

Cahier technique



**Évaluer
l'interprétation
des sites naturels**

novembre 2002

Sommaire général

Sommaire 2

Introduction 3

Partie 1 - Ceci vous concerne !

Vous êtes impliqués dans l'accueil des sites	4
Réussir l'ouverture au public	4
Etablir l'état des ressources et des objectifs	6
Définir les moyens de l'accueil	7
Est-ce que ça marche ?	8
Je fais, donc je suis évalué	8
Qu'est-ce que l'évaluation ?	8
A quoi ça sert ?	9

Partie 2 - Quel est votre problème ?

Le marché de la nature en Europe	13
Quelques déclics en Europe ...	13
et pour les espaces naturels du Nord-Pas de Calais	14
Et maintenant dix ans après	20
Où en est-on ?	20

Partie 3 - L'accueil et la mise en valeur des sites naturels sensibles, ... est-ce que ça marche ?

Sélectionner les questions d'abord !	23
Puis définir sa démarche et ses outils	26
Quelques principes de base	26
De la priorité à l'offre à la priorité de la demande	29
Différentes possibilités de maîtrise et de gestion des flux pour optimiser l'accueil	30
Vous voulez faire une étude d'évaluation ?	31

Partie 4 - Quels outils ?

Ce qu'il faut savoir sur les outils	32
Exploiter les données existantes	32
Des outils permettant d'obtenir des données quantitatives	33
Des outils permettant d'obtenir des données qualitatives	35
Autres moyens	36
La mise en oeuvre : questions pratiques	39

Partie 5 - Pour parler la même langue !

Conditions requises	42
Propositions	43
Un modèle de cadre d'évaluation d'opération	44
Procédure de suivi de site (fréquentation)	47
Procédure de feed-back en animation	48

Partie 6 - Annexes

Historique de la protection des sites et de la valorisation	50
Historique et état des lieux dans le Nord-Pas de Calais	51
Les outils sélectionnés pour le programme d'évaluation «L'oeuf et la poule», été 1996	52
Quelques cadres de références	53
Pour mémoire : démarches connexes	54
Elaboration de la typologie de la clientèle des sites du Nord-Pas de Calais	55
Champs d'évaluation renseignés par l'étude de fréquentation	64
Les indicateurs fondamentaux du tourisme durable de l'OMT (Organisation mondiale du tourisme)	66

Sources 67

Introduction



On connaît les enjeux qui tournent autour de l'ouverture d'espaces naturels, on en connaît les difficultés...

Dans l'ajustement nécessaire de l'offre à une demande multiple et évolutive, et surtout dans la perspective de précéder cette demande, le secours d'un outil d'évaluation fiable, constant, partagé, venant appuyer les décisions stratégiques, devient plus que jamais nécessaire.

Or, depuis plus de 10 ans maintenant, de multiples tentatives ont été faites en France de mesurer, de comprendre, de comparer, à des échelles très différentes. Il est temps de considérer le chemin parcouru et de permettre à tous ceux qui s'intéressent à la fonction sociale des espaces naturels de partager leur expérience.

Cet échange sera d'autant plus fructueux qu'il se fera sur des questions simples, évidentes, et que les mots pour le dire seront compréhensibles...

Le guide qui suit s'adresse à tous ceux que cet échange de données concerne, et dont la mission est de promouvoir et mettre en valeur les sites naturels à vocation d'accueil.

Dans un territoire comme la région Nord Pas-de-Calais où - à côté d'une grande variété d'espaces protégés - de nombreux espaces naturels sont aménagés sur des friches, où la nature reconquiert la ville et où fleurissent les réserves naturelles volontaires, nous reprendrons comme définition des sites naturels celle retenue par l'AFIT : ils «*dépassent la notion de sites protégés au sens de la loi de 1930. Il s'agit de sites naturels de taille variable, distingués pour des qualités particulières et pour la plupart protégés, définis comme des espaces cernés, ayant en commun d'être fréquentés de façon plus ou moins intensive, que ce soit pour la visite, des activités sportives ou ludiques*».

Sommaire 2

Introduction 3

Partie 1 - Ceci vous concerne !

Vous êtes impliqués dans l'accueil des sites	4
Réussir l'ouverture au public	4
Etablir l'état des ressources et des objectifs	6
Définir les moyens de l'accueil	7
Est-ce que ça marche ?	8
Je fais, donc je suis évalué	8
Qu'est-ce que l'évaluation ?	8
A quoi ça sert ?	9

Sites Naturels - Contribution du tourisme à leur gestion et à leur entretien, 2000

Partie 1

Ceci vous concerne !

Car vous êtes :

- animateur de site
- garde ou écogarde
- gestionnaire
- chargé de mission patrimoine naturel de collectivité
- directeur de structure d'accueil
- chargé de projets de développement territorial
- professionnel du tourisme et des loisirs
- impliqué dans la protection et la mise en valeur de la nature
- impliqué dans l'usage des sites patrimoniaux

Sommaire 2

Introduction 3

Partie 1 - Ceci vous concerne !

Vous êtes impliqués dans l'accueil des sites	4
Réussir l'ouverture au public	4
Etablir l'état des ressources et des objectifs	6
Définir les moyens de l'accueil	7
Est-ce que ça marche ?	8
Je fais, donc je suis évalué	8
Qu'est-ce que l'évaluation ?	8
A quoi ça sert ?	9



Rapport de la France à la Commission du développement durable des Nations unies, 1999

Premières assises nationales sur les Espaces naturels sensibles

Vous êtes impliqué dans l'accueil sur les sites sensibles ? donc vous devez...

Réussir l'ouverture au public des sites naturels sensibles tout en assurant leur préservation : enjeu paradoxal !

... car accueillir, informer et éduquer le public dans des sites naturels sensibles sont aujourd'hui une obligation institutionnels... avec des locomotives :

- les Parcs naturels régionaux (PNR) :

«Les actions associant tourisme et environnement concernent essentiellement les Parcs naturels régionaux. (rapport de la France à la Commission du développement durable des Nations Unies, 1999). Les PNR ont pour objet de protéger leur patrimoine naturel et culturel et d'assurer l'accueil, l'éducation et l'information du public (selon le décret du 1^{er} septembre 1994).

- le Conservatoire des espaces littoraux (CEL) :

« Le conservatoire du littoral conduit une mission de service public de protection de l'environnement avec le double objectif, parfois difficile à mettre en œuvre, qui consiste à protéger de façon définitive des milieux naturels fragiles et menacés, mais aussi à les rendre accessibles au public dans la mesure où ce libre accès reste compatible avec la protection de la faune, la flore, les paysages et ne nuit pas au maintien de la richesse et de la diversité biologique. «On évalue la fréquentation des terrains acquis par le CEL* à une quinzaine de millions de personnes par an.

- les Espaces naturels sensibles (ENS) :

ils ont une obligation légale d'ouverture au public des espaces acquis avec des fonds provenant de la Taxe départementale sur les espaces naturels sensibles (TDENS) depuis 1985.

Il existe beaucoup d'autres organismes et initiatives qui oeuvrent dans le même sens, tels que les Conservatoires de sites, les associations de gestion, communes, collectivités...

... alors que (et parce que) le développement de la conscience écologique entraîne une forte demande en matière d'écotourisme :

La volonté de protection des milieux fragiles résulte essentiellement de l'existence d'une revendication sociale de nature et donc de protection, et cette revendication se traduit par un désir d'accès au milieu naturel : «la nature doit, tout à la fois, être sauvage et familière, proche et lointaine, à risques et rassurante, aventureuse et réconfortante, proluxe et ordonnée, vivante et sans détrit. C'est la nature protégée qui répond le mieux à ses attentes, contradictoires car paradoxalement, dans les sociétés modernes, elle semble jouer le rôle d'équivalent de la nature sauvage».

Ce paradoxe se traduit par les attentes : selon une enquête menée en 1994 auprès des visiteurs des sites du Conservatoire du Littoral, 38% des personnes interrogées souhaiteraient trouver une nature plus sauvage et 8% seulement demandent une nature plus aménagée, mais ils sont 53% à réclamer plus de panneaux éducatifs.

Sommaire 2

Introduction 3

Partie 1 - Ceci vous concerne !

Vous êtes impliqués dans l'accueil des sites

Réussir l'ouverture au public

Etablir l'état des ressources et des objectifs

Définir les moyens de l'accueil

Est-ce que ça marche ?

Je fais, donc je suis évalué

Qu'est-ce que l'évaluation ?

A quoi ça sert ?



Il se traduit aussi par des phénomènes de concentration...

- concentration de public : de nombreuses réserves naturelles font l'objet d'une fréquentation croissante. Le site des Gorges de l'Ardèche est la réserve naturelle la plus fréquentée de France en 1995 (1.2 millions de visiteurs), la Pointe du Raz compte 2 millions de visiteurs... A titre de comparaison, la tour Eiffel accueille 7 millions de visiteurs chaque année !
- concentration de moyens : des investissements lourds sont plus facilement mobilisables pour un site de valeur reconnue, emblématique : c'est ce qui a motivé la politique des Grands sites en France (Pointe du Raz, Pont du Gard, Mont-Saint-Michel, site des Caps...).

La relation entre le tourisme et l'environnement ne peut s'appréhender uniquement en terme de pressions. Les organismes professionnels des loisirs et du tourisme sont en effet unanimes à reconnaître l'importance d'un environnement de qualité pour cette activité, qui fournit en retour une légitimité à certaines politiques environnementales.

Située à l'interface « Tourisme et Environnement », l'ouverture au public et la mise en valeur des espaces naturels sensibles nécessite de conjuguer gestion touristique du site et gestion écologique rigoureuse dans le cadre d'un développement touristique durable.

**Vous devez aussi...
établir l'état des ressources et des objectifs qui font la spécificité de chacune
des opérations... (et qui les compliquent !)**

A la base du projet : protéger quoi et pourquoi ?

- **un milieu naturel** : richesse faunistique et floristique, biotopes intéressants, milieux remarquables, espèce emblématique...
Le plan de gestion peut être considéré comme faisant partie d'une évaluation ex-ante qui dresse un état des lieux des richesses, des ressources écologiques sur lequel se fonde le plan d'action.
Mais le plan d'interprétation est seul capable de dire par quoi nous intéresserons les publics visés.
- **un paysage**, avec sa valeur esthétique, sa diversité et spécificité ; l'identité d'un site, l'esprit des lieux... Eléments du paysage avec les constituants biophysiques, mais aussi bâtiments et monuments, panoramas et points de vue.
- **le patrimoine local** : bâti, culturel, religieux, rural, archéologique, industriel, historique, contes et légendes...

