



Institut Universitaire
de Technologie
Aix-Marseille Université



MARAIS du
VIGUEIRAT



Réserve Naturelle Régionale
TOUR DU VALAT



Institut Universitaire de
Technologie de Provence
Aix-Marseille Université



Observatoire
des Zones Humides
Méditerranéennes

Analyse des services récréatifs et éducatifs des zones humides en Méditerranée : Cas des Marais du Vigueirat (Camargue – France)



Par : **Marion Suc**

Sous la direction de :

Jean-Pierre Meng (tuteur LPMO)

Caroline Meffre-Gazzera (Marais du Vigueirat)

Laurent Chazee (Tour du Valat)

Stage réalisé du 25 Mars au 30 Septembre 2013

Rapport présenté dans le cadre du stage de la Licence Professionnelle Management des
Organisations parcours Développement Durable des Territoires Ruraux
(**LPMO DDTR 2012-2013**)

IUT d'Aix Marseille Département GACo, Licence LPMO

Remerciements

J'aimerais avant tout remercier toute les personnes qui m'ont encadré pendant ce stage de licence Développement Durable des Territoires Ruraux et en particulier :

- **Laurent Chazee** (chef du département « Suivi-évaluation et politiques Zones Humides » à la Tour du Valat.) : Pour l'encadrement, le suivi et ses conseils. Toujours disponible, il m'a guidé pendant chaque phase de l'étude et lors de la rédaction de ce rapport de stage.
- **Caroline Meffre-Gazzera** (coordinatrice tourisme aux Marais du Vigueirat) : Pour m'avoir accompagné au jour le jour et m'avoir accordé sa confiance. Elle m'a permis de réaliser des tâches supplémentaires complémentaires au sujet de mon stage. Cela m'a permis d'approfondir certaines dimensions de ce travail tout en complétant ma formation.
- **Jean-Laurent Lucchesi** (directeur des Marais du Vigueirat) : Il a pris le temps de me rencontrer à plusieurs reprises et de répondre à mes diverses interrogations.
- **L'équipe des Marais du Vigueirat et ses prestataires** : Pour son accueil, sa bonne humeur, pour les actions que nous avons pu mener ensembles et pour tout ce que j'ai pu apprendre d'un point de vue naturaliste et touristique grâce à vous.
- **Jean-Pierre Meng** (tuteur de mon stage de licence professionnelle Développement Durable des Territoires Ruraux) **et l'équipe enseignante de la licence** : Pour le suivi, les corrections et les conseils pendant mon stage et pendant l'année.

Sommaire

Introduction.....	5
I. Le contexte général du projet.....	8
I.1) Le contexte territorial et les structures à l'origine du projet	8
A) Les zones humides dans le monde, en méditerranée et en France.....	8
B) Contexte historique et géographique du territoire.....	9
C) L'association des Amis des Marais du Vigueirat.....	16
I.2) Les services des écosystèmes et le projet d'indicateur.....	18
A) Les services des écosystèmes.....	18
B) Le choix de l'indicateur.....	19
II. Méthodologie d'étude	21
II.1) Le choix des sites.....	21
II.2) La recherche bibliographique.....	22
II.3) Les analyses.....	22
A. L'analyse quantitative.....	22
B. L'analyse qualitative.....	23
II.4) Méthode d'analyse des résultats.....	25
III. L'analyse des résultats et préconisations.....	27
III.1) Une vision globale donnée par l'enquête quantitative.....	27
A) Le nombre de visiteurs par année	27
B) La répartition des visiteurs dans l'année.....	27
C) La communication.....	28
D) L'origine des visiteurs.....	29
III.2) L'enquête qualitative : pour mieux comprendre les raisons, les perceptions et les attentes des visiteurs.....	30
A. Attractivité sur le territoire et profils de visite.....	30
B. Profil des visiteurs et motifs de visite.....	34
C. Les éléments d'attractivité.....	43
D. Perception des services et infrastructures du site.....	50
E. La découverte et la sensibilisation : quels effets sur les connaissances des visiteurs et les changements de comportement?.....	52
F. La perception des Zones Humides par les visiteurs.....	54
III.3) Conclusion de l'analyse des publics sur le site des Marais du Vigueirat.....	56
III.4) Les préconisations pour le site.....	57
A. Pour les Marais du Vigueirat	57
B. Pour l'OZHM et les services culturels des ZH.....	63
III.4) Un projet complémentaire : Participation à la vie des Marais du Vigueirat.....	64
Conclusion.....	66
Références :	67
Annexes.....	70

Introduction

Dans les années 1970, une séparation grandissante entre l'homme et la nature est constatée. Afin de les réconcilier, et cibler les économistes et les acteurs du développement, il a fallu adapter la communication afin de valoriser la nature.¹ Le principe de service des écosystèmes apparaît en 2005 avec les Objectifs Écosystémiques du Millénaire (MEA : Millénium Ecosystem Assessment). Dans le cadre de la Convention de Ramsar², l'Observatoire des Zones Humides Méditerranéenne³ et le comité MedWet⁴ ont décidé de mettre en place un indicateur des services rendus par les écosystèmes⁵.

Après une première phase de test de l'indicateur des services culturels⁶ des Zones Humides sur le site de Sidi Boughaba au Maroc en 2012, l'évaluation s'étend sur trois sites en Camargue⁷ en 2013. Sept autres sites sont analysés dans d'autres pays cette année⁸. A terme, le projet couvrira 25 sites dans 10 pays méditerranéens. Cette étude permettra d'apporter un angle de vue complémentaire du rôle et des bénéfices rendus par ces écosystèmes afin de communiquer auprès de trois types d'acteurs principaux : le grand public, les décideurs locaux, les décideurs nationaux. Ce travail au niveau régional servira également de référence aux décideurs supra-nationaux, en particulier les conventions de Ramsar et de la Diversité Biologique⁹, intéressés par l'amélioration des suivis et de la connaissance des services des écosystèmes. Une étude comparée des trois sites de Camargue est prévue dès la fin 2013.¹⁰

Le site étudié pendant ce stage s'intègre dans le territoire du Parc Naturel de Camargue. Les Marais du Vigueirat font partie des 6 millions d'hectares suivis par Ramsar dans le bassin méditerranéen. Cette zone humide présente l'une des images de la mosaïque camarguaise. « *Dans ce bout du monde, aux mas et petits hameaux distants les uns des autres, l'homme camarguais, individualiste, perçoit comme un idéal son osmose avec les éléments* » (Pelen, 1985).¹¹ Une terre de culture et de traditions où les mythes et coutumes locales permettent du moins de mettre en valeur les qualités intrinsèques d'un territoire d'aspect sauvage bien que fortement anthropisé. Ses lagunes et marais, véhiculent encore l'image d'un espace un peu mystérieux, peuplé de bêtes étranges, de moustiques, où les terres sont difficilement exploitables. « *La nature, les paysages étranges et sans limites des marais, les mélanges confus de l'eau, de la terre et du ciel, l'évocation d'une terre de poésie et de mirages d'où l'homme est bien souvent absent, les horizons sans limite* » (Picon, 1995), quelques mots pour transformer un endroit redouté en territoire d'attrait.

Le territoire bénéficie en effet d'une forte notoriété touristique. « *Un nombre croissant de touristes se rend aujourd'hui dans les zones humides pour y observer des espèces charismatiques. [...] L'ornithologie est une activité de loisir en plein essor.* »¹² On comprend donc bien l'intérêt que peut représenter une zone

1 : « *Le concept des services des écosystèmes, apparu dans les années 70, partait du constat qu'il fallait réconcilier la nature avec l'humain, qui s'en éloignait dans sa course au développement socio-économique.* » Gomez-Baggethum et de Groot, 2010

2 : Convention œuvrant pour la protection et la conservation des Zones Humides.

3 : OZHM se caractérise comme un outil de l'initiative MedWet.

4 : The Mediterranean Wetlands Initiative est la première initiative régionale de Ramsar lancée en Méditerranée.

5 : Les services des écosystèmes sont de 4 types : approvisionnement, régulation, auto-entretien et culturels.

6 : L'indicateur entre dans le cadre du troisième thème de l'OZHM : « *Évaluation des services écologiques* », lui-même permettant de mesurer le niveau d'atteinte du troisième objectif de l'OZHM : « *Évaluation du niveau de considération des zones humides dans le contexte du développement durable en méditerranée* ».

7 : Marais du Vigueirat, Pont de Gau, Scamandre

8 : 5 en algérie, 1 tunisie, 1 espagne

9 : Convention de la Diversité Biologique = CBD

10 : Cette étude sera réalisée par moi-même, Marion Suc, dans le cadre d'un service civique.

11 : « *Caractérisation des services rendus par les écosystèmes d'une zone humide méditerranéenne : l'exemple de la Camargue* » M.Thollon, Tour du Valat, Université Joseph Fournier.

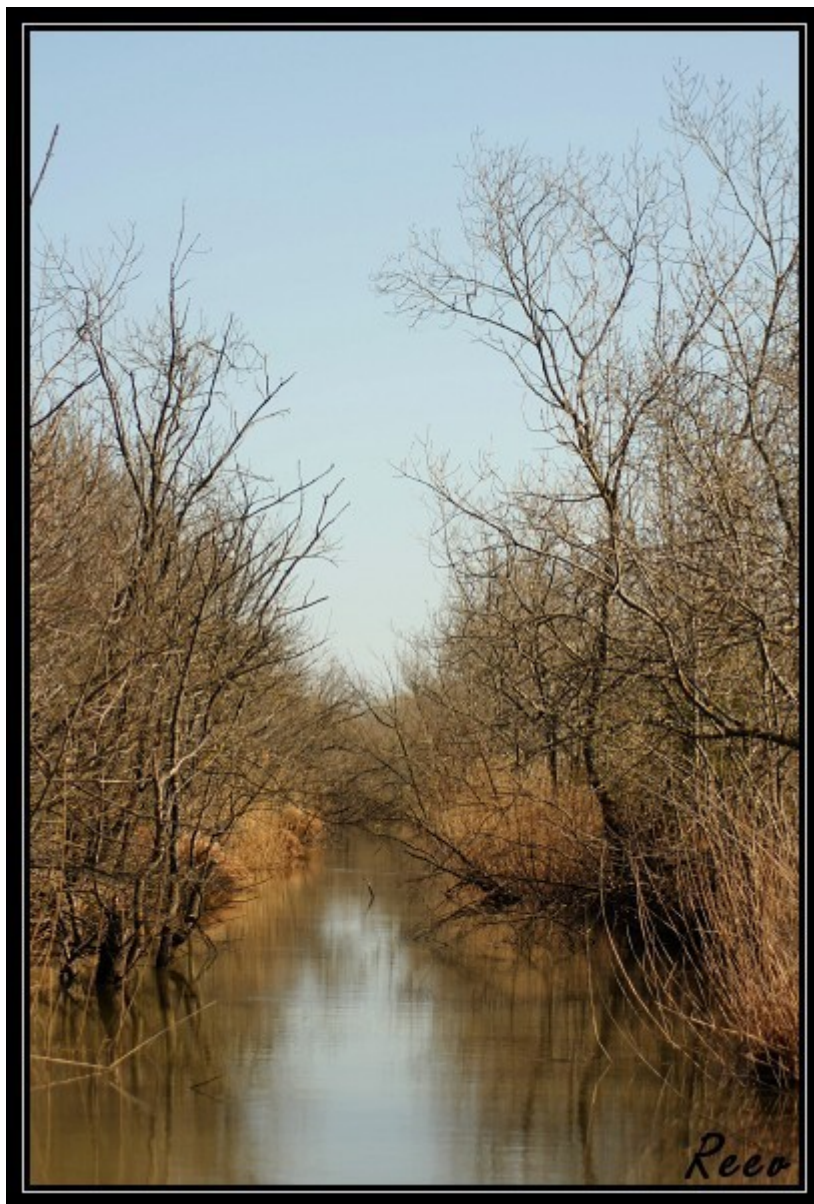
12 : Observatoire des Zones Humides Méditerranéennes, 2012. Biodiversité – État et tendances des espèces des zones humides méditerranéennes. Dossier thématique N°1. Tour du Valat, France. ISBN : 2-910368-57-2. p.36

humide en tourisme durable. A cette dimension ornithologique s'ajoute la dimension paysagère et l'intégralité des ressources naturelles, historiques et sociales de ce territoire. Sur ces espaces, les valeurs éducatives sont grandement mises en avant par des activités spécifiques d'accueil de public scolaire. Les sentiers de découverte couvrent 42km du territoire du Parc Naturel Régional de Camargue (PNRC, 2006).

Le stage que j'ai réalisé avec la Tour du Valat sur le site des Marais du Vigueirat consiste donc en l'évaluation des services culturels de l'espace étudié grâce à l'utilisation, l'adaptation et l'interprétation d'un outil préalablement réalisé. Les étapes principales de ce travail ont nécessité une recherche préalable d'informations, des enquêtes avec les visiteurs, une analyse des données collectées qui sont présentées dans un document de restitution. A l'avenir, une analyse comparative entre les divers sites étudiés permettra de mettre en exergue les similitudes et divergences existantes ainsi que les actions pouvant se révéler intéressantes dans un contexte plus global.¹³ Le travail comporte une partie de préconisations pour le site étudié et a été complété par diverses missions complémentaires.

13 : Un premier rapport sera rédigé à partir de fin 2013 afin de réaliser l'analyse comparative de trois sites étudiés en Camargue. Ce travail sera réalisé dans le cadre du Service Civique que je vais réaliser pour les Marais du Vigueirat de début Octobre 2013 à fin Juin 2014 et sera suivi par la Tour du Valat.

I. Le contexte général du projet



I. Le contexte général du projet

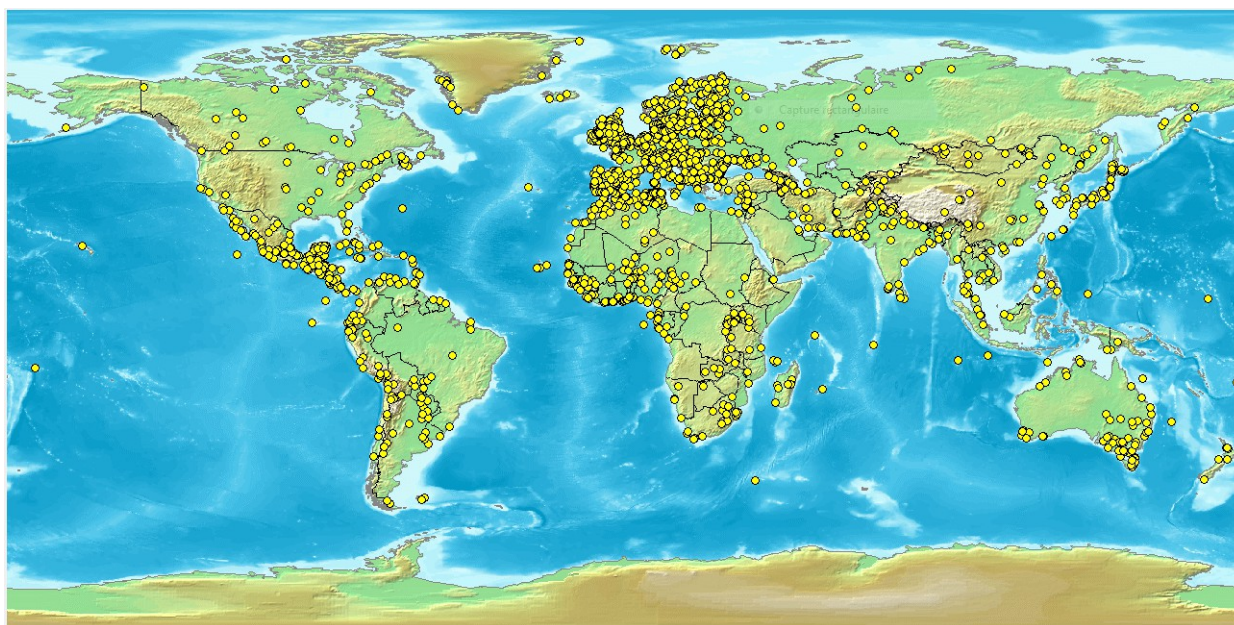
I.1) Le contexte territorial et les structures à l'origine du projet

A) Les zones humides dans le monde, en méditerranée et en France

Les zones humides sont des « terrains, exploités ou non, habituellement inondés ou gorgés d'eau douce, salée ou saumâtre de façon permanente ou temporaire. La végétation, quand elle existe, y est dominée par des plantes hygrophiles pendant au moins une partie de l'année. »¹⁴ Elles représentent une très grande variété de milieux, dans de nombreuses régions du monde. Elles peuvent être d'origine naturelle ou anthropique. Ce sont aussi bien des retenus et plan d'eau, lac naturels, marais salants, étangs piscicoles, herbiers marins, tourbières, cours d'eau, ... Près de 50% des Zones Humides ont disparu depuis 1900, cette tendance à la baisse continue.¹⁵ Les zones humides naturelles sont les plus touchées par cette diminution tandis que les zones humides artificielles augmentent. *Plus d'informations sur l'intérêt de la préservation des zones humides en Annexe 1 : Pourquoi s'intéresser aux zones humides ?*

Les zones humides dans le monde

Les zones humides couvrent plus de 6%¹⁶ de la planète ce qui représente une surface estimée entre 0,75 et 1,3 milliard d'hectares.¹⁷ Parmi les 165 pays de la convention de Ramsar, on estime à 2 123 le nombre de zones humides¹⁸ d'importance internationale. (Cf : *Carte 1 : Répartition des sites Ramsar dans le monde*) Elles couvrent plus de 205 millions d'hectares¹⁹ dans le monde.



Carte 1 : Répartition des sites Ramsar dans le monde

14 : Loi sur l'eau (Art. L.211-1)

15 : *Les zones humides méditerranéennes : Enjeux et perspectives. Premier rapport de l'Observatoire des Zones Humides Méditerranéennes - Rapport technique - (2012). Tour du Valat, France. 128 pages. p.12*

16 : Skinner & Zalewski, 2005

17 : Finlayson & Davidson 1999

18 : <http://www.ramsar.org>

19 : <http://www.ramsar.org>

La Convention de Ramsar s'inscrit dans la continuité d'une série de démarches déjà engagées. L'Évaluation des Écosystème pour le Millénaire (Millennium Ecosystem Assessment = MEA), œuvre depuis 2000 sur les problématique et orientations à prendre pour limiter la dégradation de nos milieux de vie. La Convention sur la Diversité Biologique (CDB) reprend le même principe puisqu'elle a pour objectif d'influer sur le développement de « *stratégies politiques et de gestion ambitieuses, proactives et tournées vers l'avenir.* »²⁰ Un partenariat sera établi entre Ramsar et la CDB dès 1996.

Plus d'informations sur le contexte historique des démarches préalable (Janeiro, CBD, MEA, TEEB, Postdam, Johannesburg, Nagoya, modèle DPSIR, ...) en Annexe 2 : Contexte historique des mesures et conventions.

Les Zones Humides en méditerranée

En 2013, l'initiative MedWet couvre 27 pays de la méditerranée²¹ de quatre sous-régions: Maghreb, Moyen-Orient, Balkan et Europe de l'Ouest. Ces zones humides sont regroupées en deux grandes catégories, celles du Nord et celles du Sud de la méditerranée.

L'initiative MedWet se présente comme une initiative de Ramsar sur la région méditerranéenne. Les zones humides représentent entre « 15 et 22 millions d'hectares » Parmi elles, 3,5 à 5 millions d'hectares sont des zones humides artificielles.²² *Plus d'informations sur l'historique, les sites et surfaces MedWet en Annexe 3 : Ramsar, MedWet l'OZHM.*

Les zones humides en France

La France compte 42 zones humides sur plus de 3,5 millions d'hectares.^{23 24}

Un « plan national d'action en faveur des zones humides 2010-2012 »²⁵ a été réalisé sur la base d'un bilan de la situation des zones humides réalisé par l'OZHM. Le Ministère de l'Environnement travaille donc dans ce cadre avec différents acteurs comme l'ONEMA, le Museum d'histoire naturelle, le Ministère de l'Agriculture, la DREAL, les représentants de Natura 2000, la Tour du Valat, l'Agence de l'Eau, ... Les objectifs principaux sont « *d'améliorer les pratiques sur les zones humides, développer des outils de gestion des zones humides et répondre aux engagements de la France pour la mise en œuvre de la convention de Ramsar.* »²⁶ La poursuite et la reconduction de ce plan d'action est actuellement en discussion.

B) Contexte historique et géographique du territoire

a) La Camargue

Les 84.000 hectares constituant la Camargue sont généralement perçus comme un espace « naturel » et « sauvage ».²⁷ Pourtant ce territoire est grandement façonné par l'homme depuis plusieurs siècles, notamment en ce qui concerne toute la gestion hydraulique.

20 : *Cahier technique n°50*. Secrétariat de la Convention sur la diversité biologique. p.7

21 : *Rapport d'Activité 2012 – Tour du Valat*. (2013). Tour du Valat. p.39

22 : *Existing Areas and past changes of wetland extent in Mediterranean region : an overview*. 2012. C.PERRENOU, C.BELTRAME, A.GUELMAMI, P.TOMAS VIVES, P.CAESSTEKER. p.59

23 : *Existing Areas and past changes of wetland extent in Mediterranean region : an overview*. 2012. C.PERRENOU, C.BELTRAME, A.GUELMAMI, P.TOMAS VIVES, P.CAESSTEKER.

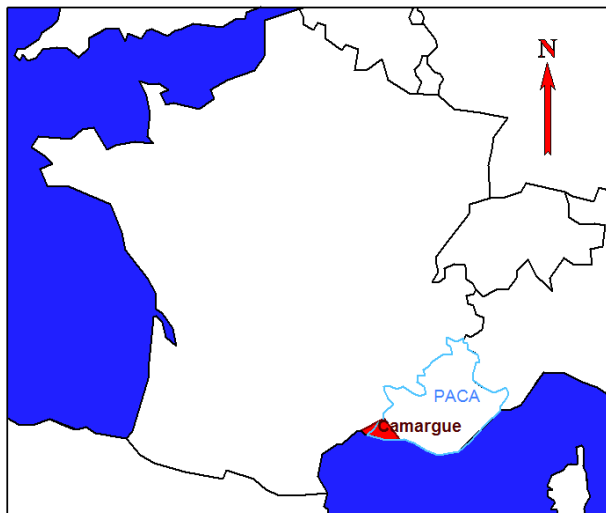
24 : *Une présentation des zones humides françaises et de leurs intérêts est disponible sur la page internet suivante :*
<http://www.zones-humides.eaufrance.fr/?q=node/201>

25 : <http://www.zones-humides.eaufrance.fr/?q=node/1780>

26 : <http://www.zones-humides.eaufrance.fr/?q=node/1780>

27 : Picon, 1988

Localisation :



La Camargue au sens large représente une Zone Humide étendue sur les Bouches-du-Rhône en Région Provence-Alpes-Côte-d'Azur mais aussi dans le Gard en région Languedoc-Roussillon comme le montre la « Carte 2 : Localisation de la Camargue en France ».

Carte 2 : Localisation de la Camargue en France

La Camargue au sens large est composée de trois espaces géographiques présentés sur la Carte 3 : Les différentes parties de la Camargue :

- L'île de Camargue est comprise entre les deux bras du Rhône et présente la plus grande superficie avec 78.000 hectares.
- La Camargue Gardoise et la Camargue Saintoise forment la petite Camargue dont les 35.900 hectares sont à cheval sur les Bouches du Rhône et et le Gard.
- Le Plan du Bourg constitue les 31.000 hectares compris entre le grand bras du Rhône et la Crau.



Carte 3 : Les différentes parties de la Camargue

Historique de la Camargue:

Le Delta du Rhône apparaît au Néolithique soit il y a environ 10,000 ans. L'agriculture semble y débiter à l'époque romaine tandis que les premiers endiguements, l'exploitation forestière pour la marine et l'établissement des premières villes datent du Moyen-Âge. Parallèlement à l'endiguement et au développement des réseaux d'irrigation, les canaux de drainages commencent à être mis en place dès le 16ème siècle pour permettre l'écoulement des excédents d'eau.²⁸

Entre le 17ème et le 19ème siècle, l'agriculture se développe tandis que les endiguements continuent permettant ainsi de maîtriser l'eau. Ils sont encore aujourd'hui utilisés en agriculture pour l'irrigation gravitaire. Les grandes propriétés terriennes sont nombreuses et développent principalement l'agriculture céréalière, l'élevage ovin et la viticulture. Parallèlement à cela, l'exploitation du sel se développe à Salin-de-Giraud. Ce sera la source d'un conflit sur la gestion de l'eau entre les saliniers privilégiant l'eau salée et les agriculteurs privilégiant l'eau douce pour l'irrigation des parcelles de vigne entre le 19ème et le 20ème siècle lors de la crise du phylloxéra.²⁹

Dans la seconde moitié du 20ème siècle, l'agriculture s'intensifie et la riziculture inondée se développe. L'urbanisation et l'industrialisation touchent principalement la périphérie de l'Île de Camargue. Pendant toute cette période, les zones humides sont les milieux naturels qui régresseront le plus face aux pressions anthropiques.³⁰ C'est aussi à cette période, sous l'influence du marquis Folco de Baroncelli, que se développe la « culture camarguaise » avec ces chevaux et taureaux typiques. Les ovins, encore abondants au début du 20ème siècle, leurs laisseront la place à partir des années 1970.³¹

Quelques caractéristiques actuelles :**→ La démographie**

La population y est relativement peu abondante. L'INSEE dénombrait 55.000 personnes en Camargue en 2008. Mais Arles représente à elle seule 52.000 personnes. Bien qu'une petite partie de cette population vive dans le territoire camarguais, la population habitant réellement en Camargue avoisine plus les 8.000 personnes.³² Le tourisme implique de très fortes variations dans la densité de population puisque l'on peut dénombrier jusqu'à 100.000 personnes par jour en saison estivale.

28 : <http://www.parc-camargue.fr>

29 : Picon, 1988

30 : <http://www.parc-camargue.fr>

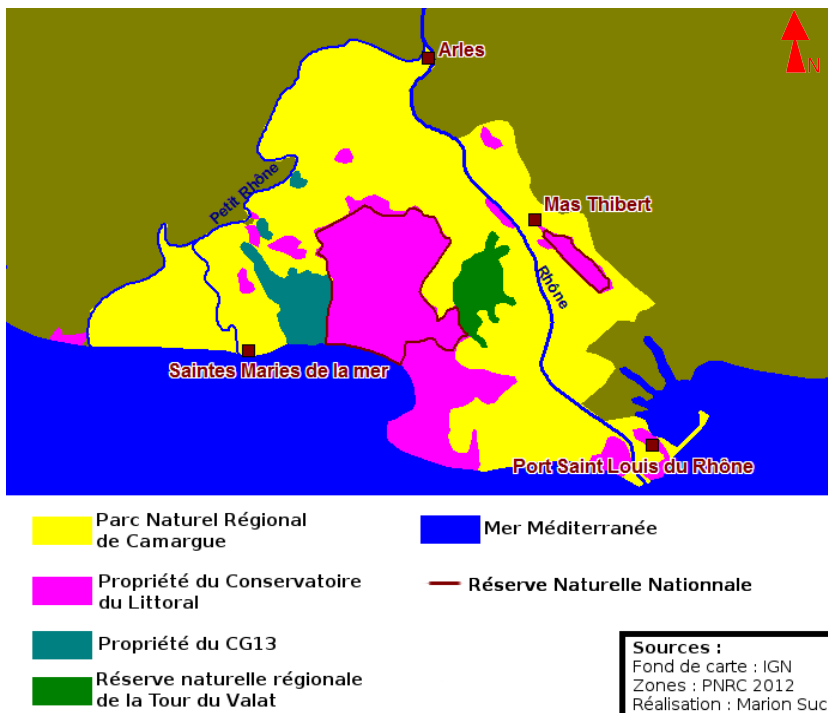
31 : *La Camargue au fil du temps. Evolutions récentes et perspectives.* C.PERENNOU. Tour du Valat p.13

32 : PNRC 2009

→ **Les différents statuts de protection du territoire**

En 1927, naît la Réserve Naturelle de Camargue destinée à protéger ces milieux « naturels ». ³³ Du fait de la richesse et la diversité des écosystèmes et de la biodiversité (PNR, 2009), le territoire bénéficie actuellement de différents niveaux de protection comme présenté sur le *Schéma 1 : Différentes zones de protection en Camargue* :

- Le **Parc Naturel Régional de Camargue** : Il a pour objectif principal de mettre en place une politique de gestion concertée entre la protection du patrimoine naturel, les activités humaines, économiques et sociales.
- La **Réserve de biosphère** : C'est une reconnaissance de L'UNESCO dans le cadre du programme **Man and Biosphère** (MAB). Elle couvre une zone plus vaste que celle du Parc Naturel Régional de Camargue afin de mettre en place de actions concertées à l'échelle de l'ensemble du territoire.
- La **Réserve Naturelle Nationale** : Elle s'étend sur environ 13.000 hectares dans l'île de Camargue et 918 hectares au Plan du Bourg. Ces espaces disposent d'un niveau de protection important et d'une gestion stricte de la fréquentation.
- La **Réserve Naturelle de la Tour du Valat** : Elle s'étend sur 1.800 hectares protégés intégralement grâce à l'initiative du propriétaire, Monsieur Hoffman.
- Le **Conservatoire du littoral** : Il a acquis près de 10.000 hectares en Camargue pour protéger, préserver et développer durablement ces territoires pour le compte de l'Etat.
- Les propriétés du **Conseil Général des Bouches-du-Rhône** : Il a acquis 2.889 hectares dont la gestion est confiée aux communes ou à des organismes de gestion des espaces naturels.
- Les **zones Natura 2000** : la quasi-totalité de la Camargue fait partie du réseau Natura 2000. La gestion du périmètre de la zone concernée est gérée par un comité de pilotage.
- Les **projets LIFE+** : trois projets LIFE+ sont actuellement en cours sur le territoire de la Camargue (Life Lag'Nature, Life + MC Salt, Life+ ChiroMed).



- **Site Ramsar** : La Camargue est reconnue comme site Ramsar. Il doit donc y avoir un maintien des caractéristiques écologiques de la Zone Humide et une planification de « l'utilisation rationnelle » ou durable des Zones Humides du site.
- **Site d'Intérêts Communautaires** : Les SIC sont une reconnaissance au niveau Européen (Zone de Protection Spéciales, directive Oiseaux : **ZPS** / Directives Habitats : **ZSC** / Zones Importantes pour le Conservation des Oiseaux : **ZICO** / Zones naturelles d'Intérêt Écologique Faunistique ou Floristique **ZNIEFF**).

Schéma 1 : Différentes zones de protection en Camargue

33 : « Caractérisation des services rendus par les écosystèmes d'une zone humide méditerranéenne : l'exemple de la Camargue » M.Thollon, Tour du Valat, Université Joseph Fournier.

→ L'économie locale

Cette zone humide revêt une dimension sociale importante. La culture et les traditions locales sont une dimension importante dans la vie et le calendrier des populations locales. Elles apportent une plus-value humaine aux caractéristiques écologiques de ce territoire, dont les effets mutuels renforcent l'attractivité touristique du lieu. Les espaces ouverts, la proximité de l'eau et les vues dégagées sont, par exemple, très souvent cités comme facteurs d'attraction des résidents des zones littorales.³⁴ Cette valeur dite « esthétique » peut avoir une importance économique considérable³⁵ en lien notamment avec le tourisme et les activités récréatives (promenades, chasse, pêche de loisirs, activités de plein air). En effet, plus de 800.000 touristes³⁶ visitent la Camargue chaque année. C'est une manne économique pour le territoire car ce flux de visiteurs permet de dynamiser les activités de loisir, l'hébergement, la restauration,... Le secteur touristique se positionne donc comme une activité économique majeure sur le territoire.³⁷

Avec plus d'un tiers des surfaces du territoire aménagées en parcelles agricoles, l'agriculture est également un secteur économique majeur. Au Nord du Delta ce sont surtout des céréales qui sont cultivées tandis que le Sud les terres, plus salées, sont utilisées pour l'élevage extensif bovin et équin avec des races locales : le taureau et le cheval Camargue. La chasse représente également une activité économique importante pour la Camargue où la zone de chasse au gibier d'eau est une des plus importantes de France³⁸. L'économie locale bénéficierait d'environ 5,5 million d'euros qui permettraient de financer 74 emplois sur le territoire.³⁹

34 : MEA, 2005

35 : De Groot et al., 2002

36 : Enquête des clientèles touristiques régionales en Camargue, réalisée par le CRT, Parc naturel régional de Camargue.

37 : Calvet et al., 2011)

38 : *Caractérisation des services rendus par les écosystèmes d'une zone humide méditerranéenne : L'exemple de la Camargue.* (2011-2012). Marie THOLLON. Tour du Valat et Université Joseph Fourier

39 : UICN, 2008

b) Le territoire étudié : les Marais du Vigueirat

Localisation :

Les Marais du Vigueirat sont localisés dans la Région Provence-Alpes-Côte-d'Azur dans le département des Bouches-du-Rhône. Le site fait partie intégrante du Parc Naturel Régional de Camargue sans toutefois être localisé à l'intérieur du berceau comme le montre le *Schéma 2 : Les Marais du Vigueirat en Camargue*.

