc, dont plus de la moitié sont des viticulteurs. Afin de valoriser les produits et les savoir-faire auprès du public, une première expérience de marquage des vins à travers l'attribution de la marque Parc est menée depuis 2005.

☞ Le riz n'est pas très représenté en tant que produit du terroir directement commercialisé sur son lieu de production, et ce, malgré l'omniprésence de la céréale en Camargue.

☞ La vente de viande fraîche (à la découpe) est moins répandue du fait des réglementations liées à l'abattage et à la conservation du produit frais.

☞ A noter que certaines échoppes situées le long des routes de Camargue (et notamment celle qui relie Arles aux Saintes-Maries-de-la-Mer) ne sont pas toujours en accord avec l'image que l'on pourrait se faire de la vente de produits du terroir : superposition des panneaux d'indications de tailles conséquentes, utilisation de couleurs très vives pour l'indication des produits et des prix (couleurs fluo et ambiance de grande surface...), absence de charte graphique, équipements sommaires voire précaires, accessibilité parfois dangereuse... De plus, ces points de vente restent fermés une bonne partie de l'année.

## **7. La filière mer et fluvial**

### **7.1 Les plages et le tourisme balnéaire, une offre historique vieillissante**

☞ Le littoral sableux préservé, qui s'étend sur plus de 50 km entre les Saintes-Maries-de-la-Mer et Port-Saint-Louis-du-Rhône, est à l'origine de l'essor du tourisme dans le delta et constitue encore aujourd'hui la principale raison de la venue des touristes en Camargue.

☞ En terme de répartition spatiale, le tourisme balnéaire concerne principalement les Saintes-Maries-de-la-Mer qui concentrent la majeure partie de l'offre en plage et un maximum d'hébergements destinés à l'accueil estival des familles (par opposition à Salin-de-Giraud et à Port-Saint-Louis-du-Rhône).

☞ Aux Saintes-Maries-de-la-Mer et à Port-Saint-Louis-du-Rhône, bien que les plages soient très fréquentées durant la saison estivale, l'activité balnéaire semble maîtrisée, si l'on ne tient pas compte de l'érosion du littoral. L'accessibilité limitée de certaines plages (plages privées, ou domaine communal du Grand Radeau) participe à la préservation de la côte. Ce n'est pas le cas des plages de Piémanson et Beauduc qui accueillent toujours d'innombrables caravanes et tentes durant la haute saison de façon illicite (mais tolérée sur le domaine public maritime), constituant un véritable « no man's land » local.

☞ Les pratiques dévastatrices pour les milieux dunaires (notamment par les véhicules motorisés de type 4x4 ou quad) s'additionnent à un intense phénomène d'érosion. Sur une longue période, on observe un profil d'évolution stable à l'échelle du siècle, avec une érosion du littoral près du Grau d'Orgon (Saintes-Maries-de-la-Mer) et sur le littoral de Faraman (à l'Est), tandis que la flèche de Beauduc progresse. Le recul peut-être rapide, avec parfois plus de 4 mètres par an. Des phases de recul spectaculaires ont été observées lors des grandes tempêtes de 1982 et 1997.

### **7.2 Les ports de plaisance**

En Camargue, l'offre est plus modeste et se concentre :

- ☞ aux Saintes-Maries-de-la-Mer, qui dispose de 370 anneaux à port Guardian (22 anneaux pour les pêcheurs, 153 anneaux pour la location, 111 pour les amodiations, 84 pour le passage)
- ☞ mais surtout à Port-Saint-Louis-du-Rhône équipé de près de 900 anneaux.

### **7.3 Les loisirs nautiques une offre confidentielle**

☞ Les plages de Camargue présentent des conditions météorologiques propices (vent) à la pratique de la planche à voile et du kite-surf : aux Saintes-Maries-de-la-Mer et à Port-Saint-Louis-du-Rhône ces activités sont d'ailleurs proposées avec un encadrement professionnel (écoles de voile ou base

de loisirs). Pourtant, les sports de glisse et la plongée sous-marine restent des activités plus confidentielles sur le littoral camarguais que sur le reste du département des Bouches-du-Rhône.

Cette situation est assez regrettable, sachant que les plages d'Arles sont considérées comme un grand spot européen du kite-surf, que les Saintes-Maries-de-la-Mer sont dotées d'un canal de vitesse destiné à établir des records (planche à voile), équipement unique en France.

## **8. La filière culture et patrimoine, une offre fondée essentiellement sur les traditions**

### **8.1 Le patrimoine bâti et religieux : une richesse qui tarde à être reconnue en Camargue**

☞ Si le Domaine du Château d'Avignon, (propriété du Conseil Général des Bouches-du-Rhône) et l'église des Saintes-Maries-de-la-Mer constituent deux monuments remarquables du périmètre de diagnostic, le patrimoine bâti de la Camargue est aussi très riche de par la grande diversité de ses mas et du petit patrimoine qui ne bénéficie à l'heure actuelle d'aucune sorte de classement (puits, norias, croix gardiane, lavoirs...).

☞ A « Arles Centre », l'offre est plus conséquente, avec presque une dizaine de monuments historiques classés jouissant d'une notoriété exceptionnelle.

### **8.2 Les musées, une offre limitée**

☞ On recense 5 musées sur le territoire actuel du Parc et la « zone d'extension à l'étude », parmi lesquels 1 musée contrôlé par l'Etat (musée de la Camargue) géré par le Parc naturel régional, 1 écomusée (écomusée du sel), 1 musée d'entreprise (musée du riz de Camargue), un musée dédié à la culture gardiane (musée Baroncelli) et une collection ornithologique dans la Tour Saint-Louis à Port-Saint-Louis-du-Rhône

Ces équipements traitent tous de la Camargue, abordée selon diverses thématiques plus ou moins étendues : de l'histoire complète du delta à des thèmes plus ciblés comme la saliculture ou la culture du riz.

☞ A « Arles Centre » l'offre muséale est diversifiée avec notamment dans le centre historique, des établissements consacrés à l'histoire et à la création artistique locale (musée Arlaten, musée Réattu...), et un équipement ambitieux, le musée de l'Arles et de la Provence Antiques. La renommée culturelle de la ville, qui s'établit sur ses monuments romains classés au patrimoine mondial de l'UNESCO, explique ce fort positionnement.

### **8.3 L'offre événementielle**

#### ***Des manifestations autour de la culture gardiane et provençale largement à l'honneur***

☞ Les Saintes-Maries-de-la-Mer constituent le secteur le plus dynamique en organisant l'essentiel des manifestations recensées sur le périmètre de diagnostic : les jeux taurins et gardians sont au premier plan, suivi des fêtes votives. Ces manifestations peuvent être associées du point de vue thématique aux fêtes traditionnelles provençales et aux corridas et férias.

☞ « Arles Centre » présente une offre événementielle beaucoup plus riche et complète : aux fêtes votives et traditionnelles s'additionnent une multitude de manifestations artistiques et musicales, parmi lesquelles on compte les Rencontres internationales de la photographie qui ont rassemblées plus de 175 000 festivaliers en 2003.



## ***L'environnement, une thématique encore peu représentée suscitant un intérêt grandissant***

☞ Une petite dizaine de manifestations est organisée annuellement autour de la thématique « nature et environnement », (Les Envies Rhônements, la Fête du Parc...),

☞ Néanmoins, le « Festival de la Camargue et du Delta du Rhône », organisé depuis 2004 à l'initiative de la commune de Port-Saint-Louis-du-Rhône, constitue un événement visible qui a longtemps fait défaut. Cet événement rassemble pendant plusieurs jours, les sites de découverte et les acteurs de la préservation de l'environnement sur le thème de la nature et des oiseaux. Les visiteurs ont la possibilité de découvrir les richesses environnementales du delta à travers des expositions, des projections de film, des conférences, des ateliers nature et des visites de sites.

## **9. Les transports**

### **9.1 La Camargue, un espace bien desservi par les différents moyens de transport...**

☞ Les réseaux et les infrastructures de transport des Bouches-du-Rhône sont particulièrement bien développés. Dans ce contexte, le delta est loin d'être isolé puisque l'on compte :

- 2 aéroports à proximité d'Arles : l'aéroport international de Nîmes-Arles-Camargue (25 km) et l'aéroport de Marseille-Provence (70 km) ;
- 1 gare ferroviaire à Arles ;
- 1 axe autoroutier (A54) qui longe le nord du périmètre du diagnostic ;
- 1 gare routière à Arles.

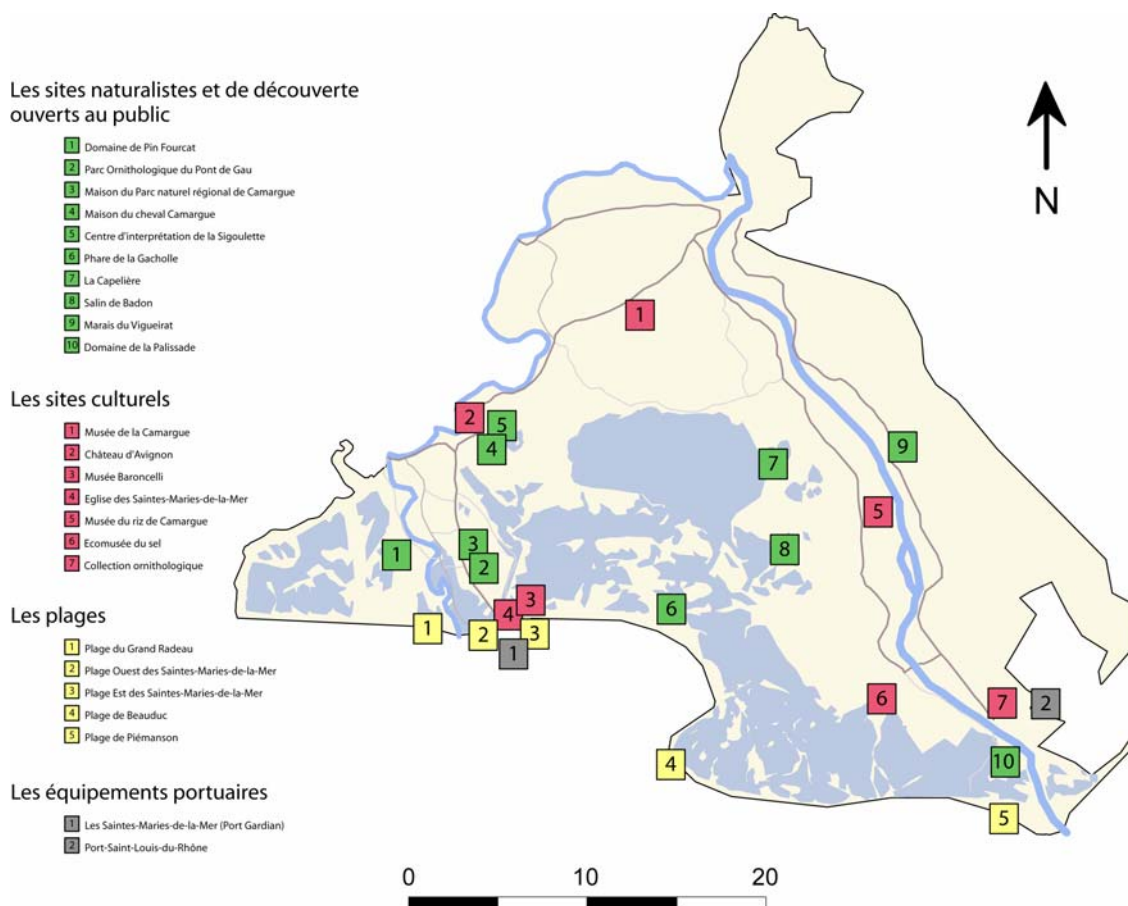
☞ Les équipements portuaires sont également bien présents, avec 1 port fluvial et 2 haltes fluviales à Arles ; mais l'essentiel de l'offre se concentre à Port-Saint-Louis-du-Rhône avec 3 ports de plaisance, 2 ports à sec et 2 ports abri ainsi qu'aux Saintes-Maries-de-la-Mer avec 1 port de plaisance.

### **9.2 ...mais le cheminement interne est plus problématique**

☞ Le secteur des transports se structure principalement autour « d'Arles Centre » qui regroupe l'essentiel des prestataires et des équipements (locations de voitures, autocaristes...). Arles fonctionne d'une certaine manière comme la base logistique du tourisme en Camargue.

☞ Malgré une bonne desserte externe du territoire (pour arriver en Camargue), la desserte interne montre des faiblesses, notamment pour le transport vers les différents hameaux en transport collectifs, ou pour la découverte sans voiture du delta.

Figure 13 : Les principaux sites touristiques et de loisirs (hors « Arles Centre »)



## 10. Les réceptifs, des structures d'accueil relativement organisées

∞ L'essentiel du secteur réceptif se concentre à « Arles Centre », avec 5 agences de voyages émettrices et deux centrales de réservation qui viennent en complément de l'office de tourisme et de deux services de guides.

∞ La qualité de l'accueil dans les offices de tourisme du territoire d'étude est élevée, avec un classement de tourisme :

- 4\* à Arles (un bureau d'information saisonnier étant également ouvert à Salin-de-Giraud) et aux Saintes-Maries-de-la-Mer ; les deux établissements sont également normalisés AFNOR : ces opérations de qualification constituent un investissement financier non négligeable pour les offices de tourisme, qui sont obligés de s'y conformer par mesure de crédibilité auprès du grand public.
- 2\* à Port-Saint-Louis-du-Rhône.

## 11. Le positionnement de l'offre

### 11.1 Les démarches qualité et de labellisation : des bonnes pratiques individuelles mais pas de réelles formalisations

∞ Au-delà d'une approche par le classement de tourisme ou les démarches de labellisation les plus répandues (Gîtes de France, Fleurs du soleil, Logis de France...), il est intéressant de mettre en lumière la façon dont les prestataires perçoivent la qualité au sein de leurs structures et quels sont

les dispositifs internes, le cas échéant, qu'ils mettent en place pour permettre son amélioration et son suivi.

En Camargue, les démarches qualité et de labellisation ne suscitent pas d'emblée un fort enthousiasme auprès des prestataires. La plupart des initiatives recensées relèvent davantage d'une réflexion faite en interne et sont plutôt de l'ordre des bonnes pratiques que des démarches formalisées.

➤ Pourtant, la qualité est un enjeu de taille à l'échelle de la Camargue qui dispose d'une offre vieillissante pour plusieurs secteurs (hôtellerie de charme, parc de meublé...), et à la veille d'un possible développement pour d'autres (hébergement rural).

Parmi les prestataires rencontrés dans le cadre de « l'évaluation de l'offre touristique et des activités induites par le tourisme », une majorité n'a pas la volonté d'entrer dans des démarches de qualification car ils n'en voient pas la pertinence au vu de leur activité ou l'intérêt sur le plan financier.

A l'inverse, certains souhaitent se démarquer clairement, mais ne semblent pas compter sur des démarches « toutes faites » venues de l'extérieur : c'est de leur propre initiative qu'ils mettent en place des dispositifs qu'ils adaptent autant que possible au contexte camarguais.

Enfin, d'autres prestataires intègrent les démarches qualité à leur politique générale de management, et les associent couramment à des démarches développées en faveur de l'environnement, comme les Marais du Vigueirat engagés dans un programme Life PROMESSE qui vise à réduire les impacts des activités touristiques sur l'environnement, et dans un processus de management environnemental à travers le dispositif EMAS (Environmental Management Audit System)

## **11.2 La prise en compte de l'environnement dans la gestion des établissements touristiques : des initiatives ponctuelles**

➤ Au-delà des mesures de protection prises en faveur de la faune et de la flore (réglementation des pratiques, constitution de zone de protection intégrale...), les techniques destinées à mieux maîtriser les impacts des activités humaines sur l'environnement suscitent un intérêt grandissant auprès des visiteurs.

Ainsi, des équipements « verts » comme les panneaux solaires, les plates-formes de tri des déchets, le compostage, le lagunage, les éoliennes... peuvent constituer un motif de visite, non pas principal, mais complémentaire. Aux Marais du Vigueirat, le projet de développement touristique intègre pleinement les actions entreprises en faveur de l'environnement (projet de sentier de l'Homme et de l'Environnement pour montrer les éoliennes, la cuve de récupération de l'eau de pluie...).

➤ Toutefois, la prise en compte de l'environnement est très variable selon les établissements. Certains prestataires affirment ne pas développer de politique particulière face à l'environnement ; d'autres, la majorité, mettent en place quelques actions qui ne s'intègrent cependant pas dans une gestion environnementale d'ensemble. Les prestataires dotés d'une véritable politique de management environnemental sont très rares.

La taille restreinte de la plupart des établissements camarguais ne leur permet pas de s'engager dans des démarches de management environnemental lourdes et coûteuses, contrairement aux hôtels de chaînes qui bénéficient d'économies d'échelles leur permettant de réduire les coûts par établissement.

## 12. La promotion et la commercialisation de l'offre

### 12.1 La promotion de l'offre : le bouche à oreille et l'Internet en premier

Le bouche à oreille, les sites Internet et les portails dédiés au tourisme ([www.tourisme.ville-arles.fr](http://www.tourisme.ville-arles.fr) , [www.saintesmariesdelamer.com](http://www.saintesmariesdelamer.com)) ou à la Camargue ([www.parc-camargue.fr](http://www.parc-camargue.fr) , [www.camargue.fr](http://www.camargue.fr)) semblent permettre d'obtenir les résultats les probants.

Certains prestataires multiplient les inscriptions sur les portails internet. Compte tenu des nombreux avantages su présentent ces outils : grande portée, investissement abordable, actualisation immédiate et peu coûteuse...). Cependant, la clarté de la présentation et le degré d'information restent variable selon les cas (prix, illustrations...).

Les prestataires dotés d'un label (Gîte de France, Bienvenue à la Ferme...) bénéficient également de la promotion offerte par les sites Internet dédiés aux labels et autres chartes de qualification (annuaire, centrale de réservation).

Concernant les prestataires d'activités, la mise à jour continue de leur site Internet est un enjeu important, notamment pour informer en temps et en heure sur les animations qu'ils mettent en place au sein de leur structure.

### 12.2 Des actions multiples marquées par l'absence de concertation à l'échelle du territoire

Les outils de promotion (dépliants, affiches, CD Rom, guide du tourisme ou revues spécialisées, salons...) et les actions de communication (communiqués de presse, encarts publicitaires...) sont multiples et plus ou moins utilisés individuellement par les prestataires ou par les offices de tourisme.

Les prestataires les plus importants essaient de multiplier les contacts auprès des offices de tourisme du territoire (Arles, Les Saintes-Maries-de-la-Mer, Port-Saint-Louis-du-Rhône) où à l'extérieur (Avignon, Nîmes, Marseille) pour bénéficier d'une représentation la plus large possible. Assez coûteuses, ces démarches ne concernent pas la grande majorité des prestataires camarguais. La plupart sont référencés dans les offices de tourisme du périmètre de diagnostic.

Si une première collaboration entre le Parc et les offices de tourisme d'Arles et des Saintes-Maries-de-la-Mer, se traduit par l'édition d'un dépliant commun d'information sur la Camargue, l'absence de réflexion et de démarches collectives entre tous les acteurs du tourisme et des sites naturaliste accueillant du public, ne permet pas aujourd'hui d'avoir une réelle lisibilité des actions de promotion menées sur l'ensemble de la Camargue.

### 12.3 La commercialisation : de la vente directe aux stratégies marketing

Si les offices de tourisme d'Arles et des Saintes-Maries-de-la-Mer (qui bénéficient d'une autorisation pour la vente de séjours) jouent un rôle essentiel en terme de commercialisation, beaucoup de prestataires commercialisent eux-mêmes leurs prestations et souhaitent conserver une entière autonomie dans ce domaine. Il semblerait que ce mode de fonctionnement soit propre aux petits établissements qui n'accueillent pas des groupes de grande envergure.

Dans d'autres cas, les prestataires conservent la commercialisation auprès des individuels et délèguent à des prestataires externes la commercialisation de prestations auprès des groupes ou dans le cadre d'événementiels ou d'animations.

La commercialisation par les tour-opérateurs et les agences de voyages, également assez répandue, concerne davantage les structures de tailles moyenne et grande ou qui répondent aux

attentes de clientèles spécifiques (tourisme d'affaire, clientèles étrangères...). Les prestations peuvent être commercialisées à l'unité ou bien sous la forme d'un produit packagé (activité - hôtellerie - restauration...).

### 13. L'emploi touristique en Camargue : une part considérable par rapport à l'emploi total

↻ L'importance du phénomène de saisonnalité en Camargue, qui a été supposée d'après certains résultats découlant de l'approche sectorielle, semble ici se confirmer à partir de la répartition des emplois liés au tourisme selon la saison : le taux d'emplois touristiques passe du simple au double (ou plus, selon l'estimation considérée) entre la basse saison et la haute saison.

### 14. La demande et la fréquentation touristiques en Camargue

↻ S'ils ne permettent pas d'avoir une lecture très fine à l'échelle du périmètre de diagnostic, les chiffres fournis par l'Observatoire Départemental du Tourisme des Bouches-du-Rhône<sup>17</sup> (2005) donnent une première approche de la fréquentation à Arles et en Camargue

#### 14.1 La fréquentation des hébergements, un taux d'occupation inférieur à la moyenne départementale et marqué par une forte saisonnalité

↻ En 2005, 44 545 000 nuités ont été enregistrées le département des Bouches-du-Rhône, soit une hausse de 1 236 000 nuités par rapport à 2004.

↻ S'il convient d'analyser les données avec précaution compte tenu du faible nombre de répondants certains mois, les résultats publiés par l'Observatoire Départemental du Tourisme des Bouches-du-Rhône permettent de constater qu'en Camargue la fréquentation des hébergements est globalement inférieure à la moyenne départementale.

#### ***S'agissant des hôtels homologués, les taux d'occupation moyens traduisent la forte saisonnalité de l'activité touristique***

↻ le taux d'occupation moyen annuel estimé à 52%, est le plus faible du département (taux d'occupation moyen de 63 %) loin derrière Marseille (68 %)

↻ le taux d'occupation moyen très élevé en été (72 %), est le plus faible du département sur le reste de l'année : 25 % en hiver (53 % en moyenne sur le département), n'est plus que de 33 % à l'automne et de 25 % en hiver,

↻ à Arles<sup>18</sup>, le taux d'occupation moyen annuel est quelque peu plus élevé (57 %), et la saisonnalité un peu moins prononcée (41 % en hiver, 66 % au printemps, 40 % à l'automne, contre 46 % en été)

#### ***Concernant les gîtes ruraux<sup>19</sup> homologués,***

↻ le taux d'occupation moyen de la saison estivale (68 %), inférieur à la moyenne départementale (70 %), est proche voire supérieur à celui d'autres zones touristiques des Bouches-du-Rhône (65 % pour les Alpilles, 72 % pour Martigues/Côte Bleue, 83 % pour Marseille) ↻ Mais la saisonnalité de l'activité est une fois encore très prononcée puisque le taux d'occupation estimé à 89% et 91% en juillet et août, n'est plus que 45 % et 41% en juin et septembre.

↻ Les chiffres données par Gîtes de France (2004) confortent cette tendance puisque le taux d'occupation annuel est de 47 % en Camargue (soit moins de 20 semaines de location en moyenne à l'année) contre 68 % pour Marseille (29 semaines de location en moyenne) et 69 % pour Martigues/Côte Bleue (34 semaines de location en moyenne).

**Remarque :** pour l'hôtellerie de plein air et les chambres d'hôtes, les chiffres ne sont donnés que pour l'ensemble du département.

<sup>17</sup> La fréquentation touristique dans les Bouches-du-Rhône – Année 2005 – Comite Départemental 13

<sup>18</sup> Pour l'hôtellerie homologuée, les chiffres sont donnés de manière distincte entre La Camargue et Arles

<sup>19</sup> Les données ne concernent que les gîtes gérés par la centrale de réservation du Service Loisirs Accueil 13

## 14.2 Les centres d'interprétation de la nature : un attrait certain pour la Camargue

➤ S'ils ne donnent qu'une photographie partielle de la fréquentation touristique sur le périmètre de diagnostic, les chiffres fournis par l'Observatoire Départemental démontrent l'intérêt croissant pour les sites naturalistes sites attirent plusieurs dizaines de milliers de visiteurs :

- 37 000 à la Maison du Parc
- 19 000 aux Marais du Vigueirat
- 15 000 à la Capelière
- 11 000 au Domaine de La Palissade

## 14.3 Quelques enseignements de l'enquête de fréquentation

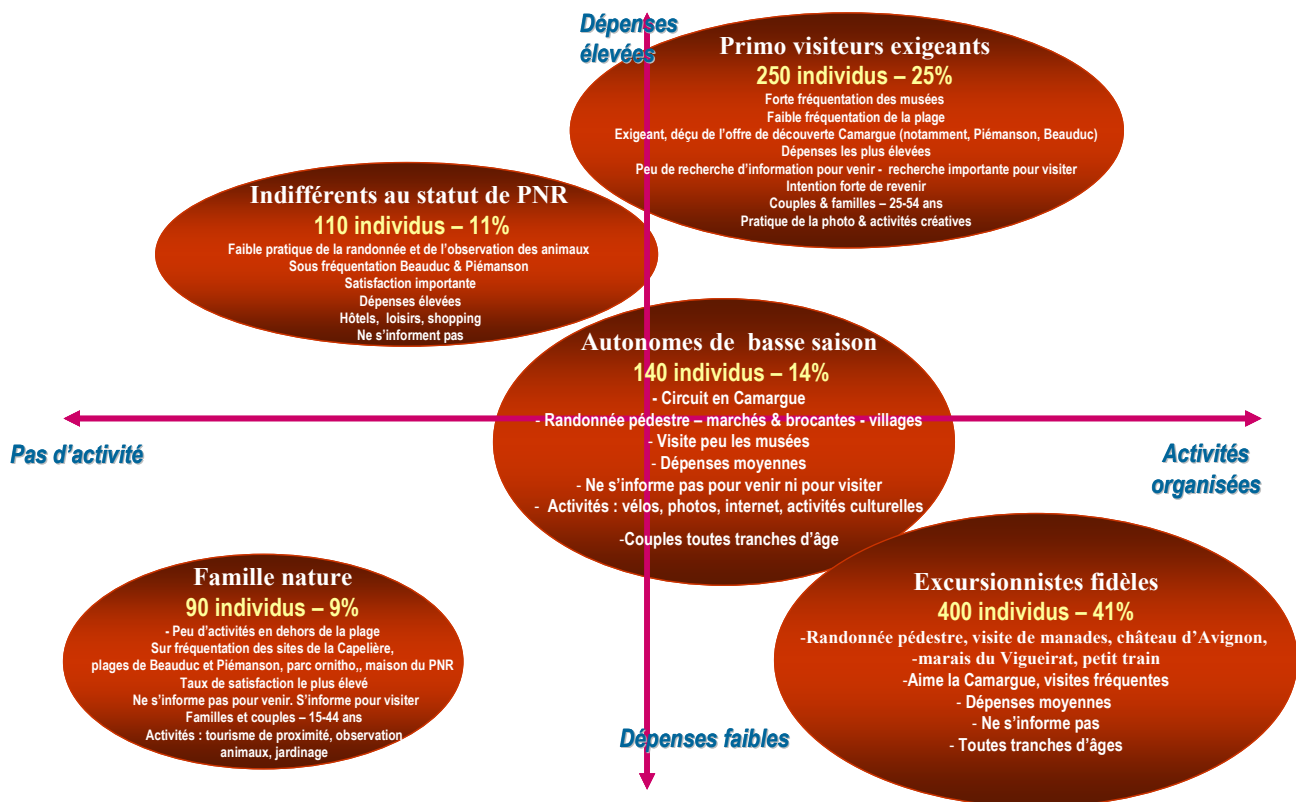
### 14.3.1 Le profil des visiteurs

D'après l'enquête, il ressort que les visiteurs de la Camargue sont assez différents suivant les périodes durant lesquels ils visitent l'espace. Ils ont cependant en commun le fait que leur séjour en Camargue reste globalement très court : 63% des touristes restent moins de trois jours en Camargue.