De nombreux objectifs peuvent être à l'origine de l'ouverture et de la mise en valeur d'un site

- **objectifs de protection et de gestion de la ressource** : restauration, gestion, valorisation d'un espace naturel remarquable ou d'un milieu sensible. Reconquête, valorisation d'un paysage, d'un site grandiose, d'un patrimoine de qualité.

Sommaire 2

Introduction 3

Partie 1 - Ceci vous concerne !

Vous êtes impliqués dans l'accueil des sites	4
Réussir l'ouverture au public	4
Etablir l'état des ressources et des objectifs	6
Définir les moyens de l'accueil	7
Est-ce que ça marche ?	8
Je fais, donc je suis évalué	8
Qu'est-ce que l'évaluation ?	8
A quoi ça sert ?	9

Définition du Conseil régional du Nord - Pas de Calais

Les indicateurs Tourisme, Environnement, territoires

Tourisme et Environnement, le Conseil de l'Europe

Graham Barrow, in Interpretation Journal

- **d'éducation et de culture** : faire découvrir et expliquer un site, un milieu ou une faune/flore remarquable tout en faisant passer un message de protection de l'environnement, apporter des connaissances et sensibiliser les visiteurs, habitants, agriculteurs...

« *L'éducation à l'environnement a pour objectifs d'aider chacun de nous à comprendre le fonctionnement des systèmes écologiques, à saisir notre propre relation à ces systèmes et à adopter des comportements civiques et responsables, ainsi que des modes de vie individuels et collectifs de nature à intégrer et réduire les impacts de nos activités sur les systèmes vivants* ».

- **de développement de l'offre de loisirs, d'itinéraires de promenade et de randonnée** :

. attirer et intéresser de nouveaux visiteurs,
. répondre aux besoins du public sur un site, aux demandes des associations de randonneurs,
. répondre aux attentes de la population en terme d'usage touristique et récréatif que peut avoir la nature : « les motivations environnementales apparaissent comme particulièrement récurrentes et profondes chez les randonneurs : 81% indiquent que cette pratique leur permet avant tout de découvrir des sites naturels et 75% privilégient la découverte de la faune et de la flore ».

- **de développement local** : dynamisation économique du site, du village. Contribuer à la promotion d'un produit local. Expression de l'identité d'un territoire. Mise en valeur du travail des institutions, des partenaires...

- **d'expérimentation, innovation** : recherche scientifique.

Des partenariats à articuler

L'accueil en site naturel relève de plusieurs disciplines et métiers : protection de l'environnement, tourisme, éducation à l'environnement, approche paysagère, développement local, communication... dont les outils propres (spécifiques) devront être mobilisés pour mettre en place l'évaluation globale du projet.

Une analyse anglaise des problématiques d'accueil sur les sites du patrimoine prévient que 3 grands types de métiers vus comme antinomiques se partagent les domaines de compétence dans la gestion ou l'exploitation d'une ressource, avec des moyens et des perspectives souvent mal ajustés, ce qui justifie l'incapacité à collaborer efficacement :

- le monde de **l'éducation** (enseignement, communication)
- le monde de **l'aménagement** (incluant la gestion patrimoniale du site)
- le monde du **tourisme** (les prestataires de l'accueil, commerçants).

Cette distorsion s'avère souvent présente dans l'équipe de gestion d'un site : les personnels engagés dans la protection de la nature, l'éducation auprès des scolaires et dans le développement économique ont en général des difficultés à collaborer autour d'un projet d'aménagement global.

Ce simple constat suffit à justifier la nécessité d'une approche pluridisciplinaire à tous les niveaux de la démarche de projet, avant, pendant, et après.

Vous devez enfin... définir les moyens de l'accueil : équipements, outils, services

Selon les ressources et les objectifs du projet, différents dispositifs conciliant accueil et sensibilisation du public pourront être mis en place. C'est souvent cela qu'il sera question d'évaluer (au nom de l'efficacité).

Sommaire 2

Introduction 3

Partie 1 - Ceci vous concerne !

Vous êtes impliqués dans l'accueil des sites	4
Réussir l'ouverture au public	4
Etablir l'état des ressources et des objectifs	6
Définir les moyens de l'accueil	7
Est-ce que ça marche ?	8
Je fais, donc je suis évalué	8
Qu'est-ce que l'évaluation ?	8
A quoi ça sert ?	9



A partir du moment où un outil a été voulu, on peut supposer en effet qu'on lui ait attribué au préalable une fonction à remplir : ce simple enchaînement permet d'évaluer le résultat atteint en une question simple :

«Est-ce que ça marche ?».

- équipements de sécurité et de confort : signalétique réglementaire (zone fragile protégée), panneaux directionnels - parking, sanitaires, bancs, tables...)
- cheminements balisés (ou non) pédestres, cyclistes, équestres, moyens de transports en adéquation avec l'esprit du lieu (barque, sentier dans les arbres...)
- points de vision (panorama), postes d'observation de la faune, placettes d'écoute
- équipements d'information et d'interprétation : kiosques, itinéraires de découverte avec brochure, dépliant ou moyen auditif - parcours ludique - muséographie de plein air, jardins...
- visites accompagnées (accueil de nombreux groupes, sites particulièrement fragiles) ; safari-photo ; rallyes nature, guides postés, démonstrations, événements...
- activités pédagogiques - animations pour les scolaires
- maison d'accueil, maison de site, centre d'information - Ecomusée (Relations entre l'homme et la nature à travers le temps et à travers l'espace du territoire concerné) - lieu d'exposition

Je fais, donc je suis évalué !

Qu'est-ce que l'évaluation et à quoi ça sert ?

L'évaluation, c'est un jugement

«Évaluer, c'est juger la valeur de quelque chose », comme le dit le Petit Robert. Il y a clairement dans toute démarche d'évaluation un élément déstabilisant qui peut faire peur. L'évaluation des personnes est pratiquée sous différentes formes par les entreprises privées, la fonction publique, mais ce qui occupe ici, c'est l'évaluation des projets, donc par définition, d'une responsabilité partagée.

Nous proposons donc une définition résolument conviviale, à la suite de Eric Monnier : « évaluer, c'est formuler un jugement que l'on espère le moins partial possible, que l'on espère le mieux informé possible, et donc le moins contestable possible ».

Il existe différents niveaux de jugement qui correspondent aux notions de :

- **pertinence** : les objectifs répondent-ils aux enjeux qui ont été mis en évidence ?
- **cohérence** : les moyens mis en œuvre sont-ils en cohérence avec les objectifs fixés ?
- **efficience** : les moyens mobilisés justifient-ils les réalisations et les résultats ?

Sommaire 2

Introduction 3

Partie 1 - Ceci vous concerne !

Vous êtes impliqués dans l'accueil des sites	4
Réussir l'ouverture au public	4
Etablir l'état des ressources et des objectifs	6
Définir les moyens de l'accueil	7
Est-ce que ça marche ?	8
Je fais, donc je suis évalué	8
Qu'est-ce que l'évaluation ?	8
A quoi ça sert ?	9

In « Evaluer pour évoluer », université d'été du CNRTER

In « Evaluation des chartes de PNR »



- **efficacité** : les résultats ou les réalisations sont-ils en adéquation avec ceux annoncés dans les objectifs initiaux ?

L'évaluation, c'est un moment privilégié, partagé

Trois moments privilégiés se présentent :

1. évaluation ex ante :

évaluation qui se déroule avant l'action. Le plus utile mais le plus difficile à réaliser.

2. évaluation intermédiaire ou mi-parcours ou chemin faisant :

bonne combinaison utilité/facilité.

3. évaluation ex post :

évaluation une fois que l'action a eu lieu. Plus facile à réaliser mais sans intérêt pour l'action qui a eu lieu.

Chaque évaluation est unique

Les experts sont unanimes : l'évaluation peut répondre à des questions que l'on a posées à un instant donné, dans un contexte précis, ce qui fait son intérêt en même temps que sa limite : « Chaque évaluation est unique »

Laurent Mermet affiche la différence entre l'évaluation et toute autre forme d'analyse : «L'évaluation se situe toujours dans un contexte spécifique et pratique. Ses résultats sont utilisables pour une prise de décision opérationnelle, dans le cadre de ce contexte spécifique».

Dans ce document, on s'attachera donc plutôt à définir une procédure-type, un processus évaluatif, qu'une méthode unique reproductible en l'état.

A quoi ça sert ?

Obligation morale ou réglementaire ?

La puissance publique a l'obligation de justifier l'usage qui a été fait de ses ressources juridiques, de ses ressources financières, humaines...

Il s'agit de rendre des comptes comme peut le faire un bilan d'activités, et dit plus simplement, de mettre « l'entreprise » publique dans les mêmes conditions de production que l'entreprise privée.

Décret du 22/01/90 : dispositif interministériel d'évaluation en France.

Certaines thématiques nationales ont fait l'objet d'une évaluation poussée : politique de l'emploi, lutte contre l'exclusion, politique de la ville, système éducatif, recherche scientifique, aide au développement, actions de modernisation administrative...

Le Comité Interministériel d'Evaluation à notamment été à l'origine de douze évaluations dont :

- *La protection des zones humides (1994),*
- *La politique de la montagne (1998).*
- *Evaluation de programmes : CPER, programmes européens*

Sommaire 2

Introduction 3

Partie 1 - Ceci vous concerne !

Vous êtes impliqués dans l'accueil des sites	4
Réussir l'ouverture au public	4
Etablir l'état des ressources et des objectifs	6
Définir les moyens de l'accueil	7
Est-ce que ça marche ?	8
Je fais, donc je suis évalué	8
Qu'est-ce que l'évaluation ?	8
A quoi ça sert ?	9



Voir exemples sur les 3 moments p 11
Jacques Plante, cité dans « L'évaluation, un enjeu
pour les territoires de projet »

Participer au processus de décision

«L'évaluation ne saurait être une fin en soi mais, au contraire, un outil d'aide à la décision que les acteurs locaux doivent s'approprier. C'est un jugement de valeur sur une action, dans une perspective de prise de décision».

Elle fournit des éléments permettant de décider de réaliser ou pas un projet, de le modifier pour l'adapter, le réorienter ou de l'arrêter.

Evaluer pour évoluer

Ce titre souvent repris est plus qu'un slogan, il signale que c'est « un jugement qui permet d'avancer, de se situer dans une démarche de progrès ».

L'évaluation permet de s'assurer que l'on va dans le sens de ses objectifs. Les résultats recueillis permettent de contrôler les impacts des opérations qui ont été réalisées et d'adapter la politique d'aménagement des sites et d'accueil du public. Pourtant, contre toute logique, « il n'est pas courant en France de mesurer le résultat de nos actions, ce qui est pourtant une étape indispensable pour progresser ».

