



MASTER TOURISME

Parcours « Tourisme et Développement »

MÉMOIRE DE PREMIÈRE ANNÉE

Entre sensibilisation à l'environnement et promotion du patrimoine naturel : les moyens à disposition des territoires

Présenté par :

Marianne Sauquet

Année universitaire : **2019 - 2020**

Sous la direction de : Jacinthe BESSIERE

Entre sensibilisation à
l'environnement et promotion du
patrimoine naturel :
Les moyens à disposition du territoire

« L'ISTHLA de l'Université Toulouse - Jean Jaurès n'entend donner aucune approbation, ni improbation dans les projets tutorés et mémoires de recherche. Les opinions qui y sont développées doivent être considérées comme propres à leur auteure ».

Remerciements

Je tiens tout d'abord à remercier mon maître de mémoire, Mme Jacinthe Bessière, pour le soutien et l'aide qu'elle m'a apporté tout au long de l'année. La disponibilité et l'écoute dont elle a fait preuve m'ont permis de garder confiance dans ma démarche de recherche et de la mener à bien.

Je remercie également les différents professeurs de l'Université, qui ont apporté leurs connaissances à travers leurs enseignements tout au long de ce cursus. Je tiens à citer plus spécifiquement Mr Jean-Yves Lena, Mr Vincent Vlès, Mme Lafforgue et Mme Fournié qui m'ont permis de récolter des informations clés.

Pour finir, un grand merci à Jacqueline et Aurélien, mes soutiens infailibles au quotidien.

Sommaire

Remerciements	4
Introduction générale	6
PARTIE 1 :Le patrimoine naturel, support du développement durable touristique et de sensibilisation à l'environnement	9
Introduction partie 1	10
Chapitre 1 : Le développement durable et l'environnement naturel, deux notions étroitement liées	11
Chapitre 2 : De l'avènement du tourisme à sa tentative d'adaptation à l'environnement, un phénomène à surveiller.	22
Chapitre 3 : Le tourisme peut-il être une ressource pour sensibiliser aux questions environnementales ?	39
Conclusion partie 1	47
PARTIE 2 :Les moyens mis en place pour sensibiliser les touristes au respect de l'environnement	48
Introduction Partie 2	49
Chapitre 1 : L'existence d'outils de sensibilisation pour un développement touristique et une protection de l'environnement.	50
Chapitre 2 : La nécessité de mettre en place des stratégies locales par la régulation de la fréquentation.	63
Chapitre 3 : La population, actrice du développement d'un tourisme respectueux de l'environnement sur son territoire.	74
Conclusion partie 2	81
PARTIE 3 :Les Grands Sites de France et la Camargue gardoise site naturel des Grands Sites de France	82
Introduction partie 3	83
Chapitre 1 : Présentation du Réseau et du label Grand Site de France	84
Chapitre 2 : Le site naturel de la Camargue gardoise, labellisé Grand Site de France	96
Chapitre 3 : Méthodologie probatoire envisagée et ébauche de résultats	107
Conclusion partie 3	123
Conclusion générale	124

Introduction générale

Sujets d'actualité, le développement touristique déraisonné, la surfréquentation, la dégradation des milieux naturels, la disparition des espèces, sont autant de thèmes débattus dans les sphères médiatiques, politiques et scientifiques.

Le tourisme et la protection de l'environnement paraissaient être des domaines totalement opposés mais seront réunis dans cette étude. En effet, le tourisme s'est généralisé et augmente de manière exponentielle à l'échelle mondiale, contribuant ainsi à la dégradation de l'environnement. Cette constatation a encadré les recherches de l'étude

Le choix d'un sujet portant sur le tourisme et la nature est également lié, à des aspects affinitaires. La relation entre le tourisme et la nature sont en effet des sujets centraux de mon parcours. Ayant réalisé un stage de 6 mois dans un espace naturel protégé en Nouvelle-Calédonie et conçu un projet d'offre pédagogique sur ce territoire, je suis initialement sensible aux conséquences humaines sur l'environnement et souhaitais donc réaliser une étude abordant ces sujets.

Une question de départ a alors émergé : « **Dans quelle mesure faut-il encadrer le tourisme pour protéger l'environnement?** »

Cette question a donné lieu à des lectures exploratoires riches et variées (articles scientifiques, revues professionnelles, comptes rendus de rencontres, ouvrages, etc.) sur le tourisme et l'environnement. Ces premières lectures ont permis de découvrir l'importance de l'éducation pour lier les domaines du tourisme et de la protection de l'environnement. L'éducation est alors apparue comme un concept clé sous-jacent de la question de départ et a été par la suite un élément central de la recherche.

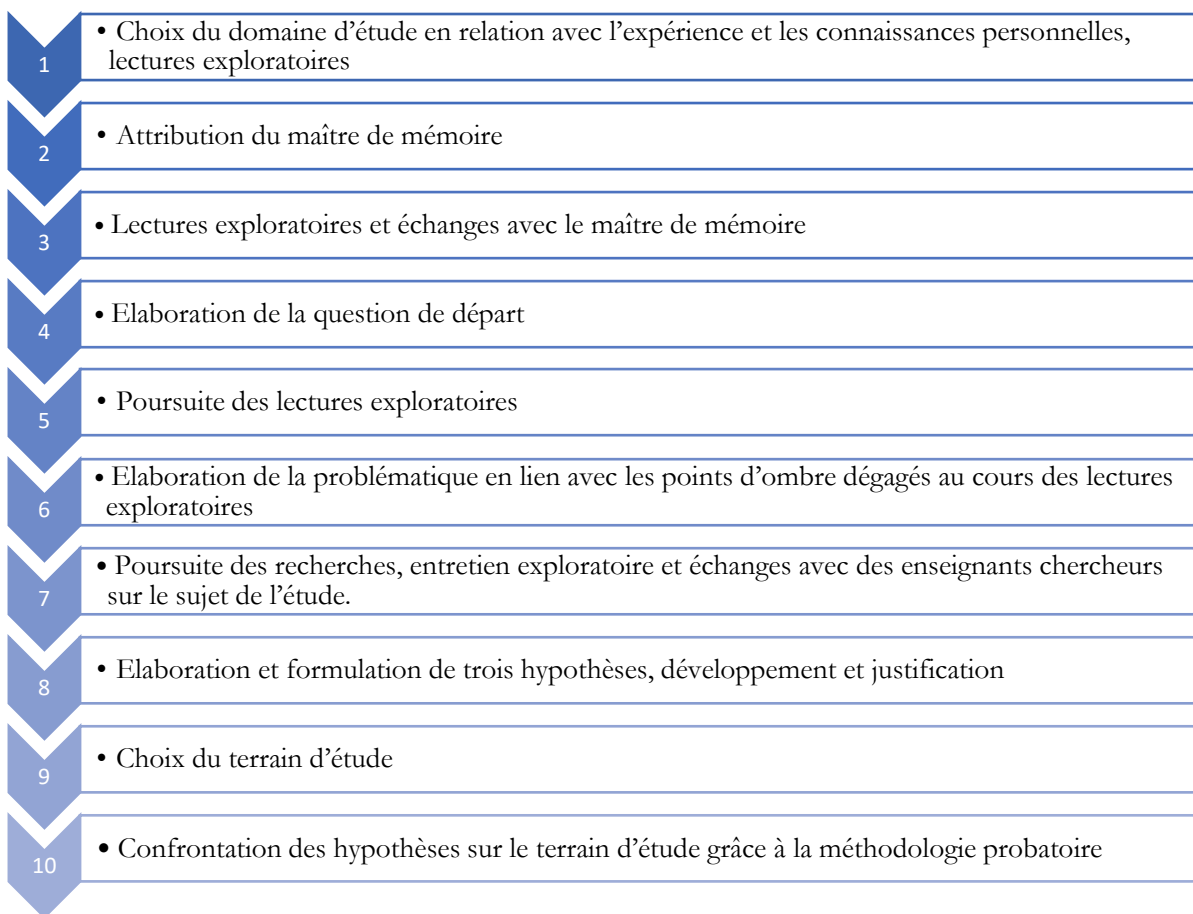
La citation d'Hippolyte Taine, « *On voyage non pour changer de lieu, mais d'idée* », ou celle de Marcel Proust « *Le véritable voyage de découverte ne consiste pas à chercher de nouveaux paysages, mais à avoir de nouveaux yeux.* », engagent la réflexion sur le fait que le voyage puisse être une source de découverte et d'apprentissage. Pourquoi ne pas penser alors que le voyage, et par conséquent le tourisme, puisse être un moyen de sensibiliser à l'environnement et ainsi contribuer à sa protection ?

Il importe aujourd'hui de faire de la pratique touristique un levier de sensibilisation à l'environnement afin de faire comprendre à chacun que l'Homme ne pourra pas continuer à profiter de la nature sans la respecter et ainsi, la préserver.

C'est autour de cette idée que l'étude a été menée.

Pour mettre en œuvre l'ensemble de cette étude une méthodologie d'approche fut nécessaire.

Voici les différentes étapes qui en ont permis l'élaboration :



Ce mémoire se divise donc en trois parties.

Tout d'abord, la première partie s'emploiera à explorer les trois thèmes principaux de l'étude définis grâce aux lectures exploratoires et à la question de départ. Ainsi, l'environnement naturel sera étudié à travers la définition de la biodiversité, de l'environnement et du patrimoine. Mais aussi son lien avec le développement durable tout en mettant en avant les enjeux liés à sa disparition et à sa protection. Le tourisme et ses liens avec le développement durable et l'environnement seront développés grâce à l'étude de la prégnance du tourisme durable. Enfin, les notions d'éducation et de sensibilisation seront définies et mises en relation avec la pratique touristique. La réalisation d'un entretien exploratoire a notamment permis d'enrichir ce thème de recherche.

Par la suite, la deuxième partie présentera le développement de trois hypothèses de recherche liées à la problématique de l'étude. Ainsi, l'existence d'outils de sensibilisation, la mise en place

de stratégies locales et l'inclusion de la population comme moyens de sensibiliser les touristes au respect de l'environnement, seront étudiés.

Pour finir, les hypothèses de recherche seront confrontées sur le terrain d'étude de la Camargue gardoise, labellisé Grand Site de France préalablement présenté en justifiant la raison du choix de ce terrain. Afin d'envisager la confrontation des hypothèses de recherche sur ce terrain, une méthodologie probatoire sera développée via différents outils qualitatifs et quantitatifs. Une ébauche de résultat sera également proposée concernant l'une des hypothèses.

PARTIE 1 :

**Le patrimoine naturel, support du
développement durable touristique et de
sensibilisation à l'environnement**

Introduction partie 1

Cette première partie de l'étude permettra de comprendre les grands domaines étudiés : le patrimoine naturel, le phénomène touristique et son développement respectueux de l'environnement ainsi que les notions liées à la sensibilisation à l'environnement. Tous ces domaines étant complexes à appréhender nécessitent donc des explications poussées.

Le premier chapitre permettra de présenter les éléments relatifs à l'environnement naturel celui-ci étant un des domaines centraux de cette étude. Pour le comprendre pleinement et identifier ce à quoi il fait référence, exposer les notions de biodiversité, de faune, de flore et de développement durable sera incontournable. Par ailleurs, l'attention est portée sur la disparition des espèces et le concept de protection qui sont des enjeux indéniables de l'environnement naturel.

Deuxièmement le chapitre suivant porte sur le phénomène touristique et ses impacts sur l'environnement naturel. Pour comprendre comment le tourisme peut réduire ses effets néfastes sur la nature, ce chapitre expliquera de quelle façon le développement durable est intégré à la pratique touristique. Pour se faire, le chapitre présentera différentes formes de tourisme, les labels et les acteurs œuvrant pour un tourisme respectueux de l'environnement.

Le troisième chapitre s'emploiera à démontrer que la pratique touristique a toujours été vectrice d'apprentissage. Par la suite, les notions d'apprentissage, d'éducation, d'interprétation et de sensibilisation seront définies en lien avec l'environnement naturel. L'objectif de ces explications est de pouvoir démontrer que le tourisme peut-être une ressource pour sensibiliser à l'environnement. Cependant, un équilibre doit être trouvé entre promotion du patrimoine naturel et sensibilisation des touristes.

Chapitre 1 : Le développement durable et l'environnement naturel, deux notions étroitement liées

Le premier chapitre de cette étude permettra de définir certains éléments de la question de départ. L'environnement naturel est un concept complexe qui englobe de nombreux éléments. Il sera important de comprendre à quoi se rapportent les termes, « biodiversité », « faune » et « flore » mais aussi le terme « patrimoine naturel ». Les notions de développement durable et surtout le pilier environnemental permettent d'aborder les thématiques de disparition et d'histoire de la protection environnementale. L'objectif de ce chapitre est de comprendre à quoi l'on fait référence lorsque l'on parle de l'environnement naturel et de sa protection.

1. Qu'est-ce que la biodiversité, l'environnement et le patrimoine naturel ?

1.1. Définition de la biodiversité, de la faune et de la flore

La biodiversité, éléments de définition :

La biodiversité est un concept récent qui a été officialisé durant le Sommet de la terre de Rio en 1992 grâce à la Convention sur la diversité biologique. Cette convention définit la biodiversité, comme étant la diversité biologique, c'est à dire la « *Variabilité des organismes vivants de toute origine y compris, entre autres, les écosystèmes terrestres, marins et autres écosystèmes aquatiques et les complexes écologiques dont ils font partie; cela comprend la diversité au sein des espèces et entre espèces ainsi que celle des écosystèmes.* » (Organisation des Nations Unies, 1992, p. 3).

La biodiversité se définit également comme « *La diversité biologique qui s'apprécie par la richesse en espèces (micro-organismes, végétaux, animaux) d'un milieu, leur diversité génétique et les interactions de l'écosystème considéré avec ceux qui l'entourent.* » (Robert, 2017, p. 356). La biodiversité intègre donc tout ce qui concerne la faune, la flore et leurs interactions en milieu naturel. Ce concept de biodiversité est une notion qui peut paraître floue car elle est utilisée à différentes échelles et concerne des thématiques diverses et variées (disparition des espèces, réchauffement climatique...), de plus la biodiversité est un terme usuel que l'on rencontre aussi bien dans les revues scientifiques, dans la presse ou à l'école (Le Guyader, 2008, p. 7-26.).

Le dictionnaire le Robert définit la flore comme un « *Ensemble des espèces végétales qui croissent dans une région déterminée.* » (Robert, 2017, p. 1061) et la faune comme l'« *Ensemble des animaux (d'une région ou d'un milieu déterminé).* » (Robert, 2017, p. 1018).

1.2. Environnement et environnement naturel

L'environnement se définit comme l'entourage habituel d'un individu mais aussi comme l'ensemble des conditions naturelles (biologique, chimique, physique) et culturelles (sociologique) qui peuvent agir sur les organismes vivants et les activités humaines (Robert, 2017, p. 898). L'environnement comprend donc des notions très larges et diversifiées, telles que l'habitat, le lieu de travail, la localisation géographique, ainsi que les données relatives à la biosphère... Selon le domaine d'analyse, l'environnement se définira par des données différentes. Dans le cadre de ce mémoire, nous nous focaliserons sur l'environnement naturel.

La notion d'environnement naturel est souvent énoncée avec le terme « environnement ». Cependant l'environnement naturel est composé de tout ce qui est biologique, telle que la biodiversité terrestre et marine, qui se traduit par la présence de la faune et de la flore sur ces espaces.

1.3. L'environnement naturel comme élément du patrimoine

En droit, le patrimoine est composé de tous les biens appartenant à une personne physique ou morale¹. Même si cette définition peut paraître simple, la notion de patrimoine est complexe car elle évolue dans le temps et dans l'espace et est interprétée par chaque génération selon la fonction culturelle et sociale qu'elle lui attribue. Pour le comprendre, l'étymologie du mot patrimoine se compose de « *pater* » (père) et « *monere* » (faire souvenir, rappeler) pour mettre en avant l'idée de se « souvenir du père ». Le concept de patrimoine et sa définition sont une question de volonté tant ils englobent des champs larges (patrimoine matériel et immatériel: immobilier, religieux, scientifique, linguistique, naturel, végétal...). Il existe un processus de patrimonialisation qui n'a d'intérêt et de sens que s'il inclut la sauvegarde, l'entretien et la transmission de celui-ci (Cabane F., Causanas S., Doumeyrou E., et *al.*, 2008, p. 19). Ce processus de patrimonialisation passe par l'identification des éléments du patrimoine, leur sélection et la valorisation de ces derniers.²

Dans la revue Géographie et culture sont définies les trois idées fondamentales liées au patrimoine :

Le patrimoine a une dimension identitaire et relationnelle : une personne ne peut pas détenir un patrimoine sans savoir de qui il l'a obtenu, il contribue donc à l'identité d'un individu. Il a une

¹ Dictionnaire Juridique de Serge Braudo. *Définition de patrimoine [en ligne]*. Disponible sur <https://www.dictionnaire-juridique.com/definition/patrimoine.php>. (Consulté le 4-2-2020).

² Sébastien Rayssac. *Géographie et aménagement du tourisme*. Cours de Master 1 TD, ISTHIA, Université Toulouse Jean-Jaurès, 2019.

dimension temporelle : il représente ce qui est laissé par nos ancêtres et ce que nous transmettrons en héritage, il doit donc être réfléchi dans le but d'être transmis aux générations futures (sans altérer son potentiel ou le dégrader). La dernière idée fondamentale liée au patrimoine est qu'il doit être adaptable et évolutif en répondant aux besoins futurs, même si ceux-ci sont imprévisibles et inconnus (Guichard-Anguis, Héritier ,2008, p. 14-15).

1.3.1 Le patrimoine naturel

L'environnement est désormais saisi par le droit afin de le protéger et il est alors appelé « patrimoine naturel ». La première définition du patrimoine naturel fut donnée en 1986 par la Commission interministérielle des comptes du patrimoine naturel « *Le patrimoine naturel se comprend d'abord en énonçant simplement ses principales composantes, les eaux continentales et marines, le sol, l'air, les matières premières et énergétiques, les espèces animales et végétales.* » (Commission interministérielle des comptes du patrimoine naturel, 1986, p. 14). Indépendamment du patrimoine matériel et immatériel, le patrimoine naturel possède un statut particulier. Il englobe les composantes végétales, minérales et animales ainsi que l'environnement au sens large : les formations physiques et biologiques, les formations géologiques et les zones d'habitats d'espèces animales et végétales menacées mais aussi tous les espaces délimités ayant une valeur scientifique, de beauté naturelle ou de conservation (Cabane F., Causanas S., Doumeyrou E., et *al.*, 2008, p. 19).

1.3.2 Le patrimoine naturel et l'environnement un bien commun à protéger

La loi sur la protection de la nature du 10 juillet 1976 dit :

« La protection des espaces naturels et des paysages, la préservation des espèces animales et végétales, le maintien des équilibres écologiques auxquels ils participent et la protection des ressources naturelles contre toutes les causes de dégradation qui les menacent sont d'intérêt général. Il est du devoir de chacun de veiller à la sauvegarde du patrimoine naturel dans lequel il vit. »

A travers cette loi le patrimoine naturel est défini comme un bien commun soumis à la responsabilité publique ou d'intérêt général (Commission interministérielle des comptes du patrimoine naturel, 1986, p. 14).

Biodiversité, environnement naturel, faune, flore et patrimoine naturel coexistent et forment un tout, chacun de ces termes font partie de l'autre et vont de pair.

1.4. L'homme et son rapport à la nature

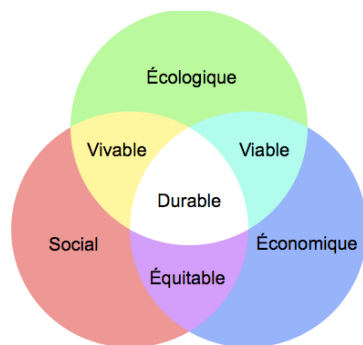
Depuis l'*homo sapiens*, l'Homme exerce une relation de domination sur le reste du vivant, ce qui entraîne l'épuisement des ressources naturelles et des dégradations irréversibles (Barnéoud, 2013, p. 7). On observe également que le rapport à la nature est différent selon les régions du monde. Il existe deux visions globales du rapport à la nature : un rapport de domination et un rapport de cohabitation. La vision de domination de la nature est Occidentale et est liée à la religion Judéo-Chrétienne tandis que la vision de cohabitation avec la nature est, elle, non-Occidentale (Sauquet, 2007, p. 127). En France et en Europe, dans les pays industrialisés on observe donc une relation entre l'homme et la nature qui ne va pas toujours dans le sens du respect de l'environnement.

L'environnement naturel est un atout non négligeable pour le développement touristique, il est donc essentiel de le maintenir, de le préserver ou de réduire les impacts du tourisme sur celui-ci (OCDE, 1980, p. 7). Pour parvenir à rendre cela possible, la notion de développement durable doit d'abord être définie.

2. La notion de développement durable

2.1. Éléments de définition du développement durable

Figure 1: *Piliers du développement durable*³

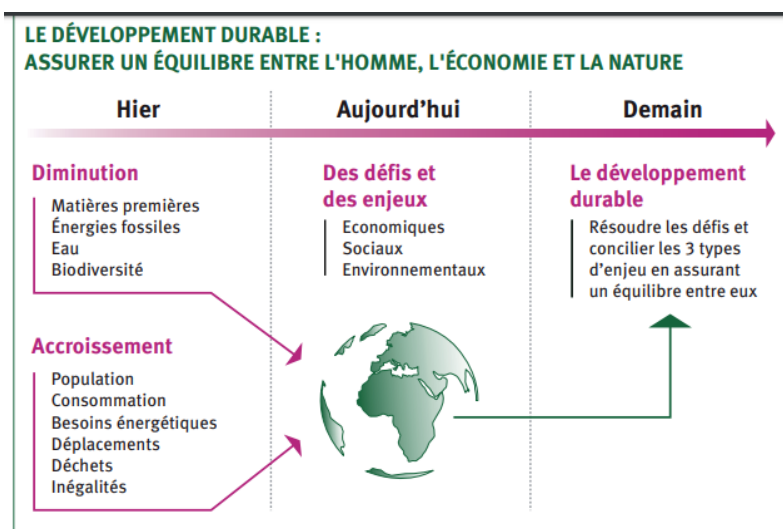


Le développement durable repose sur trois piliers qui correspondent à des préoccupations environnementales, sociales et économiques. Il sera aussi possible de se poser la question d'ajouter à ces trois piliers des notions culturelles et éthiques.⁴ Le concept de développement durable répond à deux grands axes qui sont la responsabilité humaine face au futur et les enjeux de développement durable relatifs aux trois piliers. Le développement durable a donc pour objectif de concilier l'homme, l'économie et la nature pour une gouvernance idéale et raisonnée. L'infographie ci-dessous proposée par Atout France, illustre parfaitement les raisons qui ont poussé à l'émergence du développement durable.

³ Source : SEDD UNimes. *La Semaine 2019 de l'environnement gratuite pour tous [en ligne]*. Disponible sur <https://seddunimes.com/2019/03/21/la-sedd-2019-gratuite-pour-tous/>. (Consulté le 6-01-2020).

⁴ Laurent Arcuset. *Démarche qualité et tourisme*. Cours de Licence professionnelle Tourisme et Économie Solidaire, Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse, 2017.

Figure 2 : Explication temporelle du développement du concept de développement durable⁵



Nous nous emploierons dans un premier temps à faire l'état des lieux sur l'histoire du développement durable qui entoure l'ensemble de ses piliers.

2.2. Son histoire

L'histoire du développement durable à travers ces trois piliers est complexe, et a évolué au fil des années (cf. Figure 3 : Histoire mondiale du développement durable). De grandes dates clés sont à mettre en avant, notamment en 1972 avec la Création du Programme des Nations Unies pour l'environnement⁶ dans le but de soutenir les pays dans la mise en place de leurs politiques environnementales.

En 1972, est également publié le Rapport du club de Rome (dit Rapport Meadows) qui s'intitule « The limits of Growth ». Il a beaucoup fait parler de lui car il mettait en lumière les limites du système productiviste et de consommation globalisés jusqu'alors. En se basant sur des variables telles que l'industrialisation, l'épuisement des ressources naturelles, la pollution, l'explosion démographique et la production alimentaire, les auteurs de ce rapport (une équipe de scientifiques du MIT⁷) présentent divers scénarios catastrophes à l'horizon de la fin du 21^e siècle.

⁵ Source : Atout France, 2011, p. 27.

⁶ Il s'agit de la plus haute autorité environnementale au sein des Nations Unies.

⁷ Massachusetts Institute of Technology

Figure 3 : Histoire mondiale du développement durable

Histoire mondiale du développement durable Environnement Economie Social	
1909	Discourt T. Roosevelt, 1 ^{er} discours avec la notion de développement durable
1972	Création du Programme des Nations Unies pour l'environnement : 1 ^{er} lien entre environnement mondial et impératif de développement. Publication du Rapport club de Rome.
1980	Apparition du terme développement durable dans la Stratégie Mondiale de la Conservation (SMC)
1983	Commission Mondiale sur l'environnement et le développement. Démocratisation du terme "développement durable"
1987	Rapport de Brundtland, aussi appelé Rapport "Notre avenir à tous". Définition populaire du développement durable.
1994	Conférence internationale sur la population et le développement au Caire : renforcement de l'autonomie des femmes et accès universel à la planification familiale d'ici à 2025
1992	1 ^{ère} Conférence des Nations Unies, Sommet de la Terre de Rio
1995	Sommet Mondial du développement social à Copenhague
1996	Sommet des villes à Istanbul
1997	Premier forum Mondial de l'eau à Marrakech
2000	Sommet Millénaire des Nations Unies à New-York
2001	Responsabilité Sociale des Entreprises à la Commission Européenne
2002	Sommet Mondial pour le développement durable à Johannesburg (Rio +10)
2005	Protocole de Kyoto : accord mondial sur la réduction des gaz à effet de serre
2010	10 ^{ième} Conférence de la Convention sur la Diversité Biologique à Nagoya
2012	Conférence des Nations Unies sur le développement durable, (Rio +20)

C'est grâce à cet ouvrage que les questions de développement durable ont commencé à émerger. Le terme « développement durable » a ensuite été démocratisé grâce à la Commission mondiale sur l'environnement et le développement en 1983, commission créée par l'O.N.U., puis c'est dans le rapport de Brundtland en 1987 qu'apparaît une définition populaire du développement durable : « *Le développement durable, c'est s'efforcer de répondre aux besoins du présent sans compromettre la capacité de satisfaire ceux des générations futures.* ». Le développement durable doit, pour répondre au mieux à cette définition, allier les trois dimensions suivantes : économique, sociale et écologique (ou environnementale) (Aknin, Geronimi, Schembri, et *al.* 2002, p. 51-71).

Cependant les notions présentées dans cette définition sont

apparues précédemment. En effet, c'est Théodore Roosevelt, vingt-sixième président des Etats-Unis qui, en 1909, au cours d'une déclaration devant le Sénat américain, déclare :

« Avec la croissance constante de la population et l'augmentation encore plus rapide de la consommation, notre peuple aura besoin de plus grandes quantités de ressources naturelles [...] Si nous, de cette génération, détruisons les ressources qui seront nécessaires à nos enfants, si nous réduisons la capacité de notre terre à soutenir

une population, nous diminuons le niveau de vie, nous enlevons même le droit à la vie des générations futures sur ce continent. » (Vivien, 2003, p. 1-21).

L'une des autres dates clés du développement durable est 1992 avec la Première conférence des Nations Unies à Rio de Janeiro, appelée Sommet de la Terre concernant le traitement spécifique de la biodiversité mondiale. Cet événement a également donné lieu à la mise en place de l'agenda, 21. L'agenda 21 représente 21 engagements et actions pour le développement durable du 21^e siècle (lutte contre la dégradation de l'environnement, contre la pauvreté et soutien au développement d'une économie solidaire). Ce texte a été signé par un total de 173 pays et depuis 1992 de nombreux agenda 21 locaux voient le jour à l'échelle des territoires et s'appuient sur l'agenda 21 du Sommet de la Terre à Rio.

Dans les années 1950 apparaît aux Etats-Unis, la Pratique de la RSE (Responsabilité Sociale des Entreprises) (Baba, Moustaquim, Bégin, 2016). C'est en 2001 que cette pratique sera développée en Europe grâce à la Commission Européenne qui définit la RSE comme étant la responsabilité des entreprises vis-à-vis des effets qu'elles exercent sur la société. Cette pratique prend en compte les impacts économiques, sociaux, et environnementaux des entreprises à travers leur activité (Commission des Communautés Européennes, 2001, p. 4).

Le cumul de normes et de lois encadrant le développement durable et l'environnement montre que ces thématiques deviennent des préoccupations générales.

Suite à l'étude de la notion de développement durable et de son histoire, nous nous concentrerons sur le pilier et les enjeux environnementaux contenus dans le développement durable dans le cadre de cette étude.

3. Disparition et protection de l'environnement

Comme nous l'avons vu précédemment, le développement durable comporte le pilier « environnement », c'est pour cette raison que l'histoire de la protection de l'environnement est étroitement liée avec celle du développement durable. Il est tout de même pertinent de présenter les différents événements et dates clés relatifs spécifiquement à la protection de l'environnement.

3.1. Disparition des espèces vivantes, vers une nouvelle extinction massive ?

Le rythme d'extinction des espèces vivantes est une question relativement complexe tant il est difficile de savoir avec précision combien d'espèces vivent, ou ont vécu sur terre jusqu'alors

(Barnéoud, 2013, p. 25). En effet, le premier inventaire des espèces fut réalisé par Aristote en 384-322 av. J-C, ce qui fera suite à un inventaire éternel du vivant, ceci est lié à la difficulté de recenser certaines espèces telles que les êtres microscopiques, les algues ou les champignons. Cependant, la disparition de certaines espèces aurait commencé il y a 50 000 ans à 100 000 ans parallèlement à la colonisation de la planète par l'homme⁸.

Au cours de l'histoire de la vie sur Terre, sont apparues cinq grandes extinctions toutes liées à de très importants changements climatiques. Durant chacune de ces périodes la vie a presque entièrement disparue sur la planète (comme il en a été le cas pour la disparition des dinosaures)⁹. Plusieurs collectifs et scientifiques à travers le monde attirent l'attention des populations et des pouvoirs publics sur la possibilité que nous soyons à l'aube d'une sixième extinction massive, résultante de l'activité humaine.

3.1.1 L'UICN et la liste rouge mondiale des espèces menacées

L'UICN¹⁰ a établi la liste rouge mondiale des espèces menacées (animales et végétales). A l'échelle mondiale se sont 31 030 espèces classées menacées sur les 116 177 étudiées¹¹. Cet état des lieux permet de prendre conscience qu'aujourd'hui cela représente un oiseau sur huit, un amphibien sur trois, une espèce de mammifère sur quatre. Pour classer la menace qui pèse sur une espèce, l'UICN étudie des facteurs pouvant influencer sur le risque d'extinction tels que le taux de déclin de l'espèce, la répartition géographique, la taille de la population etc.

Il est également intéressant de souligner que la France occupe la dixième position quant au nombre d'espèces menacées à l'échelle mondiale, soit 1508 espèces sur le territoire français.

Comme nous l'avons vu précédemment l'environnement naturel étant accessible à tous, et étant un bien commun sous la responsabilité publique ou d'intérêt général, il est encadré au fil de l'histoire par de multiples politiques environnementales à l'échelle mondiale.

⁸ Nadia Drake. La sixième extinction massive a déjà commencé. *National Géographique*. [en ligne], Disponible sur <https://www.nationalgeographic.fr/environnement/la-sixieme-extinction-massive-deja-commence>. (consulté le 3-2-2020).

⁹ Nadia Drake. La sixième extinction massive a déjà commencé. *National Géographique*. [en ligne], Disponible sur <https://www.nationalgeographic.fr/environnement/la-sixieme-extinction-massive-deja-commence>. (consulté le 3-2-2020).

¹⁰ L'Union internationale pour la conservation de la nature

¹¹ UICN. *La liste rouge mondiale des espèces menacées* [en ligne], Disponible sur <https://uicn.fr/liste-rouge-mondiale/>. (Consulté le 16-04-2020).

3.2. Le concept de protection...

3.2.1 ... encadrée par le droit : paysages et biodiversité

La protection de l'environnement s'intègre dans la démarche de développement durable sous son pilier « environnement ». La protection de l'environnement demande une implication des entreprises de différents secteurs économiques, une grande volonté politique et des pouvoirs publics, des citoyens, une évolution des comportements de chacun et des mentalités.

Jean-Marie Breton, fondateur de la section Caraïbes de la Société française pour le droit de l'environnement et membre de l'Académie des Sciences d'Outre-Mer présente le fait que Nature et Biodiversité sont étroitement liées. C'est d'ailleurs grâce au maintien de la biodiversité que la nature fait l'objet d'une protection spécifique encadrée par le droit¹². Le droit français s'est saisi des questions de protection de l'environnement du point de vue naturel et patrimonial. A travers les mesures de protection du simple « environnement » le droit se préoccupe particulièrement des notions de biodiversité et de patrimoine naturel, mais aussi du patrimoine culturel et immatériel.¹³

Nous nous concentrerons dans ce mémoire sur la protection du patrimoine naturel et de la biodiversité.

¹² Jean-Marie Breton. Biodiversité, écologie et droit, *Études caribéennes*, 2018, n°41.

¹³ Jean-Marie Breton. Entre protection et valorisation : le patrimoine saisi par le droit. *Études Caribéennes*, 2011. Disponible sur <http://journals.openedition.org/etudescaribeennes/5374>. (Consulté le 9-01-2020).

3.2.2 ... son histoire

Figure 4 : Historique de la protection de l'environnement



C'est le 2 mai 1930 que la notion de « protection de la nature » apparaît à travers une loi relative à la protection des monuments naturels et sites de caractère artistique, historique, scientifique, légendaire ou pittoresque. L'absence de statut juridique propre à la nature et ce qui la compose a participé à son utilisation abusive et démesurée. La biodiversité quant à elle a un traitement spécifique depuis la Conférence de Rio de juin 1992 et elle est aujourd'hui au centre des

dispositifs juridiques concernant la protection et la gestion environnementale (Tardif, 2003).

La loi Barnier de 1995, concernant le renforcement de la protection de l'environnement, reconnaît les paysages (et par extension la nature) « comme faisant partie du patrimoine commun de la nation ». C'est notamment à ce titre que nous pouvons définir l'environnement naturel comme un bien commun accessible à tous.

3.2.3 ... à travers les aires protégées

L'UICN¹⁴ (Union internationale pour la conservation de la nature) fondée en 1948, a établi une liste d'aires protégées représentant 12% de la surface terrestre. Ces aires protégées sont catégorisées à l'échelle mondiale par six catégories différentes, qui sont reconnues par la Convention sur la diversité biologique. Ces catégories représentent un cadre mondial commun dans la gestion des aires protégées, elles sont notamment reconnues par plusieurs organismes internationaux comme étant la norme (notamment par Les Nations Unies.).

Catégories des aires protégées mondiales (Dudley Nigel, 2008, p. 33) :

¹⁴ Cette Union représente un ensemble d'environ 1000 d'acteurs à travers le monde : acteurs public, Etat, organismes non gouvernementaux; ayant pour but la conservation de la biodiversité à travers le monde.

- Catégorie I : Protection intégrale :
 - Catégorie Ia : Réserve naturelle intégrale ;
 - Catégorie Ib : Zone de nature sauvage ;
- Catégorie II : Conservation de l'écosystème et protection (p.ex. Parc national) ;
- Catégorie III : Conservation d'éléments naturels (p.ex. Monument naturel) ;
- Catégorie IV : Conservation par une gestion active (p.ex. Aire de gestion des habitats / espèces) ;
- Catégorie V : Conservation d'un paysage terrestre / marin et loisirs (p.ex. Paysage terrestre / marin protégé) ;
- Catégorie VI : Utilisation durable des écosystèmes naturels (p.ex. Aire protégée de ressources naturelles gérées).

Même si le but premier de ces aires protégées est la conservation de la biodiversité, dans certaines d'entre elles, des objectifs de recherche scientifique ou de loisirs et donc de pratiques touristiques, peuvent être applicables.

Conclusion chapitre 1 :

La biodiversité, l'environnement et le patrimoine naturel sont des notions qui s'entremêlent et possèdent des définitions complexes. En effet, la biodiversité est large, puisqu'elle comprend l'ensemble de la faune et de la flore, tandis que l'environnement dans son sens global, englobe la biodiversité ainsi que l'ensemble des éléments qui nous entourent. Cette étude s'est consacrée à l'analyse de l'environnement exclusivement naturel, aussi nommé « patrimoine naturel » que nous nous sommes employés à définir pour comprendre l'importance de sa protection et du rapport entre homme et nature. Il fut incontournable de définir la notion englobante du développement durable, en passant par son historique, afin de s'orienter exclusivement sur son pilier environnement, sur lequel s'appuie cette étude. Ceci afin d'exposer les faits quant à la disparition et la protection de l'environnement.

Chapitre 2 : De l'avènement du tourisme à sa tentative d'adaptation à l'environnement, un phénomène à surveiller.

Le tourisme, à travers l'histoire, connaît une forte augmentation et a des effets néfastes, notamment sur l'environnement naturel. Cependant, différents moyens existent pour parer à ces conséquences néfastes. L'intégration du développement durable au tourisme s'effectue désormais à travers la mise en place d'une charte, d'un code mondial, de labels ou encore à travers l'action d'acteurs variés qui sont intéressants à étudier.

1. Le tourisme et l'histoire de ce phénomène ambiguë.

L'INSEE, organisme officiel dans la réalisation de statistiques nationales, définit le tourisme comme :

« Le tourisme comprend les activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et séjours dans des lieux situés en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année, à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs non liés à l'exercice d'une activité rémunérée dans le lieu visité. »¹⁵

Même si cette définition peut paraître simple, le phénomène touristique n'en n'est pas moins un phénomène complexe et ambiguë. Il est complexe en bien des points car c'est un domaine pluridisciplinaire qui rassemble des acteurs très variés. De plus, il se développe sur des zones géographiques diverses à l'échelle mondiale et il est difficile à saisir à cause de ses flux invisibles et de ses effets souvent imprévisibles. C'est également un phénomène ambigu car le tourisme peut à la fois être un vecteur de développement (économique, social, des peuples, des territoires etc.) tout en étant aussi un facteur de mise en péril des sociétés, de l'économie et/ou de l'environnement des pays récepteurs fragiles¹⁶.

1.1. Histoire du tourisme

Au cours de l'histoire, le tourisme a connu de nombreuses modifications qui peuvent être exprimées à travers 5 grandes périodes¹⁷ qui sont :

Le Grand Tour : C'est au cours du XVII^e et du XVIII^e siècles qu'apparut le voyage pour le plaisir, appelé Grand Tour. Les jeunes nobles aristocrates anglais portaient traditionnellement découvrir l'Europe et le monde. Souvent vécue comme une contrainte par la jeunesse

¹⁵ INSEE, *Tourisme [en ligne]*, disponible sur <https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c1094>. (Consulté le 13-11-2019).

¹⁶ Jacinthe Bessière. *Sociologie du Tourisme*. Cours de Master 1 TD, ISTHIA, Université Toulouse Jean-Jaurès, 2019.

¹⁷ Jacinthe Bessière. *Sociologie du Tourisme*. Cours de Master 1 TD, ISTHIA, Université Toulouse Jean-Jaurès, 2019.

aristocratique, car forcé par leurs parents, le voyage n'était accessible que pour certains privilégiés afin de s'ouvrir au monde et s'enrichir. Cette pratique sera d'ailleurs critiquée par le sociologue Weblen qui la décrira comme une pratique ostentatoire et une incitation à la paresse.

Se développant, le Grand Tour permet la mise en place de structures dédiées au voyage de ces élites (Lofgren, 2019, p. 13). C'est d'ailleurs de ce Grand Tour que nous avons conservé une majorité des pratiques touristiques, comme par exemple la contemplation des monuments historiques.

L'avènement des vacances et du temps libre : C'est au début du XX^e siècle, que s'effectue la montée du temps libre grâce à la mise en place en 1936 des premiers congés payés en France, introduit par le gouvernement du Front Populaire. Les vacances deviennent alors accessibles à tous et non plus seulement à une élite. Le repos des ouvriers est reconnu comme étant nécessaire à cette période par les mouvement hygiénistes.

Le tourisme de masse : C'est durant les années 50 et 60 que le tourisme s'intensifie pour devenir un tourisme de masse. Tout le monde part en vacances (8 millions de vacanciers citadins en 1951 contre 20 millions en 1966), au même endroit, au même moment, c'est la production de touristes à la chaîne. C'est durant cette période qu'ont été instaurées la 3^{ème} semaine de congés payés (1956), la 4^{ème} semaine (1969) et la 5^{ème} (1981). Le tourisme devient un fait social généralisé, une industrie à part entière. On voit d'ailleurs apparaître des acteurs clés de cette nouvelle industrie comme Le Club Med et de grands plans d'aménagements touristiques, notamment sur les territoires de littoral et de montagne. L'afflux touristique très important et sans précédent, génère un accueil sans réflexion, ni sur la qualité ni sur la durabilité des installations touristiques.

La crise du tourisme de masse par le vieillissement du produit touristique : Au cours des années 70 et 80, on observe un vieillissement du produit touristique de masse, qui pourrait aussi être décrite comme une phase de déclin du produit touristique. On fait face durant cette période à un besoin de diversification de l'offre touristique car le produit « mer/soleil » ne suffit plus. Les premières prises de conscience de l'effet du tourisme sur l'environnement apparaissent, tout comme la notion de développement durable, durant cette période.

Diversification du produit touristique : Cette période s'étend des années 90 à nos jours, et se traduit par une mutation sociale et économique du phénomène touristique. Elle est représentée par une multiplication des formes de voyages et des façons de pratiquer le tourisme (plus thématisé, plus ciblées etc.). Durant cette période, l'avènement des « packages tour » ont aussi

rendu plus accessibles les voyages pour les populations les plus éloignées de ce concept (petits moyens financiers, pas de compétence linguistique, aucune expérience de voyage) (Lofgren, 2019, p. 15). La notion de tourisme « hors des sentiers battus » vient en contraste au tourisme de masse pratiqué jusqu'alors. On observe l'apparition de formes de tourisme dit « alternatifs ». Parmi ceux-ci nous nous emploierons à présenter les formes de tourisme respectueuses de l'environnement dans la suite de cette étude.

1.2. Le tourisme, un phénomène en constante augmentation

Le tourisme ne cesse d'augmenter de manière exponentielle, comme le souligne l'OMT¹⁸, en 1950 les arrivées des touristes internationaux à l'échelle mondiale étaient de 25 millions, ce chiffre est passé à 278 millions en 1980, puis la barre des 1 milliard fut franchie en 2012, pour atteindre 1 milliard 326 millions en 2017. Dans son article « *Les arrivées de touristes internationaux atteignent 1,4 milliard deux ans plus tôt que prévu* » publié en 2018, l'OMT souligne que la croissance du tourisme à l'échelle mondiale est de plus en plus importante. Dans ce contexte elle place aussi l'éducation comme étant une priorité¹⁹.

Comme le décrit François Goliard, Maître de conférences en droit public à l'Université de La Rochelle, l'augmentation des chiffres concernant la fréquentation touristique représente une opportunité financière de grande ampleur pour les pays, et pour les régions²⁰. En effet, le tourisme participe de manière non négligeable au PIB mondial (à hauteur de plus de 3%) à travers des activités économiques comme le transport de passagers, la restauration, l'hébergement, les activités culturelles, les agences de voyage, le commerce de biens et de détails en relation avec les touristes²¹.

En France le tourisme représente la plus grosse source de revenus des régions, il est donc indispensable pour elles de poursuivre le développement touristique. De manière générale, les destinations mettent en œuvre des façons de plus en plus élaborées afin de toucher de nouvelles cibles de clientèles dans le but d'augmenter la fréquentation touristique. Même si le tourisme est devenu un secteur économique incontournable, il génère des effets dévastateurs lorsqu'il est fortement développé.

¹⁸ Organisme Mondial du Tourisme

¹⁹ OMT, *Les arrivées de touristes internationaux atteignent 1,4 milliard deux ans plutôt que prévu [en ligne]*, Disponible sur <https://frama.link/eY06ENUY>. (Consulté le 23-11-19).

²⁰ François Goliard. Du tourisme de masse à des tourisms élitistes ? *Juris tourisme*, 2019, n°222, p.22.

²¹ François Goliard. Du tourisme de masse à des tourisms élitistes ? *Juris tourisme*, 2019, n°222, p.22.

1.3. Les effets néfastes, conséquence d'un tourisme mal maîtrisé

Il paraît évident que le tourisme puisse avoir des effets dévastateurs et notamment sur l'environnement du site d'accueil. Ces effets dévastateurs ont été décrits dans différentes disciplines, comme par exemple en sociologie par Jean Viard, sociologue du 20^e siècle. Ce sociologue distingue divers effets néfastes du tourisme²² :

- effets socio-culturels ;
- effets socio-économiques ;
- effets environnementaux.

En voici quelques exemples :

On observe désormais de nombreux cas dans lesquels les destinations les plus ouvertes sur le tourisme souffrent d'une surfréquentation qui impacte l'environnement et les locaux, qui vont jusqu'à rejeter de manière extrême et brutale les touristes. Phénomène géographique hétérogène, la croissance des flux touristiques se concentre avant tout sur des endroits spécifiques qui deviennent alors des lieux sensibles : les sites culturels, les villes, les sites naturels...

La surfréquentation des sites touristiques génère différents problèmes, environnementaux, économiques et sociaux. Parlons tout d'abord du problème comportemental des touristes : les visiteurs ont parfois des comportements inadaptés et ils délaissent leurs bonnes habitudes comme le tri des déchets, le respect des règles de courtoisie etc. pendant leurs vacances, oubliant qu'ils ont un impact sur le lieu qu'ils visitent.

Ces sites font aussi face à des difficultés liées directement à l'augmentation du nombre de personnes sur le lieu, comme l'endommagement des sites culturels et naturels, l'augmentation des déchets, le développement d'offre locative saisonnière au détriment des logements à l'année pour les locaux, les nuisances sonores, l'augmentation du prix des biens et des services à certaines périodes de l'année ou toute l'année, des difficultés de circulation etc.