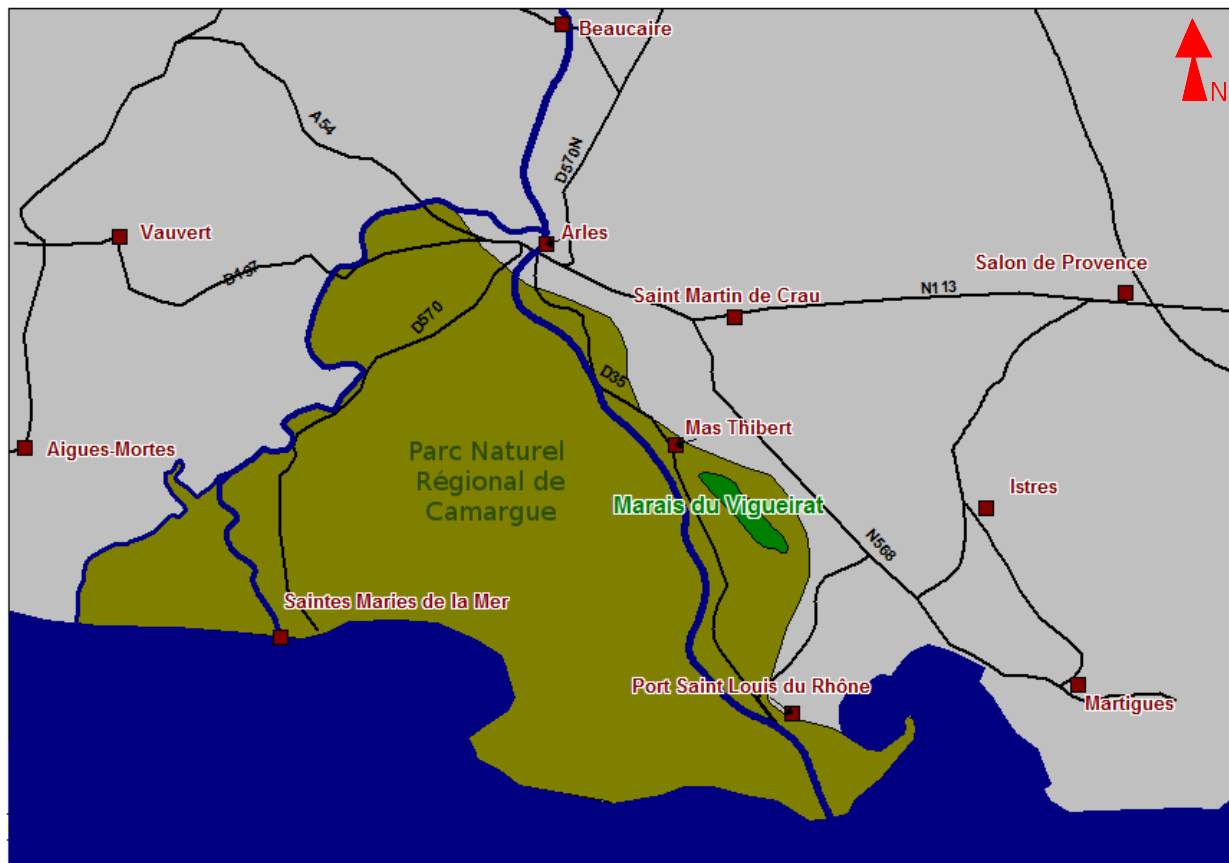


Schéma 2 : Les Marais du Vigueirat en Camargue

Cette partie du territoire de 31.000 hectares comprise entre la Crau et le Rhône est appelée le Plan du Bourg. Le site des Marais du Vigueirat fait parti de Mas Thibert, un village rattaché à la commune d'Arles localisée à l'Est du grand bras du Rhône.

Historique :

Le canal du Vigueirat a été construit au 17^{ème} siècle afin de décharger les marais d'Arles de leur eau⁴⁰, notamment pendant les périodes de crues. Les eaux venaient se déverser dans une zone appelée « dépression du Vigueirat » qui sera à l'origine du nom du site « Les Marais du Vigueirat ».

Caractéristiques principales :

Ce territoire présente une mosaïque de milieux abritant une grande diversité biologique. « *L'arrivée, il y a quelques années, du castor d'Europe (Castor fiber) dans le canal du Vigueirat et la présence avérée de la Loutre d'Europe dans ce même canal montrent l'importance de ce cours d'eau vis à vis de la biodiversité.* »⁴¹ Ces deux espèces de mammifères menacés s'ajoutent aux 5 essences végétales protégées au niveau national⁴² et à la reconnaissance comme site d'importance internationale ou communautaire pour 13 espèces d'oiseaux⁴³. De nombreuses espèces sont présentes sur les sites comme le montre le *Tableau 1 : Les espèces animales présentes aux Marais du Vigueirat.*

Taxon	nombre total d'espèces
Mollusques	43
Annélide et Plathelminthe	3
Arachnides	62
Myriapodes	1
Crustacés	12
Insectes	1483
Total	1604
Vertébrés	
Poissons	28
Reptiles	18
Amphibiens	7
Oiseaux	307
Mammifères	41
Total	401

Tableau 1 : Les espèces animales présentes aux Marais du Vigueirat.

886 espèces végétales sont présentes sur le site et plus de 60% de l'avifaune française⁴⁴ y a déjà été observé.⁴⁵ Le patrimoine de ce site appartenant au Conservatoire du Littoral est reconnu par une Réserve naturelle nationale, une ZNIEFF, une ZICO, une appartenance au réseau Natura 2000, une ZPS de la Directive Oiseaux, un espace appartenant à la Réserve de Biosphère de Camargue et un classement par la convention de RAMSAR.⁴⁶

40 : Panne Claude. Etude sur les marais des Baux. In: *Méditerranée*, 1^{er} année, N°2-3, 1960. p.17

41 : *Rapport annuel d'activité 2012 des Marais du Vigueirat*. p.47

42 : 19 essences végétales protégées au niveau régional.

43 : *Rapport annuel d'activité 2012 des Marais du Vigueirat*. p.20

44 : 90 espèces nicheuses ont été recensées sur la période 2009-2012 par la LPO

45 : 60% de l'avifaune française = plus de 300 espèces.

46 : *Rapport annuel d'activité 2012 des Marais du Vigueirat*. p.20

C) L'association des Amis des Marais du Vigueirat

Le stage est géré par l'association des Amis des Marais du Vigueirat. Le suivi du stage est réalisé par Caroline Meffre-Gazzera, coordinatrice tourisme aux Marais du Vigueirat. L'indemnisation des frais de stage est prise en charge par la Tour du Valat. Les analyses et la méthodologie sont suivies par Laurent Chazee, chef du département « Suivi-évaluation et politiques Zones Humides » à la Tour du Valat. *Présentation de la Tour du Valat en Annexe 4 : La Tour du Valat.*

1) Présentation générale

Le site s'étend sur 1.200 hectares appartenant au Conservatoire du littoral dont la gestion est confiée à l'association des Amis des Marais du Vigueirat. Il comprend un ensemble de milieux dont la richesse faunistique et floristique n'est plus à démontrer. En effet, le site accueille plus de 300 espèces d'oiseaux et jusqu'à 35.000 canards en hiver.

Un plan de gestion a été établi suivant deux grandes orientations afin de conserver cet écrin du patrimoine naturel :

→ **Orientation 1** : Respect du site et de son équilibre (renforcer l'aspect naturel du paysage, conserver les habitats, accroître et maintenir la diversité biologique.)

→ **Orientation 2** : Prise en compte des activités humaines (gestion quotidienne du site, ouverture au public, recherche appliquée sur les Zones Humides et leur gestion, intégration du site dans le tissu socio-économique local).

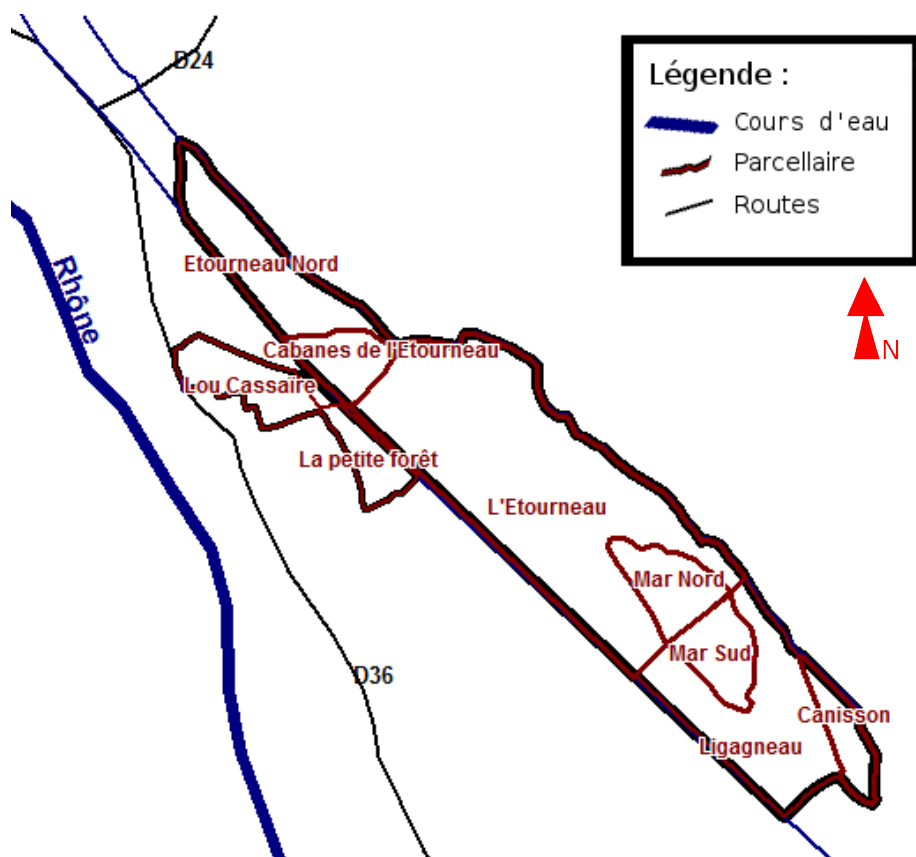


Schéma 3 : toponymie des Marais du Vigueirat

2) Les services et infrastructures liés aux aspects éducatifs et récréatifs

Les infrastructures :

- Une boutique permet aux visiteurs d'acheter non seulement des souvenirs et des livres mais aussi toute une gamme de produits locaux. Elle est couplée avec le point d'accueil des visiteurs.
- La buvette des Marais du Vigueirat propose une restauration à base de produits locaux en plus des boissons bio (d'Avril à Septembre).
- Le parking est couvert de sagne⁴⁷ afin de protéger les voitures des visiteurs du soleil pendant l'été.
- Les tables de pique-nique permettent aux visiteurs de s'installer pour se restaurer. Certaines d'entre-elles sont spécifiquement adaptées aux fauteuils roulants. Pendant l'été, une partie des tables abritées du soleil sont entourées de moustiquaires pour épargner les visiteurs des piqûres d'insectes.

Les services :

- Les sentiers de l'Étourneau : la visite à pied comprend le sentier des cabanes (500m), le sentier écofuté (environ 200m) et le sentier de la Palunette (2,5 km). Les deux premiers sentiers sont spécialement adaptés pour les enfants. Le sentier des cabanes est accessible aux personnes en fauteuil roulant et leur permet de découvrir la diversité des milieux. Ces trois sentiers sont accessibles en visite libre (gratuites) ou pour des visites guidées d'Avril à Septembre (visites guidées pour le sentier de la palunette).
- Les visites guidées du sanctuaire : les 6,5km de sentiers sont accessibles en visites guidées uniquement et permettent aux visiteurs de découvrir la richesse faunistique et floristique ainsi que l'histoire du site dans une partie de la Réserve Naturelle Nationale.
- Les visites guidées en calèche : 8km de sentier sont accessibles toute l'année pour la visite guidée en calèche.
- La pêche de l'écrevisse de Louisiane permet aux visiteurs d'être sensibilisés aux enjeux de la gestion des espèces invasives.
- Des ateliers thématiques sont organisés de manière ponctuelle.
- Les événements sont organisés tout au long de l'année et permettent de se concentrer sur des thématiques particulières (ex : route des ganaderias, journée des producteurs, ...)
- Le site internet des Marais du Vigueirat « <http://www.marais-vigueirat.reserves-naturelles.org/> » permet aux visiteurs préparant leur voyage à l'avance de découvrir le site et les produits qu'il propose. C'est aussi un outil permettant de tenir informées les populations locales des nouveautés et événements organisés sur le site des Marais du Vigueirat.
- Les animations pédagogiques : elles sont réalisées pour des groupes scolaires en partenariat avec le CPIE Rhône-Pays d'Arles.
- Les journées de formations peuvent être destinées aussi bien à des étudiants qu'à des professionnels.
- Des groupes de professionnels de l'environnement ou de domaines associés peuvent être accueillis pour des journées d'échange.
- La chasse est ouverte sur deux parties du territoire mais soumise à de fortes réglementations pour éviter toute pratique abusive ou risquant de mettre en péril la biodiversité. En effet, le Cassaire et la Petite Forêt (*Schéma 3 : toponymie des Marais du Vigueirat*) sont soumis à une convention avec l'Amicale des chasseurs de Mas Thibert. Les périodes d'ouverture à la chasse y sont clairement définies et les populations prélevées étudiées en nombre et nature.

47 : Roseaux séché identique à celui utilisé sur les toits des maisons de gardians.

I.2) Les services des écosystèmes et le projet d'indicateur

Rappel : Les intérêts de protection et conservation des Zones Humides sont présentés en Annexe 1 : Pourquoi s'intéresser aux Zones Humides ? L'historique et le fonctionnement actuel des structures porteuses et du projet sont présentées en Annexe 2 : Ramsar, MedWet et l'OZHM.

L'OZHM, Ramsar et la CBD ont travaillé ensemble pour établir un indicateur qui permettrait d'informer les décideurs et les planificateurs avec de nouveaux arguments. L'indicateur que je vais présenter dans cette partie fait partie de la thématique des « Services écologiques » qui entre dans l'objectif « « Évaluation du niveau de considération des Zones Humides dans le contexte du développement durable en Méditerranée ». ⁴⁸

A) Les services des écosystèmes

La Convention de Ramsar a favorisé une approche inter-disciplinaire pour protéger l'environnement considérant les humains, leurs activités et leurs valeurs culturelles qui les portent. Leur reconnaissance est indispensable à tout projet de développement local.

« Le rôle éducatif des zones humides, comme pour les autres écosystèmes naturels et semi-naturels, est un moyen jugé efficace pour modifier les attitudes et les comportements des populations envers la nature, et pour transmettre cet héritage aux futures générations. »⁴⁹ Les services culturels prennent en considération des services non matériels fournis par les écosystèmes et peuvent appartenir aux domaines suivants⁵⁰ :

- « Divertissement, santé mentale et physique » : C'est l'influence des espaces et paysages « naturels » sur le bien-être des populations.
- « Tourisme » : les bénéfices économiques qui en sont issus sont non négligeables.
- « Esthétique, inspiration pour la culture, l'art et le design »
- « Expérience spirituelle et relation aux paysages » : La nature et les paysages font partie de l'identité culturelle locale et l'appropriation des espaces par les populations.

Les services rendus par les Zones Humides sont donc multiples :

- **Approvisionnement** : ce sont tous les produits issus des prélèvements réalisés dans ses milieux.
- **Régulation** : Les Zones Humides agissent dans la régulation des climats et des événements naturels ou anthropiques (sécheresses, inondations, pollutions, ...)
- **Services culturels** : Ce sont tous les bénéfices immatériels que peut permettre ce type de territoire.
- **Auto-entretien** : Ce sont toutes les contributions apportées par les milieux humides qui influencent le fonctionnement des autres écosystèmes. (biodiversité, vie du sol, cycle de l'eau, ...)

Il est jugé utile de développer un outil permettant d'évaluer puis de communiquer sur ce type de services fournis par les zones humides. Toutefois, leur caractère relativement subjectif reste difficile à traduire en terme économique et de développement social auprès des décideurs et du grand public. Il est donc indispensable que les résultats puissent être communiqués en termes de coût-avantage et de bénéfice auprès des cibles, en particulier en matière de développement humain, de bien être et de préservation du capital écologique pour les générations actuelles et futures.

Le défi consiste à ce que ce suivi puisse être réalisé au niveau de la région méditerranéenne avec une méthode comparable entre les sites des pays considérés.

48 : cf. : *Annexe 2 : Ramsar, MedWet et l'OZHM* : le cadre suivi évaluation de l'OZHM

49 : Fiche interne : Rôle touristique et éducatif des Zones Humides

50 : Source des définitions et illustrations : TEEB (2010) L'Economie des écosystèmes et de la biodiversité :

Intégration de l'Economie de la nature. Une synthèse de l'approche, des conclusions et des recommandations de la TEEB

B) Le choix de l'indicateur

L'indicateur doit résumer l'information collectée et analysée afin de permettre à différents acteurs de prendre des décisions et d'en évaluer les conséquences (Barbault et Chevassus-au-Louis, 2005).

Évaluer les services d'approvisionnement (agriculture, pêche, coupe de la sagne, ...) d'une zone humide peut s'avérer approximatif. En effet, si l'on prend l'exemple de la pêche, il est difficile de chiffrer avec précision quelles ont été les ressources prélevées sur un territoire. Les données regroupent généralement des espaces plus vastes que la zone humide étudiée. De plus, il est quasiment impossible de quantifier de manière précise les prélèvements non marchands.

Les services de régulation (pollutions, inondations, sécheresses, ...) sont évalués en fonction des coûts de réparation des dégâts qui seraient advenus si les zones humides n'avaient pas joué leur rôle.

Les services d'auto-entretien (influence sur les autres écosystèmes, biodiversité, vie du sol, ...), de part leur diversité restent difficilement évaluables.

Le développement d'un indicateur sur les services culturels d'une zone humide se présente donc comme la dimension la plus facile à étudier⁵¹ aussi bien dans sa dimension qualitative que quantitative. C'est le service le moins connu (et reconnu) mais le seul pouvant être mis en œuvre rapidement dans l'état actuel.

De plus, les informations recueillies peuvent être présentées aux décideurs de manière à s'inscrire dans leur calendrier et leur cadre de réflexion. Les résultats de ces indicateurs peuvent donc relativement facilement impacter les décisionnaires et s'inscrire dans des démarches de valorisation, puis de conservation des zones humides.

51 : L'OZHM a fait le choix de baser son analyse uniquement sur des sites pouvant fournir des données collectées pendant au moins trois ans et qui proposent des activités aussi bien récréatives que qu'éducatives. L'analyse ne peut donc être applicable que sur ce type de Zones Humides.

II. Méthodologie d'étude :



II. Méthodologie d'étude

Cette partie permet de comprendre la méthode appliquée par l'OZHM dans ce projet d'indicateur des services culturels des zones humides. La méthode mise en œuvre pour l'exécution de ce stage doit répondre à la méthode de l'OZHM tout en présentant chaque étape de la réalisation de l'étude.

Face à la nécessité d'une gestion et d'une planification environnementale plus réaliste, les populations locales et leur bien-être ont été reconnues comme incontournables pour toute action de préservation et de conservation. Mettre en avant les bénéfices de tels milieux auprès des locaux comme des autres visiteurs peut permettre de redorer l'image des zones humides tout en améliorant ses fonctions et ses services.

L'analyse qualitative est réalisée sur la base d'un questionnaire⁵². La méthode d'analyse a été réalisée préalablement en 2011 par le groupe indicateur de l'OZHM afin d'uniformiser les données collectées. Une fiche méthodologique (*Annexe 5 : Extraits de la fiche méthodologique de l'indicateur des services culturelles*) donne toutes les informations concernant le choix des sites, l'étude bibliographique, les analyses quantitatives et qualitatives.

Le questionnaire a été testé en 2012 à l'occasion de l'évaluation du site de Sidi Boughaba⁵³. Avec l'aide de Laurent Chazee (tuteur de la Tour du Valat) et Caroline Meffre (tuteur des Marais du Vigueirat), le questionnaire a été adapté selon trois niveaux :

- La terminologie a été adaptée au site.
- Les services et infrastructures sont celles proposées aux Marais du Vigueirat.
- Des questions ont été ajoutées en fonction des attentes spécifiques du gestionnaire.

La méthodologie se distingue donc en diverses étapes :

- Choix des sites analysés
- Revue bibliographique
- Étude quantitative
- Étude qualitative
- Analyse des résultats des études

II.1) Le choix des sites

Les critères communs principaux

Le choix des premiers sites d'évaluation s'est fait selon divers critères :

- La zone humide étudiée doit bénéficier d'un centre d'évaluation capable de fournir des données sur au moins les trois dernières années.
- Elle doit proposer des services éducatifs et récréatifs.
- Les sites ont été choisis pour être répartis entre la zone Nord et la zone Sud de la région méditerranéenne.

Critères spécifiques aux sites:

En Camargue, le site des Marais du Vigueirat a été choisi pour deux raisons principales :

- Le site propose des produits à la fois pour le grand public et pour les scolaires. On sait donc que le site peut rendre des services aussi bien récréatifs qu'éducatifs.
- Parmi les sites du nord de la Méditerranée les Marais du Vigueirat ont été choisis en raison des avantages organisationnels offerts par des liens institutionnels pré-existants (au projet d'indicateur des ZH). De plus, la faible distance entre le site et le centre de la Tour du Valat (où est localisé l'OZHM), permet de faciliter les échanges et le suivi des études.

52 : La base du questionnaire est commune à tous les espaces analysés mais le contenu évolue en fonction des particularités de chaque site.

53 : L'étude de ce site localisé au Maroc a été réalisée par une étudiante Najjar Fatima Zahra

II.2) La recherche bibliographique

Seule l'analyse globale de cette recherche, dans le cadre de mon stage est présentée ici. L'organisation et la méthode globale de cette recherche est disponibles en Annexe 6 : La bibliographie.

La recherche bibliographique s'est déroulée en alternance avec les autres activités pendant les trois premiers mois du stage (bien que quelques documents supplémentaires soient venus la compléter par la suite).

La recherche du contexte global a été facile puisque les structures (Marais du Vigueirat et Tour du Valat) disposaient déjà d'une documentation de qualité largement suffisante pour le stage.

Néanmoins, les références sur les services des écosystèmes ont été plus difficiles à obtenir. Lorsqu'elles existent elles concernent généralement les caractéristiques spécifiques du site étudié sans qu'une analyse comparée à plus grande échelle ne soit possible. Certaines études permettent néanmoins d'établir des comparaisons et de contribuer à l'analyse du site étudié dans un contexte global. Ces documents ont surtout été utilisés pour la rédaction de la partie III. L'analyse des résultats. (De nombreuses notes de bas de page permettent de retrouver la source de chaque information utilisée).

II.3) Les analyses

L'analyse repose sur l'utilisation de l'indicateur n°24 de l'OZHM. Il concerne l'évaluation du « *Rôle touristique et éducatif des zones humides* ». Il permet d'évaluer les valeurs culturelles des services écologiques répondant au troisième objectif de l'OZHM : « *Évaluer le niveau de considération dont jouissent les zones humides dans le contexte du développement durable en Méditerranée* ». Cet indicateur, basé sur des analyses quantitatives et qualitatives, permet aussi d'évaluer « *la qualité et la pertinence des services touristiques et éducatifs* »⁵⁴ en fonction de la demande des publics et donc d'aider le gestionnaire de site à aménager le site concerné.

A. L'analyse quantitative

L'enquête quantitative permet d'évaluer, de manière rétro-active, le nombre et certaines caractéristiques de visiteurs venant aux Marais du Vigueirat. Les données collectées au niveau du centre permettent les analyses suivantes :

- **La fréquentation** : L'analyse du nombre de personnes visitant le site a débuté en 1996. Un compteur placé à l'extérieur permet de dénombrer le nombre de personnes appartenant aux visiteurs grand public visitant le site (partie libre d'accès) en dehors de la période d'ouverture des Marais du Vigueirat.
- **L'origine des visiteurs** : à chaque groupe appartenant aux visiteurs grand public la question de leur région ou pays d'origine est posée. Cela permet de déterminer les différents rayons d'attractivité nationaux et internationaux du site. Cela permet aussi d'avoir une idée de la reconnaissance et de la notoriété du site sur le territoire.
- **La source de connaissance du site** : Il est systématiquement demandé aux visiteurs comment ils ont connu le site des Marais du Vigueirat. Cela permet d'avoir une idée de l'efficacité des différents moyens et réseaux de communication. Il est aussi possible d'évaluer, grâce à cette question, les rayons d'attractivité et de notoriété du site sur les visiteurs. Cette question permet d'évaluer les niveaux de fréquentation des visiteurs et leur influence promotionnelle du site dans leur entourage.

Les données des dernières années ont été capitalisées et présentées sous forme de tableaux et graphiques. J'ai réalisé des analyses supplémentaires sur ces données afin de compléter l'analyse en fonction de données spécifiques. De plus, les données pour l'année 2013 ne seront pas disponibles avant la rédaction du rapport sur l'année qui paraîtra dans le courant de l'année 2014. L'analyse quantitative a donc été complétée par l'analyse que j'ai réalisé pendant mes six mois de présence sur le site.

54 : Fiche indicateur n°24 de l'OZHM

B. L'analyse qualitative

Les conditions globales de l'enquête

Les enquêtes qualitatives ont été réalisées de fin mars à fin juillet. Elles sont complémentaires des données quantitatives de visites enregistrées par le centre. Elles visent à en préciser les raisons et les tendances tout en mesurant les différents niveaux, avantages et bénéfices des services récréatifs et éducatifs du lieu. Les enquêtes ont été réalisées tout au long de la semaine mais aussi certains week-ends afin de pouvoir couvrir les différents types de visiteurs.

Le nombre minimum de 70 enquêtes a été fixé dans la période du stage, nombre considéré suffisant pour collecter plus de 85% de la diversité des réponses possibles. Le maximum suggéré pour l'analyse qualitative des résultats est de 110 enquêtes.⁵⁵ 75 enquêtes ont finalement été réalisées en 27 journées. Au bout d'une 50aine de questionnaires, des réponses récurrentes ont commencé à apparaître. Tandis qu'au bout d'environ 65 questionnaires, il n'y avait pratiquement aucune entrée de réponse nouvelle dans la matrice, nous avons donc atteint le point de saturation de l'information. L'essentiel des groupes étaient représentés (bien que l'abondance au sein de chacun d'eux puisse varier selon la saison).

L'échantillonnage prévoit un minimum de cinq enquêtes par catégorie de visiteurs. Ainsi, environ 80% des enquêtes seront réalisées auprès des catégories de visiteurs récréatifs (visiteurs spontanés) et 20% auprès des visiteurs pour le service éducatif (visites en général non spontanées, liées à des contrats d'école et des visites organisées sur des thèmes précis).

La réalisation de l'enquête en elle-même

L'échantillonnage demande une observation qui fait partie intégrante de l'enquête. Au delà de l'aide au choix des personnes à enquêter, l'observation permet de vérifier si le motif de visite déclaré par le visiteur est en adéquation avec son comportement dans le parc. En effet, certaines déclarations de motifs peuvent en cacher d'autres qui leur paraissent trop restrictives, qui ne les mettraient pas en valeur ou qui pourraient être en conflit avec le statut de zones protégées. Ce constat a été vérifié sur le site de Sidi Bouhaba.

Après quelques questions d'identification de la catégorie de visiteur, le questionnaire permet, par des questions ouvertes, d'identifier les perceptions, les intérêts, les connaissances acquises par le visiteur. Les questions ouvertes permettent de limiter l'influence de la personne qui réalise l'enquête sur les personnes enquêtées. Les questions ouvertes sont souvent posées deux fois sous des angles différents. Cela permet, d'une part, vérifier la cohérence des réponses ; et d'autre part de mieux comprendre les relations de cause à effet. La seconde partie du questionnaire est constituée de questions semi-directives permettant d'évaluer les attentes spécifiques en terme de services culturels, naturels et d'infrastructures.

La qualité des réponses dépend largement du bon déroulement et de la pédagogie de l'entretien. Différents outils ont été utilisés pour cela :

- **Le lieu et le moment de l'entretien** : Aux Marais du Vigueirat, le lieu le plus propice aux enquêtes semble être situé sur l'aire de pique-nique. Le premier contact est réalisé directement aux table de pique-nique, généralement après le repas⁵⁶, ou à la sortie de la boutique. Les enquêtes sont réalisées à tout moment de la journée après la visite des visiteurs. Il semble que les personnes interrogées à partir de 17h prennent généralement plus de temps pour répondre et sont donc plus enclins à approfondir le questionnaire.

55 : Il n'est généralement pas nécessaire de faire plus d'enquêtes puisque l'objectif n'est pas ici de quantifier le public. En effet, à partir d'une soixantaine de questionnaires, les réponses commencent à être récurrentes et l'on n'observe plus l'apparition d'un nouveau type de visiteur.

56 : Différents essais on montré qu'il est généralement peu judicieux d'essayer de réaliser des entretiens avant ou pendant le repas

- **Capacité de se mettre en retrait** : Pendant le questionnaire, il faut essayer de rester le plus en retrait possible pour éviter d'influencer les personnes enquêtées.
- **Briser la glace** : Il est souvent nécessaire, et judicieux, d'expliquer très globalement le contenu de l'enquête et d'échanger quelques questions qui ne dépendent pas de notre étude avant de commencer l'entretien réel. Cela permet d'établir un premier contact avec la personne enquêtée, de la mettre à l'aise, et de « briser la glace » si cela est nécessaire.
- **Flexibilité et réactivité dans la conduite de l'entretien** : Une question concerne les services connus par les visiteurs. Deux cas de figure se présentent souvent :
 - les visiteurs qui déclarent ne connaître aucun service et qui semblent souvent avoir peur d'un regard négatif sur eux. Il faut donc réagir assez vite pour ne pas laisser le malaise s'installer.
 - ceux qui en connaissent beaucoup et hésitent avant de se lancer dans l'énoncé de tous les services en ayant peur d'en oublier. Avec ces personnes là il est généralement intéressant d'enchaîner immédiatement en leur demandant ceux qui sont satisfaisant ou non. Si on les laisse faire l'énoncé pour leur demander leur satisfaction ensuite il semble y avoir un peu d'agacement.
- **Distinguer causes et conséquences** : La règle des trois pourquoi : la première réponse donnée par le visiteur est parfois une « idée préconçue ». Il n'y a pas forcément de réflexion derrière, si ce n'est une démarche volontaire de ne pas donner les raisons réelles. C'est par exemple le cas lors de la question sur la raison principale de visite⁵⁷. La première réponse peut être « transmettre des valeurs aux enfants/petits enfants ». Dans l'un des cas, après avoir pris le temps de discuter avec la personne, on découvre qu'elle reproduit un schéma vécu préalablement lorsqu'elle était elle-même l'enfant à qui les valeurs ont été transmises. Dans d'autres cas c'est au contraire une déception de ne pas avoir pu découvrir cela avec les aïeux qui est la cause réelle de ce désir de transmission.⁵⁸ Chaque réponse donnée par la personne doit donc être approfondie.
- **Mise en confiance** : Il faut par exemple éviter les réponses données « pour faire plaisir à l'enquêteur ». Certains visiteurs n'osent pas spécialement dire qu'ils n'apprécient pas un service, une infrastructure. Ils sont aussi parfois gênés par les questions sur leur centre d'intérêt⁵⁹. S'ils ne sont que moyennement intéressés par une thématique ils hésitent généralement à le dire clairement, il ne faut pas hésiter à rassurer la personne sur le fait qu'elle peut dire franchement que le sujet ne l'intéresse pas.
- **Savoir résoudre les incohérences au moment de l'entretien** : L'enquête qualitative utilisée pose plusieurs fois la même question, ou du moins cherche à connaître la même chose par des questions légèrement différentes. L'objectif est d'identifier pendant l'enquête d'éventuelles incohérences ou incompréhensions, et donc de revenir dessus pour en comprendre les causes. C'est parfois le cas pour des personnes déclarant vouloir en apprendre plus sur divers sujets. Dans les questions suivantes, elles déclarent parfois préférer la visite libre, ne pas être intéressées par des panneaux, des guides papiers ou visites guidées. Il est alors intéressant de chercher à savoir si ce sont les « outils d'apprentissage » proposés qui ne correspondent pas à la personne enquêtée ou si elle a répondu désirer acquérir des connaissances sans que cela soit réellement le cas. En effet, les individus ont parfois « honte » de dire qu'ils ne souhaitent pas en apprendre plus.

57 : question 7 : *Quelle est la raison principale qui a motivé votre visite du site ?*

58 : Autre exemple d'une cause réelle d'un désir de « transmettre aux enfants » : une femme raconte le souvenir de la première fois qu'elle a senti son enfant bouger dans le ventre, sur un sentier du même type que les Marais du Vigueirat. Ces souvenirs là l'ont finalement grandement influencé dans sa démarche de visite des Marais du Vigueirat maintenant qu'elle est à nouveau enceinte. Dans ce cas, ce souvenir agréable influence le choix de la visite.