Ceci étant, la clientèle d'été est d'abord motivée par la plage et s'avère être globalement la moins exigeante ; la clientèle de printemps est celle qui est la plus sensible à la préservation de l'environnement et donc la plus critique (tant positivement que négativement) et la clientèle d'hiver est celle qui dispose du fort pouvoir d'achat mais pour qui la biodiversité de la Camargue est la moins importante.

Il ressort également que suivant leurs nationalités les attentes des visiteurs ainsi que leurs comportements varient. Les italiens apprécient beaucoup la Camargue, y viennent et y reviennent pour des séjours de durées moyennes en camping et en camping car. Les anglais, parmi lesquels une majorité de primo visiteurs, « transitent » en Camargue sans réellement l'apprécier à l'occasion d'un séjour plus long en région PACA. Les Allemands viennent en Camargue pour des séjours longs en hôtels et campings et y apprécient beaucoup les activités de pleine nature et les sites.

Plus globalement, la clientèle de la Camargue peut se distinguer **selon cinq groupes**.



- Un premier groupe, qui rassemble 40% des visiteurs. Il est constitué d'une clientèle de proximité qui vient en « **excursionniste** » en Camargue. En dehors des sites majeurs qu'elles visitent ou ont visité, ces personnes viennent surtout en Camargue pour le dépaysement qu'elle procure, tant pour ses plages, ses paysages, que pour ses villages et ses restaurants.
- Un deuxième groupe, qui représente ¼ de la population est constitué de « **primo visiteurs exigeants** ». Intéressés par la nature, ils viennent en famille visiter la Camargue au travers de ses sites naturalistes et la randonnée pédestre. Ils fréquentent peu les plages. Leurs dépenses sont élevées.
- Un troisième groupe, 14% de la population interrogée, est constitué de personnes venant se balader en Camargue de **manière autonome**. Pratiquant la photo, la randonnée pédestre et le vélo en tant que loisirs, ils viennent en Camargue faire des circuits en voiture et des balades à pied. Ils ne s'informent pas, visitent peu les sites et monuments et dépensent moyennement.
- Un quatrième groupe, 11% de la population interrogée, est composée de personnes venant en Camargue pour le dépaysement qu'elle procure sans chercher à la parcourir à pied, à y visiter ses sites ou à passer du temps sur la plage. **Peu sensible à la préservation de l'environnement**, elle se décide au dernier moment pour des courts séjours. Ses dépenses sont élevées, notamment dans l'hébergement et la restauration.
- Un cinquième groupe, composé de 9% de la population interrogée, réunit des jeunes, souvent en familles, attirés par la faune et la flore de Camargue. Intéressés par la nature, ils viennent visiter les sites naturalistes et profiter des plages. Leurs dépenses sont moyennes à faibles.

### 14.3.2 Les activités pratiquées et les sites visités

Le premier constat que l'on peut faire est que la clientèle de la Camargue est fondamentalement une clientèle active. La balade pédestre est ainsi la première activité pratiquée devant la plage. Un touriste sur trois déclare avoir visité le parc ornithologique de Pont de Gau, premier espace marchand du territoire. Aussi, les principaux contrastes se situent au niveau des saisons.

Le niveau de pratique des activités est plus important en basse saison et au printemps qu'en été ; la plage dominant toutefois largement cette dernière période. La promenade à pied est la première activité pratiquée en Camargue mais c'est surtout celle que l'on pratique d'une façon prépondérante au printemps et en basse saison. La baignade et la plage sont des activités également pratiquées au cours des trois saisons, pour des raisons différentes ; cela pose notamment la question de l'entretien du littoral.

En ce qui concerne les sites, le premier constat est qu'au printemps le taux de fréquentation des sites par les visiteurs est le plus élevé. Dans le détail, on remarque que la fréquentation des sites majeurs que sont le parc ornithologique, les plages de Piémanson et Beauduc, le château d'Avignon et la Capelière est, en valeur relative, peu ou prou identique quelles que soient les périodes de l'année. A l'opposé, le musée de la Camargue et le domaine de Méjanès attirent en valeur relative beaucoup plus de visiteurs au printemps ; la Maison du PNR a un taux de fréquentation de basse saison plus élevé que sur les deux autres périodes. Enfin, les musées du sel et du riz, dont les taux de notoriété et les intentions de visite sont très élevés (juste derrière le parc ornithologique et le château d'Avignon) souffrent de taux de fréquentation relativement faibles.

### 14.3.3 Le taux de satisfaction sur l'offre

Au regard des résultats de l'enquête, il apparaît que les taux de satisfaction sur la Camargue sont extrêmement bons : que ce soit de manière globale, par rapport aux activités pratiquées ou aux sites visités en particulier. La satisfaction globale exprimée oscille ainsi entre 8.16 / 10 en basse saison et 8.60 / 10 en saison, ce qui est une excellente évaluation comparativement à ce que l'on peut connaître dans le secteur du tourisme.

Concernant plus spécifiquement les activités, on remarque que les meilleurs taux de satisfaction sont obtenus dans les rubriques « se reposer » et « la mer, la plage ». A l'inverse, les moins bons scores sont relevés dans les rubriques « les circuits en voiture », les « les marchés, les brocantes » qui constituent pourtant structurellement des éléments fondamentaux des séjours touristiques. S'agissant des promenades pédestres, le taux de satisfaction est assez bon (8,17), tout comme les balades à cheval (8,22) même si pour ces dernières l'échantillon de personnes concernées est faible.

Concernant les sites, on remarque que le « parc ornithologique » qui est le site le plus visité est également plébiscité par les visiteurs de la Camargue (8,61). Le taux de satisfaction pour les autres sites est assez homogène (entre 7.55 et 8.29), en dehors du musée du sel et du domaine de Pin Fourcat dont les appréciations sont relativement basses (respectivement 7.23 et 6.74).

Selon les périodes de l'année, l'analyse montre que les sites les mieux notés sont : pour l'ensemble des saisons, le parc ornithologique / en été, le domaine de Méjanès, les plages de Piémanson et de Beauduc ainsi que le château d'Avignon. A contrario, les sites les moins bien notés sont : au printemps, les plages de Piémanson et de Beauduc, la Capelière ainsi que le musée de la Camargue (ce dernier étant également mal noté les autres périodes de basse saison).



#### 14.3.4 Les processus d'information

Tant pour les excursionnistes que pour les touristes, les trois médias majeurs déterminant le choix d'un séjour en Camargue sont, par ordre d'importance :

- la notoriété structurelle, institutionnelle presque, de la Camargue (elle est « déjà connue ») ;
- le bouche à oreille, qui fonctionne notamment beaucoup auprès de la clientèle étrangère ;
- Internet, qui pèse de plus en plus dans les processus d'information et qui est notamment très utilisé par les clientèles anglaises et italiennes.

Par ailleurs, on constate que 77% des touristes n'ont recours à aucune source d'information pour prendre leur décision de venir en Camargue (94% des excursionnistes) mais que 20% des touristes fréquentent un office de tourisme durant leur séjour et 20% vont également sur Internet pour décider des activités de la journée ; ils ne sont que 30% à ne pas chercher d'information pendant leur séjour et 26% à faire confiance à l'information par bouche à oreille.

#### 14.3.5 L'identité « Parc naturel régional »

77% des personnes interrogées ont conscience d'être dans un Parc naturel régional. Tant pour les touristes que pour les excursionnistes, le fait d'être dans un Parc naturel régional constitue par ailleurs un critère de choix important de leur visite : très important à 42% et important à 40%. A noter que c'est pour les visiteurs du printemps que cela est le plus important et pour les visiteurs de l'été que cela est le moins important.

#### 14.3.6 Ce que les visiteurs attendent du Parc naturel régional de Camargue

L'analyse des suggestions faites par les visiteurs montre que leurs préoccupations se situent fondamentalement sur trois plans :

- préserver l'espace et son écosystème dans ce qu'il a de spécifique et de fragile,
- améliorer l'environnement de « consommation » de cet espace,
- animer, accueillir et informer pour aider à comprendre les spécificités camarguaises.

Lorsque l'on détaille les commentaires des visiteurs, on remarque que d'une façon récurrente, et très certainement en comparaison avec ce qu'il se fait dans d'autres espaces naturels, ces derniers attendent du PNRC une action forte sur les dunes, rempart de protection de l'espace Camargue (109 commentaires). D'une façon normale, les désagréments subis par les moustiques apparaissent juste après (104 commentaires). On note ensuite que c'est un effort sur la propreté des plages qui est demandé (99 commentaires). Enfin, les questions de la signalétique (76 commentaires), de l'information (76 commentaires), et de l'animation (55 commentaires) sont significatives d'une attente d'accompagnement plus important dans la découverte de la Camargue, notamment de la part des touristes.

#### 14.3.7 Les intentions de retour

A 82%, les visiteurs de la Camargue déclarent avoir l'intention de revenir. Ce score passe même à 91% pour les excursionnistes, population chez laquelle la réponse « ne sait pas » n'est formulée que par 2% des personnes interrogées (contre 15% pour les touristes). Il est également intéressant de voir à quelle période ces visiteurs émettent le désir de revenir. L'avant et l'arrière saisons sont en effet citées en premier.

## 15. POINTS CLES DU DIAGNOSTIC

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ la notoriété internationale, l'image du territoire</li> <li>○ un territoire qui compte de nombreux atouts :               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ géographiques (delta, façade maritime, fleuve,...)</li> <li>○ climatiques (héliotropisme...)</li> <li>○ diversité culturelle (bouvine, littérature, patrimoine bâti, populations, culture provençale, culture gitane...)</li> </ul> </li> <li>○ environnementaux (diversité des milieux naturels et nombreuses espèces faunistiques et floristiques)</li> <li>○ produits de terroir (tellines, sel, viande de taureau...)</li> <li>○ un patrimoine diversifié visible toute l'année</li> <li>○ l'existence d'un parc naturel régional</li> <li>○ - Paysages ancrés dans l'imaginaire collectif</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ le manque de professionnalisme des acteurs</li> <li>○ le manque de synergies et le peu de réseaux d'acteurs</li> <li>○ le décalage entre l'image/la notoriété et la réalité</li> <li>○ une offre touristique peu structurée et peu organisée : déficit d'hébergements ruraux (gîtes, chambres d'hôtes...), de chemins de randonnées, absence de signalétique touristique</li> <li>○ la présence de moustiques</li> <li>○ une offre touristique concentrée sur le littoral et une activité marquée par une forte saisonnalité</li> <li>○ une part importante d'espaces privés</li> <li>○ certaines pratiques touristiques (campings sauvages) portent atteinte à la qualité des sites et des milieux naturels</li> <li>○ un tourisme fluvial non pris en compte dans les problématiques touristiques</li> </ul>

OPPORTUNITES	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ les attentes des touristes en matière de tourisme de découverte (recherche d'authenticité, des produits du terroir, culture locale,...)</li> <li>○ l'articulation avec les territoires voisins (Alpilles, Crau...)</li> <li>○ l'interactivité entre les professionnels</li> <li>○ une attractivité touristique importante, qui pourrait constituer un « effet de levier » pour l'attractivité résidentielle (arrivée de nouvelles populations) et économique (implantation d'entreprises)</li> <li>○ la démoustication expérimentale (écologique) doit elle être vue comme une opportunité ?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ le développement de certaines activités, encore mal maîtrisées, non encadrées ou non contrôlées (ouverture des exploitations agricoles aux touristes, activités de loisirs, motorisées...) risque de générer des impacts négatifs sur l'environnement</li> <li>○ la surfréquentation de certains espaces</li> <li>○ l'identité culturelle du territoire menacée (mal valorisée, folklorisée et surmédiatisée), ce qui pourrait conduire à la perte de l'authenticité</li> </ul>

## Stratégie de Tourisme durable 2010-2015

**Stratégie de tourisme durable pour concrétiser la volonté du territoire et de ses habitants de concevoir à long terme un tourisme plus :**

- Respectueux,
- Durable,
- Partagé

# Stratégie de tourisme durable du Parc naturel régional de Camargue – 2010/2015

**Ambition : Faire de la Camargue une destination de tourisme durable fondée sur la découverte et la valorisation d'une zone humide d'intérêt international**

Le Parc naturel régional de Camargue est un territoire reconnu dont la mission est de gérer son patrimoine en conciliant environnement et développement local. Le territoire du Parc est une zone humide d'importance exceptionnelle et de réputation internationale. Ce critère en fait un territoire unique dont il convient de valoriser la spécificité deltaïque. L'ambition de cette stratégie de tourisme durable est de permettre une prise de conscience de la fragilité de l'espace « Camargue » et de mieux le valoriser afin d'en faire un support durable du tourisme.

## **Axe 1. Structurer l'offre touristique en fédérant les acteurs du territoire**

*Le territoire camarguais se caractérise par un manque important de structuration de l'offre touristique et de fédération des acteurs. Aussi, on observe de nombreuses initiatives individuelles avec peu de connexion entre elles et le manque d'organisation pour la découverte du territoire et de ses savoir-faire. Il convient donc de :*

- **Susciter la concertation et coordonner les initiatives**

Le dialogue, l'échange et le partage d'expériences doivent permettre d'anticiper et gérer les conflits d'usages entre les gestionnaires d'espaces, les professionnels du tourisme, les visiteurs et les différents acteurs du territoire.

- **Mettre en réseau les acteurs**

Il s'agit d'intensifier les liens entre acteurs du territoire pour permettre une meilleure articulation des initiatives et un travail en réseau optimal. De manière transversale, une importance particulière sera portée à l'accompagnement et au soutien des porteurs de projets, en encourageant les initiatives innovantes écologiques et responsables. La formation des professionnels est également importante pour proposer une offre de qualité.

- **Rapprocher agriculture et tourisme**

Les savoir-faire et les pratiques agricoles en lien avec l'élevage extensif (de taureaux, de chevaux et de moutons), la riziculture, la saliculture ou encore la viticulture, ont peu à peu forgé une identité propre au territoire et aux paysages camarguais. L'objectif, au delà de la valorisation du terroir, est de trouver un équilibre et un soutien réciproque entre tourisme et agriculture afin de pouvoir proposer aux visiteurs une offre plus complète et attractive. Aussi, il convient de permettre aux agriculteurs de compléter leurs revenus en développant et harmonisant l'accueil du public dans leurs exploitations.

- **Valoriser les paysages de zones humides comme support de découverte**

Cet objectif a pour but de porter une attention particulière aux enjeux environnementaux afin de valoriser la préservation des espaces caractéristique d'une zone humide et d'en faire un support de découverte sur le territoire. Le tourisme doit s'inscrire dans cette logique afin de permettre une meilleure prise en compte du facteur environnemental pour proposer un tourisme qualitatif qui s'inscrit dans le temps. Le territoire pourrait bénéficier des pratiques récréatives afin de proposer un support intéressant de sensibilisation et donner les clefs de compréhension du territoire aux visiteurs.

## **Axe 2. Développer une offre de qualité, intégrant le management environnemental et l'accessibilité**

*Afin de permettre une meilleure retenue des visiteurs sur une plus grande partie du territoire, il est essentiel de combler les lacunes en terme d'hébergement, socle de l'offre touristique. Aussi, il s'agit d'inciter les professionnels du tourisme à s'engager dans des démarches de progrès intégrant la prise en compte des handicaps et le management environnemental afin de proposer une offre qualitative et authentique pour permettre aux visiteurs de vivre une expérience nouvelle. Ce type de démarche donnera la possibilité aux prestataires du territoire d'être valorisés et reconnus pour la qualité de leur travail. Pour cela, il convient de :*

- **Comblent le déficit en matière d'hébergement à l'intérieur du territoire**

Cet objectif vise à développer des modes d'hébergements mettant en avant les spécificités du territoire, facilitant le contact avec la nature, valorisant le facteur humain et proposant une offre authentique, en cohérence avec la destination « Camargue nature ». Il s'agit ainsi de proposer une offre rurale attrayante, permettant la préservation et incitant à la rénovation des battis anciens. Par ailleurs, il convient aussi de réfléchir à la mise en place d'une structure d'accueil collective, permettant le développement d'un tourisme qui contribue à lutter contre les exclusions sociales.

- **Engager les acteurs dans les démarches de valorisation environnementale**

Il s'agit d'encourager et accompagner les prestataires touristiques dans des démarches respectueuses de l'environnement. Dans une démarche d'exemplarité, le Parc naturel régional de Camargue engagera également des démarches visant à améliorer la prise en compte de du management environnemental dans son propre fonctionnement et la gestion de ses structures d'accueil.

- **Favoriser l'accessibilité des sites et des équipements**

Cet objectif vise à développer et proposer une offre touristique accessible au plus grand nombre, prenant en compte les différents handicaps. Dans cette perspective, les processus de labellisation, comme Tourisme et Handicaps, doivent être favorisés et l'accompagnement dans des démarches d'accessibilité sera intensifié.

## **Axe 3. Mieux répartir l'activité touristique sur l'ensemble du delta**

*Des lieux fragiles subissant des pics de fréquentation, des « zones blanches » qui ne bénéficient pas suffisamment des retombées du tourisme, une saisonnalité marquée... Pour penser durablement le tourisme sur le territoire, il convient de rééquilibrer les dynamiques de flux touristiques. Aussi, cela revient à :*

- **Améliorer la gestion des zones à forte pression touristique**

Pour ce faire, il convient de mieux connaître les impacts de la pression touristique sur certaines zones (sites naturels, plages...) afin de minimiser les effets néfastes de l'activité touristique sur les écosystèmes fragiles en régulant la fréquentation sur les sites sensibles et en désengorgeant les lieux sur-fréquentés par des aménagements adaptés.

- **Maîtriser la répartition des flux dans l'espace et dans le temps**

Afin d'éviter les pics de concentration de touristes sur les zones sensibles, et privilégier les flux de visiteurs dans l'espace de manière coordonnée et maîtrisée, il s'agit d'opérer un rééquilibrage géographique et temporel de l'activité touristique en favorisant le « hors saison » et « sur tout le territoire ». Pour ce faire, il convient d'accompagner le développement de transports alternatifs en modes doux, plus respectueux de l'environnement, afin de combler les lacunes du réseau de transport actuel. Par ailleurs, il s'agit de veiller au respect des réglementations pour une meilleure prise en compte des patrimoines naturels et paysagers et des activités humaines. Enfin, l'objectif est de porter une attention particulière à l'évaluation de l'activité touristique en accordant un intérêt plus important à la connaissance des clientèles, pour mieux s'adapter et anticiper les tendances.

#### **Axe 4. Véhiculer une image cohérente et dynamique de l'espace, en s'appuyant sur la préservation de l'environnement et l'identité culturelle liée à une zone deltaïque**

*L'enjeu est de redonner du sens à la destination et améliorer l'image de la Camargue, trop stéréotypée et trop éloignée de la réalité. La forte identité culturelle doit être valorisée pour que cela « fasse sens » à l'échelle du territoire. Aussi, ne pas considérer le visiteur comme un simple consommateur et mettre l'accent sur l'estime réciproque en restaurant des liens de confiance. Rendre accessible, communicante et valorisée l'offre touristique revient à :*

- **Dégager une image forte et cohérente de la destination**

Le territoire existe avec et par ses habitants, garants de l'identité Camarguaise. Aussi, il convient de véhiculer un discours fédérateur et partagé par les acteurs du territoire, mettant en avant les spécificités du territoire et recentrant l'homme au cœur de la démarche touristique afin de redonner de la cohérence à la destination Camargue. Ainsi, il s'agit de privilégier les rapports humains et mobiliser les habitants et les professionnels comme ambassadeurs, afin de partager leur histoire et leurs liens au territoire avec le visiteur.

- **Permettre une meilleure interprétation, animation et sensibilisation des visiteurs et des professionnels**

Cet objectif vise à sensibiliser les visiteurs, les habitants et les professionnels sur les spécificités propres au territoire et susciter une prise de conscience sur la fragilité des sites et des milieux naturels afin de permettre une meilleure découverte du territoire. Il s'agit donc d'informer sur les enjeux de préservation et donner les clefs d'interprétation du territoire pour rendre compréhensible l'espace Camarguais à tous.

- **Rendre visible et lisible l'offre**

Il s'agit d'améliorer la collaboration entre les différents organes et structures touristiques. Il convient également de mieux informer le public sur les missions du Parc naturel régional de Camargue afin de faciliter la compréhension des enjeux territoriaux et permettre une meilleure compréhension de ses actions.

- **Améliorer la connaissance des zones humides**

Le territoire du Parc naturel régional de Camargue est un territoire particulier du fait de sa situation deltaïque fragile, quasi insulaire. De nombreuses menaces pèsent sur cet espace, il est donc nécessaire d'y porter une attention spéciale. Il s'agit, dans ce dernier objectif de permettre une meilleure prise en compte des problématiques liées à l'eau. La situation deltaïque fragile et particulière du territoire doit être valorisé et porté à la connaissance de tous. Il s'agit d'améliorer la gestion de cette ressource et de mieux responsabiliser les différents usagers.

## Programme d'action 2010 - 2015

## Programme d'actions 2010 - 2015

**Ambition** : Faire de la Camargue une destination de tourisme durable fondée sur la découverte des zones humides

Les actions sont classées par **délai de lancement de 0 à 3** (0 signifiant que l'action est déjà engagée) : ce délai tient compte des conditions techniques, financières, voire juridiques nécessaires au démarrage de l'action.

<b>AXE 1 = Structurer l'offre touristique en fédérant les acteurs du territoire</b>		
<b>Objectif 1.1. Susciter la concertation et coordonner les initiatives</b>	1. Projet inter-Parcs naturels régionaux sur la Charte européenne du tourisme durable dans les espaces protégés (CETD)	<b>Lancement Délai 0</b>
	2. Mise en place et pérennisation du « Forum de tourisme durable »	<b>Lancement Délai 0</b>
<b>1.2. Mettre en réseau les acteurs</b>	3. Mise en place de journées et sorties à thème	<b>Lancement Délai 1</b>
	4. Démarche d'amélioration de la connaissance du territoire pour les acteurs par la formation et l'échange	<b>Lancement Délai 3</b>
<b>1.3. Rapprocher agriculture et tourisme</b>	5. Valorisation des produits du terroir de qualité en circuit court sur les exploitations agricoles et les sites d'accueil du public	<b>Lancement Délai 2</b>
	6. Valorisation des produits du terroir dans la restauration	<b>Lancement Délai 2</b>
<b>1.4. Valoriser les paysages de zones humides comme support de découverte</b>	7. Aménagement et valorisation d'itinéraires de randonnées pédestre et équestre	<b>Lancement Délai 2</b>



<b>AXE 2 = Développer une offre touristique de qualité, intégrant le management environnemental et l'accessibilité</b>		
<b>2.1. Combler le déficit en matière d'hébergements à l'intérieur du territoire</b>	8. Développement de l'offre d'hébergements ruraux reposant sur la valorisation du patrimoine bâti remarquable identifié	<b>Lancement Délai 3</b>
	9. Création d'un centre d'éducation à l'environnement et d'hébergement pour les groupes sur le site du phare de Farman	<b>Lancement Délai 2</b>
<b>2.2. Engager les acteurs dans des démarches de valorisation environnementale</b>	10. Accompagnement des acteurs du tourisme dans l'attribution de la marque Parc	<b>Lancement Délai 1</b>
	11. Sensibilisation et accompagnement des acteurs du tourisme dans des démarches de management environnemental	<b>Lancement Délai 1</b>
<b>2.3. Favoriser l'accessibilité des sites et des équipements</b>	12. Sensibilisation et accompagnement des professionnels dans des démarches de labellisation Tourisme & Handicap	<b>Lancement Délai 2</b>
<b>AXE 3 = Mieux répartir l'activité touristique sur l'ensemble du delta</b>		
<b>3.1. Améliorer la gestion des espaces littoraux et naturels à forte pression touristique</b>	13. Amélioration de l'organisation des loisirs de pleine nature et des activités nautiques et littorales	<b>Lancement Délai 3</b>
	14. Organisation du stationnement à Piémanson par l'aménagement d'une aire naturelle de stationnement	<b>Lancement Délai 1</b>
	15. Sensibilisation des visiteurs à la fragilité des sites et au respect des espaces les plus sensibles au travers de la « Brigade verte du Parc »	<b>Lancement Délai 3</b>
<b>3.2. Maîtriser la répartition des flux dans l'espace et dans le temps</b>	16. Amélioration de la circulation sur le territoire en favorisant le développement de transports alternatifs en « mode doux »	<b>Lancement Délai 2</b>

	17. Mise en œuvre de la charte signalétique du Parc à travers l'élaboration d'un Plan de jalonnement et d'un schéma directeur de RIS	<b>Lancement Délai 1</b>
	18. Evaluation de l'activité et la fréquentation touristique	<b>Lancement Délai 1</b>
<b>Axe 4 = Véhiculer une image cohérente et dynamique de l'espace, en s'appuyant sur la préservation de l'environnement et l'identité culturelle liée à une zone deltaïque</b>		
<b>4.1. Dégager une image forte et cohérente de la destination</b>	19. Mise en œuvre des premières actions de la stratégie de communication du Parc	<b>Lancement Délai 1</b>
<b>4.2. Permettre une meilleure interprétation, animation et sensibilisation des visiteurs et des professionnels</b>	20. Définition d'un programme d'aménagement pour la Maison du Parc dans une approche de qualité environnementale et d'accessibilité	<b>Lancement Délai 1</b>
<b>4.3. Rendre visible et lisible l'offre</b>	21. Elaboration d'un schéma d'accueil des publics dans les équipements et relais d'information du Parc	<b>Lancement Délai 2</b>
	22. Participation au développement de nouvelles technologies d'information et de communication comme support de découverte de l'espace et des cultures locales – Projet PANIERS du Pays d'Arles	<b>Lancement Délai 1</b>
<b>4.4. Améliorer la connaissance des zones humides</b>	23. Sensibilisation des acteurs du territoire et des visiteurs sur la préservation des milieux humides et de la valeur patrimoniale de Camargue	<b>Lancement Délai 1</b>

Deux autres critères sont également mentionnés dans les fiches actions détaillées ci-après :

- **La durée** (comprise entre 2010 et 2015) correspond à la période globale sur laquelle il est prévu de réaliser l'action.
- **Les ressources financières et/ou humaines.**