Notion de feed-back, de dynamique de progrès, de processus en boucle. On parle parfois d'évaluation de «remédiation », qui permet de recadrer son projet en cours de réalisation (chemin faisant).

Produire de nouvelles connaissances

- Evaluation **récapitulative** ou formative : évaluation d'une hypothèse de travail, d'une démarche expérimentale pour l'adapter et la reproduire dans d'autres sites.

ou

- Evaluation **sommative** : par exemple, le degré d'appropriation d'une exposition (d'un message d'interprétation) par les visiteurs. Résultats qui pourront être utilisés pour la conception d'expositions futures.

L'enjeu essentiel de l'évaluation - à terme - est de permettre de qualifier et de quantifier les résultats attendus avant toute mise en œuvre du projet !

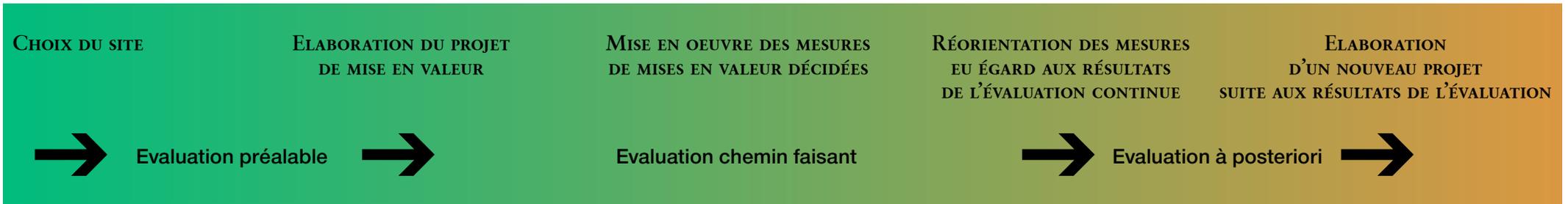
Sommaire 2

Introduction 3

Partie 1 - Ceci vous concerne !

Vous êtes impliqués dans l'accueil des sites	4
Réussir l'ouverture au public	4
Etablir l'état des ressources et des objectifs	6
Définir les moyens de l'accueil	7
Est-ce que ça marche ?	8
Je fais, donc je suis évalué	8
Qu'est-ce que l'évaluation ?	8
A quoi ça sert ?	9

Opération d'ouverture au public et de mise en valeur



Evaluation ex-ante

Objectifs

Participation à l'élaboration du projet à partir des objectifs propres au site, de ses ressources et des attentes du public.

Elaboration du plan de gestion, d'un schéma d'accueil et d'un plan d'interprétation

Méthodes

Détermination de la capacité d'accueil, connaissance des profils et attente des visiteurs, synthèse des potentiels d'interprétation

Outils

Diagnostic environnemental et patrimonial du plan de gestion, études touristiques générales ou sur d'autres sites

Remarques

Définition d'indicateurs de résultats, qualitatifs et quantitatifs, permettant de préparer les évaluations chemin faisant et à posteriori

Evaluation continue

PARTICIPATION AU PROCESSUS DE DÉCISION

Objectifs

Adaptation, amélioration du projet

Gestion des flux et protection de la ressource

Méthodes

Etude de fréquentation, observations in-situ

Outils

Dispositifs de suivis, observatoires

Remarques

Procédure légère, auto-évaluation

Evaluation ex-post

Objectifs

Bilan du projet (poursuite, recomposition totale ou arrêt)

Utilisation des résultats pour enrichir ou développer d'autres projets

Méthodes

Etude de fréquentation, observations in-situ

Outils

...

Remarques

...

Partie 2

Quel est votre problème ?

Vous avez :

- une ressource exceptionnelle
- une ressource mal connue
- des visiteurs perdus, insatisfaits
- ou pas de visiteurs !
- ou trop de visiteurs !
- une cohabitation difficile entre la faune et les visiteurs
- des usagers qui ne partagent pas les mêmes objectifs
- des moyens limités
- et peut-être tout cela en même temps !

Partie 2 - Quel est votre problème ?

Le marché de la nature en Europe	13
Quelques déclics en Europe ...	13
et pour les espaces naturels du Nord-Pas de Calais	14
Et maintenant dix ans après	20
Où en est-on ?	20

Le marché de la nature protégée en Europe...

Depuis 50 ans, les problématiques d'accueil dans les espaces naturels protégés en Europe et en France a donné lieu à des expériences de remédiation qui ont fait émerger des modèles... Quelques « déclics » historiques...

Parc national des dunes de Kennemer aux Pays-Bas

2300 hectares au cœur de zones très urbanisées, avec une forte fréquentation annuelle. Aménagements progressifs qui permettent d'être à la fois largement ouvert au public et relativement protégé sur certains secteurs.

Au départ en 1950 : gestion très restrictive entraînant une incompréhension du public et de nombreuses dégradations. Recours à des techniques en sciences sociales pour effectuer des enquêtes auprès des visiteurs, l'observation des comportements et des lieux spontanément fréquentés. Les résultats permettent de reformuler les interdictions afin qu'elles soient mieux comprises et de mettre en place un système de permissions compensatoires.

Des lieux de fixation équipés ont également été mis en place pour répondre aux attentes conscientes et inconscientes des visiteurs. Les études et observations ultérieures ont montré que 95% des visiteurs se concentraient dans les lieux qu'on leur avait aménagés soit sur 8,7% du territoire sans pour autant éprouver le sentiment d'avoir été guidés.

Les Pays-Bas a largement contribué - et continue - à adapter les méthodes américaines au contexte européen «habité».

Points de fixation : en terme d'aménagement, on les appelle «pots de miel», ou point d'attraction grand public permettant de limiter une diffusion dans l'espace

Aménagement des forêts parisiennes

Dans les années 60, face à l'urbanisation galopante, les forêts restent bientôt les seuls espaces naturels libres. Le gonflement de leur fréquentation pose des problèmes de gestion et exige l'élaboration d'une politique d'accueil. Les premières recherches permettent d'acquérir une meilleure connaissance de la fréquentation de la forêt, de son volume, de ses modalités, des facteurs intervenant dans sa détermination.

1965 : plan d'aménagement pour les équipements récréatifs de la forêt de Meudon suite à l'enquête de la SARES. Objectif : accueillir 2000 personnes aux heures de pointe et création de 3 types de zones :

- 1 parc public forestier intensément équipé
- 1 forêt promenade, zone ouverte, bien desservie en chemins, pistes, aires de stationnement
- 1 forêt de production

1970 : création de 4 parcs forestiers, un canton pilote, des chemins, des pistes, des pelouses, des parkings, des plans d'eau, et des placettes de régénération. Des estimations sont faites pour définir la capacité de fréquentation instantanée qu'un site peut supporter, tout en fournissant une qualité soutenue dans la prestation du service récréation. Elle serait de l'ordre de 50 à 60 personnes/ha pour une zone aménagée en parc forestier et 20 à 25 personnes pour une zone aménagée en forêt promenade.

La forêt de Fontainebleau est un site pilote pour la France.

Partie 2 - Quel est votre problème ?

Le marché de la nature en Europe	13
Quelques déclics en Europe ...	13
et pour les espaces naturels du Nord-Pas de Calais	14
Et maintenant dix ans après	20
Où en est-on ?	20



Réaménagement de la Dune du Pyla, en Gironde

Cette immense dune (plus de 100 mètres de hauteur) située aux portes de l'agglomération bordelaise, au sud du bassin d'Arcachon, face au banc d'Arguin, est un extraordinaire monument naturel drainant 1,5 millions de visiteurs par an : stationnement anarchique, prolifération de baraques foraines, richesses faunistiques et floristiques ni protégées, ni aménagées pour une découverte respectueuse de l'environnement, faute principalement d'une maîtrise foncière.

La politique des Grands sites donne les moyens de développer un projet de protection et de sensibilisation des visiteurs à l'écosystème.

Une démarche globale de réhabilitation, d'aménagement et de gestion du site est engagée comprenant des opérations de restauration écologique, d'amélioration de l'accueil touristique et de gestion globale.

La dune du Pyla est l'un des premiers paysages à avoir bénéficié du dispositif «Grand site» qui se fait sentir avec plus ou moins de bonheur sur la trentaine de territoires concernés en France. L'un de ces sites est situé dans la région du nord : le «Site des caps».

... et pour les espaces naturels de la région Nord/Pas de Calais

Quoi, pourquoi, comment, avec qui ?

Ce chapitre ne prétend pas résumer les actions de protection et d'accueil aux seules initiatives d'Espace naturel régional*, il essaie de montrer en quoi des missions nouvelles ont pu dynamiser un moment la connaissance et les réalisations en matière d'accueil avec d'autres partenaires régionaux, nationaux ou européens.

Cette période de transfert de savoir-faire en matière de gestion patrimoniale et en interprétation a promu le principe de l'évaluation comme moteur de progrès plus que comme moyen de contrôle.

Dans le domaine de l'accueil

Des déclics

Un atelier de formation mené avec l'aide d'un québécois en 1989, une série informelle de recherches-actions, ont fait comprendre aux guides-natures l'intérêt du feed-back (en visite guidée) et de la programmation d'activités avec les enfants. Il venait encadrer des actions en cours et des politiques volontaristes basés sur des partenariats : création de nouveaux sites protégés, programmes de sorties scolaires sponsorisés, donc un véritable marché en perspective.

Le programme «Objectif-nature»

Depuis de nombreuses années, Objectif nature permet aux enfants et à leurs enseignants de mieux connaître les milieux naturels les plus riches et variés des territoires de Parcs naturels régionaux Avesnois, Scarpe-Esacut et Plaines de l'Escaut. Il s'agit d'une approche ludique et en complète relation avec les programmes scolaires de donner aux classes les « Clés de la Nature ». 56 sont

Ce sous-titre réfère aux méthodologies des plans de gestion et des plans d'interprétation adaptés par ENR en 90/91

Atelier de Oye-plage, qui a donné lieu au cahier technique « La démarche de l'interprétation du patrimoine »
www.enr-lille.com

Traduits en chiffres, les résultats sont étonnants : de 1 000 visiteurs en moyenne sur 7 ans à 10 000 visiteurs en 1993, avec 10 produits différents contre 2 au départ

Partie 2 - Quel est votre problème ?

Le marché de la nature en Europe	13
Quelques déclics en Europe ...	13
et pour les espaces naturels du Nord-Pas de Calais	14
Et maintenant dix ans après	20
Où en est-on ?	20





On en trouvera un assemblage en annexe

Voir résumé des typologies en annexe

Partie 2 - Quel est votre problème ?