59 : question 23 : *Lorsque vous visitez le site, aimeriez-vous découvrir quelque chose comme ...*

Le traitement pré-analyse des données

Pour chaque entretien réalisé, les réponses données sont entrées dans une matrice pré-analyse. (cf. : « *Annexe 7 : Extrait de la matrice pré-analyse* ».) Elle permet d'analyser les résultats de chaque question puis ensuite de rechercher les corrélations entre les différents résultats.⁶⁰

II.4) Méthode d'analyse des résultats

L'analyse thématique commence par une analyse des comptes-rendus d'entretien. L'objectif est de constituer des groupes de visiteurs.⁶¹ Ils sont réalisés suivant la raison de leur présence sur le site, leur intérêt et motivations. Chaque question est analysée indépendamment des autres puis comparée à chacune des questions précédentes ainsi qu'aux comptes-rendus d'entretiens afin de dégager des corrélations, si elles existent.

Un rapport de synthèse sur les trois sites analysés en Camargue va être réalisé en 2013-2014. Du fait du décalage entre la date de rendu du rapport de stage (début Septembre) et de celle de la rédaction du rapport pour l'OZHM, ce dernier ne peut pas être présenté dans le présent rapport de stage. Concernant la partie sur les Marais du Vigueirat, les résultats présentés l'OZHM sont les mêmes que ceux présentée dans la partie *III. Les résultats et préconisations* du présent rapport de stage. Pour sa rédaction, je serais sous la responsabilité de Laurent Chazee, pendant le Service Civique que je vais réaliser aux Marais du Vigueirat d'Octobre 2013 à Juin 2014.

Sur demande des gestionnaires de sites, une journée de restitution sera organisée en Septembre. L'objectif principal de cette journée sera de présenter les résultats des analyses réalisées sur les trois sites de Camargue. Et d'identifier les similitudes et divergences existantes entre les publics et leur perceptions sur les différents sites étudiés.

60 : Un compte rendu est aussi rédigé (cf *Annexe 8: exemple d'un compte rendu d'entretien*) pour chaque entretien afin de déterminer et de relever les différences entre ce qui est déclaré par les visiteurs et les éléments observés avant, pendant et après l'entrevue.

61 : La constitution des différents groupes de visiteurs permet de répondre aux interrogations « Qui vient aux Marais du Vigueirat ? », « Que recherchent les visiteurs lors de leur visite ? ».

III. Les résultats d'analyse et préconisations



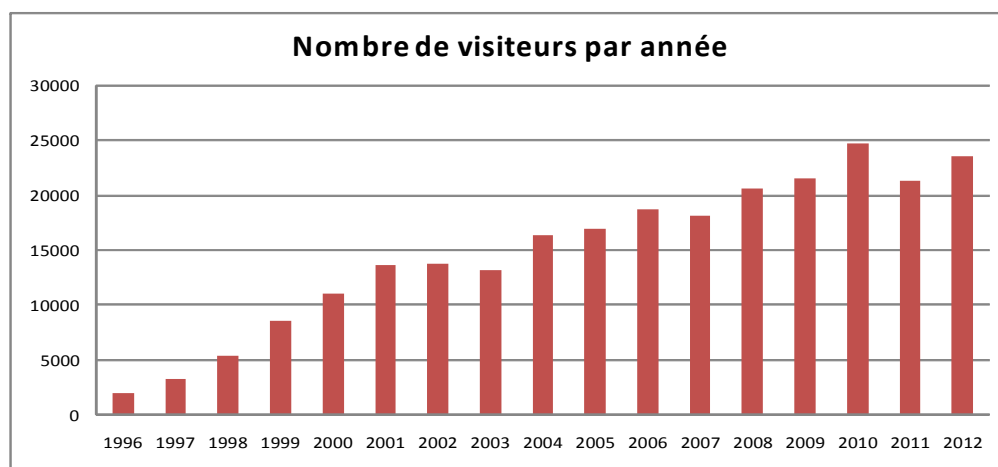
III. L'analyse des résultats et préconisations

III.1) Une vision globale donnée par l'enquête quantitative

Depuis 2008, plus de 20.000 personnes visitent chaque année les Marais du Vigueirat. Depuis 2002, le grand public représente près de 89% (en moyenne) des visiteurs du marais. (cf *Annexe 9 : Répartition des visiteurs chaque année*) Nous traiterons donc essentiellement du grand public dans cette partie de l'analyse qualitative.

A) Le nombre de visiteurs par année⁶²

L'analyse de la fréquentation et de sa nature depuis les années 1996 permet d'avoir une vision globale des activités du site et de sa notoriété. On remarque une augmentation quasi-constante du nombre de visiteurs grand public au fil des années. (cf *Graphique 1 : Fréquentation en nombre de visiteurs par année*)



Graphique 1 : Fréquentation en nombre de visiteurs par année⁶³

B) La répartition des visiteurs dans l'année⁶⁴

L'analyse comparée de la répartition des visiteurs grand public chaque mois dans l'année⁶⁵ montre un profil assez homogène à celui présenté dans le *Graphique 2 : Répartition des visiteurs en 2012*. Le site est fermé en Décembre et Janvier, un compteur est tout de même installé afin de comptabiliser les personnes qui se rendent sur le sentier libre pendant cette période.

Avril/Mai et Juillet/Août sont les mois de plus forte fréquentation. L'essentiel du public en Avril/ Mai est constitué par les amateurs et ornithologues. Ce sont donc essentiellement une clientèle assez spécialisée et des groupes qui viennent sur le site. Les mois de Juillet/Août présentent une majorité de touristes venus découvrir la Camargue.

On remarque une baisse pendant le mois de Juin. Elle est essentiellement à mettre sur le compte d'une période d'examens et de veille de départ en vacance⁶⁶. L'essentiel du public est composé de groupes. Relativement peu d'individuels viennent visiter le site à cette période. Il est important de noter que l'écart avec les mois d'Avril/Mai et Juillet/Août se comble peu à peu chaque année du fait de la notoriété croissante du site et de l'augmentation du nombre de visiteurs⁶⁷ à cette période.

62 : Sources : Marais du Vigueirat

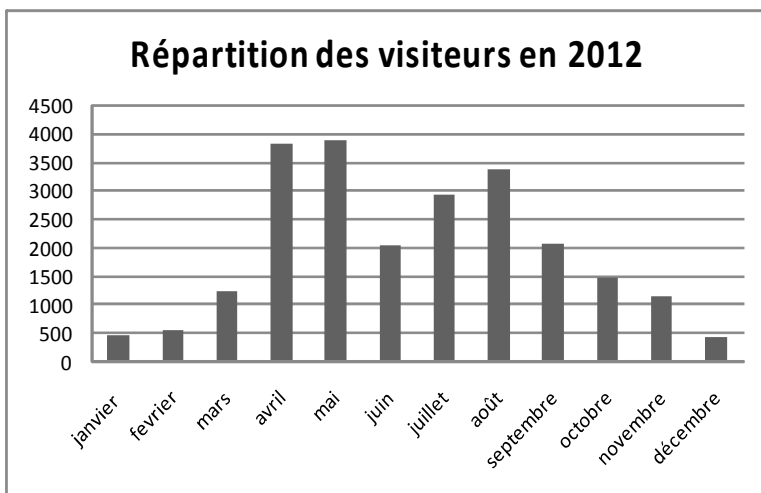
63 : *Annexe 9 : Répartition des visiteurs chaque année*

64 : Sources : Marais du Vigueirat

65 : *Annexe 9 : Répartition des visiteurs chaque année*

66 : Cette diminution est caractéristique que l'ensemble du territoire.

67 : Ces visiteurs sont essentiellement des individuels, il y a peu de groupes.

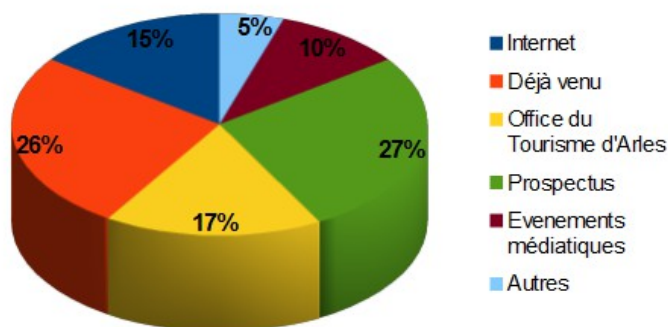


Graphique 2 : Répartition des visiteurs en 2012

C) La communication⁶⁸

Source de connaissance des Marais du Vigueirat

Chiffre de 2011



Graphique 3 : Source de connaissance des Marais du Vigueirat en 2011

En 2011, environ 13.000 personnes ont répondu à l'enquête sur la source d'information leur ayant permis de connaître les Marais du Vigueirat. Cela représente 95% des visiteurs grand public ayant visité le site.⁶⁹

Cette question a été posée aux visiteurs interrogés dans le cadre de l'analyse. Les réponses permettent d'identifier des différences dans le public qui visite les Marais du Vigueirat suivant la saison (cf : *Annexe 10 : Promotion / Communication d'avril à fin juin*)

Internet

15 % des visiteurs ont connu les Marais du Vigueirat grâce à internet (35% grâce au site des Marais du Vigueirat, 17% grâce au site de l'office du tourisme, 40% grâce à l'ensemble des sites internet mentionnant les Marais du Vigueirat). Le site internet des Marais du Vigueirat a été consulté en moyenne 1400 fois par mois pendant l'année 2011.⁷⁰ Depuis 2007, l'utilisation d'internet pour découvrir les Marais du Vigueirat a augmenté de 7%.

Internet occupe donc une place particulièrement importante pour attractivité touristique des Marais du Vigueirat. Une amélioration était en projet en 2011, refondre le site internet pour l'améliorer et le traduire en anglais. La traduction s'est finalement aussi étendue vers l'allemand. La question de la pertinence d'une

68 : Sources : Résultats de l'analyse quantitative du stage

69 : Sources : Rapport annuel d'activité 2011

70 : Sources : Rapport annuel d'activité 2011

traduction vers de nouvelles langues peut se poser. La majorité de la clientèle étrangère est belge, allemande ou anglaise. Les autres nationalités sont minoritaires parmi les visiteurs. Une éventuelle traduction peut être envisagée en italien mais demanderait certainement beaucoup de travail proportionnellement au service rendu.

Les habitués

La récurrence des sources de types « déjà venus » et « bouche à oreille » permettent de comprendre que non seulement les visiteurs reviennent sur le site et donc qu'ils l'apprécient mais qu'ils en parlent aussi autour d'eux et en font la promotion.

26% des visiteurs sont déjà venus aux Marais du Vigueirat. Cela représente plus d'un quart des visiteurs de l'année. C'est une preuve de la satisfaction des visiteurs. De plus, 12% des visiteurs ont connu le site grâce au bouche à oreille. La connaissance du site et son rayonnement à l'échelle locale est donc mise en avant par ses chiffres. Il est aussi indispensable que la gestion du site continue de prendre en considération ce public. De plus, l'essentiel des visites de ce public là ce fait en avril, une période où la majorité des visiteurs sont des naturalistes. Mais ils sont aussi très présents de Novembre à Février soit en période creuse. Cette part de la clientèle permet donc de combler les périodes où les autres visiteurs sont les moins abondants.

Les autres sources d'information

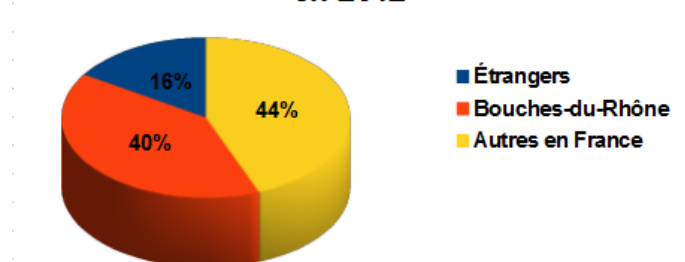
Elles sont multiples et diversifiées. L'essentiel de la communication grand public est prise en charge par l'Office du Tourisme d'Arles. 17% des visiteurs sont venus aux Marais du Vigueirat grâce à l'Office du Tourisme (essentiellement de mai à août). 27% des visiteurs sont venus grâce à la distribution des dépliants sur les sites partenaires. Ces deux modes de communication sont donc particulièrement importants pour le site.

De 2008 à 2011, les événements médiatiques ne semblent pas apporter une clientèle importante puisqu'ils ne représentent toujours que moins de 10% des visites.

D) L'origine des visiteurs⁷¹

La graphique « *Graphique 4 : Origine des visiteurs des Marais du Vigueirat en 2012* » fait état de 16% des visiteurs étrangers. Les graphiques complémentaires présentés en *Annexe 11 : Origine des visiteurs d'Avril à fin Juin 2013* montrent que la majorité de cette clientèle étrangère vient de Belgique (26%), d'Allemagne (16%), d'Italie (15%) puis de Suisse (9%). 40% des visiteurs des Marais du Vigueirat sont originaires des Bouches-du-Rhône. Parmi la clientèle française, les visiteurs originaires de la Région PACA représentent 49% dont 82%, de ceux-ci, des Bouches-du-Rhône. Les visiteurs ont été interrogés sur leur région d'origine pendant l'analyse qualitative. Cela a permis de mettre en évidence l'influence de la saison sur les origines des visiteurs.⁷²

Origine des visiteurs des Marais du Vigueirat en 2012



Graphique 4 : Origine des visiteurs des Marais du Vigueirat en 2012

⁷¹ : Sources : Résultats de l'analyse quantitative du stage

⁷² : cf. *Annexe 11 : Origine des visiteurs d'Avril à fin Juin 2013*

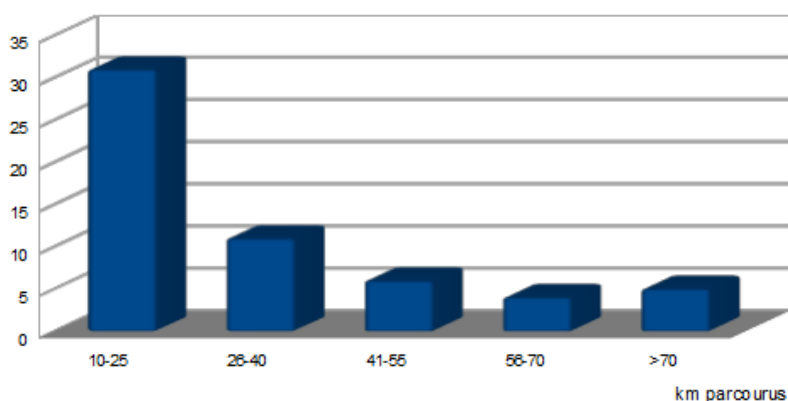
III.2) L'enquête qualitative : pour mieux comprendre les raisons, les perceptions et les attentes des visiteurs

L'analyse présentée dans cette partie ainsi que les données chiffrées concernent les 57 visiteurs récréatifs interrogés. L'analyse du groupe scolaire a montré que les résultats sont proches de ceux des groupes récréatifs. Seule une analyse particulière des apprentissages des visiteurs fera l'objet d'un encadré dans le corps même du rapport. Le reste de l'analyse sur les visiteurs éducatifs sera présentée en *Annexe 12 : Analyse des scolaires*.

A. Attractivité sur le territoire et profils de visite

A.a) Le rayon d'attractivité

Distances parcourues par les visiteurs



Les visiteurs parcourent en moyenne 34 kilomètres pour venir sur le site des Marais du Vigueirat. Le rayon d'attractivité principal se trouve autour de 25 km, la majorité des visiteurs parcourent moins de 25km pour venir sur le site. Cela correspond à **un rayon d'attractivité principalement local. Il englobe la ville d'Arles et ses communes (Saint-Martin de Crau, Raphèle,...)**.

Tableau 2 : Distances parcourues par les visiteurs pour venir aux Marais du Vigueirat

A.b) Fréquence des visites

La majorité des visiteurs, environ 61,5%, viennent sur le site pour la première fois. Près d'un quart de ces visiteurs ont découvert les Marais du Vigueirat grâce à internet ou grâce à l'Office du Tourisme d'Arles.

De nombreux visiteurs (près de 20% des personnes interrogées) viennent régulièrement sur le site puisqu'ils sont venus au moins 4 fois. Ce sont tous des visiteurs locaux qui parcourent en moyenne 27 km pour venir sur le site. Quelques uns parcourent plus de 50km pour venir. Les visiteurs qui sont déjà venus et qui reviennent sur le site (sans forcément être des habitués et visiteurs réguliers) représentent 36% des visiteurs interrogés. Ce sont quasiment tous des locaux et près de la moitié déclarent spontanément revenir sur le site car ils l'apprécient.

A.b) Durée des visites et temps passé sur le territoire**Durée de la visite des Marais du Vigueirat :**

Les visiteurs restent généralement sur le site des Marais du Vigueirat une demi-journée, plus rarement une journée complète. Les services proposés sur le site ne semblent pas justifier un temps de visite supérieur à une demi-journée. Néanmoins, **de nombreux visiteurs profitent de la présence de la buvette et des tables de pique-nique pour rester manger sur le site.**

Si des visiteurs souhaitent rester plus de temps sur le site, un gîte existe dans le village de Mas Thibert. Les hôtels les plus proches sont situés à une vingtaine de kilomètres et les premières offres de restauration sont accessibles à une quinzaine de kilomètres. **Même si le site des Marais du Vigueirat venait à motiver des visites sur plusieurs jours, l'offre d'hébergement et de restauration, à l'heure actuelle, ne peut satisfaire que quelques visiteurs.**

Temps passé sur le territoire :

Pendant la période d'enquêtes, près des trois quart (74,5% des visiteurs) étaient des excursionnistes. C'est à dire des visiteurs qui partent depuis leur domicile personnel. La grande majorité de ces visiteurs là sont originaires du département des Bouches du Rhône. Certains visiteurs (environ 22%) passent une semaine complète sur le territoire. Ce sont majoritairement des visiteurs qui viennent pour la première fois sur le site, et qui habitent à l'extérieur de la région.

A.d) Attractivité locale bénéficiant aux Marais du Vigueirat

Quelles autres visites allez-vous réaliser ?	Nombre
Visiter Arles	7
plusieurs autres visites	5
Aller au Saintes Marie de la Mer	4
Salin de Giraud	3
Vaccarès	3
Aigues-mortes	2
Pont de Gau	2
aller sur la côte	1
Autres sites avec des oiseaux	1
Baux de Provence	1
Calanques de Marseille	1
Carrières lumières au Baux	1
Etang du verdier	1
Exposition sur Rodin	1
Fête des fleurs à Raphèle	1
Grau du roi	1
Domaine de la Palissade	1
Alpilles	1
Carrières d'ocre du Roussillon	1
Isle sur la Sorgue	1
Camargue	1
promener en Camargue	1
Port Saint Louis	1
Plage	1
Promenade à cheval	1
Forum des associations	1
Tour du Valat	1
Visite d'une manade	1

Tableau 3 : Les autres visites appréciées

Aujourd'hui, visitez-vous uniquement les Marais du Vigueirat ?	Nombre	Pourcentage
Oui	30	53,57%
Non	22	39,29%
Ne sait pas encore	4	7,14%

Tableau 4 : Les visiteurs visitent-ils uniquement le site ?

Plus de la moitié des visiteurs interrogés visitent uniquement les Marais du Vigueirat. Ces visiteurs là considèrent donc le site comme une visite suffisamment intéressante à elle toute seule pour se déplacer. En effet, s'ils ne visitent que les Marais du Vigueirat c'est qu'ils acceptent de faire le déplacement uniquement pour y venir.

Les visiteurs qui font plusieurs visites dans la journée (39,3%) ont un attrait majoritaire pour des sites urbains (Arles, Saintes-Maries de la Mer, Salin de Giraud). Les autres espaces visités sont très diversifiés comme le montre le *Tableau 3 : Les autres visites appréciées*. Une partie des visiteurs qui font plusieurs visites (9 sur 24) citent de nombreux autres sites qu'ils vont visiter. Il y a donc un intérêt pour des circuits de visite dans lesquels les Marais du Vigueirat sont inclus.

Les visites ont été réparties en différents types afin d'essayer de déterminer quels sont les circuits « type », s'ils existent, dans lesquels les Marais du Vigueirat s'intègrent :

- **Visites urbaines (15 visiteurs parmi les 22 qui font plusieurs visites) :**

La moitié des visiteurs qui passent une semaine sur le territoire (soit 6 des 12 visiteurs) déclarent qu'ils vont faire au moins une visite urbaine. On fait tout de même remarquer que les villes citées ne sont pas des grandes villes et présentent de nombreux attraits en plus des commerces (musées, histoire, culture, ...), ce sont souvent des villes considérées comme emblématiques du territoire.

- **Visites nature (13 visiteurs parmi les 22 qui font plusieurs visites) :**

Près de la moitié des visiteurs qui vont visiter d'autres espaces à caractère naturel (6/13) déclarent être venus sur le site des Marais du Vigueirat par intérêt pour la nature ou parce-qu'ils ont un intérêt particulier pour la Camargue.

- **Plusieurs visites dont au moins une urbaine et une pour la nature (8 visiteurs parmi les 22 qui font plusieurs visites) :**

Ces visiteurs là vont faire des visites sur diverses thématiques du territoire (aussi bien orientées vers les milieux naturels que les espaces urbains). Il n'y a aucun locaux parmi ces visiteurs là. Quasiment tous (7/8) ont parlé d'un attrait pour la nature parmi les raisons de visite. La moitié des visiteurs qui font des visites de diverses nature passent une semaine sur le territoire, les autres sont des excursionnistes.

Conclusion sur les autres espaces visités :

Sur les 22 visiteurs qui font d'autres visites en plus de celle des Marais du Vigueirat, 27 types de réponses sont données : il n'y a donc pas un modèle d'intérêt spécifique sur le site. Seuls Arles, l'étang du Vaccarès, les Saintes Maries et Salin de Giraud ressortent un peu plus. Ce qui est considéré comme emblématique « flamants, taureaux, chevaux » n'apparaît pas sur ces questions semi-directive alors que l'on a déjà des réponses très spécifiques sur d'autres thématiques (fête des fleurs à Raphèle, carrière d'ocre, expo de Rodin). **Les Marais du Vigueirat ne semblent pas faire partie d'un concept spécifique particulier de visite. Les visiteurs qui font plusieurs visites dans la journée intègrent la visite des Marais du Vigueirat parmi un programme de visites diversifié.** On trouve en effet aussi bien des visiteurs qui recherchent les espaces naturels, ceux qui apprécient aussi le milieu urbain que ceux qui cherchent à avoir une vision globale du territoire camarguais.

B. Profil des visiteurs et motifs de visite

B.a) Caractéristiques des visiteurs

1) Âge des visiteurs

Les entretiens ont été réalisés avec quasiment toutes les tranches d'âge (les enfants accompagnés par leurs parents n'ont pas été interrogés). Aucun jeune de 18-20 ans venu sans les parents n'a été interrogé (ni observé). On remarque néanmoins une prédominance des personnes entre 50 et 60 ans. La moyenne d'âge des visiteurs avoisine les 50 ans.

Âge de la personne interrogée

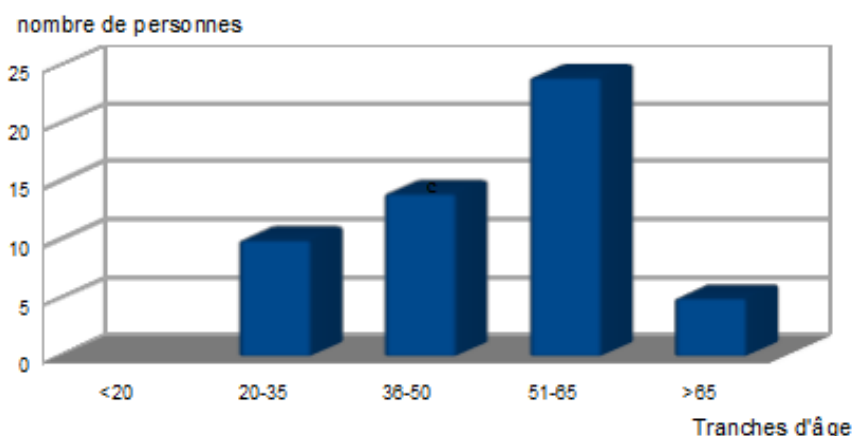
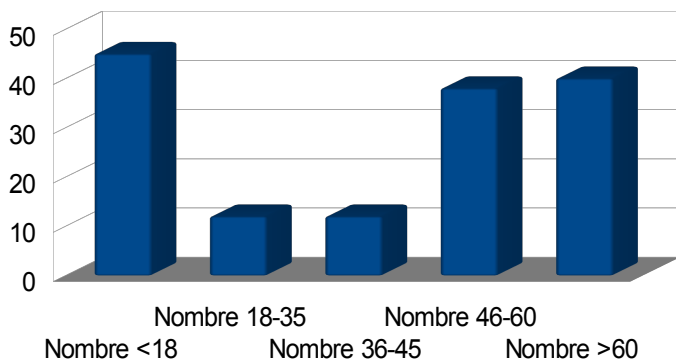


Tableau 5 : Tranches d'âge des visiteurs interrogés

Age des autres personnes du groupe	Nombre
Nombre <18	45
Nombre 18-35	12
Nombre 36-45	12
Nombre 46-60	38
Nombre >60	40

Afin d'avoir une vision globale des tranches d'âge des visiteurs qui visitent les Marais du Vigueirat, les âges ont aussi été demandés aux personnes venues avec celle qui était interrogée. (cf. : *Tableau 6 : Âge des groupes de visiteurs et Graphique 5 : Tranches d'âge des groupes de visiteurs*).

Âge des autres personnes du groupe



Graphique 5 : Tranches d'âge des groupes de visiteurs

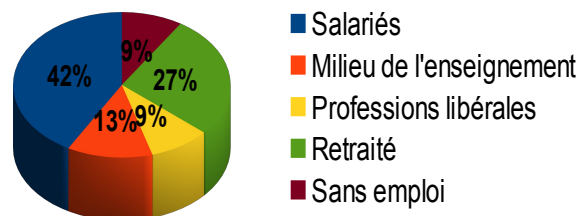
Les jeunes de moins de 18 ans sont quasi-systématiquement les enfants venus avec leurs parents. On remarque la sur-représentation des personnes de 46 à 60 ans ainsi que des plus de 60ans. Peu de visiteurs ont entre 18 et 45 ans. **La clientèle des Marais du Vigueirat est donc essentiellement constituée de retraités ou de personnes en fin de carrière.**

2) Catégories socioprofessionnelles

	nb	%
Salarié	23	41,8%
Employé	10	18,2%
Fonctionnaire	8	14,5%
Milieu de la santé et service à la personne	5	9,1%
Milieu de l'enseignement	7	12,7%
Profession libérale	5	9,1%
Gérant de société	2	3,6%
Artisan/art	3	5,5%
Retraité	15	27,3%
Sans emploi	5	9,1%

Graphique 7 : Catégories socio-professionnelles des visiteurs

Catégorie socio-professionnelle des visiteurs



Graphique 6 : Représentation des catégories socio-professionnelles des visiteurs

La principale catégorie socio-professionnelle est celle des salariés (près de 42% des visiteurs). Les retraités représentent une grande partie des visiteurs (27%). Le milieu de l'enseignement est lui aussi bien représenté. Le groupe des sans emplois est constitué de deux types de visiteurs. 2 d'entre eux sont des chômeurs en recherche d'emploi. Les 3 autres sont des mères au foyer.

Aucun visiteur interrogé n'appartient au groupe des agriculteurs ou des ouvriers alors qu'ils sont nombreux sur le territoire.

B.b) Motifs de visite

1) Motifs observés

Les analyses réalisées sur d'autres sites ont montré que les vraies raisons de visites ne sont pas toujours exprimées par les visiteurs lors des enquêtes. Cela est le cas pour des sujets sensibles (l'alcool, la drogue, ...). Les visiteurs s'auto-censurent parfois pour masquer des raisons qui leur semblent « honteuses » (ex : se décharger de la surveillance des enfants/petits-enfants, évacuer des tensions, ...).

Nom du groupe	Nombre d'enquêtes	%	mots clefs
Visiteurs pour la nature	19	26,76%	
Nature et découverte	14	19,72%	Nature, loisir, marche, découverte, détente, animaux, oiseaux
Partage et transfert de valeurs avec la famille	5	7,04%	Enfant, partage, nature, valeurs
Observateurs et chasseurs d'images	13	18,31%	
Découverte d'une ambiance sauvage et de Camargue	5	7,04%	proximité, nature, événement
Photographes naturalistes	4	5,63%	Photos, oiseaux, Camargue, observatoires
Ornithologues	4	5,63%	oiseaux, Camargue, espèces
Visiteurs Educatif	13	18,31%	
Scolaires	13	18,31%	
Cadre privilégié des Marais du Vigueirat	12	16,90%	
Loisirs Nature ludique pour occuper les enfants	7	9,86%	Enfant, loisirs, nature, ludique,
Opportunité de se retrouver dans une ambiance de nature	5	7,04%	Famille, amis, ensembles, sortie, nature
Visiteurs événementiels	8	11,27%	
Visiteurs événementiels	8	11,27%	journée des producteurs, concert, produits locaux, ...
Hasard	5	7,04%	
Visiteurs inopinés	5	7,04%	hasard, temps, occasion

Tableau 7 : Catégories observées de visiteurs

Les visiteurs pour la nature

Les visiteurs appartenant au groupe « **Nature et découverte** » sont les plus nombreux (19% de l'ensemble des visiteurs). Ce sont des visiteurs qui cherchent à découvrir le site et des informations sur le milieu naturel. Ils prennent généralement un peu de documentation ou réalisent la visite en calèche qui leur permet d'apprendre quelques éléments.

Les visiteurs « **Partage et transfert de valeurs avec la famille** » (7% de l'ensemble des visiteurs) ont pour objectif de faire découvrir l'environnement naturel, généralement aux enfants ou petits-enfants. On voit en effet ces visiteurs lire de la documentation ou expliquer divers éléments aux enfants pendant leur visite. Le temps passé sur le sentier est généralement plus important que les visiteurs qui recherchent des « loisirs nature ludiques pour occuper les enfants ».

On a observé 10 groupes de visiteurs. En dehors du groupe éducatif, les visiteurs spontanés ont été regroupés en 5 grands ensembles.

Plusieurs axes d'attractivité ont été identifiés afin de créer ces groupes de visiteurs. **L'attrait pour la nature est un point qui, bien que présent sur d'autres sites observés, semble ici être prégnant** (les « visiteurs pour la nature » et « observateurs et chasseur d'images » représentent à eux deux 43% du public).

Certains points semblent être spécifiques aux marais du Vigueirat. Ils sont bien moins présents, voire absent sur les autres sites. C'est le cas de la forte attractivité des familles avec enfants. Les activités proposées par le site semblent donc bien répondre aux attentes des visiteurs.

La part des visiteurs événementiels est elle aussi importante. Les choix stratégiques du site des Marais du Vigueirat ont donc bien permis d'attirer une clientèle spécifique qui s'est fidélisée.

Les observateurs et chasseurs d'images

Les **ornithologues** (5,5% de l'ensemble des visiteurs) sont des visiteurs essentiellement attirés par l'opportunité de voir diverses espèces d'oiseaux. Ils sont généralement facile à repérer car viennent généralement équipés de longues-vues et passent de longs moments dans les observatoires.

Les **photographes** (5,5% de l'ensemble des visiteurs) se rendent sur le site équipés d'appareils photos de bonne qualité et, bien souvent, d'objectifs leur permettant de faire des photos d'oiseaux à plus ou moins grande distance. Quelques photographes n'étaient pas uniquement intéressés par les oiseaux mais aussi par les paysages et une ambiance de nature en général. Le site des Marais du Vigueirat présente l'avantage de proposer une importante diversité de milieux qui offre un panel important d'ambiances.

Certains visiteurs cherchent à être immergés dans une « **Ambiance sauvage de Camargue** ». Ils recherchent une image de la Camargue qui est apportée aux Marais du Vigueirat par de nombreux éléments : les chevaux et taureaux Camargue, les grandes étendues depuis les points de vue, la présence d'une faune et avifaune parfois difficile à voir de près et en abondance mais bien présente. Ces visiteurs ne sont pas toujours facile à repérer avant l'entretien mais on les voit régulièrement réagir face à des éléments particuliers (chevaux, taureaux, ...).

Les visiteurs profitant du cadre privilégié des Marais du Vigueirat

Ces visiteurs représentent 17,5% de l'ensemble des visiteurs. L'attrait n'est plus directement la nature. Elle semble servir de « prétexte » pour la visite. Ils appartiennent à deux catégories :

Les visiteurs « **Loisirs nature ludique pour occuper les enfants** » (10% de l'ensemble des visiteurs). Le site propose une série de cabanes pourvues d'animations ludiques destinées aux jeunes. Les visiteurs de ce groupe recherchent une occupation pour leur enfant. On dénote néanmoins un léger désintérêt des parents qui semblent réaliser cette sortie pour se décharger un peu de la surveillance et de l'attention de leurs enfants. Les parents ne semblent généralement pas sensibilisés à la cause environnementale et ne cherchent pas spécialement en apprendre plus. Ils ne prennent généralement aucune documentation et ne cherchent pas à expliquer quoi que ce soit aux enfants.

Les visiteurs qui cherchent une « **Opportunité de se retrouver dans une ambiance de nature** » (7% de l'ensemble des visiteurs) sont généralement des groupes d'amis ou des familles. Ils cherchent une activité à réaliser ensembles et donnent généralement le privilège à une activité réalisée à l'extérieur, dans une ambiance de nature. L'intérêt pour la nature existe mais elle représente plus une « toile de fond » pour un moment de partage en famille ou entre amis. Le groupe fait généralement la visite en discutant et regardant plus ou moins ce qu'il se passe autour.