<b>FICHE ACTION 1</b>
<b>Projet inter-Parcs naturels régionaux de PACA sur la charte européenne du tourisme durable dans les espaces protégés (CETD)</b>
Axe 1. : Structurer l'offre touristique en fédérant les acteurs du territoire
Objectif 1.1. Susciter la concertation et coordonner les initiatives
REFERENCES au projet de Charte du Parc 2010/2022 :
<p><b>Article 7</b> Engager le territoire et ses acteurs dans un tourisme durable</p> <p><b>Article 7.1</b> Mettre en oeuvre sur le territoire du parc « la Charte européenne du tourisme durable dans les espaces protégés »</p> <p><b>Article 16.</b> Décliner une stratégie d'échanges et de coopération avec d'autres zones méditerranéennes</p> <p><b>Article 16.1.</b> Intensifier le travail en réseaux</p> <p><b>Article 16.2.</b> Asseoir la reconnaissance internationale</p>
<b>CONTEXTE</b>
<p>Seul outil de développement touristique dans les espaces naturels reconnu au niveau européen, la CETD permet de mettre en place une méthode globale pour appliquer les principes du tourisme durable à l'échelle d'un territoire et de répondre ainsi aux attentes du public sans porter atteinte aux équilibres naturels et aux activités humaines.</p> <p>La CETD repose sur plusieurs niveaux d'engagements traduits en trois volets :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• volet 1 : engagement de l'institution gestionnaire de l'espace protégé</li> <li>• volet 2 : engagement des entreprises touristiques situés dans l'espace protégé</li> <li>• volet 3 : engagement des organisateurs de voyages vers et dans les espaces protégés</li> </ul> <p>Conformément à l'un des quatre axes stratégiques du Schéma Régional de Développement Touristique (SRDT) 2006-2010, qui a pour objectif de faire de la région PACA une référence en matière de tourisme durable, les 5 PNR de PACA, (Alpilles, Camargue, Luberon, Queyras et Verdon) ont engagé une démarche conjointe afin de mettre en oeuvre les principes de la CETD sur leur territoire.</p>
<b>OBJECTIF DE L'ACTION</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Exprimer la volonté des Parcs et des professionnels de favoriser un tourisme en accord avec les principes du développement durable</li> <li>▪ Faire émerger les enjeux communs (au niveau régional) et propres à chacun des Parcs,</li> <li>▪ Disposer au plan régional d'un outil commun en matière de tourisme durable, reconnu au niveau européen, et valorisable par les diverses institutions compétentes en la matière (Comités Régional et Départementaux du Tourisme, offices de tourisme, chambres consulaires, organisations professionnelles...).</li> <li>▪ Accompagner les Parcs dans la mise en oeuvre du volet 1 de la CETD</li> <li>▪ Promouvoir les principes de tourisme durable auprès des acteurs touristiques des espaces concernés, et les accompagner sur le volet 2 de la CETD</li> <li>▪ Permettre aux différents Parcs de PACA d'obtenir l'agrément d'EUROPARC sur les trois volets de la CETD.</li> </ul>
<b>DESCRIPTION DE L'ACTION</b>
<p>La démarche inter-Parcs repose sur les phases suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Accompagnement des quatre Parcs concernés dans l'élaboration de leur stratégie et du plan d'actions en vue de leur candidature au volet 1 de la CETD,</li> <li>▪ Identification des possibilités de mutualisation entre les équipes techniques des Parcs et des</li> </ul>

<p>possibilités d'actions communes,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Définition d'une méthodologie commune permettant de qualifier les entreprises touristiques souhaitant obtenir l'agrément sur le volet 2 de la CETD.</li> <li>▪ Définition d'un dispositif d'accompagnement technique et financier de mise en œuvre du volet 2 de la CETD au niveau régional</li> <li>▪ Amorçe d'une réflexion et proposition de pistes d'actions pour la mise en œuvre du volet 3 de la CETD</li> </ul>	
<b>LANCEMENT</b>	<b>DUREE</b>
Délai 0	2010 à 2015
<b>MAITRE D'OUVRAGE</b>	<b>PARTENAIRES TECHNIQUES</b>
<p>PNR Luberon, chef de file, Associé aux 4 PNR des Alpilles, de Camargue, du Queyras et du Verdon</p>	<p>Au niveau régional et départemental : Conseil Régional PACA, autres espaces protégés régionaux (Parcs nationaux), institutions (Fédération des Parcs naturels régionaux, CDT/CRT, FROTSI, ) et représentants de professionnels (réseau régional des CCI, Union Nationale des Associations de Tourisme, Fédération Régionale des Logis de France, Fédération Régionale des Gîtes de France et des Clés vacances, Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie )</p> <p>Au niveau local : élus, offices de tourisme d'Arles et des Saintes-Maries-de-la-Mer, acteurs touristiques, CCI du Pays d'Arles, Chambre Départementale d'Agriculture</p>
<b>RESSOURCES FINANCIERES ET/OU HUMAINES</b>	<b>PARTENARIATS FINANCIERS</b>
8 000 à 10 000 € + Ingénierie Parc (temps passé)	Conseil Régional PACA
<b>SUIVIT ET EVALUATION</b>	
<p><b>Indicateurs de résultats :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Obtention de la certification au volet 1 de la CETD</li> </ul>	

## FICHE ACTION 2

### Mise en place et pérennisation du « Forum de tourisme durable »

Axe 1. : Structurer l'offre touristique en fédérant les acteurs du territoire

Objectif 1.1. Susciter la concertation et coordonner les initiatives

REFERENCES au projet de Charte du Parc 2010/2022 :

**Article 7.** Engager le territoire et ses acteurs dans un tourisme durable

**Article 7.1.** Mettre en oeuvre sur le territoire du parc « la Charte européenne du tourisme durable dans les espaces protégés »

**Article 16.** Décliner une stratégie d'échanges et de coopération avec d'autres zones méditerranéennes

**Article 16.1.** Intensifier le travail en réseaux

#### CONTEXTE

Depuis 2003, le Parc s'est engagé dans une démarche de réflexion et d'échanges dans une optique de développement durable du tourisme sur son territoire. Actuellement, le Parc souhaite continuer à avancer dans ce sens en se dotant d'outil de gestion du tourisme durable sur son territoire. La CETD est un de ces outil, reconnu à l'échelle européenne. La logique participative est le fondement de la démarche Charte Européenne de Tourisme Durable. L'installation d'un « Forum de tourisme durable » et sa pérennité dans le temps constituent donc une étape incontournable et majeure du développement durable du tourisme.

Toutefois, la mise en œuvre des principes du tourisme durable sur le territoire ne peut se faire qu'au travers d'une démarche de concertation reposant sur une réelle implication des acteurs, permettant de prendre en compte leurs attentes. Aussi, le « Forum » constitue la « pierre angulaire » de ce système de « gouvernance ». Dès lors, il convient d'assurer la pérennité de ce « Forum » afin que la démarche CETD soit optimisée, et s'inscrive comme un outil fiable dans le temps.

#### OBJECTIF DE L'ACTION

- Pérenniser le « Forum » de tourisme durable afin d'en faire un outil de référence dans le temps.
- Susciter le dialogue entre les différents acteurs du territoire.
- Favoriser l'échange avec les autres Parcs de la région PACA, ainsi qu'avec les autres espaces naturels protégés d'Europe ayant mis en œuvre les principes de la CETD.

De façon générale, il s'agit d'exprimer la volonté des Parcs et des professionnels de favoriser un tourisme en accord avec les principes du développement durable. En effet, la CETD engage les signataires à mettre en œuvre une stratégie locale en faveur d'un tourisme durable et doit aboutir à la définition d'une stratégie pluriannuelle et d'un programme d'actions opérationnelles.

#### DESCRIPTION DE L'ACTION

Cette démarche, déjà impulsée lors de la conception et de la mise en place de la stratégie et du plan d'actions, nécessite d'être formalisée et pérennisée afin d'assurer son efficacité dans le temps.

**Phase initiale :** Mise en place de la concertation, reposant sur :

- des réunions et des rencontres entre acteurs du territoire afin de faire émerger les enjeux communs
- l'élaboration et la déclinaison de la stratégie de tourisme durable et du plan d'actions sur 5 ans.

Ce travail s'est appuyé sur des sessions d'échanges et différents supports permettant de recueillir l'avis et les idées du plus grand nombre d'acteurs possible: réunions de groupe, ateliers de travail thématique, interview, questionnaires, envoi de documents....

**Phase 1** : Définition des modalités de fonctionnement du « Forum de tourisme durable »

Le « Forum de tourisme durable » se compose :

- des membres de la « commission tourisme durable » du Parc qui regroupent des élus et des représentants de structures associatives et professionnelles et de collectifs d'habitants (Comité d'intérêt de village et de quartiers),
- associés à différents acteurs locaux et partenaires institutionnels du tourisme et des représentants des autres secteurs d'activités en lien avec le tourisme ;
- par ailleurs, des experts extérieurs au territoire, pourront être conviés à ces réunions, selon les thèmes abordés en séance.

Ce Forum « élargi » sera présidé par les co-présidents de la « commission tourisme durable » du Parc et animé par la personne en charge du tourisme au Parc. Cette instance se réunira au moins 2 fois par an. Les modalités précises et détaillées de fonctionnement seront précisées en séance en accord avec les membres.

De façon plus restreinte, la « commission tourisme durable » du Parc pourra aussi se réunir afin de traiter des sujets nécessitant une décision urgente ou importante en dehors des réunions annuelles du « Forum de tourisme durable ».

**Phase 2** : Partage d'expériences avec les autres espaces naturels

La volonté du « Forum de tourisme durable » est de s'ouvrir vers l'extérieur, pour permettre l'échange et le partage d'expériences. Pour ce faire, des rencontres pourront être envisagées, une fois par an, avec d'autres territoires engagés dans la CETD ou espaces deltaïques, afin d'avoir des retours d'expériences sur les dispositifs de gouvernance mis en place en matière de tourisme durable, sur les modalités d'implication et les actions menées sur l'espace protégé.

<b>LANCEMENT</b>	<b>DUREE</b>
Délai 0	2010 à 2015
<b>MAITRE D'OUVRAGE</b>	<b>PARTENAIRES TECHNIQUES</b>
Parc naturel régional de Camargue	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membres de la commission tourisme durable du Parc</li> <li>- Professionnels et partenaires institutionnels du tourisme et des autres secteurs d'activités</li> <li>- Experts extérieurs</li> </ul>
<b>RESSOURCES FINANCIERES ET/OU HUMAINES</b>	<b>PARTENARIATS FINANCIERS</b>
Ingénierie Parc (temps passé)	Fonctionnement PNRC
<b>SUIVIT ET EVALUATION</b>	
<b>Indicateurs de résultats :</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de réunions du Forum de tourisme durable : 2 à 3 par an</li> <li>• Nombre de participants aux réunions du Forum de tourisme durable : 15</li> </ul>	

## FICHE ACTION 3

### Mise en place de journées et sorties à thèmes

Axe 1. : Structurer l'offre touristique en fédérant les acteurs du territoire

Objectif 1.2. Mettre en réseau les acteurs

REFERENCES au projet de Charte du Parc 2010/2022 :

**Article 7.2.** Développer une offre d'accueil et de services touristiques à haute performance environnementale

**Article 16.1.** Intensifier le travail en réseaux

**Article 10.1.** Renforcer la vitalité des réseaux d'habitants, d'usagers et de professionnels et leur implication dans la mise en œuvre de la charte

### CONTEXTE

En Camargue, les savoir-faire liés à l'agriculture avec le patrimoine hydraulique qui s'y rapporte, les activités humaines, ainsi que les actions de préservation des zones humides, constituent une richesse remarquable du territoire qui reste cependant peu connue des visiteurs.

De nombreuses activités et prestations touristiques se sont développées ces dernières années afin de promouvoir le patrimoine culturel et les savoir-faire de la Camargue (accueil du public dans les manades de taureaux, tourisme équestre, découverte de la faune et la flore, restauration et gastronomie...). Cependant, rares sont les professionnels à s'être engagés dans des démarches collectives visant à proposer des sorties thématiques et répondre ainsi aux attentes des visiteurs.

C'est pourquoi, bon nombre de prestations sont considérées comme peu novatrices par les clientèles et les prescripteurs de tourisme de découverte. Dans cette perspective, le Parc naturel régional souhaite organiser et promouvoir avec les acteurs de l'agriculture et du tourisme et les organismes de promotion touristique et de commercialisation (offices de tourisme, CDT 13), la création de journées et de sorties à thèmes.

### OBJECTIF DE L'ACTION

Aussi, cette démarche a pour objectifs de :

- veiller au développement du tourisme durable respectueux de l'équilibre entre fréquentation et préservation des milieux naturels et des patrimoines ;
- valoriser les savoir-faire et l'identité du territoire en favorisant les rencontres entre les acteurs locaux et le public ;
- structurer les filières touristiques par la mise en place d'actions collectives et transversales entre professionnels du tourisme et avec les autres acteurs du territoire (agriculteurs notamment) ;
- toucher et fidéliser des clientèles sensibles à la qualité et à la préservation de l'environnement, à la valorisation du patrimoine naturel, architectural et culturel d'un territoire ;
- désaisonnaliser la fréquentation et améliorer sa répartition sur l'ensemble du territoire du Parc.

Enfin, pour le Parc, la production et la mise en marche de sorties à thèmes constituent un champ d'expérimentation pour la mise en œuvre du volet 3 de la CETD.

### DESCRIPTION DE L'ACTION

L'action consiste à mettre en réseau les acteurs du territoire en vue de proposer sorties ou des journées à thèmes qui orienteront le public vers la découverte des savoir-faire, des produits et des ressources patrimoniales de Camargue. Ce travail s'effectuera autant que possible avec des professionnels engagés

dans des démarches qualité répondant à différents niveaux d'exigence et d'engagement en matière :

- de prestations d'accueil, d'information et d'animation ;
- de mise en valeur des patrimoines et des savoir-faire du territoire ;
- de préservation de l'environnement.

Dans cette perspective, la démarche s'appuiera sur l'ensemble des outils existants en matière de qualité dans le domaine du tourisme tels que la marque « Parc Naturel Régional de Camargue » ou les labels nationaux en matière d'hébergements (Gîtes de France, Clés Vacances, Logis de France...) et sur les signes officiels de qualité en matière de produits agricoles (AOC Taureau de Camargue, IGP Riz de Camargue, Agriculture Biologique...).

Outre le travail d'accompagnement et d'animation assuré par le Parc, cette opération se traduira par la réalisation de 4 phases complémentaires :

**Phase 1 : sensibilisation des professionnels et de formalisation d'un groupe projet** avec les partenaires concernés, permettant de préciser les attentes et les degrés d'implication de chacun des acteurs;

**Phase 2 : inventaire/expertise de l'offre** permettant d'évaluer la qualité des conditions d'accueil, des prestations, des services et des produits proposés par les acteurs du territoire (hébergeurs, agriculteurs, restaurateurs) et d'identifier les thèmes de découverte à privilégier (faune/flore, riziculture/élevage, patrimoine culturel...);

**Phase 3 : expertises marketing et commerciale** permettant d'élaborer et de tester avec les offices de tourisme et le CDT 13 les formules thématiques les plus adaptées (sorties à la journée ou la demi-journée, libres ou guidées...)

**Phase 4 : réalisation de supports de promotion et de communication** permettant de valoriser les professionnels engagés dans les différentes démarches (dépliants, fiches thématiques, site Internet...).

LANCEMENT	DUREE
Délai 1	2010 à 2012
MAITRE D'OUVRAGE	PARTENAIRES TECHNIQUES
Parc naturel régional de Camargue	Offices de Tourisme d'Arles et des Saintes-Maries-de-la-Mer, CCI du Pays d'Arles, Chambre Départementale d'Agriculture, CDT des Bouches-du-Rhône, CRT PACA
RESSOURCES FINANCIERES ET/OU HUMAINES	PARTENARIATS FINANCIERS
30 000 € + Ingénierie Parc (temps passé)	Conseil Régional PACA, programme européen LEADER.
SUIVIT ET EVALUATION	
<b>Indicateurs de résultats :</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de sorties à thèmes expérimentées : 3 à 4</li> </ul>	



## FICHE ACTION 4

### Démarche d'amélioration de la connaissance du territoire pour les acteurs par la formation et l'échange

Axe 1. : Structurer l'offre touristique en fédérant les acteurs du territoire

Objectif 1.2. Mettre en réseau les acteurs

REFERENCES au projet de Charte du Parc 2010/2022 :

**Article 16.1** - Intensifier le travail en réseaux

**Article 10.1.** Renforcer la vitalité des réseaux d'habitants, d'usagers et de professionnels et leur implication dans la mise en œuvre de la charte

#### CONTEXTE

La qualité de l'accueil sur le territoire du Parc naturel régional de Camargue passe bien souvent par une formation adaptée aux métiers du tourisme et à la connaissance du patrimoine et des mesures de protection de la Camargue. Or, les professionnels du tourisme, les différents acteurs et habitants ne sont pas toujours sensibilisés aux richesses de leur territoire (milieux naturels, sites historiques et culturels...). Aussi, la nécessité de respecter et de protéger la Camargue est encore trop peu souvent rappelée dans le discours des acteurs locaux..

En 2004, une première formation sur le thème de la « connaissance du territoire Camarguais », a été organisée à l'initiative du Parc de Camargue par le Centre de Formation Continue (CFC) de la Chambre de Commerce et d'Industrie (CCI) du Pays d'Arles. Celle-ci avait permis de mobiliser et de répondre en partie aux attentes de certains acteurs du territoire. Aussi, le Parc souhaite réitérer cette même formation pour les personnes qui n'ont pu y assister, et initier par la suite de nouvelles formations sur d'autres thèmes.

#### OBJECTIF DE L'ACTION

- Sensibiliser les agents d'accueil et d'information touristique aux enjeux du territoire et aux missions du Parc naturel régional de Camargue.
- Améliorer les connaissances des professionnels du tourisme sur la Camargue.
- Améliorer la qualité de l'accueil et de l'information envers les visiteurs.
- Améliorer la qualité des prestations fournies par les professionnels.

#### DESCRIPTION DE L'ACTION

Cette action repose sur 2 phases complémentaires pouvant être menées successivement ou en même temps.

##### **Phase 1 : Identification des thèmes et création un groupe de travail**

Plusieurs thèmes de formation ont déjà été identifiés :

- connaissance de la Camargue à travers le patrimoine naturel, culturel et économique, les savoir-faire, les pratiques et les mises en valeur touristique du territoire ...
- sensibilisation à la sauvegarde des espaces naturels et au respect des activités humaines ;
- professionnalisation des acteurs et des prestataires touristiques : accueil et information des clientèles, connaissance des langues étrangères, utilisation des nouvelles technologies de l'information et de la communication, stratégie marketing, conception et mise en marché de séjours et de produits touristiques, pratiques commerciales et suivi de clientèles...

##### **Phase 2 : Formations**

Les formations, réparties en demies journées (ou en journées), se dérouleront en deux temps avec :

- dans un premier temps, des formations théoriques accordées aux connaissances et aux savoirs ;

- dans un second temps, des formations pratiques comprenant des visites de sites et de terrain avec pour objectif de mettre en situation les participants à la formation et d'illustrer le contenu des modules théoriques.

Enfin, si l'implication des acteurs bénéficiant de la marque Parc constitue un élément important pour la bonne conduite de ces échanges (cf. fiche action n°10), la diversité des professionnels impliqués sera un atout pour la richesse de la démarche.

LANCEMENT	DUREE
Délai 3	2013 à 2015
MAITRE D'OUVRAGE	PARTENAIRES TECHNIQUES
Parc naturel régional de Camargue Et/ou Organismes de formation : ADEFOCSA, CFC de la CCI PA, ATEN (Atelier des Espaces Naturels)...	Offices de tourisme d'Arles et des Saintes-Maries-de-la-Mer, organismes de protection de l'environnement, professionnels du tourisme, CCI du Pays d'Arles, Chambre Départementale d'Agriculture
RESSOURCES FINANCIERES ET/OU HUMAINES	PARTENARIATS FINANCIERS
10 000 à 15 000 € + Ingénierie Parc (temps passé)	Organismes de formation, Conseil Régional PACA Programmes européens (LEADER...)
SUIVIT ET EVALUATION	
<b>Indicateurs de résultat:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de formations organisées : 1 à 2</li> <li>• Nombres de participants aux formations : 4 à 5 par formation</li> </ul>	

## FICHE ACTION 5

### Valorisation des produits du terroir de qualité en circuit court sur les exploitations agricoles et les sites d'accueil du public

AXE 1 = Structurer l'offre touristique en fédérant les acteurs

Objectif 1.3. Rapprocher agriculture et tourisme

REFERENCES au projet de Charte du Parc 2010/2022

**Article 5.2.** Renforcer la viabilité économique des exploitations d'élevage extensif

**Article 6** Améliorer les pratiques des activités agricoles et la qualité des productions

**Article 6.2** Valoriser les productions et les filières respectueuses de l'environnement par des signes de qualité et des modes de commercialisation en circuit court

#### CONTEXTE

Les agriculteurs de Camargue se sont engagés depuis quelques années dans des démarches qualité et de reconnaissance de cette qualité pour augmenter la valeur ajoutée de leurs produits :

- les riziculteurs ont obtenu en 1998 un certificat de conformité national, puis en 2000 une IGP « riz de Camargue » (Indication Géographique Protégée) ;
- l'élevage extensif du Taureau de race locale bénéficie depuis 1996 d'une AOC (Appellation d'Origine Contrôlée) ;
- quelques éleveurs pratiquent également l'élevage biologique.

Malgré ces signes officiels de qualité, gages d'une reconnaissance auprès du consommateur, la commercialisation directe ou en circuit court reste marginale en Camargue. En effet, les producteurs sont peu présents sur les marchés de proximité et bénéficient peu des retombées économiques de tout le potentiel qu'offre la Camargue. De plus, les productions à grande échelle comme le riz et le sel sont très souvent placées sur une plateforme de marchés concurrentiels située à l'extérieur de la zone de production et sont donc peu valorisées localement.

Par ailleurs, les produits de l'agriculture camarguaise sont peu valorisés auprès des opérateurs touristiques, qui pourtant constituent autant de points de diffusion et de commercialisation susceptibles de répondre à ce que recherchent les visiteurs du delta.

Dans cette perspective, le Parc souhaite susciter et accompagner des projets de producteurs souhaitant améliorer la connaissance, la valorisation et la commercialisation de leurs produits, que ce soit sur leur propres exploitations ou sur des sites d'accueil des publics.

#### OBJECTIF DE L'ACTION

Cette démarche doit permettre :

- d'offrir de nouveaux débouchés commerciaux pour les agriculteurs,
- de répondre aux attentes des clientèles, locales et en séjour, à la recherche de produits élaborés en Camargue,
- de faire connaître et promouvoir les savoir-faire propres au territoire,
- de contribuer au maintien et au développement de l'activité des commerces et des sites d'accueil du public à partir de produits transformés à valeur ajoutée.
- de diversifier les établissements d'accueil du public
- de mettre en réseau les acteurs
- de maintenir et pérenniser les exploitations et les pratiques agricoles respectueuses de l'environnement

DESCRIPTION DE L'ACTION	
<p>Les actions des producteurs doivent s'inscrire dans une dimension collective d'échanges et de partenariat reposant sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• la connaissance des produits ainsi que des méthodes de production, d'élaboration ou de transformation,</li> <li>• des relations commerciales privilégiées et contractualisées entre agriculteurs et les établissements recevant du public partenaires de l'opération,</li> <li>• la prise en compte et l'évaluation des attentes et de la satisfaction des clientèles.</li> </ul> <p>Dans cette perspective, les actions envisagées doivent s'appuyer sur des partenariats entre agriculteurs et entre agriculteurs et établissements recevant du public, avec notamment :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• des rencontres interprofessionnelles et des moments d'échanges privilégiés reposant sur la dégustation des produits, la découverte des exploitations agricoles et la connaissance des différents établissements recevant du public et susceptibles de vendre les produits des agriculteurs engagés dans l'opération (hôtels restaurants, équipements de découverte, petits commerces, bistrotts...);</li> <li>• une organisation logistique collective de la distribution sur les différents points de vente, que ce soit dans les exploitations agricoles ou dans les sites d'accueil du public (achat de petit matériel, signalétique, présentoirs...)</li> <li>• la réalisation de supports de promotion et de communication valorisant les produits, les exploitations agricoles et les sites d'accueil partenaires engagés dans la démarche (dépliants, affiches...)</li> </ul>	
LANCEMENT	DUREE
Délai 2	2012 à 2015
MAITRE D'OUVRAGE	PARTENAIRES TECHNIQUES
Groupement et associations d'agriculteurs (syndicat des riziculteurs, syndicat de défense et de promotion de la viande AOC taureau Camargue...)	<p>Le Parc naturel régional de Camargue</p> <p>Les sites d'accueil et les établissements recevant du public</p> <p>Chambre d'agriculture des Bouches-du-Rhône, CCI du Pays d'Arles</p> <p>Les offices de tourisme</p>
RESSOURCES FINANCIERES ET/OU HUMAINES	PARTENARIATS FINANCIERS
25 000 à 30 000 €	<p>Conseil régional PACA</p> <p>Conseil Général 13</p> <p>Programmes européens (LEADER, FEADER)</p>
SUIVIT ET EVALUATION	
<p><b>Indicateurs de résultats :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre producteurs impliqués dans la démarche : 10 à 15</li> </ul>	

## FICHE ACTION 6

### Valorisation des produits du terroir dans la restauration

AXE 1 = Structurer l'offre touristique en fédérant les acteurs

Objectif 1.3. Rapprocher agriculture et tourisme

REFERENCES au projet de Charte du Parc 2010/2022

**Article 5.2.** Renforcer la viabilité économique des exploitations d'élevage extensif

**Article 6** Améliorer les pratiques des activités agricoles et la qualité des productions

**Article 6.2** Valoriser les productions et les filières respectueuses de l'environnement par des signes de qualité et des modes de commercialisation en circuit court

#### CONTEXTE

L'activité touristique du delta du Rhône offre aux visiteurs la possibilité de découvrir les productions locales, notamment à travers les métiers de la restauration. Un art culinaire typique de la région comme « la gardianne », plat élaboré à partir de la viande de taureau et de riz, met justement en avant les deux principales activités agricoles du delta du Rhône que sont la riziculture et l'élevage extensif de taureaux.

Les riziculteurs, les éleveurs de taureau ou de mouton, les viticulteurs, les maraîchers, ou les pêcheurs, sont avec les restaurateurs les acteurs d'une filière de valorisation de l'image de la Camargue auprès des visiteurs et des touristes, sans pour autant qu'ils en prennent la véritable mesure. En effet, chacun œuvre individuellement à l'enrichissement de l'image de la Camargue, mais ils ne se concertent pas pour mettre en avant une action commune sous la forme d'une véritable synergie porteuse d'image de qualité et d'un environnement préservé.

#### OBJECTIF DE L'ACTION

Afin de valoriser les productions de qualité (ou les produits emblématiques de la Camargue comme la telline, la pomme de terres des sables...) et les efforts menés par les agriculteurs et les éleveurs par une meilleure prise en compte des produits dans l'offre de restauration, il s'avère utile de :

- constituer « un réseau filière spécifique » de producteurs et de restaurateurs ;
- distinguer, à travers la marque « Parc naturel régional », les menus utilisant les productions locales de qualité et contenant obligatoirement le riz et la viande de taureau labellisés (Bio, IGP, AOC...) : une charte sera élaborée en ce sens, pour que les producteurs et les restaurateurs démontrent leur volonté de valoriser les produits et les savoir-faire locaux ;
- accompagner ce réseau dans la promotion des menus marqués, afin d'inciter les clientèles à venir découvrir la gastronomie locale ;

Ceci permettra :

- une valorisation des productions agricoles locales de qualité et des savoir-faire du territoire du Parc en matière de gastronomie
- un partage d'expériences, échanges techniques et d'information entre professionnels
- une valorisation des patrimoines et de l'identité du territoire du Parc
- un engagement des professionnels dans les pratiques de tourisme durable

#### DESCRIPTION DE L'ACTION

Cette action repose sur trois phases complémentaires qui seront menées de manière successive :

##### Phase 1 : Identification d'un groupe de travail

Dans un premier temps, il sera procédé à l'identification individuelle des producteurs et des restaurateurs

prêts à s'inscrire dans le projet de marquage du menu.