Les destinations subissant une surfréquentation doivent également faire face à des problèmes, qui, de prime abord sont des externalités positives pour le territoire et les locaux liées au tourisme : l'augmentation de l'artisanat local et par corrélation de l'emploi local. Il apparaît que bon nombre de touristes sont en quête d'authenticité lors de leurs achats de souvenirs. Ce

²² Bessière Jacinthe. *Sociologie du Tourisme*, Cours de Master 1 Tourisme et Développement, ISTHIA, Université Toulouse-Jean-Jaurès, 2019.

comportement génère parfois la production d'objets « artisanaux » n'existant pas dans la culture originelle locale, détruisant ainsi la culture au profit d'une marchandisation de celle-ci.

Il est essentiel de se tourner vers un développement du tourisme qui soit respectueux des piliers du développement durable afin de parer aux effets dévastateurs de ce phénomène. Nous nous emploierons désormais à exposer plus spécifiquement les effets dévastateurs du tourisme sur l'environnement naturel.

1.4. L'environnement en danger, lié à l'activité touristique

Comme nous l'avons vu précédemment et à travers la Liste Rouge Mondiale des espèces menacées de l'UICN, l'environnement naturel est de plus en plus altéré : disparition d'espèces faunistiques et floristiques. Il est aujourd'hui possible d'établir une liste de causes ayant engendré cette perte de biodiversité.

Dès 1988, les activités de tourisme et de loisirs sont explicitement mentionnées par la Liste Rouge des espèces vivantes menacées ou en voie de disparition, comme causes directes de la disparition ou régression grave de 161 espèces sur le territoire allemand par Serge Schlaifer, maître conférencier d'allemand à l'Université Toulouse-Le Mirail (Equipe de recherche sur le tourisme ERTSEC, 1997, p. 75).

L'Organisation de coopération et de Développement Economiques (OCDE) a été chargée, en 1977, d'analyser les différents impacts du tourisme sur l'environnement; En effet, depuis 1950, la croissance rapide du tourisme a généré une certaine dégradation de l'environnement (OCDE, 1980, p. 6).

A travers son rapport « *L'impact du tourisme sur l'environnement : rapport général* » l'OCDE, met en avant les différents effets négatifs du développement touristique sur l'environnement sur le court et le long terme:

- Les effets de pollution :
 - de l'air, liés à la production et à l'utilisation d'énergie et à la circulation automobile ;
 - de l'eau (lacs, mer, rivières, sources) liés au rejet des déchets par les bateaux de plaisance, au mauvais traitement des eaux usées non épurées et au déversement d'hydrocarbure ;
 - des sites par les dépôts d'ordures ménagères (notamment sur les sites de pique-nique) ;

- acoustique, liés à l'utilisation de véhicules motorisés automobiles ou récréatifs (scooter, avions de tourisme, bateau à moteur...), liés à la fréquentation touristique elle-même.
- Les effets de réduction des espaces naturels et agricoles :
 - par l'installation d'infrastructures et d'équipements de tourisme sur des espaces anciennement « libres » naturels ou agricoles ;
 - liés à la privatisation d'espaces par des hôtels ou des particuliers rendant inaccessible certaines zones naturelles comme les forêts ou les plages.
- Les effets de destruction de la faune et de la flore :
 - les effets de pollutions cités ci-dessus sont facteurs de la disparition d'une partie de la faune et de la flore dues à l'activité touristique ;
 - la trop forte fréquentation de l'environnement naturel entraîne, elle aussi, une disparition de la population de faune et de flore. Ce phénomène est accentué par le comportement des touristes (cueillette sauvage, incendie, négligence et vandalisme). Les milieux riches en biodiversité génèrent une forte attractivité, or ces lieux sont très sensibles aux impacts environnementaux, les rendant vulnérables (trop forte urbanisation touristique, surfréquentation des zones littorales, piétinements intempestifs hors des sentiers prévus à cet effet qui provoquent la dégradation de la végétation et de la qualité des sols.)²³.

2. Le développement durable intégré au tourisme

2.1. Le tourisme durable

Comme nous l'avons vu précédemment le tourisme est un facteur aggravant de la destruction et de la fragilisation de l'environnement. Il est donc désormais essentiel de trouver des moyens pour développer un tourisme en faveur de l'environnement, pour en limiter les impacts négatifs.

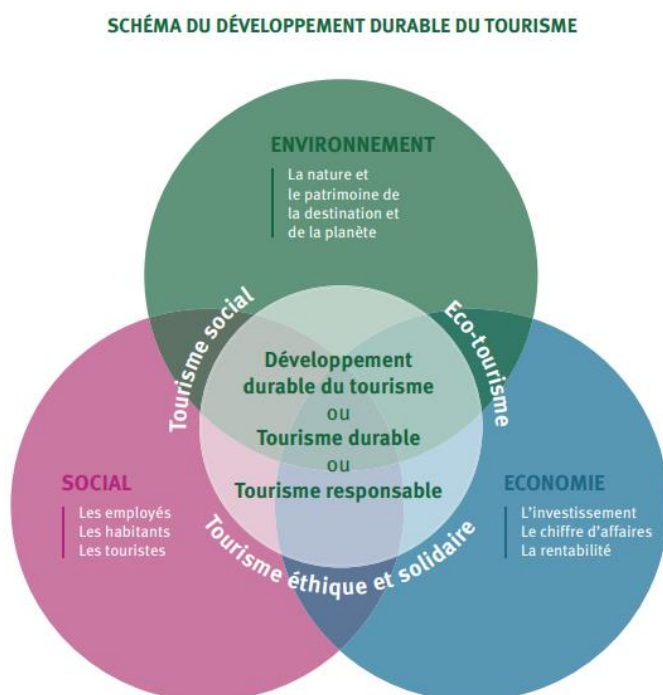
Appliquer les notions de développement durable au tourisme s'apparente au tourisme dit « durable ». Le tourisme durable n'est pas une forme de tourisme à part entière mais il représente

²³ Voyageons Autrement. *Les impacts du tourisme sur l'environnement [en ligne]*. Disponible sur <https://frama.link/LRJNXSrp>. (Consulté le 4-2-2020).

une démarche globalisée de l'activité touristique. La pratique d'un tourisme durable est établie en fonction de la responsabilité de chacun, allant de la conception de produits touristiques, jusqu'à la pratique des touristes elle-même.

En 1986, l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) définit le tourisme durable comme « *un tourisme qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l'environnement et des communautés d'accueil* »²⁴. Le tourisme durable vise donc à respecter les trois piliers du développement durable dans la production et la réalisation d'activités touristiques. Comme le montre le schéma du développement durable du tourisme ci-dessous, le tourisme durable prendra en compte le pilier environnement à travers notamment la prise en compte de la nature et du patrimoine de la destination et de la planète; le pilier économique à travers les investissements, le chiffre d'affaires et la redistribution des bénéfices et le pilier social en plaçant l'humain au centre des préoccupations dans la gouvernance des projets.

Figure 5 : Schéma du développement durable du tourisme²⁵



Ces différents aspects nous renvoient aux différentes appellations des formes de tourisme durable : le tourisme durable, le tourisme responsable, l'écotourisme, le tourisme social, le tourisme éthique et solidaire. Cette étude exposera par la suite les appellations relatives à un tourisme spécifiquement respectueux de la nature.

²⁴ ADT. *Tourisme durable [en ligne]*. Disponible sur <http://www.tourisme-durable.org/tourisme-durable/definitions> (Consulté le 4-2-2020).

²⁵ Source : Atout France, 2011, p. 17.

2.2. Charte du tourisme durable

La charte du tourisme durable, composée des 18 principes du tourisme durable, a été éditée en 1995, lors de la Conférence Mondiale du Tourisme Durable (cette conférence s'est déroulée à Lanzarote, Canaries). Cette charte a été établie conjointement par l'UNESCO, l'OMT, et le programme des Nations Unies. Ce premier document incitatif, met en avant le lien étroit entre protection de l'environnement et tourisme. Cette charte a été remise au goût du jour par le Code mondial d'éthique du tourisme et signée par un plus grand nombre de participants.

2.3. Le code mondial d'éthique du tourisme

Pour parer aux effets dévastateurs liés à la croissance touristique, l'Assemblée générale de l'OMT a adopté en 1999 à Santiago au Chili, Le Code mondial d'éthique du tourisme. Ce code est la référence pour ce qui concerne le développement raisonné, rationnel et durable du tourisme à l'échelle mondiale. Ce texte officiel s'appuie sur des déclarations et des codes professionnels tels que la Déclaration universelle des droits de l'homme ou la Convention concernant la protection du patrimoine mondial culturel et naturel afin de les compléter et de répondre aux mutations des enjeux actuels (impacts négatifs de l'activité humaine, tourisme en mutation, expansion touristique grandissante.). Les 10 articles qui le composent déterminent les règles à suivre pour les travailleurs du secteur touristique, les touristes eux-mêmes, les gouvernements, les destinations, etc. C'est le premier document officiel à s'intéresser à la gestion raisonnée du tourisme en relation avec l'environnement, avec par exemple son article 2 « *Le tourisme, facteur de développement durable* ». Ce texte met aussi en avant les notions d'éducatrices liées au tourisme dont nous reparlerons en chapitre 3 de cette partie d'étude.

Ce code mondial de l'éthique du tourisme prouve et encadre l'émergence de nouvelles pratiques touristiques responsables. Ces différentes formes de tourisme alternatifs prennent en compte le respect et/ou la protection de l'environnement.

3. Les formes de tourisme respectueuses de l'environnement : la prégnance du tourisme durable

Il existe, depuis la grande période du tourisme postfordiste, qui est une période de diversification du produit touristique (des années 90 à nos jours), différentes formes de tourisms dits de « tourisme alternatif ». Ces nouvelles formes de tourisme se différencient du tourisme classique « Sea, Sex, Sand, and Sun » utilisant une multiplicité de vocables (volontourisme, tourisme

solidaire, tourisme social...). Nous nous appliquerons à présenter et définir spécifiquement les formes de tourisms durables qui respectent l'environnement naturel.

3.1. Tourisme respectueux de l'environnement, une variété de vocales

Nous nous emploierons à présenter différentes formes de tourisms respectueuses de l'environnement. Ceci est une liste non exhaustive car les formes de tourisme ainsi que leurs appellations évoluent.

L'Écotourisme : cette appellation apparaît au début des années 70 avec l'écologiste mexicain Ceballos-Lascurain. Mais c'est une notion alors difficile à définir jusqu'en 2002 au cours du Sommet Mondial de l'écotourisme au Québec.

L'OMT définit l'écotourisme comme suit :

« L'écotourisme rassemble toutes les formes de tourisme axées sur la nature et dans lesquelles la principale motivation du touriste est d'observer et d'apprécier la nature ainsi que les cultures traditionnelles qui règnent dans les zones naturelles. »²⁶

L'écotourisme est donc l'ensemble des pratiques et des infrastructures liées à l'observation, l'éducation et la protection des espaces naturels. Cette définition intègre également des notions d'intérêt culturel. Les bénéfices socio-économiques locaux et la préservation de l'espace naturel sont les éléments fondamentaux de cette activité touristique²⁷. On pourrait donc également rapprocher cette forme de tourisme aux piliers du développement durable (social, environnemental et économique).

Le tourisme de nature : est défini par l'OMT comme *« une forme de tourisme dans laquelle la motivation principale est l'observation et l'appréciation de la nature. »*.

Cette définition paraît simple, pourtant il est important de ne pas faire d'amalgame entre le tourisme de nature et le tourisme d'aventure et de randonnée (ainsi que la pratique d'activité de pleine nature) car cela pourrait restreindre les clientèles potentielles en excluant les simples curieux et amoureux de la nature (AFIT, 2003, p. 2). Le terme de tourisme de nature ne doit pas non plus être confondu avec le tourisme naturaliste, forme très élitiste de tourisme qui concerne la pratique et la découverte scientifique de la faune et de la flore en milieu naturel.

²⁶ Sébastien Rayssac. *Aménagement et Géographie touristique*. Cours de Master 1 Tourisme et développement, ISTHIA, Université Toulouse – Jean Jaurès, 2019.

²⁷ Sébastien Rayssac. *Géographie et aménagement touristique*. Cours de Master 1 TD, ISTHIA, Université Toulouse Jean-Jaurès, 2019.

Le tourisme dans les espaces protégés : cette pratique nécessite l'existence d'espaces protégés tels qu'un Parc National, une zone Natura 2000, une réserve naturelle ou un Parc Naturel Régional (PNR). En effet, il est possible de pratiquer une activité de loisir et de tourisme sur certains de ces espaces, tandis que d'autres sont consacrés exclusivement à la sauvegarde du patrimoine naturel. Ces activités doivent cependant respecter les conditions de protection de l'environnement. Les aires protégées sur lesquelles sont possibles ces activités sont :

- les aires de *Catégories Ia* pour la pratique d'un tourisme religieux en réserve intégrale, car:
« L'aire pourrait avoir une importance religieuse ou spirituelle (comme un site naturel sacré) pour autant que la conservation de la biodiversité soit identifiée comme un objectif premier. Dans ce cas, l'aire peut contenir des sites qui peuvent être visités par un nombre limité de personnes engagées dans des activités liées à leurs croyances et qui respectent les objectifs de la gestion de l'aire. » (Dudley Nigel, 2008 p. 16.)
- les aires de *Catégorie Ib* (Zone de nature sauvage) qui peuvent être ouvertes aux visiteurs, dans un cadre très limité, pour ceux souhaitant voyager de façon autonome, à pied ou en bateau ;
- les aires de *Catégorie II* (Parc National) dont l'un des objectifs est de contribuer à l'économie locale via le tourisme. Il doit cependant toujours respecter les premiers objectifs de protection, tout en encourageant les communautés locales et leur développement économique.

On ne retrouvera pas dans cette liste des formes de tourisme le terme de « tourisme vert », car il définit uniquement un tourisme dont la fréquentation est concentrée sur les espaces ruraux ou à la campagne. Il ne prend pas en compte les notions de respect de l'environnement.

3.2. L'environnement, un instrument marketing ?

A travers l'apparition de ces formes de tourisme, respectueuses de l'environnement il est aussi possible de se demander si l'intérêt est réellement porté à la protection de l'environnement, ou si l'objectif n'est pas d'attirer plus de clients.

3.1.1 Les labels de tourisme durable

En France de nombreux labels garantissent un tourisme respectueux de l'environnement et/ou le caractère équitable des services et des biens commercialisés, en voici quelques exemples, cette liste est non-exhaustive :

Clef verte :

Figure 6 : Label Clef Verte



Destiné aux hébergements touristiques (camping, meublés de tourisme et hôtels), ce label est présent dans 13 pays européens, ainsi qu'au Maroc, au Japon et en Tunisie. Ce label est par ailleurs créé par la Fondation pour l'éducation à l'environnement, qui est une association internationale. Il garantit des efforts en matière de gestion des déchets, de l'eau, de l'énergie et de gestion environnementale générale de la part des hébergeurs, tout en insistant sur l'éducation à l'environnement.

Accueil paysan :

Figure 7 : Label Accueil paysan



Ce label à destination des hébergements en espace rural met en relation le monde rural et la population urbaine à travers un accueil sur une exploitation et des activités pédagogiques.

Ethic étape :

Figure 8 : Label Ethic étape



À destination de structures d'hébergement de groupe, ce label prône la prise en compte de l'environnement par la mise en place d'une gestion responsable des ressources (utilisation de produits d'entretien biologiques, économie de l'eau et de la consommation d'énergie, tri des déchets et sensibilisation de la clientèle.).

Gîte Panda :

Figure 9 : Label Gîte Panda



Dédié aux hébergements pour leur ruralité et leur respect de l'environnement., ce label met en avant les logements touristiques localisés en espaces protégés tels que les Parcs Naturels Régionaux. Les objectifs poursuivis sont le développement de l'écohabitat et la sensibilisation des hôtes et des clientèles à la protection de la biodiversité.

Hôtel au naturel :

Figure 10 : Label Hôtel au naturel



Il s'agit d'un label spécifiquement dédié aux hôtels localisés dans des Parcs Naturels Régionaux français. La garantie de ce label est de proposer des hébergements souvent isolés, qui modèrent leur consommation d'énergie, surveillent le gaspillage de papier ou d'eau et utilisent des produits qui ne sont pas nuisibles à l'environnement.

Mais il en existe bien d'autres tels que, GreenGlobe 21, Pavillon bleu... Il est possible de se questionner sur l'existence d'une telle multiplicité de labels relatifs au respect de l'environnement et au principe de développement durable: Comment la clientèle s'y retrouve-t-elle pour choisir un label qui respecte ses valeurs et son envie de respecter l'environnement ?

3.1.2 Le marketing environnemental, promouvoir ou protéger ?

Il est intéressant de souligner que l'existence d'un tourisme respectueux de l'environnement, ou de tourisme en espace protégé influe sur le comportement touristique. En effet, d'après le maître conférencier, Serge Schlaifer, à l'Université Toulouse -Le Mirail :

« Les études réalisées sur la motivation, déterminante, quant au choix de la destination touristique, attestent l'importance croissante, depuis cinq années surtout, que les Allemands et les Autrichiens accordent à la qualité de l'environnement naturel; et il se confirme qu'une fraction croissante de clientèle, à tout niveau, se déclare prête à dépenser davantage dans les lieux où l'environnement naturel est sauvegardé le plus possible dans son intégralité » (Équipe de recherche sur le tourisme ERTSEC, 1997, p. 74).

Une étude menée par Atout France concernant les clientèles et le tourisme durable démontre aussi que 96 % des habitants de l'Union Européenne sont très attachés à la protection de l'environnement. Cependant, ces préoccupations liées au développement durable et à l'environnement varient selon l'importance de la couverture médiatique (Atout France, 2011, p. 27).

A travers cette étude, Atout France dit également qu'en France, 68 % des Français sont prêts à privilégier une destination en faveur de l'écologie, 86 % sont prêts à adopter un comportement d'éco-consommateur sur le lieu de séjour, 68 % sont prêts à opter pour un mode de transport moins polluant et que 56 % sont prêts à privilégier un hébergement disposant d'un écolabel.

Malgré ces observations, le tourisme durable et respectueux de l'environnement reste un facteur à double temporalité. En effet, même si certains touristes se déclarent prêts à dépenser plus dans des sites où l'environnement naturel est protégé et se disent également prêts à favoriser un tourisme éco-labélisé, la peur « de se faire avoir », notamment par le *greenwashing*²⁸, reste un frein à la consommation.

Il est possible de se demander aujourd'hui si ces formes de tourisms respectueuses de l'environnement ne vont pas attirer les flux touristiques vers une massification future, car à travers l'histoire les formes de tourisme « hors des sentiers battus » destinés à l'élite ont fini par attirer la masse touristique²⁹.

3.3. Les acteurs œuvrant pour un tourisme respectueux de l'environnement

Le tourisme permet la rénovation et le financement de sites naturels d'importance et peut être une source de financement pour les zones naturelles (Josse, 2010, p. 25). Pour aller plus loin, voici les sites et acteurs sur lesquels le tourisme respectueux de l'environnement est possible et développé.

3.3.1 Les Parcs Naturels Régionaux (PNR)

Les premiers Parcs Naturels Régionaux furent institués en 1967 grâce à l'existence de la DATAR (la délégation à l'aménagement du territoire) pour trouver une alternative aux Parcs Nationaux et sont aujourd'hui gérés par la Fédération Française des Parcs Naturels Régionaux. Pour qu'un territoire soit classé, il doit se développer autour d'un projet basé sur la protection de l'environnement et la valorisation de son patrimoine culturel et naturel à dominante rurale. De plus le territoire doit posséder des paysages, des milieux naturels et un patrimoine culturel de grande qualité en équilibre fragile. Aujourd'hui ce sont 52 Parcs Naturels Régionaux qui sont recensés en France. Les missions des Parcs Naturels Régionaux sont définies par l'article R333-4 du Code de l'Environnement comme étant « *la protection et la gestion du patrimoine naturel, culturel et paysager; l'aménagement du territoire; le développement économique et social; l'accueil, l'éducation et l'information; l'expérimentation, l'innovation.* »³⁰. Les Parcs sont donc des espaces ouverts vers l'extérieur et accueillent de nombreux visiteurs en leur sein, favorisant ainsi les activités de

²⁸Le greenwashing, ou éco blanchiment, est une technique commerciale consistant à utiliser des arguments environnementaux souvent trompeurs.

²⁹ Pierre Torrente. Gestion de projet. Cours de Master 1 TD, ISTHIA, Université Toulouse Jean-Jaurès, 2020.

³⁰ Parcs Naturels Régionaux de France. *Missions [en ligne]*. Disponible sur <https://www.parcs-naturels-regionaux.fr/article/missions>. (Consulté le 2-02-2020).

tourisme respectueuses de l'environnement (puisque cela répond à leur mission principale de sauvegarde du patrimoine naturel et culturel). A travers la Charte Européenne du Tourisme Durable (dont 26 Parcs sont signataires) et la Marque Parc, les PNR développent et valorisent les activités d'écotourisme afin de faire interagir préservation et découverte de la nature. Il est d'ailleurs à noter que les territoires classés PNR ont un taux de fonction touristique, une part d'emploi touristique, et des équipements de randonnée supérieurs aux autres communes rurales³¹. Cela favorise le développement d'un éco-tourisme. La Fédération française des PNR affiche d'ailleurs clairement son intention de favoriser les activités relatives à l'interprétation, à l'observation, à l'éducation et à l'étude des milieux naturels³².

3.3.2 Les réserves naturelles de France :

Une réserve naturelle répond à la définition suivante :

« C'est un espace naturel protégé par un acte de classement en raison de l'intérêt particulier qu'il comporte et de la nécessité qu'il y a à conserver ce milieu en état, de protéger sa faune, sa flore, une géologie particulière, et de les soustraire à toute intervention artificielle qui pourrait les dégrader. » (Cans, Reille, 1997, p. 10).

La première réserve naturelle française fut créée en 1961, sur le lac LUITEL en Isère. Roger Estève, ancien président des Réserves Naturelles de France indique : *« En s'engageant ainsi dans une politique de préservation des espaces naturels, la France rejoignait les pays qui, déjà avaient pris conscience de la nécessité d'assurer la préservation de leur patrimoine. »* (Cans, Reille, 1997, p. 5). Les réserves naturelles sont aujourd'hui au nombre de 350 (contre 134 en 1997), réparties en trois sous catégories : réserves naturelles nationales (RNN), réserves naturelles régionales (RNR) et réserves naturelles de Corse (RNC). Les réserves naturelles ont pour rôle premier la préservation des éléments majeurs du patrimoine naturel. Ces réserves permettent également la protection de certaines espèces de faune et de flore présentes sur celles-ci. Les trois missions incontournables des Réserves Naturelles de France sont donc la protection des milieux naturels (maintien des espèces animales et végétales et du patrimoine géologique), la gestion des sites et la sensibilisation des publics³³. Les actions de ces espaces sont multiples: pédagogie, recherche scientifique, génie écologique, accueil du public etc.

³¹ Parcs Naturels Régionaux de France. *Tourisme [en ligne]*. Disponible sur <https://frama.link/-Bo6W3Tp>. (Consulté le 4-02-2020).

³² Parcs Naturels Régionaux de France. *Tourisme [en ligne]*. Disponible sur <https://frama.link/-Bo6W3Tp>. (Consulté le 3-02-2020).

³³ Réserves Naturelle de France. *Les réserves naturelles [en ligne]*. Disponible sur <http://www.reserves-naturelles.org/reserves-naturelles>. (Consultée le 4-02-2020).

Il est donc possible de pratiquer tourisme sur ces espaces. Le tourisme peut être ici un vecteur de sensibilisation au respect de l'environnement à travers des actions pédagogiques. Les gestionnaires de ces sites chercheront à aller plus loin que la simple contemplation, en proposant une compréhension de la nature et de son fonctionnement.

3.3.3 Patrimoine naturel mondial de l'UNESCO

En 1972, l'Organisation des Nations Unies pour l'Education, la Science et la Culture (UNESCO), créait la catégorie « Patrimoine mondial » en réponse aux menaces de dégradation et de disparition du patrimoine mondial culturel et naturel. Pour faire partie de la Liste du patrimoine mondial, les sites doivent avoir une valeur universelle exceptionnelle. Concrètement, l'UNESCO établit deux listes, la Liste du patrimoine mondial et la Liste du patrimoine en péril. Ces deux listes constituent l'inventaire du patrimoine mondial (Severo, 2003, p. 51).

Notre attention se porte sur les biens du patrimoine naturel des listes du patrimoine mondial; Pour être classifié comme patrimoine naturel mondial, l'UNESCO dit :

« Un site doit posséder des richesses telles que des phénomènes naturels remarquables ; représenter les principaux états de l'histoire de la terre, démontrer des processus écologiques et biologiques significatifs et contenir des habitats naturels importants. »³⁴

3.3.4 Le réseau international des réserves de biosphère

A travers son Programme sur l'Homme et la Biosphère³⁵ créé en 1971, l'UNESCO a établi un réseau international de réserves de biosphère. A ce jour il existe 701 réserves de biosphère dans 124 pays à travers le monde. Les réserves de biosphère ont pour objectif de mettre en relation de manière équilibrée l'homme et la biosphère. Elles ont plus particulièrement pour objectif de trouver des solutions afin de concilier la conservation de la biodiversité et son utilisation durable. Pour se faire, trois zones interdépendantes composent les réserves de biosphère :

- L'aire ou les aires centrales : consacrée(s) à un écosystème réglementairement protégé pour contribuer à la conservation des paysages, des écosystèmes, de la variation génétique et des espèces vivantes.
- La zone tampon : elle entoure les aires centrales et a pour but de favoriser les activités de recherche, de suivi, de formation ou d'éducation scientifique.

³⁴ UNESCO. *Patrimoine naturel [en ligne]*, Disponible sur <https://fr.unesco.org/themes/patrimoine-naturel> (Consulté le 6-02-2020).

³⁵ MAB (Man and Biosphère)

- La zone de transition : elle autorise la mise en place d'activités pour un développement économique et humain socio-culturellement et écologiquement durable³⁶.

Ces différentes zones sont complémentaires et se renforcent mutuellement afin de remplir leur fonction qui sont interconnectées.

Le programme *l'Homme et la Biosphère* à travers ses réserves de biosphère propose donc la possibilité de mettre en place en leur sein des activités touristiques respectueuses de l'environnement. Il y est également possible de réaliser des actions d'éducation et de sensibilisation à celui-ci.

3.3.5 Les Grands Sites de France

Pour être labélisé Grand Site de France un site se doit, dans un premier temps, de s'intégrer dans la démarche du Réseau des Grands Sites de France créé en 2000. Le Réseau des Grands Sites de France est une association loi 1901 reconnue d'intérêt général qui regroupe les organismes locaux chargés de la gestion des Grands Sites. Ce Réseau rassemble des sites inscrits dans une démarche de développement durable, plus ou moins avancés pour obtenir le label. Le Réseau rassemble des lieux ayant pour point commun une recherche novatrice pour assurer une qualité d'accueil et un respect de l'esprit des lieux, tout en générant un impact positif social et économique local.

Le réseau cherche aussi à aider les lieux à faire face au défi de préservation sur le long terme dans un contexte croissant de pression touristique. La liste des Grands Sites de France est aujourd'hui composée de 20 sites en France et le Réseau de 47 sites en liste pour l'obtention du label. Pour obtenir le label, les Sites doivent participer à l'Opération Grand Site.

L'Opération Grand Site répond à deux objectifs: d'un côté, la gestion de la fréquentation, la protection du site, l'information, la sensibilisation et la pédagogie ; et d'un autre côté le développement touristique et agricole pour créer de nouvelles activités (Réseau des Grands Sites de France, 2013, p. 13). Les Grands sites de France ont donc pour mission la valorisation du patrimoine culturel et naturel pour gérer la fréquentation touristique³⁷.

³⁶ UNESCO. *Les réserves de biosphère – Sites d'apprentissage pour un développement durable [en ligne]*, Disponible sur <https://frama.link/JHb2RT-b>. (Consultée le 1-2-2020).

³⁷ Supagro. *Le réseau des Grands Sites de France [en ligne]*, Disponible sur <https://frama.link/eAyj4vC0>. (Consulté le 6-02-2020).

Conclusion chapitre 2 :

L'augmentation exponentielle de la pratique touristique et ses différents effets dévastateurs sur l'environnement sont indiscutables. Ce chapitre a permis de définir les différentes façons de pratiquer un tourisme qui soit respectueux de l'environnement naturel. Le tourisme durable ainsi que les multiples formes qui le composent ont été présentés et nous avons vu les axes de solutions qu'elles proposent.

Chapitre 3 : Le tourisme peut-il être une ressource pour sensibiliser aux questions environnementales ?

La pratique touristique dès ses débuts a toujours été vectrice d'apprentissages et d'éducation. Pour le comprendre il est important de différencier les notions d'apprentissage, d'éducation, d'interprétation et de sensibilisation. Ces deux derniers éléments sont ceux qui seront plus précisément explorés afin de faire le lien entre tourisme, sensibilisation et environnement. Pour récolter des informations précises et pertinentes, un entretien a été mené avec M. A, enseignant chercheur et chargé de mission développement Durable et Éducation au Développement Durable au CNRS³⁸, le 13/02/2020. La retranscription de l'entretien se trouve en *Annexe A* de ce mémoire.

1. Apprentissage de savoir à travers la pratique touristique

1.1. Tourisme vecteur d'apprentissage à travers l'histoire

Dès l'apparition de la première forme de tourisme, le voyage était vecteur d'apprentissage et d'éducation constituant le fondement même du Grand Tour. Cette période a été menée pour être une source de savoir-faire et de savoir-être afin de différencier les élites européennes à partir du XVIII^e siècle, dans l'objectif de les préparer à occuper de futures positions de pouvoirs (Peyvel, 2019, p. 20). Ces aristocrates anglais ont été les inventeurs du tourisme, et cherchaient à « *re-questionner leur relation au monde [...] avoir des vraies rencontres avec des gens qui habitaient là, voir des paysages.* » (M. A, enseignant chercheur et chargé de mission développement Durable et Éducation au Développement Durable au CNRS³⁹, extrait de l'entretien du 13/02/2020).

Différents auteurs ont écrit sur le lien entre tourisme et apprentissage, tout d'abord en 1990, Roggenbuck, Loomis et Dagostino, puis des travaux ont été menés, plus tournés vers l'écotourisme et le patrimoine.

Le tourisme sera utilisé par la suite comme outil d'apprentissage à travers les voyages scolaires et les activités qui y sont proposées telles que :

- Les visites : La visite de lieux architecturaux est une activité incontournable dans les échanges scolaires (visite de musées, de monuments emblématiques...), guidée ou non.
- La découverte d'un pays étranger et de sa culture.

³⁸ Centre national de la recherche scientifique

³⁹ Centre national de la recherche scientifique

- L'apprentissage d'une langue en immersion dans la famille d'un correspondant.

La notion d'apprentissage dans la pratique touristique a été oubliée et passée sous silence, malgré le fait, qu'elle ait été la réalité première lors du Grand Tour (M. A, enseignant chercheur et chargé de mission développement Durable et Éducation au Développement Durable au CNRS, extrait de l'entretien du 13/02/2020).

1.2. La notion d'éducation dans la pratique du voyage.

Le tourisme peut être vu non pas comme un dispositif d'apprentissage mais comme une mise en situation d'apprentissage. Le touriste par son déplacement physique et mental sera amené à acquérir des compétences, des valeurs et des savoir-faire, qu'il sera ensuite susceptible de mettre en pratique au quotidien à son retour. Le voyage en lui-même est une source d'apprentissage dès la préparation de celui-ci et pendant son déroulement : gestion d'un budget, résolution des problèmes rencontrés, négociation avec des personnes... Le voyage permet également de remobiliser des expériences vécues et de faire évoluer d'un point de vue humain sur des problématiques spécifiques telles que la mixité, l'éducation, l'alimentation, les liens familiaux, l'environnement... Les interactions que sous-entendent le voyage donnent une multitude de possibilités d'apprentissages divers et mobilisables à chaque moment de la vie.

Pour certaines personnes, le voyage est le seul moyen de mieux connaître leur culture, leur histoire et leur environnement (Peyvel, 2019, p. 21). Pourtant il est important de souligner que certains points de vue mettent en avant le fait que tourisme et éducation sont des notions opposées. Effectivement la notion de tourisme est associée à celle de la liberté et du plaisir, tandis que les notions d'apprentissage et d'éducation sont associées à la discipline et au travail.

Par ailleurs, le Code Mondial d'Éthique du tourisme définit le tourisme comme une activité permettant l'accès à la nature, et déclare également qu'en le pratiquant avec une ouverture d'esprit suffisante il « *constitue un facteur irremplaçable d'auto-éducation personnelle, de tolérance mutuelle et d'apprentissage des différences légitimes entre peuples et cultures, et de leur diversité.* » (Organisation Mondiale du Tourisme, 1999, p. 5).

1. Sensibilisation et éducation à l'environnement

2.1. Apprentissage et éducation

Lorsque le domaine de l'éducation est abordé, on y retrouve facilement associé les termes « apprentissage », « éducation » et « interprétation », il est donc important de les dissocier. Tout

d'abord, l'apprentissage est un processus naturel qui dure tout au long de la vie, de manière aléatoire et non-organisée. Les modes d'apprentissages sont multiples. L'éducation quant à elle se traduit par « *la mise en œuvre de moyens propres à assurer la formation et le développement d'un être humain* » ainsi que ces moyens eux-mêmes (Robert, 2007). L'éducation est donc un processus conscient, séquentiel, planifié basé sur des objectifs préalablement définis. Pour mettre en place un processus d'éducation il sera donc possible d'utiliser différents modes d'apprentissages. Nous pouvons dès à présent relever les cadres d'éducation et d'apprentissage. Ces cadres peuvent être institutionnels ou informels⁴⁰ :

- le cadre familial qui permet d'apprendre les savoir-faire élémentaires, les coutumes, les interdits ;
- le cadre de l'école qui permet un apprentissage collectif ;
- le cadre tout au long de la vie à travers les formations, les connaissances accumulées et les expériences.

2.2. Interprétation et sensibilisation

L'interprétation, elle, consiste en une activité éducative qui a pour objectif de permettre la compréhension du monde et des relations avec ses éléments. L'interprétation ne consiste pas en un simple énoncé de faits mais en l'utilisation de moyens tels que des expériences pratiques, l'utilisation de matériel et d'objets originaux; Nous nous emploierons à définir plus en détail cet élément dans le chapitre 1 de la Partie 2 de cette étude.

La sensibilisation est « *l'action d'appliquer au concret, de rendre sensible, faire réagir à...* » (Robert, 2017 p. 2350). La question de la sensibilisation fait référence au fait de développer l'affect d'une personne sur un sujet donné afin qu'il se l'approprie et se sente concerné par celui-ci.

Les notions d'éducation, d'interprétation et de sensibilisation sont incluses dans les formes de tourisme respectueuses de l'environnement. L'éducation institutionnelle ne sera pas concernée par cette étude car nous évoluons dans le champ du tourisme et des loisirs et non sur celui du temps scolaire.

⁴⁰ Encyclopædia Universalis. *L'éducation non institutionnalisée [en ligne]*. Disponible sur <http://www.universalis-edu.com/gorgone.univ-toulouse.fr/encyclopedie/education-types-et-fins-de-l-education/>. (Consultée le 7-02-2020).

2.3. Qu'est-ce que l'éducation à l'environnement ?

C'est en 1997, au cours de la conférence de Tbilissi⁴¹, qu'une première définition de l'éducation à l'environnement a vu le jour:

« L'éducation à l'environnement est une éducation civique qui a pour but d'amener les individus et les collectivités à saisir la complexité de l'environnement tant naturel que créé par l'homme, complexité due par l'interactivité de ses aspects biologiques, physiques, sociaux, économiques et culturels. »

Il est également dit que l'éducation à l'environnement vise aussi « À acquérir les connaissances, les valeurs, les comportements et les compétences pratiques nécessaires pour participer de façon responsable et efficace à la prévention, à la solution des problèmes de l'environnement, et à la gestion de la qualité de l'environnement »⁴².

L'éducation à l'environnement englobe trois axes complémentaires (ou parfois distincts) : l'axe purement environnemental à travers l'éducation **pour** l'environnement; l'axe éducatif à travers l'éducation **par** l'environnement; l'axe « socio-culturel » à travers l'éducation **à** l'environnement, qui vise à favoriser la meilleure insertion possible de la personne dans son environnement.

Dans l'éducation à l'environnement il y a à la fois des connaissances scientifiques, des valeurs, (la solidarité, l'éthique par rapport aux autres humains, à l'environnement et aux autres êtres vivants.) et l'éducation par l'action (aller sur le terrain, agir, interroger etc.) (M. A, enseignant chercheur et chargé de mission développement Durable et Éducation au Développement Durable au CNRS, extrait de l'entretien du 13/02/2020). De plus, l'éducation à l'environnement doit faire face à la complexité du domaine qu'elle aborde : l'environnement. L'environnement étant un domaine d'étude en constante évolution il sera nécessaire de développer des techniques novatrices et interdisciplinaires permettant de comprendre l'environnement et les problèmes auxquels il fait face en étant capable de s'y adapter.

Nous nous emploierons dans cette étude à développer le concept de l'interprétation et de la sensibilisation à l'environnement à travers la pratique touristique, et non dans un cadre institutionnel ou scolaire.

Les problématiques et questions environnementales deviennent habituelles pour les jeunes générations (lié à la médiatisation, aux prises de conscience et aux différents événements catastrophes et/ou climatiques). En effet, les enfants nés au cours des 20 dernières années ont grandi avec des données actuelles sur la disparition des espèces, les conditions climatiques etc.

⁴¹ Conférence intergouvernementale sur l'éducation relative à l'environnement, organisée par l'UNESCO.

⁴² GRAINE Pays de la Loire. *L'éducation à l'environnement [en ligne]*. Disponible sur <http://graine-pdl.org/le-reseau/1-education-l-environnement>. (Consulté le 7-02-2020).

et ne les considèrent pas comme particulièrement inhabituelles⁴³. Il est donc nécessaire de faire réagir la population, et plus particulièrement la jeune génération au sujet des questions environnementales. Il ne faudra désormais plus informer en exposant simplement les faits, mais il sera nécessaire d'éduquer les citoyens de demain afin qu'ils puissent cerner la complexité de l'environnement, d'y trouver leur place tout en prenant conscience des possibilités qu'ils ont de le faire évoluer (Charron, 2005, p. 21).

2.3.1 Les conditions pour sensibiliser à l'environnement

Acteur incontournable de l'éducation à l'environnement, le Réseau Ecole et Nature⁴⁴ définit les fondamentaux et les bonnes conditions de l'éducation à l'environnement :

Le terrain : le public cible doit être en relation directe avec le milieu (ville, nature...) pour pouvoir observer, vivre, sentir, écouter...

Le collectif : se situer dans une démarche collective, de questionnement, de recherche, d'enthousiasme, d'implication, de dynamisation des relations, de partage de moments informels.

Développer une vision large et pluridisciplinaire : mettre en système les données et les relations.

La mise en place d'actions : appliquer la pédagogie aux problématiques réelles, développer des actions débouchant sur de véritables projets citoyens, travailler avec tous les acteurs locaux et sociaux, sans limites de disciplines... « *L'éducation à l'environnement n'a pas de public, elle n'a que des participants.* »⁴⁵

La non hiérarchie : chacun peut prendre des initiatives, proposer des solutions, écouter l'autre...

L'importance accordée au temps : ne pas précipiter les choses, permettre un temps de recul, une compréhension par tous et pour tous.

L'importance de l'espace : reconnaissance et appropriation de l'ici, de l'ailleurs, comprendre et accepter ce qui est différent.

L'absence de prosélytisme : il faut s'efforcer d'éduquer et non pas d'embrigader le public.

⁴³ Nadia Drake. La sixième extinction massive a déjà commencé. *National Géographic [en ligne]*, Disponible sur <https://frama.link/STjt5yJb2> (Consulté le 3-2-2020).

⁴⁴ Association loi 1901 créée en 1983, reconnue d'intérêt général et agréé jeunesse et éducation populaire, et protection de l'environnement, association nationale éducative complémentaire de l'enseignement public.

⁴⁵ Réseau Ecole et Nature. *Méthode et approches pédagogiques [en ligne]*. Disponible sur https://frama.link/Mn4_FkYV. (Consulté le 7-2-2020).

Différents moyens pourront être mis en œuvre pour sensibiliser et éduquer à l'environnement et seront évoqués en deuxième partie de cette étude.

3. Le tourisme, levier de sensibilisation à l'environnement

3.1. Dans la pratique touristique, « éducation » ou « sensibilisation » à l'environnement ?

Dans un contexte touristique nous nous appliquerons à utiliser le terme de « sensibilisation à l'environnement » et non « d'éducation à l'environnement ». En effet, il est nécessaire d'avoir une période temporelle relativement longue pour pouvoir être éduqué à l'environnement. (M. A, enseignant chercheur et chargé de mission développement Durable et Éducation au Développement Durable au CNRS, extrait de l'entretien du 13/02/2020). La mise en place d'une telle plage temporelle paraît difficilement réalisable en situation touristique, c'est pour cette raison que nous utiliserons le terme de *sensibilisation à l'environnement*.

La sensibilisation à l'environnement peut s'appliquer dans un contexte touristique. En effet, comme nous l'avons vu précédemment, des formes de tourisme respectueuses de l'environnement sont développées, notamment sur des espaces protégés ou bien via des réseaux ou des labels. De plus, la grande majorité des formes de tourisme axées sur la nature et son respect impliquent un certain niveau d'apprentissage. La sensibilisation et l'interprétation servent alors d'éléments centraux pour caractériser l'écotourisme (Tardif, 2003). Tous les protagonistes touristiques locaux pourront être acteurs de la sensibilisation à l'environnement auprès des touristes. Un apprentissage peut être réalisé de manière informelle (Brougère, 2012). C'est pour cela que sensibilisation à l'environnement et tourisme ne sont pas des notions nécessairement opposées.

Il est important de souligner la nécessité d'une implication de tout le territoire (structures privées, collectivités...) dans la mise en place d'un tourisme respectueux de l'environnement. Cela passe par le fait d'identifier les obstacles, de faire des propositions pour s'y adapter, sans quoi il ne s'agira que de communication, de greenwashing et non de sensibilisation à l'environnement dans la pratique touristique. Le tourisme est un domaine dans lequel la communication a une place importante et s'il ne s'agit que de communication et non de mettre réellement les touristes en relation avec l'environnement « *tout le monde est perdant, les promoteurs, les structures et les gens qui pratiquent le tourisme qui se retrouvent déçus, c'est un jeu de dupe* » (M. A, enseignant chercheur et chargé de mission développement Durable et Éducation au Développement Durable au CNRS, extrait de l'entretien du 13/02/2020). La sensibilisation à l'environnement en situation touristique sur des espaces naturels se mettra en place autour de

différents outils grâce à une multiplicité de supports et d'acteurs qui seront étudiés en partie 2 de l'étude.

3.2. Nécessité de trouver un équilibre en promotion et sensibilisation

Dans le monde et en France, il est possible de trouver de nombreux exemples historiques de sites touristiques, dans lesquels il est désormais démontré que le patrimoine naturel fait se déplacer les foules, et donc les touristes (Gorges du Verdon, Cirque de Gavarnie et bien d'autres...). Comme nous l'avons vu précédemment l'activité touristique génère de nombreux impacts négatifs sur l'environnement. *« Il est possible de promouvoir tout en sensibilisant, mais il faut faire attention à dans quelle mesure on le fait »* (M. A, enseignant chercheur et chargé de mission développement Durable et Éducation au Développement Durable au CNRS, extrait de l'entretien du 13/02/2020). De plus, la protection passe parfois par l'application de règles, l'encadrement des pratiques, la mise en place de zones délimitées d'accès, l'apparition de droits d'entrées etc. qui modifient parfois le lieu initial même si son but est de le conserver intact (exemple : au Parc Provincial de la Rivière Bleue, en Nouvelle Calédonie qui était avant en accès libre, et pour lequel il faut désormais s'acquitter de droit d'entrée et d'un accès réglementé dans certaines zones⁴⁶). Les flux financiers dégagés par les droits d'entrée permettent l'entretien et le maintien du patrimoine naturel, cependant si sa commercialisation est mal contrôlée, il existe un risque de surexploitation et de destruction (Gagnon, 2010, p. 131). Le spécialiste du tourisme durable du Centre patrimonial mondial de l'UNESCO, Hervé Barrée, insiste sur le fait que *« Le tourisme est très paradoxal : c'est à la fois un prédateur et un sauveur du patrimoine, le tourisme peut être à la fois la meilleure et la pire chose pour le patrimoine »* (Gagnon, 2010, p 131).

Conclusion chapitre 3

Après avoir défini l'ensemble des notions d'apprentissage, d'éducation, et de sensibilisation nous avons démontré que les termes appropriés dans le contexte touristique sont « sensibilisation à l'environnement » et « interprétation ». Défi actuel, la sensibilisation à l'environnement est un enjeu incontournable afin de rendre les citoyens acteurs engagés de la protection de leur environnement. Le tourisme étant une activité pratiquée par tous, il pourra être un levier de sensibilisation pertinent permettant de toucher un large public. Par ailleurs, il est important

⁴⁶ Observation participative : Stage de 6 mois en Licence Professionnelle Tourisme et Économie Solidaire : Chargée de projet pour le montage et le développement d'une offre pédagogique sur l'espace naturel protégé du Parc Provincial de la Rivière Bleue en Nouvelle-Calédonie au sein de la Direction de l'Environnement (Province Sud).

d'effectuer la promotion touristique dans une certaine mesure sans quoi des problèmes liés à la fréquentation pourront voir le jour (fragilisation des milieux etc.). Il est aujourd'hui primordial pour les territoires de trouver des solutions adaptées à leur milieu, à leurs obstacles et à leurs possibilités pour trouver l'équilibre entre promotion et préservation à travers la sensibilisation à l'environnement auprès des touristes.

Conclusion partie 1

Dans cette première partie nous avons commencé par définir et explorer les notions de biodiversité, d'environnement et de patrimoine naturel. Nous avons aussi abordé la notion de développement durable par le prisme de son histoire, afin de se focaliser sur le pilier environnemental. Le pilier environnemental nous a permis de prendre conscience des différentes problématiques de disparition et de protection de l'environnement, et notamment celles liées à la pratique touristique.

Dans un second temps nous avons étudié l'évolution du phénomène touristique à travers son histoire et ses différentes phases pour se concentrer sur le paradigme du tourisme durable et les différentes façons de pratiquer un tourisme qui soit respectueux de l'environnement naturel.