Les visiteurs événementiels

Les Marais du Vigueirat développent chaque année un certain nombre d'événements sur des thèmes divers (producteurs, art, ...). Ils peuvent permettre d'attirer des visiteurs qui ne viendraient pas sur le site si seule la dimension écologique était proposée. L'objectif est de faire connaître et apprécier cette dimension écologique à des visiteurs venus pour d'autres thèmes. Ces nouvelles voies d'entrée doivent susciter chez le visiteur le désir de revenir sur le site pour découvrir les sentiers et les différentes visites proposées.

Les **visiteurs événementiels** (11% de l'ensemble des visiteurs) sont venus sur le site des Marais du Vigueirat à l'occasion d'un événement ponctuel. Ils parcourent les différents stands et se rendent parfois sur les sentiers libre par la même occasion.

Les visiteurs par hasard et opportunistes

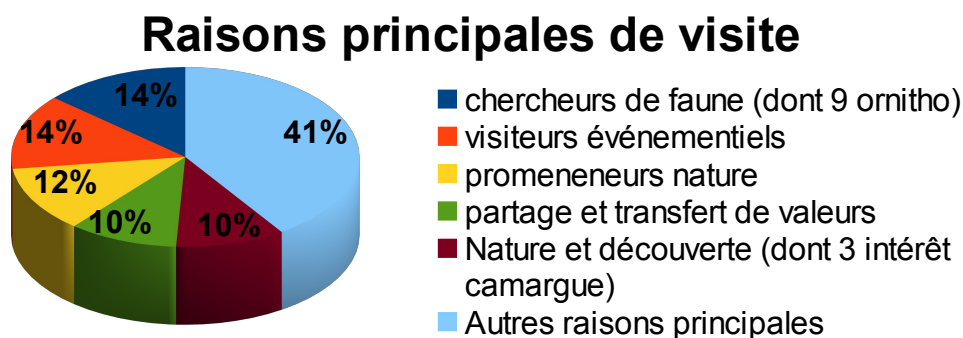
Les « **visiteurs opportunistes** » (7% de l'ensemble des visiteurs) sont arrivés par hasard aux Marais du Vigueirat où dont l'activité prévue a été annulée. Ils sont assez difficile à identifier avant d'avoir commencé le questionnaire. Généralement, ils se rendent à l'accueil directement pour demander des renseignements car ils ne se sont pas renseignés préalablement. Souvent, ce sont des visiteurs qui promènent sur les sentiers sans vraiment chercher quelque chose de particulier ou qui viennent aux événements.

2) Les motifs déclarés de visite

2-1) Les raisons principales et la comparaison aux groupes observés

38 raisons principales ont été données par les 57 visiteurs. On se rend compte, grâce à ces questions ouvertes que les intérêts des visiteurs sont très diversifiés lorsqu'ils font le choix de venir visiter une Zone Humide. On comprend aussi combien il est compliqué pour un gestionnaire de site de satisfaire l'ensemble des visiteurs.

Les principales réponses ont été regroupées sous plusieurs grandes thématiques présentées dans le *Graphique 8 : Raison principale de visite déclarée* (la catégorie « autres » regroupe l'ensemble des réponses données par moins de deux visiteurs).



Graphique 8 : Raison principale de visite déclarée

Chercheurs de faune (13,5%)

Parmi les chercheurs de faune, certains recherchent en particulier les oiseaux (13 visiteurs sur les 18 chercheurs de faune).

La moitié des « chercheurs de faune » appartiennent aux groupes d'observé « Nature et découverte » ou « Ornithologues ». Les « chercheurs de faune » sont très rarement des locaux. Lorsque ce sont des visiteurs locaux, ce sont systématiquement des « ornithologues ».

Visiteurs événementiels (13,5%)

Les visiteurs événementiels observés correspondent parfaitement avec les visiteurs qui déclarent venir pour la journée des producteurs dès la première raison de visite. La visite est donc clairement liée à l'événement.

Ils sont tous originaires du département (ou du Gard) et ont parcouru en moyenne 23km pour venir, soit une distance bien plus petite que la distance moyenne de l'ensemble des visiteurs (34km).

La moitié des visiteurs événementiels ont été informés par un moyen de communication à l'échelle locale de type presse, radio ou journal.

Pour ces visiteurs, c'est l'organisation d'un événement particulier qui les emmène ou les ramène (ce sont souvent des visiteurs qui sont déjà venus) sur le site des Marais du Vigueirat. L'organisation d'événement régulièrement dans l'année permet donc de toucher une part de clientèle qui ne viendrait pas forcément sur le site dans d'autres circonstances.

Promeneurs nature (12%)

Les promeneurs nature n'apparaissent pas directement dans les groupes observés. Ils font partie des groupes d'observés de « visite pour la nature ».

Les personnes interrogées dans ce groupe sont toutes des femmes venues avec leur conjoint ou en groupe. La moitié d'entre-elles sont des retraitées. Elles sont toutes originaires du département ou d'une région proche.

Ce sont quasi-systématiquement des visiteurs qui invoquent en même temps l'intérêt pour la détente dans un milieu naturel sans qu'il y ai un attrait spécifique faunistique, floristique ou paysager. **C'est plus l'ambiance globale de nature qui semble déterminant pour ce groupe, la typologie du milieu ne semble pas avoir particulièrement d'importance.**

Transfert de valeurs aux enfants ou à la famille (10%)

Ce sont souvent des parents ou grands-parents qui veulent partager un intérêt naturaliste avec leur descendance. On retrouve aussi souvent des groupes accompagnés par une personne déjà venue sur le site et qui souhaite le leur faire découvrir. Ils sont à distinguer des 8,5% de visiteurs qui recherchent juste une activité en famille ou entre amis appartenant au groupe d'observé « Loisirs Natures ludiques pour enfants ». Pour eux, la nature et le site des Marais du Vigueirat représentent un cadre privilégié pour se retrouver sans qu'il y ait forcément un intérêt pour de l'apprentissage ou un transfert de valeurs.

2-2) Les raisons secondaires

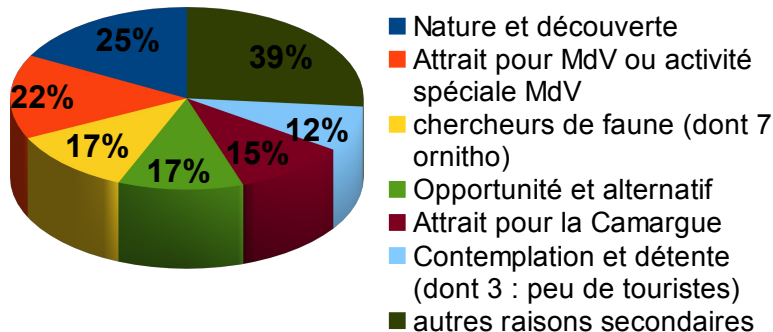
Quelles sont les raisons secondaires de votre visite ?	Nombre	Pourcentages
Nature et découverte	15	25,42%
Attrait pour MdV ou activité spéciale MdV	13	22,03%
chercheurs de faune (dont 7 ornitho)	10	16,95%
Opportunité et alternatif	10	16,95%
Attrait pour la Camargue	9	15,25%
Contemplation et détente (dont 3 : peu de touristes)	7	11,86%
Proximité	4	6,78%
Autres	3	5,08%
Loisirs nature ludique pour occuper les enfants	3	5,08%
Promenade	3	5,08%
accompagner quelqu'un	2	3,39%
influence de la communication	2	3,39%
partage et transfert de valeurs	2	3,39%
photographes	2	3,39%
Visite d'autres zones humides en France (Teich, Mercanter)	1	1,69%
visiteurs événementiels	1	1,69%

Les visiteurs donnent parfois plusieurs raisons secondaires, certains n'en donnent aucune. En moyenne, les visiteurs qui répondent (86% des visiteurs) donnent 1,8 réponses, soit une ou deux réponses.

Les réponses sont très diversifiées et ont été regroupées sous différentes thématiques visibles sur le *Graphique 9 : Raisons secondaires de visite déclarée* Nombre et pourcentage de personnes par réponse.

Graphique 9 : Raisons secondaires de visite déclarée

Raisons secondaires de visite



Graphique 10 : Représentation des raisons secondaires de visite déclarée

25% des visiteurs évoquent une idée liée à un désir de « Nature et découverte ». L'attrait général pour la nature est donc plus important que dans les raisons principales. On retrouve donc l'idée d'un attrait global pour la nature sans que cela soit le moteur de motivation principal des visiteurs. On retrouve donc l'idée d'une « nature en toile de fond » déjà rencontré lors de l'étude sur le site de Sidi Boughaba.

22% des visiteurs déclarent avoir un attrait particulier pour le site des Marais du Vigueirat. Ils apprécient les activités particulières proposées (visite en calèche, cabanes pour les enfants, ...). Ils les connaissaient déjà avant leur visite ou ils ont été conseillés par d'autres visiteurs.

17% des visiteurs sont des « **chercheurs de faune** », ils citent en particulier les oiseaux. **Les groupes de chercheurs de faune semblent être surtout des familles avec enfants.**

Les visiteurs qui recherchent la contemplation, la détente ou la coupure avec le quotidien ne représentent que 12% des visiteurs. Ils apparaissent tout de même de manière importante dans les raisons secondaires de visite. Ce désir de calme, de détente et de bien-être représente un concept fort d'attrait pour la visite.

2-3) Le cumul des raisons données par les visiteurs

Raisons primaires et secondaires cumulées		
<i>Nature et découverte</i>	20	33,90%
<i>chercheurs de faune (dont 7 ornitho)</i>	18	30,51%
<i>Attrait pour la Camargue</i>	14	23,73%
<i>Opportunité et alternatif</i>	14	23,73%
<i>Attrait pour MdV ou activité spéciale MdV</i>	13	22,03%
<i>promeneurs nature</i>	10	16,95%
<i>partage et transfert de valeurs</i>	8	13,56%
<i>visiteurs événementiels</i>	8	13,56%
<i>Contemplation et détente (dont 3 : peu de touristes)</i>	7	11,86%
<i>photographes</i>	6	10,17%
<i>Autres</i>	5	8,47%
<i>Sortie famille/amis</i>	5	8,47%
<i>Proximité</i>	4	6,78%
<i>Déjà venus</i>	3	5,08%
<i>Loisirs nature ludique pour occuper les enfants</i>	3	5,08%
<i>par hasard</i>	3	5,08%
<i>accompagner quelqu'un</i>	2	3,39%
<i>influence de la communication</i>	2	3,39%
<i>Programme pré-établi</i>	1	1,69%
<i>Visite d'autres zones humides en France (Teich, Mercanter)</i>	1	1,69%

Tableau 8 : Cumul des raisons de visite

Les deux éléments structurant le concept de visite sont la nature dans sa globalité et la faune. On note ensuite un attrait pour la Camargue, l'organisation événementielle ainsi que les promenades dans la nature.

L'ensemble des raisons données par les visiteurs ont été regroupées. On tente de déterminer si le choix de la visite des Marais du Vigueirat est multicritères et quels sont les principaux points d'attractivité.

Raisons cumulées de visites (réponses concernant plus de 10% des visiteurs uniquement)

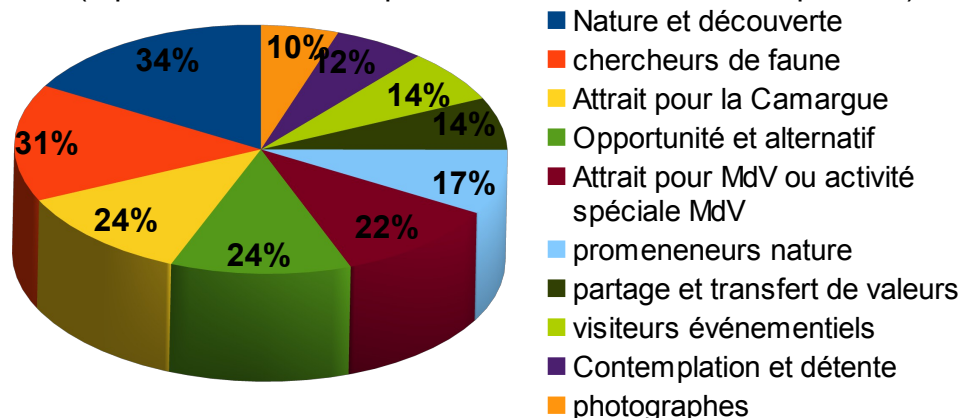


Tableau 9 : Représentation des cumuls des raisons de visite

34% des visiteurs parlent d'un attrait global pour la nature (nature et découverte).

30% des visiteurs souhaitent voir des animaux (chercheurs de faune).

23% des visiteurs ont un « attrait pour la Camargue ».

23% évoquent aussi le choix de la visite suite à une annulation dans leur programme initial ou le fait d'avoir profité d'une « opportunité ». 64% d'entre-eux (9 sur 14) sont originaires des Bouches-du-Rhône. Les non-locaux, qui sont venus suite à une opportunité ou une alternative ont découvert les Marais du Vigueirat grâce à l'Office du Tourisme d'Arles ou son site internet. (Si l'on se rend sur le site internet de l'OTA on se rend compte que les Marais du Vigueirat disposent d'une très bonne visibilité. Il est probable que les visiteurs soit fortement influencés par ce site internet lorsqu'ils recherchent une activité à réaliser lorsque leur projet initial ne peut pas être réalisé.)

Parmi les 14 personnes venues suite à une opportunité, seuls 2 sont réellement là par défaut. Pour ces deux là, il n'y avait pas de réel désir préalable de venir aux Marais du Vigueirat, ils ont généralement été contraints (visite en groupe, en famille, ...).

Les 12 autres personnes du groupe « opportunité » ne sont pas dans un choix par défaut mais dans un choix volontaire des Marais du Vigueirat parmi le panel d'activités proposées dans la région. Ils ont en effet profité d'un concours de circonstance favorable (beau temps, journées de congés, ...). 6 d'entre-eux sont venus grâce à l'influence de la communication. Pour les extra-territoriaux c'est souvent l'office du tourisme ou internet qui a fait la différence.

Le choix des visiteurs est multicritères.⁷³ Les principaux éléments structurants, bien que variant légèrement suivant les profils de visiteurs, sont généralement la nature, la faune, la proximité du lieu de résidence, les spécificités territoriales et la programmation événementielle.⁷⁴ Tous ces éléments bénéficient d'une communication efficace et diversifiée.

73 : Il y a très souvent au moins deux raison de visite déclarées.

74 : 73% des visiteurs ont parlé d'une raison liée à la nature ou au milieu (Nature et découverte, chercheur de faune, attrait pour la Camargue ou promenade nature)

B.c) Points saillants des profils de visiteurs et des motifs de visite

Globalement les groupes observés et déclarés sont assez proches. Les raisons déclarées ont permis d'affiner les groupes : comme par exemple l'apparition du groupe des « promeneurs dans la nature ». Un groupe observé n'apparaît pas dans les raisons déclarées, il s'agit de celui des « Loisirs Nature ludique pour occuper les enfants ». Ce groupe là déclare généralement venir pour transmettre aux enfants alors que nous avons vu précédemment que cela ne semble pas être réellement le cas.

Le site des Marais du Vigueirat est vu, par les scientifiques et les personnes liées à la protection et la gestion de l'environnement, comme un site naturel géré perçue essentiellement pour ses qualités écologiques. Ce n'est pas cette dimension écologique qui est principalement apprécié par les visiteurs des Marais du Vigueirat. Il semble y avoir plusieurs éléments structurants dans les choix de visites du public :

- **L'attrait pour la nature et faune** : ce sont des idées assez proches. Il y a recherche d'un milieu et/ou de la faune qui y réside. Les visiteurs cherchent à découvrir ces espaces et ambiances. Ils ont souvent aussi un désir de découverte et d'apprentissage. La flore et l'eau ne sont, à ce stade, pas mentionnés par les visiteurs. De plus, les visiteurs, même les chercheurs de faune, ne vont pas jusqu'à la spéciation⁷⁵.
- **Les spécificités locales** : les visiteurs recherchent des ambiances et milieux liés à la Camargue ou on un attrait particulier pour le site des Marais du Vigueirat. Ces attraits sont assez proches puisque liés à une typologie particulière de milieu, d'ambiance ou d'activité. De manière surprenante, les taureaux et chevaux, généralement considérés comme emblématiques du territoire sont assez peu mentionnés spontanément.
- **La programmation événementielle** : elle permet de cibler très précisément un type de visiteurs qui ne viendrait pas sur le site sans cela, notamment la population locale.

75 : Il n'y a donc aucune espèce animale citée.

C. Les éléments d'attractivité

Afin de déterminer quels sont les éléments principalement attractifs, il a été demandé aux visiteurs de citer et classer par ordre de préférence les particularités qu'ils apprécient sur un site naturel comme les Marais du Vigueirat.

C.a) Les particularités du site les plus appréciées par les visiteurs

Quelle particularité préférez-vous ?	Nombre	Pourcentage
Voir des animaux	32	56,14%
Nature (dont 2 paysages)	14	24,56%
Voir des oiseaux	7	12,28%
Lié à la région, à la Camargue	6	10,53%
Somme "voir un mammifère"	5	8,77%
Observatoires	2	3,51%
Visite en calèche	2	3,51%
Paysage	2	3,51%
Activités ludiques pour les enfants	1	1,75%
Calme et silence	1	1,75%
Marais	1	1,75%
Site en général	1	1,75%
Pouvoir balader hors des sentiers	1	1,75%

Tableau 10 : Particularités les plus appréciées

32 réponses différentes ont été données pour décrire la première des particularités appréciées. Ces réponses ont été regroupées en grand groupes présentés dans le *Tableau 10 : Particularités les plus appréciées*. **L'attrait principal est le désir de voir des animaux.**

C.b) Cumul des éléments les plus attractifs

Cumul des particularités appréciées	Nombre	Pourcentage
Voir des animaux	40	70,18%
Voir des oiseaux	16	28,07%
Voir un mammifère	11	19,30%
Nature	20	35,09%

Tableau 11 : Cumul des particularités les plus appréciées

La faune représente plus des deux tiers des attraits appréciés par les visiteurs, la nature en général représente un élément attractif principal pour plus d'un tiers des visiteurs.

La possibilité de voir des animaux présente un avantage comparatif indéniable pour les visiteurs des Marais du Vigueirat. De manière spécifique ce n'est donc pas spécialement le marais qui retient l'attention des visiteurs mais bien la faune que l'on peut y observer.

Les espèces de mammifères sont plus souvent et facilement citées que les espèces d'oiseaux. En effet, le cumul de l'ensemble des codes, 5 espèces de mammifères sont citées (taureaux, chevaux, renard, ragondins et sangliers) alors que ce n'est le cas que pour 2 espèces d'oiseaux (cigognes et hérons). De plus, les espèces d'oiseaux n'apparaissent que tardivement dans le classement des particularités appréciées. En proportion des espèces, les mammifères sont plus représentés. Ils semblent créer plus d'émotions comme c'est le cas dans les autres sites analysés.

On remarque tout de même la quasi-absence de la mention des paysages, de la végétation ou des animaux comme les batraciens, les reptiles ou les insectes. Ces animaux là ne sont visiblement pas ceux qui peuvent attirer efficacement les visiteurs. Seule la cistude est citée par 3 visiteurs. Pour ce cas particulier, il est possible que les visiteurs ignorent qu'il est possible d'en observer en venant sur le site. De même, pour d'autres espèces, il est probable que le manque de connaissances et de communication soit la source de cette absence d'intérêt des visiteurs.

C.c) Les autres intérêts des visiteurs au delà des Marais du Vigueirat

Parmi les visiteurs qui ont répondu à une question semi-directive sur les points d'intérêts qui ne sont pas forcément liés au Vigueirat, la quasi-totalité des visiteurs ont déclaré être intéressés par l'environnement naturel (seule une personne a répondu non, elle était venue pour accompagner sa famille et n'a visiblement pas apprécié le site). **La curiosité des visiteurs des Marais du Vigueirat est diversifiée puisqu'elle concerne diverses thématiques. Les points d'intérêt principaux sont largement liés au milieu naturel.**

Les thématiques « gastronomie locale », « produits locaux », « la culture locale et les traditions », « la sensation de sauvage, de tranquillité, de contemplation », « une meilleure connaissance de la région d'un point de vue histoire, géographie, ... », « le rôle de l'homme dans la gestion de la Camargue », « le rôle des différentes structures de protection de la nature » ont toutes intéressé plus de 70% des visiteurs.

Les « pratiques locales (chasse, agriculture, pêche, élevage , ...) » intéressent environ 60% des visiteurs (soit environ 30 personnes). Mais quelques personnes ont précisé qu'elles n'apprécient pas la chasse. Ils sont néanmoins intéressés par les autres pratiques locales (agriculture, pêche, ...).

50% des personnes sont intéressées par les balades à cheval et seulement 40% par la mer ou la plage.

C.d) Les attraits paysagers

1) Les éléments appréciés dans les paysages

Quelle est pour vous l'élément ou les éléments du paysage que vous avez le plus apprécié et pourquoi?	
marais	13
forêt/bois	6
Étendues d'eau	6
Aspects sauvage	6
Roselière	5
Roseaux	5
L'eau	4
Végétation	3
NSP	3
Étangs avec oiseaux et chevaux	3
Ensemble de milieux	3
Taureaux et chevaux dans la nature	2
Oiseaux	2
Marais donc pas de particularités	2
Lumière/luminosité	2
Les taureaux et chevaux	2
La diversité des milieux	2
Impression d'infini/ territoire vaste	2
Image de la Camargue	2
Étangs	2
Agréable	2
Zone humide	1
Vue dégagée	1
Végétation typique	1
Variété de végétation	1
Touffes de végétation	1
Tortues	1
Surpris par le riz	1
Sérénité	1
Ruisseaux	1
Prairies + joncs + chevaux en fond	1
Point de vue en hauteur	1
Paysages semblables à ceux de chez eux	1
Paysages inattendus	1
Nid de cigogne	1
Mélange d'eau et de plante	1
Marécages	1
Marcher à même l'eau	1
Marais en eau avec des échasses	1
Marais avec animaux	1
Lieu authentique	1
Les roseaux avec l'étang derrière	1
Le contraste : territoire très aménagé mais d'aspect naturel	1
L'animal dans son contexte et dans ses scènes de vie	1
Îles	1
Fleurs	1
Ensemble du site mais période avec encore trop d'eau	1
design des passerelles et des barrières	1
Déjà habitué à voir ce paysage	1
Clochettes sur roseaux	1
Chevaux au loin	1
Cannes de provence	1
Beau	1
Aspect naturel	1
Activités pédagogiques pour enfants	1

Tableau 12 : Éléments appréciés dans le paysage

Le paysage, ou les éléments qui le composent ne sont pratiquement jamais cités spontanément par les visiteurs. Pourtant, lorsque l'on mentionne le paysage, la question semble souvent raviver l'intérêt des personnes interrogées. **Le paysage n'est donc pas un élément d'attractivité et de choix de la visite. C'est pourtant un point d'intérêt pour les visiteurs une fois que la thématique est abordée.**

Les visiteurs ont évoqué plus d'une trentaine de réponses différentes. Les thématiques citées ne concernent jamais plus de 50% des visiteurs. **Il n'existe donc pas un « consensus paysager » contrairement à d'autres sites étudiés comme celui de Sidi Boughaba. Néanmoins, quelques éléments sont récurrents.** C'est le cas notamment des thématiques liées à l'eau (50% des visiteurs), des éléments d'ensemble du milieu (39% des visiteurs), de la végétation (33% des visiteurs), des marais (25% des visiteurs) et des endroits où il est possible d'observer des animaux (essentiellement taureaux et chevaux) dans le milieu (25% des visiteurs).

2) Les points depuis lesquels les paysages sont les plus appréciés

De quels endroits le paysage vous semble le plus attractif?	
<i>Parcours dans les petits bois</i>	7
<i>Point de vue sur les chevaux + eau</i>	5
<i>C'est un ensemble</i>	4
<i>des observatoires</i>	4
<i>La première arrivée sur le plus grand marais</i>	4
<i>Depuis le bord des marais</i>	3
<i>Pont/ point de vue au nord ouest du sentier</i>	2
<i>la partie boisée pour les fleurs blanches</i>	2
<i>plateforme</i>	2
<i>Vue sur les gardians qui trient les taureaux</i>	2
<i>Contre le canal avant le début du bois</i>	1
<i>Début du sentier sur la droite (encore plus lorsqu'il y a les chevaux)</i>	1
<i>joncs</i>	1
<i>Les méandres qui offrent des vues différentes</i>	1
<i>Petite maison vue depuis la calèche</i>	1
<i>premier observatoire de la visite guidée</i>	1
<i>Observatoire au coucher du soleil</i>	1
<i>Partie ouest du parcours</i>	1
<i>Sentier des cabanes</i>	1
<i>Vue sur les flamants</i>	1

Tableau 13 : Point du paysage le plus apprécié

Les visiteurs ont donné environ 16 réponses différentes. Les avis sont partagés du fait de la subjectivité liée à l'observation et l'appréciation des paysages mais on remarque tout de même quelques éléments récurrents :

Le passage dans le petit bois et les endroits où il est possible de voir les animaux (principalement chevaux et taureaux) sont les espaces qui semblent les plus appréciés (bien que seulement 22% des visiteurs qui ont répondu à la question parlent spontanément de l'un et/ou de l'autre).

L'attrait paysager, même s'il n'est pas vraiment partagé, semble plutôt structuré par les éléments suivants: l'eau (marais en particulier), la végétation (bois et roselières en particulier) et la faune (taureaux, chevaux et oiseaux). Au regard de la forte représentation des oiseaux dans les motifs de visite (28% cumulé), on s'aperçoit que peu de visiteurs l'intègrent comme élément de paysage.

3) Corrélation de l'ensemble des éléments de paysage

Les endroits d'où l'on peut voir les animaux dans le milieu naturel ont été cités spontanément par près de la moitié (47%) des visiteurs qui ont répondu aux questions sur les paysages (17 visiteurs). Le cheval et le taureau de race Camargue, bien que peu mentionnés comme motif de visite, semblent susciter un plus fort attrait dans la découverte et l'intérêt des paysages.

4) Les couleurs qui marquent les visiteurs

L'enquête a été réalisée à une période de l'année où la végétation n'avait pas vraiment commencé sa croissance. Il est probable que les couleurs encore hivernales soient l'une des raisons qui explique le faible nombre de visiteurs portant un intérêt aux couleurs.

La couleur verte a été citée par un tiers des visiteurs, elle est associée à la végétation. La saison et le mauvais temps pendant la période d'enquête sont peut-être la cause du peu d'intérêt pour cette couleur généralement appréciée sur les autres sites étudiés (Sidi Boughaba).

Le blanc a été cité par 10 des visiteurs (soit 17% de ceux qui ont parlé de paysages). Ce sont systématiquement des visiteurs qui ont fait le sentier de la palunette et ont pu observer des plantes présentes à cette période uniquement, les nivéoles d'été. L'aspect saisonnier est donc le principal facteur ayant influencé l'attrait des visiteurs pour cette couleur.

C.e) Les saisons et horaires les plus appréciées

Plus de la moitié des visiteurs (56% de ceux qui ont répondu à la question) pensent que le site est plus intéressant au printemps. L'automne est une saison qui présente un intérêt particulier pour un quart des visiteurs. Ce sont essentiellement des visiteurs locaux, qui apprécient venir aussi au printemps. 20% des visiteurs précisent qu'ils ne veulent surtout pas venir en été. Trois raisons principales sont évoquées : l'abondance des touristes, la chaleur et les moustiques.

De nombreux visiteurs (20 personnes soit 38,5% de ceux qui ont répondu à cette question) pensent que le site est plus intéressant le matin. Ces visiteurs parlent beaucoup plus que les autres (78% pour 38% habituellement) des « éléments d'ensemble du paysage et des milieux » lorsqu'ils décrivent ce qu'ils apprécient dans les paysages. Ces visiteurs là n'arrivent généralement pas à caractériser ce qu'ils apprécient dans le paysage et restent relativement vague. On remarque aussi, que la grande majorité des visiteurs qui déclarent que le site est plus intéressant le matin viennent en réalité le visiter l'après-midi ou en toute fin de matinée. **Les visiteurs ont pris conscience de l'intérêt de venir visiter un site naturel le matin. Mais de l'intention à la véritable action, le pas n'est pas franchi. Le désir existe mais n'est pas mis en pratique réellement. Seuls quelques photographes viennent réellement sur le site le matin.**

Près d'un quart des visiteurs (23%) déclarent avoir envie de venir sur le site pour le lever ou le coucher du soleil. C'est une dimension plus liée à un concept émotion qu'à un réel attrait particulier pour le site. En effet, l'attrait pour ces deux périodes de la journée peuvent être identiques quel que soit le lieu considéré, qu'il soit à caractère naturel ou non.

C.f) L'image des Marais du Vigueirat et de la Camargue en général

1) L'image des Marais du Vigueirat

86% des visiteurs ont spontanément déclaré qu'ils apprécient le site. Cela ne veut pas dire que les autres visiteurs ne sont pas satisfaits du site ; ils n'ont pas parlé spontanément dans cette question de leur satisfaction. 30% des visiteurs décrivent des éléments du paysage à ce moment là. La question sur les paysages a été posée peu de temps avant, il est possible que cela ait influencé leur perception générale du site. Un visiteur sur quatre évoque des points négatifs sur le site qu'il faudrait améliorer. Ces visiteurs là ont tout de même apprécié le site (sauf 2 individus qui semblent insatisfaits). La moitié des remarques concernent un manque d'entretien du site (excès de végétation sur certains points précis du parcours, manque d'entretien extérieur des bâtiments ou du chemin d'accès, ...).

Le calme et le bien-être offert par le site sont évoqués par 11 personnes (soit 19% des visiteurs interrogés). Globalement dans ce groupe, on retrouve des personnes locales qui recherchent un moyen de détente, généralement sans encadrement. Les améliorations demandées laissent penser que ces visiteurs aimeraient passer plus de temps sur le sentier et pouvoir s'y arrêter. La visite peut tout de même être associée à un apprentissage puisqu'ils ne sont pas fermés à la présence de panneaux explicatifs ou d'autres moyens de sensibilisation. Ce public là semble être à la recherche d'une rupture avec le quotidien, de détente. Ils n'en avaient pas parlé jusqu'alors. Il semble que ce soit une raison relativement peu avouée. Pourtant, sans question spécifique là dessus, on se rend compte que près de 20% des visiteurs interrogés aux Marais du Vigueirat choisissent le site pour venir profiter d'une ambiance globale de nature, de détente que leur offre le site. **Les Marais du Vigueirat semblent donc agir comme soupape de décompression pour une partie de la population, notamment locale. Cette dimension peut être particulièrement intéressante à travailler pour améliorer le bien-être des populations locales.** Cela peut permettre de légitimer des aménagements spécifiques (renforcer les contrastes et la perception soudaine des paysages, endroits pour s'asseoir et contempler le paysage, ...) mais aussi d'impliquer les communes dans ces aménagements en leur démontrant l'utilité qu'elles peuvent avoir sur le bien-être global des populations.

Bien qu'il ne semble pas que le choix de la visite du site soit initialement destinée à échapper au stress et se détendre, une fois sur le site, les visiteurs ont apprécié le calme. Ils y ont trouvé un confort . Le site est donc favorable au bien-être, le cadre proposé paraît reposant pour les visiteurs.

2) L'image de la Camargue

62% des visiteurs des Marais du Vigueirat déclarent apprécier la Camargue. 27% des visiteurs abordent des éléments liés au milieu et à des aspects paysagers pour le caractériser.

Néanmoins, 22% des visiteurs ont cité des aspects négatifs sur ce territoire. Les éléments cités sont diversifiés, ils ont souvent trait au manque d'accessibilité du territoire (5 personnes sur 12), au foncier, à son exploitation et sa « sur-commercialisation ». Ce sont essentiellement des locaux, souvent des habitués qui se révèlent déçus par certains aspects du territoire. Il est particulièrement important de remarquer que ces visiteurs, qui regrettent souvent le fait que la Camargue soit peu accessible en dehors de services payants, semblent fidélisés aux Marais du Vigueirat qui leur permet d'accéder à ce milieu qu'ils apprécient tout de même. Les Marais du Vigueirat semblent donc jouer un rôle important dans l'appréciation positive de l'image offerte du territoire.

16,5% des visiteurs parlent de la Camargue dans sa dimension culture, traditionnelle, si ce n'est une image « carte postale ». Les retraités parlent très rarement spontanément de la culture, des traditions ou de l'image « carte postale » de la Camargue.