Le marché de la nature en Europe	13
Quelques déclics en Europe ...	13
et pour les espaces naturels du Nord-Pas de Calais	14
Et maintenant dix ans après	20
Où en est-on ?	20

proposés en 2003 afin de répondre aux attentes des classes de la maternelle jusqu'au CM2 et c'est un vrai « programme d'économie locale et sociale » solidaire et durable, entièrement gratuit pour les classes. Objectif nature permet depuis 1987 de conforter l'intégration des publics en difficulté d'apprentissage (6ème Segpa et IME). Cette opération permet également de conforter la professionnalisation et la créativité des animateurs nature.

L'animation sur le littoral

De 1991 à 1993, les animateurs ont décidé de mesurer les rétroactions sur les visites guidées sur le littoral.

L'objectif principal (celui de la puissance publique) était d'abord d'ordre quantitatif : amener plus de monde à comprendre l'intérêt de la protection des sites naturels ; puis qualitatif (celui du gestionnaire) : donner à des publics différents les vecteurs de communication les plus adaptés, ce qui supposait une prospective et une connaissance des attentes alors peu répandue...

Remarque importante : les animateurs eux-mêmes étaient les pivots des « feed-back ». Il fallait donc les choisir pour leur capacité à communiquer plus que sur leurs connaissances. En cela déjà, le projet était innovant.

La méthode était simple : à la fin de chaque visite, les participants étaient invités à remplir un questionnaire « auto-administré », lequel était immédiatement exploité pour améliorer les performances du lendemain. Comme ce programme portait sur 3 ans, la dynamique s'est faite ainsi :

- meilleure réponse aux attentes de connaissance
- meilleure réponse aux conditions de communication (inverser un parcours, commencer plus tard après les chaleurs...)
- proposer de nouvelles offres : en particulier les promenades crépusculaires, complètement inconnues à l'époque, ateliers nature, etc
- programmer différemment pour les années prochaines
- recentrer les formations, améliorer les techniques et les moyens d'interprétation...

Cette phase a permis d'élaborer un document-cadre pour planifier les aménagements et les animations sur les sites en fonction des contraintes, des publics, de potentiels. Ce schéma prospectif avait d'ailleurs largement mis à profit les feed-backs des animations pour permettre d'élaborer des définitions typologiques des visiteurs.

Évaluer l'offre d'accueil

Il s'agissait de mesurer les résultats des aménagements pour l'accueil du public et de considérer l'offre dans la globalité d'un aménagement : éléments de confort, apprentissages, évolution de la demande sociale, adéquation de l'accessibilité, autant de questions posées ou non posées qui déterminent le succès d'un projet d'accueil. A ce stade, le champ de l'activité touristique et des retombées locales n'était pas encore envisagé.

Quelques étapes :

1993 : élaboration d'une typologie de la clientèle : elle a servi par la suite de point de repère permanente à l'analyse des demandes. Ainsi le « montreur » s'est confirmé comme un important profil en espaces de proximité, et l'importance des usages parasites a été révélée. De plus, l'approche par profil permettait d'aborder de passer, par le biais de la motivation à des considérations sociales et de consommation touristique.

1994 : évaluation de l'interprétation : sur 3 sites différents, une enquête en face-à-face devait comparer les performances d'outils choisis, la notoriété, l'image... Avec l'aide d'étudiants de maîtrise en géographie, suivi par J.M. Dewailly.

L'opération l'œuf et la poule

- 1996 : cette opération venait en toute logique conforter et dynamiser une idée forte liée aux missions institutionnelles de protection dans la région Nord - Pas de Calais : « *A partir de quand le visiteur devient un allié objectif de la protection ? Quelle peut être sa part d'implication ?* ». On le voit, il ne s'agissait pas alors de ramener la consommation des sites à une donnée touristique, mais à poursuivre l'effort de valorisation et d'éducation.

Dans cette optique, il s'agissait de déterminer les partenariats et un langage commun entre les opérateurs de différentes disciplines, le CRT étant le principal partenaire dans le domaine du tourisme.

Objectifs :

- favoriser une dynamique de protection des espaces avec les partenaires du développement
- mieux argumenter les choix d'aménagements
- fonder une meilleure connaissance des publics et des problématiques de fréquentation
- permettre de planifier la mise en valeur du patrimoine
- créer une méthodologie adaptable sur tout site

Résultats :

Tant au niveau de l'implication des personnels qu'au niveau de la connaissance des usagers, les acquis sont très importants. Le bout de chemin parcouru avec l'observatoire du CRT a porté ses fruits, et surtout, un comité de pilotage régional s'est emparé de la réflexion globale sur l'aménagement du territoire.

En guise de conclusion, à cet effort d'ENR pour jouer un rôle actif dans le partenariat régional, il convient de citer in extenso le texte rédigé en début 1997 sur son rôle à venir :

« Les rôles ont évolué depuis 10 ans : si ENR a été très présent dans la gestion, l'ouverture puis l'accueil et l'interprétation sur les sites naturels, d'autres acteurs sont apparus ; par ailleurs, les PNR offrent une approche patrimoniale et culturelle du territoire qui dépasse l'aspect naturaliste.

Dans cette région très peuplée et traversée, et disposant de peu d'espaces libres, la notion d'accueil pose des problèmes particuliers, par exemple celui de l'adéquation entre la gestion des publics et la gestion de l'espace. Il y est quasiment impossible moralement de fermer un espace public. Les

Source : réunion du comité de pilotage « Accueil du public » du 18 février 1997

Partie 2 - Quel est votre problème ?

Le marché de la nature en Europe	13
Quelques déclics en Europe ...	13
et pour les espaces naturels du Nord-Pas de Calais	14
Et maintenant dix ans après	20
Où en est-on ?	20



nouveaux moyens de l'accueil passeront par un ensemble de pratiques cohérentes, dont certaines confieront aux visiteurs mêmes leur part de responsabilité.

Cela dépasse a priori de loin la fonction touristique, mais d'un autre côté constitue un tremplin susceptible de donner une impulsion à des projets d'un autre type sur d'autres plans (action culturelle, démocratie locale, reconversion).

C'est dans le domaine de l'aménagement, de la gestion et de l'animation du territoire en général que les nouveaux chantiers nous attendent.

A ces considérations sur les compétences s'en ajoute une autre plus paradoxale : la crise nous oblige à une meilleure économie de l'argent, des moyens et à une planification à une échelle qui sera nécessairement territoriale».

Quelques exemples :

1/ site d'Amaury

La population majoritaire qui fréquente le site est jeune (moins de 35 ans), habite à proximité et se déplace librement à l'intérieur du « domaine », de préférence en deux roues (50%). Le site est perçu comme un lieu de loisirs plutôt que comme un espace naturel protégé. La dimension écologique est masquée aux yeux des visiteurs par la saleté et le manque d'entretien. Le calme, la nature et la verdure sont les qualificatifs les plus souvent cités pour définir le site. Critiques et suggestions tournent autour du manque de poubelles, du manque d'animations et d'équipements de confort (WC, restauration...).

2/ site de Sabatier

Les études de fréquentation ont permis la mise en relief de dysfonctionnement importants :

- la maison de la forêt est très faiblement fréquentée (manque de contenu, d'interactivité) et une part minime des visiteurs (5%) se rendent sur le haut du terri
- absence de connexions entre l'offre et la demande en matière de circuits balisés, d'informations, de sorties guidées
- sentiment d'insécurité sur le site, réglementation peu appliquée

La nature, le calme et la détente sont les qualificatifs les plus courants pour définir le site. Ce sont les familles qui s'approprient le plus volontiers le site, à pied ou à vélo, voire à cheval. Les critiques les plus notables vont en direction du manque d'éléments de confort, tables et bancs notamment.

3/ base de loisirs de Rieulay

Elle attire une population jeune, très locale et les visiteurs y viennent très régulièrement (53% de 1 à 7 fois par semaine). Elle est considérée comme un lieu de loisirs et de vacances par défaut.

Les visiteurs reprochent l'absence d'animations organisées et le manque de surveillance en général (vigile, surveillant de baignade). Avec la mise en place de nouvelles activités, ce sont les principales suggestions. Quant à la proximité du terri, c'est l'élément le moins apprécié.

Partie 2 - Quel est votre problème ?

Le marché de la nature en Europe	13
Quelques déclics en Europe ...	13
et pour les espaces naturels du Nord-Pas de Calais	14
Et maintenant dix ans après	20
Où en est-on ?	20





4/ le Platier d'Oye

Des 3 sortes d'entrée sur le site, une seule est identifiée comme étant le véritable accès à la réserve naturelle du Platier d'Oye et empruntée par une clientèle de découvreurs (ornithologues, amateurs nature,...), utilisatrice des offres de service mises en place. Les 2 autres entrées sont des accès directs à la plage et servent essentiellement à cet effet.

Les observations ont mis le doigt sur des défaillances du balisage et d'accessibilité à certains endroits du site (perte de repères, ensablement, etc.). Au cœur de la réserve, particulièrement propre et calme, respect de la réglementation : beaucoup de chiens viennent promener leur maître (9%) en laisse !

5/ la Baie de Canche

L'élément le plus remarquable est la très faible fréquentation du site, en partie due au manque de signalisation routière : les comptages parking réalisés à chaque heure font état d'un maximum de 22 voitures à 16h00 le 15 août (journée ensoleillée).

La réserve de la Baie de Canche apparaît divisée en deux : une partie haute et une partie basse ; le passage des visiteurs de l'une à l'autre n'existant pas. La « boucle » de la Butte aux signaux est en fait utilisée comme un aller-retour au belvédère.

La partie basse vit un conflit d'usages entre les personnes utilisant la réserve comme voie d'accès à la plage et le plus souvent non respectueuses du site, et d'autre part les amateurs de nature.

6/ le Blanc-Nez

Non seulement les différents moyens déployés en 96 ont permis de mieux comprendre les phénomènes d'appropriation des sites naturels en général, mais ils ont fait aussi émerger les solutions possibles pour une protection du site. La saturation des parkings et du bruit résultant des véhicules et des vendeurs ambulants favorise un syndrome de place urbaine. L'absence d'informations, de sensibilisation et d'offres clairement identifiées en matière de balisage entraîne l'éparpillement du public, accélérant les processus de dégradation et d'érosion. Les personnes interrogées ont une connaissance très faible du musée du Transmanche (36% seulement le connaissent, 10% le situent mal et 5% y sont allées). On peut distinguer deux types de clientèles, ceux qui viennent avec un objectif précis (aéromodélisme, observation, photo...) et les personnes pour qui le Blanc-Nez est une étape obligée du littoral.