Le troisième chapitre fut consacré à l'apprentissage dans la pratique touristique et notamment à la sensibilisation à l'environnement dans celle-ci. Nous avons pu mettre en avant le fait que la pratique touristique pourrait permettre de sensibiliser les touristes au respect de l'environnement et à sa fragilité. Cependant la nécessité de trouver un équilibre entre promotion et sensibilisation est évidente. A la fin de cette première partie il est donc possible de se questionner sur ce sujet. Autour de ce thème nous avons formulé une problématique à laquelle nous avons essayé d'apporter des réponses tout au long de cette étude :

Par quels moyens un territoire peut-il promouvoir son patrimoine naturel auprès des touristes tout en les sensibilisant au respect de l'environnement ?

PARTIE 2 :

**Les moyens mis en place pour sensibiliser
les touristes au respect de l'environnement**

Introduction Partie 2

Nous avons vu précédemment que le tourisme pouvait être un vecteur d'apprentissage, mais aussi de sensibilisation à l'environnement. Cependant, le tourisme étant également un facteur de dégradation de la nature, il est important de chercher à le développer d'une manière raisonnée. Le développement d'un tourisme qui soit respectueux de l'environnement est aujourd'hui évident et il faut trouver des moyens pour le mettre en œuvre. Chacun à son échelle peut agir en ce sens, cependant les territoires paraissent être les acteurs centraux de cette démarche, car ils ont la possibilité d'agir à une plus grande échelle. Le territoire se rapporte à une étendue de terre. Dans un contexte de dialogue territorial il s'agit de l'espace sur lequel des groupes sociaux créent des liens, qu'il s'agisse de compétition, de coopération, de solidarité etc. (Barret, 2003, p. 8-9). Les collectivités locales ou régionales seront ces territoires acteurs de la sensibilisation des touristes au respect de l'environnement. Il paraît donc important de savoir par quels moyens un territoire peut-il promouvoir son patrimoine naturel auprès des touristes, tout en sensibilisant au respect de l'environnement ?

Afin de répondre à cette problématique trois hypothèses de recherche seront développées. La première concerne des différents outils auxquels peut faire appel un territoire pour sensibiliser les touristes. La seconde porte sur les stratégies locales de gestion de la fréquentation, qui sont nécessaires aux espaces naturels exploités, voir surexploités touristiquement, et qui peuvent être un moyen de sensibiliser les touristes. Pour finir, la dernière hypothèse porte sur l'importance d'inclure la population locale dans le développement d'un tourisme qui soit respectueux de l'environnement, toujours dans l'objectif de sensibiliser les touristes.

Chapitre 1 : L'existence d'outils de sensibilisation pour un développement touristique et une protection de l'environnement.

Après l'émergence de la conscience collective en matière de développement durable, et de protection de l'environnement, des outils de sensibilisation à l'environnement sont apparus. Développés sur certains lieux naturels et touristiques, ces outils permettent de communiquer au plus grand nombre sur l'importance de protéger et/ou respecter l'environnement sur de tels sites, mais aussi de comprendre la nature et de s'y identifier. Afin de pouvoir continuer à développer le tourisme sur des sites naturels parfois en péril, il paraît désormais incontournable de sensibiliser les voyageurs grâce à des processus ou via des outils variés. L'objectif de cette hypothèse est de mettre en avant les différents processus, outils et acteurs auxquels peuvent faire appel les territoires pour sensibiliser les touristes au respect de l'environnement naturel.

1. Le processus d'interprétation au service de la sensibilisation à l'environnement dans le tourisme

L'interprétation est une notion qui est apparue dans les parcs naturels nord-américains et qui fut rapidement reprise dans les Parcs Nationaux aux États-Unis et au Canada à travers l'embauche de naturalistes. Le concept d'interprétation réside dans le fait de communiquer l'esprit, la valeur d'un lieu et les connaissances qui lui sont liés dans l'objectif de générer un lien affectif avec ce même lieu visité⁴⁷. Il est donc possible d'appliquer ces principes d'interprétation à la fois au patrimoine naturel et culturel. Nous nous concentrerons dans cette étude sur le patrimoine naturel. Pour transposer ce concept en France, l'Office de la langue française du Québec donne à l'interprétation la terminologie suivante :

*« une méthode de sensibilisation des visiteurs à des éléments choisis et signifiants du patrimoine en ayant recours à des moyens qui font d'abord appel à l'appréhension, c'est-à-dire qui mènent à une forme vécue et descriptive de la connaissance plutôt qu'à une forme rigoureusement rationnelle ».*⁴⁸

C'est grâce à cette définition que la France verra apparaître dans ces espaces protégés des sentiers d'interprétation ou des centres d'interprétation que nous allons étudier maintenant. L'interprétation peut s'effectuer grâce à plusieurs outils ou médias qui devront être réfléchis en fonction du public visé, du terrain sur lequel on évolue etc.

⁴⁷ René Rivard. L'interprétation, un concept international inventé en Amérique du Nord. *Les Cahiers Espace, Mise en découverte des espaces et sites naturels*, Juillet 2011, n°109, p. 8-16.

⁴⁸ Office de la langue française du Québec. *L'interprétation du patrimoine, Néologie en marche*, n°38-39.

2. Une multiplicité d'outils au service du territoire pour sensibiliser les touristes

Pour l'ensemble des outils qui vont être présentés ci-dessous, il sera pertinent de déterminer dans un premier temps le message que le territoire souhaite faire passer à travers eux. Ainsi l'outil, sera au service du message à transmettre aux touristes et non l'inverse⁴⁹. De plus, il est très important de faire coexister ces outils entre eux et de ne pas les utiliser de manière isolée. L'utilisation d'une multiplicité d'outils de sensibilisation permettra de créer une résonance chez les visiteurs, c'est ainsi qu'il se sentiront concernés par le patrimoine naturel (M. A, enseignant chercheur et chargé de mission développement Durable et Éducation au Développement Durable au CNRS, extrait de l'entretien du 13/02/2020). Ces propos seront imagés grâce à plusieurs exemples de cas de sensibilisation à l'environnement auprès des touristes.

2.1. Ecomusées et centres d'interprétation

Outils multimédia, les espaces d'exposition et de muséographie sont localisés à l'entrée ou à proximité des sites naturels touristiques. Ces espaces peuvent regrouper un ensemble d'outils permettant l'interprétation et la sensibilisation à l'environnement (Ministère de l'environnement, 1996, p. 11). De plus, ce sont des supports de l'interprétation telle que nous l'avons définie précédemment, c'est à dire en développant un « affect » et non en énonçant simplement des faits et des informations.

Le concept d'écomusée fût lancé en 1950 par le muséographe Georges Rivière et fût testé pour la première fois en 1968 dans les Parcs Naturels Régionaux⁵⁰. A l'époque, ces écomusées sont considérés comme une nouvelle forme de musée. Les écomusées ont été créés « [...] *pour faire émerger chez les personnes un questionnement, une réflexion, un sentiment d'appartenance.* » (Girault, Barthes, 2016, p. 6). Le terme officiel pour les nommer est « Ecomusées et musées de société ». Ils existent sous différentes formes : les écomusées, les musées de société, les musées de synthèse et les centres d'interprétation (Fédération des écomusées et des musées de société, 2019, p. 5).

Nous nous emploierons désormais à parler essentiellement des centres d'interprétation. Nous expliquerons en quoi ils sont les meilleurs supports pour une mise en application en milieu naturel.

Le centre d'interprétation ne connaît aucune définition officielle et il est d'ailleurs un terme mal compris en France (Terrisse, 2017, p. 18). Toutefois, il sera possible de décrire ses

⁴⁹ Catherine Cayre. En quête d'interprétation... *Les Cahiers Espaces, Mise en découverte des espaces et sites naturels*. 2011, n°109, p. 15-33.

⁵⁰ Larousse. *Ecomusée [en ligne]*, Disponible sur <https://frama.link/ogU1YQZq>. (Consulté le 2-03-2020).

caractéristiques. Un centre d'interprétation ne regroupe pas de collections à proprement parler, contrairement à un musée, mais il est un lieu permettant la compréhension du milieu sur lequel il est situé⁵¹. Ces espaces sont principalement localisés dans des parcs naturels, ou des sites remarquables et montent leurs discours à partir d'une problématique et non d'un objet (Terrisse, 2017, p. 19). Ces espaces possèdent un caractère touristique certain, de par leur contenu et les emplacements attractifs sur lesquels ils sont situés (Terrisse, 2017, p. 99). Le centre d'interprétation pourra illustrer ses propos avec une diversité d'outils, dont certains seront présentés par la suite dans cette étude (outils numériques, publications, panneaux didactiques etc.) Par ailleurs, « *ce qui demeure fondamental dans un centre d'interprétation, c'est que l'on élabore un lieu pour communiquer et « conscientiser » le public [...] »*⁵². Ainsi un centre d'interprétation sera un support idéal pour sensibiliser au respect de l'environnement s'il est bien constitué.

D'après le sociologue et ancien attaché de conservation du patrimoine dans un musée de société, Serge Chaumier, « *C'est précisément parce que le patrimoine est impossible à rassembler ou à être contenu dans le petit espace clos d'un bâtiment qu'on adopte la solution centre d'interprétation »*⁵³.

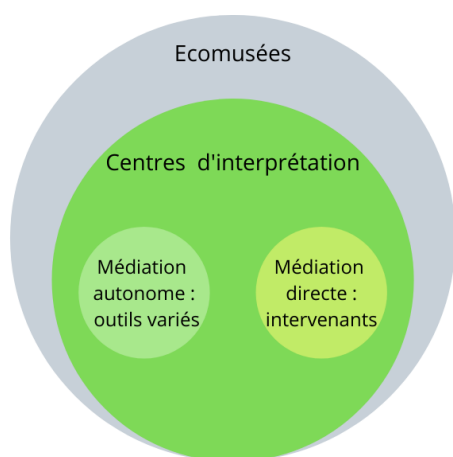
Selon lui, il existe différentes situations dans lesquelles un centre d'interprétation est idéal et notamment dans le cadre du paysage, du patrimoine naturel, d'un patrimoine dispersé sur une grande zone géographique etc. Ces centres ont également pour intérêt de nécessité, la plupart du temps, de petits aménagements qui s'intègrent avec l'environnement.

⁵¹ Cap sur le patrimoine. *Centres d'interprétation [en ligne]*, Disponible sur <http://capsurlepatrimoine.ca/index.php?page=les-centres-d-interpretation>. (Consulté le 2-03-2020).

⁵² Serge Chaumier, Daniel Jacobi. Nouveaux regards sur l'interprétation et les centres d'interprétation. *La Lettre de l'OCIM*, 2008, n°119, p. 4-11.

⁵³ Serge Chaumier, Daniel Jacobi. Nouveaux regards sur l'interprétation et les centres d'interprétation. *La Lettre de l'OCIM*, 2008, n°119, p. 4-11.

Figure 11 : Les différents moyens d'interprétation



Le sociologue Serge Chaumier, considère que l'interprétation au sein de ces centres peut se faire de deux manières distinctes. La première étant la médiation en autonomie grâce à des outils (fixes, permanents et dispersés sur le site) et la deuxième étant réalisée en face à face de manière directe⁵⁴.

Faire appel à des interprètes, des médiateurs ou des guides (autant de termes pour définir un interlocuteur dans le domaine de l'interprétation et de la sensibilisation à l'environnement) est également l'un des outils de sensibilisation à l'environnement, mais nous préférons dans cette étude distinguer les outils des moyens humains. En effet le fait de faire appel à ce type d'intervenants sera présenté en hypothèse dans le chapitre 3 comme un moyen d'inclure la population locale dans le développement d'un tourisme respectueux de l'environnement.

Ce type de structure permettant la sensibilisation à l'environnement relève le plus souvent de fonds publics pour lesquels les décideurs sont les collectivités locales (les bailleurs sont alors soit les communautés de communes, les communautés d'agglomération ou les communes elles-mêmes) (Terrisses, 2017, p. 77). Cependant, dans de rares cas de figure, les centres d'interprétation sont gérés sous le statut de SEM (Société d'Economie Mixte) impliquant des capitaux privés (Terrisses, 2017, p87) et par conséquent des partenariats public-privé sur lesquels nous reviendrons par la suite dans cette étude.

2.2. Le sentier d'interprétation et le panneau didactique in situ

L'un des outils d'interprétation et de sensibilisation peut être la mise en place d'un ou plusieurs panneaux didactiques à destination des visiteurs sous la forme d'un sentier d'interprétation⁵⁵. Ces sentiers peuvent aussi être appelés « sentier thématique » ou « sentier de découverte », selon le choix du gestionnaire du sentier. Cet outil pourra être utilisé en complément d'un centre d'interprétation ou d'un écomusée et permet l'accessibilité à tous et la démocratisation, à n'importe quel moment de la journée et de l'année puisqu'ils sont statiques. Cependant, il est pertinent de se demander si cet outil est le plus adapté pour sensibiliser car il sera certainement

⁵⁴ Serge Chaumier, Daniel Jacobi. Nouveaux regards sur l'interprétation et les centres d'interprétation. *La Lettre de l'OCIM*, 2008, n°119, p. 4-11.

⁵⁵ Observation participative : Stage de 6 mois en Licence Professionnelle Tourisme et Économie Solidaire : Chargée de projet pour le montage et le développement d'une offre pédagogique sur l'espace naturel protégé du Parc Provincial de la Rivière Bleue en Nouvelle-Calédonie au sein de la Direction de l'Environnement (Province Sud).

plus enclin à transmettre une simple information, et non à créer un affect lié au patrimoine naturel⁵⁶. Le média humain sera donc plus intéressant à utiliser via un interprète : un médiateur ou un guide. Ces derniers seront, idéalement des personnes issues du territoire, hypothèse qui sera développée en chapitre 3 de cette partie.

Les panneaux didactiques implantés sur les sentiers d'interprétation utiliseront des méthodes originales pour communiquer aux visiteurs. Il n'est pas rare que le tutoiement et/ou la première personne du singulier soient employés afin de toucher le visiteur et développer l'affect lié au milieu.

Les sentiers d'interprétation munis de panneaux didactiques permettent, de par le fait qu'ils soient statiques, de toucher tout type de public, aussi bien locaux que touristes. La photo ci-dessous présente un exemple de panneau didactique sur un sentier d'interprétation. Grâce au zoom réalisé, il est possible de remarquer que la première personne du singulier est employée. De plus, les informations principales sont également traduites en anglais afin de pouvoir toucher un public étranger.

Figure 12 : Zoom sur un exemple de panneau didactique sur un sentier d'interprétation⁵⁷



⁵⁶ Catherine Cayre. En quête d'interprétation... *Les Cahiers Espaces, Mise en découverte des espaces et sites naturels*. 2011, n°109, p. 15-33.

⁵⁷ Production personnelle, sentier didactique de Saint Benoît la forêt, Région Centre Val de Loire, France, 2019.

2.3. Les publications, outils de sensibilisation à l'environnement

Les publications peuvent prendre la forme de guides papiers, plan du site naturel, cahier pédagogique destiné aux enseignants⁵⁸, livret d'interprétation pour les visiteurs et leurs enfants (une publication est présenté en *Annexe B*, il s'agit d'un livret d'accueil), dépliant pour guider la visite à destination des touristes... Ce média est un outil ayant différents objectifs possibles. Il peut être un moyen de faire découvrir un sentier, servir de support pour approfondir une thématique particulière ou réunir un ensemble d'informations utiles (Ministère de l'environnement, 1996, p. 12). Ainsi, cet outil pourra à la fois être utilisé en amont de la visite, pendant, et après celle-ci⁵⁹. De plus, les publications sous leurs différentes formes peuvent permettre de développer une forme d'apprentissage portant sur le milieu naturel, sans avoir besoin d'une intervention en face à face. Cette dernière information est à nuancer car la résonance permettant la sensibilisation ne pourra pas être développée avec tous les supports de publication. Le livret d'interprétation paraît être la publication la plus adaptée pour sensibiliser, plus qu'informer.

2.4. Les outils numériques audiovisuels, outils controversés de l'interprétation

Par outils numériques nous entendons ici, les différents dispositifs technologiques tels que les marques GPS, les QRcodes (donnant la possibilité de dématérialiser les panneaux didactiques et d'avoir accès à des contenus sur smartphone), les livrets en ligne, les moyens audio, les applications smartphones etc. Cependant les outils numériques ont supprimé l'aspect participation du public⁶⁰. Elle est fondamentale pour créer une résonance et développer un affect et une implication des touristes envers l'environnement (M. A, enseignant chercheur et chargé de mission développement Durable et Éducation au Développement Durable au CNRS, extrait de l'entretien du 13/02/2020). Les outils numériques ont également deux points négatifs majeurs : ils sont des outils souvent coûteux et parfois décevants, car ils ne permettent pas de répondre à des questions comme le ferait une personne.

⁵⁸ Observation participative : Stage de 6 mois en Licence Professionnelle Tourisme et Économie Solidaire, Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse, projet de développement d'une offre pédagogique au sein du Parc de la Rivière Bleue, Direction de l'Environnement (Nouvelle-Calédonie, Province Sud).

⁵⁹ Observation participative : Stage de 6 mois en Licence Professionnelle Tourisme et Économie Solidaire, Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse, projet de développement d'une offre pédagogique au sein du Parc de la Rivière Bleue, Direction de l'Environnement (Nouvelle-Calédonie, Province Sud).

⁶⁰ Catherine Cayre. En quête d'interprétation... *Les Cahiers Espaces, Mise en découverte des espaces et sites naturels*. 2011, n°109, p. 15-33.

2.5. Les évènements ponctuels, potentiels moyens de sensibilisation

Les évènements ponctuels de sensibilisation à l'environnement peuvent être organisés dans le but de toucher un large public de manière festive et conviviale tout en développant un sentiment d'appartenance au territoire et à l'environnement. Bien que ces événements soient le plus souvent tournés vers les locaux (enfants, étudiants, élus, adultes aux profils divers, fonctionnaires...) ⁶¹, ils n'en restent pas moins un outil pour sensibiliser les touristes lors de leur passage. La fête de la Nature, fête annuelle organisée à travers la France, affiche le message suivant : « *Cinq jours de manifestations gratuites au contact direct de la nature, pour permettre à tous les publics de la découvrir ou la re découvrir.* » ⁶². Lancée par l'association du même nom, la Fête de la Nature ainsi que d'autres événements portant sur des thématiques environnementales sont relayés par les offices du tourisme. Cela montre une volonté de toucher les touristes afin de développer une pratique qui soit respectueuse du patrimoine naturel. Pour se faire, les offices utilisent différents vocables pour relayer ce genre de rencontres, tels que : « *Activités de Pleine Nature* » « *patrimoine* » « *flore* » ou encore « *environnement* » ⁶³.

Les évènements, tout comme l'ensemble des autres outils, sont déployés par les territoires. Il arrive que les collectivités locales ne soient pas les seules actrices de la diffusion des outils de sensibilisation. En effet, les outils de sensibilisation à destination des touristes sont également parfois émis et/ou déployés grâce à des démarches qualité ou à des structures spécifiques.

3. Les démarches qualité, boîte à outils de sensibilisation à l'environnement

Comme nous l'avons évoqué en première partie de cette étude, il existe plusieurs labels de tourisme respectueux de l'environnement. Ces démarches qualité, donnent parfois la possibilité aux territoires d'avoir accès à des outils de sensibilisation au respect de l'environnement. Il est dans un premier temps, important de noter que la mise en place de ces démarches de qualité sensibilise également les acteurs du tourisme, ou montre leur engagement dans le respect de l'environnement (Merasli, 2004, p. 10-15).

⁶¹ Guertin MA., Poirier-Ghys G., Reed MG., et al. L'éducation relative à l'environnement dans la Réserve de biosphère du mont Saint-Hilaire : observations et tensions. *Education Relative à l'environnement*, 2019, n°15-1, [en ligne] Disponible sur <https://journals-openedition-org.gorgone.univ-toulouse.fr/ere/3810>. (Consulté le 2-02-2020).

⁶² Réserves Naturelles de France. *La fête de la Nature [en ligne]*. Disponible sur <https://frama.link/wddFT2Uw>. (Consulté le 12-03-2020).

⁶³Office du Tourisme de Saint Guilhem-le-désert. *Fête de la nature en vallée de l'Hérault [en ligne]*. Disponible sur <https://frama.link/zneGpYKE>.(Consulté le 12-03-2020).

3.1. L'exemple du label Gîte Panda

Le label Gîte Panda développé par WWF⁶⁴ en association avec la Fédération des Parcs Naturels Régionaux, les Parcs Nationaux de France et la Fédération des Gîtes de France, fait partie de ces démarches qualité qui ont pour vocation le développement d'un tourisme respectueux de l'environnement, mais aussi de sensibilisation des touristes⁶⁵. Parfait exemple de démarche qualité dans le cadre de notre étude, ce label se développe pour promouvoir le patrimoine naturel. Le concept de la démarche Gîte Panda se base sur les quatre piliers suivants : la protection de la nature, la mise en place d'habitats éco responsables, le développement de l'écocitoyenneté à travers les bonnes pratiques, et la sensibilisation de la clientèle à la protection de l'environnement⁶⁶.

Le cahier des charges du Label Gîte Panda établit des critères permettant d'évaluer la démarche actuelle des établissements et de visualiser leur marge de progrès. L'ensemble de ces critères sont notifiés sous l'onglet « *sensibilisation des clientèles* » et parmi eux, certains sont encore plus spécifiques à une action de sensibilisation (un extrait du cahier des charges pour l'obtention du label Gîtes Panda est présenté en *Annexe C*). Des actions concrètes sont présentées dans ce cahier des charges telles que l'écoute et l'observation faune et flore, les stages de sensibilisation ou l'orientation de la clientèle vers les sites naturels les moins sensibles. D'après Serge Mézin, directeur de Gîte de France en Haut Rhin, l'idée à travers ce label et ses critères est : « *Au-delà de l'action du propriétaire, on essaie de sensibiliser le client en lui disant « vous l'avez fait ici ? continuez chez vous ! »* »⁶⁷

D'une part, le cahier des charges du label oblige les adhérents à sensibiliser leur clientèle, d'autre part, le label donne accès à des outils permettant cette sensibilisation des touristes. En effet, chacun des hébergements labellisés donnent la possibilité à leur clientèle d'avoir accès à une mallette pédagogique. Une mallette pédagogique rassemble une diversité de supports pédagogiques. Pour les Gîtes Panda il s'agit : de publications variées comme des guides pratiques pour observer, reconnaître, comprendre la vie des insectes, des plantes, des oiseaux et des autres animaux sauvages environnants; mais aussi des ouvrages régionaux, présentant l'histoire et les particularités locales et également, des objets permettant la découverte : comme des jumelles et

⁶⁴ World Wildlife Fund ou Fond Mondial pour la Nature

⁶⁵ WWF. *Gîtes de France - Promouvoir un tourisme respectueux de l'environnement [en ligne]*, Disponible sur <https://www.wwf.fr/qui-sommes-nous/entreprises-partenaires/gites-de-france>. (Consulté le 3-03-2020).

⁶⁶ WWF. *Gîtes de France - Promouvoir un tourisme respectueux de l'environnement [en ligne]*, Disponible sur <https://www.wwf.fr/qui-sommes-nous/entreprises-partenaires/gites-de-france>. (Consulté le 3-03-2020).

⁶⁷ Tourmag. *Démarche éco-responsable : Gîtes de France accélère pour les clients et les propriétaires [en ligne]*. Disponible sur https://frama.link/TG_YC839. (Consulté le 12-03-2020).

des itinéraires de randonnée⁶⁸. Par ailleurs, les Gîtes Panda donnent également accès aux touristes à des sentiers d'interprétation ou d'autres moyens propres à chaque hébergement et à l'initiative de leur propriétaire (encouragés par les critères du cahier des charges) tels que des mares pédagogiques.

4. Les acteurs du déploiement des outils de sensibilisation

4.1. Le PNR acteur en charge de la diffusion des outils de sensibilisation à l'environnement

Nous avons vu précédemment que les Parcs Naturels Régionaux (PNR) sont des supports idéaux pour le développement d'un tourisme respectueux de l'environnement, ainsi que la découverte de la nature. En effet, la sensibilisation et l'éducation à l'environnement font partie des 5 missions principales de ces processus territoriaux⁶⁹. Grâce à la Fédération des Parcs Naturels Régionaux, le PNR est un processus territorial qui permet aux territoires d'avoir accès à des outils de sensibilisation. Les PNR possèdent différents statuts; le plus souvent celui de Syndicat Mixte, permettant une grande possibilité de coopération et donnant l'opportunité aux signataires de sa charte d'être soutenus dans les démarches qui répondent aux objectifs des PNR, présentés en première partie de cette étude (Gelin, 1991, p. 15). Ce faisant, le PNR permet à de nombreuses initiatives, notamment de sensibilisation à l'environnement, de voir le jour et de bénéficier de la renommée et du rayonnement propre aux Parcs Naturels Régionaux⁷⁰. Comme nous l'avons vu précédemment, les PNR étant des sites à fort attrait touristique grâce à leur caractère naturel, ils accueillent de nombreux touristes chaque année. Ainsi, les outils de sensibilisation mis en place en leur cœur pourront être accessibles aux touristes, leur permettre une interprétation du patrimoine naturel, et aussi, d'être sensibles à l'environnement dans lequel ils évoluent. Les PNR encouragent les différentes formes de sensibilisation à l'environnement et regroupent une multiplicité d'outils.

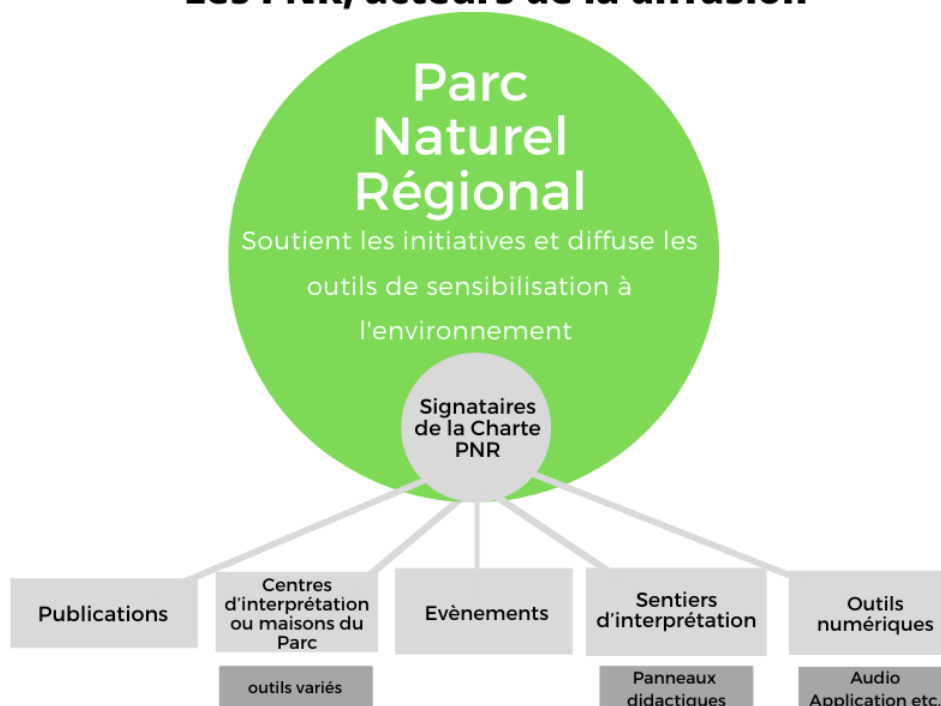
⁶⁸ Voyageons Autrement. *Présentation des séjours Panda [en ligne]*. Disponible sur <https://frama.link/Y3dbc3Zc>. (consulté le 12-03-2020).

⁶⁹ Fédération des Parcs Naturels Régionaux. *Education [en ligne]*, Disponible sur <https://frama.link/bKFjsFB2>. (Consulté le 24-02-2020).

⁷⁰ IUT Nancy Charlemagne. *La communication dans les parcs naturels régionaux [en ligne]*. Disponible sur <https://frama.link/PTuKJD3T>. (Consulté le 9-03-2020).

Figure 13 : Les outils de sensibilisation au sein des PNR⁷¹

Les PNR, acteurs de la diffusion



Il ne sera donc pas rare de voir dans un même PNR, un centre d'interprétation sous la forme d'une maison du parc (Terisse, 2017, p. 70), des sentiers d'interprétation, des animations et des évènements grand public de sensibilisation, des outils numériques (via des applications smartphone etc.), et bien d'autres encore.

Afin d'illustrer notre propos, nous présenterons l'exemple du projet du Parc Naturel Régional des Préalpes d'Azur. Ce PNR souhaite mettre en place sur sa surface un Centre d'interprétation appelé Centre d'interprétation du monde souterrain, de l'eau et du karst⁷² ainsi que de nombreux outils de sensibilisation que nous avons présentés précédemment. Ce projet a été bâti à l'initiative du site touristique de la Grotte Baume Obscure, d'un ensemble de partenaires et du programme européen FEDER, dans l'objectif de développer un tourisme durable. Les objectifs clairement affichés de ce centre, sont à la fois : la sensibilisation des locaux et celle des touristes à l'environnement naturel extraordinaire de ce lieu⁷³. Pour arriver à atteindre ces objectifs, le PNR des Préalpes d'Azur a mis en place des moyens de sensibilisation classiques, mais a également su s'adapter aux nouvelles évolutions technologiques. Ainsi, le PNR proposera un sentier d'interprétation avec effets sonores et audioguide, tout en combinant des panneaux

⁷¹ Création personnelle, 2020.

⁷² Centre d'interprétation du monde souterrain, de l'eau et du karst. *Centre d'Interprétation du Monde souterrain, de l'eau et du Karst des Préalpes d'Azur [en ligne]*, Disponible sur <http://www.infokarst.org/centre-interpretation/>. (Consulté le 3-03-2020).

⁷³ Centre d'interprétation du monde souterrain, de l'eau et du karst. *Centre d'Interprétation du Monde souterrain, de l'eau et du Karst des Préalpes d'Azur [en ligne]*, Disponible sur <http://www.infokarst.org/centre-interpretation/>. (Consulté le 3-03-2020).

didactiques et un livret pédagogique sur la thématique de la faune nocturne de la grotte; mais aussi la possibilité d'installer une application sur son smartphone pour s'enrichir sur la géologie du site. Par ailleurs, le PNR des Préalpes d'Azur offre aussi la possibilité de mettre en place des événements à vocation de sensibilisation tel que l'évènement sur le thème de l'eau et du monde souterrain, le 8 septembre 2018. Durant cet évènement des visites médiées ont également été proposées⁷⁴.

D'autres moyens de sensibilisation à l'environnement seront proposés et diffusés par les PNR, mais il s'agit de moyens à destination du public scolaire (mallette pédagogique et formations pour apprendre à les utiliser à l'intention des professeurs des écoles etc.) que nous n'abordons pas dans cette étude.

4.2. Les associations environnementales, créatrices de contenus et actrices de la diffusion

Les associations environnementales (loi 1901) sont des actrices importantes de la sensibilisation à l'environnement. La plupart de ces associations ont pour mission première d'œuvrer pour la veille, la protection et la gestion de la faune et/ou de la flore. Elles ont également pour rôle, entre autre, la sensibilisation au respect de l'environnement des différents publics (France Bénévolat, 2010, p. 11). A travers leur savoir-faire, leurs connaissances pointues et leur expertise sur le territoire, elles peuvent être actrices de la diffusion des outils de sensibilisation qu'elles créent.

Un territoire peut tout à fait avoir vocation à développer des outils de sensibilisation, tout en manquant de connaissances pour créer leurs contenus. Les territoires et différentes collectivités locales pourront s'appuyer sur ces associations environnementales, qui auront alors pour rôle de créer et de diffuser des outils tels que des événements découverte, la réalisation et la conception de matériels pédagogiques sous forme de panneaux didactiques, etc. (France Bénévolat, 2010, p. 16). La mise en place d'un partenariat avec une association environnementale, ou une association de sensibilisation à l'environnement, sera alors envisageable. Parfois grâce à des partenariats public-privés, ces associations mettent en place des outils permettant au territoire de promouvoir le patrimoine naturel tout en sensibilisant le public. Il est également possible de voir plusieurs acteurs de la sensibilisation créer des partenariats ensemble.

⁷⁴ Centre d'interprétation du monde souterrain, de l'eau et du karst. *Secrets d'eau et de roches [en ligne]*, Disponible sur <http://www.infokarst.org/samedi-8-septembre-2018/>. (Consulté le 3-03-2020).

Les associations environnementales sont des supports pour établir des contenus en relation avec les problématiques et thématiques environnementales du territoire; mais elles peuvent aussi être des supports de déploiement de ces outils grâce à leur notoriété et/ou grâce à leur connaissance. C'est le cas de la Ligue de Protection des Oiseaux (LPO), connue et reconnue nationalement, car elle est la première association de protection de l'environnement en France. Avec ce statut l'une de ses missions est l'éducation et la sensibilisation à l'environnement, qu'elle remplit en permettant le déploiement d'outils de sensibilisation à différents publics, dont les touristes, car elle développe une activité de tourisme de nature sur les régions⁷⁵. De plus, cette association dispose d'un réseau national d'adhérents permettant l'accueil physique des visiteurs et leur sensibilisation à travers tout le territoire. La LPO, comme d'autres associations dans le domaine environnemental, propose ou loue du matériel, et vend des prestations avec des animateurs qualifiés. La LPO propose par exemple des mallettes pédagogiques à la location, un catalogue d'expositions, des fiches techniques d'activités, etc.

5. La nécessité de partenariats public-privés pour la mise en place de ces outils

La mise en place des outils de sensibilisation à l'environnement met en relation des acteurs à la fois publics et privés. En effet, le centre d'interprétation, les associations environnementales, les collectivités locales, sont autant de structures ayant des statuts mixtes, publics ou privés. L'existence de cette diversité d'acteurs met en avant la nécessité de mettre en place des partenariats entre acteurs du domaine public et du domaine privé. Mr Daniel Lebègue, directeur de la Caisse des Dépôts, définit un partenariat public-privé comme une situation dans laquelle : « [...] des acteurs publics et des acteurs privés décident d'agir en commun pour répondre de la manière la plus efficace possible à un besoin collectif, par un partage des ressources, des risques et des bénéfices. » (Entretiens de la Caisse des dépôts sur le développement des territoires, 2003, p. 7).

Par ailleurs, l'un des champs principaux d'application de tels partenariats, est de permettre l'action des collectivités locales ou régionales. Ces entités ayant pour mission la gestion des projets de développement local, d'actions de rénovation ou d'actions économiques, pourront alors répondre aux besoins du territoire de proximité grâce à des partenariats public-privé (Entretiens de la Caisse des dépôts sur le développement des territoires, 2003, p. 81). Ainsi il sera possible pour une collectivité de monter des projets à vocation de sensibilisation au respect de l'environnement avec des structures privées⁷⁶. Par ailleurs, la mise en place de tels partenariats

⁷⁵ Ligue de Protection des Oiseaux. *Qui sommes-nous ? [en ligne]*. Disponible sur <https://www.lpo.fr/presentation/qui-sommes-nous>. (Consulté le 12-03-2020).

⁷⁶ Ministère de l'Éducation Nationale et de la jeunesse. *Le partenariat autour de l'EDD : pourquoi ? avec qui ? comment ? [en ligne]*. Disponible sur <https://frama.link/hwf7d6f0>. (Consulté le 9-03-2020).

permettra à un territoire d'avoir accès à des connaissances grâce à des personnes qualifiées dans des domaines spécifiques, mais aussi de mutualiser les moyens et les outils (Entretiens de la Caisse des dépôts sur le développement des territoires, 2003, p. 72). Prenons un exemple de partenariat public-privé pour la création et l'installation d'un sentier d'interprétation en Ariège : le sentier du Solitaire, localisé aux abords de la grotte du Mas d'Azil. La collectivité publique locale a fait appel d'une part à un bureau d'étude privé pour la réalisation du contenu des panneaux didactiques, et d'autre part, à l'association l'ISCRA (Initiatives Sociales et Culturelles Rurales en Ariège) pour la mise en place du sentier (pose des panneaux, sécurisation des zones à risques etc.)⁷⁷. C'est donc, comme dans ce cas, souvent le concours d'une multitude d'acteurs qui permet la mise en place des outils de sensibilisation sur le territoire.

Conclusion chapitre 1

Ce premier chapitre a permis d'établir une liste non-exhaustive des différents outils de sensibilisation pouvant être utilisés par les territoires pour promouvoir le patrimoine naturel tout en sensibilisant les touristes à son respect. La plupart du temps, l'utilisation d'outils de sensibilisation auprès des touristes ne sera pertinente que s'ils sont utilisés simultanément et non de manière isolée. L'objectif est de créer une résonance chez le public, élément bien compris par les Parcs Naturels Régionaux. De plus, l'existence d'outils de sensibilisation met aussi en avant l'importance de l'interaction humaine dans les processus de sensibilisation. Cette interaction humaine nous permettra de montrer en quoi il est important d'inclure la population locale pour la rendre actrice du développement d'un tourisme respectueux de l'environnement sur son territoire. Cette dernière hypothèse sera présentée dans le chapitre 3 de cette deuxième partie d'étude, ces deux chapitres sont étroitement liés.

Au terme de ce premier chapitre nous avons montré que l'utilisation d'outils de sensibilisation pourrait être un des moyens pour un territoire de sensibiliser les touristes au respect de l'environnement.

⁷⁷ La dépêche. *Le mas d'Azil. Le sentier du Solitaire, aménagé et sécurisé [en ligne]*. Disponible sur <https://frama.link/gTGpXB8s>. (Consulté le 9-03-2020).

Chapitre 2 : La nécessité de mettre en place des stratégies locales par la régulation de la fréquentation.

L'aménagement des sites naturels touristiques via des outils de sensibilisation à l'environnement développe souvent un appel, un attrait touristique, faisant augmenter le nombre de visiteurs (M. A., enseignant chercheur et chargé de mission développement Durable et Éducation au Développement Durable au CNRS, extrait de l'entretien du 13/02/2020). Cette augmentation de la fréquentation sur les sites touristiques devra alors être réfléchie et gérée par les territoires afin de pouvoir poursuivre la promotion du patrimoine naturel tout en sensibilisant les touristes.

Les notions de protection de l'environnement et de développement touristique paraissent contradictoires. Cependant, sur certains territoires existent des exemples de politiques volontaristes de développement d'un tourisme respectueux de l'environnement. Ces politiques prennent la forme de stratégies de gestion de la fréquentation ainsi que de politiques d'aménagement adaptées et mises en place sur les sites naturels sensibles. Les pouvoirs publics sont des acteurs incontournables dans la bonne gestion d'un développement touristique, spécifiquement dans un contexte où l'environnement est à préserver. Dans l'étude de cette hypothèse nous présenterons la notion de capacité de charge des sites naturels touristiques. Ensuite nous développerons les stratégies d'aménagement, les mesures et les politiques mises en œuvre pour gérer les flux touristiques. Dans un dernier temps nous essayerons de démontrer que ces mesures peuvent permettre une sensibilisation des touristes à l'environnement.

1. Le positionnement, un premier pas pour sensibiliser

Les sites naturels touristiques et leur politique de communication à travers le positionnement et le choix d'une cible, peuvent être un premier moyen pour limiter l'arrivée des touristes ou pour sélectionner une certaine typologie d'entre eux. Les sites à très fort rayonnement (tel que Venise) et qui sont sur-fréquentés, n'avaient initialement ciblé aucun segment de clientèle. Ils subissent aujourd'hui les effets dévastateurs du tourisme et des comportements parfois insensibles des visiteurs pour l'environnement local. Le positionnement et le ciblage de clientèles sont les premiers moyens pour gérer les flux de manière informelle. En effet, « *le territoire doit en premier lieu définir ce qu'il ne veut pas.* »⁷⁸

⁷⁸ Barthe Laurent. *Marketing stratégique - Marketing territorial*. Cours de Master 1 Tourisme et Développement, ISTHIA, Université Toulouse - Jean Jaurès, 2020.

2. La capacité de charge des sites naturels touristiques

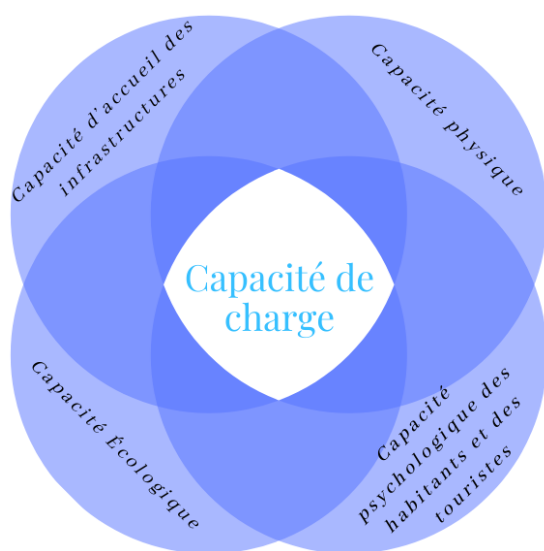
Les sites naturels sont des lieux à fort attrait touristique et ils possèdent, comme tous autres sites, une capacité d'accueil limitée (Vlès, Clarimont, 2017, p. 7).

La capacité d'accueil est un terme utilisé pour définir « *Le nombre de personnes susceptibles d'être accueillies dans un site dans les meilleures conditions pour tous (protection du patrimoine, mais aussi qualité de visite, respect des populations locales et optimisation des retombées économiques).* »⁷⁹

Le terme de capacité d'accueil est utilisé à contrario de celui de capacité de charge car il comprend les vocations sociales et patrimoniales des sites naturels. Il existe donc différents points de vue concernant l'utilisation de ces termes⁸⁰. Il apparaît que, dans un contexte touristique, l'utilisation du seul terme « *capacité de charge* » sur un site naturel est préférable à celui de « *capacité d'accueil* », car ce dernier concerne ordinairement la capacité d'hébergement. Cette capacité dépend de différents facteurs et critères tels que la capacité de résistance des milieux, le niveau de fragilité du site, les facultés de régénération écologique du site, les coûts et équilibres de la gestion, la taille, la capacité des aménagements sur place, l'esprit des lieux, l'identité du site, les différents agréments de la visite (Vlès, Clarimont, 2017, p. 7).

La capacité de charge comprend donc plusieurs éléments relatifs à la capacité :

Figure 14 : Composition de la capacité de charge



La **capacité d'accueil** : Le nombre d'hébergements et d'équipements d'accueil.

La **capacité physique** : la fréquentation maximale que peut accueillir un lieu en terme de sécurité.

La **capacité écologique** : la fréquentation maximale que peut accueillir un lieu en fonction de la disponibilité en ressources naturelles et de l'état de conservation de la faune et de la flore.

La **capacité psychologique des habitants du territoire** : la fréquentation maximale que peut accueillir le territoire selon le point de vue des habitants.

⁷⁹ Anne Vourc'h. La capacité d'accueil, Une notion essentielles dans les sites naturels. *Les Cahiers Espaces*, décembre 1999, n°166, p. 18-22.

⁸⁰ Catherine Cayre. En quête d'interprétation... *Les Cahiers Espaces, Mise en découverte des espaces et sites naturels*. 2011, n°109, p. 15-33.

La **capacité psychologique des visiteurs** : la fréquentation maximale que peut accueillir le territoire selon l'avis des visiteurs (Vlès, 2020, p. 15).

Il existe aussi des approches différentes de la capacité de charge, qui concernent exclusivement la pression exercée sur les différents écosystèmes. Cependant, la capacité de charge a pour objectif, dans tous les domaines de définir des stratégies d'aménagements (Bergeron-Verville, 2013, p. 13).

L'objectif est donc pour les sites naturels souhaitant développer un tourisme respectueux de l'environnement, de ne pas dépasser cette capacité de charge. Le moyen le plus fréquemment utilisé est donc la gestion de la fréquentation touristique sur le lieu.

La gestion de cette capacité de charge dépendra de la volonté du territoire ainsi que de son savoir-faire en la matière. L'accueil du public est un élément qu'il faut prendre en compte dans les réflexions et il est primordial de mettre en place des stratégies pour l'effectuer. En effet, il faut désormais éviter de répondre à la surfréquentation par l'installation automatique de nouvelles infrastructures et de suréquipement sur les sites. Cette réaction a pour unique conséquence un rejet des touristes de la part de la population locale. Par ailleurs, la surfréquentation d'un site naturel a également un impact sur les visites pour les touristes. Prenons l'exemple du Cirque de Gavarnie pour lequel le temps de visite était d'une journée en 1950, tandis qu'aujourd'hui elle n'est plus que de 2H30. La réduction de ce temps de visite est due à l'encombrement⁸¹.

La capacité de charge des sites touristiques naturels nécessite donc des politiques publiques et des mesures locales.

Dans ce cadre, il est nécessaire de définir ce que représente le terme « politique publique ». Les politiques publiques se définissent comme l'ensemble des décisions prises concernant un domaine spécifique de la société ou du territoire par un organisme ayant la légitimité gouvernementale. Ces décisions peuvent donner lieu à des actions matérielles ou immatérielles⁸².

3. Les stratégies locales par la régulation de la fréquentation sur les sites naturels touristiques

Il existe différents moyens de lutter contre la surfréquentation et contre ses impacts négatifs. Ces moyens passent, soit par le souhait d'agir sur le volume de la fréquentation du site, soit le souhait d'agir sur l'impact que peut avoir cette fréquentation sur le site naturel (Clarimont, Hatt,

⁸¹ Anne Vourc'h. La capacité d'accueil, Une notion essentielles dans les sites naturels. *Espaces*, décembre 1999, n°166, p. 18-22.

⁸² Jégouzo Laurence, L'évolution de la politique publique du tourisme en France, *Mondes du Tourisme*, n°15, 1 juin 2019, [En ligne] Disponible sur <http://journals.openedition.org/tourisme/2193> (consultée le 1-03-2020).

Vlès, 2018, p. 18). Dans cette étude nous nous appliquerons à fournir une analyse non-exhaustive des stratégies mises en place par les territoires pour réguler les flux touristiques dans le temps et dans l'espace. Il faut aussi prendre conscience que la mise en place d'une limitation sur les sites naturels est plus complexe que sur les sites culturels, pour d'une part des raisons concrètes (multiplicité des possibilités d'accès) et également pour des raisons sociologiques car les visiteurs perçoivent la nature comme un bien gratuit libre d'accès (Vlès, Clarimont, 2017, p. 12).