C.g) Analyse globale de l'attractivité

Les visiteurs, en venant aux Marais du Vigueirat, n'étaient visiblement pas partie dans l'idée de voir des paysages. **Le paysage n'est donc pas, à l'heure actuelle, un motif de visite des Marais du Vigueirat.** Les questions posées sur le thème des paysages rencontrent néanmoins des réponses plutôt positives. Il y a des chances que le paysage puisse être un outil pouvant créer le souvenir chez les visiteurs. On espère que cela puisse représenter un élément structurant dans l'attractivité des Marais du Vigueirat. **L'émotion paysagère est potentiellement forte chez les visiteurs, mais elle n'existe pas vraiment sur le site à l'heure actuelle.**

Au Marais du Vigueirat, il n'existe pas encore de consensus paysager. C'est à dire que les visiteurs qui apprécient les paysages ne citent pas tous les mêmes éléments attractifs. Quelques thématiques semblent néanmoins être plus marquantes pour les visiteurs. **Ils apprécient les vues sur les mammifères facilement visibles dans le milieu (principalement les chevaux et taureaux de race Camargue).** Seuls les visiteurs qui font la visite en calèche peuvent réellement observer les taureaux. **Il pourrait être intéressant d'organiser le site de manière à permettre aux visiteurs de découvrir des tableaux alliant à la fois les milieux naturels et les espèces qui y vivent.** (cf préconisations). Les questions sur les images qui restent du site et de la Camargue aux visiteurs ont montré que les Marais du Vigueirat sont particulièrement appréciés par les visiteurs même s'ils apprécieraient quelques modifications. Pour les visiteurs qui ont été déçus par certains aspects de la Camargue, le site offre une image positive qu'il est important de mettre en évidence.

D. Perception des services et infrastructures du site

D.a) L'appréciation des infrastructures et services du site

1) La visibilité des services

Quels services du site connaissez vous?	Nombre
Visites guidées	19
Promenades en calèche	17
Visites libres	15
Accueil	12
Buvette	8
Aucun	5
Boutique	4
Animation thématique	4
Aires de pique-nique	3
Sentiers de découverte	3
Toilettes	3
Site internet	3
Parking ombragé	2
Divers moyens d'économie d'énergie (éolien, solaire, ...)	2
Ecotourisme	2
Animations scolaires	2
Restauration	1
Recherche	1
Préservation du site	1
Poubelles	1
plan de gestion	1
Observatoires	1
Location ou prêt de jumelles	1
Livret d'explication sentiers	1
Explications	1
Entretien des circuits	1
Chasse	1
Bénévolat	1

Tableau 14 : Services connus par les visiteurs

28 services différents ont été cités par les visiteurs. Ils citent en moyenne 2 services proposés par le site des Marais du Vigueirat. 1/3 des visiteurs déclarent ne connaître aucun des services des Marais du Vigueirat.

Les 3 services les plus connus sont les visites libres, les visites en calèche et les visites guidées. Ce sont les trois services les plus mis en avant puisque ce sont les principaux produits proposés aux visiteurs. L'accueil est le quatrième service le plus cité. Les visiteurs étant obligés d'y passer, il est normal qu'il soit abondamment cité.

La buvette est le premier service des services cités où les visiteurs n'ont pas été obligés de passer. Elle est plus citée encore que la boutique.

Les autres services sont très peu cités, généralement, il s'agit de services considérés comme acquis par les visiteurs. Par exemple, bien qu'elles soient souvent utilisées, les toilettes sont peu citées. C'est aussi le cas du parking ou des observatoires.

Globalement, hormis les cinq principaux services cités, les autres sont soit peu connus par les visiteurs, soit considérés comme normaux⁷⁶.

Quelques services feront l'objet de préconisations afin d'essayer de les améliorer en fonction des attentes des visiteurs (il s'agit : du chemin d'accès et du parking, des outils de découverte et de pédagogie pour tous, de la visite en calèche, des visites guidées, de la buvette et des poubelles).

2) Les offres de visite qui correspondent le plus aux visiteurs

Les trois quarts des visiteurs interrogés ont fait la visite libre sur le sentier de la palunette. Les visiteurs qui ont fait la visite guidée à pied, la visite guidée en calèche ou n'ont participé qu'à la journée des producteurs représentent chacun moins de 15% des personnes interrogées et ne pourront donc pas faire l'objet d'une analyse par groupe. Les visiteurs enquêtés ont tous été interrogés sur les services qui correspondent le mieux à leurs attentes. Les services qu'ils citent n'existent pas forcément à l'heure actuelle, on cherche aussi à savoir dans cette question quels sont ceux qu'il pourrait être intéressant de développer à l'avenir.

Les visites libres (elles intéressent 68% des visiteurs) :

Seuls 5 visiteurs ne veulent que les visites libres sans aucun autre moyen d'information. Les visiteurs qui ne sont intéressés que par les visites libres n'ont pas envie de découvrir plus de choses pendant leur visite. Ils cherchent seulement un moment de détente sans aucune contrainte.

⁷⁶ : Des services et infrastructures comme des toilettes, un parking sont une évidence pour les visiteurs qui ne pensent pas à les citer.

Les panneaux informatifs (45% des visiteurs qui ont répondu) :

Aucun visiteur événementiel ou chasseur d'image a déclaré pouvoir être intéressé par des panneaux informatifs à ce moment là du questionnaire.

23 personnes ont spontanément parlé d'un intérêt pour l'installation de panneaux explicatifs dans les améliorations possibles pour le site.

Les visites guidées (23% des visiteurs) :

Près de la moitié des visiteurs qui sont intéressés par des visites guidées étaient intéressés par la découverte des zones humides en particulier. Mais ils peuvent aussi être intéressés par la découverte de diverses autres thématiques.

Les visites guidées en calèche :

Bien qu'elles soient assez peu citées par les visiteurs, les visites en calèche attirent chaque année un grand nombre de visiteurs. Le fait que ce service ne soit pas présenté comme l'un des plus attractifs dans les pourcentages ne veut donc pas dire qu'il n'est pas intéressant pour la majorité des visiteurs.

D.b) Les inconvénients perçus par les visiteurs et leurs attentes**1) Les gênes occasionnées par d'autres visiteurs**

45 visiteurs, (soit 79% des visiteurs interrogés), n'ont pas ressentie de gêne de la part d'autres visiteurs. A plusieurs reprises, certains ont même fait remarquer le peu de visiteurs en présentant cela comme un atout.

Parmi les 11 visiteurs qui ont été gênés, la majorité a été dérangée par des groupes, familles ou enfants bruyants. On remarque que les visiteurs qui se sont plaint du bruit sur les sentiers ont fait remarquer qu'ils ne parlaient pas du sentier des cabanes qui est principalement destiné aux enfants et où il est donc compréhensible de subir des nuisances sonores. Les incivilités sont de trois types principalement : ceux qui parlent pendant les explications du guide, ceux qui parlent fort dans les observatoires, ceux qui parlent fort sur les sentiers.

2) Les attentes en matière de gestion du site

71% des visiteurs pensent qu'il faut laisser le site en état et ne plus trop faire d'aménagements. 28% préféreraient qu'ils y ait plus d'aménagements tout en respectant le cadre naturel. Il peut s'agir de sentiers supplémentaires, d'aménagements comme des observatoires ou des bancs ainsi que des outils de sensibilisation du public.

Un tiers des visiteurs à qui la question « le site devrait-il être mieux protégé ? » a regretté l'état de pollution du canal du Vigueirat. 12 personnes espèrent qu'il soit nettoyé et pensent que les Marais du Vigueirat pourraient faire ce travail.

E. La découverte et la sensibilisation : quels effets sur les connaissances des visiteurs et les changements de comportement?

E.a) Les acquis de connaissances

Sur les 50 personnes qui ont répondu à cette question, seuls 17 ont déclaré avoir appris quelque-chose. 6 autres personnes ont déclaré ne rien avoir appris car ils avaient déjà des connaissances. Parmi les visiteurs qui déclarent avoir appris quelque chose 65% (soit 11 sur 17) sont ceux qui ont fait une visite guidée ou la visite en calèche alors qu'ils ne représentent que 26% de l'échantillon total d'enquêtes.

1) La visite libre

Moins de 14% des visiteurs qui ont fait les sentiers libres déclarent avoir appris quelque-chose. Mais parmi eux, seule une personne semble réellement avoir appris grâce à l'action des Marais du Vigueirat (les autres citent des paysages ou animaux observés, ce ne peut pas être considéré comme un réel apprentissage).

2) La visite en calèche

Sur les 9 personnes interrogées et qui ont fait la visite en calèche, 7 déclarent avoir appris quelque-chose. 6 d'entre-elles ont appris quelque-chose en lien avec l'élevage et l'utilisation du taureau de race Camargue [course camarguaise, caractéristique et histoire de la race, élevage, ...]. Plus de la moitié ont aussi appris des informations sur la gestion de la Camargue, les niveaux et caractéristiques de l'eau. D'autres thématiques sont citées comme le projet du site sur les anguilles, les oiseaux et leurs caractéristiques, le vocabulaire local, ...

Globalement, les visiteurs se montrent très satisfaits d'avoir pu aborder différentes thématiques et repartent avec une vision d'ensemble du territoire. Les explications sur le taureau et le cheval sont celles qui semblent le plus marquer les visiteurs.

3) La visite guidée à pied

4 personnes sur les 6 interrogées qui ont fait la visite guidée à pied ont appris quelque-chose. Sur les deux qui n'ont pas appris, un des deux explique qu'il connaissait déjà pas mal de choses du fait qu'il réside sur le territoire et connaît bien les oiseaux. Il ajoute que les explications sont néanmoins bien transmises aux autres visiteurs. La majorité des informations apprises concernent les oiseaux. D'autres informations ont aussi été apprises par les visiteurs [balances de salinité de l'eau, utilisation des toits de chaume, ...]. La diversité des informations est cependant moins importante que pour la visite en calèche et plus axée sur les oiseaux.

E.b) Les intentions de changement de comportement

Sur les 14 personnes qui ont appris quelque chose, plus de la moitié (8 personnes) répondent que leur comportement ne va pas changer mais précisent qu'ils sont déjà sensibilisés aux problématiques environnementales. 2 seulement répondent que ces apprentissages vont influencer leur comportement. L'un d'entre-eux répond qu'il va faire plus attention et mieux respecter l'environnement sans préciser comment. Le second parle de l'importance de la filtration des pesticides. Dans les deux cas, il n'y a aucun engagement personnel de l'interlocuteur. Cela semble plus être un « oui je vais changer mon comportement » de complaisance, qui permet au visiteur de ne pas se dévaloriser plutôt qu'un réel engagement.

L'apprentissage et les influences sur le comportement des scolaires :

La majorité des scolaires (9 sur 11 interrogés) déclarent avoir appris quelque chose grâce à leur visite. Ils donnent en moyenne 2 réponses lorsqu'on leur demande ce qu'ils ont appris. Les apprentissages sont très diversifiés, ils concernent aussi bien des données sur les oiseaux la flore les milieux ou l'élevage. 3 élèves déclarent que la visite va impacter leur comportement puisqu'ils respecteront plus la nature, ne jetteront plus de papiers par terre ou ne couperont plus de plantes.

E.c) Analyse des acquis de connaissance et de l'influence sur les comportements

Les visiteurs ayant fait des visites guidées à pied ou en calèche ont presque tous appris quelque-chose. Lorsqu'ils n'ont rien appris, le discours des guides n'est jamais remis en cause ni jugé insuffisant. S'il n'y a pas l'intervention d'une personne physique, l'apprentissage est quasi-inexistant chez les visiteurs.

La visite en calèche permet aux visiteurs de découvrir le territoire dans son ensemble et en particulier l'élevage des taureaux et des chevaux. Les informations sur les taureaux sont celles qui ont le plus marqué les visiteurs. Ce tour semble particulièrement adapté pour les visiteurs non-locaux qui veulent s'imprégner et découvrir globalement le territoire. **La calèche est à l'heure actuelle le principal instrument permettant l'acquisition de connaissances aux Marais du Vigueirat mais c'est aussi celui qui a le plus de chance d'influencer des changements de comportements. Les autres visites guidées aussi sont aussi essentielles pour l'acquisition de connaissances.**

A l'heure actuelle, près de la moitié des visiteurs se déclarent déjà sensibilisés aux causes environnementales. Les Marais du Vigueirat changent le comportement, ou provoquent des intentions de changement, chez seulement 9% des visiteurs. Pourtant, de nombreux outils de communication sur ces thématiques existent sur le site. Il faut peut-être chercher un nouveau moyen de les mettre plus en valeur afin de valoriser cette ressource.

F. La perception des Zones Humides par les visiteurs

F.a) La connaissances des Zones Humides françaises

Quelles autres zones humides avez-vous visité en France ?	nombre de personnes	% de visiteurs
divers sites en Camargue	24	43,6%
Autre ZH	24	43,6%
Marais Poitevin	20	36,4%
Aucune	6	10,9%
Baie de Somme	5	9,1%
Nombreuses en France	5	9,1%
Bassin d'Arcachon	3	5,5%
Brenne	3	5,5%
Dombes	3	5,5%
Zone humide du Teich	3	5,5%

Afin de savoir s'il y a un attrait des visiteurs pour le milieu des zones humides, il est demandé aux visiteurs de savoir s'ils ont visité d'autres zones humides en France. Il arrive assez régulièrement qu'il soit nécessaire d'expliquer succinctement ce qu'est une zone humide. Le *Tableau 15 : Zones Humides visitées par les visiteurs* expose les différentes zones humides citées par les visiteurs (« Autre ZH » regroupe les zones humides citées par une seule personne.

Tableau 15 : Zones Humides visitées par les visiteurs

11% des visiteurs n'ont visité aucune zone humide. Parmi ceux qui en ont déjà visité, certains en ont visité plusieurs (le cumul des pourcentages de réponse par question sont par conséquent supérieur à 100%). **39% des visiteurs ont visité au moins 2 autres zones humides en plus de la Camargue. Il y a donc un attrait manifeste pour les milieux et notamment celui des zones humides (même si les visiteurs ne le nomment pas forcément ainsi d'eux-même). La connaissance de ce type de milieu ainsi que l'intérêt qui leur est porté est bien supérieur à celui observé sur les autres sites étudiés par l'OZHM.**

20 visiteurs citent les Marais Poitevin. C'est souvent la première réponse que donnent les visiteurs lorsqu'ils citent plusieurs zones humides. Les visiteurs qui citent les Marais Poitevin parmi les zones humides visitées viennent de diverses Régions (dont les Bouches-du-Rhône). Ces personnes là ont donc incluse la visite d'un milieu type zone humide dans un autre de leur voyage. Il serait intéressant de se questionner sur l'influence de la toponymie des lieux dans la reconnaissance d'un espace comme appartenant à un milieu de zone humide. En effet, il n'est pas impossible que les individus associent immédiatement le mots « Marais » présent aussi bien dans le nom du site des Marais du Vigueirat que dans celui des Marais Poitevin.

F.b) Les zones humides suscitent-elles de l'intérêt ?

La moitié des visiteurs auxquels il a été demandé s'ils aimeraient découvrir plus de choses sur les zones humide se sont révélés intéressés. Les personnes qui ont déjà visité plusieurs ZH⁷⁷ ne sont généralement pas celles qui cherchent à connaître plus de choses sur cette thématique. (Ces visiteurs là sont donc soit des personnes qui ont déjà de bonnes connaissances des ZH et ne désirent donc pas en savoir plus, soit des personnes qui visitent de multiples milieux naturels dont les ZH font partie sans qu'il y ait un attrait particulier pour ce type de milieux parmi d'autres.)

Les visiteurs qui disent être intéressés par la découverte des ZH semblent plus sensibles aux attraits des paysages que la globalité des visiteurs. Ils parlent plus que les autres des couleurs et autres éléments qu'ils ont apprécié dans le paysage.

77 : ZH = zone humide

F.c) L'image portée par des milieux qualifiés de zones humides

14 personnes, soit un quart des visiteurs qui ont spontanément parlé des moustiques à un moment où un autre du questionnaire. Aucune question ne les concerne pourtant directement. Les profils de visiteurs qui parlent de la gêne occasionnée par les moustiques sont très diversifiés. Le moustique est l'un des éléments caractéristiques de l'image négative de l'opinion publique sur les ZH. Mais ces visiteurs ont fait l'effort de venir malgré cet élément perturbateur. Il faut donc continuer à valoriser ces milieux en essayant pour faire oublier cette mauvaise vision de ce type de désagréments. En effet, le panel d'activités proposées permet de transférer l'attention, puis l'intérêt des visiteurs depuis la gêne occasionnée par les insectes vers les atouts du site.

F.c) Analyse de la perception des zones humides

Les ZH semblent beaucoup plus connues par les visiteurs des Marais du Vigueirat que par ceux des autres sites. De nombreuses ZH ont été visitées en France, près de la moitié des visiteurs veulent en découvrir plus sur cette thématique. Il est très important d'essayer de faire changer les mentalités sur la mauvaise perception que peuvent susciter des marais.

La vision écologique n'est pas celle qui attire les visiteurs aux Marais du Vigueirat (comme l'ont montré les attraits énoncés par les visiteurs). Les Marais du Vigueirat ont déjà pris le parti de mettre en place un nouveau sentier « hommes et nature » qui permet d'inclure culture et art dans la visite du milieu naturel. Cette entrée pluri-thématique a des chances d'apporter une nouvelle clientèle sur le site.

III.3) Conclusion de l'analyse des publics sur le site des Marais du Vigueirat

L'analyse des visiteurs des Marais du Vigueirat permet de tirer des conclusions à l'échelle du site mais aussi de comprendre la place qu'occupe les ZH dans les concepts de visite.

Plus de 20,000 visiteurs visitent le site chaque année. Mais l'abondance des visiteurs dans l'année et leur nature est variable :

- L'automne et le printemps semblent attirer les visiteurs locaux ainsi que les naturalistes tandis que l'été est plus propice aux touristes extra-territoriaux. Dans tous les cas, à l'heure actuelle, le rayon d'attractivité principal reste très local puisqu'il ne dépasse pas les 25km.
- Plus de 60% des visiteurs incluent l'attrait pour la nature⁷⁸ et pour la faune dans leur motif de visite. A l'heure actuelle, les événements⁷⁹ permettent d'attirer des visiteurs grâce à des thématiques différentes de celles uniquement naturalistes.

Sur le site, la majorité des visiteurs sont des retraités, des personnes proches de la retraite ou des familles (parents ou grands-parents en compagnie d'enfants).

A l'heure actuelle, les profils de visiteurs sont diversifiés. En effet, seuls 15% des motifs sont réellement ou uniquement écologiques. Le choix de la visite du site est multicritères. Les événements organisés⁸⁰ prouvent qu'une masse de visiteurs est prête à venir sur le site lorsque de nouvelles entrées thématiques sont présentées. Le sentier « Homme et Nature » a pour vocation d'offrir une entrée originale. Bien que ce ne soit pas un point d'attractivité des visiteurs sur le site à l'heure actuelle, les Marais du Vigueirat semblent contribuer à offrir aux populations un espace calme leur permettant de se détendre et couper avec le stress.

Seuls les groupes scolaires et les visiteurs ayant réalisé la visite en calèche semblent avoir appris des choses. Ce n'est que dans ces deux groupes que l'on peut espérer que les intentions de changement de comportement vis à vis de l'environnement seront menées à terme.

Les Marais du Vigueirat proposent des services culturels diversifiés. Les visites guidées à pied et en calèche permettent d'acquérir des connaissances naturalistes, sur l'histoire du territoire et son utilisation passée et actuelle. Les sentiers libres sont équipés d'installations pour les enfants, de guides papier et d'informations sur la place du « développement durable » et des moyens entrepris pour y contribuer. Les sorties pour les groupes scolaires permettent de proposer un discours adapté à l'âge du public. Un sentier « Homme et Nature » est en cours de développement, il permettra de présenter les interactions qui existent entre ces derniers sur de nouveaux parcours pédestres. Les événements organisés tout au long de l'année permettent de faire découvrir des dimensions « moins naturalistes » sur un milieu naturel. Il peut aussi bien s'agir de présenter les producteurs locaux que de proposer des manifestations culturelles et artistiques sur le site.

Le site des Marais du Vigueirat présente, selon les visiteurs, une image positive de la zone humide Camarguaise dans son ensemble. De plus, les visiteurs ont montré un intérêt et une connaissance des milieux de type zone humide qui n'avait pas été observé sur un autre site à l'heure actuelle.

En définitive, la visite des Marais du Vigueirat semblent avant tout apporter aux visiteurs un moment de découverte de la nature et du milieu. Des connaissances sont parfois acquises mais elles pourraient être renforcées et peut-être permettre d'induire des changements de perceptions du milieu. La dimension « détente, calme, se ressourcer » n'est pas majoritaire à l'heure actuelle, mais elle semble pouvoir développer une part supplémentaire de visiteurs si elle est mise en valeur.

78 : Cumul des « visiteurs pour la nature », « observateurs, chasseurs d'images », et « attrait particulier pour les Marais du Vigueirat ».

79: Plus de 10% des visiteurs interrogés sont venus dans le cadre d'une programmation événementielle.

80 : Journée des producteurs locaux, spectacle Brama bioù, grands chemins d'Envies Rhônements, ...

III.4) Les préconisations pour le site

Les marais du Vigueirat ont déjà développé des outils pour l'accueil du public très diversifiés et appréciés des visiteurs (86% des visiteurs déclarent spontanément aimer le site). De nouvelles propositions d'améliorations sont formulées tout en n'étant que des détails parmi les moyens déjà mis en œuvre.

A. Pour les Marais du Vigueirat

A.1) Aménagements des infrastructures

- **Installation de bancs sur le sentier de la palunette** : Les visiteurs regrettent de ne pas pouvoir prendre le temps de s'asseoir pour regarder le paysage. L'analyse des publics du site a montré que de nombreux visiteurs utilisent le site pour déstresser, profiter du calme. Les Marais du Vigueirat pourraient donc conforter leur rôle de « soupape de décompression » pour les populations locales. En effet, offrir des aménagements comme des espaces pour s'asseoir peut permettre de contribuer à l'identification du site comme un lieu apaisant où les personnes se rendent pour couper avec le stress. On comprend donc le fort intérêt que cela peut représenter pour populations locales.
(Pourrait-on ainsi toucher des secteurs comme Marseille ou le pays d'Aix et développer une part supplémentaire de visiteurs ? Il a été démontré que les résidents de ces zones viennent jusqu'en Camargue, peut-être viendront-elles aux Marais du Vigueirat si elles découvrent l'existence du site).
- **La création de nouveaux observatoires ou de plateformes d'observation** : Les visiteurs espèrent l'installation de nouveaux aménagements leur permettant d'observer la faune et le milieu. Les principaux lieux pour la construction d'un observatoire serait : dans le labyrinthe de roseaux du sentier des cabanes, à l'abri du Mistral dans la partie Est du sentier, ou dans la partie proche des cigognes.⁸¹
- **Le chemin d'accès et le parking** : Au vu des réflexions des visiteurs, le plus urgent serait une remise en état du niveau du sol du parking et de la dernière portion du sentier avant d'arriver au parking. Des trous importants sont en effet présents dans cette partie là. Il ne semble néanmoins pas indispensable de refaire en totalité la piste.
- **La pollution dans le canal du Vigueirat** : La pollution visible dans le canal aux Marais du Vigueirat est emportée par le courant depuis des zones bien en amont du site. Il est compliqué pour les Marais du Vigueirat d'avoir seul des actions efficaces sur cette problématique. Néanmoins, l'appui et les témoignages de visiteurs peuvent s'avérer précieux pour essayer de faire évoluer les pratiques et les mentalités vis à vis de ces pollutions. En effet, **les trois quart des personnes qui ont regretté l'état du canal sont des locaux. La quasi-totalité des personnes qui se sont plaints de l'état du Vigueirat avaient précédemment témoigné de leur affection pour le site. Il est possible que cette image reste dans les souvenirs des visiteurs, on perd peut-être ainsi un groupe de visiteurs qui auraient pu faire des Marais du Vigueirat un lieu de détente, de repos pour se ressourcer.** « *En France, le coût du stress au travail avoisine 1,6 milliard d'euros par an. Il touche 4 salariés sur 10.* »⁸², on comprend l'importance que peut avoir un outil permettant de lutter contre ce stress. Il peut donc être important d'essayer de développer le site dans ce sens là afin d'offrir un service de bien-être essentiel aux sociétés actuelles.

81 : Certains visiteurs proposent d'installer des lunettes d'observation fixes pour pouvoir observer les oiseaux. Ces installations de lunettes, coûteuses, ne semblent pas pertinentes puisque le site propose déjà une location de jumelles.

82 : <http://www.stress.eu.com/index.php/comprendre-le-stress-2/les-chiffres-du-stress/statistiques-du-stress-en-france/>

- L'arrivée sur la Palunette** : Même si les visiteurs ne viennent pas aux Marais du Vigueirat dans le but de voir des paysages, les éléments qu'ils ont pu observer semblent se révéler marquants. La topographie plate du lieu ne contribue pas à la mise en valeur des paysages. La création d'un promontoire peut permettre de créer une perspective paysagère qui peut créer le souvenir chez les visiteurs ainsi que devenir un nouveau facteur d'attractivité sur le site.

L'endroit qui semble le plus propice semble se situer dès l'entrée du sentier de la Palunette. Il faut se référer au schémas pour comprendre les aménagement proposés :

État actuel de l'arrivée sur le sentier de la palunette

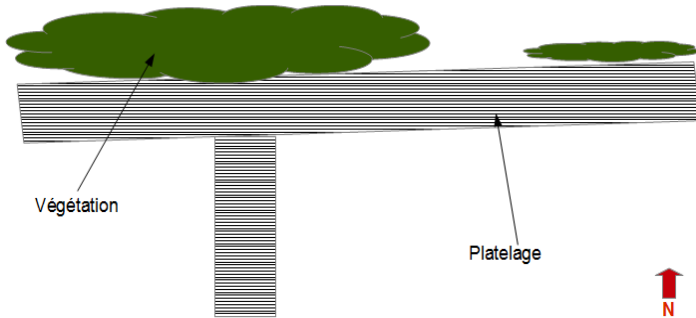


Schéma 4 : État actuel du sentier

Actuellement, en arrivant du platelage orienté Nord-Sud, la végétation coupe la vue sur le marais. Quelques mètres plus à droite, la vue sur les marais est possible. Ce point de vue sur le paysage est régulièrement cité et apprécié par les visiteurs (d'où l'intérêt de le mettre plus en valeur).

Première proposition d'aménagement

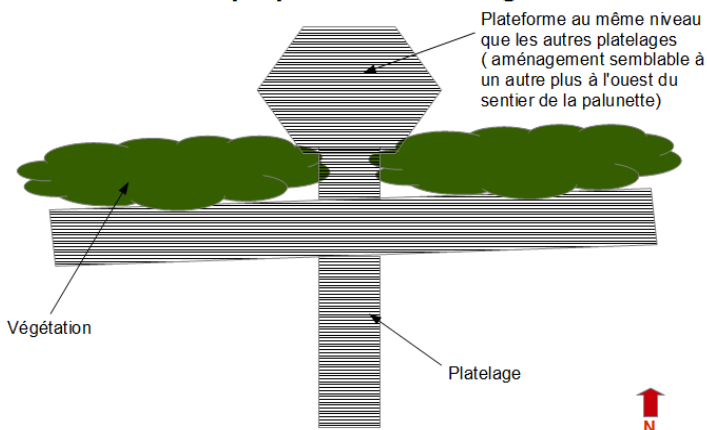


Schéma 5 : Première proposition d'aménagement

La première proposition d'aménagement (et celle qui semble la moins onéreuse), consiste en la réalisation d'une plateforme au niveau du sol. Il est possible de laisser la végétation de chaque côté du platelage d'accès. Le visiteur peut donc apercevoir la vue et, après avoir dépassé la végétation, arriver sur une vue bien dégagée. Cet aménagement présente l'avantage d'être accessible aux personnes à mobilité réduite

Deuxième proposition d'aménagement

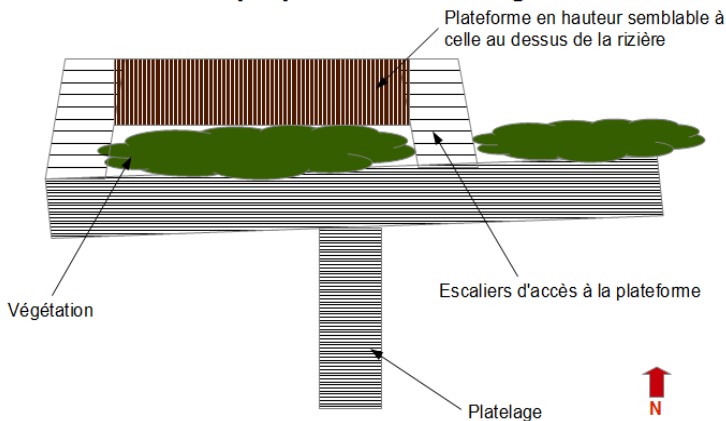


Schéma 6 : Deuxième proposition d'aménagement

La seconde proposition, probablement plus onéreuse, est celle qui permettrait de mettre le mieux possible ce paysage en valeur. Il consisterait en la réalisation d'une plateforme en hauteur semblable à celle qui a été réalisée au niveau de la rizière du Tambo Art. (Il serait aussi intéressant de réfléchir à un moyen permettant aux personnes à mobilité réduite d'accéder à ce point de vue.)

A.2) Les services

- **L'amélioration de la signalétique pour trouver les Marais du Vigueirat** : Certains visiteurs ont rencontré des difficultés pour trouver le site lorsqu'ils partent d'Arles. L'installation de nouveaux panneaux de signalisation peut être envisagée (notamment à partir d'Arles et sur la route des Marais).
- **Les poubelles pendant les organisations événementielles** : Les visiteurs ne semblent pas comprendre les panneaux destinés à les aider à trier leurs déchets. Il serait peut-être intéressant de refaire ces panneaux en les adaptant directement aux produits que les visiteurs vont avoir à jeter. C'est à dire, ne plus dire « recyclables ici » et « non recyclable là » mais « votre plateau à tel endroit, votre verre à tel autre et les produits alimentaires dans ce dernier bac. ». Plutôt que de faire de petites pancartes au dessus des poubelles, il faudrait peut-être aussi les mettre directement sur les bacs afin que tout le monde puisse les lire plus aisément.
- **Avoir accès à plus de sentiers ou des sentiers plus long** : Le sentier « Homme et Nature » actuellement en réalisation permettra au visiteur d'accéder à plus de territoires et devrait répondre aux attentes des visiteurs.
- **Adaptation et création de nouveaux outils de découverte et de pédagogie pour tous** : L'étude a montré qu'actuellement l'apprentissage aux Marais du Vigueirat est très limité pour les visiteurs qui font la visite sur les sentiers libres. Pourtant, de nombreux visiteurs désirent en apprendre plus lorsqu'ils font le sentier de la Palunette.
Il serait en effet intéressant que les visiteurs, même ceux qui ne font que les sentiers libres, puissent avoir accès à de l'information. Les zones humides sont, encore aujourd'hui, généralement mal perçues par les populations. Il pourrait être intéressant que la visite des Marais du Vigueirat induise chez les visiteurs un véritable changement de perception du milieu. Cela peut non seulement les conduire à revenir mais surtout à en parler autour d'eux. La perception positive du site peut être grandement améliorée. On ne va alors plus, seulement promener sur des sentiers gratuits et voir des animaux, on en profite pour découvrir pourquoi ce milieu est important et combien il est riche. La question de la concurrence avec les livrets et visites guidées peut se poser. Néanmoins, **les panneaux doivent apporter suffisamment d'informations pour induire un apprentissage chez le visiteur mais doit aussi les amener à se questionner sur de nouveaux points, et donc, à vouloir en savoir plus. Dans ce schéma là, il ne semble pas indispensable de créer un grand nombre de panneaux très chargés qui ne seraient pas lus par les visiteurs. Quelques panneaux qui présentent les enjeux essentiels et caractéristiques principales peuvent cependant se révéler judicieux.**⁸³

A l'heure actuelle, les panneaux qui répondent le plus aux attentes des visiteurs semblent être :

- **Des indications sur les principales espèces qu'il est possible d'observer.** Ce panneau pourrait être placé dans l'observatoire.
- **Des indications sur les espèces présentées sur les cabanes des scolaires.** Les visiteurs qui viennent en famille pour faire le sentier des cabanes avec leurs enfants regrettent souvent de ne pas avoir d'informations adaptées aux adultes. Afin de les sensibiliser en même temps que leurs enfants il pourrait être intéressant de poser des panneaux sur certaines cabanes.
- **Des panneaux explicatifs des enjeux globaux sur le site et des principales caractéristiques.**

83 : D'autres sites (Pont de Gau entre-autre) proposent des panneaux qui sont appréciés par les visiteurs. Mais si des panneaux sont créés aux Marais du Vigueirat il serait intéressant de prévoir une traduction (la demande est forte sur le site de Pont de Gau).

D'autres idées d'animations peuvent aussi être :

→ Une activité sur les couleurs : certaines sont variables suivant les saisons mais semblent marquer fortement les visiteurs (blanc des nivéoles, jaune des iris, mauve de la saladelle, ...), d'autres sont visibles plus régulièrement (blanc des chevaux et noir des taureaux, ...).

→ Un jeu de piste pour les enfants « Trouver des couleurs jaune, violette, rouge dans la nature, trouver une couleur verte qui ne soit pas un végétal, ... ».

→ Une activité sur les espèces méconnues, ces « âmes cachées des marais » peut peut-être attirer l'attention des visiteurs sur des éléments (formes et couleurs) qu'ils ne remarqueront pas sans cela.

→ Des expositions et activités artistiques : (Travailler sur un appel à projet auprès des artistes afin de réaliser des œuvres originale temporaires ou permanentes ? mettre en place du land art sur le site des Marais du Vigueirat ?⁸⁴)

- **La buvette** : La buvette est peu connue par les visiteurs. C'est pourtant un élément particulièrement intéressant pour des visiteurs qui, s'ils étaient mieux informés préalablement, pourraient prévoir de rester se restaurer sur le site et donc y passer plus de temps.