7/ le Mont des Cats et le Mont Noir (côté français)

Les monts attirent essentiellement une population très locale (villages avoisinants) ou les habitants de la métropole lilloise (près de 60% en cumul). L'influence de la météo est un facteur déterminant dans la décision de visite. Des phénomènes spécifiques de comportement sont apparus : le « camping de jour » (activités dominicales en familles avec accessoires) et l'attractivité exclusive des monts (Cassel, Noir, des Cats). L'ouverture du centre d'accueil du Mont des Cats en 96 est sans doute à l'origine de l'allongement du temps de visite du promeneur (durée moyenne 1h à 1h30), alors qu'en 94, ce temps de visite était estimé à environ 30 minutes.

Partie 2 - Quel est votre problème ?

Le marché de la nature en Europe	13
Quelques déclics en Europe ...	13
et pour les espaces naturels du Nord-Pas de Calais	14
Et maintenant dix ans après	20
Où en est-on ?	20

Les visiteurs du Mont Noir français (interrogés en site naturel) ne sont guère intéressés par le commerce frontalier. Les critiques les plus vivantes sur les 2 monts vont à l'encontre des véhicules et de la circulation.

Quant aux suggestions, la clientèle réclame d'être davantage informée sur le Mont Noir et de conserver le caractère du Mont des Cats (préservation du site, limitation des flux).

8/ le Pays de Cassel

Habitants, prestataires et visiteurs se sont exprimés face à la caméra sous forme d'entretien qualificatif.

Le pays de Cassel réputé riche en patrimoine n'est pas mis en valeur. Les constats témoignent d'un cercle vicieux : manque d'investissements, de dynamique locale, temps de visite très court (faute d'attractions), peu de retombées économiques...

D'autres problèmes sont cités tels que ceux de la circulation des poids lourds et des vélos et du manque d'activité (loisir et disparition des commerces) pour la population.

Les idées et les atouts ne manquent pas mais il faut les organiser : les vélos sous toutes ses formes, présentation vivante du patrimoine (artisanat et spectacles), fouilles archéologiques...

En dépit des moyens engagés et de la mobilisation, et surtout du contexte de ces études (promotion de la planification et surtout clarification des objectifs partagés) le retentissement de cette opération n'a pas atteint le niveau escompté. Le résultat requis a posteriori de la plupart des élus était le fameux «combien de visiteurs ?» alors même que cette question ne figurait pas dans les protocoles !

Il est important de rappeler que l'un des résultats attendus de l'opération était de créer une méthodologie adaptable.

Les enseignements des différentes opérations sur 6 ans ont prouvé que si les éléments de la méthode étaient respectés, si il n'y avait pas rupture avec les démarches antérieures, que le champ d'évaluation ne changeait pas, tous les résultats obtenus contribuaient à atteindre les objectifs fixés.

Quelques tentatives de démarche :

ISO, démarche qualité

Quelle démarche qualité pour la gestion des espaces naturels ?

Quelle démarche de progrès pour les gestionnaires ?

Des réflexions ont été engagées en 1997 à titre expérimental entre Espace naturel régional et le Conseil scientifique de l'environnement Nord-Pas de Calais sur l'adaptation d'une démarche «ISO» pour une gestion contractuelle et consensuelle des milieux naturels. En 1998, ce sont les acteurs et gestionnaires français et européens qui ont été invités à se rencontrer afin de poursuivre ces réflexions.



Partie 2 - Quel est votre problème ?

Le marché de la nature en Europe	13
Quelques déclics en Europe ...	13
et pour les espaces naturels du Nord-Pas de Calais	14
Et maintenant dix ans après	20
Où en est-on ?	20

Actes du colloque «Quelles démarches qualité pour la gestion des espaces naturels ? Quelle démarche de progrès pour les gestionnaires ? 1998

Et maintenant, 10 ans après ?

Où en est-on ?

Entretien réalisés au printemps 2002

Afin de dégager des pistes d'action sur l'évaluation relative à la mise en valeur des sites, avec en arrière-plan une perspective d'assise méthodologique, nous avons sélectionné une douzaine de personnes ayant participé de près à un aspect de l'utilisation des sites naturels (responsables d'équipements d'accueil, négociateurs, chargés de mission patrimoine naturel ou culturel, éducateurs...).

Sur la manière de planifier un projet...

Les responsables de terrain imposent souvent leur style : « négociateur, animateur » sont les deux grands types. Les profils de stratèges et de producteurs sont minoritaires (ils sont du ressort des intervenants extérieurs), alors qu'apparaît le profil de « mesureur » (le Sigiste)...

Ils se déclarent d'abord à l'écoute, mais de qui ? des propriétaires et gestionnaires de l'espace, des associations, bref des acteurs de l'environnement, à moindre titre des relais d'opinion, encore moins des publics.

Le « Plan de gestion des réserves » prend une place importante dans le suivi de projet qui s'adapte à toutes les sortes de sites et qui fait l'objet de rapports annuels et de comité de suivi.

Il ne faut pas sous-estimer la motivation personnelle des responsables : elle intervient pour beaucoup dans la manière de proposer des partenariats de monter des opérations innovantes, voire de recevoir des retours positifs des publics... C'est d'ailleurs cette attitude qui s'avère la plus constructive au sujet de l'évaluation : le feed-back direct demeure la forme d'évaluation la plus facile à mettre au point.

Sur le types d'offres...

La protection des sites reste l'enjeu prioritaire, pour lequel toutes les forces sont mobilisées. En terme de communication, cela est traduit par une priorité donnée aux publics tels que les propriétaires, habitants, chasseurs, agriculteurs...

Communication locale donc : articles dans les journaux locaux, évènements, réunions, travail avec les écoles (des villes portes en particulier), les entreprises d'insertion, avec les associations de défense, par exemple sous la forme d'action écocitoyennes (protection des écosystèmes pour grenouilles ou chauve-souris)

Les types de projets recensés peuvent se classer en 2 catégories :

- **communication sur la valeur environnementale**, la protection, en général, qui se manifeste de manière multiple et difficilement prévisible. Leur suivi et leur impact est difficile.
- **communication « in situ »** : il s'agit à proprement parler de l'offre touristique qui, au-delà du vocabulaire, doit être comprise comme « les moyens destinés à faire comprendre et apprécier l'intérêt d'un site » : sentiers, équipements, informations, confort, centre d'accueil, évènements...

Partie 2 - Quel est votre problème ?

Le marché de la nature en Europe	13
Quelques déclics en Europe ...	13
et pour les espaces naturels du Nord-Pas de Calais	14
Et maintenant dix ans après	20
Où en est-on ?	20



Sur les procédures d'évaluation engagées...

Pendant longtemps, on s'est contenté de faire des comparatifs, on a apprécié entre pairs la qualité des efforts fournis. Heureusement, ce cap a été franchi. Il s'agit maintenant de savoir « si ça marche » auprès des publics visés.

Les outils de type « questionnaire » en face à face sont reconnus les plus employés, avec cependant des difficultés de mise en œuvre et un désir quasiment universel de connaître une méthode unique, courte et simple permettant de qualifier l'origine, la motivation, le déclencheur de visite, la satisfaction, les attentes, bref, les profils...

En revanche, la quantité de visiteurs n'intéresse pas beaucoup, sauf sur les sites Caps où elle déclenche l'entrée dans un registre d'exploitation commerciale des flux de visiteurs.

Sur ce site, deux questions sur la vocation récréative ont trouvé des réponses à l'issue des enquêtes de fréquentation : quel(s) public(s) et quel(s) usage(s) ?

Rappelons que c'est cependant le nombre de visiteurs qui est le plus souvent réclamé par les élus.

On a plusieurs fois cité un instrument de mesure informel qui semble propre aux structures d'animation territoriales : ce que l'on peut appeler « la mesure de l'évolution des conflits d'usage ».

Sur les impacts...

Curieusement, peu de moyens sont apportés pour mesurer les impacts des visiteurs et usagers sur les sites. Peut-être parce que de nombreux sites sont clôturés ? Ou parce que la canalisation, la zonation, sont bien organisées dans cette région ?

Mis à part le Romelaere, où ce problème semble résolu, les PNR n'accordent pas à cet aspect l'importance que d'autres propriétaires ou gestionnaires (Eden 62, Conservatoire du littoral, ONF) lui confèrent.

La notion de « capacité de charge » est jugée obscure, en dépit des efforts de l'ATEN pour en expliquer la portée. Elle n'est pas citée à l'ordre du jour.

En revanche, des habitudes ont été prises de recenser -avec la durée- l'état et l'évolution de certains indicateurs, pas forcément officiels. On ne voit pas bien l'utilité des écompteurs.

Sur les progrès envisagés en matière d'évaluation...

- des outils simples : universels, rapides, en fonction d'une cible identifiée au préalable (marcheurs, mais pas seulement)
- impact sur le site : il faudra bien s'y mettre, mais comment ?
- sur les progrès : il faut conserver la mémoire des actions entreprises et cerner la vision de la nature dans la région : une étude de marché ?
- sur les procédures : pourquoi ne pas consacrer 10% des projets pour évaluer ?

Partie 2 - Quel est votre problème ?

Le marché de la nature en Europe	13
Quelques déclics en Europe ...	13
et pour les espaces naturels du Nord-Pas de Calais	14
Et maintenant dix ans après	20
Où en est-on ?	20

Partie 3

L'accueil et la mise en valeur des sites naturels sensibles,
...est-ce que ça marche ?

Pour le savoir,

A vos marques...

- pour savoir ce que vous voulez
- pour savoir ce que veulent vos partenaires
- pour poser les bonnes questions aujourd'hui
- pour situer votre évaluation dans un cadre général

Prêts ?

- pour choisir vos outils
- pour diffuser l'information recueillie
- pour en faire le meilleur usage...

Partie 3 - L'accueil et la mise en valeur des sites naturels sensibles, ... est-ce que ça marche ?

Sélectionner les questions d'abord !	23
Puis définir sa démarche et ses outils	26
Quelques principes de base	26
De la priorité à l'offre à la priorité de la demande	29
Différentes possibilités de maîtrise et de gestion des flux pour optimiser l'accueil	30
Vous voulez faire une étude d'évaluation ?	31

Sélectionner les questions d'abord !

Par sa nature même, l'évaluation portant sur les espaces naturels protégés se révèle complexe. Comme le soulignait Richez, « les conséquences de l'utilisation touristique sur les milieux naturels à protéger sont multiples et mal connues. Leur approche relève d'études et d'analyses pluridisciplinaires où devraient collaborer, malgré les barrières de langage, leurs différences scientifiques, de méthodes, d'outils et de finalités, des chercheurs en sciences du vivant, en sciences sociales et en sciences économiques et juridiques ».