Cette analyse portera à explorer les modes de gestion de flux touristiques suivants :

Tableau 1 : Les différents modes de gestion des flux touristiques⁸³

Les modes de gestion des flux touristiques dans le temps et l'espace	
Non réglementés	Réglementés ou monétaires
Diversification des points d'attrait touristiques et des portes d'entrées	L'étalement ou la restriction des flux
La régulation par l'aménagement physique de l'espace	La gestion des flux par la régulation commerciale
Régulation de l'accès par l'effort (limitation des voies d'accès)	La régulation touristique par l'application de quotas
Régulation par l'organisation des modes de transport	

Dans un premier temps nous nous emploierons à présenter les moyens non réglementés mis en place par les territoires.

L'une des solutions pour le territoire est la répartition des flux touristiques dans l'espace du territoire⁸⁴. Différentes stratégies peuvent alors être mises en œuvre.

3.1. Stratégie de diversification des points d'attrait touristiques et des portes d'entrées

L'objectif de cette stratégie est de limiter la polarisation de la fréquentation. Cette mesure est complexe à mettre en œuvre car les visiteurs ont bien souvent déjà une idée précise des endroits qu'ils souhaitent visiter, les lieux « incontournables » de leur imaginaire. Afin de réussir à développer cette mesure de répartition des flux touristiques, il est nécessaire que les territoires mettent en place des aménagements multiples pour l'accueil des visiteurs. Cependant il est

⁸³ Création personnelle, 2020.

⁸⁴ François Goliard. Du tourisme de masse à des tourisms élitistes ?. *Juris tourisme*, 2019, n°222, p.22.

possible de proposer des sous-espaces⁸⁵, et dans le cas des sites naturels, de proposer des zones annexes sur lesquelles les écosystèmes sont moins fragiles, afin de répartir les touristes. Il sera nécessaire d'être attentif à ne pas créer un nouveau pôle de surfréquentation sur ces sous-espaces. Afin que cela n'arrive pas il pourrait être intéressant pour les sites naturels d'utiliser la multiplicité de leurs portes d'entrée comme un moyen de répartir les flux touristiques. Le Grand Site de France du Massif du Canigó peut être pris comme exemple car ce territoire a cherché à développer la capacité de plusieurs portes d'entrée de son site en s'appuyant sur des infrastructures existantes. Le massif possède désormais 6 portes d'entrée réparties sur le territoire, accessibles en voiture et donnant accès à des infrastructures telles que des refuges (un tableau récapitulatif des portes d'entrées du massif du Canigó est proposé en *Annexe D*).

3.2. La régulation par l'aménagement physique de l'espace

La régulation par l'aménagement physique de l'espace consiste, elle, à diffuser les flux (positionner les parkings plus loin, installations de cheminements réfléchis, positionnement d'obstacles, ...). La création de sentiers ou de zones de circulation sont aussi des solutions pour permettre à la faune et à la flore de conserver son habitat naturel en contraignant les visiteurs à circuler sur certaines zones du site et pas sur d'autres. La mise en place de cheminements clairement établis servira à éviter que les visiteurs ne créent eux même des sentiers sauvages à force de piétinements, créant des trouées dans la végétation et une dégradation de la nature du site (cela pourra également permettre de rendre le site naturel accessible aux personnes en situation de handicap) (Deprest, 1997, p. 168). De nombreux exemples existent, comme Le Sentier des Arbres, localisé dans le Parc National des Pyrénées⁸⁶. Ce sentier est clairement délimité et permet de réduire la dégradation par piétinement des touristes; Ce cheminement est également agrémenté de panneaux d'interprétation en français et en espagnol, qui font également office d'outils de sensibilisation à l'environnement, comme nous l'avons avancé à travers la première hypothèse de cette étude.

3.3. La régulation de l'accès par l'effort

Certains territoires font le choix de conserver un accès difficile à ses sites naturels afin d'y limiter la fréquentation. C'est ce que l'on appelle la régulation de l'accès par l'effort. C'est notamment

⁸⁵ Anne Vourc'h. La capacité d'accueil, Une notion essentielles dans les sites naturels. *Espaces*, décembre 1999, n°166, p. 18-22.

⁸⁶ Parc National des Pyrénées. *Maison du Parc national à Etsaut [en ligne]*, Disponible sur <https://frama.link/ZmrKUstd>. (Consultée le 1-03-2020).

le cas lorsqu'un territoire décide de conserver uniquement les accès à pied plutôt que d'installer une voie routière avec des parkings⁸⁷.

3.4. La régulation par l'organisation des modes de transport

Il est aussi possible de rencontrer une régulation par l'organisation des modes de transport et des accès. Ce mode de régulation consiste à donner un libre accès à une partie du site naturel, et d'imposer un mode de transport et d'accès à certaines zones. Prenons le cas du Parc Provincial de la Rivière Bleue (Nouvelle-Calédonie) sur lequel les trois quarts du parc sont interdits à la circulation avec des véhicules privés. Seule une navette du parc (gratuite) est autorisée à déposer et récupérer les touristes dans les zones de programme de protection de la faune et de la flore locale, et ce, tout au long de l'année⁸⁸. La mise en place de telles mesures impose aux touristes une organisation plus rigoureuse car elle suppose des horaires de navettes fixes sur lesquelles ils doivent se régler. Dans certains cas, il arrive même que les navettes obligatoires soient payantes. En France, la délimitation de zone pourrait par exemple être appliquée dans le cadre des réserves naturelles, ou des PNR.

4. Les autres mesures et politiques réglementées

Il existe aussi des moyens juridiques de mettre en place des stratégies d'aménagement. Les mesures juridiques présentées ci-dessous sont mises en place dans des contextes de surfréquentation extrême, sur des territoires ayant l'obligation de limiter les flux pour pérenniser et préserver le lieu naturel. Ce sont les administrations nationales ou locales des territoires qui sont en mesure de les mettre en place et de les faire appliquer dans le but de réguler la fréquentation, voir de la restreindre.

4.1. L'étalement ou la restriction des flux touristiques dans le temps

D'après François Goliard, Maître de conférences en droit public, à l'Université de La Rochelle, l'étalement dans le temps des flux touristiques, signifie : donner la possibilité aux touristes d'avoir accès aux sites tout au long de l'année (et non seulement durant les vacances scolaires) et sur

⁸⁷ Anne Vourc'h. La capacité d'accueil, Une notion essentielles dans les sites naturels. *Les Cahiers Espaces*, décembre 1999, n°166, p. 18-22.

⁸⁸ Observation participative : Stage de 6 mois en Licence Professionnelle Tourisme et Économie Solidaire, Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse, projet de développement d'une offre pédagogique au sein du Parc de la Rivière Bleue, Direction de l'Environnement (Nouvelle-Calédonie, Province Sud).

des tranches horaires plus importantes.⁸⁹ Le fait de changer la fréquence des arrivées peut aussi être une solution pour diluer la fréquentation⁹⁰.

A contrario, un territoire pourra faire le choix de restreindre l'accès à un site naturel sur des périodes données, dans le but de le protéger. Prenons l'exemple sur le Massif du Canigó, labellisé Grand site de France, sur lequel des restrictions d'accès sont mises en place via un accès exclusif aux habitants durant une période de l'année. Il est également possible de prendre des exemples à l'étranger avec la fermeture totale ou partielle de zones naturelles. Certaines autorités locales prennent parfois la décision d'une fermeture totale ou temporaire d'un site naturel touristique. Le Département des Parcs Nationaux de Thaïlande décide pendant la saison basse de fermer certains de ses parcs naturels pendant plusieurs mois, pour tout ou partie⁹¹. L'objectif affiché de ces fermetures est « *une récupération écologique* »⁹².

4.2. La gestion des flux par la régulation commerciale

Nous remarquons qu'il est aujourd'hui difficile, dans un contexte où l'objectif est de gérer les flux, de donner l'accès à tous à des sites, sans distinction financière. La régulation commerciale est donc l'une des pratiques applicables, afin de contrôler plutôt que de limiter l'accès à un site naturel. Elle se traduit à travers notamment, la nécessité de réserver en amont, la mise en place de modulations tarifaires (modification des tarifs selon la période de l'année, de la demande etc... Aussi appelé *yield management*), ou de l'obligation de visites accompagnées⁹³.

Certains sites naturels font déjà appel à des régulations commerciales, les plus communes étant la modulation tarifaire, le péage sous la forme d'un parking payant, ou encore l'obligation de s'acquitter d'un droit d'entrée. L'obligation de réservation, moins commune, est aussi mise en place dans plusieurs lieux naturels à fort attrait touristique. Les touristes souhaitant par exemple visiter l'un des Parcs Naturels des États-Unis, sont tous soumis à l'obligation de réserver en amont, sans quoi ils ne pourront pas y accéder.

⁸⁹ François Goliard. Du tourisme de masse à des tourisms élitistes ?. *Juris tourisme*, 2019, n°222, p.22.

⁹⁰ Anne Vourc'h. La capacité d'accueil, Une notion essentielles dans les sites naturels. *Les Cahiers Espaces*, décembre 1999, n°166, p. 18-22.

⁹¹ Thailandee.com. *Fermeture annuelle de certains parcs nationaux en Thaïlande [en ligne]*, Disponible sur <https://frama.link/a9YbEvPY>. (Consulté le 1-03-2020).

⁹² Thailandee.com. *Fermeture annuelle de certains parcs nationaux en Thaïlande [en ligne]*, Disponible sur <https://frama.link/a9YbEvPY>. (Consulté le 1-03-2020).

⁹³ Anne Vourc'h. La capacité d'accueil, Une notion essentielles dans les sites naturels. *Les Cahiers Espaces*, décembre 1999, n°166, p. 18-22.

4.3. La régulation touristique par l'application de quotas

Dans l'objectif de gérer les flux, il est également possible de voir depuis quelques années des systèmes de quota de visiteurs, c'est à dire la détermination d'un nombre maximum de visiteurs par jour ou par tranche horaire (Vlès, Clarimont, 2017, p. 30). Il est également possible, en plus de la mise en place d'un tel quota, de coupler cette mesure à un tirage au sort, dans le but de limiter le nombre de visiteurs. Nous pouvons citer l'exemple du site naturel de The Wave, la vague de grès ocre, très fragile, située dans les Vermilion Cliffs, aux Etats-Unis. Pour accéder à ce site naturel, les visiteurs potentiels doivent s'acquitter d'un ticket de loterie de 10 dollars, non remboursable s'ils ne sont pas sélectionnés. Le nombre de visiteurs est limité à 7300 par an, soit 20 visiteurs par jour, car le site est d'une grande fragilité⁹⁴. Cette décision a été prise par les autorités locales : Le *Bureau of Land Management* (BLM)⁹⁵ qui gère les terrains publics et fait partie du département intérieur des États-Unis. Cependant ces solutions sont utilisées en dernier recours.

Les politiques de stratégies locales telles que nous les avons énoncées précédemment impactent directement les touristes, leurs possibilités de visites et leur façon de vivre l'expérience des sites naturels.

5. Les stratégies locales comme moyens de sensibiliser les touristes à l'environnement

Ces différentes mesures peuvent être analysées comme des moyens de sensibilisation des touristes au respect de l'environnement. En effet dans cette étude nous tendrons à démontrer que de telles mesures et politiques sur des espaces naturels ont un impact sur les représentations des touristes envers la protection de l'environnement naturel qu'ils visitent.

5.1. Des mesures pouvant être mal perçues par les visiteurs

Comme le montre le rapport final de l'étude « *Impacts des mesures de préservation des sites naturels exceptionnels* » (Vlès, Clarimont, 2016, p. 98-99) à travers son analyse concernant l'acceptation des mesures de maîtrise de la fréquentation, pour les visiteurs enquêtés sur 7 sites naturels, d'une manière générale, les mesures relatives à la gestion de la fréquentation et à la limitation de l'accès sont mal perçues par les visiteurs qui les rejettent (un tableau présentant l'acceptation très limitée des mesures de maîtrise de la fréquentation est proposé en *Annexe E*). La mesure la moins mal

⁹⁴ Magazine Géo. *10 destinations où les touristes ne sont plus vraiment les bienvenus [en ligne]*, Disponible sur <https://frama.link/YQXuGSf5>. (Consulté le 1-03-2020)

⁹⁵ Bureau of Land Management. *What we manage [En ligne]*, Disponible sur <https://www.blm.gov/>. (Consulté le 1-03-2020).

perçue par les voyageurs est la mise en place de navettes obligatoires sur site. Ce rapport met aussi en avant que l'une des mesures les plus impopulaires auprès des visiteurs est la mise en place de parkings payants (Vlès, Clarimont, 2017, p. 98-99); En effet, cette mesure sera systématiquement mal reçue car les touristes considèrent que les sites naturels sont des espaces publics et qu'ils devraient être accessibles à tous sans restriction tarifaire. De telles mesures sont mieux acceptées sur des sites culturels tels que des musées, souvent pris comme élément de comparaison concernant la tarification (Vlès, Clarimont, 2017, p. 95). A ce même titre les restrictions totales sur site ou la mise en place de visites guidées obligatoires ont beaucoup de peine à être comprises par les touristes (Vlès, Clarimont, 2017, p. 98).

Nous verrons par la suite qu'il serait possible d'améliorer la compréhension et l'acceptation de ces mesures auprès des visiteurs.

5.2. Des mesures acceptées et comprises par les touristes

Dans l'étude « *Impacts des mesures de préservation des sites naturels exceptionnels* »⁹⁶ menée auprès de 7 sites naturels en France, est mis en avant le point de vue des visiteurs à propos des mesures de préservation des sites naturels et des mesures de fréquentation mises en place. Cette étude montre qu'une grande majorité des visiteurs considèrent que la mise en tourisme des sites naturels en les ouvrant au public génère des effets sur l'environnement ainsi que des dégradations inévitables (Vlès, Clarimont, 2017, p. 97).

Cette même étude met en avant l'importance de combiner plusieurs moyens de sensibilisation. En effet, les mesures et les politiques de gestion de flux seraient mieux acceptées si les sites procédaient parallèlement à l'installation de panneaux explicatifs et de sensibilisation à l'environnement, notamment sur les parkings payants (Vlès, Clarimont, 2017, p. 95). Ce point devra être considéré comme essentiel dans la compréhension des touristes envers les politiques de gestion de flux sur les sites naturels.

Une enquête concernant un projet de réserve naturelle payante dans le Golf du Morbihan, a été menée auprès de 1000 touristes (Voltaire, Nassiri, Bailly, 2015). Elle révèle des éléments permettant d'affirmer, que pour une partie des visiteurs, les mesures de régulation des flux touristiques permettent aux touristes d'être sensibilisés à l'environnement. En effet l'enquête montre que les visiteurs ont pleinement conscience que l'existence de frais d'entrée sur un site naturel a pour but de protéger l'environnement. Selon cette enquête :

⁹⁶ Vlès Vincent, Clarimont Sylvie. *Impacts des mesures de préservation des sites naturels exceptionnels*. Séminaire PUCA, Les sites exceptionnels : quelle contribution au développement local ?, 10 mars 2016, 48p.

- 74,1 % des touristes interrogés sont tout à fait d'accord ou d'accord avec l'idée selon laquelle les touristes doivent directement payer pour la protection de la nature des zones visitées ;
- 63 % pensent que refuser de payer pour la protection de la nature est en soi un acte d'irresponsabilité individuelle ;
- et 48 % tiennent pour très probable ou probable leur soutien financier à toute initiative visant à protéger la nature (Voltaire, Nassiri, Bailly, 2015, p. 191).

De plus, lors d'un projet mené au sein de l'espace naturel protégé du Parc Provincial de la Rivière Bleue (Nouvelle-Calédonie) pour le développement d'une offre pédagogique, des échanges avec les touristes ont démontré que différentes mesures et politiques d'accueil permettaient aux visiteurs de se questionner sur l'environnement naturel qu'ils visitent⁹⁷. Effectivement, cet espace naturel utilise différents moyens pour gérer les flux touristiques. Tout d'abord, son accès est limité dans le temps, par des plages horaires strictes. Mais également dans l'espace : l'accès est soumis au paiement de droits d'entrée obligatoires, l'accès sur le site est également délimité par un zonage en fonction du moment de l'année, et pour finir, un mode de régulation des modes de transport est organisé et prend la forme d'une navette à heure fixe sur toute une partie du parc sur laquelle les véhicules personnels sont interdits. Lors d'échanges avec des visiteurs et d'observation de terrain, il a été mis en évidence le fait que de telles mesures permettent aux touristes de se poser spontanément des questions sur la raison de toutes ces régulations.

« Avant le parc était gratuit, et maintenant il est payant, je me suis demandé pourquoi. J'ai posé la question à l'accueil et on m'a expliqué que l'argent sert pour financer certains projets de protection et d'entretien des arbres et des cagous⁹⁸ »⁹⁹

« Quand j'ai su que je pouvais pas aller au fond du parc avec ma voiture et que j'étais obligé d'y aller à pied ou avec la navette, je n'étais pas content. J'en ai parlé avec un autre visiteur et il m'a expliqué que les cagous étaient protégés dans l'autre partie du parc. Ça m'a donné encore plus envie d'aller voir et aussi, j'ai appris quelque chose. »¹⁰⁰

Le touriste devient alors acteur de son apprentissage et cela peut faire résonance pour lui, lui permettre d'interpréter le patrimoine naturel et de s'en souvenir.

⁹⁷ Observation participative : Stage de 6 mois en Licence Professionnelle Tourisme et Économie Solidaire, Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse, projet de développement d'une offre pédagogique au sein du Parc de la Rivière Bleue, Direction de l'Environnement (Nouvelle-Calédonie, Province Sud).

⁹⁸ Le cagou est l'oiseau emblématique de Nouvelle-Calédonie, il est soumis à un programme de protection.

⁹⁹ Extrait d'une prise de notes lors d'un échange avec un visiteur. Parc Provincial de la Rivière Bleue, Nouvelle-Calédonie, 2018.

¹⁰⁰ Extrait d'une prise de notes lors d'un échange avec un visiteur. Parc Provincial de la Rivière Bleue, Nouvelle-Calédonie, 2018.

Conclusion chapitre 2

La mise en place de stratégies locales de régulation, dans un contexte de mise en tourisme d'un espace naturel, a différents effets sur les représentations que se font les touristes. Ces effets sont à nuancer car, les mesures mises en place peuvent avoir un impact négatif et/ou positif sur les touristes. D'une part, certains pensent avoir le droit de pénétrer gratuitement et librement sur tous les sites naturels et perçoivent donc mal ces mesures. D'autre part, ces mesures ont un rôle de sensibilisation à l'environnement, pour des touristes qui se questionnent sur les raisons de la mise en place de mesures parfois restrictives. Pour que les mesures de régulation de la fréquentation deviennent des moyens de sensibilisation plusieurs facteurs sont à prendre en compte : le niveau de connaissance environnementale du public, la complémentarité de certaines mesures et l'utilisation en parallèle, d'outils de sensibilisation.

Chapitre 3 : La population, actrice du développement d'un tourisme respectueux de l'environnement sur son territoire.

Afin que le tourisme soit facteur de développement sur un territoire, il faudra s'interroger sur l'objectif poursuivi par un projet touristique, mais surtout se questionner pour savoir pour qui il est mis en place. Le projet est-il créé uniquement pour les touristes ou pour les habitants du territoire ? Si un projet touristique est uniquement destiné aux touristes, il ne sera pas facteur de développement¹⁰¹. Il paraît alors évident d'inclure la population locale dans le développement touristique de son territoire, pour qu'il le soit. Certaines politiques publiques locales, selon la façon dont elles sont mises en place, permettent d'intégrer la population locale dans les prises de décision, dans le contact avec les touristes etc. en les rendant actrices de la sensibilisation. La population locale est en contact direct avec les touristes et subit les impacts du tourisme sur son territoire de résidence. Afin d'éviter au mieux ces effets dévastateurs en terme d'environnement naturel, il sera pertinent de rendre les populations locales actrices du développement écotouristique de leur territoire. Ainsi elles pourront communiquer l'importance de leur environnement, puisque cette population est la mieux placée pour en parler. De cette manière il sera également possible de retravailler les relations conflictuelles qui peuvent apparaître concernant l'appropriation des espaces et des ressources dans un contexte touristique en espace naturel.

1. La population locale, porteuse de savoirs sur son environnement naturel

« Conserver les ressources biologiques n'est pas nouveau [...]. Ce qui change aujourd'hui, c'est cette nouvelle vision de la conservation, qui réintroduit les savoirs et pratiques locaux dans les actions engagées. » (Bérard, Cagarra, Djama et al., 2005). Cette réflexion sur les savoirs et les pratiques locaux est également soutenue par l'UNESCO.

Selon l'UNESCO, les populations locales et les autochtones possèdent des savoir-faire, des connaissances, et des philosophies développées par des sociétés ayant une longue histoire d'interaction avec leur environnement naturel¹⁰². Ces connaissances de la population locale (aussi appelée population autochtone) se reflètent à travers différents domaines et notamment à travers les connaissances agricoles. En effet, l'agriculture nécessite de parfaitement connaître la nature dans laquelle un peuple évolue. Ces différents éléments font partie de l'histoire d'une

¹⁰¹ Pierre Torrente. *Gestion de projet*. Cours de Master 1 Tourisme et Développement, ISTHIA, Université Toulouse- Jean Jaurès, 2020.

¹⁰² UNESCO, *Définition des savoirs locaux et autochtones [en ligne]*, Disponible sur https://frama.link/_WY6aZck. (Consultée le 21-02-2020).

population et elle sera donc la mieux placée pour sensibiliser les touristes au respect de l'environnement. De nombreux scientifiques de domaines variés tels que des agronomes, des écologues ou des naturalistes voient les connaissances de la population locale comme une nouvelle forme d'informations précises et pertinentes concernant la biodiversité et ses différents milieux¹⁰³.

Par ailleurs, lors de la déclaration de Rio de 1992 et de l'Agenda 21, ont été mises en avant les connaissances et pratiques considérées comme « traditionnelles » dans le domaine de l'environnement des peuples autochtones et le rôle central qu'il faut leur accorder. Ce principe a été développé notamment dans le chapitre 26 de l'Agenda 21, portant sur la reconnaissance et le renforcement des populations. Celui-ci met en lumière l'importance de mieux comprendre les compétences des populations autochtones en matière de gestion de l'environnement et de les utiliser pour relever les défis modernes de développement¹⁰⁴.

Les savoirs locaux commencent à être intégrés aux programmes de protection de l'environnement, même si la valorisation de ces savoirs reste pour le moment en France, surtout mise en avant grâce aux productions agricoles et alimentaires (Bérard, Cagarra, Djama et *al.*, 2005).

De plus, même si les populations locales sont porteuses de savoirs et de connaissances importantes sur leur environnement naturel, il ne faut pas écarter l'aspect scientifique de la démarche, afin d'être sûr de ne pas nuire plus à l'environnement. En effet, il faudra s'assurer que les savoirs et connaissances locales respectent bien la nature du lieu et du milieu et ne soient pas des « *savoirs profanes* » potentiellement nuisibles à l'environnement (Barthélémy, 2005).

2. Le tourisme participatif pour transmettre les savoirs locaux

Dans ce contexte où les locaux sont les mieux renseignés en ce qui concerne la connaissance de l'environnement local, le tourisme participatif apparaît comme une notion cohérente qu'il faut définir. Le tourisme participatif est un tourisme permettant la rencontre entre habitants et touristes. Cependant, et pour éviter toute confusion, il est important de préciser que cette forme de tourisme n'engage pas nécessairement un échange marchand, un investissement dans un projet local, ou une pratique exclusive en pays « Sud ». Il ne s'agit donc ni d'un tourisme

¹⁰³ Roussel Bernard. Savoirs locaux et conservation de la biodiversité : renforcer la représentation des communautés. *Mouvements*, 2005, n°41, p. 82-88.

¹⁰⁴ UNESCO. *Chapitre 26 reconnaissance et renforcement du rôle des populations autochtones et de leur communauté [en ligne]*. Disponible sur <https://www.un.org/french/ga/special/sids/agenda21/action26.htm>. (Consulté le 1-03-2020).

équitable, solidaire ou collaboratif. Le tourisme participatif place l'habitant du lieu d'accueil au cœur de cette pratique¹⁰⁵.

3. L'inclusion de la population locale dans les prises de décisions

Les objectifs de mettre en place un dialogue territorial en incluant la population locale sont multiples. Dans le cadre de projets en relation avec le tourisme et l'environnement il sera alors question d'atteindre des objectifs tels que :

- l'obtention d'un accord des parties concernées, comme les usagers et les propriétaires, pour la mise en œuvre d'un projet bien précis (par exemple la création d'un sentier) ;
- la conception d'un plan d'aménagement sur un site (comme la création d'un espace naturel dédié à l'environnement, aux loisirs etc.) ;
- la formulation d'une charte pour définir le cadre d'utilisation et de gestion d'un territoire ;
- l'établissement du dialogue entre différents acteurs de la population autour d'un projet commun en lien avec l'environnement (par exemple pour faire évoluer les regards de chacun, comme créer du lien entre ville et campagne) (Barret, 2003, p.18).

Nous pouvons citer en exemple le territoire de l'Isère, sur lequel le Centre Ornithologique de Rhône-Alpes se concerte avec les différentes associations d'activités de pleine nature (vols libres et escalade) dans le but de limiter l'impact négatif de ces activités sur les rapaces locaux (Barret, 2003, p. 13). En 1885, au Canada, les enjeux d'établir un équilibre entre promotion du patrimoine naturel et protection était déjà clairement définis dans l'acte de création du tout premier Parc National canadien de Banff. De plus, l'importance d'inclure la population autochtone dans la poursuite de ces objectifs y est, aujourd'hui encore, valorisée et mise en œuvre. En effet, tous les cinq ans, le plan directeur du parc est révisé et soumis à un processus de consultation publique¹⁰⁶. Cette consultation publique a pour but de faire adhérer les habitants aux objectifs et enjeux du parc mais aussi de les rendre protagonistes et fervents défenseurs des valeurs que le parc prône.

On observe régulièrement l'inclusion de représentants de la population locale dans les comités de pilotages pour des projets à vocation touristique et de respect et sensibilisation à l'environnement. Prenons l'exemple du projet écotouristique Taonaba de la commune de

¹⁰⁵ Voyageons autrement. *Voyage alternatif avec le concept de Tourisme Participatif [en ligne]*, Disponible sur <https://frama.link/4JezZ5Bo>. (Consulté le 14-02-2020).

¹⁰⁶ Annette Viel. L'interprétation. Construire une expérience du lieu alliant sens, conscience et connaissance. *Les Cahiers espaces*, Mise en découverte des espaces et sites naturels, 2011, n°109, p; 17-24.

Abymes (Guadeloupe) qui a inclus dans son comité de pilotage 12 représentants volontaires de la population locale. Ces représentants sont soit des habitants vivant sur le site direct, soit des propriétaires fonciers (Gagnon, 2010, p. 79).

La place des acteurs locaux, et par conséquent de la population, ne doit pas être mise de côté sans quoi les décideurs pourraient voir apparaître de fortes tensions face au tourisme et aux touristes, même si ceux-ci pratiquent un tourisme respectueux de l'environnement. Pour faire participer la population, l'information et l'écoute seront les actions utiles afin de prendre en compte les besoins de chacun, pour que tous se sentent écoutés et pris en compte.

4. L'inclusion des populations sur le terrain...

4.1. ...Dans les contenus de sensibilisation aux touristes

En incluant la population locale dans le développement d'un projet touristique respectueux de l'environnement, il sera possible de développer un sentiment d'appartenance à celui-ci. Une conscience concernant des intérêts partagés communs autour du projet de développement d'un tourisme respectueux de l'environnement sera aussi permis ainsi (Violier, 2008, p. 131). Au cours de la réalisation d'un projet ayant pour objectif la sensibilisation des touristes à l'environnement, il sera incontournable pour les décisionnaires de s'interroger sur le passé du site. La conception et le montage d'un tel projet passe donc par la mémoire des anciens, des locaux, de ceux qui étaient là avant les touristes; ils seront donc interrogés et inclus dans la conception des contenus de sensibilisation (Ministère de l'environnement, 1996, p. 58). De plus, le développement du sentiment d'appartenance à un projet touristique auprès des populations locales peut être un levier essentiel dans la pérennisation de celui-ci (Violier, 2008, p. 130).

La population locale sera le contact direct du territoire avec les visiteurs, il sera donc important d'inclure et de former cette population aux enjeux du respect de l'environnement et à la sensibilisation des touristes. Le Parc Naturel Régional de Camargue (PNRC) en est l'exemple parfait puisque le développement d'un tourisme respectueux de la nature en son sein est une priorité absolue (Gagnon, 2010, p. 36). Afin de poursuivre cet objectif le PNRC a compris qu'inclure la population est une étape incontournable du développement d'un tourisme respectueux de l'environnement. L'un des objectifs pour le territoire est donc de former les habitants et les personnes en charge de l'accueil sur les points relatifs à l'environnement tels que la connaissance du site naturel de la Camargue, la protection et la sauvegarde de son écosystème et de ses activités traditionnelles (Gagnon, 2010, p. 37). Pour se faire, le territoire fait participer de nombreux acteurs : Direction régionale du tourisme, CRT, CDT, Office du Tourisme,

Chambre de Commerce et d'industrie du Pays d'Arles, Chambre d'agriculture et des particuliers, Relais Départemental des gîtes ruraux.

Nathalie Lahaye, Maître de conférence à l'Université de Toulouse, dit que les objectifs d'un tourisme respectueux de l'environnement ne seront atteints « *que si les communautés hôtes ont le pouvoir de participer activement à la réalisation des projets* » (Gagnon, 2010, p. 66). Ainsi, l'inclusion des populations locales dans le processus de prise de décision et la réalisation des contenus de sensibilisation à l'environnement à destination des touristes pourront prendre diverses formes : mise en place de tables rondes avec d'autres acteurs du territoire, envoi de questionnaires, mise en place d'un espace de permanence d'écoute ou la réalisation d'interviews (Barret, 2003).

Il serait également possible et pertinent d'impliquer les populations locales en les faisant devenir des guides directement en contact avec les visiteurs (OMT, PNUE, 2006, p. 47).

4.2. ... Au contact des touristes : le guide et l'animateur

La visite guidée est le moyen le plus commun et traditionnel d'accompagnement dans la pratique d'une activité touristique. Elle était initialement développée sur les lieux touristiques les plus fréquentés. La visite guidée a connu un développement important dans les sites d'intérêts naturels, archéologiques, géologiques etc. L'intérêt de ce type de pratique est d'être en interaction avec une personne qui est passionnée par son sujet et qui est capable d'adapter son discours au public touristique selon son niveau de connaissance ou ses points d'intérêts (Ministère de l'environnement, 1996, p. 8-9). Le point négatif de ce type de visite, même s'il reste pertinent, est la contrainte financière pour le territoire d'accueil qui devra trouver un moyen de financer son guide. La contrainte temporelle n'est pas non plus négligeable car elle contraint les visiteurs à respecter des heures de visites précises.

Le parc du Marquenterre, dans la Baie de Somme, a compris très tôt l'intérêt d'être en contact avec les visiteurs. En effet, dès l'ouverture de son parc en 1973, le créateur de ce site recrute des animateurs nature¹⁰⁷. De plus, l'importance d'inclure la population locale est également comprise par cet acteur puisque les animateurs nature sont sélectionnés parmi les habitants du territoire qui sont recrutés de manière bénévole pour effectuer les visites. Ainsi, le parc a trouvé le moyen de développer l'intérêt du public pour le respect des oiseaux. Cet intérêt est développé grâce aux anecdotes fournies par ces guides locaux, et leurs connaissances de terrain (qui ne sont pas nécessairement des connaissances scientifiques). Par ailleurs, le fait que ces guides soient

¹⁰⁷ Carruette Philippe, De Boiville Guy. Le parc du Marquenterre, laboratoire de mise en découverte de la nature depuis quarante ans. *Les Cahiers Espaces Mise en découverte des espaces naturels*, 2011, n°109, p. 53-59.

bénévoles prouve leur engagement et leur motivation pour transmettre leurs connaissances et leur envie de sensibiliser. Les termes « guide » et « animateurs » sont tous deux utilisés dans le contexte de sensibilisation à l'environnement.

L'animation sur site est une pratique plus courante dans les parcs Nord-Américains, l'animation sur site se différencie de la visite guidée. Tandis que lors d'une visite guidée, le guide se déplace avec son groupe de visiteurs, l'animateur de site lui, est statique. Placé à des points d'intérêts particuliers, l'animateur sur site procède à des démonstrations (Ministère de l'environnement, 1996, p. 8-9). Ces animations sont souvent réalisées par des locaux et elles permettent aux visiteurs de comprendre et d'interpréter le lieu visité.

En France, le Parc Naturel Régional de la Narbonnaise en Méditerranée promeut notamment son RAP : Réseau des Animateurs du Parc. Ce réseau est composé de nombreux animateurs autour de thématiques environnementales (la faune, la flore, les paysages ou encore l'écocitoyenneté) tous issus du tissu local¹⁰⁸. Ainsi il sera possible de retrouver des animateurs ayant des diplômes « guide nature » pour effectuer des visites guidées sur les insectes, ou d'autres domaines spécifiques propres à ce territoire sur lequel ils évoluent au quotidien.

4.3. Des informations et des formations pour les locaux

Il est également possible que certains membres de la population locale ne soient pas sensibles, ou n'aient pas de connaissances sur l'environnement naturel présent sur leur lieu de vie. Afin qu'ils soient les meilleurs relais de la sensibilisation, les locaux, à travers la diversité d'acteurs qu'ils représentent, sont parfois invités à participer à des formations ou des réunions par les gestionnaires des zones naturelles protégées. Les zones Natura 2000 en réserves naturelles en sont un exemple (Michelot, Chiffaut, 2004, p. 15), ainsi que les Parcs Naturels Régionaux.

Par ailleurs, la professionnalisation des métiers liés à la sensibilisation environnementale est aujourd'hui nécessaire. En effet, dans le cas du Parc du Marquenterre dont nous avons parlé précédemment, l'inclusion de la population locale en tant qu'animateur nature a dû être complétée par une professionnalisation de ce poste. Le public étant de plus en plus informé sur les questions environnementales, les bénévoles se voient désormais poser des questions de plus en plus pertinentes et précises sur la nature¹⁰⁹. Les citoyens ayant aujourd'hui accès à un plus grand nombre d'informations mais aussi à de multiples contenus de démocratisation scientifique

¹⁰⁸ PNR de la Narbonnaise en Méditerranée. *Le réseau des animateurs du Parc [en ligne]*, Disponible sur <https://frama.link/BYfKHcD7>. (Consulté le 17-03-2020).

¹⁰⁹ Carruette Philippe, De Boiville Guy. Le parc du Marquenterre, laboratoire de mise en découverte de la nature depuis quarante ans. *Les Cahiers -Espaces Mise en découverte des espaces naturels*, 2011, n°109, p. 53-59.

(tels que des documentaires animaliers ou d'autres médias grand public), ils souhaitent aborder des sujets plus délicats que le simple nom d'une espèce animale. Ainsi les animateurs nature sont confrontés à des thématiques telles que les conséquences de l'activité humaine sur les bouleversements écologiques etc. Preuve de cette conscience écologique collective grandissante, la formation des acteurs du territoire est indispensable.

Conclusion chapitre 3:

Nous avons présenté dans cette hypothèse la possibilité et l'importance d'inclure les populations locales dans la sensibilisation des touristes à l'environnement. En effet, un territoire peut sensibiliser les touristes au respect de l'environnement en confiant différents rôles à la population locale. De plus, en incluant la population, le territoire s'assure que celle-ci se sente prise en compte et reconnue. Les résidents pourraient ainsi, eux aussi, être un moyen de rendre les touristes sensibles au respect de l'environnement qu'ils visitent.

Conclusion partie 2 :

Cette deuxième partie a permis de développer trois hypothèses permettant de répondre à la problématique présentée en fin de première partie. Cette étude ayant pour objectif de déterminer les moyens à disposition d'un territoire pour sensibiliser les touristes au respect de l'environnement tout en promouvant son patrimoine naturel, différents moyens ont été exposés.

Tout d'abord, les différents outils de sensibilisation à l'environnement ont été présentés comme un moyen de sensibiliser les touristes sur les espaces naturels. Il a d'ailleurs été mis en avant que l'utilisation de plusieurs d'entre eux paraît intéressante pour parvenir à sensibiliser de manière efficace.

Ensuite, les stratégies locales ont été étudiées comme moyen de sensibiliser les touristes. Les stratégies de régulation de la fréquentation ont plus précisément été mises en avant. Elles ont un impact direct sur la façon dont les touristes vivent leur visite du milieu naturel et peuvent donc, dans une certaine mesure, les amener à se questionner sur les raisons de leur mise en place. Si plusieurs mesures de régulation de la fréquentation sont associées avec d'autres moyens de sensibilisation à l'environnement, alors, elles apparaissent, elles aussi, comme des moyens de sensibilisation envers les touristes.

Enfin, l'importance d'inclure la population locale dans la sensibilisation des touristes, pour développer l'écotourisme, a été la dernière thématique abordée. Cette dernière semble être un axe de réflexion intéressant car plusieurs territoires l'ont déjà mise en œuvre.

Ces hypothèses devront être confrontées à un terrain d'étude afin de les affirmer ou de les infirmer.

PARTIE 3 :

**Les Grands Sites de France et la
Camargue gardoise site naturel des
Grands Sites de France**

Introduction partie 3

Nous avons désormais présenté et développé les hypothèses pour répondre à la problématique de cette étude. Il importe maintenant de confronter ces hypothèses sur un terrain d'étude réel. Cette étude ayant pour thématique la sensibilisation des touristes au respect de l'environnement, il fallait un terrain d'étude qui possède de fortes caractéristiques naturelles.

Les Grands Sites de France sont alors apparus comme des terrains d'analyse potentiellement intéressants et plus précisément le Grand Site de la Camargue gardoise.

Dans un premier temps, le Réseau et le label Grand Site de France seront présentés ainsi que la raison du choix de ce type de territoires.

Dans un second temps, le Grand Site de France de la Camargue gardoise sera exposé en détail en expliquant ce choix de terrain d'étude.

Pour finir, les outils méthodologiques envisagés pour tester les hypothèses sur ce terrain seront proposés et développés. Quelques premiers résultats seront aussi présentés.

Chapitre 1 : Présentation du Réseau et du label Grand Site de France

Le terrain d'étude sélectionné fait partie du Réseau des Grands Sites de France et il est également labellisé Grand Site de France. En effet, les Grands Sites de France sont répartis en 2 catégories: les membres du Réseau des Grands Sites de France et les membres labellisés Grand Site de France. Dans ce contexte nous nous emploierons dans un premier temps à expliquer en quoi consiste le Réseau des Grands Sites de France. Puis dans un second temps nous présenterons le label Grand Site de France en lui-même. Pour finir ce chapitre s'emploiera à justifier le choix de ce type de terrain d'étude que sont les Grands Sites de France.

1. Le réseau

1.1. Qu'est-ce que le Réseau des Grands Sites de France (RGSF) ?

Figure 15: Cartouche du Réseau des Grands Sites de France¹¹⁰



Créée en 2000, Le Réseau des Grands Sites de France (RGSF) est une association loi 1901¹¹¹. Les membres du RGSF sont les collectivités locales gestionnaires des Grands Sites. Ce réseau regroupe aujourd'hui 47 sites sur le territoire national Français, parmi ceux-ci, certains sont d'ores et déjà labellisés Grand Site de France et d'autres sont en cours de démarche pour obtenir le label (cette démarche est nommée « Opération Grand Site de France »)¹¹². Nous expliquerons plus en détails dans la suite de cette étude ce qu'est un Grand Site.

Les sites intégrés au RGSF accueillent environ 32 millions de visiteurs par an, ce qui peut s'expliquer par leur protection dans le cadre de la loi du 2 mai 1930 présentée en première partie de cette étude. Le RGSF rassemble des sites à très forte fréquentation et notoriété puisqu'ils sont, par ailleurs, presque toujours notés trois étoiles sur les guides touristiques¹¹³. Ces sites touristiques connaissent une pression croissante et font face à un défi de préservation. A travers

¹¹⁰ Grands Sites de France. *Le réseau des Grands Sites de France [en ligne]*, Disponible sur <https://www.grandsitedefrance.com/reseau>. (Consulté le 22-03-2020).

¹¹¹ Vourc'h Anne. L'interprétation dans les Grands Sites, Un outil au service de l'esprit du lieu. *Les Cahiers Espaces*, juillet 2011, n°109, p. 44-47.

¹¹² Vourc'h Anne. L'interprétation dans les Grands Sites, Un outil au service de l'esprit du lieu. *Les Cahiers Espaces*, juillet 2011, n°109, p. 44-47.

¹¹³ Vourc'h Anne. L'interprétation dans les Grands Sites, Un outil au service de l'esprit du lieu. *Les Cahiers Espaces*, juillet 2011, n°109, p. 44-47.

ses actions de communication, le RGSF a pour rôle de clarifier la différence entre appartenance au réseau et obtention du label.

1.2. Les origines : la politique publique Grand Site

A l'origine, le Réseau des Grands Sites de France (RGSF) est né dans le cadre de la politique nationale Grands Sites de 1972. Cette politique publique a pour vocation d'encadrer les sites classés grâce à la loi du 2 mai 1930 ayant pour objet de réorganiser la protection des monuments naturels et des sites de caractère artistique, historique, scientifique, légendaire ou pittoresque. Elle est portée par le ministère de l'écologie, de l'énergie, du développement durable et de la mer (aujourd'hui Ministère de l'écologie, du développement durable, des transports et du logement).

Un site classé est donc un site ayant des critères naturels, artistiques, historiques, scientifiques, légendaires ou pittoresques, parmi lesquels sont définis ceux à conserver pour les générations futures. Un site est donc classé si c'est :

« un lieu dont le caractère exceptionnel a justifié une mesure de protection au niveau national, dans l'objectif de conserver les caractéristiques du site et de le préserver de toute atteinte grave. La procédure de classement est régie par la loi du 21 avril 1906, complétée par la loi du 2 mai 1930. Elle est désormais codifiée aux articles L 341-1 à 22 du Code de l'environnement. » (Ministère de l'écologie, du développement durable, des transports et du logement, 2011, p. 5).

Dans ce cadre, un Grand Site est défini par le Ministère de l'écologie, du développement durable, des transports et du logement, comme étant un territoire remarquable grâce à ses qualités naturelles, culturelles et paysagères. A ceci s'ajoute le fait que le territoire doit être reconnu par une classification nationale (pour ses aspects naturels et des sites) et il doit aussi accueillir *« un large public et être engagé dans une démarche partenariale de gestion durable et concertée pour en conserver la valeur, l'attrait, et la cohérence paysagère. »* (Ministère de l'écologie, du développement durable, des transports et du logement, 2011, p. 6). L'objet de cette politique des Grands Sites est donc la gestion des sites classés à forte notoriété et fréquentation. Cette politique publique Grand Site possède une forme originale car elle associe à la fois le pouvoir de l'Etat concernant le patrimoine que sont les sites classés, et le pouvoir des collectivités locales (gestionnaires des Grands Sites) concernant ces projets territoriaux modernes.

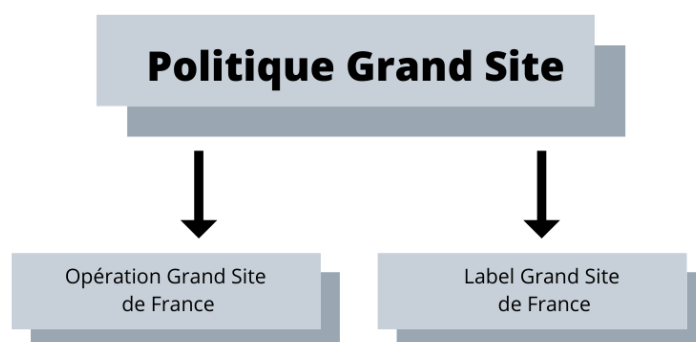
La politique publique Grand Site répond à plusieurs principes qui sont :

- la préservation du patrimoine naturel, culturel et paysager ;

- un accueil de qualité en respectant habitants et caractère du site ;
- la valorisation économique et culturelle du territoire (Ministère de l'écologie, du développement durable, des transports et du logement, 2011, p. 8).

L'Etat a à sa disposition deux outils qui lui permettent de mettre en place sa Politique Grand Site : L'Opération Grand Site de France et le label Grand Site de France.

Figure 16 : Politique Grand Site et ses outils¹¹⁴



Nous reviendrons par la suite sur les deux outils de l'Etat que sont l'Opération Grand Site de France et le label Grand Site de France.

1.2. Pourquoi faire partie du RGSF ?

Le réseau est composé des différents gestionnaires des Grands Sites, plus ou moins avancés dans leur démarche pour l'obtention du label. En effet, certains sites étant à la phase d'étude de la démarche d'obtention du label, la création d'un tel réseau permet aux gestionnaires de pouvoir échanger des connaissances, des expériences et des savoir-faire¹¹⁵. C'est d'ailleurs pour cette raison que le RGSF a initialement été créé, comme l'exprime Anne Vourc'h, Directrice du RGSF : « *Ils ont senti tout l'intérêt qu'ils auraient à se connaître mieux, à échanger sur leurs difficultés et sur les solutions pour une gestion durable de ces lieux fragiles dont ils avaient la responsabilité.* » (ICOMOS, 2017, p. 1).

Par ailleurs la création de ce réseau permet aussi de fédérer les moyens pour ces sites qui sont très variés et géographiquement éloignés. Ainsi, il est un soutien auprès de ces membres en développant des outils de communication mais aussi d'informations externes, en étant l'interlocuteur des pouvoirs publics, et en mobilisant des partenariats financiers (tels que des mécénats) et techniques.

¹¹⁴ Création personnelle, 2020.

¹¹⁵ Grands Sites de France. *Le réseau des Grands Sites de France [en ligne]*, Disponible sur <https://www.grandsitedefrance.com/reseau>. (Consulté le 22-03-2020).

Le réseau permet ainsi de fédérer ses membres autour des valeurs inhérentes aux Grands Sites de France.

1.2.1 Valeurs communes du RGSF

Figure 17 : Valeurs communes du RGSF et de ses Grands Sites de France¹¹⁶



Les valeurs communes des membres du réseau sont très importantes puisqu'elles représentent également les caractéristiques des Grands Sites de France (GS). Ces valeurs furent votées en Conseil d'Administration le 2 octobre 2014. Afin de comprendre plus en détail à quoi correspondent les valeurs présentées ci-contre nous emploierons les termes utilisés par le RGSF (Réseau des Grands Sites de France, 2014, p. 1 à 9).