De plus, une activité plus importante à la buvette peu présenter un intérêt économique. Plusieurs visiteurs (environ une dizaine) ont déclaré être déçus d'avoir trouvé la buvette fermée à leur retour de visite. Il y a des chances que pendant l'été, de plus en plus de visiteurs aient le désir de se désaltérer à leur retour de visite en calèche, soit vers 17h30. Pendant les journées les plus chaudes, il serait peut-être plus intéressant d'ouvrir la buvette à partir du début d'après-midi. A l'heure actuelle, pratiquement aucun visiteur ne se rend à la buvette avant midi et demi ou 13h.⁸⁵

- **La calèche** : La question de l'installation de casques audio a déjà été posée par le passé, néanmoins, cette proposition ne semble pas pertinente avec les ambitions des Marais du Vigueirat. En effet, il est indispensable de conserver un lien réel entre les visiteurs et les personnes qui veulent transmettre les connaissances. Les échanges et questions entre visiteurs et le guide risquent aussi de pâtir de l'installation d'un tel dispositif. Il faudra donc essayer de trouver une solution alternative pour les jours de grand vent.

- **La gêne occasionnée par certains visiteurs** : Parmi les 11 visiteurs qui ont été gênés (soit moins de 20% des personnes interrogées), la majorité a été embêtée par des groupes, familles ou enfants bruyants. Les visiteurs qui se sont plaints du bruit sur les sentiers ont fait remarquer qu'ils ne parlaient pas du sentier des cabanes qui est principalement destiné aux enfants et où il est donc compréhensible de subir des nuisances sonores. Comme déjà expliqué précédemment, les incivilités sont de trois types principalement : ceux qui parlent pendant les explications du guide, ceux qui parlent fort dans les observatoires, ceux qui parlent fort sur les sentiers.

Pour les premiers, un « rappel à l'ordre » par les guides peut-être envisagée mais on comprend qu'il n'est pas forcément évident d'évaluer à partir de quel niveau cela doit être fait.

Pour les deux autres nuisances une solution pourrait être d'installer un panneau au début du sentier de la palunette pour expliquer aux visiteurs qu'il faut éviter de parler trop fort pour ne pas effaroucher les animaux. Un panneau demandant aux visiteurs de chuchoter à l'entrée des observatoires peut aussi être installé. Il pourrait être intéressant de faire un panneau « comment observer les oiseaux » à destination des enfants dans le but de les sensibiliser.

84 : Réaliser des œuvres qui puissent s'intégrer dans le paysage et être éventuellement utilisées par les espèces locales (nécessite une collaboration entre un biologiste et un(des) artiste(s)).

85 : Les horaires seront discutées en fonction du nombre d'heure de travail des employés.

A.3) La communication

La diversité de la communication mise en place autour du site des Marais du Vigueirat a prouvé son efficacité. **Il ne semble donc pas nécessaire de développer de nouveaux moyens de communication mais il faut maintenir ceux existant actuellement. Quelques pistes peuvent peut-être être analysées :**

- **Redéfinition des publics cibles lors des visites guidées dans la zone sanctuaire :** Les visites guidées dans la zone sanctuaire permettent de découvrir des informations principalement axées sur les oiseaux. Le ciblage du public n'est pas parfaitement clair à l'heure actuelle. **Les espèces visibles permettent de satisfaire des visiteurs qui s'intéressent aux oiseaux sans connaître beaucoup de choses dessus. Les ornithologues qui ont fait des visites ne sont pas toujours parfaitement satisfaits de la visite bien qu'il ne le disent jamais clairement. Le départ est souvent trop tardif pour eux, l'explication préalable dure trop longtemps et retarde encore l'heure d'arrivée sur le site.** Les arrêts ne correspondent pas forcément parfaitement à leurs attentes. (Un exemple : la piste d'accès au site d'observation comprenait de nombreux guépriers que les ornithologues auraient aimé observer mais ils n'ont pas pu réellement s'arrêter). L'observation des laro-limicoles sur l'île durait un peu trop longtemps pour eux, ils auraient aimé se déplacer vers d'autres milieux (type roselières) où un affût plus long permet d'observer d'autres espèces). **Il pourrait donc être intéressant de réaliser deux types de visites guidées dans la zone sanctuaire.**
 - Une pour les visiteurs un peu plus avertis et les ornithologues. Le départ doit se faire beaucoup plus tôt. Afin de garder un décalage d'une demi-heure avec le départ de la calèche, cette visite guidée pourrait partir à 9h30.
 - Une pour un public moins connaisseur et qui aura plus de mal à se lever « tôt » le matin pour aller voir des oiseaux. En plein été, les visiteurs risquent d'être gênés par la chaleur du plein après-midi. De plus, la clientèle de l'été est majoritairement composée de personnes souhaitant découvrir le territoire et qui font donc plusieurs visites dans la journée. Leur proposer une sortie « à la fraîche » peut donc peut-être leur permettre d'inclure cette visite dans un circuit sur la journée. Des heures de départ vers 18h ou même 19h peuvent être expérimentées.
- **Les flyers sur le programme événementiel :** De nombreux locaux ont déclaré avoir été informés de la tenue de l'événement grâce à des flyers déposés dans les commerces. Ce travail demande de mobiliser une personne pour déposer les documents mais semble vraiment être le meilleur moyen d'informer ce public qui connaît déjà le site et profite de l'événement pour y revenir.
- **Communiquer auprès de la clientèle étrangère :** Les Marais du Vigueirat proposent déjà des guides papier traduits en anglais, italien et allemand. La part des touristes étrangers est de 16% aux Marais du Vigueirat⁸⁶ pour 13% sur l'ensemble du territoire camarguais⁸⁷. Néanmoins, le site internet en anglais est régulièrement critiqué. Il serait intéressant de :
 - **faire traduire le site internet au moins en anglais et si possible en italien et allemand.**
 - **Communiquer sur des réseaux informatiques d'autres pays afin de permettre à une part de clientèle plus importante d'intégrer la visite des Marais du Vigueirat dans leur préparation de voyage.**
- **Communication en fonction des lieux d'hébergement :** Les visiteurs parcourent environ 34km pour venir visiter le site des Marais du Vigueirat. Ils viennent souvent de la ville d'Arles. Pourtant, d'après l'étude de la clientèle en Camargue⁸⁸, **17% des visiteurs viennent du Pays d'Aix et 30% de Marseille. Une communication ciblée peut donc permettre d'informer les visiteurs logeant dans ces localités de l'existence du site.**

86: cf partie « III.1)D) L'origine des visiteurs »

87 : *La clientèle touristique dans les Bouches-du-Rhône*. Bouches-du-Rhône

88 : *La clientèle touristique dans les Bouches-du-Rhône*. Bouches-du-Rhône

- **Âge des visiteurs :** En Camargue, les personnes de 25 à 45 ans représentent 45% des visiteurs du territoire. Aux Marais du Vigueirat ils ne représentent que 16% des visiteurs récréatifs. Il serait donc intéressant d'essayer de réaliser des animations, aménagements et d'organiser une communication qui permette de cibler spécifiquement cette part de la population. (Des questionnaires peuvent être réalisés au dehors du site des Marais du Vigueirat pour chercher à savoir qu'elles sont les points d'intérêts de ces personnes là. Le but est bien d'interroger des personnes qui ne viennent pas aux Marais du Vigueirat.)
- **Jouer sur l'aspect mythique/culturel des marais :** C'est le parti pris pour la valorisation des Marais Poitevin. Plutôt que d'essayer de masquer les désagréments et craintes sur ces milieux, le choix a été fait de jouer sur cet aspect un peu mythique, mystérieux. La démarche a visiblement porté ces fruits. Les Marais peuvent peut-être essayer de jouer sur cette nouvelle entrée. La présence de multiples « bêtes » plus ou moins appréciées peut par exemple servir de base. Des activités adaptées et une communication sur cette dimension peut permettre de changer la perception des visiteurs sur le milieu. Ils ne viennent plus seulement s'aventurer au milieu des « trous d'eau », « marécages » et autres « mares stagnantes » remplies de moustiques, mais ils découvrent des prairies fleuries, des myriades d'espèces aux formes et couleurs surprenantes.
- **Le site internet :** Une refonte du site internet est prévue afin de le faire gagner en lisibilité et clarté. Ce nouveau site internet devrait commencer à être réalisé en Octobre/Novembre 2013.
- **Création d'un site internet adapté aux smartphones :** L'idée a été soulevée par Caroline Meffre. Cette page peut se révéler particulièrement utile pour toucher une part de la clientèle et notamment celle des 18-45 ans qui est actuellement sous représentée aux Marais du Vigueirat. Le logiciel HelpNdoc peut permettre de créer ce site pour smartphones. La version d'essais, gratuite, permet de créer un site pour particulier sans but lucratif et donc d'avoir un aperçu du fonctionnement du logiciel. La version professionnelle coûte 249€. (Une version pour professionnels mais comportant un bandeau publicitaire est proposée pour 99€).⁸⁹
- **Les parents d'élèves :** Beaucoup de scolaires ont apprécié le site (les groupes scolaires représentent de potentiels retour en famille puisque 9 visiteurs sur 12 ont déclaré avoir envie de revenir). Il pourrait être envisagé de distribuer à chacun des scolaires, venant d'une école locale, un flyer des Marais du Vigueirat qu'il devra donner à ces parents. Les enfants peuvent en effet être le moteur d'une visite familiale sur le site.

89 : Le prix est pour la licence pendant un an sur un ordinateur, les licences flottantes sont plus chères.

B. Pour l'OZHM et les services culturels des ZH

L'indicateur de base pour l'ensemble des sites de MedWet sera basé sur les tendances de fréquentation des visiteurs. Les Marais du Vigueirat disposent de données de très bonne qualité pour cette analyse⁹⁰. L'analyse se basera également sur certains résultats de l'analyse qualitative.

- **La saisie des données quantitatives** : Depuis de nombreuses années les Marais du Vigueirat collectent des données sur les visiteurs (région d'origine, moyen de connaissance du site, ...). Les informations collectées sont abondantes sur le site et de très bonne qualité. Actuellement, une grille est remplie sur des feuilles papier qu'il faut en suite retranscrire sur l'ordinateur. Ce travail est long et fastidieux et ne permet pas de réaliser des corrélations entre les différentes questions (exemple : essayer de voir s'il y a un lien entre la région d'origine et la façon dont les visiteurs ont connu le site). Des tableaux excel pourraient être remplie directement par les personnes à l'accueil lorsqu'elles posent les questions aux visiteurs.
- **Le choix des indicateurs** : Certains indicateurs du questionnaire vont servir d'outils de comparaison entre les différents sites. Ils seront définis lors de la première analyse comparée entre sites.⁹¹ **Néanmoins quelques éléments semblent être plus facilement comparables. C'est la cas par exemple de la tranche d'âge des visiteurs, ou du rayon d'attractivité du site**⁹². L'analyse des motifs de visite, des profils de visiteurs⁹³, de leur perception des différents éléments d'attractivité⁹⁴, des acquis de connaissances et des changements de comportement induit. Ces différents éléments, en peuvent contribuer à la compréhension du rôle des zones humides et de son évolution.

90 : Les données sont considérées comme étant de très bonne qualité car elles sont très détaillées et disponibles pour de nombreuses années.

91 : L'analyse comparée des trois sites analysés en Camargue en 2013 débutera en Octobre 2013 dans le cadre de mon Service Civique.

92 : C'est la distance que les visiteurs acceptent de parcourir pour venir visiter le site.

93 : On rappelle que les profils sont essentiellement donnés par l'analyse qualitative de l'observé.

94 : Les éléments d'attractivité concernés sont aussi les récréatifs que les éducatifs.

III.4) Un projet complémentaire : Participation à la vie des Marais du Vigueirat

Lors de mon stage et de la période d'enquête sur le sites des Marais du Vigueirat j'ai pu assister à certains événements ou temps de concertation en temps qu'observatrice ou en intervenante. (Seul le compte rendu de la rencontre sur le tourisme durable est présenté en annexe car il présente un intérêt direct avec l'étude⁹⁵).

- **Journée des Producteurs et réunion de débriefing** : La journée des producteurs est un événement organisé sur le sites des Marais du Vigueirat et qui permet aux producteurs locaux de présenter leur produits aux visiteurs. Plusieurs questionnaires ont été réalisés ce jour là afin de profiter de la présence de visiteurs spécifiques à ce type d'événement. J'ai participé à la réunion de débriefing réalisée quelques jours après afin de relever les différents problèmes à prendre en considération pour l'organisation de la journée les années futures. L'organisation de la prochaine Journée des Producteurs fera partie des travaux réalisés dans le cadre mon Service Civique d'Octobre à Juin 2014 aux Marais du Vigueirat.
- **Comité de Pilotage Jussie** : Ce comité de pilotage a été réalisé afin de présenter l'avancée actuelle du projet d'arrachage et valorisation de la jussie aux divers partenaires.
- **1ère rencontre du Tourisme Durable en Camargue** : Ces rencontres ont rassemblé divers acteurs de la filière touristique en Camargue afin de découvrir les résultats d'une enquête sur la fréquentation touristique est pour la remise des certificats d'engagement aux 20 candidats dans la Charte du Tourisme Durable en Camargue dont les Marais du Vigueirat font partie. Le compte-rendu de la réunion est disponible en Annexe 13 : Rencontre du tourisme durable en Camargue 2013.
- **Les réunions et l'organisation des Deltaïques** : Ce festival sur la Camargue va se dérouler du 16 au 20 octobre 2013. Je me suis rendue aux différents comités créatifs puis comités de pilotage afin de représenter les Marais du Vigueirat. Mon stage m'a aussi permis de m'occuper de l'organisation du programme du festival sur le site des Marais du Vigueirat. (le festival aura lieu pendant la période de service civique que je vais réaliser avec les Amis des Marais du Vigueirat en 2013-2014).

95 : cf. Annexe 13 : Rencontre du tourisme durable en Camargue 2013

– **La participation à la communication :**

Afin d'essayer de faire connaître les diverses activités et animations que propose les Marais du Vigueirat, j'ai participé aux travaux de communication :

→ Des photos réalisées régulièrement permettent de suivre l'activité du site, notamment sur la page facebook des Marais du Vigueirat.

→ Des films de quelques minutes ont été réalisés pour les visiteurs qui n'ont pas pu assister aux festivités et les inciter à venir sur les événements suivants (Brama biòu⁹⁶, Envies Rhônements⁹⁷, ...).

→ Trois journées de diffusion ont été organisées pendant l'été afin d'aller déposer des flyers de présentation du site dans les commerces, hôtels et restaurants de la Région.

→ Régulièrement, j'ai tenu un stand dans l'Office du Tourisme d'Arles afin de présenter le site aux touristes en quête d'informations sur la découverte de la Camargue. Il semble que l'influence soit importante lorsque les stands sont tenus en début de semaine puisque des personnes interrogées aux Marais du Vigueirat, témoignent de la découverte du site et de leur désir de venir le visiter grâce au stand de l'Office du Tourisme d'Arles.

→ Des journalistes sont venus découvrir le site et on été accompagnés sur les sentiers afin de rédiger des articles dans divers journaux. Il m'a aussi été proposé de représenter les Marais du Vigueirat lors d'une interview réalisée par France 3 sur la présentation d'un projet réalisé dans le cadre de Marseille Provence 2013⁹⁸.

→ Une série de « géocaches »⁹⁹ vont être installées sur le sentier de la Palunette. Ce sentier étant d'accès libre et gratuit les « géocacheurs » pourront s'y rendre à tout moment en fonction de leur envie. L'objectif est de toucher un public local et international. Les caches sont abondantes dans la Région, mais peu présente en Camargue et en Crau. Placer une série de caches aux Marais du Vigueirat peut donc amener certains visiteurs vers ce nouveau point d'intérêt. Afin d'estimer le nombre de personnes pouvant être touchées par cette démarche, une cache¹⁰⁰ référencée dans la Région sert de témoin. Cette cache a été visitée 63 fois¹⁰¹ en 2012. Les séries de caches permettent généralement d'attirer plus de personnes, notamment des familles. Bien que le nombre de personnes puisse paraître faible, c'est un public particulier qui est touché, l'objectif est de faire découvrir le site en espérant que de nouvelles visites auront lieu et/ou que le bouche-à-oreille fasse gonfler un peu plus le nombre de visites et servir d'élément de communication.

96 : retrouvez la vidéo sur lien : <http://www.youtube.com/watch?v=qyi6l0uJC78> ou directement sur le site internet des Marais du Vigueirat

97 : retrouvez la vidéo sur le lien : <http://www.youtube.com/watch?v=SzCJHRBPeo4> ou directement sur le site internet des Marais du Vigueirat

98 : retrouvez la vidéo sur le lien : <http://provence-alpes.france3.fr/emissions/jt-local-1920-marseille> , chercher l'édition du 30 Août 2013

99 : cf Annexe 14 : Le principe du géocaching

100 : la cache choisie pour servir de référence est elle aussi relativement éloignée des villes et villages mais peut être facilement accessible à pied. L'objectif n'est pas d'avoir une estimation précise mais juste un ordre d'idée du nombre de personnes qui pourraient venir grâce à la cache.

101 : Ne sont comptées que les visites signalées sur le site internet, il est probable que d'autres visites aient eu lieu sans être signalées.

Conclusion

Parti du constat de la dégradation constante des zones humides, la convention de Ramsar s'est engagée pour « l'utilisation rationnelle » de territoire reconnus comme des zones humides d'importance internationale. L'Observatoire des Zones Humides Méditerranéennes, en tant qu'outil de MedWet, représente une initiative régionale de cette convention. La préservation des zones humides implique la mobilisation des décideurs ainsi que la communication auprès du grand public. Le suivi de l'indicateur des services culturels des zones humides mis en œuvre pendant ce stage permet une première mesure de ces services à travers les données quantitatives et qualitatives obtenues et analysées dans le cadre de ce stage.

La mesure des services de ces écosystèmes, y compris en termes d'attractivité, de perception, de ressenti et d'attente des visiteurs va permettre :

→ La rédaction d'un rapport de l'OZHM sur les services des zones humides méditerranéennes en apportant de nouveaux arguments marquants visant à mieux sensibiliser et influencer les décideurs.

→ La réflexion sur les améliorations de gestion de ces services et le développement éventuel de projets divers sur le site des Marais du Vigueirat tout en proposant des produits en adéquation avec les attentes exprimées par le public.

Les résultats montrent la grande diversité de profils de visiteurs, de raisons de visite et de centre d'intérêt, ainsi que de perceptions des éléments du site et d'attentes. Cette diversité, spécifique au lieu et lié aux choix stratégiques de gestion et d'accueil du gestionnaire, est différente si on les compare avec les résultats de la première étude effectuée en 2012 au Maroc. Les éléments extérieurs comme le climat, le contexte culturel, naturel et économique de la zone et du pays, l'accessibilité, sont autant d'éléments qui entrent également en compte dans l'appréciation des services récréatifs et éducatifs des zones humides.

Ainsi, l'étude devra se poursuivre sur plusieurs sites afin de pouvoir réaliser une étude comparée permettant d'intégrer le maximum de diversités de situations et de repérer les services les mieux partagés par les visiteurs de ceux les plus spécifiques.

Ce stage avait aussi pour vocation de fournir une analyse objective au gestionnaire du site des Marais du Vigueirat. Les différentes préconisations seront discutées afin d'identifier les plus pertinentes. Ce travail permet de contribuer au développement durable d'un territoire à caractère rural puisqu'il est à l'origine de nouvelles démarches qui seront développées sur le site dans les mois et les années à venir.

Références :

Cette section présente les différentes références utilisées dans ce compte-rendu de stage.

Rapports de stage, master, thèse :

Caroline MEFFRE. (2001-2002). *Les publics des Marais du Vigueirat. Entre satisfaction des besoins et exploitation du marché*. Rapport de stage DESS Tourisme, Culture et Développement local. Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse.

Sophie DISSET. (2006-2007). *Les Marais du Vigueirat site naturel protégé, moteur de développement touristique durable*. Rapport de stage Licence Pro MACO option Tourisme Durable. Université de Provence site de Digne les Bains.

Najjar Fatima Zahra. (2012). *Valorisation des services récréatifs et éducatifs des zones humides en Méditerranée : Cas de la zone humide de Sidi Boughaba (côte atlantique marocaine)*. Rapport de stage Master « Gestion et Valorisation des Ressources Marines ». Université Hassan II-Casablanca Faculté des science Ain Chok.

Marie THOLLON. (2011-2012). *Caractérisation des services rendus par les écosystèmes d'une zone humide méditerranéenne : L'exemple de la Camargue*. Rapport de stage Master Biodiversité – Ecologie – Environnement. Tour du Valat et Université Joseph Fourier

Rapports :

Les zones humides méditerranéennes : Enjeux et perspectives. Premier rapport de l'Observatoire des Zones Humides Méditerranéennes - Rapport technique - (2012). Tour du Valat, France. 128 pages.

Observatoire des Zones Humides Méditerranéennes, 2012. Biodiversité – Etat et tendances des espèces des zones humides méditerranéennes. Dossier thématique N°1. Tour du Valat, France. ISBN : 2-910368-57-2.

Fiche identitaire de l'Observatoire des Zones Humides Méditerranéennes

Mieux gérer les lagunes Méditerranéennes. (Sept.2008). Pôle relais lagunes méditerranéennes

Observatoire des Zones Humides Méditerranéennes, (2012). Enjeux et perspectives des zones humides méditerranéennes. Tour du Valat, France. 72 pages.

Observatoire des Zones Humides Méditerranéennes, (2012). Biodiversité – Etat et tendances des espèces des zones humides méditerranéennes. Dossier thématique N°1. Tour du Valat, France. 52 pages. ISBN : 2-910368-57-2 ».

Rapport de synthèse de l'Évaluation des Écosystèmes pour le Millénaire. (version provisoire).

L'Économie des écosystèmes et de la biodiversité : Intégration de l'Économie de la nature. Une synthèse de l'approche, des conclusions et des recommandations de la TEEB. (2010). TEEB

Rapport d'Activité 2012 – Tour du Valat. (2013). Tour du Valat

Le concept des services des écosystèmes dans les pays en développement du bassin méditerranéen: importance d'impliquer les acteurs du développement territorial dans le processus de diagnostic et d'évaluation – Etude de cas en Algérie. (2012). Tour du Valat/Annaba. L.CHAZEE/A.DRISS

Protocole de l'étude de la fréquentation humaine dans le programme LIFE + LAG'NATURE.

Millennium Ecosystem Assessment. (2005). ECOSYSTEMS AND HUMAN WELL-BEING: WETLANDS AND WATER Synthesis. World Resources Institute, Washington, DC.

Existing Areas and past changes of wetland extent in Mediterranean region : an overview. 2012. C.PERRENOU, C.BELTRAME, A.GUELMAMI, P.TOMAS VIVES, P.CAESSTEKER.

La Camargue au fil du temps. Evolutions récentes et perspectives. C.PERENNOU. Tour du Valat p.13

Rapport annuel d'activité 2011 des Marais du Vigueirat

Rapport annuel d'activité 2012 des Marais du Vigueirat

La clientèle touristique dans les Bouches-du-Rhône. Bouches-du-Rhône

Cahier technique n°50. Secrétariat de la Convention sur la diversité biologique.

Etude sur les marais des Baux. (1960). Panne Claude. In: *Méditerranée*, 1e année, N°2-3

Sites internet :

Informations sur MedWet → <http://arobase.sarl.free.fr/medwet>

Présentation film des Marais du Vigueirat → <http://www.mesescaparc.fr/reportages/escapade-au-bout-du-monde-aux-marais-du-vigueirat>

Informations pour la partie les ZH dans le monde → <http://www.zones-humides.eaufrance.fr>

Film présentation des ZH et de l'OZHM → http://www.dailymotion.com/video/xqe587_les-zones-humides-mediterraneennes-un-ecosysteme-prodigieux-mais-menace_news?start=NaN#.UXFLkuRA3Uc

<http://www.ramsar.org>

<http://www.unep.org/maweb>

<https://www.un.org/french/events/wssd/>

<http://www.zones-humides.eaufrance.fr>

Photographies :

Les photographies présentées en première page, et dans les titres de partie ont été prises aux Marais du Vigueirat par Marion Suc.

Cartes :

Carte 1 : Répartition des sites Ramsar dans le monde

Carte 2 : Localisation de la Camargue en France. (Sources : Digital Globe (2013), Marion Suc (2013))

Carte 3 : Les différentes parties de la Camargue

Schémas :

Schéma 1 : Différentes zones de protection en Camargue

Schéma 2 : Les Marais du Vigueirat en Camargue

Schéma 3 : toponymie des Marais du Vigueirat

Schéma 4 : État actuel du sentier

Schéma 5 : Première proposition d'aménagement

Schéma 6 : Deuxième proposition d'aménagement

Schéma 7 : Objectifs de l'OZHM

Schéma 8 : Modèle DPSIR du cadre de suivi de l'OZHM). En effet, l'objectif de l'OZHM

Schéma 9 : Organisation de l'OZHM

Tableaux :

Tableau 1 : Les espèces animales présentes aux Marais du Vigueirat.

Tableau 2 : Distances parcourues par les visiteurs pour venir aux Marais du Vigueirat

Tableau 3 : Les autres visites appréciées

Tableau 4 : Les visiteurs visitent-ils uniquement le site ?

Tableau 5 : Tranches d'âge des visiteurs interrogés

Tableau 6 : Âge des groupes de visiteurs

Tableau 7 : Catégories observées de visiteurs

Tableau 8: Cumul des raisons de visite

Tableau 9 : Représentation des cumuls des raisons de visite

Tableau 10 : Particularités les plus appréciées

Tableau 11 : Cumul des particularités les plus appréciées

Tableau 12 : Éléments appréciés dans le paysage

Tableau 13 : Point du paysage le plus apprécié

Tableau 14 : Services connus par les visiteurs

Tableau 15 : Zones Humides visitées par les visiteurs

Tableau 16 : Extrait de la matrice pré-analyse

Tableau 17 : Répartition des visiteurs en 2008

Tableau 18 : Répartition des visiteurs en 2009

Tableau 19 : Répartition des visiteurs en 2010

Tableau 20 : Répartition des visiteurs en 2011

Tableau 21 : Répartition des visiteurs en 2012

Tableau 22 : Moyen de connaissance du site

Tableau 23 : Origine des visiteurs

Graphiques :

Graphique 1 : Fréquentation en nombre de visiteurs par année

Graphique 2 : Répartition des visiteurs en 2012

Graphique 3 : Source de connaissance des Marais du Vigueirat en 2011

Graphique 4 : Origine des visiteurs des Marais du Vigueirat en 2012

Graphique 5 : Tranches d'âge des groupes de visiteurs

Graphique 6 : Représentation des catégories socio-professionnelles des visiteurs

Graphique 7 : Catégories socio-professionnelles des visiteurs

Graphique 8 : Raison principale de visite déclarée

Graphique 9 : Raisons secondaires de visite déclarée

Graphique 10 : Représentation des raisons secondaires de visite déclarée

Graphique 11 : Représentation des moyens de connaissance du site

Graphique 12 : Représentation des origines des visiteurs

Graphique 13 : Représentation des origines des visiteurs

Annexes

Annexe 1 : Pourquoi s'intéresser aux zones humides ?

Annexe 2 : Contexte historique des mesures et conventions

Annexe 3 : Ramsar, MedWet et l'OZHM

Annexe 4 : La Tour du Valat.

Annexe 5 : Extraits de la fiche méthodologique de l'indicateur des services culturelles

Annexe 6 : La bibliographie

Annexe 7 : Extrait de la matrice pré-analyse

Annexe 8 : Exemple d'un compte rendu d'entretien

Annexe 9 : Répartition mensuelle des visiteurs chaque année

Annexe 10 : Promotion/Communication d'avril à fin juin

Annexe 11 : Origine des visiteurs d'Avril à fin juin 2013

Annexe 12 : Analyse des scolaires

Annexe 13 : Rencontre du tourisme durable en Camargue 2013

Annexe 14 : Questionnaire qualitatif

Annexe 15 : Le principe du géocaching

Annexe 1 : Pourquoi s'intéresser aux zones humides ?

La quantité d'eau disponible baisse en région méditerranéenne. L'agriculture, l'urbanisation et le tourisme font subir des pressions croissantes sur les milieux et devraient s'amplifier encore dans les années futures. Les effets du réchauffement de la planète se font déjà sentir, par exemple : « le niveau de la mer Méditerranée a augmenté de 22 cm au cours du 20ème siècle »¹⁰². De plus, « l'indice planète vivante montre que seuls les oiseaux présentent une tendance positive dans les zones humides méditerranéennes (augmentation de 70% depuis 1970) alors que les autres groupes de vertébrés (amphibiens, reptiles, mammifères et poissons) ont en moyenne diminué de 40% depuis 1970 »¹⁰³. A l'heure actuelle, les espèces disparaissent 1.000 à 10.000 fois plus rapidement que le rythme naturel.¹⁰⁴ « Un tiers des espèces vivant dans les zones humides méditerranéennes sont menacées de disparition selon les critères de la liste rouge de l'UICN. »¹⁰⁵ « Nous consommons aujourd'hui en moins de neuf mois ce que la terre met une année à produire ou renouveler, creusant ainsi chaque année un peu plus le déficit écologique. »¹⁰⁶ Ces habitudes de consommation ont un impact fort sur notre planète.

Ce sont autant d'éléments qui motivent le désir de mieux connaître et préserver les zones humides.

Les services rendus par les zones humides sont multiples :

- **Approvisionnement** : ce sont tous les produits issus des prélèvements réalisés dans ses milieux.
- **Régulation** : Les zones humides agissent dans la régulation des climats et des événements naturels ou anthropiques (sécheresses, inondations, pollutions, ...)
- **Services culturels** : Ce sont tous les bénéfices immatériels que peut permettre ce type de territoire.
- **Auto-entretien** : Ce sont toutes les contributions apportées par les milieux humides qui influencent le fonctionnements des autres écosystèmes. (biodiversité, vie du sol, cycle de l'eau, ...)

La disparition et dégradation progressive des zones humides est donc associées à des préjudices non seulement pour l'environnement mais aussi pour l'entretiens des milieux et du mode de vie des habitants. En méditerranée, les pressions que subissent ces espaces sont en effet croissantes, notamment sur les zones côtières. Les zones humides « représentent 45% des services écologiques. »¹⁰⁷ Il est donc urgent de prendre en considération ses espaces afin de mieux les connaître, les faire connaître et donc mieux les préserver.

102 : *Les zones humides méditerranéennes : Enjeux et perspectives. Premier rapport de l'Observatoire des Zones Humides Méditerranéennes - Rapport technique - (2012). Tour du Valat, France. 128 pages. p.12*

103 : *Rapport d'Activité 2012 – Tour du Valat. (2013). Tour du Valat p.40*

104 : « Observatoire des Zones Humides Méditerranéennes, 2012. Biodiversité – Etat et tendances des espèces des zones humides méditerranéennes. Dossier thématique N°1. Tour du Valat, France. 52 pages. ISBN : 2-90368-57-2 » p.6

105 : *Rapport d'Activité 2012 – Tour du Valat. (2013). Tour du Valat. p.*

106 : *Les zones humides méditerranéennes : Enjeux et perspectives. Premier rapport de l'Observatoire des Zones Humides Méditerranéennes - Rapport technique - (2012). Tour du Valat, France. 128 pages. p.4*

107 : Coates 2010

Annexe 2 : Contexte historique des mesures et conventions

Le contexte global

En 2000, l'Évaluation des Écosystème pour le Millénaire (Millenium Ecosystem Assessment = MEA) a été conçue comme un projet international permettant de répondre aux interrogations sur les « conséquences des changements que subissent les écosystèmes pour le bien-être humain ainsi qu'aux possibilités de réagir à ces changements. »¹⁰⁸ Cette démarche de vulgarisation de l'information scientifique doit permettre aux décideurs et au grand public de découvrir les problématiques existantes ainsi que les orientations qu'il sera possible de prendre à l'avenir afin de limiter la dégradation de nos milieux de vie. C'est une première démarche qui fait suite à la prise de conscience de l'importance de la connaissance et la préservation de la biodiversité lors du Sommet de la Terre à Rio de Janeiro en 1992. Le Sommet mondial du développement durable à Johannesburg en 2002 reprend le principe de suivi et d'amélioration des services des écosystèmes.¹⁰⁹

En 2007, à Postdam, les ministères de l'Environnement des Pays décident « *d'engager le processus d'analyse des bénéfices économiques globaux de la diversité biologique, les coûts de la perte de biodiversité* ». Dans ce contexte, l'Étude de l'Économie des écosystèmes et de la biodiversité (TEEB : The Economics of Ecosystems and Biodiversity) doit permettre d'accompagner les décideurs dans leur reconnaissance et découverte des valeurs des écosystèmes et de la biodiversité.¹¹⁰ En effet, « *les flux des services écosystémiques peuvent être perçus comme les « dividendes » que la société reçoit sur le capital naturel* »¹¹¹, on comprend donc que cet argument économique peut être pris en considération dans les orientations de gestion territoriales. En 2010, la conférence de Nagoya prend un engagement international ayant pour « *objectif de rehausser les bénéfices de chacun à partir de la biodiversité et des services des écosystèmes.* »¹¹²

108 : Site internet du MEA: <http://www.unep.org/maweb>

109 : <https://www.un.org/french/events/wssd/>

110 : TEEB (2010) L'économie des écosystèmes et de la biodiversité : Intégration de l'Économie de la nature. Une synthèse de l'approche, des conclusions et des recommandations de la TEEB

111: TEEB (2010) L'économie des écosystèmes et de la biodiversité : Intégration de l'Économie de la nature. Une synthèse de l'approche, des conclusions et des recommandations de la TEEB p.9

112 : Objectif D, cibles 14 à 16, Plan stratégique de la CDB 2011-2020

Annexe 3 : Ramsar, MedWet et l'OZHM

La Convention de Ramsar

Face à la nécessité de protection des zones humides, la convention sur les zones humides d'importance internationale est adoptée dans la ville iranienne de Ramsar en 1971 et entre en vigueur à partir de 1975. Elle préconise une « utilisation rationnelle » des zones humides. Elle prend donc en considération les principes de développement durable dans la gestion de l'espace concerné. Les États qui s'engagent doivent donc œuvrer afin de maintenir les caractéristiques écologiques de leurs zones humides.