Les champs de l'évaluation qui nous concernent sont du ressort de l'accueil, dans le contexte global de la gestion des espaces protégés. Toute la difficulté de l'exercice consiste à rester dans le champ de l'éthique de protection avec une approche « produit ».

Il doit cependant être tenté pour que les partenaires réunis autour d'un projet de valorisation parlent le même langage et que les réponses aux questions sélectionnées puissent être utilisables par tous. Elles nous semblent être de 3 niveaux :

1. niveau institutionnel
2. niveau social
3. niveau économique

De ce point de vue, il faut accueillir avec beaucoup d'intérêt les efforts des méthodes d'évaluation des programmes de tourisme durable pour venir à point nommé clarifier les discours et les pratiques

Questions de niveau 1 : sur des projets spécifiques intégrés à des programmes

Question : sur la cohérence avec les orientations du projet de territoire

Elles sont l'objet de la méthode d'évaluation sur la mise en œuvre du projet de territoire développée par ENR et la Fédération des parcs naturels régionaux.

Question : sur les objectifs propres au projet

Quelle est la nature et les attentes de chacun des partenaires associés au projet (collectivités locales, propriétaires du site, gestionnaire, initiateur du projet...) ? Sont-ils satisfaits de la réalisation par rapport à leurs différentes attentes ?

Ces questions impliquent la globalité de l'évaluation, la compréhension partagée des enjeux et la diversité de culture entre les partenaires du projet.

Questions de niveau 2 : sur la demande sociale et l'accueil

Question : sur les représentations de nature

Elles sont du ressort d'études et de recherches générales, au niveau supra local : prospective, étude de marché...

Question : sur la satisfaction

« La réussite d'un projet touristique passe par sa capacité à séduire la clientèle. (AFIT)
« Il serait illusoire de vouloir protéger durablement des espaces naturels aussi fréquentés, aussi convoités, sans se soucier de l'opinion de nos concitoyens, sans connaître leurs aspirations et leurs comportements. Mieux, le Conservatoire à la certitude que la protection durable des espaces naturels

Partie 3 - L'accueil et la mise en valeur des sites naturels sensibles, ... est-ce que ça marche ?

Sélectionner les questions d'abord !	23
Puis définir sa démarche et ses outils	26
Quelques principes de base	26
De la priorité à l'offre à la priorité de la demande	29
Différentes possibilités de maîtrise et de gestion des flux pour optimiser l'accueil	30
Vous voulez faire une étude d'évaluation ?	31



Partie 3 - L'accueil et la mise en valeur des sites naturels sensibles, ... est-ce que ça marche ?

Sélectionner les questions d'abord !	23
Puis définir sa démarche et ses outils	26
Quelques principes de base	26
De la priorité à l'offre à la priorité de la demande	29
Différentes possibilités de maîtrise et de gestion des flux pour optimiser l'accueil	30
Vous voulez faire une étude d'évaluation ?	31

doit s'appuyer sur l'adhésion du public, sur son enthousiasme, sur sa capacité de mobilisation ».

La satisfaction des visiteurs mesure la qualité de l'offre / demande des visiteurs : plaisir pris à utiliser circuits et équipements proposés, intérêt apporté aux informations, aux activités mises en place.

Question : sur la préservation –ou non- de la ressource

La ressource signe la valeur du « fonds de commerce ».

Elle donne lieu à un suivi : diagnostics écologiques et suivis scientifiques, réseau d'information et de surveillance de l'état de l'environnement par des bio-indicateurs...

Conséquences de l'ouverture du site au public, une dégradation possible de la ressource :

- dégradation de l'environnement naturel : capacité de charge dépassée
- altération de l'ambiance naturelle
- dénaturation du paysage : éléments d'aménagements choquants par leur architecture, leur impact visuel.

Question : sur les apprentissages et la découverte de la nature

Ils se mesurent à l'aune de messages entraînant une plus grande sensibilisation à la place de l'homme dans l'environnement et aux conséquences de ses actes. Importance tant pour les visiteurs que la population locale.

Tout produit, équipement ou service d'interprétation doit se fixer des objectifs mesurables, tant en terme de comportement que d'apprentissage.

Questions de niveau 3 : sur l'impact socio-économique

Question : impact sur la vie locale

- accueil des visiteurs : perte de tranquillité dans le village donc dégradation de la qualité de vie
- création d'une dynamique collective débouchant sur un projet de territoire global et le développement de partenariats continus entre institutions et acteurs locaux
- valorisation identitaire, fierté, notoriété
- animations spécifiques pour les habitants, toute l'année (sorties guidées, ateliers pour les enfants, équipements utilisés pour des manifestations locales...)

Question : impact économique

La gestion touristique des sites naturels a un coût interne que l'on pourrait en théorie décomposer ainsi :

- des charges directement liées à la fréquentation touristique dont : l'entretien et l'exploitation des dispositifs physiques d'accueil du public (parking, commodités, signalétique, bâtiment d'accueil), la surveillance et la sécurité, l'information du public et l'animation, les interventions curatives ou préventives de l'impact de la fréquentation
- des charges d'entretien et de gestion du milieu naturel : le suivi écologique et paysager (monitoring, observation, suivi scientifique), la gestion paysagère et l'enrichissement des milieux naturels et écosystèmes

- des frais généraux relatifs à la vie de l'organisme qui gère le site : administration, concertation locale, rapports...

La fréquentation touristique d'un site naturel est également à l'origine de **recettes financières** :

- participation indirecte via l'impôt (mais principe de non affectation des ressources)
- participation directe du visiteur sur le site : droit d'accès, achat à la structure de gestion de biens (souvenirs...) ou de services (parking, visites, repas...)
- participation directe des entreprises touristiques à l'entretien des sites naturels (pratique peu répandue)

La capacité de l'activité touristique à contribuer financièrement ou en nature à la gestion et à la préservation des sites naturels peut donc être évaluée ainsi.

Une autre approche des **retombées économiques** de ce type de projet est présentée dans la littérature spécialisée : il est en effet également possible d'évaluer les retombées économiques de la fréquentation touristique d'un site naturel en terme de développement local :

- retombées économiques directes : valeur ajoutée produite par les équipements du site, création ou maintien d'emplois, recettes fiscales pour la collectivité
- retombées économiques indirectes : celles dont bénéficient les activités dépendant directement de l'exploitation du site (BTP, entretien, transport du personnel, services...)
- retombées économiques induites liées à la création d'un flux touristique spécifique et perceptibles sur une aire géographique plus ou moins vaste : consommation dans les commerces et chez les artisans des villages environnants (conséquences financières mais aussi en terme d'évolution de la stratégie commerciale), utilisation des structures d'hébergement et de restauration, utilisation de services privés ou publics par les visiteurs...

Il faut mettre en parallèle les coûts induits pour la société et les collectivités locales concernées par la création d'un flux touristique autour de l'espace naturel concerné. Par exemple : aménagement des voies d'accès (coût de l'ajustement des infrastructures pour faire face à la circulation), service de ramassage des ordures, d'épuration des eaux usées...

*Sites Naturels
Contribution du tourisme à leur gestion et à leur*

Partie 3 - L'accueil et la mise en valeur des sites naturels sensibles, ... est-ce que ça marche ?

Sélectionner les questions d'abord !	23
Puis définir sa démarche et ses outils	26
Quelques principes de base	26
De la priorité à l'offre à la priorité de la demande	29
Différentes possibilités de maîtrise et de gestion des flux pour optimiser l'accueil	30
Vous voulez faire une étude d'évaluation ?	31

Puis définir sa démarche et ses outils

Par rapport aux simples « impressions » ressenties, qui sont le début de toute démarche d'évaluation, les opérations plus formalisées ne sont pas à concevoir « comme une rupture, mais comme une culture, c'est-à-dire à leur approfondissement réfléchi et systématique ».

Regarder, écouter, comparer, s'appuyer sur le bon sens... sont le début et les préliminaires indispensables à ce processus. Les principes qui suivent en découlent naturellement.

Quelques principes de base

Favoriser la rétroaction

Mettre un pas devant l'autre devrait constituer le premier principe de toute démarche d'évaluation.

A ce titre, le principe de rétroaction doit être considéré comme un fil rouge dans toute forme d'évaluation « ex post » ou « chemin faisant ». Il s'agit en effet de corriger le tir sur une opération que des indicateurs désignent comme imparfaite.

Situer l'opération dans un projet par objectifs

Ce principe impose d'avoir défini cet enchaînement très clairement dès l'origine de l'opération. Ceci oblige à produire un document de référence de type contractuel ou stratégique (Plan de gestion ou d'interprétation...).

On trouvera plus loin un modèle théorique qui permet de justifier la place d'un programme ou d'une opération dans un projet.

Etre suffisamment renseigné sur les différents chaînons du projet

- buts et objectifs
- clientèles-cibles
- moyens choisis
- méthodes d'évaluation

Définir des indicateurs de résultat dès la phase d'élaboration du projet

Pour pouvoir évaluer, il faut connaître la situation de référence, le contexte initial, le point de départ dans le temps et dans l'espace. D'où nécessité de définir dès l'origine des indicateurs chiffrés (état zéro) même si les résultats ne sont ensuite pas obligatoirement diffusés.

Les indicateurs doivent être choisis pour :

- la faisabilité de l'indicateur. Il doit être défini de façon précise et opérationnelle. Prévoir d'où viendra la donnée ou un budget pour la produire. Les données difficiles à obtenir sont exclues.

- renseignement de l'indicateur. A chaque indicateur doit être associé un protocole réaliste et opérationnel. Source ? Personne à contacter ?

Qui est chargé de l'actualisation ?

- représentativité. Chaque indicateur doit illustrer au mieux les impacts qu'il cherche à mesurer.

Partie 3 - L'accueil et la mise en valeur des sites naturels sensibles, ... est-ce que ça marche ?

Sélectionner les questions d'abord !	23
Puis définir sa démarche et ses outils	26
Quelques principes de base	26
De la priorité à l'offre à la priorité de la demande	29
Différentes possibilités de maîtrise et de gestion des flux pour optimiser l'accueil	30
Vous voulez faire une étude d'évaluation ?	31

Cf Schéma
Evaluation continue

Au-delà des questions, le partenariat

Cela veut dire... la constitution d'un groupe de suivi de l'évaluation rassemblant les différents partenaires de l'opération.

L'évaluation environnementale doit être considérée non pas comme un processus qui permet d'apporter des réponses à des acteurs en quête de certitudes à se poser des questions. Ainsi, l'utilité de l'évaluation va dépendre des conditions d'appropriation de ses conclusions.