## Phase 2 : Elaboration et rédaction d'une charte de marquage

Dans un seconde temps, la rédaction de la charte de marquage du menu sera mise en œuvre. L'utilisation de la marque « Parc naturel régional » pourra être l'occasion de proposer, aux clientèles des restaurateurs inscrits dans la démarche, une promesse liée à la spécificité des productions du territoire, à leur contribution dans la préservation de l'environnement préservé et aux savoir-faire locaux en matière d'agriculture et de gastronomie.

## Phase 3 : Valorisation et promotion de la démarche

Mise en place d'équipements spécifiques :

- des équipements spécifiques (présentoirs, petit mobilier...) seront réalisés afin d'assurer un bon fonctionnement du réseau ainsi constitué ;
- différents supports de promotion seront réalisées et diffusés (dépliants, sets de table, affiches,...) afin d'informer les clientèles sur la démarche engagée, les produits concernés et les acteurs impliqués.

LANCEMENT	DUREE
Délai 2	2012 à 2015
MAITRE D'OUVRAGE	PARTENAIRES TECHNIQUES
Parc naturel régional de Camargue ou Groupement de producteurs ou Associations de restaurateurs	Les producteurs et les restaurateurs intéressés par la démarche, la Chambre d'agriculture des Bouches-du-Rhône, le Syndicat des riziculteurs, le Syndicat de défense et de promotion de la viande AOC taureau Camargue, la Chambre de Commerce et d'industrie du Pays d'Arles, les offices de tourisme d'Arles et des Saintes-Maries-de-la-Mer
RESSOURCES FINANCIERES ET/OU HUMAINES	PARTENARIATS FINANCIERS
8 000 à 10 000 € + Ingénierie Parc (temps passé)	Conseil régional PACA Conseil Général 13 Programmes européens (LEADER, FEADER)
SUIVIT ET EVALUATION	
Indicateurs de résultats	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de restaurateurs impliqués : 5 à 8</li> </ul>	

## FICHE ACTION 7

### Aménagement et valorisation d'itinéraires de randonnées pédestre et équestre

Axe 1. : Structurer l'offre touristique en fédérant les acteurs du territoire

Objectif 1.4. Valoriser les paysages de zones humides comme support de découverte

REFERENCES au projet de Charte du Parc 2010/2022 :

**Article 7.** Engager le territoire et ses acteurs dans un tourisme durable

**Article 7.2.** Développer une offre d'accueil et de services touristiques à haute performance environnementale

**Article 7.3.** Répartir la fréquentation dans l'espace et dans le temps

#### CONTEXTE

En Camargue, le public est de plus en plus demandeur d'une découverte des différentes facettes du territoire avec des moyens de déplacement assurant une approche des sites et des milieux sans porter atteinte à leur fragilité. La randonnée, quelle soit pédestre ou équestre (ou à vélo) constitue un véritable support de découverte du territoire en s'inscrivant dans les objectifs du tourisme durable.

A ce jour, si quelques itinéraires pédestres ou équestres sont inscrits au PDIPR (Plan Départemental des Itinéraires de Promenade et de Randonnée), peu de circuits sont adaptés et valorisés pour la pratique de la randonnée sur le territoire du Parc : nombreuses voies revêtues, absence d'itinéraires en boucle, difficultés de maintenance des chemins (entretien, balisage, signalisation...), déficit de structures d'accueil et d'hébergements pour les randonneurs :

Pour la randonnée pédestre : le réseau est peu fourni avec 3 itinéraires inscrits au PDIPR et les circuits sont très longs : 14,5 km pour le GR 653 reliant Arles à St-Gilles, 42 km pour la « grande boucle » des Saintes-Maries-de-la-Mer : 42 km, 32,5 km entre Les Saintes-Maries-de-la-Mer et Salin-de-Giraud par la digue à la mer.

Pour la randonnée équestre : les itinéraires actuellement inscrits au PDIPR empruntent en grande majorité des voies revêtues et carrossables, ce qui implique des problèmes supplémentaires de sécurité.

Afin de satisfaire les visiteurs en matière de découverte du patrimoine et des milieux de Camargue, le Parc a donc élaboré un programme d'amélioration du réseau des itinéraires de randonnée. Ce programme se compose de 9 itinéraires pédestres et 12 itinéraires équestres. Les itinéraires s'appuient sur les services et les équipements touristiques présents dans ou à proximité des villages (hébergement, restauration, sites), et empruntent, autant que possible, des chemins ayant un intérêt pour les randonneurs (empierrement, terre, digue, diversité des milieux).

Le Parc souhaite donc mettre en œuvre tout ou partie de ce programme et valoriser les itinéraires auprès du public, à travers la réalisation de supports d'information et de sensibilisation des randonneurs.

#### OBJECTIF DE L'ACTION

- Valoriser les éléments structurants (chemins ruraux, canaux, digues du Rhône et de la mer, ancienne voie de chemin de fer...) et les ressources touristiques du territoire (hébergements, commerces, sites naturels, patrimoine bâti...).
- Proposer à proximité des villages une offre d'itinéraires de randonnée pédestre en boucle et un cheminement équestre adapté aux attentes des cavaliers.
- Répondre à la demande et aux attentes des visiteurs en matière de découverte du patrimoine.
- Assurer la création, l'entretien et la mise en valeur des itinéraires (balisage, signalétique, équipements) dans le cadre d'une cellule technique coordonnée par le Parc.
- Promouvoir l'offre d'itinéraires de randonnée auprès des différents publics ;

- Informer les visiteurs sur les richesses patrimoniales, les éléments structurants (chemins ruraux, canaux, digues du Rhône et de la mer, ancienne voie de chemin de fer...) et les ressources touristiques du territoire présents sur les itinéraires ou à proximité.

## DESCRIPTION DE L'ACTION

Compte tenu des modalités techniques et des conditions préalables à la mise en place des itinéraires identifiés (aménagement/entretien – mise en sécurité – autorisation de passage – sensibilisation des riverains – balisage – signalétique de randonnée), certains peuvent être mis en place sans difficulté majeure et d'autres doivent faire l'objet de concertation ou d'autorisations préalables et d'aménagement conséquents.

Dans la perspective d'améliorer le réseau d'itinéraires, le Parc assurera la coordination des tâches suivantes :

- validation des tracés avec les acteurs locaux concernés.
- aménagements, pose d'équipements permettant d'emprunter les itinéraires dans leur continuité et sans dérangement (débroussaillage, élagage, barrières, passerelles...) et mise en valeur des itinéraires (balisage).
- conception et implantation d'une signalétique adaptée.
- suivi de l'état des itinéraires sur SIG (Système d'Information Géographique) et entretien.

Afin de se repérer sans difficultés et d'emprunter les itinéraires dans leur continuité sans dérangement, les itinéraires feront l'objet :

- d'un balisage spécifique à l'usage qui en est fait, conformément la charte officielle du balisage élaborée par les associations et organismes nationaux de la randonnée ;
- d'aménagements et d'équipements nécessaires (passerelles, barrières...).

Remarque : lorsque la configuration des lieux et des tracés s'y prêteront, certains itinéraires pourront être balisés et/ou aménagés pour la pratique de la randonnée VTC (Vélo Tout Chemin)

Par ailleurs en vue de renforcer la sensibilisation des randonneurs, les itinéraires feront l'objet d'une signalisation adaptée :

- les relais d'information randonnée : implantés dans les villages, les hameaux ou éventuellement d'autres lieux à forte fréquentation, ces panneaux permettront de donner une vue d'ensemble de la pratique de la randonnée sur le territoire du Parc, et une vue détaillée des itinéraires, en fonction de leurs lieux d'implantation. Figureront également des recommandations liées à la préservation des espaces naturels, au respect des activités humaines, et à la réglementation.
- la signalétique directionnelle : implantée sur les itinéraires, elle permettra d'orienter le public aux intersections avec d'autres chemins, et fournira des indications de directions, de distances et de ressources (sites, patrimoine, équipements touristiques...).

Enfin, les itinéraires de randonnée feront l'objet d'une présentation technique et pratique dans un ou plusieurs documents permettant d'informer les visiteurs et les habitants sur les possibilités de randonnées dans le Parc. Ces documents présenteront pour chacun des itinéraires la durée moyenne, la distance, le niveau de difficulté, et donneront aux randonneurs des recommandations quant au parcours emprunté.

En plus du descriptif des circuits, ces documents seront agrémentés de pages thématiques et d'informations pratiques qui permettront :

- de renforcer l'information et la sensibilisation des visiteurs à la préservation des espaces naturels, au respect des activités humaines, des propriétaires et autres usagers, et de la réglementation ;
- aux randonneurs, de découvrir les ressources locales et les curiosités touristiques : paysages et sites naturels, patrimoine culturel, équipements d'accueil du public, hébergements, restauration, loisir, animations.

Ce programme pourra faire l'objet d'un soutien particulier de la part du Comité Départemental du Tourisme 13, dans le cadre du dispositif d'accompagnement départemental sur la randonnée.



LANCEMENT	DUREE
Délai 2	2012 à 2015
MAITRE D'OUVRAGE	PARTENAIRES TECHNIQUES
Parc naturel régional de Camargue Et/ou communes	CDT 13, communes d'Arles et des Saintes-Maries-de-la-Mer, SYMADREM, Comités Départemental de Randonnée Pédestre et Equestre, Association Camarguaise de Tourisme Equestre, Association des Randonneurs du Pays d'Arles, offices de tourisme d'Arles et des Saintes-Maries-de-la-Mer, les représentants des autres usagers (chasseurs, agriculteurs...) les riverains, et les propriétaires...
RESSOURCES FINANCIERES ET/OU HUMAINES	PARTENARIATS FINANCIERS
50 000 à 60 000 € + Ingénierie Parc (temps passé)	Conseil Régional PACA Conseil Général 13 Communes
SUIVIT ET EVALUATION	
<p><b>Indicateurs de résultats :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre d'itinéraires pédestres créés : 2 à 3</li> <li>• Nombre d'itinéraires équestres améliorés : 2 à 3</li> </ul>	

## FICHE ACTION 8

### Développement de l'offre d'hébergements ruraux reposant sur la valorisation du patrimoine bâti remarquable identifié

AXE 2 = Développer une offre touristique de qualité, intégrant le management environnemental et l'accessibilité

Objectif 2.1. Combler le déficit en matière d'hébergements à l'intérieur du territoire

REFERENCES au projet de Charte du Parc 2010/2022 :

**Article 7.2.** Développer une offre d'accueil et de services touristiques à haute performance environnementale

**Article 11.3.** Conserver l'identité paysagère du territoire et sauvegarder le patrimoine bâti

**Article 12.3.** Développer l'urbanisme durable et les constructions écologiques sur le territoire du parc

**Article 13.3.2.** Préserver l'identité du patrimoine bâti

#### CONTEXTE

Le patrimoine bâti vacant de Camargue se révèle particulièrement riche. De nombreux bâtiments autrefois utilisés pour l'élevage ovin et la viticulture (bergerie, cave), ou encore aujourd'hui par les éleveurs de chevaux et de taureaux révèlent une grande qualité patrimoniale propre à la Camargue pourraient être valorisés à travers la mise en œuvre d'un programme de développement d'hébergements ruraux labellisés.

Les coûts de réhabilitation sont souvent trop élevés et les contraintes multiples, freinant ainsi la volonté de développer des hébergements dans le bâti ancien. Le Parc souhaite se poser en facilitateur de ces démarches en sensibilisant, en conseillant les propriétaires concernés sur les possibilités de valorisation du patrimoine bâti à des fins d'hébergement rural, et en les accompagnant dans les différentes étapes d'un projet de réhabilitation reposant sur des contraintes techniques et réglementaires (notamment en matière d'urbanisme ou de normes sanitaires).

#### OBJECTIF DE L'ACTION

- Augmenter l'offre et la capacité d'accueil des hébergements ruraux labellisés jugées insuffisantes par rapport à la demande des visiteurs (gîtes ruraux, chambres et tables d'hôtes, gîtes de séjour, gîtes d'étape, gîtes équestres...).
- Réhabiliter des bâtiments à forte valeur architecturale.
- Valoriser l'offre d'hébergements et les prestations proposées à travers l'attribution de la marque « Parc naturel régional de Camargue » (cf. fiche action n°10).
- Soutenir les démarches d'efficacité énergétique, de qualité environnementale et d'accessibilité dans la restauration du patrimoine bâti (cf. fiches actions n°12 et 13)

#### DESCRIPTION DE L'ACTION

##### **Phase 1 : Sensibilisation des propriétaires sur les possibilités de réhabilitation du patrimoine bâti,**

avec notamment :

- de l'information et du conseil individuel sur les modalités de création d'hébergements labellisés
- des réunions publiques collectives d'information et de sensibilisation sur les labels existants, les modalités et les contraintes de mise en œuvre d'un projet d'hébergement rural,
- la diffusion de documents d'information sur les modalités techniques, réglementaires et financières pour l'aménagement de ce type d'hébergements ruraux
- la sensibilisation des porteurs de projets sur l'approche environnementale et d'accessibilité dans leur projet de restauration.

## Phase 2 : Elaboration d'une référence « Parc naturel régional de Camargue »

Reposant sur l'élaboration d'un cahier des charges fondé sur :

- les valeurs et le référentiel national de la marque « Parc naturel régional » (cf. fiche action n°10)
- la prise en compte de critères spécifiques liés à l'identité, aux ressources et aux savoir-faire de la Camargue,
- et sur l'approche environnementale et d'accessibilité des hébergements.

## Phase 3 : Promotion et communication

Avec notamment :

- la réalisation de supports spécifiques ou communs à d'autres prestataires bénéficiant de la « Parc naturel régional de Camargue » présentant les hébergements inscrits dans la démarche ;
- la définition et la mise en œuvre d'un plan d'actions commun de promotion avec les autres professionnels bénéficiant de la marque « Parc naturel régional de Camargue ».

Les différentes phases seront menées en lien étroit avec les actions n°10, 11, et 12.

LANCEMENT	DUREE
Délai 3	2013 à 2015
MAITRE D'OUVRAGE	PARTENAIRES TECHNIQUES
Parc naturel régional de Camargue	Communes, SDAP (Service Départemental de l'Architecture et du Patrimoine), CDT des Bouches-du-Rhône, CRT PACA, Gîtes de France, Clef Vacances Offices de Tourisme d'Arles et des Saintes-Maries-de-la-Mer, CCI du Pays d'Arles, Chambre Départementale d'Agriculture,...
RESSOURCES FINANCIERES ET/OU HUMAINES	PARTENARIATS FINANCIERS
20 000 à 25 000 € (en lien avec l'action 10) + Ingénierie Parc (temps passé)	Conseil Régional PACA Conseil Général 13 Programmes européens (LEADER, FEADER...)
SUIVIT ET EVALUATION	
<b>Indicateurs de résultats :</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Nombre de logements ruraux supplémentaires créés sur le territoire du Parc : 2 à 3</li><li>• Nombre de logements ruraux bénéficiant de la marque « Accueil du Parc » : 4 à 5</li></ul>	

## FICHE ACTION 9

### Création d'un centre d'éducation à l'environnement et d'hébergement pour les groupes sur le site du phare de Faraman

AXE 2 = Développer une offre touristique de qualité, intégrant le management environnemental et l'accessibilité

Objectif 2.1. Comblent le déficit en matière d'hébergements à l'intérieur du territoire

REFERENCES au projet de Charte du Parc 2010/2022 :

**Article 7.2.** Développer une offre d'accueil et de services touristiques à haute performance environnementale

**Article 11.3.** Conserver l'identité paysagère du territoire et sauvegarder le patrimoine bâti

**Article 12.3.** Développer l'urbanisme durable et les constructions écologiques sur le territoire du Parc

**Article 13.3.2.** Préserver l'identité du patrimoine bâti

#### CONTEXTE

Le territoire du PNRC manque de structure pour l'hébergement des groupes. Peu d'hôtels ont une capacité d'accueil supérieure à une trentaine de chambres et très rares sont les modes d'hébergements à pouvoir accueillir des groupes constitués de taille importante, à l'exception d'une auberge de jeunesse. Une structure où l'on peut accueillir des groupes, notamment dans le cadre d'une démarche pédagogique et solidaire, fait défaut.

Le Parc a donc mené en 2008 une étude de faisabilité sur la valorisation des bâtiments attenants aux phares de Beauduc et Faraman (autrefois utilisés par les gardes des phares avant leur automatisation) afin d'identifier les perspectives de réhabilitation dans une approche de qualité environnementale et d'en définir les usages futurs.

Pour le site de Faraman, cette réflexion a permis de préciser les conditions nécessaires et préalables à la création d'un centre d'interprétation reposant sur :

- un hébergement pour les groupes scolaires et d'enfants,
- une réhabilitation exemplaire et démonstrative des bâtiments, tant au plan environnemental et d'économie d'énergie qu'en terme d'accessibilité,
- la sensibilisation des différents publics (scolaires, groupes d'enfants, individuels locaux, vacanciers en séjour et excursionnistes).

Le Parc souhaite donc susciter et accompagner la création de cette structure d'interprétation et d'hébergement à destination de groupes.

#### OBJECTIF DE L'ACTION

- Développer et qualifier l'offre d'hébergements de groupe à travers la mise en valeur du patrimoine identitaire du territoire
- Sensibiliser les différents types de publics à l'environnement et aux richesses de l'espace littoral (y compris marin),
- Offrir une vitrine pour les méthodes alternatives d'électrification, de maîtrise de la dépense énergétique, d'accès à l'eau potable et d'assainissement, de gestion des transports et des déchets,
- Sauvegarder des éléments du patrimoine architectural maritime Camarguais,
- Créer un potentiel économique en liaison avec Salin-de-Giraud.
- Répondre aux attentes des clientèles de groupes soucieux de visiter la Camargue dans une démarche d'immersion et de découverte des ressources patrimoniales, culturelles et environnementales.

## DESCRIPTION DE L'ACTION

### Phase 1. Les investissements et les modalités de fonctionnement prévus :

Du point de vue des infrastructures proposées, les types d'espaces proposés suivants sont envisagés :

- Dortoirs, sanitaires avec une capacité d'accueil de 30 enfants
- Restauration : cuisine et réfectoire
- Salles d'activité
- Salles de classe
- Bureaux

Les types d'espaces proposés ont été pensés afin de répondre à des contraintes d'autonomie énergétique, d'accès à l'eau potable, d'assainissement autonome.

Concernant le fonctionnement : le lieu serait ouvert toute l'année, en sachant que des activités à destination des individuels et des offres pour les groupes d'enfants à la demi-journée concernant Faraman, peuvent tout à fait être proposées en parallèle.

Les besoins en personnel en terme de fonctions sont les suivants :

- Encadrement :
  - Direction, gestion
  - Responsable pédagogique
  - Animation (personnel type BAFA)
  - Sécurité (surveillance baignade...)
  - Adjoint sanitaire (suivi santé, premiers secours)
  - Développement, promotion
- Service :
  - Intendance, approvisionnements, stocks...
  - Entretien des locaux
  - Cuisine
  - Logistique, maintenance

Pour ce fonctionnement, il faudrait prévoir un noyau dur de 4 animateurs (la loi impose un nombre minimal de 1 animateur pour 12 enfants de plus de 6 ans et 1 animateur pour 8 enfants entre 3 et 6 ans), renforcés par des animateurs saisonniers, de façon à maximiser le nombre de séjours possibles.

### Phase 2. Les prestations types proposées pour les groupes scolaires d'enfants :

- classe de découverte ou séjour de vacances pour enfants,
- entre 5 et 10 jours,
- pour une quarantaine d'enfants par séjour.

Dans la perspective de réaliser cette structure, des rapprochements avec les différents partenaires publics et privés associés à l'étude doivent être menés afin d'identifier la maîtrise d'ouvrage des investissements et le gestionnaire.

A noter : une attention particulière sera mobilisée pour rendre ce projet accessible aux publics à faibles revenus. En effet, un fonctionnement adapté sera mis en place afin de permettre à tous de bénéficier de ce type de prestation.

LANCEMENT	DUREE
Délai 2	2012 à 2015
MAITRE D'OUVRAGE	PARTENAIRES TECHNIQUES
Collectivités locales (communes d'Arles, Communauté d'agglomération ACCM...)	Commune d'Arles, Communauté d'agglomération ACCM..., partenaires privés (Compagnie des Salins du Midi, Fondation Goodplanet...), services de l'Etat

Ou partenaires privés (Fondation Goodplanet...) Ou Parc naturel régional de Camargue	(arrondissement maritime de la Direction Départementale de l'Équipement, SDAP), Conservatoire du Littoral, , CPIE du Pays d'Arles
<b>RESSOURCES FINANCIERES ET/OU HUMAINES</b>	<b>PARTENARIATS FINANCIERS</b>
> 3 000 0000 €	Conseil Régional PACA, Conseil Général 13 État Programmes européens (FEDER...) Mécénat
<b>SUIVIT ET EVALUATION</b>	
<b>Indicateurs de résultats :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Réalisation du centre d'éducation à l'environnement et d'hébergement</li> </ul>	

## FICHE ACTION 10

### Accompagnement des acteurs du tourisme dans l'attribution de la Marque Parc

Axe 2. : Développer une offre touristique de qualité, intégrant le management environnemental et l'accessibilité

Objectif 2.2. Engager les acteurs dans des démarches de valorisation environnementale

#### REFERENCES au projet de Charte du Parc 2010/2022

**Article 7.2** Développer une offre d'accueil et de services touristiques à haute performance environnementale

**Article 10** Améliorer la gouvernance locale

**Article 10.1** Renforcer la vitalité des réseaux d'habitants, d'usagers et de professionnels et leur implication dans la mise en oeuvre de la charte

**Article 16.1** Intensifier le travail en réseaux

#### CONTEXTE

Propriété du Ministère de l'Environnement, la marque « Parc naturel régional » est une marque collective déposée à l'INPI (Institut National de la Propriété Industrielle). La gestion de la marque est concédée à chaque Parc naturel régional qui peut l'attribuer, selon des critères précis, à trois types de productions et de services de son territoire :

- des produits artisanaux et agricoles distingués par la mention « Produit du Parc naturel régional de ... »
- des prestations et des services (dans les domaines notamment du tourisme, de l'éducation au territoire et de l'environnement) distingués par la mention « Accueil du Parc naturel régional de... »
- des savoir-faire artisanaux distingués par la mention « Savoir-faire du Parc naturel régional de ... »

La marque « Parc naturel régional » permet de signaler au grand public des produits et des services qui ont des « plus » par rapport aux offres commerciales standard, tout en répondant aux 3 valeurs qui lui sont associées : le territoire / l'environnement préservé et valorisé / la dimension humaine.

A l'heure actuelle, plusieurs démarches de marquage approuvées par la Fédération des Parcs naturels régionaux de France, ont été initiées par le Parc naturel de Camargue :

- l'accueil du public dans les manades de taureaux depuis 2003 (9 manades en 2008 sur les 15 initialement)
- le tourisme équestre (8 établissements) et les vins d'appellation (2 exploitations ouvertes au public) depuis 2006.

Fort de ces expériences, le Parc souhaite pérenniser et développer ce type de démarches, afin d'accompagner les professionnels du tourisme sur le volet 2 de la CETD à travers l'utilisation de la marque « Parc naturel régional de Camargue ».

#### OBJECTIF DE L'ACTION

L'attribution de la marque s'inscrit dans une approche collective reposant sur l'élaboration de documents de cadrage (charte, référentiel et conventionnement) permettant à chaque établissement de répondre à des niveaux d'exigence et de critères, afin de faire partager aux visiteurs les valeurs du Parc et de leur faire apprécier les richesses patrimoniales et les savoir-faire du territoire.

Les démarches d'attribution de la marque visent donc à :

- qualifier l'offre touristique, afin de la démarquer de l'offre standard ;
- structurer les filières touristiques et bâtir de nouveaux projets collectifs en matière de tourisme durable qui répondent aux attentes et aux envies des professionnels impliqués dans les

- démarches de marquage, en s'appuyant sur une concertation approfondie ;
- pérenniser les efforts entrepris par les prestataires bénéficiaires de la marque, notamment en participant à la réalisation d'actions collectives.
- faire participer activement les professionnels du tourisme au processus d'attribution et au fonctionnement de la marque Parc ;
- permettre une meilleure relation ente les professionnels et leur territoire.

## DESCRIPTION DE L'ACTION

### Phase 1 : Animation permanente, en vue de :

- sensibiliser les professionnels à la marque Parc et les accompagner dans l'élaboration de nouvelles procédures de marquage, notamment pour les hébergements (cf. fiche action n°8) et les équipements de découverte du patrimoine naturel, culturel et les sites d'accueil du public),
- mettre à jour les outils de cadrage des démarches de marquage existantes : actualisation des chartes, des grilles d'évaluation et des conventions
- réaliser les audits d'évaluation et de contrôle des prestataires candidats et/ou bénéficiant de la marque.

### Phase 2 : Opérations collectives de valorisation des démarches de marquage, à travers la réalisation :

- d'outils de communication : création d'une rubrique sur la marque Parc sur le site Internet du Parc avec pages de présentation et liens vers les sites des prestataires marqués, éditions, réalisation de supports visuels...
- de sessions de sensibilisation aux techniques d'accueil et d'animation : demi-journées ou journées d'information et d'échanges sur les actions du Parc, les ressources naturelles et les activités humaines de Camargue (faune, flore, riziculture, viticulture...),
- d'outils et de supports pédagogiques (mallettes pédagogiques, fiches thématiques...).
- d'actions de promotion de la marque Parc (accueil presse, manifestations événementielles, salons...)

## LANCEMENT

## DUREE

Délai 1

2010 à 2015

## MAITRE D'OUVRAGE

## PARTENAIRES TECHNIQUES

Parc naturel régional de Camargue

Fédération des PNR de France et réseau des PNR CDT des Bouches-du-Rhône, Offices de Tourisme d'Arles et des Saintes-Maries-de-la-Mer, CCI du Pays d'Arles, Chambre Départementale d'Agriculture...

## RESSOURCES FINANCIERES ET/OU HUMAINES

## PARTENARIATS FINANCIERS

40 000 à 50 000 € (en lien avec l'action 8) + Ingénierie Parc (temps passé)

Conseil Régional PACA  
Conseil Général 13

## SUIVIT ET EVALUATION

### Indicateurs de résultats :

- Nombre de bénéficiaires de la marque « Accueil du Parc » : 10



## FICHE ACTION 11

### Sensibilisation et accompagnement des acteurs du tourisme dans des démarches de management environnemental

AXE 2 = Développer une offre touristique de qualité, intégrant le management environnemental et l'accessibilité

Objectif 2.2. Engager les acteurs dans des démarches de valorisation environnementale

REFERENCES au projet de Charte du Parc 2010/2022 :

**Article 7.2.** Développer une offre d'accueil et des services touristiques à haute performance environnementale

**Article 11.** Renforcer la qualité du cadre de vie des habitants

**Article 12.** Promouvoir une politique territoriale de l'énergie et de la gestion des déchets

#### CONTEXTE

Afin de limiter son empreinte écologique et les impacts sur l'environnement, le Parc a impulsé début 2009 une démarche visant à mettre en place un Système de Management Environnemental (SME). Cette démarche concerne dans un premier temps la structure gestionnaire du Parc, dans son fonctionnement quotidien et sur les équipements dont il assure la gestion.