La Convention de Ramsar s'appuie sur trois piliers :

- 1) Assurer la conservation et l'utilisation rationnelle des zones humides qu'il a inscrites sur la Liste des zones humides d'importance internationale.
- 2) Inscrire dans toute la mesure du possible l'utilisation rationnelle de toutes ses zones humides dans les plans d'aménagement nationaux pour l'environnement.
- 3) Consulter les autres Parties en matière d'application de la Convention, en particulier pour ce qui est des zones humides transfrontière, des systèmes hydrologiques partagés et des espèces partagées.

Avec ses 85.000 hectares, la Camargue fait partie des 42 sites Ramsar présent en France métropolitaine depuis fin 1986.

L'initiative MedWet

En 1991, à Grado en Italie, l'initiative MedWet naît de la volonté d'arrêter la disparition des zones humides et de mettre en place une gestion durable à l'échelle de la Méditerranée. A son origine, « *MedWet a identifié les inventaires et le suivi des zones humides comme des outils clés pour aider à surveiller l'état des zones humides méditerranéennes de façon systématique.* »¹¹³ En réalité, le travail se concentre surtout sur les inventaires. Le pilotage se fait par le Comité des Zones Humides Méditerranéennes (MedWet/Com) alors que le programme technique est appuyé par un réseau scientifique et technique. La Tour du Valat fait partie du MedWet/com et appuie cette initiative depuis 1991.

L'Observatoire des Zones Humides Méditerranéennes

→ Historique du projet

En 2004, lors de la sixième réunion du comité MedWet en Algérie l'idée émerge de concevoir un observatoire des zones humides méditerranéennes (OZHM). Ce projet est identifié en réponse du constat de déclin et de la dégradation continue des zones humides et du manque d'outil régional pour suivre les états de ces écosystèmes. Les travaux sur les inventaires des quinze dernières années sont considérés d'une part trop long et coûteux, et pas suffisants pour donner un état des lieux des zones humides et en expliquer les tendances. L'OZHM a pour objectif de réaliser un suivi concerté de l'état et des tendances des zones humides des pays membres. L'hypothèse est faite que le partage de la connaissance et l'aide à la décision basé sur les résultats de suivi doivent favoriser la gestion et la préservation des milieux.

En 2007, un premier atelier international a lieu à la Tour du Valat en Camargue afin de définir les objectifs, indicateurs ainsi que le fonctionnement de cet observatoire.

Les études préparatoires sont démarrées en 2008 par la Tour du Valat. Lors de la 9ème réunion à Changwon en Corée en novembre 2008, le projet d'Observatoire est validé par le Comité méditerranéen zones humide (MedWet/Com) et la Tour du Valat est mandatée pour initier son montage et coordonner les activités de suivi-évaluation.

La planification des étapes stratégiques se fait en 2009 et aboutit à l'engagement de présenter dès 2011 un premier état des lieux régional. Le cadre logique du suivi-évaluation, l'ébauche de la gouvernance et du cadre partenarial et le lancement institutionnel des activités de l'Observatoire sont décidés lors de l'atelier de mars 2009. A partir de là, une lettre électronique sera envoyée aux partenaires tous les deux mois afin de les tenir informés.

Le troisième atelier régional réalisé en 2010 permet de finaliser la gouvernance, les partenariats et de définir les indicateurs prioritaires. Lors de cet atelier, 60 participants représentent plus de 19 pays. La mise en œuvre du suivi démarre suite à cet atelier, en mars 2010.

113 : *Les zones humides méditerranéennes : Enjeux et perspectives. Premier rapport de l'Observatoire des Zones Humides Méditerranéennes - Rapport technique - (2012).* Tour du Valat, France. 128 pages. p.10

En 2011, le premier rapport sur l'état et les tendances des zones humides méditerranéennes est préparé. Le rapport technique est décliné également en rapport adressé aux décideurs, qui analyse les résultats de manière plus stratégique. Les résultats et les messages sont déclinés en plusieurs produits de communication (film, posters, présentation PPT, plaquettes de synthèse ...).

A partir de début 2012, l'OZHM met ses efforts sur la diffusion de ses résultats et de ses messages au travers d'un site internet et de relais de sites partenaires, de participation à des événements nationaux et internationaux, par des communications diverses, ...

→ Les cibles de l'OZHM

La réalisation de ces axes ne peut se faire sans l'identification des nombreux acteurs pouvant influencer les décisions en matière de développement afin de cibler précisément les outils de communication et les impliquer dans le projet. L'OZHM a choisi de s'axer sur deux cibles principales, les décideurs et le grand public :

- « *Le Gouvernement, les élus et autorités locales traitant des questions de conservation, protection et gestion des zones humides.*
- *Le grand public et les médias.* »¹¹⁴

Les premiers sont sensibles à des informations scientifiques fiables et adaptées à leurs calendriers. Il est important qu'ils soient régulièrement tenus informés afin de pouvoir intégrer le projet dans leur planification. Il faut pour cela identifier quels peuvent être les leviers d'action.

Le grand public est souvent déjà potentiellement intéressé par les zones humides que ce soit par principe, pour sa qualité de vie ou pour des bénéfices attendus (attendus sociaux, économiques, politiques, ...). Il doit faire l'objet d'une stratégie de communication ciblée. Il faut pour cela identifier les attentes et besoins des utilisateurs afin d'adapter les produits qui lui sont proposés. De plus, choisir de cibler prioritairement ce public permet d'utiliser leur conscience citoyenne afin d'influer sur les décisions et de faire pression sur les autorités locales, notamment lors de l'élection des élus et pour l'aménagement du territoire.

→ Le cadre suivi-évaluation de l'OZHM

L'OZHM s'est fixé trois objectifs principaux dont le niveau d'atteinte est évalué au travers quatre grands thèmes. Ceux-ci sont suivis à travers une liste de 25 d'indicateurs thématiques choisis selon différents critères et renseignant les différentes dimensions du modèle conceptuel DPSIR (Facteur - Pression- Etat - Impact-Réponse). Le « *Schéma 7: Objectifs de l'OZHM* » permet de comprendre l'organisation et le cadre de travail de l'OZHM.¹¹⁵ Le stage consistait donc à calculer les valeurs de l'indicateur « Rôle éducatif et touristique des zones humides ». Il fait partie intégrante de la thématique « Services écologiques » qui dépend elle-même de l'objectif « Évaluation du niveau de considération des zones humides dans le contexte du développement durable en Méditerranée ».

114 : Fiche identitaire de l'Observatoire des Zones Humides Méditerranéennes

115 : Fiche identitaire de l'Observatoire des Zones Humides Méditerranéennes

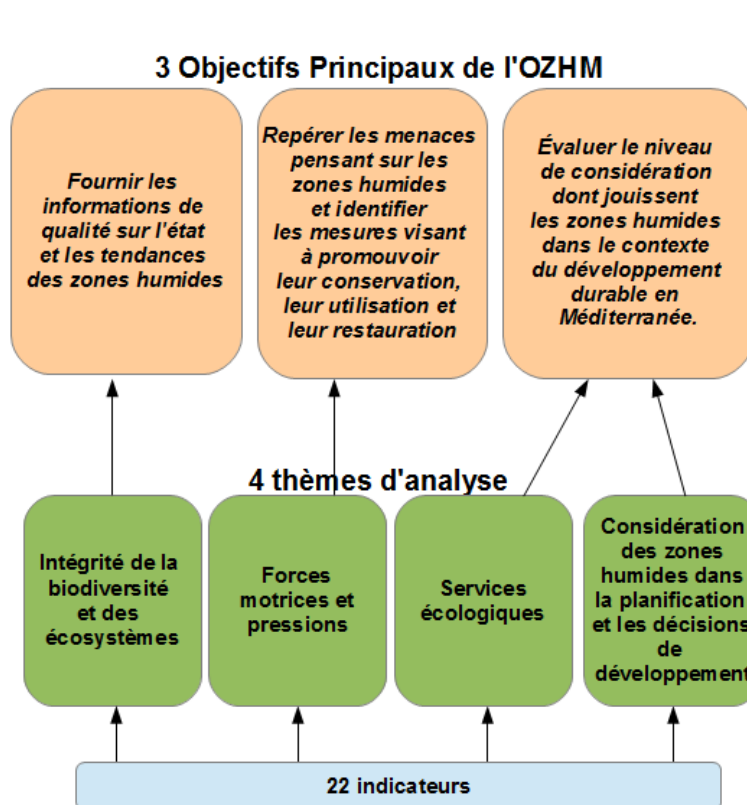


Schéma 7: Objectifs de l'OZHM

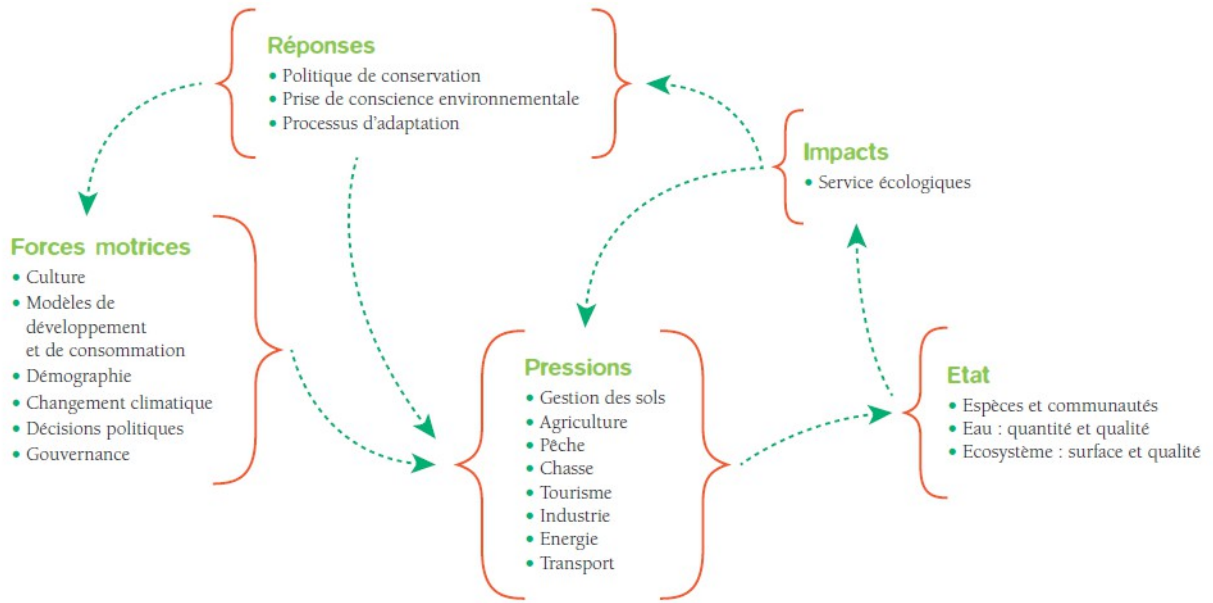
2.3) Les indicateurs

Le choix des indicateurs, à partir d'une liste préliminaire de 465 indicateurs existants, s'est fait selon un processus multicritère. Les indicateurs doivent pouvoir :

- Renseigner les objectifs et des thèmes de l'OZHM selon le cadre logique;
- Renseigner les différentes dimensions du cadre DPSIR;
- Être représentatifs et reconnus par l'ensemble des pays du pourtour méditerranéen;
- Être compatibles avec les attentes des niveaux supra-nationaux;

Pour les indicateurs prioritaires : les données doivent être disponibles et la méthode de collecte être suffisamment robuste pour la fiabilité des résultats. Les considérations de durabilité - technique, institutionnelle et financière des suivis ont également été pris en compte, avec un effort particulier pour des suivis peu coûteux. Ces différents indicateurs sont présentés dans le cadre analytique du modèle DPSIR (Force motrice, Pression, Etat, Impact, Réponse) (cf Schéma 8 : *Modèle DPSIR du cadre de suivi de l'OZHM*). En effet, l'objectif de l'OZHM « n'est pas seulement d'observer les tendances, [...] mais aussi d'en explique les causes et les conséquences, de la communiquer pour influencer les planifications, les décisions et les pratiques ». ¹¹⁶

116 : Fiche identitaire de l'Observatoire des Zones Humides Méditerranéennes



Modèle simplifié Forces motrices-Pressions-État-Impacts-Réponses (DPSIR) fournissant le cadre des suivis de l'OZHM

Schéma 8 : Modèle DPSIR du cadre de suivi de l'OZHM). En effet, l'objectif de l'OZHM

→ La Gouvernance

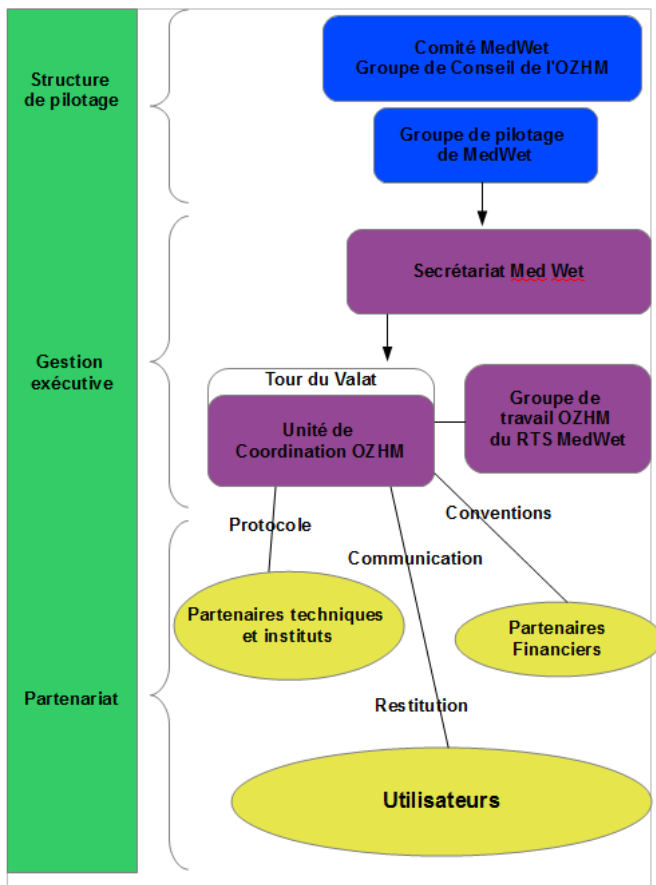


Schéma 9: Organisation de l'OZHM

Le « Schéma 9: Organisation de l'OZHM » permet de comprendre comment s'organise la gouvernance de l'OZHM ». L'OZHM est dirigé par une structure de pilotage composé du Comité MedWet et d'un Groupe de Conseil de l'OZHM. Le groupe de pilotage MedWet influe directement sur le secrétariat MedWet qui gère la gestion exécutive du projet avec l'Unité de Coordination de l'OZHM (basé à la Tour du Valat) et le Groupe de travail OZHM du RTS MedWet.

- L'OZHM travaille en partenariat avec :
- « Les organisations », en établissant des conventions (partenaires financiers) et protocoles (partenaires techniques et institutionnels) internationaux et régionaux.
 - Les partenaires de l'Observatoire et les fournisseurs de données.
 - Les ONGs, associations, ... agissant sur des projets et agissent pour la protection et la gestion des zones humides.
 - Les universités, instituts, centre de recherche travaillant dans le cadre de la conservation et du développement.¹¹⁷

117 : Fiche identitaire de l'Observatoire des Zones Humides Méditerranéennes

Annexe 4 : La Tour du Valat.

En 1978, suite à de nombreuses activités de recherche et de suivi en particulier ornithologique, la fondation à but non lucratif la Tour du Valat est créée par Luc Hoffmann dans le but « *d'arrêter la perte et la dégradation des zones humides méditerranéennes et de leurs ressources naturelles, les restaurer et promouvoir leur utilisation rationnelle* ». A l'heure actuelle, environ 60 salariés dont 30 scientifiques y travaillent. Les bureaux sont installés en pleine Camargue, près du Sambuc, sur un domaine de 2.600 hectares dont 1.800 sont classés en Réserve Naturelle Régionale.

La fondation agit sur plusieurs domaines. Le développement de projets innovants, la gestion des zones humides et les formations font l'objet d'un plan de gestion revue tous les cinq ans depuis 1986 ayant pour cadre :

- La conservation du patrimoine naturel exceptionnellement riche, notamment grâce à une gestion peu interventionniste, prenant en compte la forte naturalité du site.
- La mise en œuvre de programmes de recherche en offrant un terrain de recherche pour la compréhension des milieux et des espèces en lien avec les activités humaines.
- Le maintien d'activités traditionnelles (élevage équin et bovin, culture du blé, riz et foin, chasse).

Les engagements actuels principaux de la Tour du Valat sont :

→ La conservation des espèces et de leurs populations dans le contexte des changements globaux : C'est « *contribuer à la conservation des espèces des zones humides méditerranéennes et aider à gérer les conflits entre ces espèces [...] et les activités humaines.* »¹¹⁸

→ La modélisation, restauration et gestion des écosystèmes : « *L'attractivité des zones côtières du bassin méditerranéen, les mutations foncières, l'intensification des usages et de l'agriculture, de même que les changements des conditions environnementales à venir questionnent la capacité des zones humides à maintenir leur état de biodiversité et à assurer leurs fonctions et services. Les contextes socio-économiques et les politiques ont pour corollaire une propension à produire des réponses à court terme peu compatibles avec les enjeux environnementaux à long terme. La mise en place de réponses (gestions) adaptées nécessite le développement d'outils pour traduire les modifications en cours des écosystèmes, anticiper leur évolution et leurs impacts afin de réorienter la gestion ou entreprendre des démarches actives de réhabilitation.* »¹¹⁹

→ Le suivi, évaluation et politiques zones humide : « *Évaluer et communiquer l'état de conservation des zones humides, de leurs fonctions et de leurs valeurs, identifier en continu les tendances de ces habitats, ainsi que les causes des changements sur lesquelles il est possible d'agir, sont des actions prioritaires pour sensibiliser les décideurs et le grand public.* »¹²⁰ C'est le département dans lequel s'inscrit le sujet de mon stage, et en particulier dans son projet majeur, l'Observatoire des zones humides méditerranéennes (OZHM). Comme indiqué plus haut, l'étude aux marais du Viguerat fait partie d'un programme méditerranéen de mise en œuvre du calcul des valeurs d'un nouvel indicateur de suivi des zones humides: celui sur les services culturels de ces écosystèmes. L'objectif du stage est donc d'identifier les valeurs récréatives et éducatives recherchées et attendues par les visiteurs, souvent ignorées, sous-estimées ou considérées comme un "du gratuit" par les décideurs, les citoyens y compris au niveau des communautés et élus locaux. Les résultats de ce travail serviront à renseigner ces personnes sur ces avantages récréatifs et éducatifs qu'apportent les zones humides, arguments additionnels visant à mieux les considérer et prendre en compte dans les planifications du développement et aménagement territoriaux.

118 : « Rapport annuel 2012 » Tour du Valat p.18

119 : « Rapport annuel 2012 » Tour du Valat p.26

120 : « Rapport annuel 2012 » Tour du Valat p.38

Annexe 5 : Extraits de la fiche méthodologique de l'indicateur des services culturelles

Indicateur sur le rôle touristique et éducatif des zones humides en Méditerranée

Version 26 septembre 2012

Indicateur	Rôle touristique et éducatif des zones humides	Indicateur n° : 24
-------------------	---	------------------------------

Pertinence avec l'objectif de l'observatoire des zones humides méditerranéennes	<i>3. Evaluer le niveau de considération dont jouissent les zones humides dans le contexte de développement durable en Méditerranée.</i>
Pertinence avec les thème de suivi	5. Services écologiques
Sous-thème	Valeurs culturelles

1. Objectif stratégique:

Le troisième objectif de l'Observatoire est d'estimer le niveau de prise en compte des zones humides dans le contexte de développement durable en méditerranée. Le degré de réalisation de cet objectif est mesuré par deux thèmes (1. services écologiques et; 2. zones humides-développement durable) à travers une série d'indicateurs. Sous le thème "services écologiques", cet indicateur "rôle des zones humides en matière touristique et éducative" vise à suivre l'état et les tendances du nombre de visiteurs ou étudiants, utilisant les services culturels et éducatifs des zones humides. Le suivi et l'évaluation de cet indicateur est prévu à travers les données des centres de visiteurs ou équivalents (centre de tourisme, centre d'information, service information, maison du parc, etc.), et des enquêtes qualitatives auprès des visiteurs. Il permettra une évaluation qualitative et quantitative du nombre d'utilisateurs de ce service spécifique des zones humides. Les résultats pourront être davantage utilisés pour analyser et évaluer la qualité et la pertinence des services touristiques et éducatifs par rapport aux attentes et donc aider les gestionnaires de ce sites à leur aménagement.

2. Justification de la sélection de cet indicateur

Dans les dernières années, une approche plus inter-disciplinaire de la protection de l'environnement prenant mieux en compte le rôle des humains et de leurs activités dans et autour des zones humides a émergé. cette approche a été adoptée officiellement par la Convention de Ramsar. Elle est venue du besoin de planification et de pratique de gestion environnementale plus réalistes, effectives et facteurs de succès. Les activités humaines et les valeurs culturelles qui y sont associées, comprennent des connaissances traditionnelles, utiles dans la conservation d'aujourd'hui et qui demandent donc d'être préservées. Le bien-être des populations locales et leur active participation sont maintenant reconnus et considérés essentiels dans la question de gestion des zones humides. Reconnecter les gens (locaux et visiteurs) et les zones humides pourrait participer à leur bien-être et à maintenir ou réactiver leurs valeurs culturelles liées aux zones humides. Le développement de la filière du développement durable autour des zones humides pourrait améliorer la vie locale et l'emploi. Ces bénéfices peuvent renforcer l'intérêt des communautés à entretenir ou améliorer les fonctions et les valeurs des zones humides et des paysages et écosystèmes qui y sont associés. Le rôle éducatif des zones humides, comme pour les autres écosystèmes naturels et semi-naturels, est un moyen jugé efficace pour modifier les attitudes et les comportement des populations envers la nature, et pour transmettre cet héritage aux futures générations.

L'UNESCO, en particulier à travers son programme "Man and the Biosphère" (MAB), encourage les approches interdisciplinaires de manière à renforcer et à améliorer les relations entre les humains et leur environnement. Parmi ses objectifs, MAB est un outil 'd'échange et de transfert de connaissance sur les problèmes et solutions environnementaux, ainsi que d'incitation à l'éducation environnementale pour le développement durable'. De plus, les sites qui bénéficient des labels Héritage mondial ou MAB peuvent utiliser cette marque comme un outil de développement économique local et régional et accroître leur attractivité vis-à-vis des touristes et des étudiants.

Ramsar a validé cette approche et a produit à travers ses conférences des Parties (CoP) deux documents spécifiques les Résolutions VIII.19 (en 2002) –sur 'Les principes directeurs pour prendre en compte les valeurs culturelles des zones humides pour la gestion effective des sites'– et IX.21 (en 2005) – sur 'La prise en compte des valeurs culturelles des zones humides'–. Basé

sur ces documents, un document de guidage de Ramsar sur la culture et les zones humides a été produit en 2008 par le groupe de travail sur la culture, avec comme ambition de donner des conseils aux décideurs et aux gestionnaires de sites protégés sur l'intégration des aspects culturels dans la planification de la gestion des zones humides.

Le document d'Evaluation des Ecosystèmes du Millénaire (MEA, 2005) a fortement mis l'accent sur les services écologiques apportés à l'humanité et non pas seulement aux valeurs comme perçues par les humains. Les 'Services' peuvent être considérés comme plus utilitaires et par conséquent être utilisés comme un argument plus puissant au service de la conservation des écosystèmes et de leur utilisation rationnelle. D'après le MEA, les services culturels peuvent être groupés sous trois catégories: i. perceptions culturelles, ii. systèmes de connaissance and iii. Tourisme et éducation. La dernière catégorie consiste en trois services: a. Education, b. Tourisme et c. Récréation.

De plus, la Convention de Ramsar, valorisant les bénéfices issus des services écologiques de zones humides (de Groot et. al, 2006) utilise les quatre grandes catégories de services écologiques (approvisionnement, régulation, culture et support), comme décrit dans le l'Evaluation des Ecosystèmes du Millénaire (MEA), pour déterminer l'utilisation (rationnelle) des services des écosystèmes. Plus précisément, la catégorie des services culturels comprennent les services suivants:

- L'héritage et l'identité culturelle: sens d'origine et d'appartenance
- Inspiration spirituelle et artistique: nature comme source d'inspiration pour l'art et la religion
- Récréation: opportunités pour le tourisme et les activités récréatives;
- Esthétique: appréciation des paysages naturels (autres que par des activités récréatives délibérées);
- Educatif: opportunités pour l'éducation formelle et non formelle et pour la formation.

Une comparaison des trois approches reconnaît qu'il existe une convergence de certains services culturels fournis par les zones humides:

- MEA: Tourisme et éducation
- TEEB: Tourisme
- Le groupe de travail culturel de Ramsar : Tourisme, écotourisme and tourisme culturel.
- Valeurs des zones humides dans le sens Ramsar: valeur récréative – Opportunités pour le tourisme et les activités récréatives.

Ainsi, la contribution des zones humides à l'éducation et à la récréation des visiteurs est totalement reconnue.

L'indicateur du nombre de visiteurs dans les centres de visiteurs liés aux zones humides devrait renseigner, au moins partiellement, les points suivants:

- Pertinence politique et qui fasse du sens (Ramsar)
- Progrès par rapport aux objectifs de l'Observatoire des zones humides méditerranéen
- Méthodologie simple de collection et d'évaluation des données en routine
- Analyse possible de relation cause-effet au niveau de l'évaluation
- Couverture spatiale favorable: l'ensemble du bassin méditerranéen avec des niveaux de désagrégation par sous-région et autres niveaux locaux
- Tendance temporelle: disponibilité potentielle de sources existantes sur les années passées (par exemple résultats de programme de suivi de 5 à 10 années)

3. Utilisateurs ciblés (y compris des fournisseurs de données)

- **Niveau international:**
 - Convention de Ramsar (liaison avec ses indicateurs d'effet)
- **Niveau méditerranéen:**
 - L'initiative MedWet, secrétariat et partenaires
 - Les réseaux de la Convention de Barcelone et de l'Union pour la Méditerranée
- **Niveau national**
 - Les gouvernements et leurs organes déconcentrés et décentralisés responsables de l'environnement naturel, le tourisme et le développement durable.
 - Les autorités locales/districts
 - Les scientifiques, chercheurs et étudiants
 - Les gestionnaires de site, incluant les ONG et les associations

4. Définition de l'indicateur

Cet indicateur à deux volets vise à mesurer le niveau d'utilisation des services récréatifs et éducatifs des zones humides en méditerranée. L'analyse de l'indicateur permettra d'en expliquer les tendances.

5. Unité de mesure

Le consolidation du comptage du nombre de visiteurs (touristes et étudiants) dans les centres de visiteurs (ou équivalent) liés aux zones humides sera fait au moins annuellement à partir des enregistrements journaliers et des statistiques de chaque centre. De plus, l'information qualitative sera collectée à partir d'études conduites sur un échantillon de centres, sur par exemple les raisons de la visite, les coûts/bénéfices de la visite, le degré de satisfaction des services et les suggestions pour les améliorer. L'information qualitative sera rétrospective pour les années précédents (obtenue à travers les archives existantes et les employés du site). D'autres informations pourront être introduites au niveau des centres intéressés pour les suivre plus précisément dans le futur, comme par exemple la raison première de visite de la région/site, la distance parcourue pour visiter le site, la perception d'attractivité du site.

[...]

7. Etat de référence et cibles: effet et impact attendus pour les zones humides méditerranéennes

La valeur de référence de l'indicateur sera définie après un certain nombre de données collectées au niveau des centres sur les premiers sites. L'année de référence sera définie après les premières analyses de ces données. Il est estimé qu'un minimum de 15 sites sera nécessaire au niveau du bassin méditerranéen et que l'année de référence pourrait être 2014 ou 2015.

En alternative, il pourra aussi être décidé que le suivi-évaluation se basera sur les comparaisons entre années (tendances) et non pas sur les données elles mêmes et dans ce cas, il ne sera pas nécessaire d'établir d'année et de valeur de référence. Cette alternative est plus pratique pour les suivis de perceptions relatives aux zones humides comme l'éducation des enfants, le respect de la faune, l'observation de la nature, rupture avec l'environnement urbain, la sensibilisation et autres dimensions liées aux services récréatifs et éducatifs des zones humides.

8. Données nécessaires et méthodologie pour la collecte de données

La valeur **quantitative** de cet indicateur à deux volets (quantitatif et qualitatif) sera construit à partir des données d'enregistrement collectées régulièrement dans ces centres et consolidé au moins annuellement. Les centres de visiteurs (ou équivalent) situés près des zones humides et intéressés par ce programme fourniront cette information **quantitative** sur les visites et dans certains cas les programmes d'éducation ou de formation. Plus la précision des données est bonne, meilleure sera le diagnostic et l'analyse. Par exemple, au delà du nombre de visiteurs enregistré, il serait utile de connaître le profil des visiteurs, les motifs de visite, la proportion adulte/enfant, etc. La comparaison du nombre de visiteurs (touristes et écoliers/étudiants) entre période indiquera la tendance relative des utilisateurs des services des zones humides. Un nombre de trois années d'enregistrement est considéré un minimum. Au delà le 8 années, l'analyse des tendances commence à être robuste.

La valeur **qualitative** de cet indicateur doit renseigner la valeur quantitative. Elle reste à préciser selon les résultats des interviews conduits dans les 5 premiers sites. La collecte de données se fera par une étude qualitative sur certains sites, issue d'une série d'interviews (60 à 100 interviews) ouverts auprès des différents groupes de visiteurs et d'analyse des résultats. Cette étude évaluée à 2-4 mois selon les sites, pourra se faire par les gestionnaires du site eux même ou par des étudiants, avec le guidage méthodologique de l'Unité de coordination de l'OZHM ou de Med-INA. Un questionnaire qualitatif sera élaboré et testé au préalable.

9. Echelles pertinentes de suivi, niveaux d'agrégation et de désagrégation

En raison de la méthodologie, cet indicateur sera initialement mesuré à l'échelle de sites zones humides. Cet indicateur est également pertinent aux autres échelles suivantes et devrait pouvoir être décliné progressivement à ces niveaux.

10. Fréquence de suivi

Le nombre de visiteurs sera collecté de manière continue sera agrégé annuellement au niveau des centres de visiteurs et si possible par saison (eg. visites en hiver, en été, etc.) et par mois. Le nombre de visiteurs pourrait aussi être rapporté en liaison avec des événements spéciaux comme les festivals, les journées internationales, les jours de comptage hivernal d'oiseaux, lors des passages d'oiseaux migrateurs, lors d'événements sociaux (périodes de mariage).

L'Unité de coordination de l'OZHM et Med Ina analyseront les résultats et assureront des restitutions de résultats tous les 3 à 5 ans.

12. Source et disponibilité des données

Il existe un nombre considérable de centres de visiteurs ou équivalent liés à des zones humides en méditerranée (voir annexe 1). Dans certains sites, la visite de la zone humide est suivie. Ces centres enregistrent et tiennent des statistiques de leur visiteur par année et par saison. Certains de ces centres enregistrent d'autres données comme la nationalité des visiteurs, le type de visiteur (étudiant, famille, groupe, individuel, etc.). Il existe aussi des centres de visiteurs qui organisent des activités éducatives pour les adultes et les écoliers/étudiants, ainsi que des formations spécifiques qui sont également enregistrées.

13. Interprétation

Les variations annuelles du nombre de visiteurs peuvent être expliquées par plusieurs causes qui doivent être identifiées. Il est donc important d'adopter une approche large de diagnostic et d'analyse et d'identifier les forces externes (axes transversaux) qui influencent significativement ces changements. (voir axes transversaux en point 16). Les changements peuvent refléter la sensibilité environnementale des personnes, l'amélioration ou la dégradation des infrastructures et services d'accueil et la qualité des services écologiques de la zone humide, des écosystèmes et du paysage associés. Ils peuvent aussi refléter le degré de connexion entre les humains et les zones humides et le potentiel de développement durable d'économie locale en relation avec le potentiel (éco) touristique du site. Les résultats peuvent être directement liés aux politiques et programmes touristiques et éducatifs, au niveau de promotion national et international du site, à la qualité et à la diversité des services apportés aux visiteurs. Ils peuvent être corrélés à la reconnaissance internationale du site, à une espèce emblématique, à des caractéristiques spécifiques du site, à un effet collatéral d'une crise économique ou de la situation sécuritaire.