Réfléchir à la mise en place d'une validation, à la fois scientifique et institutionnelle, de l'évaluation de la gestion.

Priorité aux questions posées

Cela veut dire... que l'on fera le choix de techniques (méthodes et outils) en fonction des questions qui se posent et non pas le contraire :

Quel est le commanditaire, quel est son questionnement ? En fonction de cette demande, la méthode, le travail d'évaluation va être orienté.

Quels sont les objectifs de l'évaluation ? Qu'est-ce que l'on a besoin de savoir ?

En fonction des objectifs, poursuivis par l'évaluation, différentes méthodes sont envisageables. Il n'y a pas de méthode unique, universelle. « Rien n'est reproductible, rien ne peut être fait de manière standardisée ».

Toutefois, en toute occasion, il convient de situer son évaluation dans un cadre existant.

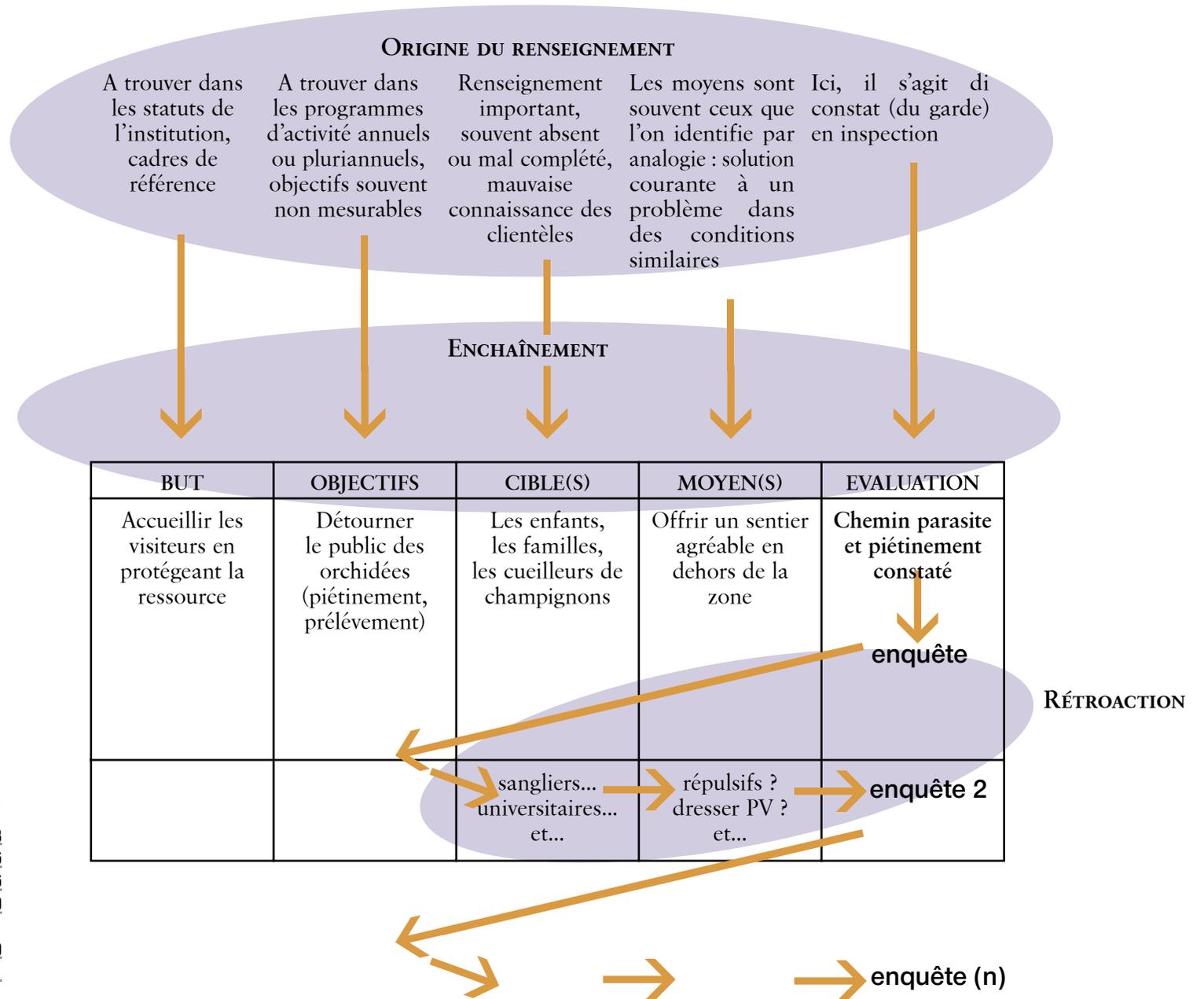
Enfin, priorité à la durée...

La plupart des initiatives ne vont pas très loin. Il y aurait un changement significatif dans les résultats si le travail d'évaluation faisait partie intégrante de la charge de travail et des contrats. Or, du personnel et des procédures simplifiées peuvent être envisagées à certaines conditions.

Partie 3 - L'accueil et la mise en valeur des sites naturels sensibles, ... est-ce que ça marche ?

Sélectionner les questions d'abord !	23
Puis définir sa démarche et ses outils	26
Quelques principes de base	26
De la priorité à l'offre à la priorité de la demande	29
Différentes possibilités de maîtrise et de gestion des flux pour optimiser l'accueil	30
Vous voulez faire une étude d'évaluation ?	31

Un exemple d'évaluation sur un objectif non atteint : «Piétinement en dehors du sentier sur une aire à orchidées»



Partie 3 - L'accueil et la mise en valeur des sites naturels sensibles, ... est-ce que ça marche ?

Sélectionner les questions d'abord !	23
Puis définir sa démarche et ses outils	26
Quelques principes de base	26
De la priorité à l'offre à la priorité de la demande	29
Différentes possibilités de maîtrise et de gestion des flux pour optimiser l'accueil	30
Vous voulez faire une étude d'évaluation ?	31



De la priorité à l'offre à la priorité à la demande

La connaissance des visiteurs participe à l'élaboration du plan d'accueil et du plan d'interprétation.

Quel message veut-on faire passer ? Comment ?

La connaissance des attentes des visiteurs : profil des usagers et motivations

- Enquête réalisée par les Parcs nationaux sur leurs visiteurs à partir de questionnaires en 1973 : « le visiteur type d'un parc national est un cadre moyen ou supérieur, en vacances avec sa famille, qui s'est déplacé en voiture, a effectué une distance relativement importante depuis la grande ville où il habite dans le but de se détendre et éventuellement de se cultiver et ce dans de beaux paysages. Il est globalement satisfait de son séjour et pas gêné par les réglementations ».

- Enquête réalisée par les Parcs nationaux (de montagne) sur leur clientèle effective et leur clientèle potentielle en 1996 : « les gens qui se déclarent très attirés par la montagne sont plutôt des foyers actifs, dans les tranches d'âges intermédiaires, aux revenus élevés. La montagne, c'est d'abord la nature et la possibilité de se ressourcer. On retrouve d'abord chez ceux qui sont attirés par la montagne des critères de choix unanimes de leur séjour : des lieux de séjour pas chers, le fait qu'il n'y ait pas trop de monde, l'attente de nombreux services même s'ils ne les utilisent pas. Le Parc est d'abord un repère, une garantie de qualité pour le site à proximité, avant d'être une destination de visite, et encore moins de voyage. La notoriété des Parcs est assez faible ».

A partir de ce type d'enquêtes et d'observations de terrain, l'élaboration de typologies permet de déterminer les différents types de visiteurs et de faire ressortir des attentes spécifiques.

Les entreprises du tourisme travaillent notamment à partir de « bouquets d'offres » c'est à dire la définition de différents types de produits destinés aux mêmes individus pour répondre à leurs attentes selon le type de congés qu'ils prennent. On parle de « marketing de situation » qui s'appuie sur des couples produits/marchés.

Exemple de publics cibles :

- Familles (couples moins de 50 ans, bi-actifs, avec 2 enfants)
- Quinquagénaires (couples plus de 50 ans, propriétaire de son logement et d'une résidence secondaire, revenus sup. à 30 000 euros par an, enfants hors logis)
- Etudiant célibataire
- Adulte divorcé avec enfant (adulte actif à revenu moyen, 1 ou 2 enfants, a formé ou pas un nouveau couple avec quelqu'un qui a ou n'a pas d'enfants, s'il en a ou si le nouveau couple en a ensemble, l'organisation est plus acrobatique).

A chacun de ces types de clientèle est alors associé un ensemble d'offres touristiques adaptées à leurs attentes, à leurs habitudes en terme de vacances et à leurs ressources.

Partie 3 - L'accueil et la mise en valeur des sites naturels sensibles, ... est-ce que ça marche ?

Sélectionner les questions d'abord !	23
Puis définir sa démarche et ses outils	26
Quelques principes de base	26
De la priorité à l'offre à la priorité de la demande	29
Différentes possibilités de maîtrise et de gestion des flux pour optimiser l'accueil	30
Vous voulez faire une étude d'évaluation ?	31

La détermination de la capacité d'accueil des sites

Noter que le terme « capacité d'accueil » a été proposé par l'ATEN pour remplacer la « capacité de charge » dans le vocabulaire français

Le tourisme des années 2010

Quels sont les seuils de fréquentation à ne pas dépasser pour faire cohabiter en bonne intelligence l'usage récréatif et les équilibres fragiles des écosystèmes ? En vertu du principe qu'au-delà de ces seuils, « la qualité de récréation de l'espace diminue jusqu'à devenir nulle ou même négative lorsqu'il y a saturation physique du site... sur l'année, sur la journée ou en instantané ».

Il y a lieu de s'arrêter sur cette notion extrêmement évolutive selon qu'on se situe en Amérique, en Grande-Bretagne ou en France !

La capacité de charge est d'abord une mesure agricole ! par extension, des ingénieurs américains l'ont étendue aux sites naturels « broutés » par des visiteurs...

En Europe, cette mesure quelque peu ségrégationniste a suscité un mouvement d'intérêt sur la nature des impacts, et pour simplifier, a été recyclée comme hypothèse de base pour la gestion des visiteurs. De rares recherches ont porté la capacité de charge sur le plan sociologique et psychologique (usage et lisibilité d'un site)

Exemple : certaines catégories de visiteurs ne viennent plus sur un site si d'autres catégories y sont présentes.

Le concept de capacité de charge tend à être remplacé par un concept plus convivial de « Limite du changement acceptable », dans les milieux habités. Cette approche privilégie la concertation et demande que l'on fixe dès le départ les indicateurs de protection de la ressource. Cela veut dire qu'à priori, aucune attente ne peut être exclue d'office sur un site avant preuve d'incompatibilité ou de menace !