Esprit des lieux et expérience du lieu

L'esprit du lieu est une notion très importante pour les Grands Sites de France (GS) puisqu'il représente l'identité de chaque GS. Cet esprit des lieux est subjectif car il relève de l'appréciation de chaque personne faisant l'expérience de la visite. **L'expérience du lieu**, quant à elle, reflète l'expérience unique vécue sur chaque site due au caractère exceptionnel des GS. Les GS sont des lieux « à couper le souffle » dont on ne se lasse pas. Contrairement à l'idée reçue sur laquelle un label a vocation à mettre en œuvre une forme d'uniformisation, les GS eux, souhaitent au contraire garder leur caractère unique pour conserver cet « esprit du lieu et expérience du lieu » propre à chaque site. C'est là toute la difficulté à laquelle les gestionnaires devront être attentifs : agir matériellement sur le lieu tout en conservant ces éléments symboliques. L'esprit des lieux est un élément central de la politique Grand Site de France sur lequel s'est appuyé le RGSF pour débattre concernant les autres valeurs.

Les Grands Site de France, des paysages d'exception

Les GS sont des paysages et aussi des paysages remarquables protégés, ce qui est justifié par leur caractère emblématique, unique, singulier et exceptionnel. Les paysages des GS sont

¹¹⁶ Création personnelle, 2020.

composés par leur diversité naturelle, humaine, historique et culturelle. Les gestionnaires de ces Sites seront amenés à utiliser les termes « *paysage* » et « *patrimoine* » plutôt que les mots « *biodiversité* » et « *nature* » même si ce sont des composantes de ces lieux. Les Grands Sites de France se distinguent des autres formes d'espaces naturels protégés par leur vision : **Le paysage, en tant qu'interaction entre la nature et l'homme.**

Le caractère naturel de certains GS est une composante plus importante que pour d'autres. Notre terrain d'étude sera l'un des Grands Sites labellisés principalement pour son caractère naturel plus que pour ses autres caractéristiques : artistique, historique, scientifique, légendaire ou pittoresque.

Préservation dynamique

Pour les membres du Réseau, la préservation et la protection possèdent une valeur d'intérêt général servant d'exemple pour la société française. Cette protection est mise en place avec une approche globale incluant en priorité la biodiversité mais aussi le patrimoine culturel et historique. Le RGSF s'engage **dans l'inclusion des populations locales** habitantes des lieux pour mener à bien les missions de préservation et de valorisation des GS. En intégrant les populations le RGSF prouve sa volonté de conserver ces espaces ouverts, vivants et accueillants.

Accueil et partage

Dans cette volonté de conserver les GS comme étant des lieux ouverts, vivants et accueillants, le partage avec les visiteurs est une valeur développée par le Réseau. Les GS sont d'ailleurs accessibles à tous. Le RGSF souhaite permettre à chacun **d'acquérir des connaissances**, pour rendre le patrimoine accessible et compréhensible par tous. L'attachement au lieu est un objectif à atteindre à travers l'émotion, la connaissance et la contemplation du visiteur.

Mise en valeur du site

La valorisation des GS doit servir les valeurs justifiant leur protection. Ainsi, l'un des grands défis consiste à **gérer la fréquentation** sur ces derniers pour permettre la conservation de l'esprit de ces lieux uniques. Refusant la banalisation et l'uniformisation, un équilibre doit être trouvé concernant le développement des aménagements d'accueil et la protection.

Economie et développement local durable

Les GS doivent être des **facteurs de développement local durable**, en étant gérés de manière partenariale. La notoriété apportée par l'appellation « Grand Site de France » génère des pressions diverses (foncières, commerciales etc.) qui doivent être maîtrisées pour ne pas aller à l'encontre des valeurs des Sites. La rentabilité commerciale n'est pas l'objectif des GS, en effet, la priorité est portée sur le développement local qui contribue à la préservation du patrimoine dans son ensemble. Dans ce contexte, le projet GS doit venir de l'initiative locale et valoriser les produits et activités de proximité.

Posture et rôle du gestionnaire

Le gestionnaire doit avoir une approche globale pour allier le patrimoine avec l'économie locale et l'aspect social du territoire du Site. Ainsi, le gestionnaire doit être en capacité d'avoir une vision sur le long terme et d'intégrer les différents acteurs du projet. Les gestionnaires ont pour rôle de **mettre en avant les valeurs** portées par le Réseau ainsi que la recherche de l'excellence à travers le projet GS. Il doit être un acteur des valeurs qu'il porte et non un donneur d'ordre ou de leçon.

2. L'Opération Grand Site de France et le label

2.1. L'opération Grand Site de France

L'Opération Grand Site de France (OGS) est la démarche pour obtenir le label, il s'agit du premier outil mis à disposition des territoires pour faire appliquer la Politique publique Grand Site de l'Etat, présentée précédemment.

Cette démarche rassemble les différents acteurs des Sites, l'Etat, et les gestionnaires. Tous les membres du RGSF ne sont pas engagés dans une OGS, mais ils le sont majoritairement. Les OGS sont des actions concrètes sur le terrain afin d'améliorer, de réhabiliter des endroits dégradés, de créer des lieux d'accueil etc.¹¹⁷

2.1.1 Les objectifs de l'Opération Grand Site de France (OGS) :

Les objectifs de l'OGS sont variés et comprennent d'une part, la restauration et la protection active de la qualité paysagère, naturelle et culturelle du site. D'autre part, l'amélioration de la qualité de la visite dans le respect du Site en ce qui concerne les stationnements, l'accueil, les circuits, l'information et les différentes animations, sont également des objectifs. Pour finir, le

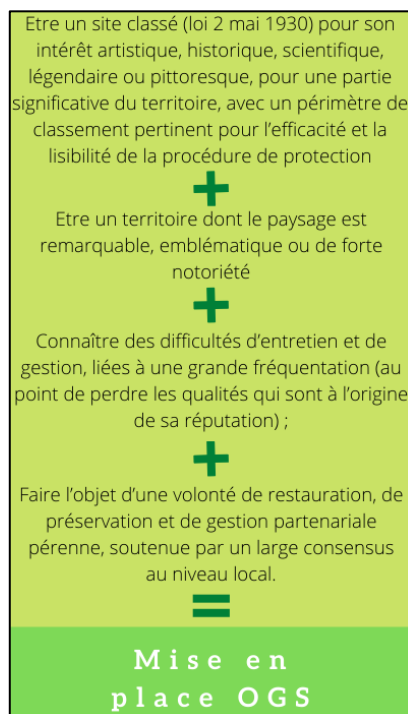
¹¹⁷Grands Sites de France. *La politique Grands Sites de France [en ligne]*, Disponible sur : <https://www.grandsitedefrance.com/demarche/la-politique-grand-site-de-france>. (Consulté le 22-03-2020).

dernier objectif de l'OGS est de favoriser le développement local socio-économique tout en respectant les locaux (Ministère de l'écologie, du développement durable, des transports et du logement, 2011, p. 9). L'OGS vise donc à appuyer les gestionnaires des Sites dans les difficultés qu'ils rencontrent en terme de gestion d'accueil des visiteurs et de l'entretien d'un lieu classé ayant une grande notoriété et fréquentation.

L'OGS se déroule avec une méthodologie précise. Elle se compose deux grandes étapes. Dans un premier temps l'OGS met en place une phase d'étude et de diagnostic permettant de monter le projet et de proposer un programme d'actions. La phase d'étude et de diagnostic permet aux parties prenantes du projet de mettre à jour une nouvelle vision du site en identifiant les problèmes de ce dernier à travers différentes méthodes de recherche et d'analyse. Elle permet aussi de faire émerger les enjeux et donne l'occasion de définir des orientations stratégiques. Les orientations stratégiques sont concrétisées par un programme d'actions qui est adapté à chaque Site. Dans un second temps, l'OGS se compose d'une phase de mise en œuvre. Cette phase correspond aux actions concrètes sur le terrain.

De plus, un territoire doit remplir quatre conditions pour mettre en place l'OGS. Ces conditions sont présentées ci-dessous.

Figure 18 : Condition d'éligibilité à la mise en place de l'OGS¹¹⁸



¹¹⁸ Création personnelle, 2020.

2.2. Qu'est-ce que le label Grand Site de France ?

Le label est une reconnaissance de l'Etat en terme de gestion opérationnelle et gouvernementale du site. En effet, ce label salue l'engagement des gestionnaires des sites. Les gestionnaires seront alors évalués de manière régulière puisque le label est à renouveler tous les 6 ans. Il représente un outil à disposition des territoires pour mettre en œuvre la politique Grand Site mise en place par l'Etat. C'est le deuxième outil après avoir mené l'Opération Grand Site de France. L'objectif du label est de garantir que le site labellisé soit préservé et géré en respectant les différents principes du développement durable qui ont été présentés en première partie de cette étude. Par ailleurs, le label affirme la préservation des caractéristiques paysagères naturelles et culturelles du Site, l'entretien quotidien de celui-ci ainsi que sa gestion. La mise en place d'activités qui soient compatibles avec le patrimoine présent sur le site, est aussi assuré par ce label. Il atteste également que le gestionnaire intègre dans le projet du GS un développement économique local ainsi qu'une bonne gestion de la fréquentation touristique. Celle-ci doit être compatible avec les conditions de vie des locaux et le patrimoine du Site. Pour finir, le label prouve l'effort en matière de travail concerté du gestionnaire avec les partenaires du Site.

Lorsque le label a été obtenu par un Grand Site celui-ci peut alors utiliser le logo lui correspondant, présenté ci-dessous:

Figure 19 : Logo officiel du Label Grand Site de France¹¹⁹



2.2.1 La démarche pour l'obtention du label

Pour obtenir ce label géré par l'Etat, l'organisme gestionnaire du Site devra suivre une démarche stricte sous la forme d'un processus en quatre étapes.

Dans un premier temps, le président de l'organisme gestionnaire du Grand Site devra effectuer une demande officielle auprès du ministre en passant par le préfet.

¹¹⁹ Réseau des Grands Sites de France. *Le label Grand Site de France et les sites labellisés [en ligne]*, Disponible sur <https://www.grandsitedefrance.com/label>. (Consulté le 6-04-2020).

Dans un second temps, la demande sera instruite de manière locale et présentée à la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites (CDNPS) qui émettra son avis.

Dans un troisième temps, la demande devra être instruite nationalement et présentée auprès de la Commission Supérieure des Sites, Perspectives et Paysages (CSSPP) qui émettra son avis. Le Réseau des Grands Sites de France sera aussi amené à émettre son avis (par la suite, le RGSF viendra en appui pour l'obtention du label).

La dernière étape consiste en la publication dans le bulletin officiel de l'environnement de la décision ministérielle.

2.2.2 La portée juridique du label

Dans le cadre de l'application de la Politique Grand Site par les territoires, le label est un outil pour les collectivités locales. Par conséquent, il possède une portée législative depuis l'engagement de l'Etat pour l'environnement via la loi Grenelle 2, du 12 juillet 2010. Le label a donc été créé par l'Etat afin d'assurer une gestion exemplaire des sites classés à forte fréquentation et notoriété. Les notions se rapportant au label Grand Site de France sont introduites dans le Code de l'environnement dans l'Article L341-15-1 du Code de l'environnement Créé par la LOI n° 2010-788 du 12 juillet 2010 - art. 150.

L'article dit :

« Le label « Grand site de France » peut être attribué par le ministre chargé des sites à un site classé de grande notoriété et de forte fréquentation. L'attribution du label est subordonnée à la mise en œuvre d'un projet de préservation, de gestion et de mise en valeur du site, répondant aux principes du développement durable.

Le périmètre du territoire concerné par le label peut comprendre d'autres communes que celles incluant le site classé, dès lors qu'elles participent au projet.

Ce label est attribué, à sa demande, à une collectivité territoriale, un établissement public, un syndicat mixte ou un organisme de gestion regroupant notamment les collectivités territoriales concernées. La décision d'attribution fixe la durée du label. » (Ministère de l'écologie, du développement durable, des transports et du logement, 2011, p. 10).

Pour qu'un site obtienne le label il doit répondre à des critères qui sont au nombre de trois :

- Répondre aux caractéristiques d'un Grand Site, c'est à dire être classé au titre de la protection des monuments naturels et des sites, mais aussi posséder une forte notoriété et fréquentation.

- Mettre en œuvre, au moment de la demande de labellisation ainsi que pour toute sa durée (6 ans), un projet de préservation, de mise en valeur du site et de gestion qui réponde aux principes du développement durable.
- L'organisme de gestion demandant la labellisation doit être dans une démarche de gestion du site partenariale.

Qui peut prétendre au label ?

Différents organismes gestionnaires peuvent prétendre à l'obtention du label Grand Site de France. En effet, les demandeurs peuvent être des établissements publics, une collectivité locale, un syndicat mixte ou encore un organisme de gestion qui regroupe des collectivités territoriales concernées par le projet.

Sur les 47 Sites faisant partie du Réseau des Grands Sites de France, seulement 20 ont déjà obtenu le label, preuve du sérieux de l'Opération Grand Site de France et de sa recherche de l'excellence.

3. Justification du choix du terrain d'étude

Dans le cadre de la recherche consistant à répondre à la problématique « Par quels moyens un territoire peut-il promouvoir son patrimoine naturel auprès des touristes tout en les sensibilisant au respect de l'environnement ? », les Grands Sites de France sont apparus comme des terrains d'étude idéaux. Les Grands Sites de France ont été choisis comme type de terrain d'étude pour plusieurs raisons. Comme nous l'avons vu précédemment, chaque Grand Site de France doit répondre à plusieurs principes fondamentaux encadrés par la politique publique Grand Site. Parmi ces principes, les Grands Sites de France en possèdent trois qui sont relatifs aux hypothèses développées dans cette étude, comme le montre la figure ci-dessous.

Figure 20 : Principes de la politique publique Grand Site¹²⁰

Une politique nationale au service des sites classés très fréquentés

Ces projets de réhabilitation et de gestion sont conduits dans le cadre d'"Opérations Grands Sites", démarches partenariales qui associent l'Etat, les Collectivités locales et les acteurs des sites. Les Opérations Grands Sites se traduisent par des interventions concrètes d'amélioration : réhabilitation de zones dégradées, amélioration ou création d'équipements d'accueil, etc...

Elles reposent sur des principes forts qui doivent être admis par tous les partenaires qui s'engagent dans une telle démarche :

- le respect de "l'esprit des lieux" propre à chaque site est à la base de toute intervention sur un Grand Site,
- un Grand Site a une fonction majeure d'accueil du public et de pédagogie,
- la fréquentation d'un site doit être compatible avec sa conservation ce qui veut dire que la fréquentation doit être maîtrisée et gérée,
- les habitants doivent être associés aux projets et à la vie du Grand Site,
- les retombées économiques du projet doivent bénéficier à l'ensemble du territoire et à sa région.

Un Grand Site de France a pour objectif d'accueillir le public d'une manière pédagogique, ce qui se rapporte à la première hypothèse de cette étude « L'existence d'outils de sensibilisation pour un développement touristique et une protection de l'environnement. » car nous verrons par la suite que des outils de sensibilisation peuvent être développés sur les Grands Sites de France.

Les Grands Sites de France ont également comme objectif de maîtriser et gérer la fréquentation sur ces sites, ce qui pourrait permettre de vérifier la deuxième hypothèse de cette étude : « La nécessité de mettre en place des stratégies locales pour sensibiliser les touristes. ».

Ce terrain d'étude pourrait aussi permettre de confronter la troisième hypothèse, « La population, actrice du développement d'un tourisme respectueux de l'environnement sur son territoire. » car les Grands Sites de France poursuivent le principe d'inclusion des populations locales dans le projet et la vie du Grand Site.

Les Grands Sites de France sont des lieux très variés qui ont aussi pour vocation le développement d'un tourisme respectueux du site, et donc de son environnement¹²¹.

Il existe également des labellisations régionales telles que les Sites labellisés *Grands Sites d'Occitanie*, gérés par la région. Le choix s'est porté sur les Grands Sites de France car d'après le directeur du pôle Data, Décisions et Destination au Comité Régional du Tourisme d'Occitanie:

¹²⁰Source : Grands Sites de France, *La politique des Grands Sites de France [en ligne]*. Disponible sur : <https://www.grandsitedefrance.com/demarche/la-politique-grand-site-de-france>. (Consulté le 24-03-2020).

¹²¹ Archambault Soline. Dans les Grands Sites, des ateliers sur le paysage destinés aux enfants. *Les Cahiers Espaces*, juillet 2011, n°109, p. 112-113.

*« Contrairement aux Grands Sites d'Occitanie, les Grands sites de France ont pour vocation la préservation et la gestion des flux. ».*¹²²

Conclusion chapitre 1 :

Ce premier chapitre a permis de présenter le Réseau et le label Grand Site de France. Les Grands Sites de France apparaissent comme des terrains d'analyse pertinents pour l'objet de cette étude car les principes auxquels ils répondent sont cohérents avec les hypothèses proposées. Il importera désormais de sélectionner l'un des Sites labellisés Grands Sites de France pour tester l'ensemble des hypothèses de manière plus précise.

¹²² Mr Thillet. Intervention *Observation touristique*. Cours de Master 1 Tourisme et Développement, ISTHIA, Université Toulouse - Jean Jaurès, 2020.

Chapitre 2 : Le site naturel de la Camargue gardoise, labellisé Grand Site de France

Dans ce second chapitre et dans le cadre de l'étude, nous présenterons le Grand Site de France de la Camargue gardoise, qui est un site possédant des caractéristiques naturelles très variées. Nous présenterons pour se faire les différentes étapes de sa labellisation, ses caractéristiques patrimoniales l'ayant entraînée et les acteurs œuvrant pour la sensibilisation à l'environnement présents sur ce Site.

1. Présentation de la Camargue gardoise

1.1. Labellisation du Site

Figure 21 : Logo et cartouche Grand Site de France Camargue gardoise¹²³



L'histoire de la labellisation du Site de la Camargue Gardoise remonte à 1993 avec la création du Syndicat Mixte pour la protection et la gestion de la Camargue gardoise. Cet organisme sera présenté dans la suite de cette étude.

Comme nous l'avons vu précédemment, pour prétendre au label national Grand Site de France (GS) le gestionnaire du site classé doit d'abord s'engager dans la démarche de l'Opération Grand Site de France (OGS) afin de prouver son engagement dans le respect des valeurs portées par le Réseau (RGSF). Sur le territoire de la Camargue gardoise, c'est en 1998 que l'OGS a débuté, sous l'animation du Syndicat Mixte de la Camargue gardoise. Se sont alors quatre sites classés qui sont concernés : l'étang de la Ville et de ses abords, les marais de la Tour Carbonnière, le site classé du panorama découvert depuis la route littorale RD 62 sur les Remparts d'Aigues Mortes et le site classé de l'Espiguette sur la commune du Grau du Roi. Entre 2005 et 2013, l'OGS permet de réaliser les études d'aménagements, ainsi que leur mise en place. Ces aménagements sont réalisés dans l'objectif d'obtenir le label grâce à l'amélioration de l'accueil du public et la préservation des paysages du Grand Site de la Camargue gardoise. Ceci en mettant en place une gestion en concertation avec les différents acteurs locaux. Le 7 Juin 2013, après avoir terminé ces améliorations, la Camargue gardoise candidate au label Grand Site de France

¹²³Réseau des Grands Sites de France. *Camargue gardoise [en ligne]*, Disponible sur <https://frama.link/SZ4bJnu5>. (Consulté le 6-03-2020).

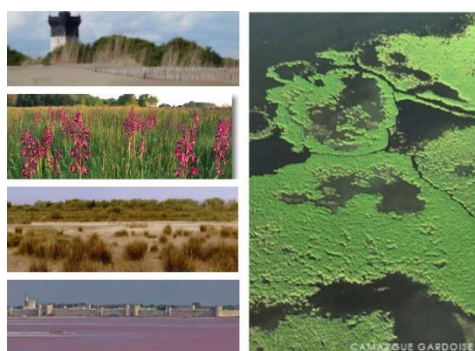
et elle l'obtient le 17 janvier 2014 et devient alors le 14ème Grand Site de France. Elle renouvellera sa candidature au bout de 6 ans pour conserver le label.

1.2. Le patrimoine naturel

La Camargue gardoise est connue et reconnue pour sa faune et sa flore sauvage. Son patrimoine naturel riche et unique, attire de nombreux passionnés et curieux. La Camargue gardoise qui s'étend sur environ 40 000 hectares, ne représente qu'une partie de la Camargue. Le Grand Site de la Camargue gardoise, aussi appelé « la petite Camargue », est situé dans la Région Languedoc-Roussillon, sur le département du Gard, le reste de la Camargue étant situé sur la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Le Grand Site de France de la Camargue gardoise possède une grande diversité naturelle représentée par des milieux variés. Etangs et roselière, prairies humides, lagunes, massif dunaire, sont autant de caractéristiques naturelles présentes sur ce territoire.

Figure 22 : Milieux naturels de la Camargue gardoise¹²⁴



La nature géologique de ce Grand Site est due au recul progressif de la mer au fil du temps, constituant des cordons sableux et des plans d'eau douce peu profonds. Ces étangs d'eau douce ont permis le développement d'une roselière qui est un espace sur lequel se développe une forte végétation composée principalement de roseaux. Cette roselière s'étend sur 3000 hectares ce qui fait d'elle l'une des plus grandes d'Europe. Elle sert de lieu de vie et de nidification¹²⁵ à de nombreux oiseaux tels que la panure à moustache, le héron pourpré, le butor étoilé ou les canards.

¹²⁴ Source : Syndicat Mixte Camargue Gardoise. *Un patrimoine naturel [en ligne]*, disponible sur <https://frama.link/Ja7RLPUG>. (Consulté le 25-03-2020).

¹²⁵ Lieu de construction de nid d'oiseaux

Figure 23 : La faune, les oiseaux de Camargue gardoise¹²⁶



La Camargue gardoise possède aussi des prairies humides, sur lesquelles se développe une importante flore sauvage peu présente dans le reste du territoire français. Ce sont les débordements des cours d'eau environnants et les remontées de nappes phréatiques qui permettent à ces prairies humides de se développer.

Contrairement aux étangs présents en Camargue gardoise, les lagunes sont des étangs d'eau salée pouvant atteindre un taux en sel égal ou supérieur à celui de la mer. Ces étangs salins permettent la présence d'une grande biodiversité et notamment la présence de nombreuses d'espèces de poissons telles que les anguilles ou les daurades. Cet espace sert aussi de garde-manger et de zone de reproduction pour plusieurs oiseaux comme le flamant rose, le gravelot, le chevalier ou l'avocette.

L'un des autres milieux présents sur ce GS sont les sansouires. Ce sont des espaces plats composés de sols argileux qui bordent les lagunes. Certaines espèces de plantes appréciant le sel arrivent à s'y développer et participent à la beauté du paysage. En effet les plantes présentes sur ce milieu en automne et en hiver donnent de belles couleurs rouge-orangé au sol¹²⁷.

Ce site possède également un milieu dunaire de 10 kilomètres qui sépare les étangs de la Méditerranée. Cet espace classé, du nom de Massif dunaire de l'Espiguette, est composé de dunes et d'immenses plages de sable. L'une des caractéristiques exceptionnelles de cette partie du Grand Site est l'avancement de la plage sur la mer contrairement à la tendance actuelle provoquée par la montée des eaux. En effet cet espace dunaire est composé de dunes mobiles, à l'image des dunes présentes dans les grands déserts. La mobilité de ces dunes est en partie due à leur non végétalisation et à l'influence permanente de vents contraires. Des « dunes blanches », autre type de dunes, peuvent atteindre 12 mètres de haut et permettent le développement d'une

¹²⁶ Source : Syndicat Mixte pour la protection et la gestion de la Camargue Gardoise. *Patrimoine naturel [en ligne]*, disponible sur <https://frama.link/Ja7RLPUG>. (Consulté le 27-03-2020).

¹²⁷ Syndicat Mixte pour la protection et la gestion de la Camargue Gardoise. *Patrimoine naturel [en ligne]*, disponible sur <https://frama.link/Ja7RLPUG>. (Consulté le 27-03-2020).

flore spécifique qui fixera la dune pour la transformer en « dune grise ». Le massif dunaire de l'Espiguette est classé car il représente un grand espace de nature sauvage à proximité des lieux d'urbanisation tels que le Grau-du-Roi ou Port-Camargue. Des zones boisées de pins sont aussi intégrées à cette zone protégée. Le massif dunaire est menacé par l'activité touristique qui provoque une forte fréquentation et un piétinement de ce dernier.

Afin de préserver l'ensemble de ses caractéristiques naturelles et dans le respect des conditions d'attribution du label Grand Site de France, de nombreux périmètres d'inventaires et de protections coexistent sur le GS de la Camargue gardoise : Une Réserve de Biosphère encadrée par le programme Man and Biosphère de l'UNESCO ; la convention RAMSAR pour la protection des zones humides ; plusieurs zones classées Natura 2000 ; des Zones d'Importances pour la Conservation des Oiseaux (ZICO) ; des Zones naturelles d'intérêt écologique, faunistique et floristique (ZNIEFF) de type 1 et 2... (Syndicat mixte Camargue Gardoise, 2013, p. 70).

1.3. Le patrimoine culturel

Le patrimoine naturel de ce site est un support idéal pour les différentes activités traditionnelles présentes depuis toujours sur le territoire. La nature du Site de la Camargue gardoise a ainsi permis de développer une identité culturelle très forte à travers la tradition taurine. La tradition taurine et l'élevage de chevaux de Camargue sont des moyens pour le territoire de valoriser certaines zones infertiles et hostiles du Grand Site (les marais, les prairies humides et les sansouïres)¹²⁸.

L'identité culturelle de la Camargue gardoise se traduit par l'élevage de Camargue, les courses camarguaises et la coupe de salagne.

L'élevage de Camargue est un élevage des races Camarguaises de taureaux et de chevaux qui sont des espèces qui s'adaptent parfaitement à ce territoire spécifique. En effet, élevés en semi-liberté sur de grands espaces naturels ces animaux locaux, se nourrissent de graminées sauvages (brome, avoine etc.), aliments présents naturellement sur ces espaces. Les taureaux vivant sur les espaces du Grand Site sont des animaux sauvages mais surveillés par leur propriétaire-éleveur, appelé « manadier ».

¹²⁸ Syndicat mixte pour la protection et la gestion de la Camargue gardoise. *Un patrimoine culturel [en ligne]*, Disponible sur <https://frama.link/Ja7RLPUG>. (Consulté le 25-03-2020).

Les courses camarguaises, considérées comme le sport local en Camargue et sur le GS de la Camargue gardoise, sont au cœur du patrimoine culturel local. Ces courses se déroulent de mars à novembre et sont réalisées dans des arènes.

La coupe de la salagne, est la coupe des roseaux récoltés dans la roselière. Cette coupe fait partie du patrimoine local car elle participe à la conception des bâtis locaux. En effet, les roseaux seront amenés à être utilisés pour la couverture des toitures de Camargue. Le GS possède un patrimoine bâti exceptionnel qui se traduit par la présence d'arènes sur presque tous les villages du territoire.

La pêche et la saliculture sont également des composantes du patrimoine culturel local. En effet, au moyen âge, le territoire était habité par des pêcheurs et des producteurs de sel (Syndicat mixte Camargue gardoise, 2014, p. 6). L'exploitation du sel existe depuis le 17^e siècle en Camargue gardoise, et façonne le paysage. Aujourd'hui ces activités sont toujours présentes sur le Grand Site : la pêche dans les lagunes et la saliculture dans les lagunes salicoles. On peut ainsi apercevoir des montagnes de sel blanches destinées à l'industrie.

Patrimoine naturel et culturel sont intimement liés sur le Grand Site de France de la Camargue gardoise puisque l'activité humaine a historiquement dû s'adapter à ce milieu naturel complexe et hors du commun. Cette adaptation reflète « l'esprit des lieux » hors du commun que cherche à valoriser et à transmettre le label Grand Site de France.

1.4. Le Syndicat mixte pour la gestion et la protection de la Camargue gardoise

Le Syndicat mixte pour la gestion et la protection de la Camargue gardoise (SMCG) est l'organisme gestionnaire du GS et en assure son animation. Cette structure a été créée en 1993 dans l'objectif initial de promouvoir un développement durable du territoire de la Camargue gardoise. Le SMCG est composé du Conseil général du Gard et des 8 communes du territoire (Aigues-Mortes, Aimargues, Beauvoisin, Le Cailar, Le Grau du Roi, Saint Gilles, Saint Laurent d'Aigouze et Vauvert). Les missions du SMCG sont variées :

La gestion des espaces naturels : Cette mission consiste à gérer et aménager les Réserves Naturelles Régionales et les Espaces Naturels Sensibles. Le SMCG est l'animateur des différents programmes concernant la gestion durable du GS, qui sont, les sites Natura 2000, les zones inscrites en tant que Réserves Naturelles Régionales, l'animation de l'observatoire des zones humides, et les programmes d'éducation et de sensibilisation à l'environnement. Ceci dans le but de préserver la biodiversité tout en maintenant une ouverture au public.

L'éducation à l'environnement : le SMCG mène à bien cette mission grâce à deux structures qui sont le Centre de découverte du Scamandre et la Maison du Grand Site de France qui seront présentés dans la suite de cette étude. Plus de 25000 élèves sont sensibilisés chaque année grâce à différents programmes d'éducation à l'environnement. Le grand public et les touristes sont aussi ciblés par le SMCG grâce à un accueil sur les Réserves Naturelles Régionales du centre de découverte qui comptabilisent environ 15 000 visiteurs par an.

Les missions relatives au patrimoine et à la biodiversité : le Syndicat mène ces missions à bien à travers la gestion du Grand Site de France, la préservation des paysages et des milieux naturels et le développement de l'écotourisme.

L'amélioration de la gestion de l'eau : le SMCG anime et gère les projets relatifs au plan de gestion des marais, à l'étude des risques d'inondation et d'évacuation, au suivi de la qualité de l'eau etc.

Une mission de serveur cartographique : le SMCG propose aux acteurs du territoire un accès en ligne aux différentes données cartographiques du territoire via un serveur qui présente les différentes cartes qu'il a réalisé.

Par ailleurs, le Syndicat mixte étant le gestionnaire du GS Camargue gardoise, il assure les missions qui y sont inhérentes à savoir : la valorisation et la restauration des différents paysages ainsi que leur protection. Mais aussi la régulation de la fréquentation touristique tout en permettant une découverte du territoire de manière raisonnée. La valorisation des activités traditionnelles en lien avec le paysage est aussi l'une de ses missions.

2. Les acteurs de la sensibilisation sur le Site : la Maison du Grand Site et Le Centre de découverte du Scamandre

2.1. La Maison du Grand Site

La Maison du Grand Site de France de la Camargue gardoise, appelée la Marettre, est un écomusée ouvert depuis 2014. Cet espace muséographique a pour vocation de faire découvrir la faune et la flore du Grand Site aux visiteurs grâce à différents outils de sensibilisation. En effet, une exposition permanente est à disposition des visiteurs et permet de comprendre l'histoire de la formation des paysages de Camargue. Un sentier d'interprétation d'1,6 kilomètre y est aussi disponible, avec ou sans visites guidées. Il est muni de panneaux didactiques révélant des informations pédagogiques pour comprendre et interpréter ce qu'aperçoivent les visiteurs, ainsi que d'un belvédère d'observation. A travers cette Maison du Site, l'objectif du GS est

d'accueillir et sensibiliser le public local et les touristes au caractère fragile de la nature et des paysages.

2.2. Le Centre de découverte du Scamandre

Le Centre de découverte du Scamandre est un acteur favorisant la mise en œuvre de certaines missions du Grand Site de France de Camargue gardoise. Sur le périmètre du GS, se trouve la Réserve Naturelle Régionale du Scamandre, dans laquelle se situe le Centre. Il est un lieu d'accueil du public en Réserve Naturelle et propose différents sentiers en immersion dans les milieux naturels de celle-ci. Les sentiers sont courts et permettent la découverte et l'observation de la faune et de la flore locale. L'accès à ces sentiers est réglementé, des horaires d'ouverture sont imposés au public ainsi qu'un règlement (les chiens ne sont pas autorisés, le nourrissage des oiseaux est interdit etc.). A travers son accueil du public, le centre permet la sensibilisation des touristes à l'environnement grâce à des prestations en visites guidées, un espace d'interprétation avec des expositions, des sorties nature, des animations pédagogiques etc.

Ainsi, le Centre de découverte du Scamandre et la Maison du Site sont complémentaires et se partagent les missions d'accueil et de sensibilisation des locaux et des touristes au respect de l'environnement.

3. Justification du choix du terrain d'étude et quelques pistes de réponses à la problématique

3.1. Raisons du choix du terrain d'étude

Le Grand Site de France de la Camargue gardoise a été sélectionné comme terrain d'étude car il est un site labellisé Grand Site de France. Comme nous l'avons vu précédemment, les Grands Sites de France appliquent les principes de la politique publique Grand Site qui sont en relation avec les hypothèses proposées dans cette étude.

Par ailleurs, l'analyse d'un label d'Etat, permet une vision nationale des possibilités de développement d'un tourisme qui soit respectueux de l'environnement. A l'échelle du territoire que représente le Grand Site de France de la Camargue gardoise, les pistes de réflexions pour sensibiliser les touristes au respect de l'environnement tout en promouvant le patrimoine naturel, peuvent être étudiées. De plus, comme nous l'avons vu, ce Grand Site possède un patrimoine naturel très riche, source de nombreux programmes de protection qui ont participé à sa labellisation. De plus, la notoriété de ce Site donne la possibilité d'avoir accès à de

nombreuses informations en ligne. La disponibilité des informations sur ce terrain d'étude nous permettra d'y confronter les hypothèses émises en deuxième partie de ce mémoire.

3.2. Pistes de réponse à la problématique

Le gestionnaire du Grand Site de France met en place de multiples outils à destination des visiteurs, qu'ils soient locaux ou touristes. Ceci correspond à la première hypothèse de cette étude sur l'existence d'outils de sensibilisation pour un développement touristique et une protection de l'environnement afin de sensibiliser les touristes.

Grâce à la Maison du Site et au Centre de découverte du Scamandre, un espace muséographique est mis à disposition en visite libre ou en visite guidée. Ces deux acteurs du Grand Site ont aussi réalisé l'installation de sentiers de découverte et d'interprétation. Ils portent sur la faune et la flore. Des visites guidées à destination du grand public, incluant les touristes, sont proposées à la demande et permettent l'interprétation et la sensibilisation à l'environnement. Comme nous l'avons évoqué précédemment des sorties nature et des animations pédagogiques à destination d'un public varié (autocaristes transportant des touristes, scolaires, comités d'entreprises...) sont également proposées. Ce sont 15 000 visiteurs qui sont accueillis et sensibilisés chaque année grâce à ces outils au sein du Centre de découverte du Scamandre.

Figure 24 : Outils de sensibilisation Maison du Site et Centre de découverte du Scamandre¹²⁹



Le territoire du Grand Site fait aussi appel à d'autres outils de sensibilisation en dehors de ces deux sites dédiés à l'accueil. Des panneaux de sensibilisation aux abords de la Tour Carbonnière ont été mis en place pour faire découvrir et sensibiliser les visiteurs sur le patrimoine naturel et culturel du lieu. Par ailleurs, l'équipement des entrées de plage avec des panneaux didactiques, a été réalisé pour sensibiliser les visiteurs à la fragilité des milieux dunaires (Syndicat Mixte Camargue gardoise, 2013, p. 37). Le Syndicat Mixte Camargue gardoise, gestionnaire du GS, a également créé un espace unique dans le sud de la France : l'Espace Eco-pagayeur¹³⁰. Situé sur

¹²⁹ Source : Syndicat Mixte Camargue gardoise. *La maison du Grand Site Camargue gardoise [en ligne]*, Disponible sur <https://frama.link/h3CZWcn5>. (Consulté le 27-03-2020).

¹³⁰ Gard Tourisme. *Espace éco-pagayeur terre de Camargue [en ligne]*, disponible sur <https://www.tourismegard.com/accueil/bouger/espace-eco-pagayeur-terre-de-camargue>. (Consulté le 27-03-2020).

un plan d'eau et un étang du Grand Site, l'Espace Eco-pagayeur propose 4 sentiers d'interprétation en canoë-kayak. Cet outil de sensibilisation sur l'eau est composé de supports bilingues cartographiques et pédagogiques, ils abordent les thématiques des milieux naturels, de la faune et de la flore. Cet outil de sensibilisation possède une ambition clairement affichée, celle de sensibiliser les touristes au respect de l'environnement.

La deuxième hypothèse de cette étude, concernant la nécessité de mettre en place des stratégies locales pour sensibiliser les touristes au respect de l'environnement peut, elle aussi, être étudiée.

Le Grand Site de France de la Camargue gardoise, met en effet en application, localement, certaines stratégies concernant la régulation de la fréquentation touristique. C'est, suite à des études de fréquentation et de l'impact de celle-ci sur les milieux dunaires que le gestionnaire a pris la décision de les mettre en place. Dans son dossier de candidature pour le label, le GS met en avant sa stratégie locale à travers la régulation par l'aménagement physique de l'espace (Syndicat Mixte Camargue gardoise, 2013, p. 37). Cette régulation est mise en place via l'installation, entre les dunes et aux entrées des plages, de caillebotis en bois, permettant un cheminement prédéfini des visiteurs. Ainsi les dunes sont protégées du piétinement.

Figure 25 : Aménagement physique sur les espaces dunaires¹³¹



Dans son dossier de candidature au Label, le gestionnaire du GS met en avant la perception positive des visiteurs envers ces mesures de régulation (Syndicat Mixte Camargue gardoise, 2013, p. 37). Ce point est intéressant car une étude plus approfondie permettrait de valider l'hypothèse selon laquelle la mise en place de stratégie de régulation de la fréquentation sensibilise les touristes à l'environnement. Une analyse de la perception des touristes envers les aménagements ayant pour but la régulation serait intéressante dans ce contexte.

¹³¹ Source : Syndicat mixte Camargue gardoise. Label Grand Site de France : Dossier de candidature Grand Site de la Camargue gardoise, 2013, p. 37. Disponible sur <https://frama.link/xr1T5mXg>. (Consulté le 26-03-2020).

De plus, la présence de deux lieux d'accueil du public (Maison du Site et Centre de découverte du Scamandre) permet une meilleure répartition des flux de visiteurs sur le Grand Site. Ceci est une autre stratégie de régulation de la fréquentation.

La troisième et dernière hypothèse de cette étude, selon laquelle la population est actrice du développement d'un tourisme respectueux de l'environnement sur son territoire, est également confrontée sur ce terrain d'étude. En effet, les Grands Sites de France poursuivent le principe d'inclusion des populations locales dans le projet et la vie du Grand Site (GS). Sur le GS de Camargue gardoise les locaux sont inclus à ce développement respectueux de l'environnement. Le Syndicat mixte de la Camargue gardoise a développé, depuis 2012, le Réseau des Ambassadeurs du patrimoine.

Figure 26 : Logo du Réseau des Ambassadeur du patrimoine¹³²



Ce Réseau est composé de plus de 50 acteurs touristiques locaux, ils sont sélectionnés et ont pour point commun, une démarche de préservation du patrimoine naturel. L'objectif de ce réseau est de donner la possibilité aux acteurs touristiques locaux de sensibiliser les touristes au patrimoine naturel et d'assurer ainsi le respect des milieux. Les membres de ce réseau doivent participer à des journées d'échanges, afin d'acquérir des savoirs concernant la biodiversité et le paysage. Les thématiques sont variées et concernent notamment, la géologie du territoire, les espèces végétales locales, etc. En faisant participer les acteurs à ces journées, le GS s'assure de la transmission d'informations scientifiquement correctes et en faveur de la préservation environnementale. Le GS leur met par ailleurs à disposition une carte qui présente les caractéristiques naturelles du territoire, et une mallette pédagogique contenant de multiples ouvrages sur la thématique du patrimoine naturel.

Hormis les acteurs touristiques locaux, les autres habitants ont également été pris en compte sur ce terrain d'étude. Des actions de sensibilisation leurs sont destinées. Ainsi, les agents communaux et les différents usagers des plages et des espaces dunaires ont été sensibilisés à l'importance d'un nettoyage manuel des dunes pour préserver l'environnement.

¹³² Réseau des Ambassadeurs du patrimoine. *Ambassadeurs du patrimoine "Biodiversité et paysages"* [en ligne], disponible sur <https://frama.link/4RbPAdsT>. (Consulté le 27-03-2020).

Conclusion chapitre 2 :

Des pistes de réponses à la problématique de l'étude ont été présentées à travers des actions concrètes proposées par le territoire pour sensibiliser les touristes tout en promouvant le patrimoine naturel. Cependant, les premières informations récoltées concernant le site naturel de la Camargue gardoise et l'interprétation qui en découle, devront être vérifiées avec plus de précision sur ce même terrain afin de tester et affirmer ou infirmer les hypothèses proposées.

Chapitre 3 : Méthodologie probatoire envisagée et ébauche de résultats

Ce dernier chapitre a pour objectif d'exposer une méthodologie probatoire afin de répondre à la problématique en testant les hypothèses proposées. L'objectif de la méthodologie est de parvenir à récolter les informations relatives aux hypothèses de la manière la plus pertinente et la plus efficace possible. Pour se faire, des outils variés vont être proposés et adaptés aux différentes hypothèses.

1. Les outils de sensibilisation sont-ils efficaces pour sensibiliser les touristes au respect de l'environnement ?

1.1. La méthode quantitative

Tout d'abord, nous cherchons à définir l'impact qu'ont les outils de sensibilisation sur les touristes et s'ils permettent réellement de les sensibiliser au respect de l'environnement pendant leur pratique touristique. Pour répondre à cette question, plusieurs méthodes pourraient être envisagées : quantitative ou qualitative. La méthode quantitative sera utilisée afin de comprendre si les différents outils de sensibilisation sont efficaces envers les touristes. Cette méthode permet de repérer l'homogénéité d'un groupe, de comprendre des comportements habituels mais aussi ceux qui s'écartent de l'habituel¹³³. De plus, cette méthode permet une mise en place plus rapide sur le terrain qu'une méthode qualitative avec un entretien semi-directif.

1.2. Le questionnaire auprès des touristes

Pour effectuer cette étude quantitative la mise en place d'un questionnaire semble pertinente. Il permettra de savoir si les touristes portent plus d'intérêt au respect de l'environnement à la fin de leur visite, ou même s'ils remarquent les outils mis en place. L'objectif final de ce questionnaire est de déterminer si le Grand Site de la Camargue gardoise parvient à sensibiliser les touristes au respect de l'environnement grâce aux outils auxquels il fait appel.

Ce questionnaire sera idéalement proposé sur le terrain aux personnes présentes sur le Grand Site de Camargue gardoise. Il pourrait être administré aux enquêtés au sein des deux lieux d'accueil du Site que sont le Centre de découverte du Scamandre et la Maison du Site, à la fin de leur visite. Il est également possible d'envisager la mise en place de ce questionnaire sur

¹³³ Dupuy Anne. *Etude quantitative*. Cours de Master 1 Tourisme et Développement, ISTHIA, Université Toulouse - Jean Jaurès, 2020.

Google Forms afin de toucher un plus large échantillon de personnes car il pourra être diffusé sur les réseaux sociaux.

Dans les deux cas, l'échantillon sera alors composé de personnes s'étant déjà rendues sur le Grand Site de la Camargue gardoise. De plus, le panel devra être composé de personnes d'âge, de sexe, de catégories socioprofessionnelles diverses, de niveau d'étude variées, etc. (ce sont des variables socio descriptives) afin d'atteindre la meilleure représentativité de la population touristique possible dans cette étude. La représentativité de la population permet de valider la démarche méthodologique mise en œuvre¹³⁴. De plus, un traitement croisé des résultats des questionnaires avec ces données socio descriptives, permettrait de vérifier si un lien existe entre les comportements, la perception des visiteurs et leur âge, leur niveau d'étude etc.

1.2.1 Contenu du questionnaire

Qu'il soit proposé directement sur le terrain ou en diffusion sur les réseaux sociaux, le questionnaire ne devra pas être trop long afin de ne pas dissuader l'échantillon de touristes d'y répondre. Ce questionnaire sera composé de deux parties. Dans un premier temps, il portera sur les caractéristiques socio descriptives de l'enquête qui sont des variables indépendantes¹³⁵.

Ensuite, le questionnaire abordera des questions relatives spécifiquement au sujet d'étude. Les questionnaires peuvent contenir des questions fermées et des questions ouvertes. Cependant, pour un traitement plus simple des résultats, les questions fermées sont privilégiées. Plusieurs types de questions fermées existent. Afin que le questionnaire ne soit pas trop rébarbatif et que les réponses soient les plus complètes possible, les modes de réponses seront variés : réponse à choix unique, réponse par la dichotomie, réponse via l'échelle d'Osgood, ou réponse via des choix multiples. Pour finir, une question ouverte sera posée afin de savoir ce que les visiteurs ont retenu de leur visite concernant l'environnement naturel du Grand Site. Cette question permettra de se faire une idée précise des informations ayant fait résonance chez les touristes en matière d'environnement naturel. Ceci donnera l'opportunité d'analyser réellement si les outils ont permis de les sensibiliser au respect de l'environnement. Pour que la présentation du questionnaire soit concise, le questionnaire ci-dessous présente une seule des questions portant sur les caractéristiques socio descriptives.

¹³⁴ Dupuy Anne. *Etude quantitative*. Cours de Master 1 Tourisme et Développement, ISTHIA, Université Toulouse - Jean Jaurès, 2020.

¹³⁵ Dupuy Anne. *Etude quantitative*. Cours de Master 1 Tourisme et Développement, ISTHIA, Université Toulouse - Jean Jaurès, 2020.

Questionnaire envisagé à destination des touristes :

Questionnaire à destination des personnes ayant visité la Camargue gardoise (labellisée Grand Site de France)

Ce questionnaire est réalisé dans le cadre d'une étude faite en Master 1 Tourisme et Développement. Elle porte sur la sensibilisation au respect de l'environnement au sein du Grand Site de la Camargue gardoise situé dans le sud de la France. Les réponses sont anonymes et permettront d'étoffer les résultats de la recherche.