Dans la mesure où le Parc est porteur de valeurs inhérentes à la préservation de l'environnement, et qu'il se doit de susciter l'exemplarité sur l'ensemble du territoire, la démarche a vocation dans un second temps à être élargie et valorisée auprès des différents acteurs, et notamment ceux du tourisme. Pour ces professionnels, il s'agit en effet d'éveiller les consciences sur l'intérêt d'un changement collectif des comportements à la fois dans une logique de préservation des ressources (eau, énergie...), de gains économiques dans le fonctionnement de leur établissement et de satisfaction d'une clientèle de plus sensible et exigeante sur la préservation de l'environnement.

Par ailleurs, plusieurs dispositifs facilitant la mise en œuvre de démarches de management environnemental pour les entreprises touristiques ont été élaborés au niveau national et régional par le réseau des Chambres de Commerce et d'Industrie.

#### OBJECTIF DE L'ACTION

- Faire du territoire du Parc et de ses acteurs des exemples en matière de management environnemental
- Améliorer les pratiques environnementales des professionnels du tourisme
- Faire bénéficier les professionnels du tourisme du retour d'expérience du Parc pour la mise en œuvre d'un Système de Management Environnemental
- Conseiller, accompagner les professionnels souhaitant s'engager dans une démarche de management environnemental
- Susciter les idées nouvelles et les initiatives soucieuses de la préservation de l'environnement et porteuses de sens pour le territoire.
- Répondre aux attentes de clientèles de plus en plus sensibles à la qualité et à la préservation de l'environnement
- Valoriser les démarches engagées par les professionnels en matière de management environnemental.

#### DESCRIPTION DE L'ACTION

Cette deuxième phase, fondée sur une appropriation collective des méthodologies élaborées par le Parc et l'utilisation des outils, constituera une étape nécessaire et préalable avant d'accompagner les professionnels dans leur propre réflexion.

### **Phase 1 : Sensibiliser, conseiller les acteurs et encourager les initiatives dans le domaine du management environnemental**

Cette première phase consiste à sensibiliser collectivement et/ou conseiller individuellement les acteurs sur l'utilisation des outils de management environnemental pour leur permettre de définir leur propre démarche.

Par ailleurs, il s'agit d'ouvrir la réflexion sur des idées novatrices et durables pour le territoire en soutenant des initiatives prenant en compte la protection de l'environnement, le développement durable, la dimension sociale ou solidaire. Ce soutien pourra prendre la forme par exemple d'un appel à projet ou d'un concours type « Ecotrophées » afin de récompenser les initiatives et les bonnes pratiques.

### **Phase 2 : Accompagnement individuel des professionnels du tourisme dans l'amélioration de leur pratiques environnementales**

Cette seconde phase se traduira par la réalisation de diagnostics, d'audits et d'expertises préalables des établissements souhaitant s'engager dans un processus de management environnemental, en vue d'obtenir une qualification « environnementale » (comme Ecogîte, Clef Verte pour les hébergements...), une écocertification (Green Globe 21), un éco-label (label écologique européen), ou encore la marque « Accueil du Parc »

Ce travail se fera dans le cadre des dispositifs existants proposés par d'autres organismes institutionnels du tourisme, et notamment le réseau des Chambres de Commerces et d'Industrie, avec :

- des outils de pré-diagnostic et de diagnostic, comme RESPECT, DIAGRH, MAGESTOUR...
- des démarches de progrès, comme « 1,2,3 Environnement », « Itinéraire Eco 3 »

Par ailleurs, il sera conduit en lien étroit avec les démarches conduites sur les hébergements ruraux (action n°9) et sur la marque Parc (action n°10).

LANCEMENT	DUREE
Délai 1	2011 à 2015
MAITRE D'OUVRAGE	PARTENAIRES TECHNIQUES
Parc naturel régional de Camargue en collaboration avec la Chambre de Commerce et d'Industrie du Pays d'Arles	Chambre des Métiers, collectivités locales (communes, EPCI, Pays d'Arles), sites pilotes (Marais du Vigueirat), professionnels du tourisme, sites d'accueil du public
RESSOURCES FINANCIERES ET/OU HUMAINES	PARTENARIATS FINANCIERS
50 000 à 60 000 € (en lien avec l'action 8) + Ingénierie Parc (temps passé)	Conseil régional PACA Conseil Général 13 ADEME Programmes européens (LEADER, FEADER, FEDER)

### **SUIVIT ET EVALUATION**

#### **Indicateurs de résultats :**

- Nombre d'établissements sensibilisés au management environnemental : 8 à 10
- Nombre d'établissements engagés dans une démarche de management environnemental : 3 à 5

## FICHE ACTION 12

### Sensibilisation et accompagnement des professionnels dans des démarches de labellisation « Tourisme & Handicap »

AXE 2 = Développer une offre touristique de qualité, intégrant le management environnemental et l'accessibilité

Objectif 2.3. Favoriser l'accessibilité des sites et des équipements

REFERENCES au projet de Charte du Parc 2010/2022 :

**Article 7.2.** Développer une offre d'accueil et de services touristiques à haute performance environnementale (« et fondée sur l'accessibilité »)

#### CONTEXTE

22 millions de personnes en France, soit 40 % de la population déclarent une déficience ou une difficulté pérenne ou temporaire dans la vie quotidienne, en raison d'un problème de santé (source : Site Internet <http://pro.rhonealpes-tourisme.com>).

Le but du label « Tourisme et Handicap » est de développer une information fiable, homogène et objective sur l'offre touristique adaptée aux personnes souffrant de handicaps moteur, visuel auditif ou mental. Pour ces personnes, le label correspond à un gage de sécurité et de qualité des prestations proposées. Véritable signe de reconnaissance, le label « Tourisme et Handicap » valorise les efforts des professionnels en matière d'accessibilité et d'accueil pour ce type de clientèles. A ce titre, le label constitue pour les acteurs du tourisme un avantage concurrentiel certain.

A ce jour, le problème d'accessibilité ne concerne plus seulement les structures d'hébergement, mais l'ensemble des sites de découverte du patrimoine naturel ou culturel, ainsi que les activités de pleine nature. Or, peu d'établissements et de sites de Camargue ont intégré les critères liés à l'accessibilité et aux handicaps. Afin de faire évoluer les comportements, et d'accueillir dans les meilleures conditions les personnes souffrant de handicaps, une démarche collective de sensibilisation est envisagée sur le territoire du Parc, en collaboration étroite avec le CDT 13, dans le cadre du programme départemental de développement du label Tourisme et Handicap.

#### OBJECTIF DE L'ACTION

- Sensibiliser les professionnels à la prise en compte des handicaps dans leur activité quotidienne.
- Conseiller et accompagner les professionnels vers une démarche de labellisation « Tourisme et Handicap ».
- Améliorer l'accessibilité des établissements et des sites touristiques aux personnes souffrant d'un handicap.
- Répondre aux attentes et aux besoins spécifiques des clientèles souffrant de handicaps.

#### DESCRIPTION DE L'ACTION

##### **Phase 1 : Sensibilisation des acteurs du tourisme aux différents handicaps et au label « Tourisme et Handicap »**

Cette première phase se concrétisera par l'organisation de réunions d'information et d'échanges portant sur :

- la réglementation et les normes en matière d'accessibilité,
- les différentes formes de handicaps et le label « Tourisme et Handicap »,
- l'expérience de prestataires déjà engagés dans une telle démarche,

- les dispositifs d'accompagnement des professionnels souhaitant obtenir le label « Tourisme et Handicap » mis en place au niveau national, régional ou départemental.

Il s'agit donc dans un premier temps de donner aux professionnels les éléments d'informations nécessaires leur permettant d'améliorer l'accessibilité d'un établissement ou d'un site au regard de la réglementation et des normes, ou d'aller plus loin dans leur réflexion en se donnant les moyens de répondre aux exigences du label « Tourisme et Handicap ».

Ces temps d'échanges seront organisés en collaboration étroite avec le Comité Départemental du Tourisme 13 et avec les différents organismes intervenant dans le domaine de l'accessibilité et du handicap (représentants des commissions communales de sécurité, et des associations oeuvrant pour la prise en compte des handicaps comme l'Association Tourisme et Handicap, ou encore l'Association des Paralysés de France ...).

### **Phase 2 : Accompagnement des professionnels engagés vers l'obtention du label « Tourisme et Handicap »**

Afin de conseiller au mieux les professionnels et gestionnaires de sites et d'équipements d'accueil du public souhaitant obtenir le label « Tourisme et Handicap », cette deuxième phase consiste à mettre en oeuvre un dispositif collectif d'accompagnement et d'appréciation des projets spécifiques à la Camargue, dans le cadre du programme de développement du label Tourisme et Handicap piloté par le CDT 13.

<b>LANCEMENT</b>	<b>DUREE</b>
Délai 2	2012 à 2015
<b>MAITRE D'OUVRAGE</b>	<b>PARTENAIRES TECHNIQUES</b>
Parc naturel régional de Camargue en collaboration avec le Comité Départemental du Tourisme 13	Association Tourisme et Handicap et autres associations oeuvrant pour la prise en compte des handicaps (APF...), communes (commissions de sécurité), Chambre de Commerces et d'Industrie du Pays d'Arles
<b>RESSOURCES FINANCIERES ET/OU HUMAINES</b>	<b>PARTENARIATS FINANCIERS</b>
10 000 à 15 000 € + Ingénierie Parc (temps passée)	Conseil Régional PACA Conseil Général 13
<b>SUIVIT ET EVALUATION</b>	
<b>Indicateurs de résultats :</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de professionnels sensibilisés à la démarche : 8 à 10</li> <li>• Nombre d'établissements et de sites engagés dans une démarche de labellisation « Tourisme et Handicap » : 3 à 4</li> </ul>	

## FICHE ACTION 13

### Amélioration de l'organisation des loisirs de pleine nature et des activités nautiques et littorales

AXE 3 = Mieux répartir l'activité touristique sur l'ensemble du delta

Objectif 3.1. Améliorer la gestion des espaces littoraux et naturels à forte pression touristique

REFERENCES au projet de Charte du Parc 2010/2022

**Article 7.3.** Répartir la fréquentation dans l'espace et dans le temps

**Article 8.1.** Limiter et maîtriser l'accès aux sites sensibles

#### CONTEXTE

Les activités sportives ou de loisirs de pleine nature sont de plus en plus prisées par les visiteurs. Ces pratiques sont souvent considérées comme génératrices d'une prise de conscience à la fragilité des milieux et permettent une meilleure prise en compte de l'espace naturel. Pour autant, compte tenu de la concentration de certaines formes de loisirs de pleine nature et d'activités nautiques à des moments précis de l'année, et sur des espaces naturels sensibles, certaines activités peuvent se révéler dangereuses lorsque la pratique est abusive et irrespectueuse et lorsqu'elles se caractérisent par une absence flagrante d'encadrement et d'organisation.

Par ailleurs, la pratique croissante de certains loisirs motorisés (quads notamment) ne fait que renforcer ce sentiment d'inorganisation et de risque de dégradation des espaces les plus sensibles.

Afin de permettre une pratique plus éthique et minimiser au maximum les impacts potentiels sur les espaces naturels et le littoral, d'améliorer l'organisation, l'encadrement des loisirs de pleine nature et les activités nautiques une réflexion de fond est envisagée à l'échelle de la Camargue.

#### OBJECTIF DE L'ACTION

- Organiser et encadrer l'offre de loisirs de pleine nature et des activités nautiques
- Aboutir à un meilleur partage de l'espace entre les différents usagers
- Sensibiliser à la préservation des espaces naturels sensibles et améliorer les comportements des pratiquants des loisirs de pleine nature
- Limiter les impacts négatifs liés aux pratiques abusives ou proscrites dans les espaces naturels (véhicules motorisés notamment)
- Permettre une meilleure utilisation des loisirs de pleine nature comme support de découverte et de valorisation de l'espace naturel

#### DESCRIPTION DE L'ACTION

##### **Phase 1 : Elaboration d'un schéma sur l'organisation des loisirs de pleine nature et des activités nautiques**

Dans un premier temps, ce travail consistera à mieux identifier les pratiques et loisirs de nature afin de savoir, quelles sont les activités pratiquées, sur quelles parties du territoire, qui sont les pratiquants, comment et pourquoi pratiquent ils ces activités ?

Les réponses à ces questions permettront ensuite de mieux comprendre les attentes de ces publics, d'identifier les pratiques respectueuses et celles qui ne le sont pas, et ainsi définir les principaux enjeux en terme d'impacts sur les espaces sensibles et de conflits d'usages.

Dans un second temps, il s'agira de définir de manière partagée quelles sont les filières de loisirs de pleine nature prioritaires à organiser et les activités à proscrire en fonction des différents types d'espaces, et quels sont les dispositifs d'accompagnement à mettre en oeuvre pour répondre aux choix qui seront faits.

## Phase 2 : Sensibilisation des professionnels de loisirs de pleine nature et des pratiquants

La sensibilisation des professionnels et des pratiquants (visiteurs et habitants) est envisagée dans le cadre d'une « charte de bonne conduite » sur la pratique des loisirs de pleine nature et des activités nautiques.

Cet outil aura notamment pour vocation :

- d'affirmer la volonté conjointe des prestataires et des usagers de s'engager sur des pratiques éthiques et responsables, respectueuses de la préservation des milieux naturels,
- de rappeler les conditions dans lesquelles les activités doivent être pratiquées (zones protégées, espaces dédiés, partagés et interdits, règles de sécurité, recommandations...)
- d'améliorer les relations entre les différents usagers

LANCEMENT	DUREE
Délai 3	2013 à 2015
MAITRE D'OUVRAGE	PARTENAIRES TECHNIQUES
Parc naturel régional de Camargue	Communes, services de l'Etat concernés, CDT13, Professionnels de loisirs de pleine nature et des activités nautiques, Représentants des Fédérations sportives Association de protection de la nature, Offices de tourisme...
RESSOURCES FINANCIERES ET/OU HUMAINES	PARTENARIATS FINANCIERS
30 000 à 35 000 € + Ingénierie Parc (temps passé)	Conseil Régional PACA Conseil Général 13 Etat Programmes européens (FEDER...)
SUIVIT ET EVALUATION	
<b>Indicateurs de résultats :</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Réalisation du Schéma sur l'organisation des loisirs de pleine nature et des activités nautiques</li></ul>	

## FICHE ACTION 14

### Organisation du stationnement sur la plage de Piémanson par l'aménagement d'une aire naturelle de stationnement

AXE 3 = Mieux répartir l'activité touristique sur l'ensemble du delta

Objectif 3.1. Améliorer la gestion des espaces littoraux et naturels à forte pression touristique

REFERENCES au projet de Charte du Parc 2010/2022

**Article 7.3.** Répartir la fréquentation dans l'espace et dans le temps

**Article 8.1.** Limiter et maîtriser l'accès aux sites sensibles

**Article 11.1.2.** Repenser les déplacements en fonction des spécificités de la Camargue

### CONTEXTE

La plage de Piémanson est située sur la commune d'Arles, à une quarantaine de kilomètres de la ville et à 10 kilomètres du village de Salin-de-Giraud. Elle s'étend sur un linéaire côtier d'environ 10 kilomètres entre le Grand Rhône et la Pointe de la Courbe et constitue, avec la partie ouest de la Camargue, l'un des rares secteurs encore naturels du littoral méditerranéen.

Depuis plus de 30 ans, la plage de Piémanson est le siège d'une fréquentation touristique non maîtrisée (camping sauvage, circulation et stationnement de véhicules motorisés). Aussi, cette situation est en contradiction avec les réglementations en vigueur et dégrade des milieux littoraux fragiles, avec :

- un tassement de l'arrière plage,
- une fragilisation du milieu dunaire, notamment par le stationnement des caravanes et des véhicules, le piétinement ainsi que la destruction directe des dunes par le passage répété de véhicules tout terrains,
- une fragilisation de milieux aquatiques adjacents.

Cette fréquentation non maîtrisée entraîne également des risques en matière de sécurité :

- risques accrus d'accidents liés à la circulation
- problèmes de salubrité publique en l'absence d'installations sanitaires
- impact paysager dû au stationnement de centaines de véhicules
- dangerosité liée aux emplacements et aux risques d'incendies

A partir de 2006, une réflexion a donc été menée par le Parc afin d'examiner les modalités de réalisation d'une aire naturelle de stationnement. En 2009, une étude de portance des sols a été engagée pour préciser les contraintes techniques de réalisation de l'aire en arrière plage, côté ouest, sur la basse de Quenin (actuellement propriété des Salins du Midi).

### OBJECTIF DE L'ACTION

Cet aménagement doit permettre de répondre à plusieurs objectifs :

- Libérer le domaine public maritime des usages illégaux
- Maîtriser la fréquentation littorale
- Préserver et restaurer les habitats dunaire
- Augmenter la sécurité des biens et des personnes
- Améliorer l'hygiène et la qualité de la plage
- Rendre un fonctionnement naturel aux plages de l'embouchure du Rhône
- Valoriser le potentiel touristique du village de Salin-de-Giraud

## DESCRIPTION DE L'ACTION

### Phase 1 : Etudes préalables complémentaires

Sur la base des premières études engagées en 2006 et 2009, l'aménagement de l'aire naturelle de stationnement nécessite des études préalables complémentaires au plan réglementaire (études d'impact, d'incidence, enquête publique) et au plan technique en vue d'arrêter définitivement la nature et le montant des travaux à effectuer (mission de maîtrise d'œuvre).

### Phase 2 : Aménagement de l'aire naturelle stationnement en arrière de plage

La création de l'aire est envisagée en arrière plage, côté ouest, sur la baisse de Quenin (actuellement propriété des Salins du Midi). Si le projet définitif sera élaboré lors de la mission de maîtrise d'œuvre, les principes aménagements sont les suivants :

- l'accès à la plage côté est sera limité aux secours et aux pêcheurs professionnels, ce qui nécessitera le renforcement de la surveillance et l'entretien régulier des dispositifs de protection (ganivelles, pieux..) interdisant l'accès aux véhicules ; ce dispositif permettra une meilleure préservation des milieux naturels sur le secteur est de la plage, ainsi qu'une amélioration des conditions de sécurité ;
- le balisage et la protection de l'itinéraire d'accès (RD 36d) avec des barrières en bois empêcheront également le stationnement « sauvage » ;
- d'une capacité maximale de près de 1 500 véhicules et d'une superficie de 5,75 hectares, l'aire naturelle de stationnement aménagée côté ouest sera, sera divisée en 3 zones distinctes (automobiles, camping-cars, et espace naturistes) ;
- la réalisation de places de stationnement réservées aux handicapés près de la route permettra l'accès à la plage près du poste de secours avec l'aménagement d'installations de baignade adaptées (rampes spécifiques).

### Phase 3 : Suivi et valorisation de l'aménagement

Avant et pendant la réalisation des aménagements, une signalétique sera installée sur le site afin d'expliquer la démarche aux personnes se rendant sur les lieux.

Par ailleurs, dans la mesure où l'aire de stationnement répond à des logiques de capacité d'accueil étalées sur l'ensemble d'une année, un système de navettes est envisagé en période estivale depuis le village de Salin-de-Giraud jusqu'à la plage de Piémanson. Cette alternative présente deux intérêts majeurs : d'une part, elle permettra de maîtriser davantage les flux avec des modes de déplacements collectifs (si possible en mode doux) les déplacements sur le site ; et d'autre part, elle permettra au village de Salin-de-Giraud de bénéficier davantage de l'activité balnéaire générée par la plage de Piémanson.

LANCEMENT	DUREE
Délai 1	2010 à 2015
MAITRE D'OUVRAGE	PARTENAIRES TECHNIQUES
Parc naturel régional de Camargue	Services de l'Etat (DDE 13, Sous-Préfecture...), commune d'Arles, Communauté d'Agglomération ACCM, Conservatoire du Littoral, Compagnie des Salins du Midi
RESSOURCES FINANCIERES ET/OU HUMAINES	PARTENARIATS FINANCIERS
> 2 000 000 € + Ingénierie Parc (temps passé)	Conseil Régional PACA, Conseil Général 13 Etat Programmes européens (FEDER)

## SUIVIT ET EVALUATION

### Indicateurs de résultats :

- Réalisation de l'aire naturelle de stationnement



## FICHE ACTION 15

### Sensibilisation des visiteurs à la fragilité des sites et au respect des espaces les plus sensibles au travers de la « Brigade verte du Parc »

AXE 3 = Mieux répartir l'activité touristique sur l'ensemble du delta

Objectif 3.1. Améliorer la gestion des espaces littoraux et naturels à forte pression touristique

REFERENCES au projet de Charte du Parc 2010/2022

**Article 7.3.** Repartir la fréquentation dans l'espace et dans le temps

**Article 8.1.** Limiter et maîtriser l'accès aux sites sensibles

**Article 8.2.** Augmenter les contrôles pour mieux faire respecter la réglementation sur le territoire

#### CONTEXTE

Les infractions, en matière de circulation des véhicules à moteur, de rejets dans le milieu naturel, de braconnage sur la pêche et la chasse, sont en augmentation. Considérant que ces manquements portaient atteinte à la qualité du cadre de vie, la population Camarguaise a exprimé son attente de renforcement des contrôles à l'initiative du Parc, avec la mise en place d'éco-gardes, regroupés au sein d'une « Brigade verte du Parc »

La création de cette « Brigade verte du Parc » pourrait également permettre une meilleure sensibilisation des visiteurs, et prévenir ainsi, d'éventuels dommages causés par une méconnaissance des lieux.

#### OBJECTIF DE L'ACTION

- Exercer une veille continue sur les atteintes à l'environnement, avec signalement aux autorités compétentes.
- Assurer le bon respect des mesures pour veiller au respect des écosystèmes fragiles.
- Sensibiliser à l'application des réglementations en matière de protection.

#### DESCRIPTION DE L'ACTION

##### Phase 1. Formation des éco-gardes en vue de leur assermentation

La formation des éco-gardes est un préalable important et nécessaire pour la mise en place d'une brigade verte efficace et sensibilisée aux problématiques territoriales locales. Dans la mesure où ces agents disposeront d'une assermentation spécifique en matière de police de l'environnement, il convient de les former sur les enjeux de préservation propres à ce territoire deltaïque, et de constituer ainsi une équipe efficace et dynamique..

##### Phase 2. Sensibilisation des usagers

Au-delà de leur mission de protection, les éco-gardes assureront la sensibilisation des usagers (visiteurs et habitants) au respect de la réglementation en matière d'environnement. Celle-ci se fera à l'occasion des tournées de surveillances. A certaines périodes de l'année où la pression touristique est plus importante, les effectifs pourront être renforcés.

Le facteur humain révèle une importance particulière : l'éco-garde fait le lien entre l'espace protégé et le visiteur, pouvant ainsi expliquer les raisons d'une interdiction aux personnes. L'ouverture d'un dialogue permet souvent de faire passer un message qui ne serait pas perçu, le cas échéant. La sensibilisation devra donc se faire dans une approche pédagogique et d'échange.

LANCEMENT	DUREE
Délai 3	2013 à 2015
MAITRE D'OUVRAGE	PARTENAIRES TECHNIQUES
Parc naturel régional de Camargue	Services de l'Etat exerçant un pouvoir de police de l'environnement, communes, organismes de formation
RESSOURCES FINANCIERES ET/OU HUMAINES	PARTENARIATS FINANCIERS
90 000 à 120 000 €	Conseil Régional PACA, Conseil Général 13, Communes, Etat
SUIVIT ET EVALUATION	
<b>Indicateurs de résultats :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de postes d'éco-gardes créés : 1 à 2</li> </ul>	

## FICHE ACTION 16

### Amélioration de la circulation sur le territoire en favorisant le développement de transports alternatifs en « mode doux »

AXE 3 = Mieux répartir l'activité touristique sur l'ensemble du delta

Objectif 3.2. Maîtriser la répartition des flux dans l'espace et dans le temps

REFERENCES au projet de Charte du Parc 2010/2022

**Article 7.3.** Répartir la fréquentation dans l'espace et dans le temps

**Article 8.1.** Limiter et maîtriser l'accès aux sites sensibles

**Article 11.1.2.** Repenser les déplacements en fonction des spécificités de la Camargue

#### CONTEXTE

Les réseaux et les infrastructures de transport des Bouches-du-Rhône sont particulièrement bien développés. Dans ce contexte, le delta du Rhône est loin d'être isolé. En effet, on compte deux aéroports à proximité d'Arles (Nîmes et Marseille), une gare ferroviaire à Arles, un axe autoroutier (A54) qui longe le nord du territoire, une gare routière à Arles, trois ports de plaisance à Port-Saint-Louis-du-Rhône et un aux Saintes-Maries-de-la-Mer.

Malgré une bonne desserte externe du territoire qui facilite l'arrivée en Camargue, la desserte interne montre des faiblesses et s'avère plutôt problématique notamment pour le transport vers les différents hameaux en transport collectifs, ou pour la découverte sans voiture du delta. Le secteur des transports se structure principalement autour « d'Arles Centre » qui regroupe l'essentiel des prestataires et des équipements. Les transports, qui plus est en mode doux, constituent une dimension importante en matière de développement durable du tourisme. Sur le territoire du Parc, ils s'avèrent problématiques car peu développés et le recours à la voiture individuelle est encore le mode de déplacement le plus courant générant des flux importants en période estivale.

Face à ce constat, le Parc a défini en 2007 un « Plan stratégique de déplacements » permettant de retenir des grands principes d'aménagement des voies de communication, et à partir duquel il convient d'inciter au développement de solutions de transports alternatives, écologiques, durables et permettant une meilleure découverte du territoire.

#### OBJECTIF DE L'ACTION

- Sécuriser les axes routiers et rendre le territoire accessible aux transports collectifs
- Susciter l'expérimentation de nouveaux modes d'organisation des déplacements limitant le recours aux transports individuels motorisés
- Favoriser le développement des déplacements alternatifs en mode doux
- Promouvoir l'intermodalité (l'utilisation de plusieurs modes de transport au cours d'un même déplacement) en recherchant les interconnexions avec les transports publics.

#### DESCRIPTION DE L'ACTION

##### **Phase 1 : Elaboration d'un programme opérationnel pour la mise en œuvre du plan stratégique de déplacements favorisant les transports alternatifs et les modes doux**

Ce travail aura pour vocation d'identifier précisément le contenu et les modalités de mise en œuvre des principes pistes d'actions retenus dans le « Plan stratégique de déplacements du Parc » en fonction de leur degré de priorité :

- Réaménager les voies et sécuriser les points noirs
- Aménager et renforcer les infrastructures en faveur des vélos

- Mettre en place des arceaux vélos aux abords principaux sites touristiques
- Réaliser des parcs relais pour les vélos sur le territoire camarguais
- Développer les transports collectifs (fréquence, itinéraires touristiques) et instaurer un service de transport demande
- Développer la complémentarité bus/cars/vélos (tarification attractive + stationnement vélo dans les bus)
- Sécuriser, améliorer et matérialiser les arrêts de bus

## Phase 2 : Susciter et valoriser l'expérimentation pour le développement des modes de déplacements alternatifs et en mode doux

Afin de limiter le recours à la voiture individuelle et de permettre aux acteurs d'agir dans l'amélioration de la durabilité de leurs déplacements, le Parc :

- expérimentera sur ses propres sites d'accueil du public des dispositifs favorisant l'utilisation de modes de transports alternatifs (vélo, véhicules propres...)
- accompagnera et valorisera les initiatives de professionnels ou d'associations citoyennes, en faveur du développement des transports en mode doux.