Des corrélations peuvent être établies avec d'autres indicateurs et information d'une échelle comparable, disponible dans le système de suivi de l'OZHM ou dans celui des partenaires et des sites concernés.

Les études qualitatives et les diagnostics et analyses larges seront conduites pour expliquer les causes de changement, ainsi que les facteurs de corrélation, les coûts/avantages des services éducatifs et récréatifs.

14. Limites et précaution d'utilisation de l'indicateur

Tout d'abord, la valeur de cet indicateur mixte représentera uniquement la situation des zones humides bénéficiant d'un centre de visiteurs ou équivalent, qui sont en général celles qui sont larges et reconnues internationalement et qui ont donc un avantage comparatif en matière de services touristiques et éducatifs. Il est à noter que cet indicateur ne prend pas en compte tous les types de visiteurs se rendant dans ces zones humides puisque plusieurs d'entre eux, quelquefois la majorité (pêcheurs, chasseurs, ornithologistes locaux, groupe de pique-nique, etc.), ne passent pas par le centre et n'utilisent pas ses services. De plus, certains centres contrôlent la totalité du passage des visiteurs et donc enregistrent toutes les entrées alors que dans d'autres zones humides à entrée libre, seuls ceux utilisant les services spécifiques du centre sont enregistrés.

Toutefois, cet indicateur peut donner une image relativement bonne sur les tendances des visiteurs intéressés aux services éducatifs et ceux venant de destination lointaine et donc intéressés par des informations et services des centres.

15. Responsabilité des partenaires, de la collecte de données jusqu'à la communication de la valeur de l'indicateur en temps voulu

- **Collection des données de terrain:** Les gestionnaires de zones humides protégées en charge de centre de visiteurs et qui enregistrent les entrées seront les personnes ressources premières pour cet indicateur. Les experts travaillant dans ces sites et les personnes focales Ramsar/Medwet des pays seront aussi des personnes ressources pour l'obtention des informations et pour sélectionner les sources de données.
- **Centralisation des données à l'échelle pan-Méditerranée:** Med-INA et l'unité de coordination de l'OZHM (CU/OZHM).
- **Gestion et développement de la base de données, y compris entrée des nouvelles données acquises:** Med-INA et CU/OZHM.

Annexe 6 : La bibliographie

A. Le concept de l'OZHM

La recherche bibliographique concerne le thème des services des écosystèmes, avec une attention particulière sur les zones humides et les services culturels. Ce sujet reste encore très peu vulgarisé au delà des cercles de chercheurs, et des débats sur les enjeux écologiques (surtout développés dans les pays développés). « *En liaison avec la méthodologie, chacun garde un « jargon », des terminologies et des acronymes incompréhensibles pour le public extérieur; y compris pour les acteurs des autres cercles du développement durable. Ceci continue à limiter l'efficacité du partage des informations au-delà des cercles de « déjà convaincus»* »¹²¹. Dans le Sud de la Méditerranée, il existe actuellement peu d'études sur les publics de visiteurs hormis quelques sujets guidés par les universités des pays d'Europe de l'ouest ou en partenariat avec celles-ci comme en témoigne la citation suivante : « *Les travaux réalisés sur les services des écosystèmes sur les zones humides méditerranéennes restent donc majoritairement des exercices de recherche scientifique guidés par les pays de l'Union méditerranéenne sans grande implication des scientifiques des pays de la rive sud.* »¹²²

Les références restent limitées et souvent peu opérationnelles ou adaptables en matière de services culturels. Elle font le plus souvent référence à des études précises de sites, sans grande possibilité de comparaison avec d'autres sites. C'est pour cela que l'OZHM reste relativement précurseur en proposant un indicateur comparable entre site et entre pays en méditerranée.

B. L'application pratique pendant le stage

La recherche et l'étude bibliographique a rythmé l'intégralité du stage. En effet, elle était indispensable afin de s'intégrer dans le contexte global du territoire, des structures d'accueil et du projet.

Les rapports d'activité¹²³ de deux structures permettent de comprendre leurs grandes orientations et leur mode de fonctionnement. Ils sont indispensables à la compréhension des objectifs généraux aussi bien dans leur organisation que celle des attentes vis à vis de mon stage.

De nombreux documents écrits et médias ont été consultés sur l'Observatoire des Zones Humides Méditerranéenne afin de prendre conscience du projet dans son ensemble. Cela permet aussi de comprendre les attentes de l'outil d'évaluation des services utilisé pour mon stage. Mais aussi de comprendre comment orienter la présentation des résultats en fonction des différentes cibles à atteindre. En effet, l'objectif de ce projet est de communiquer et sensibiliser en priorité le grand public et les décideurs nationaux et locaux. Travailler sur une sensibilisation au niveau des scientifiques n'est pas spécialement utile dans notre cas pour avoir un réel impact sur les territoires. La plupart du temps, ils sont déjà convaincus de l'intérêt des mesures de conservations des Zones Humides.

Une documentation plus large sur la thématique des Zones Humides permet de structurer la pensée tout en ayant une vision globale des actions sur ce type de territoire. Une comparaison aux autres territoires est toujours indispensable afin d'avoir une approche globale, pluridisciplinaire et transversale.

121 : *Le concept des services des écosystèmes dans les pays en développement du bassin méditerranéen: importance d'impliquer les acteurs du développement territorial dans le processus de diagnostic et d'évaluation. – Etude de cas en Algérie. (2012). Tour du Valat/Annaba. L.CHAZEE/A.DRISS. p.9*

122 : *Le concept des services des écosystèmes dans les pays en développement du bassin méditerranéen: importance d'impliquer les acteurs du développement territorial dans le processus de diagnostic et d'évaluation.– Etude de cas en Algérie. (2012). Tour du Valat/Annaba. L.CHAZEE/A.DRISS. p.13/14*

123: Le rapport d'activité 2011 de la Tour du Valat est disponible en annexe ???. Le rapport d'activité des Marais du Vigueirat fait plus de 240 pages et ne sera donc pas disponible en version papier.

Annexe 7 : Extrait de la matrice pré-analyse

Chaque colonne représente un individu. Hormis pour les question sur un temps ou un âge la grille est codé en binaire. Le chiffre 1 représente une réponse positive, un réponse négative ou l'absence de réponse sont traduites par une case vide (qui correspond à un zéro).

Numéro de l'enquête		1	2	3	10	11	12	13	14	15	16
Date :		15.03.2013	25.03.2013	25.03.2013	31.03.2013	31.03.2013	3.04.2013	3.04.2013	3.04.2013		
Lieu :		Accueil	sentier	tables de pique nique	sortie de la boutique	table de pique nique	sortie de la boutique	sortie de la boutique	entre accueil et buvette	table pique nique	table pique nique
	totaux des réponses										
Temps d'entretien	3,1	15	50	30	18	17	13	14		25	20
1- Genre de la personne interviewée											
Masculin	5	1	1	1					1	1	
Féminin	5				1	1	1	1			1
Nombre des autres personnes dans le groupe par genre											
Nombre Masculin	4				1		1	1			1
Nombre Féminin	6			1	2				2	1	
2- Age											
Age de la personne interviewée	7,1515152	14	57	45	44	30	56	51	66	55	54
Age des autres personnes du groupe											
Nombre <18	26	22			2	2					
Nombre 18-35	1					1					
Nombre 36-45	5	4			1						
Nombre 46-60	4						1	1		1	1
Nombre >60	2			1					1		
3- Nationalité de la personne interviewée											
Française	8	1	1	1	1		1		1	1	1
Allemande	1					1					
Anglaise	0										
Belge	1							1			
B- Cartographie des flux et évaluation du coût des visites											
5- D'où êtes vous parti pour visiter ce site? (lieu et distance en kilomètre)											
Avignon	1				1						
Auriol	0										
Arlès	2			1					1		
Eyguières	0										
Fontvieille	1							1			
...	4										

Tableau 16 : Extrait de la matrice pré-analyse

Annexe 8 : Exemple d'un compte rendu d'entretien

E27 – Découverte de la Camargue

Date et lieu : 10 avril 2013 – tables après la visite

Conditions de l'entretien : cordial

Temps : très beau

Durée : 13 minutes

Informations générales :

Déclaré :

Deux amies en vacance pour venir découvrir la Camargue. Conscientes qu'elles sont un peu à la recherche de la carte postale : chevaux, taureaux, flamants roses et sel.

Observé :

Surtout sensibles aux milieux naturels en France sans avoir une attirance particulière pour les milieux des Zones Humides. C'est plus une recherche de mosaïques de paysages naturels. La comparaison de l'image qu'elles avaient de la Camargue et sa réalité n'est pas encore possible puisque c'est le début de la visite de ce milieu.

Annexe 9 : Répartition mensuelle des visiteurs chaque année

Répartitions des visiteurs pendant l'année de 2008 à 2012 :

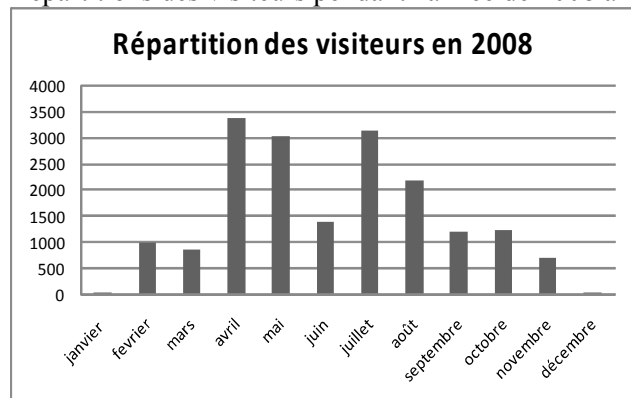


Tableau 17 : Répartition des visiteurs en 2008

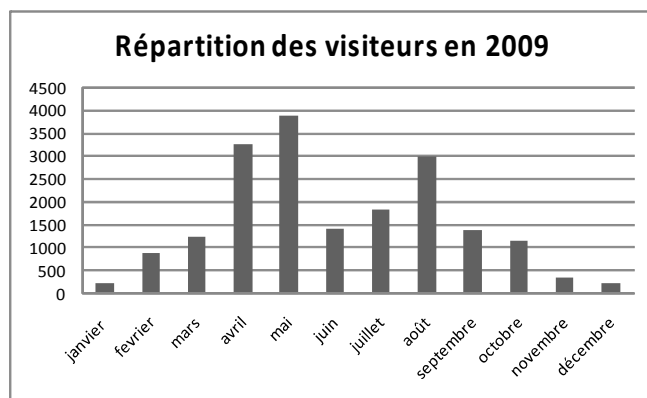


Tableau 18 : Répartition des visiteurs en 2009

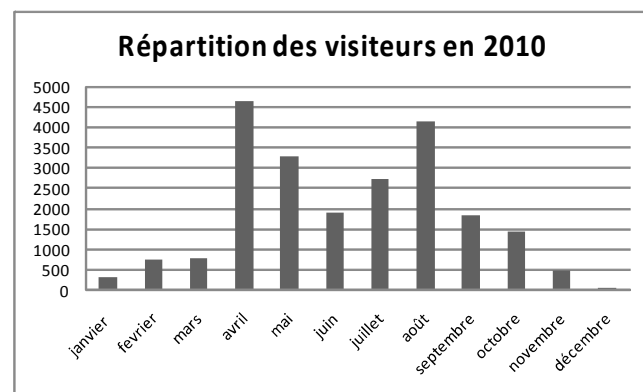


Tableau 19 : Répartition des visiteurs en 2010

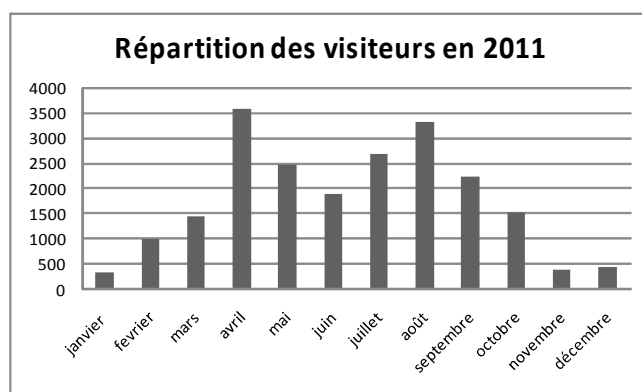


Tableau 20 : Répartition des visiteurs en 2011

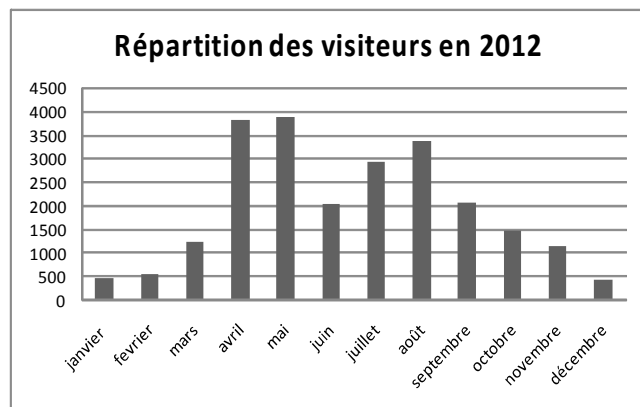


Tableau 21 : Répartition des visiteurs en 2012

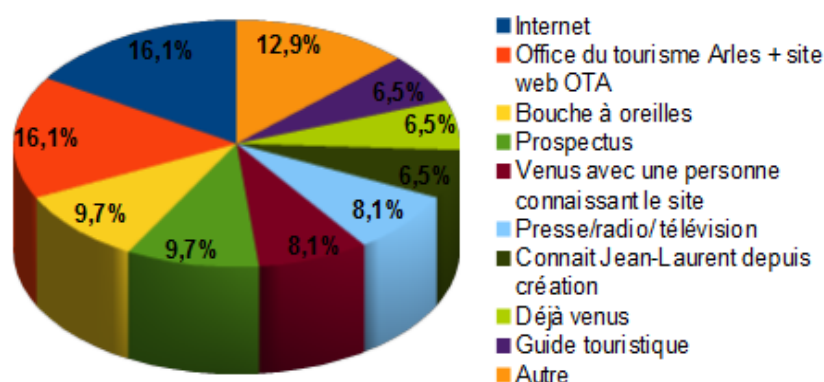
Annexe 10 : Promotion/Communication d'avril à fin juin

Afin d'évaluer l'impact de la stratégie de promotion et de communication, les visiteurs ont été interrogés sur la source leur ayant permis de découvrir le site des Marais du Vigueirat. La stratégie de communication des Marais du Vigueirat est diversifiée. Un équilibre semble exister entre les divers modes de communication. Les méthodes utilisées sont complémentaires et permettent de cibler un panel très large de visiteurs. Le tableau ?? et le graphique ?? recensent les réponses obtenues ainsi que leur fréquence d'apparition.

Par quel moyen avez-vous eu connaissance de ce site ?	nombre de visiteurs	% de visiteurs
Internet	10	16,1%
Office du tourisme Arles + site web OTA	10	16,1%
Bouche à oreilles	6	9,7%
Prospectus	6	9,7%
Venus avec une personne connaissant le site	5	8,1%
Presse/radio/ télévision	5	8,1%
Connait Jean-Laurent depuis création	4	6,5%
Déjà venus	4	6,5%
Guide touristique (livre)	4	6,5%
Panneaux route	3	4,8%
Travail avec structures type SMPA, Parcs, LPO ...	3	4,8%
Autre	2	3,2%

Tableau 22 : Moyen de connaissance du site

Source de connaissance des Marais du Vigueirat



Graphique 11 : Représentation des moyens de connaissance du site

Les visiteurs qui sont venus grâce à l'Office du Tourisme d'Arles ou son site internet (16% des personnes interrogées) ne sont jamais originaires des Bouches-du-Rhône ou du Gard mais viennent de diverses régions. Ce sont donc essentiellement les touristes extra-territoriaux qui ont utilisé les services de l'Office du tourisme d'Arles ou de son site internet pour découvrir le site des Marais du Vigueirat.

Le site internet des Marais du Vigueirat joue aussi un rôle important dans la promotion du site (16% des visiteurs interrogés sont venus grâce à lui).

L'utilisation d'internet paraît donc importante pour toucher un public diversifié.

Les prospectus (cités par 9,7% des visiteurs) ont notamment joué un rôle important pour la promotion de journées événementielles auprès de personnes locales (= personnes habitant dans le département ou proche du site)

Une partie des visiteurs (9,7% d'entre-eux) ont connu le site par bouche à oreille. La forte proportion de visiteurs qui viennent aux Marais du Vigueirat en l'ayant connu par bouche à oreille où qui y reviennent après être déjà venus (cela représente plus de 15% des visiteurs) montre une image particulièrement positive du site.

La notoriété locale du site est importante, les visiteurs aiment revenir et conseiller la visite des Marais du Vigueirat.

D'autres sources de connaissance (presse, radio, TV, guides touristiques, ...) témoignent de la large stratégie de communication mise en place par les Marais du Vigueirat.

Annexe 11 : Origine des visiteurs d'Avril à fin juin 2013

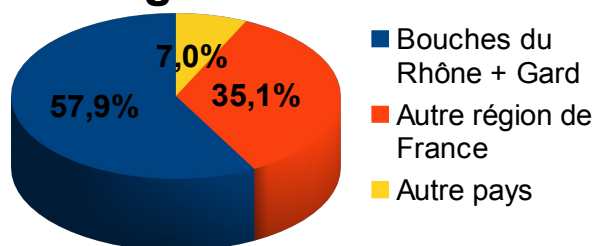
L'analyse a été réalisée sur une période particulière de l'année (d'avril à juin). Pour avoir une vision d'ensemble des origines des visiteurs des Marais du Vigueirat il vaut mieux se référer à l'analyse quantitative.

Bien que les locaux soient les visiteurs majoritaires aux Marais du Vigueirat pendant la période d'analyse, le site ne présente pas uniquement une attractivité de voisinage. Des visiteurs viennent d'autres régions et pays et font donc entrer la visite du site dans leur concept de visite du territoire. Ils restent toute fois minoritaires car aucune des autres régions ne dépasse 5% des visiteurs.

Quel est votre pays ou région d'origine ?	Nombre	Pourcentage
Bouches du Rhône + gard	33	57,89%
Île de France	2	3,51%
Languedoc-Roussillon (hors Gard)	2	3,51%
Loiret	2	3,51%
Poitou-Charente	2	3,51%
Allemagne	1	1,75%
Angleterre	1	1,75%
Aquitaine	1	1,75%
Basse-Normandie	1	1,75%
Belgique	1	1,75%
Bourgogne	1	1,75%
Eure et Loire	1	1,75%
Haute Savoie	1	1,75%
Hautes-Alpes	1	1,75%
L'Oise	1	1,75%
Limousin	1	1,75%
Orne	1	1,75%
Paca (hors Bouches-du-Rhône)	1	1,75%
Pas de la Loire	1	1,75%
Rhône Alpes	1	1,75%
Suisse	1	1,75%

Tableau 23 : Origine des visiteurs

Origine des visiteurs



Graphique 13 : Représentation des origines des visiteurs

Les visiteurs originaires des Bouches-du-Rhône ou du Gard représentent 58% des visiteurs.

Près de 40% des visiteurs sont des touristes qui ne viennent pas du territoire (35% viennent d'autres Régions de France et 7% d'autres pays).

Annexe 12 : Analyse des scolaires

Les personnes qui ont été interrogées sont aussi bien des élèves que leurs enseignants. Quelques accompagnateurs ont aussi été enquêtés. 12 entretiens sont pris en considération dans cette analyse. Les personnes interrogées sont toujours originaires de la Région ou du Gard et font donc l'aller-retour dans la journée.

La source de connaissance du site invoquée par les élèves sont systématiquement le « choix des enseignants ». Les enseignants donnent des sources diversifiées (venus avec quelqu'un connaissant le site, bouche à oreille, conseil par la Région, ...).

Les raisons principales de visites sont le désir d'observer la faune (4 personnes) et la découverte de la nature (3 personnes). Les raisons secondaires, sont « un projet scolaire » (3 personnes) ou la découverte de la nature (3 personnes). Le cumul des réponses permet de voir que la raison principale ayant attiré sur le site est lié à la découverte de la nature et le désir d'observer la faune (5 personnes pour chacun). Les principales raisons secondaires rappellent l'influence du projet scolaire et de l'attrait pour les Marais du Vigueirat (les personnes qui déclarent apprécier le site sont déjà venues ou l'on connu par bouche à oreille).

Les visiteurs ont apprécié divers éléments sur le site des Marais du Vigueirat. Le désir de voir la faune est tout de même récurrent puisque 7 personnes ont apprécié cela (deux d'entre-elles ont apprécié en particulier le fait de voir l'ensemble : faune dans son milieu naturel). Lorsque l'on cumule l'ensemble des éléments appréciés par les visiteurs on se rend compte que la faune et la flore touchent la moitié des visiteurs. **Globalement, les groupes scolaires semblent plus attiré par des dimensions naturalistes et en particulierité la possibilité d'observer la faune et la flore.**

Près de la moitié des visiteurs (7) aimeraient quelques aménagements. Ils sont diversifiés. Plusieurs ont parlé d'améliorations générales à apporter au cabanon du rendez-vous (3 personnes). Globalement, les services offerts par le site sont très peu connus des visiteurs.

Bien que les intérêts des scolaires soient principalement axés sur la faune et les milieux, les visiteurs ont montré des intérêts importants pour diverses thématiques (seules la gastronomie locale et les produits et l'artisanat local semblent moins les intéresser).

Les éléments liés à l'eau (marais, étangs, roselières, ...) sont ceux qui semblent le plus appréciés (6 personnes en parlent). La présence des chevaux et des taureaux dans le milieu a été évoquée par 3 visiteurs. La présence de ces animaux bien visibles sur le site semble donc être un élément important pour les visiteurs.

5 visiteurs aimeraient revenir faire les sentiers libres et pouvoir se renseigner grâce à des panneaux sur le parcours. 4 visiteurs veulent aussi revenir pour faire une visite guidée.

Un seul visiteur a déclaré ne pas avoir aimé la visite et un ne semblait pas spécialement enthousiaste. 4 scolaires ont tout de même spontanément déclaré avoir apprécié le site. Les éléments donnés par les visiteurs laissent comprendre que le site est apprécié pour ses aspects environnementaux (faune, flore et milieux appréciés) ainsi que une action déstressante (les visiteurs parlent de calme, d'espace paisible).

A part un visiteurs, les scolaires apprécient la Camargue. Les principales caractéristiques appréciées sont la présence de la faune et de l'aspect sauvage du territoire.

Annexe 13 : Rencontre du tourisme durable en Camargue 2013

Compte-rendu de la 1ère rencontre du Tourisme Durable en Camargue

Jeudi 16 Mai 9h-12h30

Mas du Pont de Rousty – Arles (13200)

L'objectif de la journée est de présenter les résultats d'une enquête réalisée sur le tourisme durable en Camargue. Les certificats d'engagement dans la Charte européenne du tourisme sont remis aux 20 candidats dont les Marais du Vigueirat font parti en tant que « site de visite des espaces naturels ».

Enquête Tourisme Durable :

Le tourisme représente 10 à 12% du PIB régional, 210 millions d'euros sont dépensés pour le tourisme chaque année en Camargue.

25.000 questionnaires ont été réalisés entre avril 2010 et mars 2011 sous forme de questionnaires papier traduits en 6 langues différentes ou par des enquêtes directes chez dans différents points de la Région, chez des locaux ou par internet.

La Camargue a accueilli environ 800.000 touristes en 2011 en hébergement marchand et non marchand et 4,7 millions de visiteurs à la journée (=excursionnistes). La moyenne d'âge des touristes en Camargue est de 44 ans et 39% des excursionnistes sont des retraités. Les périodes estivales et printanières sont les plus visitées bien que la fréquentation touristique soit relativement importante pendant toute l'année.

40% des visiteurs sont des touristes régionaux. Beaucoup de touristes français viennent des Régions Ile de France et Rhône Alpes. Environ 10% des touristes sont des étrangers essentiellement venue d'Angleterre, d'Italie et d'Allemagne.

La moitié des visiteurs font partie d'une catégorie socio-professionnelle supérieure. 34% des visiteurs sont des employés et ouvriers, soit 7% de plus que dans la Région PACA (27% en PACA).

Les visiteurs les plus abondants sont les familles (surtout en été) et les groupes d'amis. 1/3 sont des couples qui préfèrent généralement venir au printemps.

60% des visiteurs viennent 2 ou 3 jours mais la moyenne du nombre de jours passés pour des vacances en Camargue est de 4 jours (cette moyenne s'élève à 5 jours pendant l'été).

2/3 de l'hébergement est marchand en Camargue, les visiteurs privilégient généralement les hôtels, gîtes puis le camping.

90% des visiteurs veulent découvrir le territoire, mais ils viennent aussi beaucoup pour les loisirs et les organisations événementielles (la part de l'événementielle est très importante par rapport au reste de la Région).

Selon les visiteurs la filière touristique en Camargue a pour points forts : intérêt et la diversité des sites, le confort, l'accueil, l'hébergement, les équipements sportifs et culturels. Les points faibles sont l'organisation du stationnement et la restauration. Certains points sont à surveiller afin qu'ils ne deviennent pas des points faibles : la circulation, la signalisation, l'accueil dans les commerces, le rapport qualité/prix des activités.

2/3 des personnes sont des primo-visiteurs (pour 15 à 20 % en Région PACA). 33% des visiteurs sont donc déjà venus en Camargue avant et décident d'y revenir.

Questionnés sur l'image de la Camargue, 58% des visiteurs parlent « d'espace naturel sauvage ».

La Charte du Tourisme Durable en Camargue

Elle est développée pour aider les candidats vers à s'inscrire dans une démarche de labellisation de la marque parc ou vers d'autres types de labellisations. L'idée est donc d'accompagner et d'encourager une démarche de progrès. On remarque que des interrogations existent tout de même encore à l'heure actuelle sur le suivi des démarches et le respect des engagements.

Annexe 14 : Questionnaire qualitatif

Questionnaire pour visiteurs au Vigueirat

Date: ___/___/___

Lieu:.....

Numéro enquête:.....

1. Genre de l'interviewé (e)

Masculin (s)

.....

Féminin(s)

.....

2. Age

De l'enquêté (e):

Age des autres personnes du groupe

<18

18-35

36-45

46-60

>60

Nombre

.....

.....

.....

.....

.....

3. Nationalité

.....
4. Profession

.....
5.a) D'où êtes vous parti pour visiter ce site? (lieu et distance en kilomètre)

.....
5.b) Qu'elle est votre région/ville d'origine ?

.....
6. Par quel moyen avez-vous eu connaissance de ce site?

.....
7. Quelle est la principale raison qui a motivé votre visite sur le site?

.....
8. Quelles sont les raisons secondaires?

.....
9. Est-ce votre première visite sur ce site?

Oui

Non

Si non, combien de fois êtes vous venus avant cette fois-ci? (préciser mois et années)

.....

10. Quelles autres zones humides avez vous visité en France?

.....
11. Aujourd'hui, visitez-vous uniquement le Vigueirat?

Oui

Non

12. Si oui, combien de nuits planifiez-vous de rester dans la région pour visiter le site ou la région?

.....
13. Si vous passez une ou plusieurs nuits, à quel endroit (distance par rapport au site)?

.....
14. Si non, que planifiez-vous de faire aujourd'hui et lors de votre séjour dans la région?

.....

15. Lorsque vous visitez le site, il-y-a t'il certaines particularités que vous avez aimé voir ou que vous aimeriez voir (*par exemple certains oiseaux, mammifères, plantes, paysages*) et si oui, quelles sont-elles par ordre de priorité?

1.....

2.....

3.....

4.....

16. De votre point de vue, les infrastructures dans le site demandent-elles à être améliorées?

Oui Non

Si oui, expliquer

.....

17. Quels services du site connaissez-vous?

.....

18. Lesquels avez vous utilisés?

.....

19. Quels services offerts par le parc sont ils satisfaisants?

.....

20. Quels sont ceux non satisfaisants et quelles améliorations aimeriez-vous ainsi que leur localisation dans le site?

.....

21. Quel est le degré de satisfaction pour les autres services suivants

	Bon	Moyen	Mauvais	Non utilisé
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Service d'information et accueil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Toilette/point d'eau	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Buvette	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Parking	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Chemin d'accès	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Circuit éco-touristique	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Poubelles	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Observatoires	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Location jumelles	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aires de repos/table	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Service éducatif	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tour en calèche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Visite guidée à pied	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Boutique	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

22. Il y a t'il d'autres services que vous aimeriez avoir dans le site et dans quel lieu?

.....

23. Lorsque vous visitez le site et sa région, avez-vous ou aimeriez vous découvrir autre chose comme:

- a. La gastronomie locale
- b. Les produits et artisanat locaux
- c. La culture locale et les traditions
- d. L'environnement naturel dans un sens plus large que le parc
- e. La sensation de sauvage, de tranquillité et de contemplation
- f. La région et sa meilleure connaissance (histoire, géographie, etc.)
- g. Mer-plage
- h. Promenade à cheval
- i. Rôle de l'homme dans la gestion de la Camargue
- j. Rôle des différentes structures de protection de la nature
- k. Les pratiques locales (chasse, agriculture, pêche, élevage, ...)
- l. Autre

24. Paysages

24.1. Quelle est pour vous l'élément ou les éléments du paysage du site que vous avez le plus apprécié et pourquoi?

.....

24.2. De quel endroit du site le paysage vous semble le plus attractif

.....

24.3. Quelles sont les couleurs du site qui vous attirent le plus?

.....

24.4. Quelles sont les périodes (saison et horaire) pour lesquels le site vous est le plus attractif?

.....

25. Avez-vous été gêné par des visiteurs ou certaines catégories de visiteurs? Si oui, préciser quel type de gêne, éventuellement quel type de visiteurs, ou en particulier dans le parc, à quelle saison?

.....

26. Après votre visite dans le site, pensez-vous avoir élargi votre connaissance à propos de l'environnement naturel?

- | | |
|--------------------------|--------------------------|
| Oui | Non |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

27. Si vous avez répondu 'oui', quelles sont les trois choses les plus importantes que vous avez découvertes ou apprises lors de votre visite?

- 1.....
- 2.....
- 3.....

28. Si vous avez répondu 'oui', pensez-vous que ces découvertes ou nouvel acquis influenceront votre comportement environnemental?

- | | |
|--------------------------|--------------------------|
| Oui | Non |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

29. Si « oui », comment?

.....

30. Suite à votre visite, aimeriez-vous approfondir vos connaissances sur l'environnement des zones humides ?

- | | |
|--------------------------|--------------------------|
| Oui | Non |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

31- Les MdV ont déjà mis en place un certain nombre de moyens pédagogiques et réfléchi à d'autres moyens pour permettre aux visiteurs de mieux observer la diversité biologique et acquérir de nouvelles connaissances. Quels sont les moyens qui vous correspondent le mieux lors de la visite ? (panneaux informatifs, carte/dépliants à l'entrée, guide à heure fixe, guide sur demande, film de présentation, patrouilleur observateur sur le circuit, biologiste disponible pour questions précises, ...)

.....

32. Si vous avez déjà participé à des formations, visites guidées, festivals liées aux zones humides, quel a été votre degré de satisfaction?

Lieu du programme d'éducation.....

- | | | |
|------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Très satisfait | <input type="checkbox"/> | |
| Plutôt satisfait | <input type="checkbox"/> | |
| Ni satisfait, ni insatisfait | | <input type="checkbox"/> |
| Plutôt insatisfait | <input type="checkbox"/> | |
| Très insatisfait | <input type="checkbox"/> | |

33. Quel est votre image du site après votre visite (en comparaison de l'idée que vous en faisiez)?

.....

.....

34. De manière plus large, quel est votre image de la Camargue après votre visite (en comparaison de l'idée que vous en faisiez)?

.....

.....

35. Pensez vous que l'aménagement du site devrait prévoir :

- a. De laisser les choses en place dans les équilibres écologiques actuels?
- b. De prévoir des aménagements et des gestions permettant aux visiteurs de découvrir plus de biodiversité et d'habitat?
- c: autre

36. Pensez-vous que le site devrait-être mieux protégé?

- | | |
|--------------------------|--------------------------|
| Oui | Non |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Si oui, pourquoi?

.....

.....

Et comment ?

.....

.....

Merci!

Annexe 15 : Le principe du géocaching

Les géocaches sont des « cachettes » créées par diverses personnes à travers le monde. C'est une chasse au trésor en continue. Actuellement, plus de 2.150.000 sont réparties sur la planète et plus de 6 millions de personnes participent. L'intégralité des caches sont référencées sur le site <http://www.geocaching.com/>

Ces caches doivent être suffisamment résistantes pour braver les intempéries sans impacter le milieu, l'environnement ni être facilement visibles. Elles sont placées sur des points d'intérêts déterminés par le concepteur de la cache. Des parcours comprenant plusieurs caches et indices permettent de créer de véritables circuits. Toute personne découvrant une cache doit signer le « book » présent à l'intérieur. Les boîtes contiennent parfois des objets, bibelots laissés par les précédents géocacheurs. Il est possible d'échanger un objet en sa possession avec un présent dans la boîte, les objets peuvent ainsi voyager de cache en cache à travers le monde.