*Obligatoire

Êtes-vous *

- ☐ Une femme
- ☐ Un homme
- ☐ Autre :

Etes-vous sensible au respect de l'environnement dans votre vie quotidienne ? *

- ☐ Oui, très sensible
- ☐ Oui
- ☐ Plutôt oui
- ☐ Plutôt non
- ☐ Non
- ☐ Non, pas du tout

Etes-vous sensible au respect de l'environnement lorsque vous visitez des lieux naturels pendant vos vacances ? *

- ☐ Oui, très sensible
- ☐ Oui
- ☐ Plutôt oui
- ☐ Plutôt non
- ☐ Non
- ☐ Non, pas du tout

Avez-vous déjà visité le Site de la Camargue gardoise ? *

- ☐ Oui
- ☐ Oui, mais je ne m'en rappelle pas beaucoup
- ☐ Non
- ☐ Je ne connais pas ce lieu

Si oui, avant votre visite, aviez-vous le sentiment d'avoir des connaissances sur l'environnement naturel de la Camargue gardoise ? *

	0	1	2	3	4	5	
Aucune	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Une très bonne connaissance de l'environnement du Site

Avez-vous remarqué la volonté du Site de vous sensibiliser au respect de l'environnement ? *

- ☐ Oui
- ☐ Non

Avez-vous remarqué des outils de sensibilisation à l'environnement ? *

- ☐ Oui
- ☐ Non
- ☐ Je ne sais pas ce que signifie "outils de sensibilisation à l'environnement"

Si oui, lesquels ? (Plusieurs réponses sont possibles) *

- ☐ Exposition permanente ou temporaire

- ☐ Sentier(s) et panneaux sur l'environnement
- ☐ Des supports papiers : cartes, livrets pédagogiques...
- ☐ Application smartphone ou autres outils numériques
- ☐ Belvédère d'observation
- ☐ Visite guidée
- ☐ Evènement/animation pédagogique

Selon vous, que permettent ces outils de sensibilisation ? (plusieurs réponses sont possibles) *

- ☐ Ils permettent d'apprendre/comprendre des choses sur la nature
- ☐ Ils permettent de valoriser l'environnement naturel
- ☐ Ils permettent d'attirer des visiteurs/ de promouvoir le territoire
- ☐ Ils permettent de sensibiliser au respect de l'environnement
- ☐ Ils permettent de valoriser le travail de protection de l'environnement
- ☐ Ils permettent de montrer le travail humain
- ☐ Ils polluent le territoire
- ☐ Ils ne permettent rien
- ☐ Autre (à préciser) :

Après cette visite avez-vous le sentiment d'avoir appris quelque chose sur la nature ? *

	Oui tout à fait	oui	plutôt oui	plutôt non	non	non pas du tout
Des informations sur la faune (animaux)	☐	☐	☐	☐	☐	☐
des informations sur la flore (les plantes)	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Des informations sur les paysages	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Des informations sur les mesures de protection de l'environnement	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Des informations sur l'attitude à adopter dans ce lieu	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Des informations sur les différents milieux naturels	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Après votre visite, avez-vous le sentiment d'avoir des connaissances sur l'environnement naturel de la Camargue gardoise ? *

	0	1	2	3	4	5	
Aucune	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Une très bonne connaissance de l'environnement du Site

Quelles informations avez-vous retenues de votre visite en ce qui concerne l'environnement naturel (faune, flore, paysages, milieux...) et comment l'avez-vous appris ? Réponse libre.

Toujours dans l'objectif de savoir si les outils mis en place par le territoire ont permis de sensibiliser les touristes, une question est posée deux fois pour avoir deux points de vue : les connaissances environnementales des touristes avant et après leur visite.

1.2.2 Ebauche de résultats et première analyse

Le questionnaire présenté précédemment a été diffusé de manière numérique sur les réseaux sociaux. Cependant ces résultats ne concernent que 21 touristes, ce qui n'est pas suffisant pour une analyse complète et représentative des comportements habituels. L'objectif de la méthode quantitative d'obtenir un grand nombre de réponses n'est pas atteint. En effet, 100 à 200 réponses auraient été nécessaires pour pouvoir faire une analyse complète des résultats obtenus. Cependant il est intéressant de constater que les réponses récoltées peuvent donner lieu à un début d'interprétation car l'échantillon est composé de personnes ayant des caractéristiques socio-descriptives variées. Ainsi cette étude ne présentera qu'une ébauche de résultats.

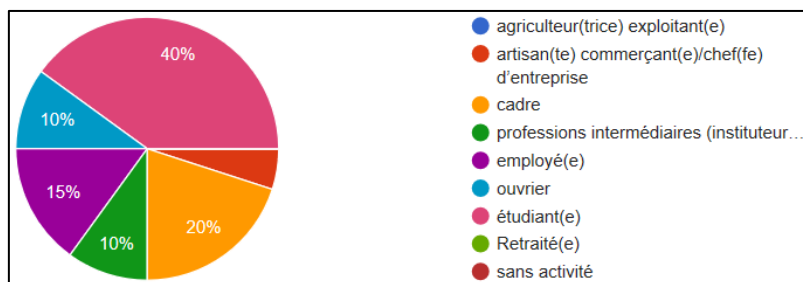
L'étude des résultats obtenus a pu être effectuée grâce à la réalisation du questionnaire via l'application Google Forms proposée par Google. Elle permet la réalisation automatique de diagrammes circulaires et de diagrammes en bâtons (horizontaux ou verticaux).

Afin de savoir si le Grand Site est parvenu à sensibiliser les touristes au respect de l'environnement grâce aux outils de sensibilisation qu'il met en place, nous pouvons analyser les tendances qui découlent de ces débuts de résultats. L'ébauche de résultat est présentée en *Annexe F*, il s'agit des réponses obtenues au questionnaire après sa diffusion en ligne.

L'échantillon est composé à 66,7 % de femmes et à 33,3 % d'hommes. 61,9% ont entre 18 et 26 ans, 19% ont entre 27 et 36 ans, 4,8 % ont entre 37 et 49 ans, 14,3% ont entre 50 et 63 ans, 0% ont 64 ans et plus.

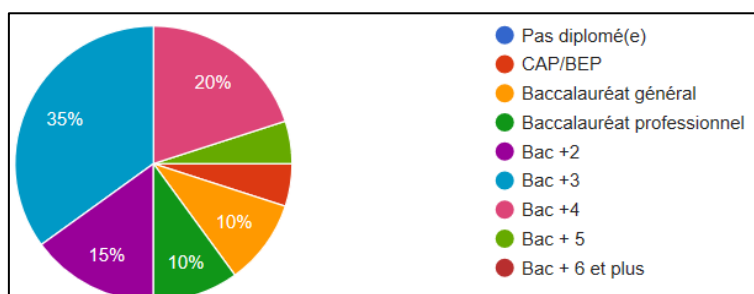
Il apparaît également que les répondants appartiennent à des catégories socio professionnelles variées : 0% d'agriculteur(trice)s exploitant(e)s, 4,8% d'artisan(te)s commerçant(e)/chef(fe)s d'entreprise, 19% de cadres, 14,3% de professions intermédiaires, 14,3% d'employé(e)s, 9,5% d'ouvriers, 38,1% d'étudiant(e)s, 0% de retraité(e)s, et 0% sans activité.

Figure 27 : Répartition par catégorie socio-professionnelle de l'échantillon¹³⁶



Les niveaux d'études sont répartis de la façon suivante : 33,3% sans diplômes, 4,8% de CAP/BEP, 9,5% ayant un Baccalauréat Professionnel, 14,3% un Bac +2, 33,3% un Bac +3, 19% un Bac +4, 9,5% un Bac +5, 0% Bac +6 et plus.

Figure 28 : Répartition par niveau d'étude de l'échantillon¹³⁷



Il apparaît que l'ensemble du panel (100%) se dit « *très sensible* » (33,3%), « *sensible* » (42,9%), ou « *plutôt sensible* » (23,8%) au respect de l'environnement dans leur vie quotidienne. **Il semble donc que les visiteurs d'un site naturel soient, déjà sensibles au respect de l'environnement naturel, avant leur visite.**

Cependant, durant leurs vacances 52,4% se disent « *très sensibles* », 28,6% se disent « *sensibles* », 19% se disent « *plutôt sensibles* » au respect de l'environnement. **Etonnamment les répondants considèrent donc qu'ils sont plus sensibles au respect de l'environnement durant leurs vacances. Il est possible de s'interroger sur ces réponses : les enquêtés ont-ils été attentifs à l'intitulé de la question ?**

La totalité des répondants ont déjà visité le Grand Site de la Camargue gardoise, rendant ainsi l'analyse de l'ensemble des réponses possible. Cependant 19% d'entre eux ne s'en rappellent pas beaucoup. **En comparant cette donnée aux données récoltées grâce aux questions socio**

¹³⁶ Résultats obtenus suite à la diffusion du questionnaire, 2020.

¹³⁷ Résultats obtenus suite à la diffusion du questionnaire, 2020.

descriptives on s'aperçoit que le lieu naturel de la Camargue gardoise n'est pas visité uniquement par une élite ayant un niveau d'étude et un revenu important.

A la question « *Avant votre visite, aviez-vous le sentiment d'avoir des connaissances sur l'environnement naturel de la Camargue gardoise ?* » la modalité de réponse était une notation allant de 0 à 5, 0 signifiant « *aucune connaissance* » et 5 signifiant « *de très bonnes connaissances* ». Les réponses sont réparties de la façon suivante : 4,8% répondent n'avoir aucune connaissance avant leur visite, 28,6% répondent 1, 33,3% répondent 2, 19% répondent 3, 14,3% répondent 4 et 0% répondent avoir de très bonnes connaissances de l'environnement naturel avant leur visite. **Pour être intéressantes, ces réponses seront comparées aux connaissances des visiteurs après leur visite.**

A la question « *Avez-vous remarqué la volonté du Site de vous sensibiliser au respect de l'environnement ?* », la quasi-totalité des enquêtés répondent « *oui* » (90,5%). **Cette réponse prouve que le territoire arrive à attirer l'attention des touristes sur l'environnement naturel.**

Les enquêtés ont presque tous remarqué certains des outils de sensibilisation à l'environnement. Seulement 4,8% d'entre eux ne les ont pas remarqués et 9,5% d'entre eux indiquent qu'ils ne savent pas ce que signifie le terme « *outil de sensibilisation* ». **Cette dernière donnée attire l'attention sur le terme utilisé. En effet quand cette donnée est confrontée à la liste d'outils de sensibilisation qui ont été remarqués par les visiteurs, 0% des enquêtés n'a répondu « *aucun* ». Tous les répondants ont donc remarqué les outils, mais ignoraient qu'ils correspondaient à l'appellation « *outils de sensibilisation* ».**

Les enquêtés ont été questionnés sur les outils de sensibilisation qu'ils avaient remarqués pendant leur visite, plusieurs réponses étaient acceptées. Les outils remarqués par les touristes sont : pour 38,1% les expositions permanentes ou temporaires, pour 81% les sentiers et panneaux sur l'environnement, pour 61,9% les supports papiers (cartes, livrets pédagogiques...), pour 9,5% les applications smartphones ou autres outils numériques, pour 52,4% le belvédère d'observation, pour 33,3% les visites guidées, pour 4,8% les événements ou animations pédagogiques, et 0% des répondants n'en n'ont vu aucun. **Les outils de sensibilisation les plus remarqués et par conséquent les plus efficaces, semblent donc être les sentiers de découverte et les panneaux didactiques mais aussi les supports papiers. Le belvédère d'observation semble également avoir été un outil intéressant à leurs yeux.**

Les répondants ont été questionnés sur leurs perceptions des fonctionnalités des outils de sensibilisation qu'ils avaient sélectionnés dans la question précédente. 81% d'entre eux pensent

que les outils permettent de sensibiliser au respect de l'environnement, 81% pensent qu'ils permettent de valoriser l'environnement naturel, 76,2% pensent qu'ils permettent d'apprendre et comprendre des choses sur la nature, 57,1% pensent qu'ils permettent de valoriser le travail de protection de l'environnement, 38,1% pensent qu'ils permettent d'attirer des visiteurs et de promouvoir le territoire, 14,3% pensent qu'ils permettent de montrer le travail humain, 0% pense qu'ils polluent le territoire et 0% pense également qu'ils ne servent à rien. Des réponses libres étaient aussi possibles, ainsi deux autres réponses ont été proposées : « *ils permettent d'ajouter une dimension humaine à la visite* » et « *le respect du touriste sur un lieu que l'homme s'efforce de protéger* ».

Selon les touristes interrogés, les outils de sensibilisation permettent donc avant tout, de sensibiliser au respect de l'environnement naturel mais aussi de le valoriser et d'apprendre et comprendre des choses sur l'environnement du lieu visité. Par ailleurs, aucun interrogé n'a une perception négative des outils de sensibilisation.

La répétition de la question relative aux connaissances de l'enquête sur l'environnement naturel de la Camargue gardoise avant et après la visite vise à savoir si le visiteur en a acquis au cours de celle-ci. En comparant les résultats, on remarque qu'avant la visite la quasi-totalité des réponses étaient entre 0 et 3, tandis qu'après la visite, les réponses sont quasiment toutes entre 3 et 5 (de très bonnes connaissances sur l'environnement) hormis pour 4,8% qui votent 2. **Les visiteurs considèrent donc majoritairement avoir acquis des connaissances sur l'environnement naturel de la Camargue gardoise au cours de leur visite.**

A la question « *Après cette visite avez-vous le sentiment d'avoir appris quelque chose sur la nature ?* », utilisant la dichotomie comme modalité de réponse, tous les répondants ont appris des informations sur les différentes thématiques suivantes proposées : la faune (animaux) la flore (les plantes), les mesures de protection de l'environnement, l'attitude à adopter dans ce lieu.

Seuls 4,8% des répondants considèrent n'avoir rien appris sur les différents milieux naturels, 4,8% considèrent n'avoir « *plutôt* » rien appris sur ce thème et 4,8% de l'échantillon considère n'avoir rien appris sur les paysages. **L'ensemble des interrogés a au moins appris sur une ou plusieurs des thématiques environnementales proposées dans cette question grâce à la visite du Grand Site de Camargue gardoise.**

La dernière question du questionnaire est une question ouverte. L'analyse de ce type de réponse est complexe et donnerait idéalement lieu à un traitement via un logiciel adapté. Cependant les réponses ont ici été analysées manuellement.

Les objectifs de cette dernière question sont de savoir si les visiteurs ont réellement été sensibilisés à l'environnement naturel du Grand Site, mais aussi de savoir si les outils de sensibilisation mis en place y ont participé. Pour se faire la question donne l'opportunité aux enquêtés de répondre librement à la question suivante : « *Quelles informations avez-vous retenu de votre visite en ce qui concerne l'environnement naturel (faune, flore, paysages, milieux...) et comment l'avez-vous appris ? Réponse libre.* ». Tout l'échantillon n'a pas répondu à cette question, seul 57,14% y a répondu. Afin de faire émerger une ou plusieurs tendances, les réponses ont été classées dans un tableau (cf. dernière question de l'Annexe F). Plusieurs grands thèmes ressortent des réponses:

Tableau 2 : Thématiques des informations retenues par les visiteurs à propos de leur visite¹³⁸

Thèmes abordés	Occurrence de la thématique (sur 12 réponses)
Outils de sensibilisation	9
Faune locale	7
Flore locale	4
Environnement naturel global du site	4
Nécessité de protection	3
Nécessité de respect de l'environnement	1
Nécessité de régulation	1
Patrimoine culturel	1
Milieu naturel dunaire	1
Aspect négatif lié à l'action humaine	1

Ainsi, les thèmes abordés par les répondants correspondent tous à des thématiques environnementales. De plus, la majorité des réponses fournies comprend à la fois une information portant sur l'environnement et se rapporte à un outil de sensibilisation mis en place par le site. L'utilisation de termes comme « *J'ai appris* »; « *Il faut que nous respections cette nature* »; « *il faut protéger* », ..., prouvent que les visiteurs ont été sensibles au discours transmis au travers des outils de sensibilisation.

2. Les stratégies locales de régulation de la fréquentation permettent-elles de sensibiliser les touristes au respect de l'environnement ?

2.1. La méthode qualitative

Afin de savoir si les stratégies de régulation de la fréquentation sont des outils de la sensibilisation auprès des touristes, la méthode qualitative pourra être utilisée. La méthode

¹³⁸ Résultats obtenus suite à la diffusion du questionnaire, 2020.

qualitative permet de cerner la profondeur sociale d'un sujet. En effet, on ne cherche pas à travers cette méthode la représentativité puisqu'elle donne lieu à l'interrogation d'un nombre réduit de personnes. L'objectif est de trouver des individus qui vont pouvoir parler en profondeur sur le sujet de l'étude. Cela permettra d'analyser les représentations, les imaginaires et les perceptions des touristes. Il importe ensuite de choisir parmi différents types d'outils qualitatifs, ici, il s'agira de la récolte de données par l'enquête. En effet, l'enquête permet un recueil de données originales, de placer le sujet de l'étude dans un contexte social et géographique donné et la possibilité de communiquer directement avec les sujets de l'étude.

2.2. L'entretien semi-directif auprès d'experts du territoire

Pour mettre en œuvre une enquête qualitative, un entretien qualitatif exploratoire devra être réalisé. Un guide d'entretien sera construit en amont afin d'aborder tous les thèmes relatifs à l'étude. Cette thématique étant complexe, l'utilisation d'un entretien semi-directif permet de privilégier l'écoute et place l'interrogé au cœur de l'étude tout en recadrant le discours. Cet entretien semi-directif sera à destination d'un informateur clé, expert socio-politique sur le territoire. L'enquête par l'entretien semi-directif auprès d'un informateur clé permet d'obtenir des données précises car on interroge des personnes ayant un statut particulier qui permettront de se documenter sur un sujet précis de recherche¹³⁹. Par ailleurs, l'informateur clé peut permettre de se mettre en relation avec d'autres personnes ressources. Il sera alors important d'identifier les personnes ressources pouvant être des informateurs clé autour du sujet d'étude.

L'expert dans le domaine des stratégies locales pourrait être le gestionnaire du site : le Syndicat Mixte de Camargue gardoise. L'objectif d'interviewer cet expert est de comprendre comment sont réfléchies les stratégies de régulation des flux et si l'intérêt est porté à l'image que cela peut renvoyer aux visiteurs. Le Syndicat Mixte a une grande expertise sur le terrain car c'est lui qui gère le Site depuis le début de l'Opération Grand Site. Ainsi il pourra apporter son analyse sur les observations qu'il a pu faire jusqu'à maintenant concernant le comportement des touristes et leur avis face aux stratégies locales de régulation mises en place.

2.2.1 Le guide d'entretien pour mener l'entretien semi-directif

Le guide d'entretien préparé en amont doit contenir plusieurs parties qui correspondent à des thématiques clés à aborder. Voici des pistes de réflexion sur le contenu du guide d'entretien à

¹³⁹ Sébastien Rayssac. Etude qualitative. Cours de Master 1 Tourisme et Développement, ISTHIA, Université Toulouse - Jean Jaurès, 2020.

destination du Syndicat Mixte de la Camargue gardoise, l'informateur clé. Ce guide permettra de répondre à l'hypothèse selon laquelle les stratégies locales de régulation de la fréquentation sont des moyens de sensibiliser les touristes au respect de l'environnement.

La perception et la sensibilisation des touristes envers les stratégies locales de régulation déjà mises en place

- Vous avez mis en place des moyens de gérer la régulation par l'aménagement physique de l'espace. Comment pensez-vous que cela soit perçu par les touristes ?
- Pensez-vous que les moyens de régulation de la fréquentation sont remarqués par les touristes ?
- Pensez-vous que les mesures de régulation mises en place permettent aux touristes de se questionner sur les thématiques environnementales ?
- Pensez-vous que cela les sensibilisent au respect de l'environnement ?
- Hormis les installations de cheminements sur les espaces dunaires, quelles sont les autres stratégies de gestion de la fréquentation mises en place sur le Grand Site de la Camargue gardoise ?
- Comment pourriez-vous envisager d'améliorer la compréhension des touristes envers ces mesures ?

2.3. Le photo-questionnaire auprès des visiteurs

Une méthode qualitative via un photo-questionnaire auprès des touristes pourrait aussi être envisagée. L'objectif sera de comprendre la perception qu'ont les touristes des mesures de gestion de la fréquentation sur le Grand Site et si elles permettent de les sensibiliser au respect de l'environnement. Bien que ce mode de recueil de données soit identifié ici comme un outil de méthode qualitative, il est cependant à la croisée du qualitatif et du quantitatif (Vlès, Clarimont, 2017, p. 22). En effet, le photo-questionnaire contient, d'une part, des questions standard, permettant une analyse simple des données, et, d'autre part, des questions ouvertes et plusieurs photographies. Les photographies permettent de générer des réactions spontanées chez les touristes mais aussi d'intégrer la dimension paysagère et spatiale. En effet, les stratégies de régulation de la fréquentation donnent souvent lieu à des aménagements physiquement perceptibles par les touristes. Il importera alors de comprendre comment cela peut les sensibiliser au respect de l'environnement. Cet outil permettra de comprendre les perceptions des visiteurs face aux stratégies de gestion de la fréquentation et d'interagir avec les visiteurs (Vlès, Clarimont, 2017, p. 22).

Le photo-questionnaire consiste à montrer à l'enquêté des photos en relation avec les thèmes de l'étude. L'objectif sera d'imager les propos, mais aussi de créer une relation triangulaire entre l'enquêteur et l'enquêté grâce au support photo. De plus, l'utilisation de photos permet d'attirer l'attention des enquêtés grâce à une méthode à caractère ludique (Vlès, Clarimont, 2017, p. 25).

Le principe est de poser des questions ouvertes et fermées portant sur les clichés présentés dans le photo-questionnaire. Cet outil serait donc mis en place sur le terrain, en face à face avec les touristes sur le Grand Site de Camargue gardoise.

2.3.1 Contenu du photo-questionnaire

Dans un premier temps ce questionnaire devra permettre de libérer la parole de l'enquêté en lui demandant de décrire les photos. Dans un second temps, il permettra de savoir si le visiteur a pris conscience des installations de régulation de la fréquentation mises en place sur le Site. Dans un troisième temps, il permettra de connaître l'opinion que s'en fait le visiteur et s'il a conscience de l'objectif de ces installations (rappelons que l'un des objectifs de ces installations est la préservation du milieu naturel). Il sera alors possible d'envisager de proposer aux touristes un cliché des dunes présentant des aménagements liés à la stratégie de régulation de la fréquentation.

Voici les pistes de réflexions des questions que pourrait contenir le photo-questionnaire à destination des touristes.

Photo 1¹⁴⁰



- Pouvez-vous décrire cette photo ?
- Aviez-vous remarqué les aménagements mis en place par les gestionnaires du Site ?
- D'après vous pourquoi ces aménagements sont-ils réalisés ?
- Quel impact ces aménagements ont-ils sur l'environnement d'après vous ?
- Ces aménagements vous font-ils vous poser des questions sur l'environnement naturel de ce lieu ?
- En quoi pensez-vous que ces aménagements soient nécessaires ?

¹⁴⁰ Source : Syndicat Mixte Camargue gardoise, 2013, p. 37.

Photo 2¹⁴¹



- Pouvez-vous décrire cette photo ?
- Aviez-vous remarqué ce panneau d'informations ?
- Avez-vous lu les informations qu'il contient ?
- Si oui, qu'en pensez-vous ?
Pensez-vous qu'il soit nécessaire d'expliquer aux visiteurs comme vous, la raison des aménagements mis en place ? Pourquoi ?

Cette proposition ne correspond qu'à une partie du photo-questionnaire qui pourrait être réalisé. En effet, pour mener à bien une enquête via cet outil il faudra proposer tout un corpus de clichés. De plus, la fin du photo-questionnaire devra être composée de questions permettant la récolte de données socio-descriptives afin de s'assurer de la représentativité de l'échantillon d'enquêtés.

3. La population locale peut-elle participer à sensibiliser les touristes au respect de l'environnement ?

3.1. La méthode qualitative

Nous cherchons à savoir si la population locale peut participer à la sensibilisation des touristes au respect de l'environnement. Pour analyser cette hypothèse, la méthode qualitative pourra, ici aussi, être utilisée. Elle permettra de connaître l'avis des locaux concernant leur intégration au développement d'un tourisme respectueux de l'environnement. L'obtention de données qualitatives est pertinente dans l'étude de cette hypothèse car elle permettra de connaître le ressenti et la perception de la population locale, qui sont des données non mesurables.

3.2. L'entretien semi-directif auprès des locaux

Pour réaliser cette recherche qualitative, un entretien semi-directif pourra être mis en place. La réalisation d'un guide d'entretien sera nécessaire en amont. Les entretiens semi-directifs devront être administrés auprès de la population locale. Il serait possible d'envisager d'interroger deux

¹⁴¹ Source : Syndicat Mixte Camargue gardoise, 2013, p. 38.

cibles différentes: les habitants du Grand Site, et les membres du Réseau Ambassadeurs du patrimoine.

Les Ambassadeurs du patrimoine font également partie de la population locale. Cependant, ils ont un statut particulièrement intéressant à étudier car ce sont des professionnels du secteur touristique de la Camargue gardoise engagés dans une démarche de préservation du patrimoine naturel. Comme nous l'avons vu précédemment, les membres de ce réseau sensibilisent les touristes au patrimoine naturel et assurent ainsi le respect des milieux.

Ces entretiens, permettront de privilégier l'écoute des locaux en plaçant leur point de vue au centre de l'étude. L'existence de deux cibles d'enquêtes donne lieu à la réalisation de deux guides d'entretiens distincts. En effet, concernant les habitants du territoire, nous ignorons s'ils sont inclus dans la sensibilisation des touristes, contrairement aux Ambassadeurs du patrimoine qui sont déjà complètement intégrés à la démarche. Les questions seront donc différentes pour ces deux cibles.

3.2.1 Guide d'entretien à destination des habitants

Afin de connaître la perception des habitants sur leur inclusion au processus de sensibilisation des touristes, différentes thématiques devront être abordées. Les entretiens devront être réalisés en face à face auprès des habitants du Grand Site de la Camargue gardoise. Voici un exemple de questions pouvant leur être posées.

Les locaux porteurs de savoirs sur leur environnement naturel et leur transmission

- Dans votre vie quotidienne êtes-vous sensible au respect et à la protection de l'environnement naturel ?
- Quelles sont vos connaissances sur les milieux naturels, la faune ou la flore de la Camargue gardoise ?
- Comment pourriez-vous transmettre ces connaissances aux touristes ?
- Pensez-vous qu'il soit important et pertinent d'inclure la population locale dans la sensibilisation à l'environnement ?

L'inclusion de la population locale dans les contenus de sensibilisation des touristes au respect de l'environnement

- Avez-vous été consulté concernant le développement d'outils de sensibilisation à l'environnement sur le territoire ?
- Que pensez-vous des outils de sensibilisation développés (sentiers et panneaux de découverte, exposition, visite guidée etc.) ?
- Comment pensez-vous que le Grand Site de la Camargue gardoise puisse sensibiliser les touristes au respect de l'environnement ?
- Avez-vous participé à la réalisation d'outils de sensibilisation à l'environnement ?

3.2.2 Guide d'entretien à destination des Ambassadeurs du Patrimoine

Nous savons d'ores et déjà que les Ambassadeurs du patrimoine sont des acteurs de la sensibilisation des touristes au respect de l'environnement. Cependant la mise en place d'un guide d'entretien semi-directif permettra d'aller plus loin dans la démarche. A travers ce guide d'entretien différents objectifs seront poursuivis : connaître les raisons pour lesquelles ces opérateurs touristiques ont choisi d'être acteurs de la sensibilisation à l'environnement auprès des touristes; savoir si la démarche de sensibilisation des touristes leur a permis d'acquérir plus de connaissances de leur environnement naturel; repérer leur connaissance des outils de sensibilisation existants sur le territoire; savoir de quelle manière ils transmettent leur connaissance; et pour finir, connaître leur ressenti : d'après eux parviennent-ils à sensibiliser les touristes au respect de l'environnement ?

Les entretiens devront être réalisés en face à face auprès des membres du Réseau Ambassadeur du patrimoine. Voici un exemple de questions pouvant leur être posées.

Les acteurs touristiques locaux reflet de leur territoire

- Pourquoi avez-vous choisi de faire partie de ce réseau ?
- Avant de faire partie du réseau, aviez-vous des connaissances spécifiques sur l'environnement naturel local ?
- Participez-vous souvent aux journées d'échanges portant sur les thématiques environnementales proposées aux acteurs du Réseau pour développer vos connaissances ?
- Pensez-vous qu'il soit important d'inclure la population locale dans la sensibilisation à l'environnement ?
- Selon vous, quels sont les outils de sensibilisation à l'environnement mis en place par le Grand Site de la Camargue gardoise ?

Les acteurs touristiques locaux, un moyen pour le territoire de sensibiliser les touristes au respect de l'environnement

- Comment transmettez-vous vos connaissances de l'environnement local aux touristes ?
- Quelles sont les thématiques environnementales que vous abordez ?
- Les touristes vous posent-ils des questions sur l'environnement ?
- Les touristes sont-ils sensibles à votre discours ?
- D'après-vous participez-vous à la sensibilisation des touristes au respect de l'environnement ?

Conclusion chapitre 3 :

Ce dernier chapitre nous a permis de présenter la méthodologie probatoire envisagée pour vérifier les hypothèses de recherche via différents outils. Afin de savoir si les outils de sensibilisation à l'environnement permettent au territoire de sensibiliser les touristes, la méthode quantitative a été présentée avec un questionnaire à destination des visiteurs du Grand Site. Pour savoir si les stratégies locales de régulation de la fréquentation peuvent permettre de sensibiliser

les touristes au respect de l'environnement, c'est la méthode qualitative qui a été développée au travers de deux outils : le guide d'entretien semi-directif auprès d'experts du territoire et le photo-questionnaire auprès des visiteurs. Pour comprendre si la population locale peut participer à sensibiliser les touristes, la méthode qualitative a été présentée grâce à des entretiens semi-directifs auprès de deux cibles: les habitants et les acteurs touristiques membres du Réseau des Ambassadeurs du patrimoine.

La diffusion du questionnaire à destination des visiteurs du Grand Site a permis l'obtention d'une ébauche de résultats. Cette ébauche permet d'envisager que l'hypothèse selon laquelle les outils de sensibilisation permettent de sensibiliser les touristes au respect de l'environnement, pourrait être valide.

Conclusion partie 3

Cette dernière partie de l'étude visait à sélectionner un terrain d'étude permettant de tester les hypothèses soumises. Le terrain de la Camargue gardoise, labellisé Grand Site de France fût sélectionné et les raisons de ce choix ont été exposées.

Les trois hypothèses de l'étude ont pu être confrontées à ce terrain. En effet, le Site de la Camargue gardoise est un territoire à caractère naturel sur lequel sont développés de multiples outils de sensibilisation à l'environnement. Par ailleurs, des stratégies locales de régulation de la fréquentation y sont aussi mises en place. Pour finir, le territoire cherche à inclure la population locale dans la sensibilisation des touristes, à travers, notamment, le Réseau des Ambassadeurs du patrimoine.

Ces différents éléments sont des pistes de réponses à la problématique.

Par la suite, une méthodologie probatoire dont l'objectif est de tester les hypothèses a été développée grâce à différents outils. Afin de savoir si les outils de sensibilisation à l'environnement permettent au territoire de sensibiliser les touristes, la méthode quantitative a été présentée avec un questionnaire à destination des touristes. Pour comprendre si les stratégies locales de régulation de la fréquentation peuvent participer à la sensibilisation des touristes au respect de l'environnement, c'est la méthode qualitative qui a été développée à travers deux outils : le guide d'entretien semi-directif auprès d'experts du territoire et le photo-questionnaire auprès des visiteurs. Pour savoir si la population locale peut participer à sensibiliser les touristes, la méthode qualitative a été proposée grâce à des entretiens semi-directifs auprès de deux cibles: les habitants et les acteurs touristiques membres du Réseau des Ambassadeurs du patrimoine.

La méthode quantitative via un questionnaire a donné lieu à une diffusion auprès d'un échantillon ayant visité le Site et à une première ébauche de résultats. L'objectif de ce questionnaire était de savoir si les outils de sensibilisation à l'environnement mis en place sur le Site permettent au territoire de sensibiliser les touristes. Les tendances qui ressortent de ces premiers résultats permettent d'envisager que cette hypothèse est valide. Cependant cette information est à prendre avec précaution car l'échantillon n'est pas une représentation exhaustive, due au faible nombre de répondants.

Conclusion générale

La question de départ qui a guidé les premières recherches était : « **Dans quelle mesure faut-il encadrer le tourisme pour protéger l'environnement?** ». Suite aux recherches exploratoires riches et variées sur le tourisme et l'environnement (via des articles scientifiques, des revues professionnelles, des comptes rendus de rencontres, des ouvrages, des échanges avec des enseignants chercheurs etc.), l'éducation est apparue comme un concept clé sous-jacent de la question de départ et a été par la suite un élément central de la recherche.

Tout d'abord, la première partie a servi à l'exploration des trois thèmes principaux de l'étude définis grâce aux lectures exploratoires et à la question de départ. Ainsi, l'environnement naturel a été étudié à travers la définition de la biodiversité, de l'environnement et du patrimoine, son lien avec le développement durable mais aussi en mettant en avant les enjeux liés à sa disparition et à sa protection. Le tourisme et ses liens avec le développement durable et l'environnement ont été développés grâce à l'étude de la prégnance du tourisme durable. Enfin, les notions d'éducation et de sensibilisation ont été définies et mises en relation avec la pratique touristique. La réalisation d'un entretien exploratoire a notamment permis d'enrichir ce thème de recherche.

L'exploration de ces thèmes a donné lieu à l'élaboration d'une problématique liant le tourisme, l'environnement naturel et l'éducation : **Par quels moyens un territoire peut-il promouvoir son patrimoine naturel auprès des touristes tout en les sensibilisant au respect de l'environnement ?**

Ainsi, la recherche présentée propose des axes de réflexions pour répondre à cette question, sous la forme de trois hypothèses qui ont été présentées en deuxième partie de l'étude. Par conséquent, l'existence d'outils de sensibilisation, la mise en place de stratégies locales et l'inclusion de la population comme moyens de sensibiliser les touristes au respect de l'environnement ont été développés.

La première hypothèse selon laquelle les outils de sensibilisation peuvent être des moyens de sensibiliser les touristes au respect de l'environnement a donné lieu à une présentation et une explication de différentes formes que ces outils peuvent prendre. Par ailleurs, le processus d'interprétation est central dans la conception de ces outils, tout comme l'interaction humaine l'est pour le processus de sensibilisation. De plus, de multiples acteurs participent à leur création, à leur mise en place et à leur diffusion tels que les Parcs Naturels Régionaux ou les associations environnementales. Cette hypothèse a également mis en lumière l'importance de l'utilisation

simultanée de plusieurs outils différents afin de parvenir à sensibiliser les touristes de façon efficace.

La deuxième hypothèse selon laquelle les stratégies locales peuvent participer à la sensibilisation des touristes au respect de l'environnement a, dans un premier temps, donné lieu à la présentation et à l'explication des différentes mesures locales pouvant être mises en place par un territoire. Dans un second temps, ont été mis en avant les effets de telles mesures ayant un impact à la fois négatif et positif sur la perception des visiteurs. Pour finir, afin que les mesures de régulation de la fréquentation deviennent des moyens de sensibilisation, il est apparu que plusieurs facteurs sont à prendre en compte : le niveau de connaissance environnementale du public, la complémentarité de certaines mesures et l'utilisation en parallèle, d'outils de sensibilisation.

La troisième et dernière hypothèse portant sur l'inclusion de la population locale dans le but de développer un tourisme respectueux de l'environnement afin de sensibiliser les touristes a permis de mettre en avant plusieurs points. Tout d'abord, la population locale est porteuse de savoirs et de connaissances sur son environnement naturel. Ensuite, elle peut avoir plusieurs rôles: la transmission de ces savoirs, être partie prenante des prises de décision, participer à la conception des contenus de sensibilisation, être en contact direct avec les touristes en étant guide ou animateur et être le public des actions de sensibilisation mises en place par le territoire. Par ailleurs, le territoire s'assurera ainsi que la population se sente prise en compte et reconnue.

Pour finir, la dernière partie de cette étude a permis de confronter ces hypothèses de recherche sur le terrain d'étude de la Camargue gardoise, labellisé Grand Site de France. Le Réseau et le label Grand Site de France ont été préalablement présentés en justifiant la raison de ce choix de terrain. Ainsi, la Camargue gardoise est un territoire possédant de fortes caractéristiques naturelles qui ont entraîné sa labellisation. Afin de confronter les hypothèses de recherche sur ce terrain, une méthodologie probatoire fut développée via différents outils qualitatifs et quantitatifs propres à chaque hypothèse : Pour savoir si les outils de sensibilisation à l'environnement permettent au territoire de sensibiliser les touristes, la méthode quantitative a été présentée via un questionnaire à destination des visiteurs du Grand Site. Pour savoir si les stratégies locales de régulation de la fréquentation peuvent permettre de sensibiliser les touristes au respect de l'environnement, la méthode qualitative fut exposée grâce à deux outils: le guide d'entretien semi-directif auprès d'experts du territoire et le photo-questionnaire auprès des visiteurs. Pour comprendre si la population locale peut participer à sensibiliser les touristes,

une seconde fois se fut la méthode qualitative qui a été proposée grâce à des entretiens semi-directifs auprès de deux cibles: les habitants et les acteurs touristiques membres du Réseau des Ambassadeurs du patrimoine.

Seul le questionnaire à destination des visiteurs du Grand Site a permis l'obtention d'une ébauche de résultats. Cette ébauche permet d'envisager que l'hypothèse selon laquelle les outils de sensibilisation permettent de sensibiliser les touristes au respect de l'environnement, pourrait être valide. Cependant, le faible nombre de répondants ne peut permettre une validation réelle de cette hypothèse.

Ce mémoire a donc permis de mettre en avant les différents moyens auxquels pourrait faire appel un territoire pour sensibiliser les touristes au respect de l'environnement. Ce sujet fut très intéressant mais pourrait être poursuivi et approfondi au cours d'un stage en Master 2 afin, entre autre, de mettre en œuvre l'ensemble des outils qualitatifs et quantitatifs proposés pour tester les hypothèses de cette étude.

BIBLIOGRAPHIE

AFIT. *Le tourisme de nature*. Paris : AFIT, 2003, 43 p.

Aknin Audrey, **Geronimi** Vincent, **Schembri** Patrick, et *al.* *Environnement et développement. Quelques réflexions autour du concept de « développement durable »*, in Martin J-Y, Développement durable ? Doctrines, pratiques, évaluations, Marseille : Éditions IRD, 2002, p. 51-71. [en ligne] Disponible sur <https://books.openedition.org/irdeditions/6757> (Consulté le 19-10-2019).

Atout France. *Choisir un label d'hébergement de tourisme durable. Panorama des démarches existantes*. Paris : Editions Atout France, 2013, 173 p.

Atout France. *Tourisme et Développement durable, De la connaissance des marchés à l'action marketing*. Paris : Editions Atout France, 2011, 108 p.

Baba Sofiane, **Moustaquim** Rachid, **Bégin** Éric. Responsabilité sociale des entreprises : un regard historique à travers les classiques en management stratégique. *VertigO - la revue électronique en sciences de l'environnement*, 2016, volume 16 n° 2. [En ligne] Disponible sur <http://journals.openedition.org/vertigo/17715>. (Consulté le 03-02-2020).

Barnéoud Lise. *La biodiversité ?* Paris : Editions Cité des Sciences et de l'Industrie et éditions Belin, 2013, 79 p.

Barthélémy Carole. Les savoirs locaux : entre connaissances et reconnaissance. *VertigO - la revue électronique en sciences de l'environnement*, Volume 6 n°1, 2005, [En ligne], Disponible sur <https://journals.openedition.org/vertigo/2997#tocto1n1>. (Consultée le 25-02-2020).

Bérard Laurence, **Cegarra** Marie, **Djama** Marcel, et *al.* Savoirs et savoir-faire naturalistes locaux: l'originalité française. *VertigO - la revue électronique en sciences de l'environnement [En ligne]*, 2005, Volume 6 Numéro 1. Disponible sur <https://journals.openedition.org/vertigo/2887#quotation>. (Consulté le 25-02-2020).

Bergeron-Verville, Christine. *La capacité de charge des écosystèmes dans le contexte de l'aménagement du territoire et du développement durable au Québec. Chapitre : Définition du concept de capacité de charge*. Essai de Maîtrise en environnement, Sherbrooke : Université de Sherbrooke, 2013, p. 10-13.

Breton Jean-Marie. De la conservation conflictuelle à l'aménagement durable : le paysage et la biodiversité saisis par le droit, *VertigO - la revue électronique en sciences de l'environnement*, 2011, Hors-série n°14 | [En ligne]. Disponible sur <https://journals.openedition.org/vertigo/12362>. (Consulté le 09-01-2020).

Brougère Gilles, *Pratiques touristiques et apprentissages. Mondes du Tourisme*, 2012, n°5, p. 62-75.

Cabane F., **Causanas** S., **Doumeyrou** E., et al. *Regards sur le patrimoine*. Montpellier : SCEREN CRDP Académie de Montpellier, 2008, 212 p.

Cans Chantal et **Reille** Antoine. *Guide Delachaux et Niestlé des 134 réserves naturelles de France*. Paris : Editions Delachaux et Niestlé, 1997, 440 p.

Charron Denis, **Charron** Jacqueline, **Robin** Jean-Paul. *Education à l'environnement, la pédagogie revisitée*. Grenoble : CRDP de l'académie de Grenoble, 2005, 180 p.

Clarimont Sylvie, **Hatt** Emmeline, **Vlès** Vincent. *Gérer les capacités de charge des territoires touristiques : un enjeu des politiques publiques pour préserver le patrimoine naturel*. 8^e Conférence Internationales de AsTRES, 9-12 octobre 2018, 32 p.

Commission des Communautés Européennes. *Livre Vert, Promouvoir un cadre européen pour la responsabilité sociale des entreprises*, 2001, 36 p. [en ligne]. Disponible sur <https://frama.link/u4BTKWz->. (Consulté le 3-02-2020).

Commission interministérielle des comptes du patrimoine naturel. *Les comptes du patrimoine naturel*, 1986, 552 p. [en ligne]. Disponible sur <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k97563602/f3.item.r=continentales>. (Consulté le 04-2-2020).

Deprest Florence. Enquête sur le tourisme de masse. L'écologie face au territoire. Paris : Editions Belin, 1997, 207 p.

Dudley Nigel, *Lignes directrices pour l'application des catégories de gestion aux aires protégées*, Suisse : UICN, 2008, 96 p.

Entretiens de la Caisse des dépôts sur le développement des territoires. *Développement des territoires : quels outils financiers pour le partenariat public-privé ?* Paris : la Documentation française, 2003, 153 p.

Equipe de recherche sur le tourisme ERTSEC, *Le tourisme dans les parcs Naturels*. Toulouse : Université de Toulouse le Mirail, 1997, 255 p.

Fédération des Ecomusées et des musées de société. *Dossier de présentation*, 2019, 22 p. [en ligne]. Disponible sur <http://fems.asso.fr/wp-content/uploads/2019/12/Dossier-de-pr%C3%A9sentation-2019.pdf> (Consulté le 2-03-2020).

Fédération des Parcs Naturels Régionaux de France, EUROPARC. *La Charte Européenne du tourisme durable dans les espaces protégés, texte intégral*, 1999, 26 p. [en ligne]. Disponible sur http://www.cevennes-ecotourisme.com/IMG/pdf/charte_ecotourisme.pdf (Consulté le 16-10-2019).

France Bénévolat. *Les associations environnementales : Approche du secteur*, 2010, 50 p. [en ligne]. Disponible sur <https://frama.link/QRdhDLRn>. (Consulté le 9-03-2020).

Gagnon Christiane L'écotourisme visité par les acteurs territoriaux, entre conservation, participation et marché. Québec : Presses de l'Université du Québec, (Collection Tourisme), 2010, 259 p.

Gelin Sophie. *Les organismes de gestion des parcs naturels régionaux, Partie 1 : Le syndicat mixte, une structure de coopération locale*. Paris ; Montpellier : Ministère de l'environnement ; Atelier technique des espaces naturels ATEN, 1991, 79 p.

Girault Yves, Barthes Angela. Postures épistémologiques et cadres théoriques des principaux courants de l'éducation aux territoires. *ResearchGate : Environmental Education Research*, 2016, 16 p. [en ligne] Disponible sur <https://frama.link/ggf8n71a>. (Consultée le 2-03-2020).

Grand Site de France du Massif du Canigó. *Dossier de renouvellement du label Grand Site de France du massif du Canigó*, 2018, 123p [en ligne]. Disponible sur <https://frama.link/oqxaayG2>. (Consultée le 29-02-2020).

Guichard-Anguis Sylvie, Héritier Stéphane. Le patrimoine naturel, entre culture et ressource. *Géographie et culture*, 2008, n°66, p. 3-143.

ICOMOS. Bulletin ICOMOS France Activités et réflexions 2017, 2017, 2 p. [en ligne]. Disponible sur <https://frama.link/3ogL22mk>. (Consulté le 22-03-2020).

Josse Pierre. *Tourisme durable*. Paris : Hachette, (Le Guide du Routard), 2010, 159p.

Le Guyader Hervé. La biodiversité : un concept flou ou une réalité scientifique ? *Le Courrier de l'environnement de l'INRA*, 2008, n°55, p. 7-26.

Merasli Saida. La qualité dans l'industrie du tourisme : un impératif majeur pour un tourisme durable. *Théoros*, 2004, n°23-2, p. 10-15.

Michelot Jean-Louis, Chiffaut Alain. *La mise en œuvre de Natura 2000 : l'expérience des réserves naturelles*. Montpellier : Atelier technique des espaces naturels, 2004, 96 p.

Ministère de l'écologie, du développement durable, des transports et du logement. *Document de référence pour la politique nationale des Grands Sites, Annexe à la circulaire ministérielle du 21 janvier 2011 relative à la politique des Grands sites*, 2011, 14 p. [en ligne]. Disponible sur : <https://frama.link/vm9QS54L>. (Consulté le 22-03-2020).

Ministère de l'environnement. *Pratique de la signalétique d'interprétation*. Carros : Editions Atelier technique des espaces naturels, 1996, 104 p.

Organisation de Coopération et de Développement Économiques (OCDE) *L'impact du tourisme sur l'environnement : rapport général*, 1980, 157 p. [en ligne]. Disponible sur <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01510623/document> (Consulté le 4-02-2020).

Organisation des Nations Unies. *Convention sur la diversité biologique*, 1992, 32 p. [en ligne]. Disponible sur <https://www.cbd.int/doc/legal/cbd-fr.pdf> (Consulté le 10-11-2020).