LANCEMENT	DUREE
Délai 2	2012 à 2015
MAITRE D'OUVRAGE	PARTENAIRES TECHNIQUES
Parc naturel régional de Camargue Communes, Communauté d'agglomération ACCM, SAN Ouest Provence Conseil Général 13	Communes, Communauté d'agglomération ACCM, SAN Ouest Provence, Conseil Général 13, Conseil Régional PACA, ADEME...
RESSOURCES FINANCIERES ET/OU HUMAINES	PARTENARIATS FINANCIERS
100 000 à 120 000 € + Ingénierie Parc (temps passé)	Conseil Régional PACA Conseil Général 13 Communes, Communauté d'agglomération ACCM, SAN Ouest Provence ADEME, Etat
SUIVIT ET EVALUATION	
<b>Indicateurs de résultats :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Réalisation du programme opérationnel pour la mise en œuvre du plan stratégique de déplacements favorisant les transports alternatifs et les modes doux</li> <li>• Nombre de réalisations/projets en matière de transports alternatifs et en mode doux : 2 à 3</li> </ul>	

## FICHE ACTION 17

### Mise en œuvre de la charte signalétique du Parc à travers l'élaboration d'un Plan de jalonnement et d'un schéma directeur de RIS

AXE 3 = Mieux répartir l'activité touristique sur l'ensemble du delta

Objectif 3.2. Maîtriser la répartition des flux dans l'espace et dans le temps

REFERENCES au projet de Charte du Parc 2010/2022

**Article 7.3.** Repartir la fréquentation dans l'espace et dans le temps

**Article 8.1.** Limiter et maîtriser l'accès aux sites sensibles

**Article 11.3.4.** Lutter contre les points noirs paysagers

#### CONTEXTE

En Camargue, l'état de la signalisation et l'implantation de panneaux d'information se caractérisent par :

- un manque de cohérence et de lisibilité dans la signalisation existante (panneaux de jalonnement...),
- une certaine anarchie des enseignes et pré enseignes des commerces, des équipements d'accueil du public et des mas (multiplication de panneaux, non respect des normes, incidence paysagère forte...),
- l'absence de signalisation pour la découverte et la valorisation des sites d'où une mauvaise perception de la notion d'espace protégé par le visiteur,
- une mauvaise coordination entre les différents intervenants (Parc, Direction Départementale de l'Equipement, collectivités locales, gestionnaires des sites, propriétaires).

Face à ce constat, le Parc s'est engagé dans un premier temps, et ce jusqu'en 2009, dans l'élaboration d'une charte signalétique. Conçue comme un outil d'information et d'aide à la décision, la « charte signalétique du Parc naturel régional de Camargue » se veut être un cadre de référence à l'attention des élus, des décideurs locaux, des acteurs socioprofessionnels et des habitants du territoire, dans la perspective d'une signalisation de qualité valorisant la Camargue et ses activités humaines.

La « charte signalétique du PNRC » comprend les points suivants :

- un rappel de la réglementation d'usage concernant les enseignes, les pré-enseignes et la micro signalétique (barrettes) en agglomération, et notamment l'obligation pour les communes de mettre en place une Zone de Publicité Restreinte (ZPR) pour légaliser certains types de supports ;
- un rappel de la réglementation d'usage concernant le jalonnement et les Relais Information Service (RIS) ;
- des préconisations graphiques et de matériaux pour la réalisation des pré-enseignes dérogatoires et des Relais Information Service (RIS) en et hors agglomération.

#### OBJECTIF DE L'ACTION

- Accompagner le développement économique du territoire et améliorer l'information des visiteurs, tout en respectant les paysages emblématiques de Camargue,
- Aboutir au respect de la réglementation nationale en matière de signalisation et de publicité dans un territoire à forte valeur paysagère et patrimoniale,
- Améliorer l'orientation et la circulation sur le territoire du Parc en relation avec le Plan Stratégique de Déplacement,
- Harmoniser les modes de présentation de la signalétique sur la zone du Parc.

## DESCRIPTION DE L'ACTION

La mise en œuvre des principes de la charte signalétique nécessite désormais la conduite d'un travail complémentaire avec **l'élaboration d'un Plan de jalonnement et d'un Schéma directeur de RIS (Relais Informations Services)** permettant de définir un programme territorial de signalisation.

### 1. Le jalonnement

- Il comprend la signalisation de direction / la signalisation d'indication (panneaux type CE) / la signalisation de localisation / la signalisation d'information culturelle et touristique / les itinéraires touristiques / la signalisation d'information service (R.I.S.)
- Il est toujours du ressort du gestionnaire de la voirie.
- Sa forme et son esthétique sont réglementées par la loi.

### 2. Les RIS

- Les RIS sont des mobiliers urbains qui permettent de limiter le jalonnement en regroupant des informations utiles.
- Ils sont un moyen pour une commune de rassembler des activités commerciales, artisanales et industrielles, activités dérogoatoires ou non.
- Ils sont mis en place après réalisation d'un schéma directeur de RIS.

### 2. Fonctions du Plan de jalonnement et du Schéma directeur de RIS

- L'élaboration d'un plan de jalonnement ne signifie pas démultiplication du nombre de panneaux de jalonnement. La fonction première de ce plan est de hiérarchiser l'information et d'identifier celle que l'on souhaite voir figurer sur d'autres types de panneaux. C'est pourquoi le schéma directeur de RIS est mené parallèlement au plan de jalonnement.
- Le plan de jalonnement permettra également d'apporter des réponses aux questions qui se posent dans la pratique concernant la nature et les obligations du gestionnaire de la voirie (notamment pour les voies hors agglomération).
- La définition d'un plan de jalonnement et d'un schéma directeur de RIS permettra donc de réfléchir et de préciser qui a en charge l'implantation, l'entretien, la gestion et la maintenance des panneaux identifiés comme nécessaires.

Ce programme territorial de signalisation sera également complété par une mission permanente de conseil du Parc permettant de mettre en œuvre les préconisations de la charte signalétique, reposant sur :

- Des actions de sensibilisation des acteurs et professionnels du territoire avec :
  - la diffusion dans les lieux publics d'information (mairies et bureau annexes, siège du Parc...) des documents de sensibilisation et de préconisations de la charte signalétique, et de dépliants thématiques à destination des principaux acteurs économiques du territoire (commerce, artisanat, produits du terroir, services, restaurants, hébergements, sites naturels et sites d'accueil du public...)
  - des réunions publiques d'informations à destination des professionnels et des acteurs concernés.
- Un accompagnement personnalisé des professionnels pour l'adoption de panneaux de signalisation conformes à la réglementation et aux préconisations graphiques du Parc.

LANCEMENT	DUREE
Délai 1	2010 à 2015
MAITRE D'OUVRAGE	PARTENAIRES TECHNIQUES
Parc naturel régional de Camargue	Communes d'Arles et des Saintes-Maries-de-la-Mer, ministère de l'Équipement, Service Départemental de l'Architecture et du Patrimoine, Direction des routes du Conseil Général 13, SAUE, CCI du Pays d'Arles, Chambre d'Agriculture 13, offices de tourisme

RESSOURCES FINANCIERES ET/OU HUMAINES	PARTENARIATS FINANCIERS
20 000 à 25 000 € + Ingénierie Parc (temps passé)	Conseil Régional PACA Conseil Général 13 Etat
SUIVIT ET EVALUATION	
<p><b>Indicateurs de résultats :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Réalisation du Plan de jalonnement et du Schéma directeur de RIS</li> </ul>	

## FICHE ACTION 18

### Evaluation de l'activité et la fréquentation touristique

AXE 3 = Mieux répartir l'activité touristique sur l'ensemble du delta

Objectif 3.2. Maîtriser la répartition des flux dans l'espace et dans le temps

REFERENCES au projet de Charte du Parc 2010/2022 :

**Article 7.3.** Repartir la fréquentation dans l'espace et dans le temps

**Article 8.1.** Limiter et maîtriser l'accès aux sites sensibles

**Article 13.2.** Faire de l'Observatoire Camargue l'outil de référence du delta

#### CONTEXTE

Les évaluations actuelles situent la fréquentation touristique de la Camargue à plusieurs centaines de milliers de visiteurs par an. Toutefois, le Parc ne dispose pas d'éléments suffisants sur la fréquentation touristique. En effet, le nombre et l'origine des visiteurs, leurs attentes, leurs souhaits, l'organisation de leur séjour, leur degré de satisfaction et leurs demandes sont peu ou mal connues. Par ailleurs, les flux touristiques générés sur certains sites naturels sensibles (littoral notamment) induisent en grande partie les actions à mener et les aménagements à privilégier. Enfin, la connaissance de l'offre et son évolution sur le territoire se révèlent tout aussi importantes pour l'ensemble des acteurs intervenant dans le domaine du tourisme.

En 2006 et 2007, un travail d'évaluation de la demande et de connaissance de l'offre et des retombées de l'activité touristique sur l'économie locale ont permis d'avoir une première vision du tourisme en Camargue. Néanmoins, ce type de démarches nécessitent d'être poursuivis et/ou reconduits sur des périodes pertinentes afin d'adapter et évaluer l'action du Parc et des acteurs au regard de la stratégie de tourisme durable définie.

#### OBJECTIF DE L'ACTION

- Identifier et qualifier la fréquentation et la demande (nombre de visiteurs, flux, fréquence des déplacements, types de publics, durée du séjour...);
- Répondre aux attentes du public sans porter atteinte aux équilibres naturels et aux activités humaines;
- Mesurer et anticiper les évolutions de l'économie touristique sur le territoire; en étudiant les attentes et les comportements des visiteurs en séjour ou en excursion (profil, pratiques, motivations, fidélisation...);
- Etablir des seuils de fréquentation ou d'aménagement touristique en fonction des flux observés;
- Disposer d'outils d'aide à la décision quant aux interventions du Parc et de ses partenaires au regard de la stratégie de tourisme durable retenue

#### DESCRIPTION DE L'ACTION

##### Phase 1 : Evaluation de l'offre touristique et des activités induites par le tourisme

Les connaissances acquises sur l'offre touristique nécessiteront une réactualisation des informations collectées et des analyses menées en 2006, notamment à partir des données du système d'information touristique PATIO mis en place par le CDT 13 :

- nature et la répartition de l'offre (hébergements marchands, non marchands, activités, équipements...);
- nature des prestations proposées ou commercialisées par les différents acteurs touristiques (accueil, informations, restauration, hébergement, activités, ...);
- prise en compte de la préservation de l'environnement dans l'offre touristique, (hébergements, activités et de séjours de « pleine nature », information diffusée auprès des visiteurs, gestion



environnementale des entreprises touristiques.).

- positionnement concurrentiel du Parc en matière de tourisme de découverte en terme :
  - de destination (par rapport au reste du département des Bouches-du-Rhône et de la région PACA, au département du Gard et à la région Languedoc Roussillon, et au niveau national et international vis-à-vis d'autres Parcs naturels régionaux ou des Parcs nationaux) ;
  - de démarches qualités et de qualification de l'offre (classements, certifications, chartes nationales, qualifications Gîtes Panda, Hôtels au naturel, marque Parc naturel régional...).

Ce type d'évaluation est relativement coûteux en temps et en moyens pour une structure comme le Parc ; aussi, elle ne peut être envisagée que sur des périodes minimales de 5 ans.

### **Phase 2 : Evaluation de la demande et de la fréquentation touristique**

L'évaluation de la demande (initiée en 2007) sera menée dans le cadre du dispositif régional d'observation des clientèles touristiques mis en oeuvre par le CDT 13, en collaboration avec le CRT PACA et les autres CDT de la région. L'objectif de ce travail est d'apporter des informations clés d'aide à la décision opérationnelle ou stratégique mais aussi de mesurer et développer l'attractivité de chaque territoire en fonction des attentes des cibles de clientèle.

Sur la Camargue, des points d'enquête (auto-administrée) pourront être répartis sur les différents sites d'accueil du public et de découverte. Aussi, cette approche départemental et régionale permettra au Parc :

- de développer un dispositif d'enquête approprié, cohérent et non isolé,
- de mutualiser les ressources et les méthodes,
- de disposer d'outils d'évaluation et de comparaison avec d'autres territoires,
- de s'inscrire dans une démarche pérenne et non ponctuelle.

### **Phase 3 : Evaluation expérimentale des flux touristiques sur les espaces littoraux et naturels sensibles**

Ce travail vise à mesurer les incidences et les impacts éventuels des flux touristiques sur des espaces littoraux et naturels sensibles (plages de Piémanson et Beauduc notamment) et mener des actions correctives et préventives (accès prévus, modes de transports autorisés...). Il s'appuiera sur l'expérimentation d'outils de mesure et d'observation in situ (éco-compteurs, comptage et reports cartographiques, photos aériennes...).

L'ensemble des phases pourra faire l'objet d'un accompagnement technique de la part du CDT 13 (notamment dans le cadre du dispositif départemental TEMA ).

<b>LANCEMENT</b>	<b>DUREE</b>
Délai 1	2010 à 2015
<b>MAITRE D'OUVRAGE</b>	<b>PARTENAIRES TECHNIQUES</b>
Parc naturel régional de Camargue et CDT 13	CRT PACA, Offices de tourisme, CCI du Pays d'Arles, gestionnaires des sites d'accueil et de découverte, professionnels
<b>RESSOURCES FINANCIERES ET/OU HUMAINES</b>	<b>PARTENARIATS FINANCIERS</b>
80 000 à 75 000 € + Ingénierie du Parc (temps passé)	Conseil Régional PACA Conseil Général 13 Etat / Programme européens (FEDER)
<b>SUIVIT ET EVALUATION</b>	
<b>Indicateurs de résultats :</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Réalisation d'une évaluation de l'offre</li> <li>• Réalisation d'une enquête de clientèles</li> <li>• Nombre de sites littoraux et naturels sensibles faisant l'objet d'une expérimentation d'outils de mesure et de gestion des flux : 2</li> </ul>	

## FICHE ACTION 19

### Mise en œuvre des premières actions de stratégie de la communication du Parc

Axe 4 = Véhiculer une image cohérente et dynamique de l'espace, en s'appuyant sur la préservation de l'environnement et l'identité culturelle lié à une zone deltaïque

Objectif 4.1. dégager une image forte et cohérente de la destination

REFERENCES au projet de Charte du Parc 2010/2022

**Article 9.** Valoriser les traditions vivantes et la diversité des identités par la création et l'échange

**Article 9.1.** Transmettre la culture camarguaise et recueillir la mémoire des métiers en mutation

**Article 14.1.1** Adapter les outils de sensibilisation et de connaissance en fonction des publics

### CONTEXTE

La destination Camargue bénéficie d'une renommée internationale et est facilement associé au mythe de la Camargue sauvage, aux grands espaces. Pourtant, l'idée que l'on s'en fait est en bien souvent en décalage avec la réalité. Le territoire, comme la destination « Camargue » a besoin d'une unité dans sa communication pour « faire sens » à l'intérieur et en dehors du territoire. Cette unité ne peut prendre pleinement tout son sens que si la communication s'appuie sur un message cohérent et partagé par toutes les actions du territoire.

Si la Camargue est mondialement connue, le territoire du Parc naturel régional de Camargue et la structure qui le gère, sont globalement méconnus ou « mal connus ». En effet, on constate, hormis les confusions avec le sens commun de Parc, une mauvaise connaissance de ses actions, de son rôle et de son fonctionnement. Il apparaît, généralement que ceux qui connaissent le Parc, sont ceux qui en ont « besoin ». Il est important que le Parc développe sa communication pour être mieux compris et mieux perçu.

Pour ce faire, le Parc a élaboré en 2009 une stratégie de communication permettant de mieux informer et d'être à l'écoute des ses interlocuteurs. Aussi, plusieurs actions issues de cette stratégie seront menées en priorité.

### OBJECTIF DE L'ACTION

- Améliorer l'image et l'identité du Parc
- Permettre une meilleure compréhension de l'action du Parc et de son intérêt sur le territoire
- Améliorer l'image de la destination « Camargue »
- Donner les clés de compréhensions du territoire aux visiteurs, ainsi qu'aux personnes du territoire
- Valoriser l'espace de façon plus cohérente
- Améliorer la communication entre les différents organes et structures de communication afin d'unifier le message à véhiculer

### DESCRIPTION DE L'ACTION

Les premières actions qui seront conduites reposent sur une synergie de messages, d'identité visuelle, de qualité des supports, de cohérence d'action et d'organisation. Celles-ci dépassent largement le champ du tourisme, mais y contribue directement dans la mesure où leur mise en œuvre jouera un rôle majeur dans les processus de mise en tourisme de la destination « Parc naturel régional de Camargue ».

#### 1. Définition d'une identité visuelle et d'une charte graphique pour le Parc

L'absence d'identité visuelle rend difficile pour les publics la reconnaissance et l'appropriation du Parc à travers des documents qui présentent peu de similitudes entre eux. Par l'absence de communication globale et le nombre d'informations particulières, le Parc peut donner l'image d'un établissement dont les actions sont

éparpillées.

La définition d'une identité visuelle et la mise en place d'une charte graphique sont une étape fondamentale pour valoriser l'identité du Parc et élaborer les documents de communication et d'information reconnaissables au premier coup d'œil. C'est pourquoi il est fondamental que le Parc se dote d'une identité visuelle avec une charte graphique adaptée pour renforcer son identité globale, la cohérence de son information et bénéficier d'une meilleure visibilité et lisibilité de ses actions.

Ce travail reposera sur les phases suivantes :

- Création d'un principe visuel fort pour marquer l'identité du Parc de Camargue : ambiance graphique particulière, liée aux images, couleurs, typographies et règles de mise en espace qui seront appliquées de façon systématique dans les différents supports communication du Parc.
- Mise au point des déclinaisons pour les différentes composantes de la communication visuelle du Parc : communication des équipements d'accueil du Parc, supports institutionnels, supports évènementiels, documents administratifs...
- Formalisation de cet ensemble de règles au sein d'une charte graphique détaillée (règles d'utilisation des polices de caractères, du logo et de mise en espace (marges, textes...)).

## 2. Refonte du site internet du Parc

La refonte du site internet actuel du Parc doit permettre d'affirmer l'identité du Parc en tant qu'organisme, en tant que territoire et dans son ensemble en expliquant ses missions, ses objectifs, ses positionnements, en promouvant ses valeurs et en valorisant ses atouts. C'est pourquoi le future site s'adressera à la fois aux visiteurs, aux habitants et aux organismes partenaires du Parc.

Ce travail reposera sur les phases suivantes :

- Amélioration de l'ergonomie du site : meilleure organisation de l'information / reconfiguration du système de navigation / reconfiguration du moteur de recherche / respect des normes d'accessibilité grâce à une structuration des pages (respect des normes accessiweb [http://www.accessiweb.org/fr/guide\\_accessiweb/guide-accessiweb-fiche-9-2.html](http://www.accessiweb.org/fr/guide_accessiweb/guide-accessiweb-fiche-9-2.html))
- Mise en conformité du contenu du site avec les objectifs définis dans la stratégie de communication du Parc : mise en évidence des 2 identités du Parc (organisme et territoire) / réécriture du contenu pour le rendre plus accessible et plus attrayant pour ses publics prioritaires (hiérarchisation du contenu textuel, lisibilité de l'action du Parc dans le quotidien des habitants...)
- Mise en conformité du site avec la nouvelle charte graphique du Parc de Camargue.

## 3. Réalisation d'un support de découverte et de bonnes pratiques

Cette action a pour but de faire mieux connaître le territoire du Parc, de faire connaître les missions du Parc, mais également d'améliorer la cohabitation entre visiteurs et acteurs du territoire.

Aussi, elle reposera sur les phases suivantes :

- Validation préalable de l'usage du support au regard de la stratégie de communication du Parc : nature de contenus à privilégier / publics visés / formats et types de supports / modalités et lieux de diffusion (libre ou à la vente...)
- Conception et réalisation d'un support :
  - permettant d'une part, de donner des clés de compréhension et d'interprétation du territoire et des activités humaines, de protection de la nature qui s'y exercent, dans une approche pédagogique et accessible ;
  - et conçu comme un «outil d'échange», entre visiteur et camarguais, où chacun reconnaît « l'utilité » de l'autre dans un souci d'échanges et de partage de valeurs, et de préservation « d'un bien commun »

LANCEMENT	DUREE
Délai 1	2010 à 2015
MAITRE D'OUVRAGE	PARTENAIRES TECHNIQUES
Parc naturel régional de Camargue	Elus, acteurs du tourisme (professionnels, offices du tourisme, organismes institutionnels...) habitants et

	associations, partenaires institutionnels et privés, gestionnaires des sites...
RESSOURCES FINANCIERES ET/OU HUMAINES	PARTENARIATS FINANCIERS
50 000 à 55 000 € + Ingénierie Parc (temps passé)	Conseil Régional PACA Conseil Général 13 Communes (ou offices de tourisme)
SUIVIT ET EVALUATION	
<p><b>Indicateurs de résultats</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Définition d'une identité visuelle et d'une charte graphique pour le Parc</li> <li>• Refonte du site internet du Parc</li> <li>• Réalisation d'un support de découverte et de bonnes pratiques</li> </ul>	

## FICHE ACTION 20

### Définition d'un programme d'aménagement pour la Maison du Parc dans une approche de qualité environnementale et d'accessibilité

Axe 4 = Véhiculer une image cohérente et dynamique de l'espace, en s'appuyant sur la préservation de l'environnement et l'identité culturelle lié à une zone deltaïque

Objectif 4.2. Permettre une meilleure interprétation, animation et sensibilisation des visiteurs et des professionnels

#### REFERENCES au projet de Charte du Parc 2010/2022

**Article 7.2.** Développer une offre d'accueil et des services touristiques à haute performance environnementale

**Article 7.3.** Repartir la fréquentation dans l'espace et dans le temps

**Article 14.1.1** Adapter les outils de sensibilisation et de connaissance en fonction des publics

#### CONTEXTE

Situé à Pont de Gau sur la commune des Saintes-Maries-de-la-Mer, le domaine de Ginès s'étend sur une superficie de 44 hectares et comprend le marais de Ginès. En bordure de ce même marais, la Maison du Parc ouverte au public en 1977, attirait annuellement jusqu'au milieu des années 2000, de 30 000 à 35 000 visiteurs qui venaient trouver des informations générales sur les milieux naturels et le patrimoine de Camargue ainsi que sur le Parc et ses actions.

Depuis sa fermeture au public en juillet 2007, pour des raisons de sécurité, la Maison du Parc est désormais un équipement désuet :

- ne permettant au Parc d'assurer pleinement ses mission d'accueil et d'information sur d'autres secteurs du territoire ;
- n'offrant plus un contenu en adéquation avec les attentes du public en terme de découverte.

Aussi le Parc a prévu d'engager une mission de programmation permettant de définir un projet ambitieux sur le site.

#### OBJECTIF DE L'ACTION

- Définir un programme ambitieux au plan fonctionnel, architectural et technique dans un souci de qualité environnementale des bâtiments et d'accessibilité aux personnes souffrant d'un handicap
- Evaluer le montant des travaux et d'investissements
- Préciser les modalités et les coûts de fonctionnement de l'équipement

#### DESCRIPTION DE L'ACTION

La définition du programme d'aménagement de la Maison du Parc repose sur plusieurs phases complémentaires

##### Définition du programme fonctionnel

Cette partie aura pour objectifs de recenser les attentes des différents partenaires, d'identifier les enjeux et d'apporter les réponses nécessaires en terme de fonctionnement et d'organisation interne au site autour d'un concept fédérateur et partagé. Le programme fonctionnel sera conçu et rédigé en étroite collaboration avec le maître d'ouvrage.

Il se traduira par :

- la réalisation d'une expertise du contexte touristique, économique et culturel du territoire
- l'élaboration d'un diagnostic du domaine de Ginès en fonction des enjeux de gestion milieux

naturels, des aménagements réalisés, des équipements existants ou non pour l'accueil du public et des différentes contraintes (réglementaires, sécuritaires, foncières, techniques, ...);

- la réalisation d'une étude approfondie de la demande permettant de dégager les grandes caractéristiques des clientèles potentielles et préciser les clientèles à cibler en priorité (grand public, scolaires, naturalistes/scientifiques...);
- l'analyse de quelques références comparables dans le domaine de l'accessibilité pour les publics souffrant de handicaps (moteur, déficience visuelle...) en vue de l'obtention du label national « Tourisme et Handicap »
- la définition d'un positionnement et d'un concept, porteur de sens et partagé par le Parc naturel régional de Camargue et la commune des Saintes-Maries-de-la-Mer : ce concept devra être ancré dans une démarche de protection du patrimoine naturel et de valorisation des activités humaines qui s'y rapportent, au travers d'une approche pédagogique
- la définition de plusieurs scénarii de contenu et la vocation des différents espaces voués à l'accueil du public ou privatifs, intérieurs ou extérieurs (information, exposition permanente, exposition temporaire, boutique, toilettes, espace de travail et de restauration pour le personnel, aires de stationnement...)
- l'élaboration d'un schéma fonctionnel d'aménagement et de fonctionnement pour le scénario retenu

### Définition du programme architectural et urbanistique

Cette partie déterminera les exigences architecturales et urbanistiques en fonction des contraintes réglementaires, techniques et fonctionnelles. Pour cela les points suivants seront abordés :

- localisation du bâtiment
- définition de l'emprise, volumétrie et prospect en fonction du PLU, PPRI, des servitudes et autres règles d'urbanisme
- définition de la surface utile et hors oeuvre nette
- définition de l'expression architecturale (architectonique, proposition de matériaux en façade...)
- prise en compte de la topographie et de la géologie
- prise en compte des réseaux existants

### Définition du programme technique et environnemental

Cette partie déterminera les prescriptions ainsi que les contraintes environnementales exigées et les solutions techniques à mettre en oeuvre au regard desdites contraintes. Le programme technique et environnemental fera l'objet de 2 à 3 propositions prenant compte la performance énergétique des bâtiments, ainsi que la qualité environnementale de la réalisation.

Ces scénarios devront bâtis au regard :

- de la charte CODEBAQUE- charte pour la qualité environnementale des opérations de construction et de réhabilitation en régions méditerranéennes édité par la Région PACA.
- des labels existants (type Haute Performance Energétique Rénovation, BBC, Effinergie...),
- des nouvelles dispositions prévues dans le projet de Loi Grenelle 2.

Chaque solution sera mise en regard d'un estimatif de coût pour une réhabilitation selon les techniques conventionnelles (réglementation en vigueur).

Ce comparatif permettra au maître d'ouvrage de retenir la solution la plus adaptée.

### Bilan prévisionnel de l'opération

Cette partie déterminera en fonction des types de solutions proposés (QE, autonome, à énergie positive...), le montant des dépenses (travaux, prestations intellectuelles, frais généraux, imprévus, rémunération d'un mandataire, révision de prix,...) ainsi que le montant des recettes éventuelles (subventions,...), afin d'établir un bilan de l'opération. Elle abordera également les dépenses et économies envisageables en terme de fonctionnement et de coût global (coûts d'exploitation, d'entretien et de maintenance).