Organisation Mondiale du Tourisme. *Code mondial d'éthique du tourisme* [en ligne]. Disponible sur <https://frama.link/5WB1q-ZR>. (Consulté le 7-02-2020).

Peyvel Emmanuelle. *L'éducation au voyage. Pratique touristiques et circulations des savoirs*. Rennes : Editions presses Universitaires de Rennes (collection Espace et territoires), 2019, 265 p.

Réseau des Grands Sites de France. *Quel tourisme dans les Grands Sites de France. Quinzième rencontre Des Grands Sites, Puy Mary*. Paris : Editions du Réseau des Grands Sites de France, 2013, 82 p.

Réseau des Grands Sites de France. Valeurs communes des Grands Sites de France, approuvé par le Conseil d'administration du 2 octobre 2014, 2014, 9 p. [en ligne]. Disponible sur <https://frama.link/uVx0opa>. (Consulté le 24-03-2020).

Severo Marta. La Liste du patrimoine mondial : une approche par le système d'information. *Culture et Musées*, 2003, n°22, p. 47-70. [en ligne]. Disponible sur https://www.persee.fr/doc/pumus_1766-2923_2013_num_22_1_1751. (Consulté le 6-02-2020).

Syndicat mixte Camargue gardoise. Label Grand Site de France : Dossier de candidature Grand Site de la Camargue gardoise, 2013, 89 p. [en ligne]. Disponible sur <https://frama.link/xr1T5mXg>. (Consulté le 26-03-2020).

Syndicat mixte Camargue gardoise. *Dossier de presse : Camargue gardoise 14ème Grand Site de France*, 2014, 14 p. [en ligne]. Disponible sur <http://www.gard.gouv.fr/content/download/9061/54373/file/Dossier%20de%20Presse%20Camargue%20gardoise.pdf>. (Consulté le 25-03-2020).

Tardif Jonathan. Écotourisme et développement durable, composante éducative. *VertigO - la revue électronique en sciences de l'environnement*, 2003, volume 4 n°1 [en ligne]. Disponible sur <https://journals.openedition.org/vertigo/4575?lang=fr#tocto1n4>. (Consulté le 7-2-2020).

Terrisse Marc. *Le centre d'interprétation dans tous ses états : un équipement à la frontière du musée et du parc d'attractions ?* Paris : Éditions Complicités (Collection Muséo-Expographie), 2017, 172 p.

Violier Philippe. *Tourisme et développement local*. Paris : Editions Belin, 2008, 192 p.

Vivien Franck-Dominique. Jalons pour une histoire de la notion de développement durable. *Mondes en développement*, 2003, n°121, p. 1-21 [en ligne]. Disponible sur <https://www.cairn.info/revue-mondes-en-developpement-2003-1-page-1.htm>. (Consulté le 20-10-2019).

Vlès Vincent, **Clarimont** Sylvie. *Impacts des mesures de préservation des sites naturels exceptionnels : rapport final de recherche. [Rapport de recherche]*, 2017, 541 p. [en ligne]. Disponible sur <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01500485/document>. (Consulté le 26-02-2020).

Vlès Vincent. *Régulation et contrôle des flux touristiques dans les espaces naturels protégés*. Journée d'étude : Quelles dynamiques touristiques pour les territoires hors métropole ?, 6 Mars 2020, 92 p.

Voltaire L., **Nassiri** A., **Bailly** D., et *al.* Effet d'une taxe et d'un droit d'entrée sur les consentements à payer des touristes pour de nouvelles réserves naturelles dans le golfe du Morbihan. *Revue d'Etudes en Agriculture et Environnement*, 2015, n°92, p. 183-209. [en ligne] Disponible sur <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01201222/document>. (Consulté le 29-02-2020).

TABLE DES FIGURES

FIGURE 1: PILIERS DU DEVELOPPEMENT DURABLE	14
FIGURE 2 : EXPLICATION TEMPORELLE DU DEVELOPPEMENT DU CONCEPT DE DEVELOPPEMENT DURABLE	15
FIGURE 3 : HISTOIRE MONDIALE DU DEVELOPPEMENT DURABLE	16
FIGURE 5 : HISTORIQUE DE LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT	20
FIGURE 6 : SCHEMA DU DEVELOPPEMENT DURABLE DU TOURISME	28
FIGURE 7 : LABEL CLEF VERTE	32
FIGURE 8 : LABEL ACCUEIL PAYSAN	32
FIGURE 9 : LABEL ETHIC ETAPE	32
FIGURE 10 : LABEL GITE PANDA	32
FIGURE 11 : LABEL HOTEL AU NATUREL	33
FIGURE 12 : LES DIFFERENTES MOYENS D'INTERPRETATION	53
FIGURE 13 : ZOOM SUR UN EXEMPLE DE PANNEAU DIDACTIQUE SUR UN SENTIER D'INTERPRETATION	54
FIGURE 14 : LES OUTILS DE SENSIBILISATION AU SEIN DES PNR	59
FIGURE 15 : COMPOSITION DE LA CAPACITE DE CHARGE	64
FIGURE 16: CARTOUCHE DU RESEAU DES GRANDS SITES DE FRANCE	84
FIGURE 17 : POLITIQUE GRAND SITE ET SES OUTILS	86
FIGURE 18 : VALEURS COMMUNES DU RGSF ET DE SES GRANDS SITES DE FRANCE	87
FIGURE 19 : CONDITION D'ELIGIBILITE A LA MISE EN PLACE DE L'OGS	90
FIGURE 20 : LOGO OFFICIEL DU LABEL GRAND SITE DE FRANCE	91
FIGURE 21 : PRINCIPES DE LA POLITIQUE PUBLIQUE GRAND SITE	94
FIGURE 22 : LOGO ET CARTOUCHE GRAND SITE DE FRANCE CAMARGUE GARDOISE	96
FIGURE 23 : MILIEUX NATURELS DE LA CAMARGUE GARDOISE	97
FIGURE 24 : LA FAUNE, LES OISEAUX DE CAMARGUE GARDOISE	98
FIGURE 25 : OUTILS DE SENSIBILISATION MAISON DU SITE ET CENTRE DE DECOUVERTE DU SCAMANDRE	103
FIGURE 26 : AMENAGEMENT PHYSIQUE SUR LES ESPACES DUNAIRES	104
FIGURE 27 : LOGO DU RESEAU DES AMBASSADEUR DU PATRIMOINE	105
FIGURE 28 : REPARTITION PAR CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE DE L'ECHANTILLON	112
FIGURE 29 : REPARTITION PAR NIVEAU D'ETUDE DE L'ECHANTILLON	112

TABLE DES TABLEAUX

TABEAU 1 : LES DIFFERENTS MODES DE GESTION DES FLUX TOURISTIQUES.....	66
TABEAU 2 : THEMATIQUES DES INFORMATIONS RETENUES PAR LES VISITEURS A PROPOS DE LEUR VISITE	115

TABLE DES ANNEXES

ANNEXE A : RETRANSCRIPTION D'UN ENTRETIEN EXPLORATOIRE EFFECTUE AVEC UN ENSEIGNANT CHERCHEUR EN SCIENCES ET ÉDUCATION A L'ESPE DE TOULOUSE, CHARGE DE MISSION DEVELOPPEMENT DURABLE ET ÉDUCATION AU DEVELOPPEMENT DURABLE POUR LE CNR.	136
ANNEXE B : EXEMPLE DE PUBLICATION : LIVRET D'ACCUEIL DU PARC PROVINCIAL DE LA RIVIERE BLEUE.	146
ANNEXE C : EXTRAIT DU CAHIER DES CHARGES POUR L'OBTENTION DU LABEL GITES PANDA	148
ANNEXE D : TABLEAU DES PORTES D'ENTREE DU MASSIF DU CANIGO	149
ANNEXE E : TABLEAU DE L'ACCEPTATION TRES LIMITEE DES MESURES DE MAITRISE DE LA FREQUENTATION, POUR LES VISITEURS	150
ANNEXE F : REPONSES OBTENUES AU QUESTIONNAIRE APRES SA DIFFUSION EN LIGNE	151

Annexe A : Retranscription d'un entretien exploratoire effectué avec un enseignant chercheur en Sciences et Éducation à l'ESPE de Toulouse, chargé de mission Développement Durable et Éducation au Développement Durable pour le CNRS.

M.S : Je voulais savoir un petit peu votre parcours, votre mission en tant qu'enseignant chercheur à l'ESPE et au CNRS ?

M. A : Il y a deux choses différentes, enseignant chercheur, je suis maître de conférence, comme certains collègues qui vous donnent cours, ils font de la recherche sur le tourisme, on fait le même job. Donc moi je fais de la recherche sur l'éducation au développement durable, et là il y a plusieurs champs à travers ça. Et je donne des cours à l'ESPE qui a changé de nom, mais qui forme toujours des enseignants. Ensuite je suis affilié à un labo CNRS pour ma recherche, donc l'UMR Géodes, qui est d'ailleurs en géographie de l'environnement, basé à Toulouse 2, Jean-Jaurès, dans lequel il y a plusieurs heu... On est heu... 40 ou 50 dans ce labo et il y a un petit groupe qui s'occupe de l'éducation au Développement durable, des géographes, une collègue écologue, notre collègue de l'ESPE, enfin voilà... On est un petit groupe de 7, 8 personnes. Et après on est aussi en relation avec d'autres collègues géographes qui ont d'autres problématiques de travail, des collègues qui travaillent sur les paléo-paysages, les paysages d'il y a 2000 ans, 3000 ans, des choses très intéressantes, cela fait partie aussi du patrimoine naturel, c'est pour cela que je l'évoque, c'est pas pour heu ...

M.S : Quelle nuance on peut établir entre “éducation” et “sensibilisation”. Comme peut-on différencier ces deux notions ?

M. A : Alors, souvent heu... heu... dans le jargon ... souvent la sensibilisation c'est.... Il faut voir qui est-ce qui emploie les mots en fait. Ça permet d'avoir une première visée. Donc sensibilisation c'est souvent utilisé par les collectivités locales, par les associations, par le monde politique, pour heu... pour faire quelque chose qui est un peu plus qu'informer, mais qui n'est pas encore éduquer, donc on va dire : on va sensibiliser à une problématique en générale identifiée, visée. On a longtemps sensibilisé aux problèmes de l'environnement et après on s'est dit on va sensibiliser au fait que l'on émet beaucoup de déchets etc. donc ça c'était les gros éléments qui étaient autour de la sensibilisation de l'environnement dans les années 1990 et puis après “éducation” ça a été porté plutôt par des enseignants, par des éducateurs, des choses comme ça parce qu'ils voyaient bien que la sensibilisation ça ne permettait pas d'aller assez loin, et donc on a envie dans ce cadre là heu... de faire en sorte que les personnes à qui on s'adresse s'emparent des problématiques, c'est à dire, identifient des problèmes, des acteurs, des façons de faire, et éventuellement, imaginent, pas forcément des solutions, mais au moins des dynamiques, au sein d'un système qui est assez complexe. Donc moi je dirais que l'éducation ça va être liée, on va intégrer la complexité dedans, alors que sensibilisation, le mot clef associé ça va être “Comment bien informer” finalement, les populations auxquelles on s'adresse, pour faire simple hein. Après on peut toujours plus développer.

M.S : A travers mes recherches j'ai rencontré la notion d'interprétation qui vient un petit peu entre les deux si j'ai bien compris. Que pouvez-vous me dire sur cette notion ?

M. A : En fait, l'interprétation c'est alors, dans l'histoire de l'éducation à l'environnement, qui est une histoire assez récente, puisque c'est en gros, à partir des années 1960, en France et en Europe dans le monde, en Occident hein... parce que c'est vraiment une idée plutôt Occidentale. Heu... Bon, on a eu beaucoup le milieu associatif qui s'est beaucoup mobilisé, c'était des associations de protection de la nature, des choses comme cela. Et cette frange là a commencée par faire de la sensibilisation, et puis ils ont fait notamment beaucoup, par exemple, il y a eu un mouvement qui a été en tout cas un organisme qui s'appelle les CPIE, les Centres Permanents, d'Initiation à l'Environnement, il y en a un en Ariège, c'est le CPIE ANA qui est basé à la Bastide de Sérou. Donc eux ils sont issus de cette mouvance associative, il y a eu aussi des associations de protection de l'environnement etc. etc. Et donc ces gens là ils ont un peu professionnalisé leur façon d'aborder l'environnement, ils se sont mis à réfléchir et il y a un courant qui a dit que ... “il va être nécessaire d'interpréter ce que l'on est entrain de vivre” Donc il y a toute une frange de gens qui essayent de penser leur travail de sensibilisation et d'éducation donc ils ont dit et ba “dans cette façon de travailler, peut-être que l'interprétation, est un mot clef, un concept

clef a.... à mettre en œuvre et à travailler . Alors là, est-ce que j'ai un exemple plus précis... Il y a heu... une association qui est basée à Montpellier, les Ecologistes de Leuzière, ils ont un site internet dans lequel il y a toute leur documentation. Qui ont beaucoup mis en valeur ça, cette histoire d'interprétation. Et par exemple ils ont travaillé sur tous les champs, les domaines, les paysages heu... de l'Hérault, du Languedoc , les plantes emblématiques, ou les espèces emblématiques qui y sont, leur écologie etc... leur vulnérabilité, donc ils ont travaillé beaucoup là-dessus. Et ils ont produit des livrets pédagogiques. Et notamment l'un des livrets pédagogiques qui a été proposé sur la géologie parce qu'il y avait une dimension géologie intéressante. Et ils ont dit "ben, nous notre logique interprétative c'est qu'on va heu.. on va faire passer la géologie, donc c'est quelque chose qui est à la fois un outil, un moyen pédagogique, mais un moyen pédagogique particulier qui va dire, ben, si on décale les connaissances de la géologie dans une autre sphère qu'est-ce que ça donne . Donc par exemple ils les ont décalés vers le monde de la cuisine. Donc il on fait voilà : Si on avait à faire un gâteau, le granit qu'est-ce que c'est, c'est quoi la recette pour faire du granit ? Voilà ce que pourrait être, illustrer, imager l'interprétation. Après ça peut prendre plusieurs formes.

M.S : Finalement, si je vous ai bien compris, l'interprétation c'est la création d'outils, sur des thématiques qui vont être difficiles à cerner, et de les appliquer, de les rendre assez concrètes finalement ?

M. A : Exactement, et de les rendre heu... de les acculturer à une dimension quotidienne, et comme ça effectivement, il y a une dimension concrète ou de ... Donc dans l'interprétation il y a à la fois une lecture singulière de l'objet sur lequel on travaille et en même temps une volonté de le partager, de l'approprier etc. il y a tout ça pour moi dans l'interprétation. Après c'est mon interprétation de l'interprétation mais... Donc.. en tout cas c'est intéressant.

M.S : Selon vous, qu'est-ce que c'est pour vous "l'éducation à l'environnement" vraiment? Car nous avons parlé de sensibilisation, d'interprétation mais appliqué à l'environnement, qu'est ce que c'est ?

M. A : alors, il y a plusieurs courants, là aussi, parce que maintenant on commence à voir un peu plus clair sur l'éducation à l'environnement. Donc il y a des collègues du Canada, autour de Lucie Sauvé, qui est une auteure qui a beaucoup compté dans l'éducation à l'environnement, maintenant elle a pris sa retraite mais elle est encore active. Et ils ont créé une revue qui est très importante dans laquelle il peut y avoir des choses qui peuvent vous intéresser, qui s'appelle ERE : Education Relative à l'Environnement. Et eux ils ont privilégié ce terme là. Ils ont dit en fait, on fait pas de l'éducation à l'environnement, on fait pas de l'éducation pour l'environnement, on fait de l'éducation relative à l'environnement. Dans le petit monde de .. de l'environnement et de l'éducation, donc il y a eu, des discussions pendant un quinzaine d'années autour de ça et en fait ce qui distingue l'éducation à l'environnement d'une éducation on va dire plus... traditionnelle, de l'éducation en classe ou à l'école, ça serait que l'on va beaucoup s'appuyer sur le terrain, donc on va faire beaucoup de sorties terrain, c'est très important. On va pas refuser la dimension sensorielle, on va même la privilégier, c'est à dire une approche directe, donc on va monter des ateliers, des choses qui permettent de s'appuyer sur les sens, donc pas seulement la vue, le toucher, l'ouïe, etc.. pour heu... et en même temps on va aussi mobiliser des connaissances scientifiques, des travaux technologiques, des travaux de sociologues de l'environnement ou de l'histoire de l'environnement. Et heu.. l'autre particularité c'est que l'on va heu... beaucoup travailler par enquête, c'est à dire des enquêtes, il ne faut pas le voir au sens normé du terme mais l'idée, c'est que les gens se posent des question, l'idée c'est que l'on est dans une démarche d'investigation large, donc on va interroger certaines dimensions du territoire, et ensuite on va essayer voilà.. d'aller dans les Hautes Pyrénées pour voir ce qui se passe, vraiment essayer de s'appuyer sur ces choses là pour faire émerger une problématique et la mettre en chantier. Voilà, dit assez vite. Les collègues qui ont comme moi, qui travaillons, à l'université, sur l'éducation à l'environnement.; donc Lucie Sauvé c'est une universitaire, il y a maintenant un collègue de Montpellier, Jean-Marc Lange, il dit qu'il y a trois choses dans l'éducation à l'environnement, dans l'éducation au développement durable, il y a des connaissances scientifiques, il y a des valeurs, c'est à dire ça peut être : est ce que l'on privilégie la solidarité, une certaine éthique par rapport aux autres humains, par rapport à l'environnement mais aussi par rapport aux autres êtres vivants. Et puis après il y a quelque chose qui est... une éducation qui passe

par l'action et heu... On n'est pas entrain de faire des PowerPoint en salle quoi. Il faut aller sur le terrain, agir, interroger etc. Alors ça se recoupe un peu avec ce que j'ai dit précédemment.

M.S : Concernant la relation entre, l'éducation et la sensibilisation à l'environnement et le tourisme. Ma question sera : Pour vous, dans un contexte touristique, va-t'on plutôt parler de sensibilisation, ou d'éducation à l'environnement ?

M. A : Alors... il se trouve qu'avant moi j'ai travaillé dans le tourisme, dans un centre qui accueillait des classes de découverte, et des séjours de vacances, enfants et adultes, en montagne, dans la Drôme. Et ce centre était heu.. il souhaite faire de l'éducation à l'environnement, pas de la sensibilisation. Donc ils s'y prenaient de multiples façons, donc même si des gens sont en séjour court, même si il y avait des classes qui venaient juste pour 3 jours et 2 nuits, donc c'est très court. On peut dire que sur une période comme celle-là c'est pas possible de faire de l'éducation parce que c'est très court, il faut une période plus longue. Malgré ça, l'idée c'était que pendant ces trois jours il y ait une heu.. Tous les éléments que vont vivre les élèves ou les adultes, ils vont être en relation avec l'environnement. Par exemple les repas, les moments de convivialité et de jeux, les sorties nature, tout ça va être en interaction. Alors, il ne s'agit pas à chaque fois de dire "Donc on est entrain de faire ça.." et d'asseoir une posture heu.. trop franche de passage d'information, mais il s'agit de faire vivre des choses simplement, dans lesquelles il y a l'environnement qui est tout le temps présent. Et donc oui, c'est possible de combiner éducation à l'environnement et tourisme. Et même sensibilisation; Après c'est pas si simple non plus parce que je pense qu'il y a beaucoup d'obstacles. Donc soit les structures et les collectivités ont envie de.. D'identifier les obstacles qui sont propres à leur territoire et de les travailler, c'est à dire d'avoir des propositions, des choses qui sont adaptées, soit ben... effectivement on le fait pas et c'est juste du greenwashing, c'est à dire de la comm' quoi... C'est vrai aussi qu'il y a des choses qui sont... C'est aussi un secteur où il y a beaucoup de communication, il n'y a pas forcément beaucoup d'éducation; Donc là on n'a pas parlé de communication jusqu'à maintenant mais c'est un mot qui est très présent, surtout dans le secteur touristique.

M.S : C'est intéressant car je parle justement dans mon étude de l'environnement comme instrument marketing.

M. A : Oui et c'est vrai que quand ça reste uniquement ça, de mon point de vue quand c'est ça, tout le monde est perdant, les promoteurs, les structures et les gens qui pratiquent le tourisme qui se retrouvent déçus, c'est un jeu de dupe quoi... Donc heu.. donc je pense que.. si on communique là dessus et que c'est un outils marketing, il faut quand même que derrière il y ait, soit des prestations soit des éléments qui mettent les gens en.... vraiment en relation avec l'environnement. Il y a un ouvrage qui est sorti d'un sociologue allemand qui s'appelle Hartmut Rosa, le titre c'est Résonance. C'est un livre qui est très significatif, qui a une dimension que devrait porter les territoires, c'est une sociologie de la relation au monde et donc je pense que dans les formes de tourisme, moi j'ai lu un peu sur les formes de tourisms, comme j'ai travaillé là dedans et que je suis voyageur, je suis concerné par ça. Et en fait effectivement, dans tous voyages, dans tous déplacements, on va re-questionner notre relation au monde, donc il y a souvent cette chose là, et c'est vrai que souvent le tourisme l'a un peu mis sous le tapis quoi... parce que aujourd'hui on va parler uniquement de prestation. Alors que quand on revient aux récits des voyageurs anglais du 19ème, qui faisaient le tour des Alpes etc.. on s'aperçoit que si ils venaient ici c'était pour avoir des vraies rencontres avec des gens qui habitaient là, voir des paysages qui étaient déterminants pour eux, des choses comme ça. Et donc parce que bon.. c'est quand même eux les inventeurs du tourisme, ces aristocrates anglais. Je pense qu'on devrait relire un peu ça, je sais pas si on en parle dans vos formations, mais ce sont des choses très intéressantes.

M.S : Oui on en parle, avec le Grand Tour

M. A : Oui et après les peintres ...

M.S : Je vais essayer d'approfondir un petit peu cette partie, car dans mon étude je parle du voyage comme vecteur d'apprentissage, c'est d'ailleurs comme cela que j'introduis l'éducation, donc c'est un sujet intéressant pour moi. Mais oui on nous en parle bien dans nos formations en tourisme, on nous explique qu'à la base c'était vraiment pour apprendre la vie et s'ouvrir au monde, et être capable d'occuper des positions de pouvoir par la suite.

M. A : Ah alors c'est très bien, car on l'a complètement oublié, y compris dans les modèles économiques que l'on propose. Le problème des modèles économiques, c'est qu'ils prennent vite toute la place dans le lit, c'est dommage car il y a d'autres notions et d'autres acteurs, qui sont très importants.

M.S : Je voudrai revenir à ce que vous disiez : dans le contexte touristique, est-ce que l'on parle plutôt d'éducation ou de sensibilisation, vous disiez que sur des périodes courtes il est difficile de parler d'éducation.

M. A : Oui

M.S : Donc si on a par exemple un touriste qui vient sur un espace naturel protégé, sur une journée ou deux, on va plutôt parler de sensibilisation si je comprends bien ?

M. A : Alors oui, ça dépend un peu de comment ça va être fait. Moi il me semble qu'il y a plusieurs approches possibles, mais sur un séjour court, il peut y avoir à un moment; par exemple ce monsieur là, Baptiste Morisod, il est philosophe et il a, ils sont à ce moment là, pourquoi je parle de ça, parce que c'est une forme de tourisme. Ils partent donc de... du fin fond du Tibet pour essayer d'observer les traces de panthères, donc ils sont avec des gardes, là où personne n'habite, sur des plateaux, 3 à 4500 mètres d'altitude et c'est très rude etc. mais ils ont, il y a des Français, qui font presque du tourisme, du tourisme nature, du tourisme au plus près de la recherche scientifique, ils vont faire des prélèvements de traces d'animaux, d'empreintes, de crottes etc. Et donc lui qu'est-ce qu'il fait ? Il tient un journal, donc son truc là *Son livre*, c'est presque un carnet de voyage, et en même temps c'est un carnet de voyage avec une intention. S'il va là-bas il fait un travail de recherche particulier, parce qu'il cherche à savoir comment les humains se connectent avec les animaux. Donc en fait c'est très intense, ça dure une semaine, huit jours, donc on peut se dire que c'est assez long, sauf que lui, ces huit jours ça va le marquer à vie. Et je pense que l'intensité elle peut être un élément qui va... ça peut être bref mais intense. Je vais donner un exemple : on fait des sorties vraiment pas loin, après Tarascon sur Ariège, après la grotte de Niaux, on va au pied du Mont Calme, là où il y avait l'ancienne usine pour fabriquer l'aluminium. Sous le Pont de Lers, et là il y a un endroit qui est.. où des laboratoires investissent, un terrain de recherche, et il y a un laboratoire au milieu, donc ça fait 10 ans qu'il y a des recherches en montagne. Et donc nous qu'est ce qu'on fait, on amène les élèves qui vont rencontrer des chercheurs etc. on prépare des moments de rencontres qui sont très brefs, donc c'est du patrimoine naturel, c'est pas du tourisme, c'est de l'éducation. Et tout d'un coup, il y a un monsieur qui nous dit "Ben ici, dans cette tourbière, on a trouvé des nouvelles espèces de collemboles" bon.. Et il dit "On va aller voir ce que c'est un collembole, on va essayer de faire fouiller dans la litière, et je vais vous montrer" donc ça dure 10 minutes... C'est très bref et quand on interroge les élèves bien plus tard, c'est à dire, 5 mois plus tard, on s'aperçoit que ce moment là ça a été fondateur, parce qu'il y a eu une intensité, il y a eu une relation particulière, tout un coup il y a eu quelque chose qui était invisible qui est devenu visible, il y a pleins d'éléments comme ça... Et je pense que ça peut être possible dans le tourisme ce genre d'événements. C'est à dire qu'il y a des touristes qui vont à un endroit, une fois, et ils ont une rencontre, une vraie rencontre, alors souvent parce que qu'il y a eu un médiateur, peut-être un guide de haute montagne, une personne, un paysan qui va dire quelque chose qui nous émeut, qui va nous marquer d'une manière forte, et là on va revenir à ce que dit Martmut Rosa, ça rentre en résonance, c'est à dire c'est un propos qui rentre en résonance avec le territoire, avec nos préoccupations à nous, avec la personne, il y a une forme de résonance qui se déroule et ça, ça devient marquant. Donc la brièveté ça peut être possible, ça peut-être un élément heu.. qui est pas forcément un obstacle, mais par contre ça se travaille vraiment en amont. Donc ça veut dire qu'il faut créer les conditions les conditions de rencontres elles vont être possibles si jamais c'est possible. Souvent les gens qui font des séjours courts, le temps de se repérer, le temps de trouver les bons interlocuteurs .. On est reparti...

M.S : Donc ça serait peut-être plutôt au territoire de proposer des ...

M. A : Et puis je pense que ça serait important que le territoire ait pensé sur ce qu'y est heu... sur les choses essentielles de son milieu et les relations qu'ils ont réussi à construire au fur et à mesure du temps, et très souvent, les collectivités locales, je leur jette pas la pierre du tout, c'est difficile, d'avoir une responsabilité locale, d'être maire ou d'être conseiller départemental etc. Mais on est pris par des affaires très pragmatiques, par des batailles de politiques, des choses comme ça qui font qu'on n'a pas le temps de construire des choses avec les gens, de les faire vivre, de les faire évoluer etc.. c'est pas simple. On va plaquer des modèles, donc, et souvent les territoires qui s'en sortent bien c'est parce qu'ils ont réussi à trouver un chemin qui leur est propre. Ça va être par exemple l'initiative d'une seule personne qui s'associe, qui a un peu de caractère, qui va s'opposer à des modèles dominants, etc. c'est souvent des conditions de départ, c'est à dire dire "c'est très bien de proposer un centre d'hébergement avec 200 lits,

mais d'abord est ce qu'on en a besoin ?" oui ça va créer peut-être 25 emplois ... mais si les gens viennent et qu'ils sont déçus ?! Après on peut manger, déguster du paysage, mais pareil, le paysage ça se déguste, il faut pas être trop nombreux. Il y a des gens qui viennent juste en montagne, ou se dépayser justement pour changer de paysages, pour profiter de la vue, vous avez dit que c'était très beau les Pyrénées, donc on est sensible à des choses qui nous parlent. Alors oui donc le tourisme, ça peut marcher mais il faut qu'il se mette en chemin avec l'histoire locale, avec des tas de composantes et pas seulement avec la sphère économique, et donc la sphère patrimoine naturel, c'est plutôt un mariage qui est assez ancien hein, parce que souvent les gens se sont déplacés pour aller voir des curiosités particulières, des gorges, de la géologie particulière, ça fait déplacer les foules quand même. mais heu bon, alors je sais pas où on en est là, je discute beaucoup.

M.S : est-ce que vous pensez qu'il est possible pour un territoire, de promouvoir son patrimoine naturel, le mettre en avant, tout en le sensibilisant à l'environnement?

Mr. A : Alors souvent il y a l'exemple de Parcs Naturels Nationaux ou des Parcs Régionaux qui essayent, dont la mission c'est de tenir ensemble tous les bouts, c'est à dire à la fois de préserver des milieux, mais en même temps de faire vivre les territoires, donc de proposer des activités qui permettent aux gens de dégager un peu d'économie, de salaire. Et, ce qu'ils ont remarqué c'est qu'il y a quand même des problèmes de fréquentation possible, il faut faire attention. Il faut promouvoir, peut-être mais pas trop non plus parce que l'on sait qu'il y a des seuils qui vont être dommageables au milieu. Donc le Cirque de Gavarnie, il va être en limite de surcharge à certaines périodes de l'année, et donc tout un coup, il est d'autant plus fragilisé, donc on est obligé de cantonner, de préserver, de délimiter des espaces, parce qu'on ne sait plus comment faire. Donc il faut trouver des équilibres qui ne sont pas simples car il y a presque des paradoxes. A la fois on veut faire venir mais il faut qu'il n'y ai pas trop de monde sinon c'est problématique. Mais c'est une vraie bonne question, à mon avis c'est quand même intéressant de découvrir sur le terrain par soi-même et pas seulement par les photos, à distance etc. C'est à dire de voir l'ampleur et la magnificence de certains lieux et de certains espaces, et en même temps, il faut pas non plus que ça soit un ... Qu'on ait notre carte des grands sites à faire dans notre vie et qu'on les fasse impérativement. Alors on va choisir, si on a beaucoup d'argent la carte elle va être mondiale et si on n'a pas beaucoup d'argent la carte va être régionale. On va dire "Bah oui on va aller, voir ceci, voir le site de Gavarnie, ce lac là" on va cocher un certain nombre de choses et on va dire "On va y aller" et peut-être que c'est pas ça l'idée. On va rencontrer un espace, et rencontrer un espace c'est plus subtil que simplement aller sur le lieu quoi... Donc moi je me méfie du mots "promouvoir" parce que je me dis si on dit que ça, il nous manque quelque chose. Par contre évidemment à un moment donné, il faut faire connaître, il y a des lieux évidemment... moi j'ai découvert car je suis biologiste de formation, qu'il y a une abeille dans les Pyrénées, qui s'appelle l'abeille noire, qui est endémique, et c'est pas l'abeille habituelle, qu'on trouve, parce que les abeilles qui sont promues par les apiculteurs, y compris les apiculteurs locaux, ce n'est pas cette variété là. J'ai découvert bien plus tard qu'il y avait ça et qu'il y avait des apiculteurs qui essayaient de promouvoir cette abeille noire et de la protéger en même temps. C'est à dire pareil pour les variétés... certaines variétés domestiques de vaches, on a pendant longtemps, en Europe et avec les politiques nationales d'élevages, on prend par exemple la Gascogne... Et on a oublié qu'il y a des variétés extrêmement intéressantes comme l'Aubrac, donc des variétés locales qui reviennent à l'attention des éleveurs et du monde agricole. Mais pendant très longtemps ça a été des variétés peu intéressantes parce qu'elle ne produisaient pas assez voilà.. J'ai l'impression que le patrimoine naturel ça peut être des variétés d'élevages, des espèces endémiques sauvages. Voilà, le patrimoine naturel, ça serait intéressant de le définir.

M.S : Oui j'ai aussi essayé de le définir dans mon étude

M. A : Oui car le naturel c'est aussi difficile à définir et qu'est ce qui fait le Patrimoine, c'est très intéressant, qu'est ce qui va faire sens pour nous. C'est un sujet complexe, il faut arriver à resserrer dans votre étude avec votre maître de mémoire

M.S : Oui je suis bien encadrée. Donc finalement, par rapport à ce que vous m'avez dit, le fait de promouvoir, ça peut quand même permettre de protéger tout en sensibilisant ?

M. A : Ah oui oui tout à fait, il est possible de promouvoir tout en sensibilisant, mais il faut faire attention à dans quelle mesure on le fait, notamment pour peut-être des choses qu'on a eu tendance à oublier...

Alors peut-être que pour les lieux c'est particulier, parce que tout de suite si il y a une grosse fréquentation cela peut nuire. On l'a vu au Lac des Bouillouses, vers Montlouis, sous le Pic du Carlit, donc on est entre la Haute Ariège et les Pyrénées Orientales et en fait cette zone là elle a été heu... Pendant très longtemps, il n'y avait pas beaucoup de monde on pouvait se déplacer et ce lac a attiré beaucoup de monde et finalement on y a interdit la circulation. Et en été, pour aller sur le lac, parce que c'est un endroit très accessible en voiture, donc il y a une route, et après près du lac on part en excursion en montagne. Et en fait il y a tout un milieu qui est très agréable avec un torrent, une petite vallée très chouette, mais l'été il y avait énormément de monde, de camping-cars, de voitures, il y a eu une période où c'était ... Et là ils ont dit stop, donc on arrête l'accès au lac. Quand j'y allais c'était un accès libre, comme quand je suis allé, quand j'étais petit à Monségur, il n'y avait rien, un chemin et voilà et puis il y avait juste le musée en bas si on voulait, il n'y avait pas cette régulation, et puis ce souhait de dire on va aménager avec des droits d'entrée pour récupérer des sous et éventuellement entretenir un petit peu et faire un panneau de sensibilisation. Mais il y a des gens, on a eu un peu tendance à équiper un peu comme ça les lieux et après ça crée effectivement un appel. Et en même temps le lieu n'est plus ce qu'il était autrefois. Il devient autre chose. Alors je dis pas qu'il ne faut pas le faire, je dis qu'il faut le faire en pleine réflexion, en pleine conscience, en étudiant les enjeux, parce que souvent dès qu'il y a un emploi ou deux emplois on étudie pas les enjeux, on crée l'emploi. Ce que je comprends car il y a une pression sur le travail aujourd'hui ça c'est sûr, mais bon... Je ne suis pas persuadé qu'à la longue on rende service à tout le monde, parce qu'en plus ce sont des emplois qui sont saisonniers, bon voilà quoi... Je passe l'aspect économique je ne suis pas calé là dessus. C'est pas simple.

M.S : Non cela n'est pas simple et justement j'attaque la thématique de stratégies locales. Et ma question est : est ce que d'après vous la mise en place de stratégie telle que ce dont on a parlé : des restrictions, des droits d'accès, d'après vous est ce que cela permet de sensibiliser les touristes au respect de l'environnement ?

M. A : Et bien ça dépend vraiment de comment le territoire s'est emparé de ces problématiques là, est ce que justement il est en capacité d'élaborer une stratégie ? Est ce qu'il s'est doté d'un ensemble d'outils pour ça quoi ? Parce que souvent on se... Globalement on fait ça assez vite, c'est à dire qu'il y a quelqu'un qui a eu une idée, il pense que c'est une bonne idée, en gros quand je dis quelqu'un c'est souvent une collectivité locale voilà... Il y aura quand même une petite étude pour voir si c'est viable, si ça peut intéresser du monde, mais en gros on en reste là, on va pas essayer de construire la chose. Et là j'ai un autre exemple, qui est assez intéressant, je sais pas si vous êtes allée à Soueix-Rogall ? Au musée des Colporteurs. Je pense qu'il a ouvert il y a quatre/cinq ans, c'est quelque chose de très emblématique, car c'est très intéressant. Donc il y a une maison qui est fermée au centre du village, qui était l'ancienne épicerie qui a été ouverte jusqu'à dans les années 1960, donc le village s'est un peu endormi, les gens travaillaient à Saint Giron, on avait plus besoin de l'épicerie. Et puis tout d'un coup, les ayants droits, en tout cas les gens veulent se défaire de ça en disant "on va vendre" et à l'occasion de la vente, les gens se mettent à réfléchir sur ce qu'est ce bien. Et puis la mairie la visite, d'autres personnes et ils s'aperçoivent que ce magasin en fait, c'est avec des anciens meubles de magasins qui sont très anciens, qui sont restés en l'état, et en fait, c'était le centre d'une entreprise de colportage ce lieu là. Donc il a fermé en 1960 mais en fait à la fin du 19ème, c'était un centre de colportage, et plus rien n'a changé depuis. Et toutes les archives sont restées, et donc en fait ce qu'il s'est passé depuis, il y a une équipe de gens du village qui se sont intéressés à ça et qui ont dit "C'est assez extraordinaire, qu'est ce qu'on va en faire?" et donc ils ont essayé de réfléchir, ils ont fait venir des historiens, des gens de la sphère politique.

M.S : Donc cet exemple a été à l'initiative des habitants ?

M. A : Oui et ils se sont dit est-ce que ça vaut le coup de faire quelque chose, de l'étudier, de le conserver etc. Et donc ça a mis du temps mais ils ont essayé de trouver un chemin, une voie possible, et finalement ce centre, ce musée des Colporteurs, qui a ouvert plus tard, donc il y a des gens qui ont travaillé sur la muséographie, des choses comme ça. Et ils ont heu... ils se sont fait aider et accompagner de professionnels mais ils sont allés à leur vitesse. Je trouve que non seulement ce lieu est extraordinaire, mais en plus, la façon dont ils l'ont monté me semble être très emblématique. Ce n'est pas un truc d'envergure mais ils font quand même, si mes souvenirs sont bons, 5 à 6000 entrées sur l'été. Enfin c'est pas rien quoi pour un village où quand on passe on a l'impression qu'il n'y a personne. Donc c'est modeste mais c'est quand même extrêmement intéressant, c'est à l'échelle et quand on y va il y a une vraie rencontre, là on parlait de résonance, c'est à dire que tous les gens qui vont là-bas, sont saisis à la

fois du trésor qu'il y a et à la fois de l'attention que les gens ont eu à maintenir le lieu comme cela. C'est à 10 minutes de saint Giron.

Donc la stratégie est possible, il y a pleins de choses possibles mais je pense qu'il ne faut pas... il faut prendre le temps de faire des choses adaptées au territoire et adaptées au projet qu'on peut avoir et ne pas trop importer/exporter des modèles qui ont marché ailleurs. Je pense que c'est très bien qu'il y ait des modèles de tourisme et d'accueil car ils en ont quand même utilisés, le modèle de musée, on est dans un musée. Il y a quelque chose à visiter, c'est scénographié, il y a un lieu d'exposition temporaire, il y a quand même plusieurs choses que l'on retrouve donc on a bien un modèle de musée qui peut être implanté et utilisé. Mais avant de l'utiliser on va voir comment le contenu peut résonner avec ça, voilà, donc les modèles moi je ne suis pas contre mais des fois j'ai l'impression qu'on va trop vite. On prend un modèle parce qu'on croit que ça va marcher vite. On est dans un système concurrentiel alors on veut dire "il faut vite, très vite, se positionner" et je pense que non ! A mon avis c'est une fausse idée, il faut mieux réfléchir précisément à ce que l'on souhaite proposer et laisser le temps de la maturation, que ça mature 3 ans, plutôt que de pouvoir gagner un an ou deux et finalement ne pas être satisfait ou au bout de trois ans voir quelque chose qui va mourir tout seul rapidement.

M.S : Ma prochaine question : par quels moyens concrets un territoire peut promouvoir tout en sensibilisant. Nous avons déjà parlé des musées...

M. A : Ouai, alors tout à fait voilà déjà un exemple, plutôt dans l'histoire locale, moins dans le patrimoine naturel, après il y a des choses intéressantes. Après j'ai l'impression que le modèle économique est difficile : c'est les promenades thématiques ou les randonnées sur le terrain thématique. Si on veut payer un médiateur pour se former ou intervenir sur le sujet, ce qui est important et indispensable, et bah il faut bien rémunérer cette personne là. Et on n'y voit pas encore l'utilité, de donner 10€ pour aller faire une balade ornitho, ce sont des niches pour l'instant. Et je pense pour l'instant le patrimoine naturel il est dans cette niche là. Alors peut-être que c'est ce qui le sauve aussi, que c'est quelque chose qu'il faut accepter. Après, heu.. Sur Chamonix, il y a un centre de recherches qui s'appelle le GREA (Centre de Recherches sur les Ecosystèmes d'Altitude) donc en gros c'est des anciens étudiants, il y a peut-être quelques chercheurs, il y a quelques personnes qui ont créé cet outil de recherche, qui étudient notamment le changement climatique en altitude. Ils proposent des séjours scientifiques, c'est à dire pour des jeunes, ils proposent de les associer à des campagnes de recherches, leurs séjours sont très chers. Je ne sais pas quelle clientèle ils ont, ils en proposent chaque année donc apparemment ça fonctionne, ce sont des niches. On a un séjour thématique qui va être associé à de la recherche scientifique.

M.S : Finalement peut être ce genre de choses sans le côté scientifique mais juste avec le côté thématique ?

M. A : Tout à fait, je pense qu'il y a des choses qui sont peu faites, mais il y a des gens qui proposent, il y a des niches artistiques, c'est à dire, combiner patrimoine naturel et conception d'un carnet de voyage par exemple. Ce genre de choses c'est pareil c'est déjà proposé par des gens. Mais c'est à petite échelle, ce sont des aquarellistes, quelques artistes, qui disent "Ben, venez en Crète, telle période, telle endroit... Au fin fond des Pyrénées" Voilà pour faire un stage. Et ça ça paraît déjà très adapté car ce sont des petits groupes, ils ont un impact sur le milieu qui est faible, ils sont dans une dynamique plutôt d'intention, de visite du milieu et après... Je ne connais pas du tout la réalité économique de ces choses là. Est-ce rempli ? Mais il y en a pas mal justement...

M.S : Et ensuite... Nous avons parlé de choses qui ne se font pas à l'initiative des collectivités, mais plutôt à l'initiative individuelle. Qu'est-ce qu'une collectivité pourrait proposer justement pour allier promotion et sensibilisation ?

M. A : Alors il y a eu un truc sur lequel j'avais travaillé qui existe déjà au fond de la Vallée d'Orlu. Donc là c'était à l'initiative d'une collectivité, il y avait un ancien bâtiment EDF qui était disponible pour quelque chose et donc la collectivité je pense que c'est la Com com de Axe-les-Thermes qui a décidé de créer un espace muséographique associé à des sorties. Donc heu.. donc ils accueillent des classes découvertes mais pas que, et depuis, ils ont je crois que ça fait 16 ans. Ils ont recruté un accompagnateur moyenne montagne, ce qui est judicieux. C'est quelqu'un de polyvalent, et finalement ça continue de fonctionner. Je ne sais quelle est la structure économique, est ce que la collectivité met de l'argent, je ne sais pas si c'est aidé, je ne sais pas le degré d'autonomie, en tout cas la collectivité est toujours présente et elle était à l'initiative de ça. Donc des choses comme ça il y a des exemples. Potentiellement une collectivité elle peut tout faire et donc il est intéressant de voir ce qui a été fait ailleurs pour en tirer des

apprentissages et des expériences. Après, sur les autres secteurs ... Je sais par exemple que dans les hautes vallées au dessus de Soueix Rogalle, ils ont créé un sentier, des sentiers thématiques. Il a été fait par la même personne qui avait fait la muséographie de l'observatoire de la montagne, c'est un plasticien ariégeois, qui vient d'Ariège, et qui a une grande sensibilité sur le patrimoine naturel, et qui est un artiste.

M.S : Donc sur ce sentier ça va être des panneaux didactiques ?

M. A. : Alors, c'est plus subtil que ça, il n'a pas voulu qu'il y ait de panneaux. Ce sont des petits... des petits symboles magnétique assez discrets qui sont posés dans la roche, et il a dématérialisé le panneau en le mettant sur un support audio. Là aussi c'est une initiative d'une collectivité locale. En gros ce sont des sentiers d'interprétation sur l'histoire locale et donc l'office du tourisme.. je ne sais pas si c'est encore actif, mais elle proposait pour une somme modique, un sac à dos, dans ce sac à dos il y avait le badge pour écouter le circuit des sentiers. Il y avait des baffes positionnées sur le sac à dos, quand on transporte ce sac, cela active les pistes audios, aujourd'hui ce serait avec un QR Code. Là le principe était presque une émission de radio. Il ne s'agissait pas de proposer une lecture de texte comme "Voilà vous voyez cette maison, elle est ancienne" c'était de raconter une histoire sur ce lieu là, donc d'interviewer des gens puis de faire un montage avec des voix réelles qui se mettent à parler dans cet espace. Il y a un aspect novateur par rapport au sentier d'interprétation, car on a plutôt un média radio. Donc la personne est allée interviewer des gens, les faire se positionner, et des sentiers thématiques ont été élaborés sur des thématiques. Je ne sais pas si c'est très clair ?

M.S : Si j'ai bien compris il ne s'agit pas de sentier d'interprétation mais de sentier thématique avec un média radio, audio

M. A. : Oui un média audio, dans lequel il y a des voix singulières qui apparaissent et la voix devient quelque chose de très important car ce sont des voix des habitants etc. Elle dit beaucoup de choses cette voix. Avec les mots des gens, etc. c'est pas le muséographe qui dit " ba moi j'ai envie de fabriquer ce texte là pour dire telle chose" non.

M.S : Finalement on essaye de créer à travers le média, cette fameuse rencontre, qui ferait résonance ?

M. A. : Oui c'est exactement ça.

M.S : Donc on a parlé des initiatives, des collectivités, des sentiers thématiques, d'observatoire qui propose des sorties avec des accompagnateurs, on a parlé de séjours thématiques à l'initiative de personnes indépendantes, est ce que vous voyez peut-être d'autres idées qui vous viendrez en tête ?

M. A. : Non. Moi ce que je peux vous proposer c'est un article que l'on a écrit, même si ce n'est pas sur le patrimoine naturel, c'est sur le patrimoine minier à Gardanne, avec des élèves. On a fait se projeter les élèves sur les réhabilitations de certains lieux et de certains bâtiments. Par exemple on avait un ancien terroir, et on leur a demandé et bien "Qu'est ce qu'on pourrait faire dans le futur avec ce bâti ?" Bon; Donc c'est juste cet article qui peut être intéressant pour vous car il parle d'éducation à l'environnement et au développement durable, ces choses que l'on a évoquées. Et en même temps ça montre que heu... Que l'imagination peut être médiée, utilisée à certains moments dans ces choses-là, bon voilà c'est juste, je vous l'imprime ?

M.S : Oui je veux bien. Mon dernier axe de réflexion était sur l'implication de la population dans tout cela. Donc on en a un peu parlé au fur et à mesure. Mais si je vous posais la question maintenant : comment d'après vous la population peut être actrice d'un développement et d'un tourisme respectueux de l'environnement ?

M. A. : Et bien c'est vrai que si l'on veut... la première chose, si on veut que le tourisme respecte l'environnement, il faut que le territoire le respecte aussi, la collectivité, le territoire doivent être exemplaires à ce niveau là. Souvent on va promouvoir des choses que nous on ne fait pas. Par exemple on va dire ba "Il faut promouvoir l'égalité hommes/femmes" et on donne le sale boulot aux femmes, bon c'est un exemple caricatural. Mais en gros c'est ça, c'est que le territoire soit exemplaire, il ait une vraie attention aux autres. Ce que dit Baptiste Moriseaux sur les relations homme/nature, je pense que dans le patrimoine naturel il y a ça aussi. Il y a revisiter la relation qu'on a entre les humains et les êtres vivants non-humains. Est ce que c'est uniquement des choses que l'on va vouloir mettre en avant pour notre bon plaisir, ou est ce que c'est quelque chose que l'on a envie de mettre en avant pour mieux les connaître et mieux leur permettre d'occuper, de vivre la vie qu'elles décident de vivre ces espèces vivantes ? Parce que, un des éléments clé du vivant, c'est qu'on a du mal à enfermer les humains dans une case,

ils ont une certaine latitude de liberté, donc ils se sentent plein de capacité pour inventer et pour occuper les espaces sur Terre sans problème. Et bien il n'y a pas de raison que l'on ne donne pas cette capacité aux autres êtres vivants... C'est inhérent au vivant donc eux... Alors un arbre, on l'a mis là, d'accord, il est là, maintenant qu'il est là il est là mais... L'idée ça serait de se dire que là on va même essayer de lui laisser de l'espace. Quelle place on laisse aux autres êtres vivants ? Dans le patrimoine naturel selon moi, ça serait, comment est ce que l'on revisite les relations homme-Nature. Pour le moment je n'ai pas vu le secteur touristique s'emparer de cette relation, j'ai vu des chercheurs, des anthropologues, mais je n'ai pas vu le secteur touristique, peut-être parce que je le connais mal, mais on est encore au 20^e siècle, on va valoriser des choses extraordinaires. Mais à mon avis il faut être sur un autre paradigme, il faut dire "Quelle relation je noue avec ça ?" Et donc là à mon avis, le territoire il doit être aussi exemplaire en ces termes là et donc promouvoir par la suite quelque chose qui puisse permettre aux touristes de... de comprendre les enjeux et de bien situer sa posture, de se questionner sur son impact. A mon avis ça peut-être fait de manière simple, il n'y a pas besoin forcément de mettre des règlements et des restrictions, ce n'est pas que cela. Je crois que aujourd'hui Emmanuel Macron il est sur la mer de Glace, il veut à la fois parler des changements climatiques et de cette problématique là, et je crois qu'il n'a pas pris la mesure de la distance que l'humain a mis avec les non-humains, les autres espèces vivantes. Ça c'est quelque chose de... difficile, c'est un sujet qui est à la croisée de l'écologie, de la philosophie, de l'histoire de la société humaine, de l'anthropologie. Mais à mon avis c'est quelque chose que l'on va devoir affronter tous. C'est à dire les vieux comme moi, mais aussi les jeunes comme vous, qui vont devoir se coltiner les problèmes qui vont arriver à ce sujet là. Ou sinon on va faire des terres stériles comme c'est déjà le cas à certains endroits. Il y aura des conséquences sur la santé et les sociétés humaines. On le voit d'ailleurs déjà maintenant. Si après il y a d'autres choses qui vous intriguent, on peut se donner un prochain rendez-vous dans quelque temps, car là on a parlé de beaucoup de choses et je serais intéressé de connaître le projet que vous avez monté en Nouvelle-Calédonie.

M.S : Pas de problème ! Donc pour revenir un peu sur ma question, c'était : Comment les populations peuvent-elles être actrices du développement d'un tel tourisme, qui soit respectueux de l'environnement. Donc on a parlé que dans un premier temps il fallait un contexte avec une collectivité exemplaire. Alors, si on avait, idéalement, ce contexte, peut-être que l'on pourrait avoir un exemple ?

M. A : Pour moi les démarches du Parc Régional, elles vont dans ce sens là, on avance pas à pas, on essaye de tenir compte de toutes les parties prenantes. Pour moi ce serait ça, un territoire exemplaire. Il en existe à mon avis, donc ce sont des démarches complexes et lentes.

M.S : Oui c'est certain. Et par exemple, dans un PNR, comment on pourrait d'après vous, inclure les collectivités dans cette sensibilisation à l'environnement auprès des touristes ?

M. A : Moi j'ai loupé là, les journées du Parc, les journées scientifiques, généralement en octobre, où là il y a un effort de communication vers le grand public mais aussi vers les collectivités locales. Donc je sais qu'ils font pas mal d'opérations vers les collectivités locales, après je ne sais pas si c'est efficace, chacun à des moyens limités. Ils communiquent vers les collectivités locales pour leur demander comment ils travaillent, qu'est ce qui se passe... Je sais qu'il y a régulièrement des réunions et des opérations, on essaye de mettre les gens un peu en travail et pas seulement de donner des cours car personne ne sait ce qu'il faut faire réellement. Moi je dis ça je ne suis pas entrain de donner un cours, je dit " Cette chose là elle est importante" moi j'aimerais travailler avec les paysans, avec les gens qui sont en direct en relation avec cette nature, pour voir comment ils la travaillent, comment ils la pensent, ou ne la pensent pas justement, et à partir de là on peut travailler. Je ne sais pas si je suis clair.

M.S : Je pense que c'est assez clair. J'ai une question car je suis toujours à la recherche de mon terrain d'étude, car tout ceci ne sont pas des notions faciles à cerner, et personne n'a de solution miracle.

M. A : Donc il faudrait trouver le terrain qui rassemble tout ça ?

M.S : Oui voilà, et pour l'instant je cherche aussi à faire quelque chose qui n'a pas encore été fait, je réfléchissais aux sites labellisés Grands Sites de France, est ce que cela vous parle ?

M. A : Oui je vois le label, mais je ne sais pas toutes les contraintes qu'il y a derrière.

M.S : D'accord donc vous n'allez peut-être pas pouvoir répondre à ma question. Je voulais connaître votre avis, si d'après vous cela serait intéressant et pertinent de travailler sur ces terrains d'étude dans le contexte de ma problématique

M. A : Ben moi je pense de questionner une démarche institutionnelle, c'est toujours intéressant de toute façon, parce que déjà il y a une visibilité, il y a déjà eu un ensemble d'acteurs qui ont réfléchi et il y a des gens actifs, pour moi c'est déjà un point positif. Après il faut voir si c'est une vraie bonne idée ou une fausse bonne idée. Il faut creuser un petit peu l'affaire pour voir si ça vaut le coup de s'engager... Est ce que c'est plutôt du marketing, ou est ce que c'est plutôt un travail de fond. Il faut voir ce qu'il se passe, mais déjà le fait que ce soit institutionnalisé, c'est intéressant car ça va mettre des dynamiques et des visibilités pour le grand public.

Pour finir, quelques choses que tu pourras expliquer à tes amis et à ta famille.

Un parc fermé pour financer la protection.

Espèce endémique : animal ou végétal qui n'existe qu'à un seul endroit au monde.

Le Parc est **un lieu de rencontre**, pour les classes et les touristes.

Les animaux protégés au Parc : le Cagou, le Notou,

Une espèce protégée est une espèce qui peut complètement disparaître si on ne la protège pas.

Passes une bonne journée au Parc Provincial de la

Rivière Bleue,

Et n'oublies pas ... tu n'es pas seul à profiter de ce merveilleux espace





¹⁴² Réalisation personnelle : : Stage de 6 mois en Licence Professionnelle Tourisme et Économie Solidaire : Chargée de projet pour le montage et le développement d'une offre pédagogique sur l'espace naturel protégé du Parc Provincial de la Rivière Bleue en Nouvelle-Calédonie au sein de la Direction de l'Environnement (Province Sud).

Tout d'abord, pourquoi un Parc ?

Le Parc est fermé pour permettre la protection de cette zone fragile et des espèces qui y vivent. Pour protéger, le Parc applique des règles qui vont t'être présentées maintenant.

Quand tu rentres dans le parc tu t'engages à respecter toutes ces règles pendant ta visite.



Il est interdit de : nourrir, toucher, perturber (cris, jet de projectiles...), transporter, et vendre les animaux. Détruire leurs œufs, leur nid et leur habitat est également interdit.

Sur le parc vivent des animaux endémiques, des actions de protection sont mises en place pour les protéger et pour augmenter leur nombre.

Tu peux les observer en les respectant.



Seules les pistes ouvertes à la circulation et les sentiers balisés sont accessibles à pied ou en VTT (indication par pictogramme ou panneaux).

Circuler hors des sentiers balisés peut dégrader la végétation et nuire à la vie des animaux qui y vivent. Ces êtres vivants sont protégés car ils sont rares et en danger. Si leur habitat est dégradé par les visiteurs, alors certaines espèces pourraient complètement disparaître.

Considères toi comme invité par cette faune et cette flore



Les feux sont interdits hors des zones de barbecues.

Le parc est composé de forêt dense et humide que tu ne trouveras pas ailleurs. Un feu hors zone de barbecue pourrait détruire cette forêt et tuer les animaux qui vivent ici.

Ne fais pas de feu pendant ta sortie



Il est interdit de générer des nuisances sonores

Le parc, en plus d'être un espace naturel protégé, est un lieu touristique qui accueille d'autres visiteurs. Pour ne pas nuire à l'activité du parc, tu dois respecter sa tranquillité.

N'oublie pas que tu n'es pas seul



Venir au parc avec son animal domestique est totalement interdit. Même tenue en laisse.

Apporter des animaux au Parc pourrait faire fuir les espèces protégées comme le Cagou. Le parc lutte aussi contre les chats et les chiens errants qui attaquent les Cagous.

Laisse ton compagnon à la maison



Défense d'extraire des éléments naturels du Parc (animal, végétal, pierre, terre...)

Le Parc est créé pour protéger le milieu naturel. Si tu prélèves un élément, et que tous les visiteurs le font aussi, alors le milieu naturel est modifié et abîmé.

Ne ramène rien de naturel du Parc chez toi

Annexe C : Extrait du cahier des charges pour l'obtention du label Gîtes Panda

143

SENSIBILISATION CLIENTELE	PRESERVATION DES MILIEUX NATURELS ET DES ESPECES	ou bio	30	Verger conservatoire	
		Activités en lien avec la	31	Ecoute et observation faune et flore (précisez)	
			32	Activités à la journée (précisez)	
			33	Stages de sensibilisation (précisez)	
			34	Chantier nature (réhabilitation d'un mur en pierres sèches, etc., précisez)	
		protection de la nature	35	Orientation de la clientèle vers les sites naturels les moins sensibles	
		Autre initiative	36	Autre démarche environnementale exemplaire pouvant bénéficier d'un bonus spécifique supplémentaire	
SOUS TOTAL					
SENSIBILISATION CLIENTELE	ECOCITOYENNETE	DEPLACEMENTS	110	Encourage la clientèle sur les possibilités de se déplacer en transport en commun	
			111	Encourage la clientèle à circuler en vélo	
			112	Encourage la clientèle sur les circulations douces	
		ACTIVITES	113	Création de sentier de découverte sur la propriété	
			114	Organisation d'activités communes avec les membres du réseau Gîtes Panda destinées à la clientèle ("produit touristique" en commun)	
			115	Valorisation des activités en hors saison	
		SENSIBILISATION ORALE ET ECRITE SUR LES ENJEUX LOCAUX	116	Facilite l'accès à l'information sur les enjeux territoriaux liés aux activités agricoles, artisanales, caractéristiques culturelles (infos dans l'hébergement, information orale)	
			117	Valorisation produits locaux (table d'hôtes, adresses de restaurants, promotion écrite et orale)	
			118	Album photos sur la rénovation	
		SENSIBILISATION ORALE ET ECRITE SUR LES ENJEUX ECOLOGIQUES GLOBAUX	119	Ouvrages spécifiques à disposition (faune et flore en France, régionales, caractéristiques territoriales, etc.)	
			120	Affichage sur les économies d'eau	
			121	Infos sur relevé des compteurs d'électricité et d'eau	
			122	Affichage sur les gestes quotidiens écologiques	
			123	Autre démarche environnementale exemplaire pouvant bénéficier d'un bonus spécifique supplémentaire	

¹⁴³ Source : Syndicat Mixte d'Aménagement et d'Equipement du Mont Ventoux et de Préfiguration du Parc Naturel Régional du Mont Ventoux. Cahier des charges du label « Gîte Panda » [En ligne], Disponible sur http://www.smaemv.fr/uploads/co_document/cahier-des-charges-gites-panda-porteurs-de-projet.pdf. (Consulté le 3-03-2020).

Annexe D : Tableau des portes d'entrée du Massif du Canigó ¹⁴⁴

Nom du secteur d'accueil	Orientation	Pic de référence	Hébergement d'altitude	Accès	Portes de Site	Carrefour
Mantet	Nord Ouest	Pic de la Dona	Village d'altitude de Mantet	Vallée de la Rotjà (RD6) Vallée de Mantet	Coll de Mentet Py	Villefranche-de-Conflent Nyer
Marialles	Nord	Pic du Canigó	Refuge de Marialles	RD116 Piste forestière de Marialles	Coll de Jou	Villefranche-de-Conflent
Cortalets	Est - Nord Est	Pic du Canigó	Refuge des Cortalets	Piste du Llec Chemin de Balaig RD13 RD24 RD25 RD27	Coll del Forn Coll de Milleres Bailletavy Els Masos de Valmanya	Vinça Prades
Batera / Pinosa	Est - Sud Est	Serra del Roc Negre	Refuge de Batera	RD13 RD43	Batera Coll de Palomeres Els Masos de Valmanya	Vinça Amélie-les-Bains Arles-sur-Tech
Sant Guillem	Sud	Pics Rotjà et Tres Vents	Refuge de Sant Guillem	RD74A	L'Allau	Le Tech
Les Conques	Sud – Sud Ouest	Pic du Costabona	Refuge de Les Conques	Vallée d'Agrefull Vallée du Tech Vallée de la Parcigola D115A	La Preste et Les Conques	Prats-de-Molló-La-Preste

¹⁴⁴ Source : Grand Site de France du Massif du Canigó, 2018, p. 59.

Annexe E : Tableau de l'acceptation très limitée des mesures de maîtrise de la fréquentation, pour les visiteurs.¹⁴⁵

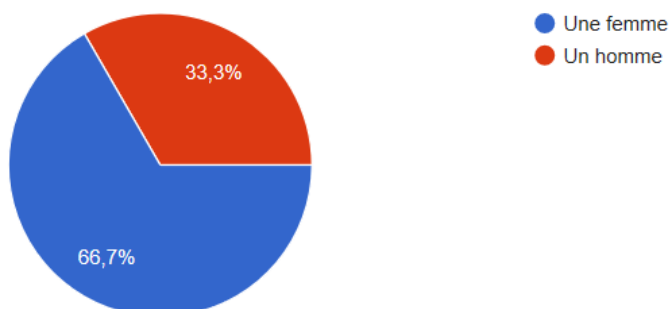
Tableau 6 : une acceptation très limitée des mesures de maîtrise de la fréquentation, pour les visiteurs enquêtés sur les trois sites

Accepteriez-vous ces éventuelles restrictions ?	Oui, mais en haute saison seulement	Oui, tout le temps	Non	NSP
Interdire l'accès à la totalité du site	12,5 %	0,8 %	86,3 %	0,4 %
Interdire l'accès à une partie du site	30,4 %	4,7 %	63,6 %	1,2 %
Limiter les heures et les jours de visite	34,1 %	5,9 %	58,8 %	1,2 %
Limiter le nombre de visiteurs (quotas)	29,2 %	2,3 %	66,5 %	1,9 %
Mettre en place un péage	4,7 %	1,6 %	92,9 %	0,8 %
Éloigner les zones de stationnement + navettes	17,8 %	12 %	68,6 %	1,6 %
Autoriser seulement visites guidées	1,6 %	0,8 %	97,3 %	0,4 %
Interdire certaines activités	3,2 %	15,5 %	79 %	2,4 %

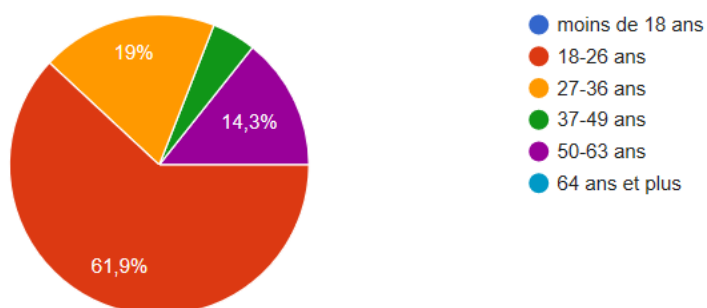
¹⁴⁵ Source : Vlès, Clarimont, 2017, p. 98-99.

Annexe F : Réponses obtenues au questionnaire après sa diffusion en ligne

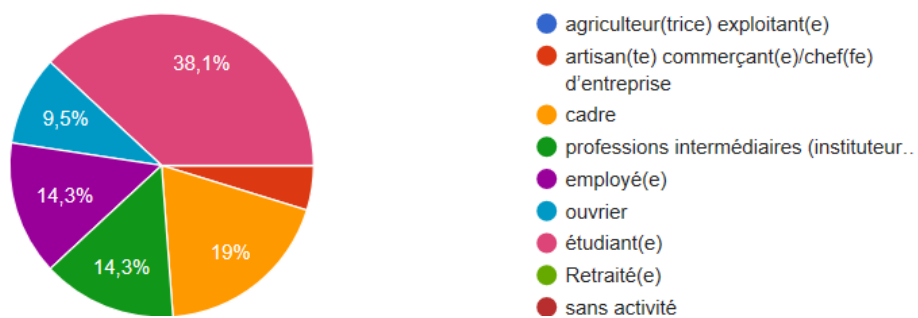
Vous êtes



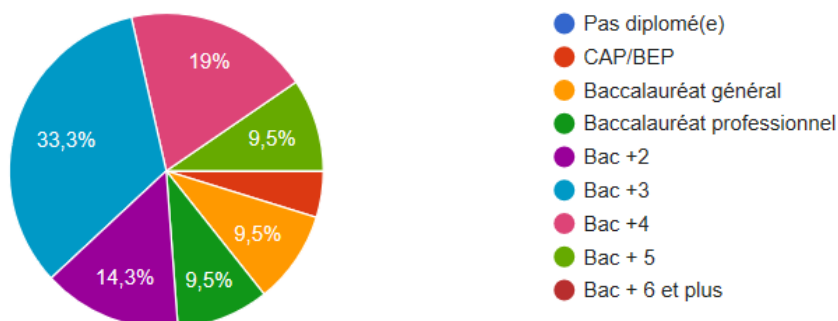
Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?



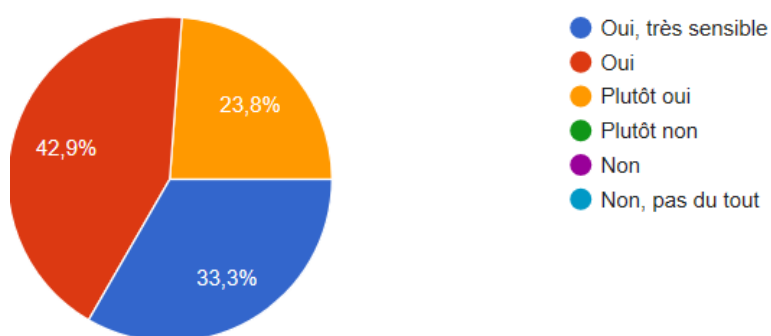
A quelle catégorie socioprofessionnelle appartenez-vous ?



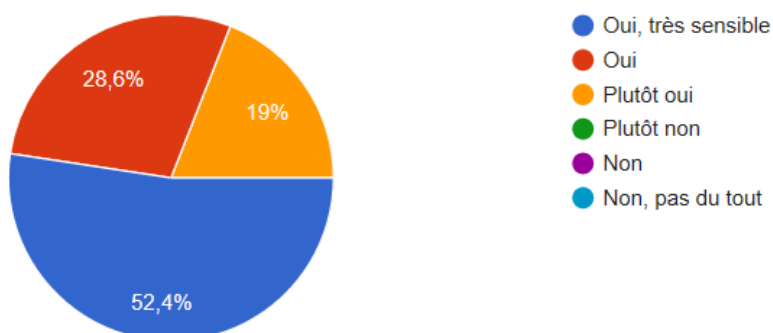
Quel est votre niveau de diplôme ?



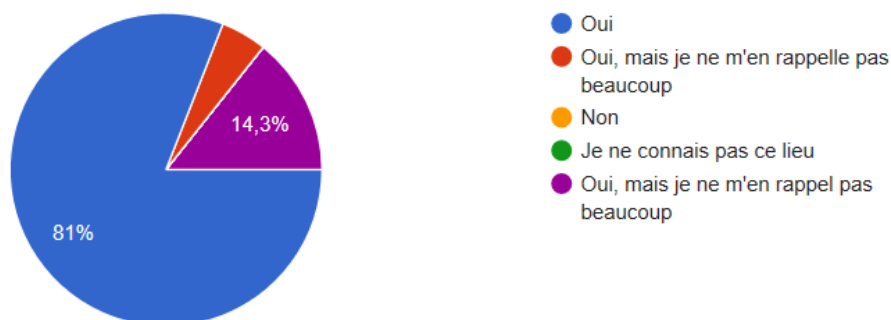
Etes-vous sensible au respect de l'environnement dans votre vie quotidienne ?



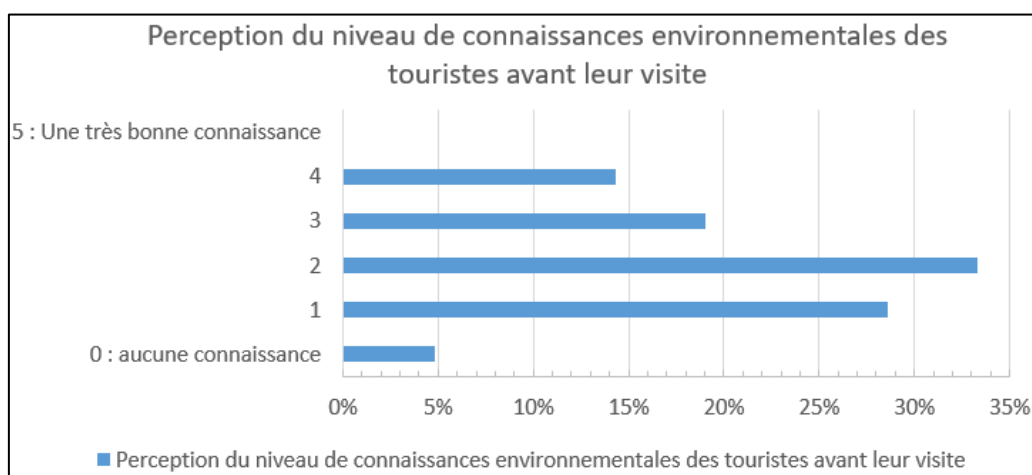
Etes-vous sensible au respect de l'environnement lorsque vous visitez des lieux naturels pendant vos vacances ?



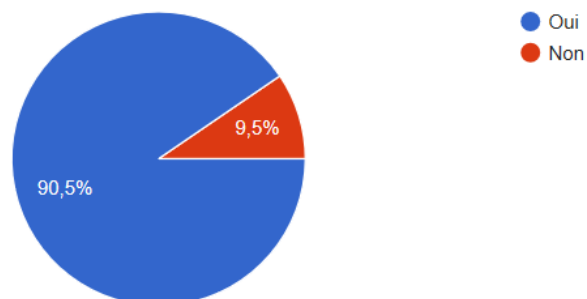
Avez-vous déjà visité le Site de la Camargue gardoise ?



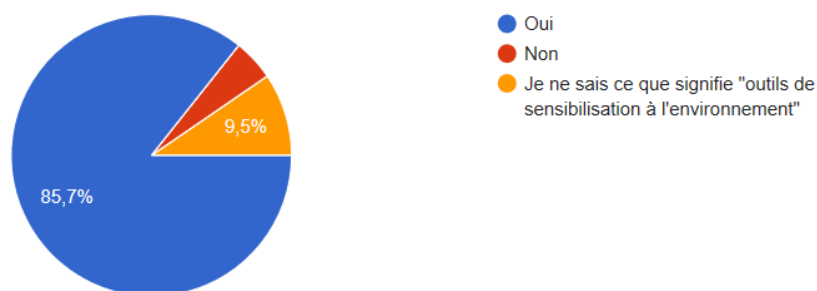
Si oui, avant votre visite, aviez-vous le sentiment d'avoir des connaissances sur l'environnement naturel de la Camargue gardoise ?



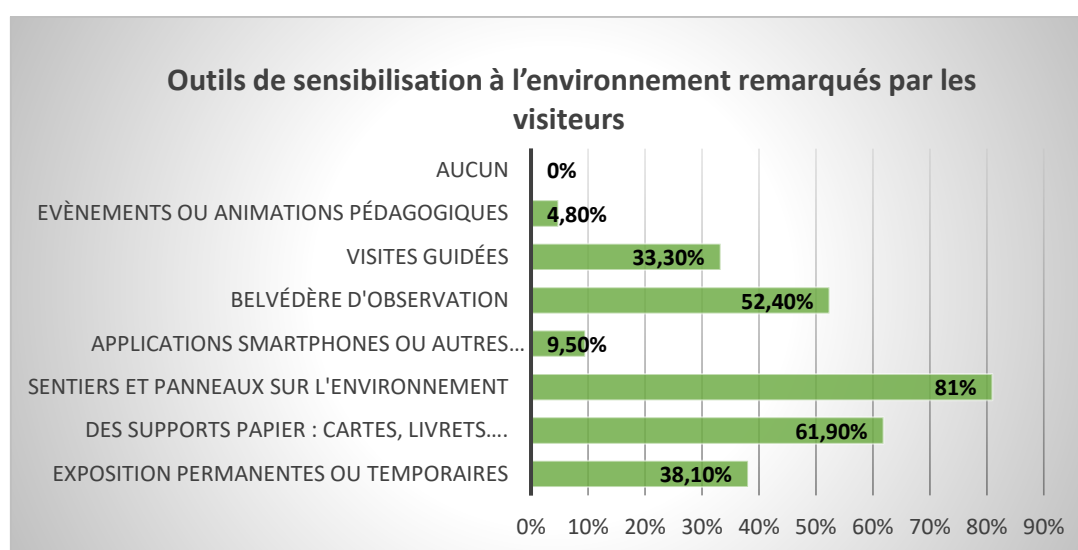
Avez-vous remarquer la volonté du Site de vous sensibiliser au respect de l'environnement ?



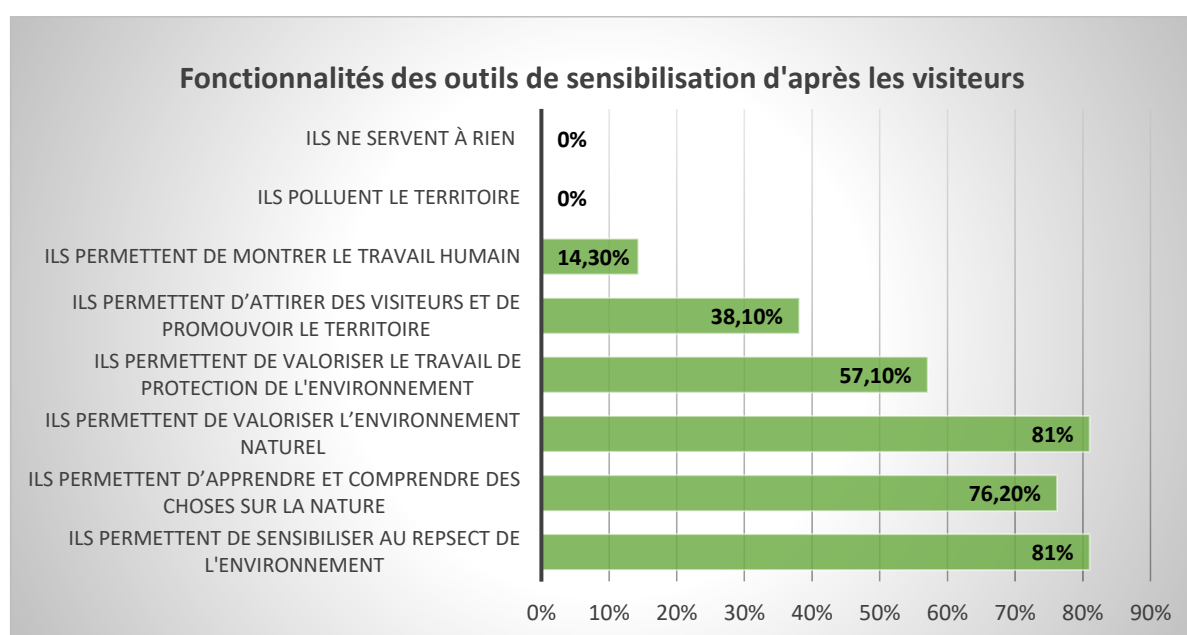
Avez-vous remarqué des outils de sensibilisation à l'environnement ?



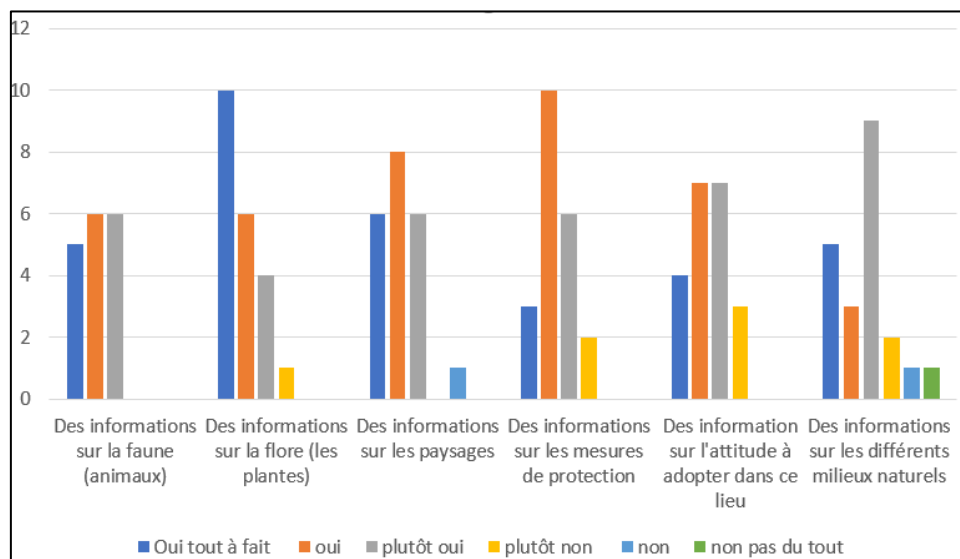
Si oui, lesquels ?



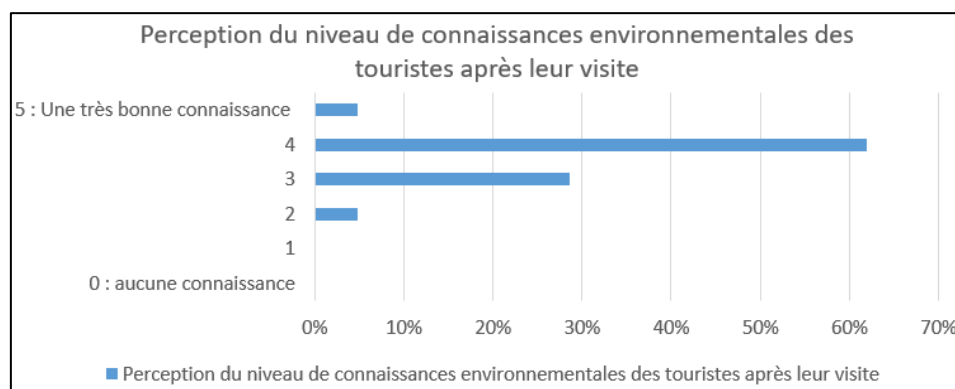
Selon vous, que permettent ces outils de sensibilisation (plusieurs réponses possibles)



Après cette visite avez-vous le sentiment d'avoir appris quelque chose sur la nature ?



Après votre visite, avez-vous le sentiment d'avoir des connaissances sur l'environnement naturel de la Camargue gardoise ?



Quelles informations avez-vous retenu de votre visite en ce qui concerne l'environnement naturel (faune, flore, paysages, milieux...) et comment l'avez-vous appris ? Réponse libre.

Réponse 1	Les flamands roses sont roses parce qu'ils mangent des crevettes de cette couleur, le guide
Réponse 2	Espèces endémiques de la camargue, culture du territoire Retenue aspect négatif sur les mesures prises contre les moustiques
Réponse 3	Nous avons fait cette visite guidée avec un guide de la région qui nous a permis de découvrir plein de chose sur le site. Nous savons maintenant que c'est un espace sensible et qu'il faut le protéger. J'espère pouvoir revenir visiter ce coin un jour !
Réponse 4	J'ai appris certaines choses sur la végétation de cette zone sur les panneaux au bord des sentiers.
Réponse 5	J'ai appris grâce aux panneaux qu'un nombre d'oiseau viennent en Camargue gardoise pour manger ou pondre. Donc j'ai su qu'il fallait préserver la nature si on voulait encore qu'ils viennent et qu'on puisse encore les observer

Réponse 6	J'ai appris grâce aux divers panneaux présents sur la plage qu'il ne fallait pas marche sur les dunes de sables en dehors des chemins créés car cela les fragilises.
Réponse 7	J'ai retenu le caractère de la sensibilisation à la faune et la flore tout ayant des comportements respectueux de l'environnement. Les chevaux et les flamands roses était sublimes. Il faut que nous respectons cette nature !
Réponse 8	Grâce à la carte du centre de découverte qui est dans la réserve j'ai voulu aller au sentier de découverte. J'ai pu apprendre plein de chose sur les oiseaux.
Réponse 9	J'ai retenu qu'il était complexe et fragile et qu'il fallait le protéger. Je l'ai appris grâce à des panneaux présent sur les plages.
Réponse 10	La Camargue gardoise est un lui de prédilection pour plusieurs espèces d'oiseaux qui y viennent pour se nourrissent et pour pondre leurs œufs. Il faut donc protéger cette flore qui accueille cette grande diversité animale.
Réponse 11	J'ai appris qu'il y avait une réserve naturelle. C'est grâce au centre de découverte que j'ai su cela. Je crois que ça veut dire que les animaux et les plantes sont protégés. J'ai voyagé ici pour la nature, je suis contente d'avoir appris cela.
Réponse 12	Je ne sais pas quoi répondre, mais je sais que la nature dans la camargue gardoise est très variée et que même si on est des touristes et qu'on ne vis pas là, il faut penser aux animaux et aux plantes. J'ai observé des oiseaux dans un endroit qui était fait pour ça.

Table des matières

Remerciements	4
Introduction générale	6
PARTIE 1 : Le patrimoine naturel, support du développement durable touristique et de sensibilisation à l'environnement	9
Introduction partie 1	10
Chapitre 1 : Le développement durable et l'environnement naturel, deux notions étroitement liées	11
1. Qu'est-ce que la biodiversité, l'environnement et le patrimoine naturel ?	11
1.1. Définition de la biodiversité, de la faune et de la flore	11
1.2. Environnement et environnement naturel	12
1.3. L'environnement naturel comme élément du patrimoine	12
1.3.1 Le patrimoine naturel	13
1.3.2 Le patrimoine naturel et l'environnement un bien commun à protéger	13
1.4. L'homme et son rapport à la nature	14
2. La notion de développement durable	14
2.1. Éléments de définition du développement durable	14
2.2. Son histoire	15
3. Disparition et protection de l'environnement	17
3.1. Disparition des espèces vivantes, vers une nouvelle extinction massive ?	17
3.1.1 L'UICN et la liste rouge mondiale des espèces menacées	18
3.2. Le concept de protection...	19
3.2.1 ... encadrée par le droit : paysages et biodiversité	19
3.2.2 ... son histoire	20
3.2.3 ... à travers les aires protégées	20
Chapitre 2 : De l'avènement du tourisme à sa tentative d'adaptation à l'environnement, un phénomène à surveiller.	22
1. Le tourisme et l'histoire de ce phénomène ambiguë.	22
1.1. Histoire du tourisme	22
1.2. Le tourisme, un phénomène en constante augmentation	24
1.3. Les effets néfastes, conséquence d'un tourisme mal maîtrisé	25
1.4. L'environnement en danger, lié à l'activité touristique	26
2. Le développement durable intégré au tourisme	27
2.1. Le tourisme durable	27
2.2. Charte du tourisme durable	29
2.3. Le code mondial d'éthique du tourisme	29

3. Les formes de tourisme respectueuses de l'environnement : la prégnance du tourisme durable	29
3.1. Tourisme respectueux de l'environnement, une variété de vocales	30
3.2. L'environnement, un instrument marketing ?	31
3.1.1 Les labels de tourisme durable	32
3.1.2 Le marketing environnemental, promouvoir ou protéger ?	33
3.3. Les acteurs œuvrant pour un tourisme respectueux de l'environnement	34
3.3.1 Les Parcs Naturels Régionaux (PNR)	34
3.3.2 Les réserves naturelles de France :	35
3.3.3 Patrimoine naturel mondial de l'UNESCO	36
3.3.4 Le réseau international des réserves de biosphère	36
3.3.5 Les Grands Sites de France	37
Chapitre 3 : Le tourisme peut-il être une ressource pour sensibiliser aux questions environnementales	
?	39
1. Apprentissage de savoir à travers la pratique touristique	39
1.1. Tourisme vecteur d'apprentissage à travers l'histoire	39
1.2. La notion d'éducation dans la pratique du voyage.	40
1. Sensibilisation et éducation à l'environnement	40
2.1. Apprentissage et éducation	40
2.2. Interprétation et sensibilisation	41
2.3. Qu'est-ce que l'éducation à l'environnement ?	42
2.3.1 Les conditions pour sensibiliser à l'environnement	43
3. Le tourisme, levier de sensibilisation à l'environnement	44
3.1. Dans la pratique touristique, « éducation » ou « sensibilisation » à l'environnement ?	44
3.2. Nécessité de trouver un équilibre en promotion et sensibilisation	45
Conclusion partie 1	47
PARTIE 2 : Les moyens mis en place pour sensibiliser les touristes au respect de l'environnement	48
Introduction Partie 2	49
Chapitre 1 : L'existence d'outils de sensibilisation pour un développement touristique et une protection de l'environnement.	50
1. Le processus d'interprétation au service de la sensibilisation à l'environnement dans le tourisme	50
2. Une multiplicité d'outils au service du territoire pour sensibiliser les touristes	51
2.1. Ecomusées et centres d'interprétation	51
2.2. Le sentier d'interprétation et le panneau didactique in situ	53
2.3. Les publications, outils de sensibilisation à l'environnement	55

2.4. Les outils numériques audiovisuels, outils controversés de l'interprétation	55
2.5. Les évènements ponctuels, potentiels moyens de sensibilisation	56
3. Les démarches qualité, boîte à outils de sensibilisation à l'environnement	56
3.1. L'exemple du label Gîte Panda	57
4. Les acteurs du déploiement des outils de sensibilisation	58
4.1. Le PNR acteur en charge de la diffusion des outils de sensibilisation à l'environnement	58
4.2. Les associations environnementales, créatrices de contenus et actrices de la diffusion	60
5. La nécessité de partenariats public-privés pour la mise en place de ces outils	61
Chapitre 2 : La nécessité de mettre en place des stratégies locales par la régulation de la fréquentation.	63
1. Le positionnement, un premier pas pour sensibiliser	63
2. La capacité de charge des sites naturels touristiques	64
3. Les stratégies locales par la régulation de la fréquentation sur les sites naturels touristiques	65
3.1. Stratégie de diversification des points d'attrait touristiques et des portes d'entrées	66
3.2. La régulation par l'aménagement physique de l'espace	67
3.3. La régulation de l'accès par l'effort	67
3.4. La régulation par l'organisation des modes de transport	68
4. Les autres mesures et politiques réglementées	68
4.1. L'étalement ou la restriction des flux touristiques dans le temps	68
4.2. La gestion des flux par la régulation commerciale	69
4.3. La régulation touristique par l'application de quotas	70
5. Les stratégies locales comme moyens de sensibiliser les touristes à l'environnement	70
5.1. Des mesures pouvant être mal perçues par les visiteurs	70
5.2. Des mesures acceptées et comprises par les touristes	71
Chapitre 3 : La population, actrice du développement d'un tourisme respectueux de l'environnement sur son territoire.	74
1. La population locale, porteuse de savoirs sur son environnement naturel	74
2. Le tourisme participatif pour transmettre les savoirs locaux	75
3. L'inclusion de la population locale dans les prises de décisions	76
4. L'inclusion des populations sur le terrain...	77
4.1. ...Dans les contenus de sensibilisation aux touristes	77
4.2. ... Au contact des touristes : le guide et l'animateur	78
4.3. Des informations et des formations pour les locaux	79
Conclusion partie 2	81
PARTIE 3 : Les Grands Sites de France et la Camargue gardoise site naturel des Grands Sites de France	82

Introduction partie 3	83
Chapitre 1 : Présentation du Réseau et du label Grand Site de France	84
1. Le réseau	84
1.1. Qu'est-ce que le Réseau des Grands Sites de France (RGSF) ?	84
1.2. Les origines : la politique publique Grand Site	85
1.2. Pourquoi faire partie du RGSF ?	86
1.2.1 Valeurs communes du RGSF	87
2. L'Opération Grand Site de France et le label	89
2.1. L'opération Grand Site de France	89
2.1.1 Les objectifs de l'Opération Grand Site de France (OGS) :	89
2.2. Qu'est-ce que le label Grand Site de France ?	91
2.2.1 La démarche pour l'obtention du label	91
2.2.2 La portée juridique du label	92
3. Justification du choix du terrain d'étude	93
Chapitre 2 : Le site naturel de la Camargue gardoise, labellisé Grand Site de France	96
1. Présentation de la Camargue gardoise	96
1.1. Labellisation du Site	96
1.2. Le patrimoine naturel	97
1.3. Le patrimoine culturel	99
1.4. Le Syndicat mixte pour la gestion et la protection de la Camargue gardoise	100
2. Les acteurs de la sensibilisation sur le Site : la Maison du Grand Site et Le Centre de découverte du Scamandre	101
2.1. La Maison du Grand Site	101
2.2. Le Centre de découverte du Scamandre	102
3. Justification du choix du terrain d'étude et quelques pistes de réponses à la problématique	102
3.1. Raisons du choix du terrain d'étude	102
3.2. Pistes de réponse à la problématique	103
Chapitre 3 : Méthodologie probatoire envisagée et ébauche de résultats	107
1. Les outils de sensibilisation sont-ils efficaces pour sensibiliser les touristes au respect de l'environnement ?	107
1.1. La méthode quantitative	107
1.2. Le questionnaire auprès des touristes	107
1.2.1 Contenu du questionnaire	108
1.2.2 Ebauche de résultats et première analyse	111
2. Les stratégies locales de régulation de la fréquentation permettent-elles de sensibiliser les touristes au respect de l'environnement ?	115
2.1. La méthode qualitative	115
2.2. L'entretien semi-directif auprès d'experts du territoire	116

2.2.1 Le guide d'entretien pour mener l'entretien semi-directif	116
2.3. Le photo-questionnaire auprès des visiteurs	117
2.3.1 Contenu du photo-questionnaire	118
3. La population locale peut-elle participer à sensibiliser les touristes au respect de l'environnement ?	119
3.1. La méthode qualitative	119
3.2. L'entretien semi-directif auprès des locaux	119
3.2.1 Guide d'entretien à destination des habitants	120
3.2.2 Guide d'entretien à destination des Ambassadeurs du Patrimoine	121
Conclusion partie 3	123
Conclusion générale	124
BIBLIOGRAPHIE	127
TABLE DES FIGURES	133
TABLE DES TABLEAUX	134
TABLE DES ANNEXES	135
Table des matières	157

Résumé

Le développement d'un tourisme respectueux de l'environnement est au cœur de cette étude. Ce travail vise à comprendre comment un territoire peut sensibiliser les touristes au respect de l'environnement tout en promouvant son patrimoine naturel. Ainsi, les outils de sensibilisation, les stratégies locales de régulation de la fréquentation et l'inclusion de la population locale sont des axes de réflexion intéressants. L'analyse d'un label national tel que celui des Grands Sites de France est pertinente car les territoires labellisés ont pour vocation de développer un tourisme respectueux de l'environnement naturel tout en sensibilisant les visiteurs. La Camargue gardoise (labellisée Grand Site de France) est un terrain d'étude adéquat car elle possède un patrimoine naturel riche et protégé. Ce territoire naturel et touristique attire de nombreux visiteurs et met en place des outils de sensibilisation, diverses stratégies de régulation et inclut les locaux dans le développement d'un tourisme respectueux de la nature.

Mots clés : sensibilisation – environnement – développement durable – territoire – Grands Sites de France

Summary

Study's subject is tourism's development environmentalment respectfull. The aim is understand how a territory can make tourist aware of environmental's respect and promote it in the same time. So, awareness-raising tools, local strategies of régulation and population's inclusion are interesting approach. Analysis of « Grands Site de France » national certification label is relevant because territories' vocation is developp tourism's environmentalment respectfull and sensibillize visitors. The Camargue gardoise is appropriate territory because it got natural heritage rich and protected. This natural and touristic place attract many visitors and put awareness-raising tools, strategies of régulation and population's inclusion in place in the development of tourism respectfull of the environment.

Key-words: awareness – environment – sustainable development – territory – Grands Sites de France