LANCEMENT	DUREE
Délai 1	2010 à 2011
MAITRE D'OUVRAGE	PARTENAIRES TECHNIQUES
Parc naturel régional de Camargue	Communes et offices des Saintes-Maries-de-la-mer, Etat (Sous-Préfecture, SDAP), Conseil Régional PACA,

	Conseil Général/CDT 13, ADEME, CAUE 13
RESSOURCES FINANCIERES ET/OU HUMAINES	PARTENARIATS FINANCIERS
40 000 € + Ingénierie du Parc (temps passé)	Conseil Régional PACA Etat (FNADT)
SUIVIT ET EVALUATION	
<b>Indicateurs de réussite :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Définition du programme d'aménagement pour la Maison du Parc</li> </ul>	

## FICHE ACTION 21

### Elaboration d'un schéma d'accueil des publics dans les équipements et relais d'information du Parc

Axe 4 = Véhiculer une image cohérente et dynamique de l'espace, en s'appuyant sur la préservation de l'environnement et l'identité culturelle lié à une zone deltaïque

Objectif 4.3. Rendre visible et lisible l'offre

#### REFERENCES au projet de Charte du Parc 2010/2022

**Article 7.2.** Développer une offre d'accueil et des services touristiques à haute performance environnementale

**Article 7.3.** Repartir la fréquentation dans l'espace et dans le temps

**Article 9.1** Transmettre la culture camarguaise et recueillir la mémoire des métiers en mutation

#### CONTEXTE

A la fin des années 1970, deux sites d'accueil et d'information ont été mis en place par le Parc afin de diffuser aux visiteurs des informations générales sur la Camargue, les enjeux de préservation des milieux naturels, l'histoire du delta du Rhône et des activités humaines, ainsi que sur le Parc et ses actions :

- la Maison du Parc : voir précédemment ;
- et le Musée de la Camargue, labellisé Musée de France et placée sous l'autorité d'un conservatoire du patrimoine) : situé Mas du Pont du Pont de Rousty sur la commune d'Arles, attire chaque année plus de 20 000 visiteurs ; en l'absence d'autre relais d'information du Parc sur le territoire, le musée assure une véritable vocation de porte d'entrée et d'information générale sur la Camargue et le Parc.

Sur le reste du territoire, plusieurs autres équipements d'accueil, de découverte du patrimoine nature et culturel sont ouverts au public (La Capelière, Parc ornithologique du Pont de Gau, Marais du Vigueirat, Domaine de La Palissade, ou du Château d'Avignon...). Gérés par des organismes publics ou privés, ces équipements draient chaque année plusieurs milliers de visiteurs.

Pour autant, compte tenu de répartition des flux sur le territoire et le besoin de diffuser plus largement une information cohérente à l'échelle de la Camargue, en s'appuyant sur une véritable complémentarité des sites d'accueil et de leur contenu, une réflexion de fond doit être envisagée. Aussi, cette réflexion menée sur tout le territoire doit permettre d'aboutir à une vision commune entre l'ensemble des acteurs concernés (communes, offices de tourisme, gestionnaires de sites d'accueil...) et de définir un schéma d'accueil des publics « partagé par tous ».

#### OBJECTIF DE L'ACTION

- Assurer une meilleure efficacité entre les différents équipements et relais d'information du Parc et par rapport aux autres sites d'accueil existant sur le territoire.
- Réunir les conditions nécessaires et préciser les modalités d'aménagement et de fonctionnement des différents équipements et relais d'information du Parc à l'échelle du territoire.
- Rendre plus accessible et plus lisible l'information pour le public.
- Constituer de véritables pôles d'échanges entre les différents sites.

#### DESCRIPTION DE L'ACTION

Le schéma d'accueil des publics dans les équipements et relais d'information du Parc sera élaboré à partir de 3 phases complémentaires.

**Phase 1 : Etude sur l'efficacité des établissements d'accueil des publics existant sur le territoire du Parc**



Cette première phase aura pour objectifs de recenser les attentes des différents partenaires, d'identifier les enjeux et de réaliser et d'élaborer un concept fédérateur et partagé.

Aussi, elle se traduira par :

- la réalisation d'une expertise du contexte touristique, économique et culturel du territoire
- l'élaboration d'un diagnostic des structures d'accueil des publics actuellement gérés par le Parc et par d'autres gestionnaires, en fonction des enjeux de préservation des milieux naturels et du patrimoine bâti, des aménagements réalisés, des équipements existants ou non pour l'accueil du public et des différentes contraintes (réglementaires, sécuritaires, foncières, techniques...);
- la réalisation d'une étude approfondie de la demande permettant de dégager les grandes caractéristiques des clientèles potentielles et préciser les marchés touristiques à cibler en priorité (grand public, scolaires, naturalistes/scientifiques...);
- la définition d'un positionnement et d'un concept, porteur de sens et partagé par le Parc et ses partenaires : ce concept devra être ancré dans une démarche de protection du patrimoine naturel et culturel, de valorisation des activités humaines qui s'y rapportent, au travers d'une approche pédagogique.

### **Phase 2 : Etude organisationnelle et détermination des fonctionnalités des différents équipements d'accueil du public**

Cette deuxième phase aura pour objectifs de définir la répartition territoriale des sites d'accueil actuels et potentiels qui seront gérés par le Parc et les modes de collaboration avec d'autres gestionnaires, d'identifier les fonctionnalités des équipements et relais d'information du Parc, de définir leur contenu et la vocation des différents espaces voués à l'accueil du public (information, exposition permanente, exposition temporaire, boutique, toilettes, espace de travail et de restauration pour le personnel, sentier d'interprétation, aires de stationnement...), et de définir les principes d'aménagement.

Elle se traduira notamment par :

- une proposition d'organisation et de hiérarchisation des sites d'accueil actuels et potentiels à l'échelle du territoire fondée sur des principes clairs de complémentarité, de collaboration et d'échanges entre les équipements et relais d'information du Parc et les équipements de d'accueil gérés par d'autres structures ;
- la définition des principes de partenariat entre le Parc, les communes et les offices de tourisme en vue d'assurer physiquement l'accueil des publics pour chacun des sites identifiés ou simplement de diffuser des informations sur le Parc dans des espaces dédiés ;
- la définition de plusieurs scénarii d'aménagement des équipements d'accueil du Parc dans une logique de qualité environnementale et d'accessibilité pour les public souffrant de handicaps, précisant pour chaque option proposée les solutions techniques quant aux contraintes identifiées (eaux, électricité, assainissement, accès, ...) et une estimation des principaux coûts ;
- l'élaboration d'un schéma fonctionnel d'aménagement et de fonctionnement pour le (ou les) scénario(i) retenu(s) pour chacun des équipements d'accueil du Parc identifiés ;
- la réalisation d'illustrations et de croquis du projet permettant de communiquer sur le projet retenu.

### **Phase 3 : Etude de faisabilité économique**

Cette troisième phase doit permettre d'estimer les coûts d'investissement et de fonctionnement pour chaque équipement d'accueil du Parc identifié, d'établir un calendrier prévisionnel de mise en œuvre des opérations et de phasage des investissements. Elle se traduira par :

- une évaluation précise des coûts des travaux par poste,
- l'élaboration d'un calendrier prévisionnel de réalisation des opérations d'investissements depuis l'appel d'offre pour une mission d'assistance à maîtrise d'ouvrage et l'appel d'offre pour la maîtrise d'œuvre jusqu'à la réception des travaux et l'ouverture au public ;
- la définition des modalités de gestion et de partenariat entre l'ensemble des acteurs intervenant dans le fonctionnement des équipements et relais d'information du Parc ;
- la réalisation d'un compte d'exploitation prévisionnel sur 3 ans précisant les charges relatives aux fonctionnement des équipements (frais de personnel, animation/expositions, entretien des installations et des bâtiments, actions de promotion et communication...) et les recettes en fonction des types de publics visés.

LANCEMENT	DUREE
Délai 2	2012 à 2013
MAITRE D'OUVRAGE	PARTENAIRES TECHNIQUES
Parc naturel régional de Camargue	Communes et offices de tourisme d'Arles, des Saintes-Maries-de-la-mer et de Port St Louis du Rhône, Conservatoire du Littoral, gestionnaires publics et privés d'équipements d'accueil des publics, Conseil Général/CDT 13, Conseil Régional PACA
RESSOURCES FINANCIERES ET/OU HUMAINES	PARTENARIATS FINANCIERS
45 000 € + Ingénierie du Parc (temps passé)	Conseil Régional PACA Conseil Général Conservatoire du Littoral Communes d'Arles, des Saintes-Maries-de-la-mer et de Port St Louis du Rhône Etat Programmes européens (FEDER)
SUIVIT ET EVALUATION	
<b>Indicateurs de réussite :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Réalisation du schéma d'accueil des publics dans les équipements et relais d'information du Parc</li> </ul>	

## FICHE ACTION 22

### Participation au développement de nouvelles technologies d'information et de communication comme support de découverte de l'espace et des cultures locales – Projet PANIERS du Pays d'Arles

Axe 4 = Véhiculer une image cohérente et dynamique de l'espace, en s'appuyant sur la préservation de l'environnement et l'identité culturelle lié à une zone deltaïque

Objectif 4.3. Rendre visible et lisible l'offre

REFERENCES au projet de Charte du Parc 2010/2022:

**Article 7.3.** Repartir la fréquentation dans l'espace et dans le temps

**Article 9.1.** Transmettre la culture camarguaise et recueillir la mémoire des métiers en mutation

**Article 11.1.2.** Repenser les déplacements en fonction des spécificités de la Camargue

**Article 14.1.1.** Adapter les outils de sensibilisation et de connaissance en fonction des publics

**Article 16.1.** Intensifier le travail en réseaux

#### CONTEXTE

Le Projet PANIERS (**P**ays d'**A**rles, **N**ature et **I**tinérance pour un **E**-tourisme **R**ural et **S**olidaire) est un projet porté par le Syndicat Mixte du Pays d'Arles, en réponse à l'appel à projet FEDER, en collaboration avec les PNR de Camargue et des Alpilles et les offices de tourisme. Ce projet a pour finalité de proposer une offre de découverte douce, itinérante et interactive, incluant l'ensemble du territoire du Pays d'Arles, dans un souci d'accessibilité, de fluidité et de lisibilité en s'appuyant sur les ressources territoriales identitaires.

Le territoire se prête particulièrement bien aux modes de transport « doux » : vélo, marche à pied, balades à cheval, véhicules hippomobiles... Paradoxalement, il est encore trop fortement soumis au « tout-voiture » (90 % des déplacements d'après le Schéma de Cohérence Territoriale du Pays d'Arles). Dès lors, l'un des objectifs de ce projet est de favoriser la mobilité douce dans les démarches touristiques et de favoriser - dans la mesure du possible - la mise en place d'un réseau de circuits intermodaux permettant la découverte itinérante à l'échelle du territoire. L'enjeu, au sens plus large, consiste à allonger la durée des séjours tout en favorisant une meilleure répartition des flux touristiques.

Aujourd'hui, plus de 50 % des commandes de séjours touristiques sont réalisées par Internet. Il est donc important d'être davantage visible au travers du web et d'outils numériques appropriés aux offres de tourisme durable et de découverte. Afin d'offrir une réelle expérience touristique différenciée dès les étapes de préparation du séjour, il s'agit de concevoir un système d'information et d'orientation dynamique, interactif, multimédia et géolocalisé qui permettra au visiteur d'accéder à l'ensemble des informations touristiques, à la fois au travers d'une plate-forme web et de terminaux mobiles de découverte utilisables sur le terrain.

#### OBJECTIF DE L'ACTION

La plate-forme web et les terminaux mobiles de découverte agiront en complémentarité en permettant de cibler les clientèles. Le projet vise à :

- valoriser les modes de transport « doux » et les solutions touristiques durables.
- mettre en réseau les acteurs du tourisme rural pour faciliter les projets collectifs.
- mieux informer le visiteur en amont.
- permettre une meilleure lisibilité de l'offre afin d'allonger la durée des séjours et de diversifier la clientèle par l'accessibilité de l'information à tous les publics.
- optimiser la connaissance de la Camargue au même titre que les différents territoires et paysages composant le Pays d'Arles, de l'offre touristique et de ses divers acteurs.
- permettre une connectivité à l'intérieur et au-delà du territoire Parc naturel régional de Camargue afin

de favoriser la collaboration et l'échange.

- renforcer l'exemplarité du territoire en matière de protection de l'environnement en informant et sensibilisant le visiteur sur la fragilité des espaces naturels sensibles.

Le projet PANIERS, repose sur l'utilisation des TIC (Technologies de l'Information et de la Communication). Il est alors essentiel que les opérateurs touristiques aient accès au haut débit. La démarche d'amélioration de la couverture numérique en haut-débit lancée depuis janvier 2009 par le syndicat Mixte du Pays d'Arles dans le cadre du programme régional BLHD (Boucle Locale Haut Débit) constitue un préalable incontournable. Les opérations prévues (dont une par le Parc de Camargue) ne serviront pas seulement des fins touristiques, mais aussi et surtout aux habitants qui, à ce jour, ne disposent pas encore d'une couverture réseau optimale.

## DESCRIPTION DE L'ACTION

### **Phase 1 : Mise en œuvre du projet : coordination et mise en place d'outils**

Pour la mise en œuvre du projet, un comité de pilotage sera constitué afin de contrôler la réalisation des actions par les différents porteurs de projet ou les prestataires externes. La réalisation d'une étude de définition globale, en vue du cadrage général du projet (thématiques retenues, message à communiquer...), précèdera la création du serveur de base de données. Il conviendra, ensuite, d'importer les données déjà existantes puis de créer des outils de saisie permettant l'importation « manuelle » des données relatives aux prestations touristiques.

### **Phase 2 : Création d'une plate-forme web interactive**

Cette phase comprend les différentes étapes nécessaires à la création de la plate-forme : infographie, maquettage, et développement du site avec des fonctions de visites immersives, d'e-commerce et de géolocalisation, référencement des prestataires, traductions, hébergement du site. Le contenu de la plate-forme sera élaboré et homogénéiser à partir d'une sélection de POI (points d'intérêt).

La participation de l'ensemble des acteurs (restaurateurs, hébergeurs...) sera nécessaire pour assurer une information cohérente et actualisée de la plateforme. Le serveur de base de données sera principalement alimenté par les offices de tourisme qui détiennent une connaissance riche et diversifiée au niveau local.

### **Phase 3 : Mise en place et application des technologies mobiles de découverte itinérantes**

A partir de la plateforme web interactive, il s'agit de concevoir des outils de découverte itinérante (de type GPS, PDA...) en vue de leur mise en œuvre à l'échelle du territoire. Cette phase comprendra donc les étapes suivantes : infographie et maquettage des interfaces mobiles, puis, développement de l'outils sur l'ensemble du territoire.

### **Phase 4 : Promotion et communication**

Cette phase est indispensable à la mise en œuvre opérationnelle du projet, afin d'informer et de faire connaître les outils créés et le produit touristique.

## LANCEMENT

## DUREE

Délai 1

2010 à 2015

## MAITRE D'OUVRAGE

## PARTENAIRES TECHNIQUES

Syndicat Mixte du Pays d'Arles

Offices du tourisme, PNRC, PNRA, CCRAD

## RESSOURCES FINANCIERES E/OUT HUMAINES

## PARTENARIATS FINANCIERS

Ingénierie du Parc (temps passé) + 25 000 à 30 000 € (acquisition de technologie mobiles)

Conseil Régional PACA  
Programme européen (FEDER «

## SUIVIT ET EVALUATION

### **Indicateurs de résultats :**

- Réalisation de la plateforme web interactive

## FICHE ACTION 23

### Sensibilisation des acteurs du territoire et des visiteurs sur la préservation des milieux humides et de la valeur patrimoniale de Camargue

Axe 4 = Véhiculer une image cohérente et dynamique de l'espace, en s'appuyant sur la préservation de l'environnement et l'identité culturelle lié à une zone deltaïque

Objectif 4.4. Améliorer la connaissance des zones humides

REFERENCES au projet de Charte du Parc 2010/2022 :

**Article 9.** Valoriser les traditions vivantes et la diversité des identités par la création et l'échange

**Article 14.** Renforcer la conscience locale d'une zone humide méditerranéenne unique

**Article 14.1.** Partager la connaissance du fonctionnement des écosystèmes camarguais

#### CONTEXTE

Le Parc naturel régional de Camargue est un territoire spécifique de zone deltaïque. Sa situation, quasi insulaire en fait un territoire particulier résultant d'une lutte sans cesse renouvelée contre la divagation des eaux du Rhône et de la mer, contre la salinité des eaux ou des sols.

Malgré tout, peu de personnes en dehors des initiés réalisent et comprennent l'étendue du fonctionnement du delta et l'intérêt de préserver la valeur patrimoniale et biologique de cette zone humide. L'eau est le fondement des activités humaines spécifiques du territoire et sa gestion concerne tous les acteurs du territoire. Une meilleure sensibilisation aux problématiques liées à l'eau permet de mieux cerner les enjeux de sa gestion et les problématiques qui en résultent (conflits d'usage, nuisances liées aux moustiques...) L'eau est le fondement même du système Camarguais.

Aussi convient-il d'améliorer la compréhension et de valoriser au mieux les connaissances sur cette zone humide et des interactions entre les activités humaines et le fonctionnement des écosystèmes afin de le porter à la connaissance du plus grand nombre.

#### OBJECTIF DE L'ACTION

Cette action transversale a pour but de :

- sensibiliser les visiteurs et les acteurs du territoire au fonctionnement du delta du Rhône et à la fragilité des milieux en zone humide
- renforcer l'identité locale fondée sur des savoir-faire reposant sur les interactions entre écosystèmes et activités humaines
- améliorer le partage des connaissances sur les zones deltaïques par l'échange

#### DESCRIPTION DE L'ACTION

La Camargue bénéficie d'une large notoriété à différentes échelles. Les différentes manifestations événementielles, de portée locale ou nationale sont des « moments relais » où le Parc naturel régional de Camargue peut communiquer sur la spécificité de son territoire, afin de susciter une prise de conscience quant à la fragilité des milieux et des espèces en zone humide, et renforcer le sentiment d'appartenance des habitants et l'identité forte du territoire.

C'est dans cet esprit que le Parc devra renforcer sa participation à plusieurs événements d'intérêt international, national ou plus local : Journée mondiale des zones humides, Nuit de la chouette, Semaine du

développement durable, Fête de la nature, Festival de la Camargue, Festival des « envies Rhônements ».

Plutôt que de concevoir un nouvel évènement, venant s'ajouter aux autres, il s'agit, d'intensifier la présence du Parc et de mettre en avant sa spécificité deltaïque dans chacune de ces manifestations afin d'améliorer la connaissance de chacun, qu'il soit acteur du territoire ou visiteur. Ces évènements seront donc l'occasion de multiplier les visites guidées, les sorties naturalistes, les expositions, stands et spectacles, autour des thèmes liés porteurs de sens pour la Camargue, ses habitants et ses visiteurs.

LANCEMENT		DUREE	
Délai 1		2010 à 2015	
MAITRE D'OUVRAGE		PARTENAIRES TECHNIQUES	
Parc naturel régional de Camargue		Habitants, acteurs du territoire, organismes et associations de protection de l'environnement, offices de tourisme	
RESSOURCES FINANCIERES ET/OU HUMAINES		PARTENARIATS FINANCIERS	
15 000 à 20 000 € / an + Ingénierie du Parc (temps passé)		Conseil Régional PACA Conseil Général 13 Etat (Ministère en charge de l'Ecologie et du Développement Durable)	
SUIVIT ET EVALUATION			
<b>Indicateurs de résultats :</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de participation du Parc aux divers évènements consacrés à la préservation de l'environnement et/ou aux valeurs patrimoniales de la Camargue : 3 à 5 par an</li> </ul>			

## Glossaire

**CDT** Comité Départemental du Tourisme

**CDT 13** Comité Départemental du Tourisme des Bouches du Rhône

**CETD** Charte Européenne de Tourisme Durable

**CRT** Comité Régional du Tourisme

**EPCI** Etablissement Public de Coopération Intercommunale

**OTSI** Office de tourisme et Syndicat d'initiative

**PACA** Provence Alpes Cote d'Azur

**PNR** Parc Naturel Régional

**PNRC** Parc Naturel Régional de Camargue

**SMPNRC** Syndicat Mixte du Parc Naturel Régional de Camargue

# Annexes

## Sommaire des annexes :

**Figure 1** : territoire d'étude du diagnostic

**Figure 2** : Nombre d'hôtel selon le classement de tourisme

**Figure 3** : Capacité d'accueil des hôtels selon le classement de tourisme

**Figure 4** : Capacité d'accueil et nombre de campings

**Figure 6** : Nombre de gîtes ruraux et des meublés de tourisme

**Figure 7** : Classement et capacité d'accueil des meublés

**Figure 8** : Nombre et capacité d'accueil des chambres d'hôtes

**Figure 9** : Répartition des hébergements marchands en nombre d'établissements

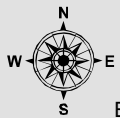
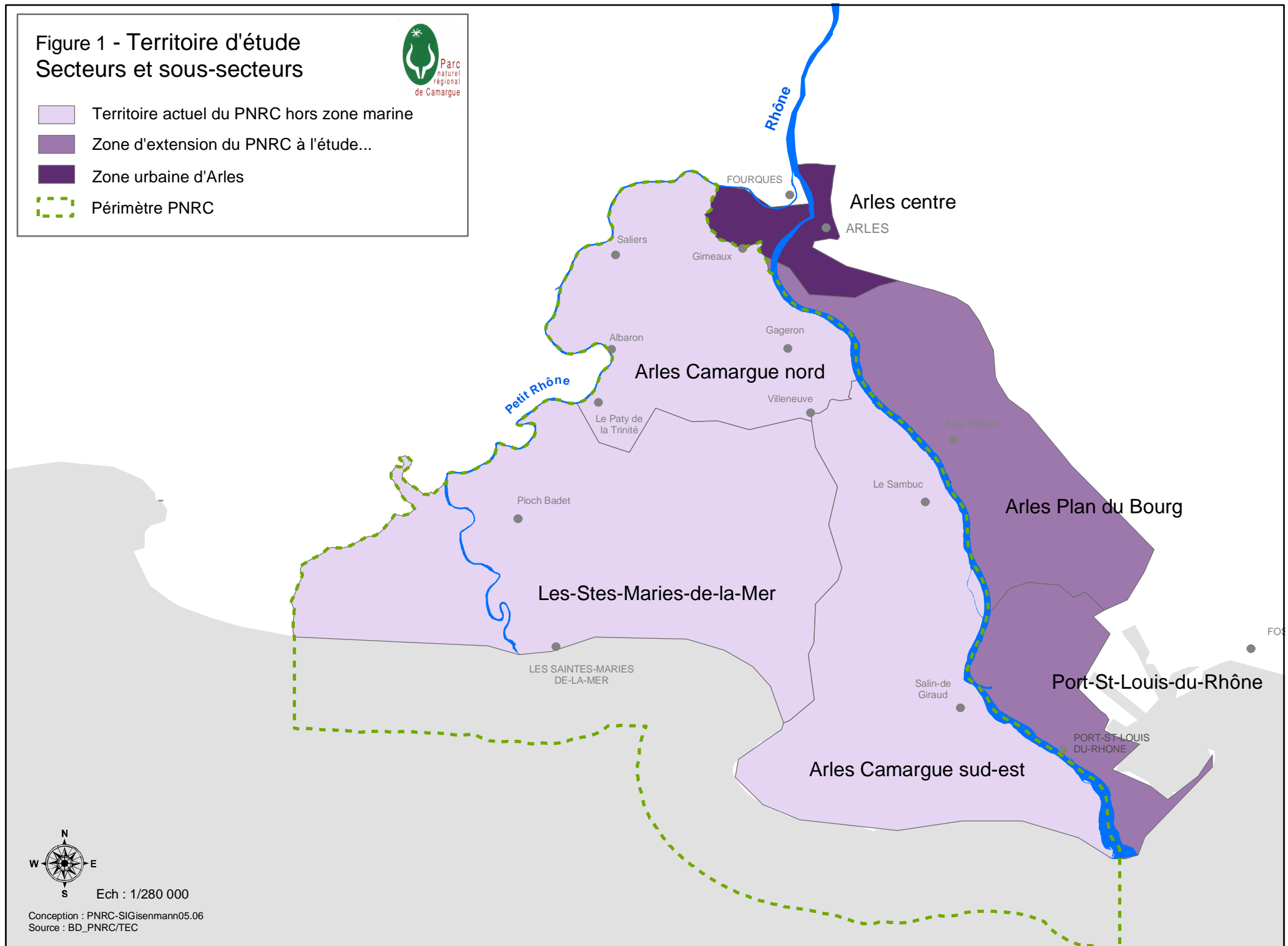
**Figure 10** : Répartition des hébergements marchands selon la capacité d'accueil



Figure 1 - Territoire d'étude  
Secteurs et sous-secteurs



- Territoire actuel du PNRC hors zone marine
- Zone d'extension du PNRC à l'étude...
- Zone urbaine d'Arles
- Périmètre PNRC



Ech : 1/280 000

Conception : PNRC-SIGisenmann05.06  
Source : BD\_PNRC/TEC

Figure 2 - Nombre d'Hôtels selon le classement de tourisme



nbre hôtels

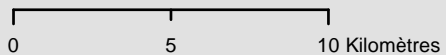
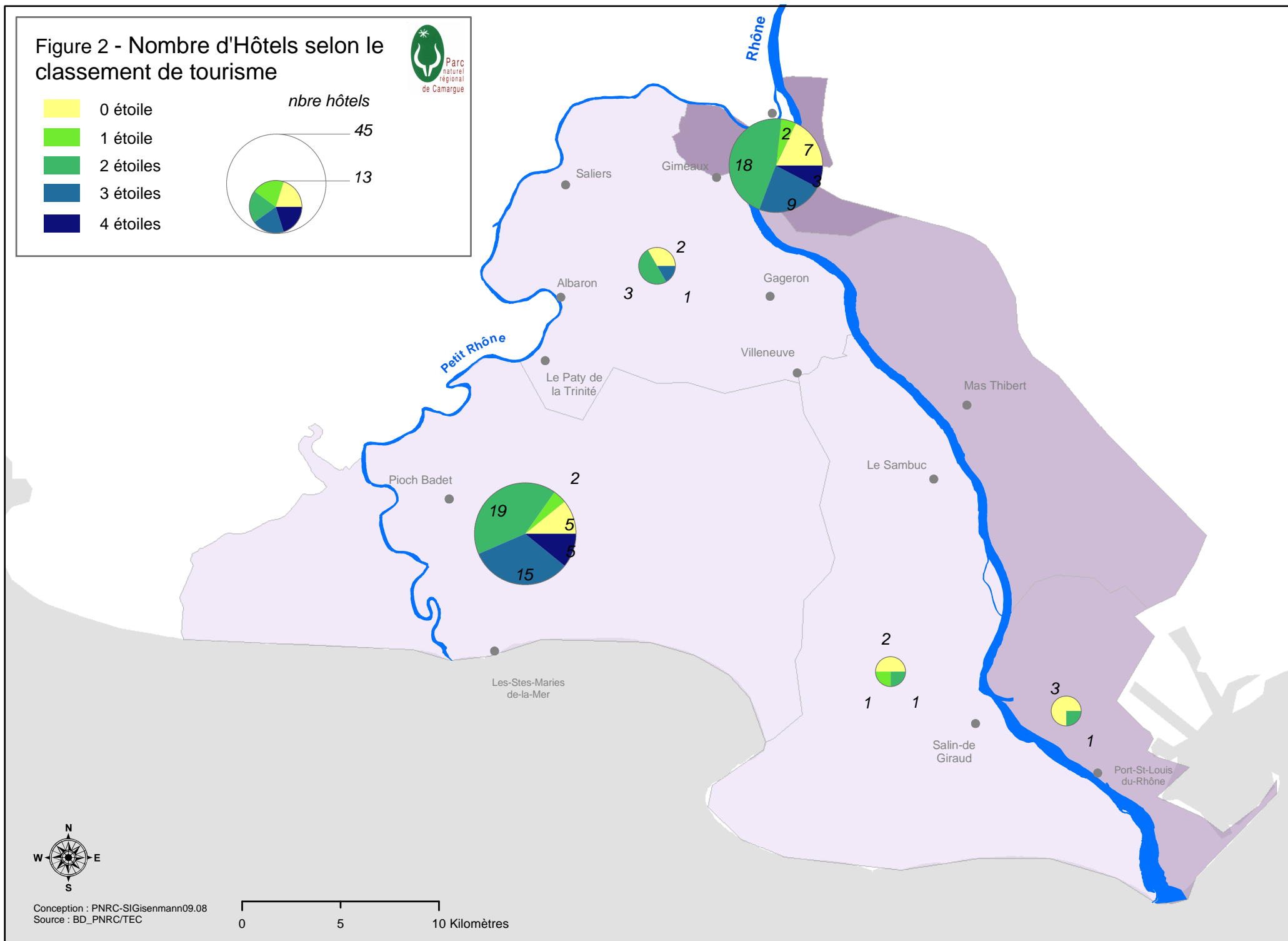
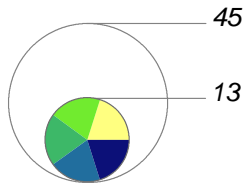
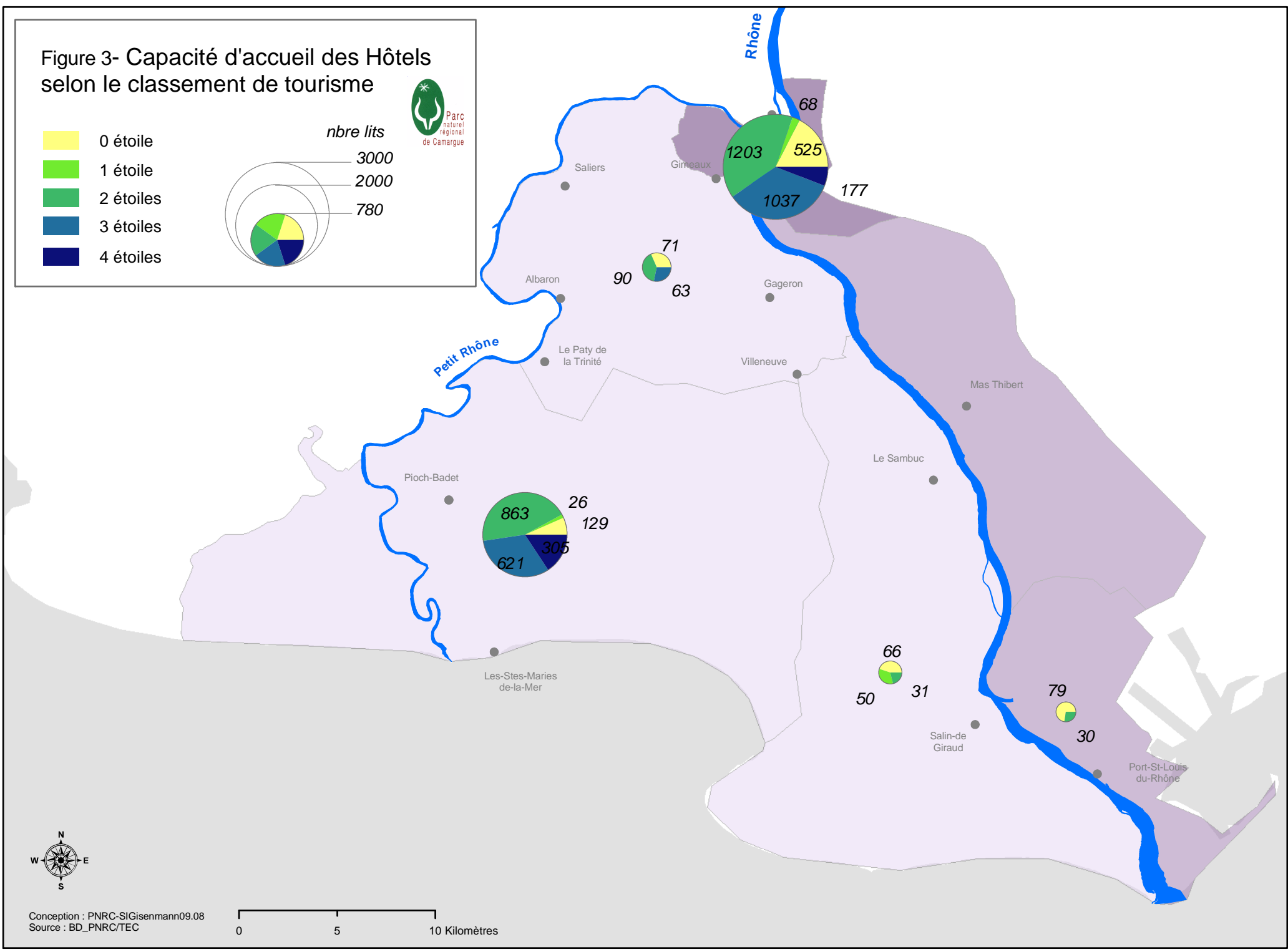
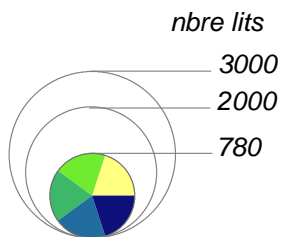
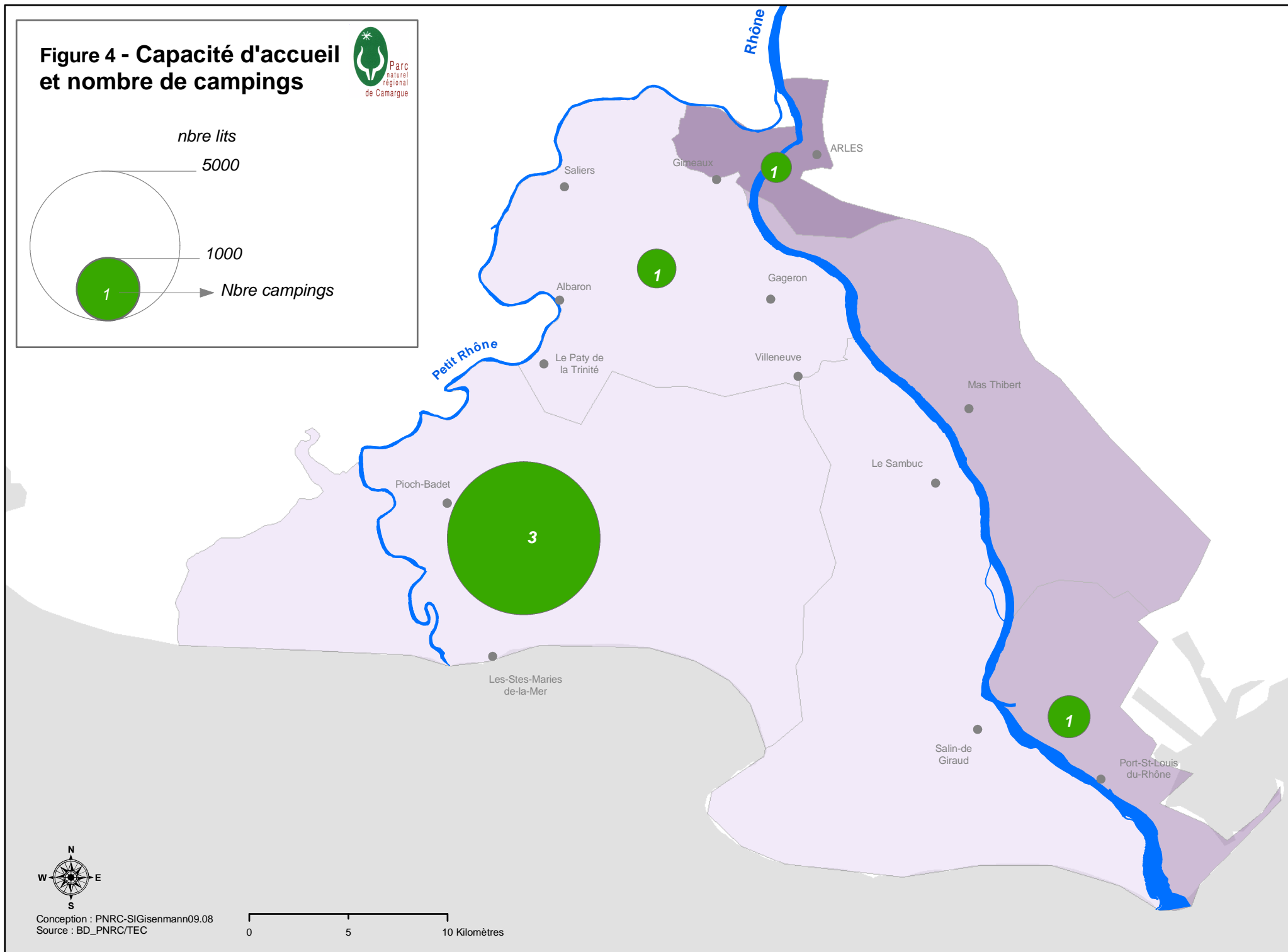
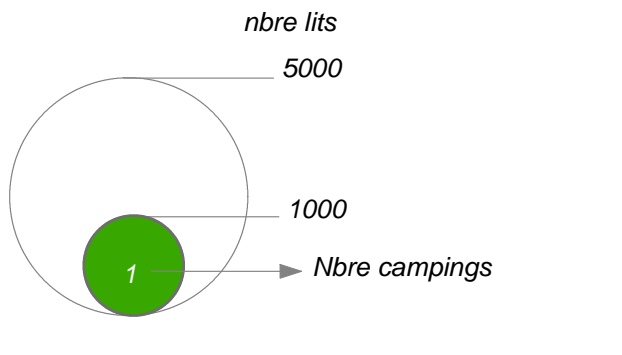


Figure 3- Capacité d'accueil des Hôtels selon le classement de tourisme

- 0 étoile
- 1 étoile
- 2 étoiles
- 3 étoiles
- 4 étoiles



**Figure 4 - Capacité d'accueil et nombre de campings**



Conception : PNRC-SI Gisenmann09.08  
Source : BD\_PNRC/TEC

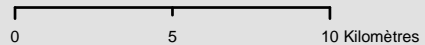
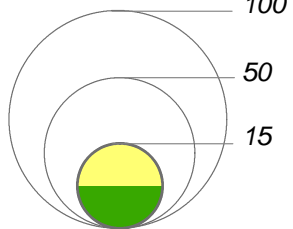


Figure 6 - Nombre de gîtes ruraux et des meublés de tourisme



nbre d'établissements



■ Gîtes ruraux  
■ Meublés

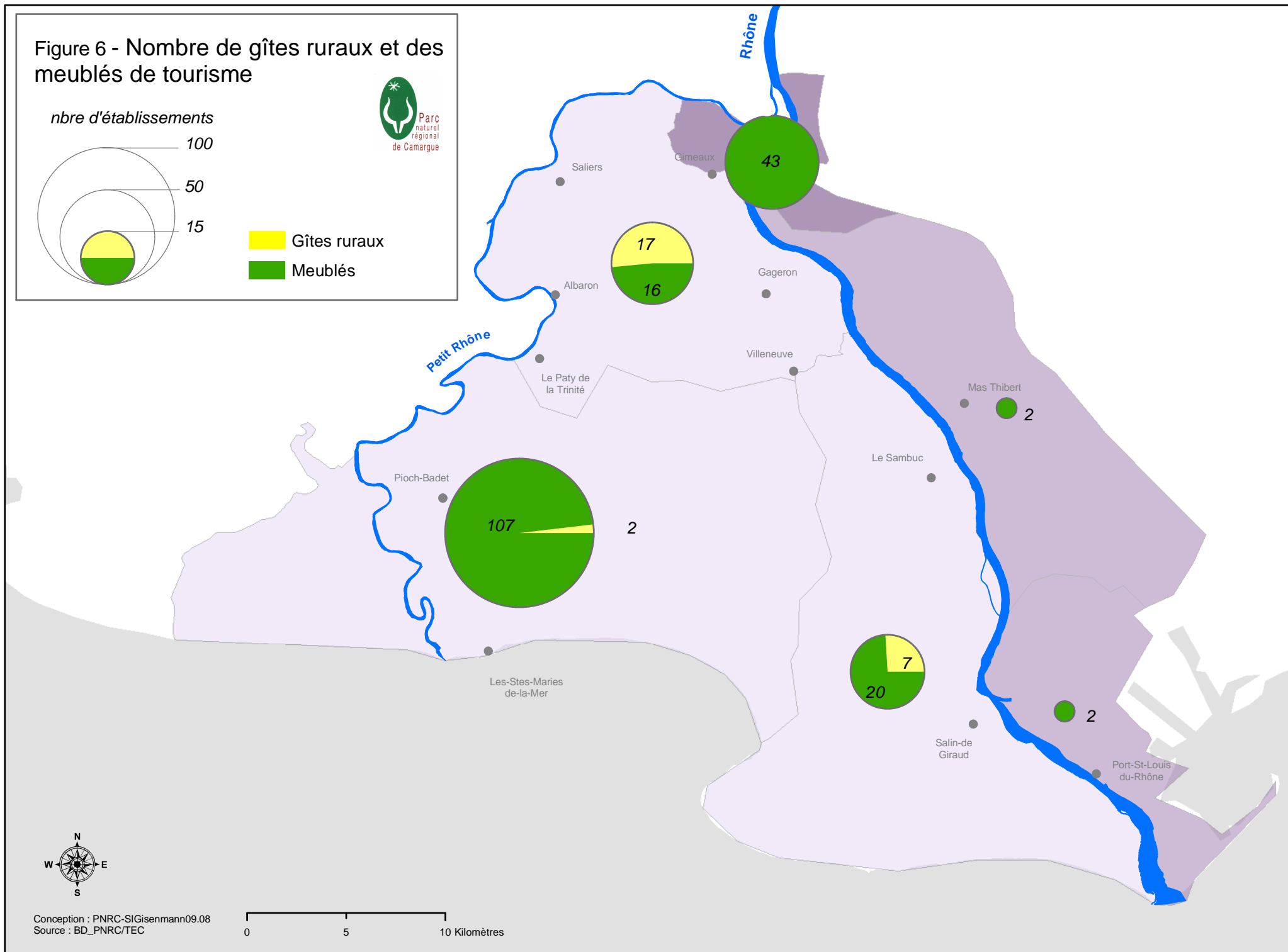


Figure 7- Classement et capacité d'accueil des meublés

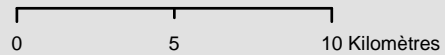
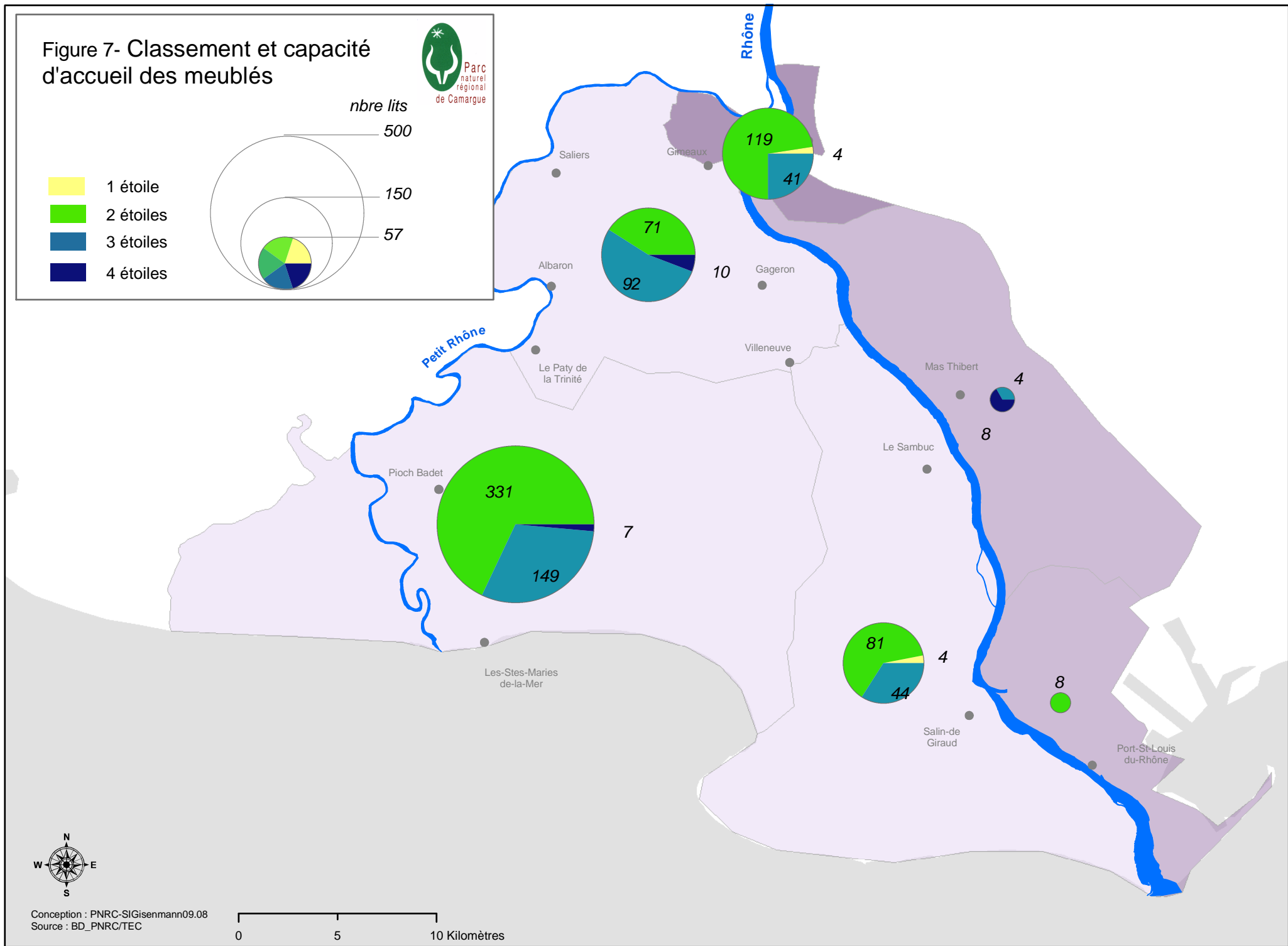
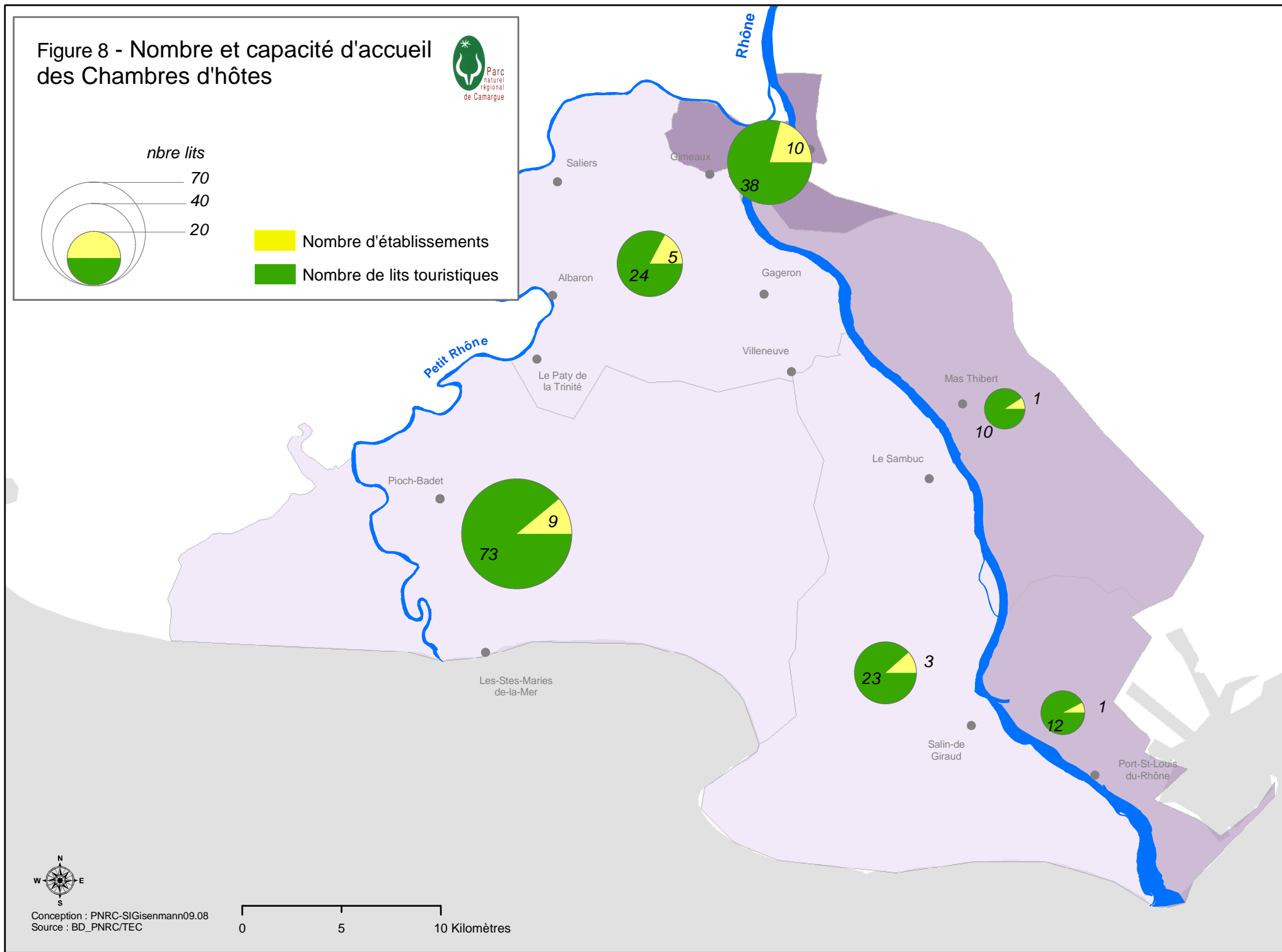
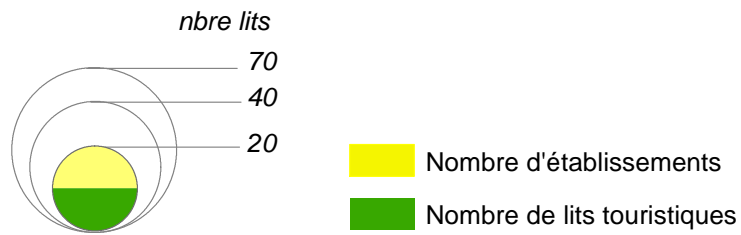


Figure 8 - Nombre et capacité d'accueil des Chambres d'hôtes



Conception : PNRC-SIGisenmann09.08  
Source : BD\_PNRC/TEC

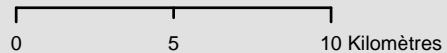
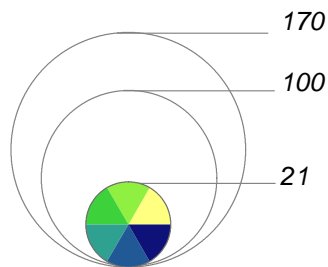


Figure 9 - Répartition des Hébergements marchands en nombre d'établissements



nbre d'établissements



- Campings
- Chambres d'hôtes
- Gîtes Ruraux et meublés
- Hébergements collectifs
- Hôtels
- Résidences et villages de vacances

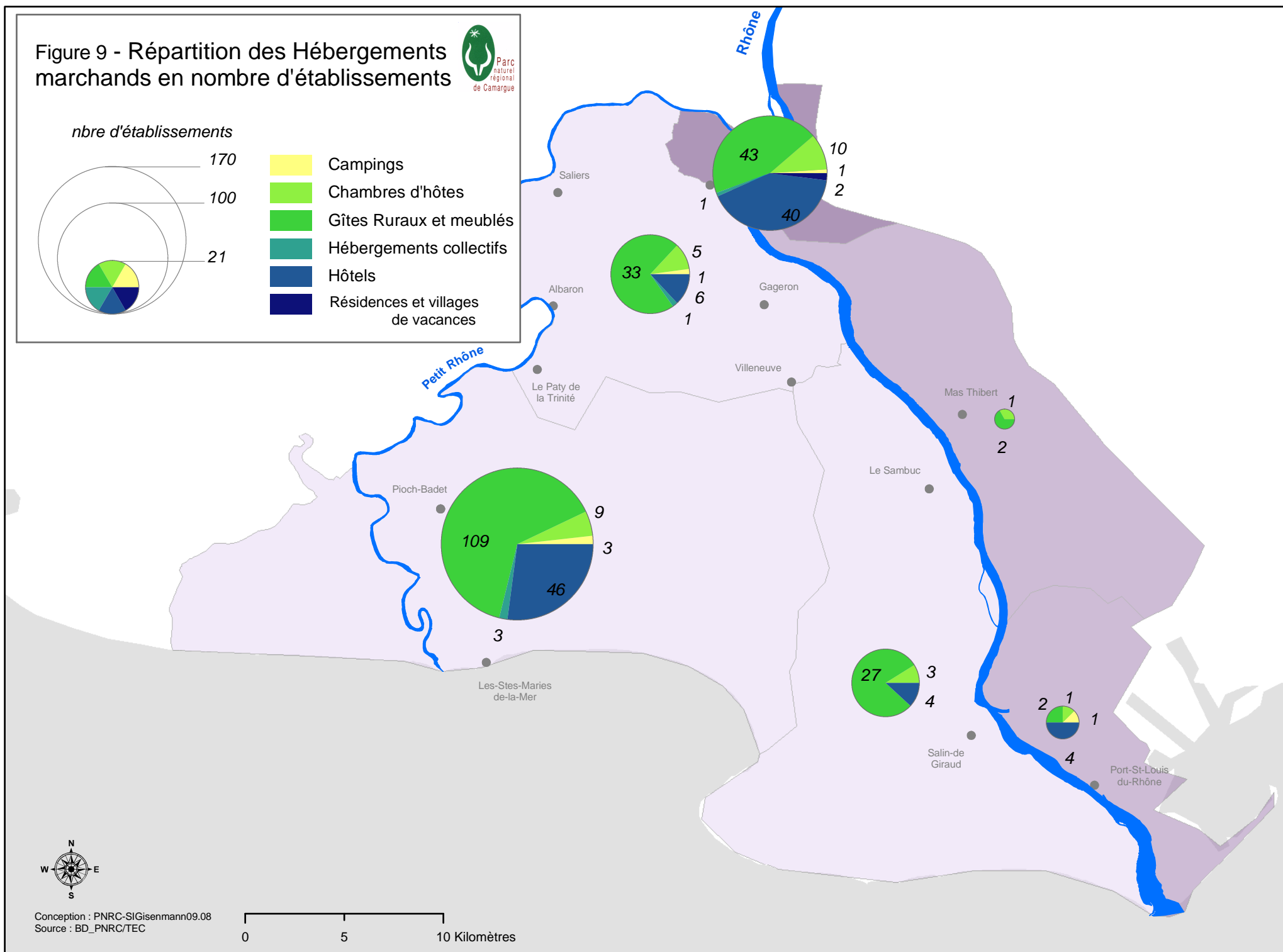




Figure 10 - Répartition des hébergements marchands selon la capacité d'accueil