Différentes possibilités de maîtrise et de gestion des flux pour optimiser la capacité d'accueil d'un site.

- sensibilisation / éducation / formation
- filtrage
- parkings payants ou péages d'accès
- canalisation des cheminements (exp. : balisage des sentiers de randonnées), dissuasion (expérimentation possible : protection des dunes avec des buissons épineux)
- sélection par l'effort (exp. en montagne, en limitant les équipements des accès les plus élevés en altitude)
- convention de bonne conduite entre les clubs d'usagers et les gestionnaires du site (exp. canoë-Kayak, vol libre ou escalade)
- obligation d'être accompagné d'un professionnel

Travail important sur la gestion des flux qui peut être quantitative mais aussi qualitative : en comprenant les motivations et attentes des différents groupes, on peut répartir les flux de façon moins contraignante en proposant différentes destinations aux différents profils typologiques. Exemple : accès sud et nord à la Pointe du Raz.

Partie 3 - L'accueil et la mise en valeur des sites naturels sensibles, ... est-ce que ça marche ?

Sélectionner les questions d'abord !	23
Puis définir sa démarche et ses outils	26
Quelques principes de base	26
De la priorité à l'offre à la priorité de la demande	29
Différentes possibilités de maîtrise et de gestion des flux pour optimiser l'accueil	30
Vous voulez faire une étude d'évaluation ?	31



Vous voulez faire une étude d'évaluation ?

Aide-mémoire du débutant

- 1/ Qui voulez-vous évaluer précisément, et selon le point de vue de qui ?
- 2/ Pouvez-vous identifier les objectifs clairs de la prestation, susceptibles d'être évalués ?
- 3/ D'après vous, à quoi servira cette évaluation ? En faisant cela, quels objectifs poursuivez-vous ?
- 4/ Que vous proposez-vous de faire avec vos résultats ?
- 5/ De quelles données disposez-vous déjà sur vos services ? Par exemple, des enquêtes de fréquentation, des informations sur le marché, des comptes-rendus d'activité.
- 6/ De quelles données disposez-vous déjà sur l'évaluation de services similaires, attentes des visiteurs, types de loisirs ? Cela peut inclure des études de faisabilité (même non publiées), des rapports, des statistiques...
- 7/ Quelles données voulez-vous collecter, et pourquoi ?
- 8/ Comment comptez-vous analyser vos données ?
- 9/ quel conseil et quelle aide avez-vous en cas de besoin ?
- 10/ Quelles techniques de collecte de données sont préférables pour :
 - l'information désirée
 - le public cible
 - le temps imparti
 - les ressources en personnes
 - votre budget
 - votre capacité pour l'analyse...
- 11/ Quand allez-vous faire votre évaluation ? Quel laps de temps donnera la représentation la plus intéressante, représentative ?
- 12/ Auprès de qui allez-vous demander des informations pour obtenir la représentation la plus intéressante, représentative ?
- 13/ De quel échantillon avez-vous besoin pour obtenir une représentation complète - quelle analyse statistique voulez-vous pour indiquer que les données sont significatives ?
- 14/ Quelles techniques statistiques voulez-vous pour vous aider à analyser vos données ?
- 15/ Une fois que vous aurez vos données et l'analyse, comment ferez-vous pour agir sur elles, et comment les utiliserez-vous pour modifier et améliorer votre performance ?
- 16/ Voici approximativement la proportion de temps à consacrer à chaque élément de l'enquête :
 - 30% comprendre le problème et planifier l'enquête
 - 20% collecte de données et réalisation
 - 20% synthèse et analyse des résultats
 - 30% rapport, diffusion, recommandations

Partie 3 - L'accueil et la mise en valeur des sites naturels sensibles, ... est-ce que ça marche ?

Sélectionner les questions d'abord !	23
Puis définir sa démarche et ses outils	26
Quelques principes de base	26
De la priorité à l'offre à la priorité de la demande	29
Différentes possibilités de maîtrise et de gestion des flux pour optimiser l'accueil	30
Vous voulez faire une étude d'évaluation ?	31

Partie 4

Quels outils ?

Ce qu'il faut savoir sur les outils

Exploiter les données existantes

Résultats produits par les observatoires, touristiques et autres

Les observatoires fournissent des données brutes, statistiques permettant plus le suivi continu de quelques variables prédéterminées que l'évaluation à un moment donné de l'objet étudié.

L'Observatoire national du tourisme mène régulièrement trois types d'enquêtes :

- enquête aux frontières, tous les 2/3 ans,
- enquête sur les déplacements touristiques des français, mensuelle,
- enquête d'entreprises (hôtellerie et camping), annuelle.

Le CREDOC est une importante source d'informations axée sur la consommation.

Le conservatoire du Littoral met en place un observatoire des comportements et des attitudes face au littoral et à sa protection...

Dans un domaine connexe, un exemple parmi d'autres, la ville de Nantes a décidé de mettre en place un observatoire des publics. Cela lui permettra d'effectuer des évaluations continues et autonomes de ses musées.

Mais au niveau régional et départemental, il y a une très grande hétérogénéité des méthodes, des champs d'enquête, des analyses de résultats, d'exploitation et de diffusion des données. Des observatoires locaux sont en train de se monter.

Bases de données

L'Inventaire communal : source d'information très complète qui doit cependant être filtrée afin d'en retirer les résultats voulus.

L'INSEE alimente annuellement les bases de données thématiques, mais il produit aussi des synthèses.

Données de l'IFEN et surtout « Les indicateurs tourisme, environnement, territoires », véritable pierre blanche à l'interface tourisme/environnement.

Etudier la fréquentation dans les espaces naturels : méthodologie

Les PNR se dotent progressivement d'Observation du tourisme

Partie 4 - Quels outils ?

Ce qu'il faut savoir sur les outils	32
Exploiter les données existantes	32
Des outils permettant d'obtenir des données quantitatives	33
Des outils permettant d'obtenir des données qualitatives	35
Autres moyens	36
La mise en oeuvre : questions pratiques	39

www.insee.fr

Autres méthodes d'obtention de résultats quantitatifs

Comptages routiers DDE : compteurs placés sur les routes d'accès au site.

Comptages parking ponctuels ou réguliers : dénombrement du nombre de véhicules en stationnement à un moment donné.

Comptages sentiers (possibilité d'utiliser des éco-compteurs) : dénombrement des visiteurs sur une période en mentionnant la direction empruntée.

Voir bibliographie

Prospective

Il est difficile de citer ici toutes les sources permettant de « voir plus loin ». Il est important de s'inspirer en permanence des projections nationales ou régionales qui sont du ressort des pouvoirs publics, voire des professionnels du tourisme. Leur lecture est chaudement recommandée !

Des outils permettant d'obtenir des données quantitatives

Questionnaires d'entretiens conventionnels

... qui combinent des questions mettant en rapport des données statistiques à des questions fermées, et éventuellement des questions ouvertes.

Les questions fermées ne donnent le choix qu'entre le oui ou le non. Cette technique réunit plusieurs avantages : elle facilite le travail de codage et décodage, donne au visiteur un certain confort de réponse, et permet, par la rapidité des flux de réponses, d'accroître le nombre de questions.

Ceci dit, les résultats d'une évaluation ne se mesurent pas à la quantité de réponses. Il faut voir le questionnaire en face-à-face comme une technique éprouvée, basique, relativement fiable, qu'il convient la plupart du temps de compléter et de croiser par d'autres techniques.

Dans ce cadre, quelques questions ouvertes judicieusement choisies permettent d'élargir la recherche, en particulier sur les motivations.

Il faut reconnaître que très peu de sites ont mis en place les outils d'une connaissance fine de leur public, de ses activités sur le site, de ses perceptions, de ses attentes :

Il s'agit là d'un impératif pour toute réflexion sur l'accueil du public et la gestion des flux. L'étude de fréquentation est la méthode la plus courante, la plus utilisée car elle permet de coupler évaluation quantitative et sondage d'opinion.

Le but recherché est souvent de mieux connaître la clientèle (ex : qui sont ces visiteurs occasionnels ou réguliers ?), ses comportements sur le site et sa satisfaction par rapport à l'aménagement du site (ex : que pensent-ils, quels sont leurs souhaits, critiques, suggestions ?).

Ces études permettent de prendre des décisions susceptibles de répondre aux attentes des visiteurs, d'augmenter leur satisfaction et d'apporter des réponses aux questions relatives à la pédagogie, aux flux de déplacement ou à la perception générale du site.

Les résultats de l'étude de fréquentation seront également utilisés pour définir l'impact de la présence des visiteurs sur l'environnement et pourront participer à une stratégie qualitative de gestion des flux.

L'établissement du questionnaire et le protocole d'administration est à élaborer impérativement avec des gens du métier : professionnels, enseignants compétents, étudiants en maîtrise...

Le questionnaire peut combiner le quantitatif et le qualitatif

Pour en savoir plus, voir « L'enquête et ses méthodes : le questionnaire »

Partie 4 - Quels outils ?

Ce qu'il faut savoir sur les outils	32
Exploiter les données existantes	32
Des outils permettant d'obtenir des données quantitatives	33
Des outils permettant d'obtenir des données qualitatives	35
Autres moyens	36
La mise en oeuvre : questions pratiques	39

*Voir en annexe
le modèle de questionnaire*



Voir en annexe : grille d'observation

Le codage doit être élaboré dans les meilleures conditions d'utilisation en phase d'analyse.

- Combien de personnes ?

Moins de 50 ne vous diront pas grand chose. 200 sont considérés comme une base fiable.

- Temps passé ?

En dehors de l'établissement du questionnaire, le temps pris pour faire les entretiens (pas moins de 15 minutes chacun) plus l'analyse (à la main) : disons environ 25 minutes par entretien.

Observation des visiteurs

... où les observateurs sont placés (sans gêner) à différents endroits du sites ou du bâtiment, pour étudier les flux et la manière dont l'attraction supposée est utilisée.

On peut en tirer un grand profit de ces techniques -utilisées de plus en plus dans des espaces culturels en France- sur un site ouvert dont on souhaite organiser la fréquentation, car l'observation est un moyen irremplaçable pour révéler des comportements d'appropriation de groupes ou individuels.

L'enregistrement par la vidéo ou la photo prolonge cet outil. La force de l'image constitue en effet dans certains cas un puissant levier de décision dans un contexte de conflit d'usage. Les facteurs limitant de ces techniques « cliniques » sont liés à son caractère d'intrusion qui peut choquer.

Cette technique est particulièrement utile si elle est combinée avec un entretien rapide et sur place (2 minutes) en fin de parcours, donnant l'occasion au visiteur de dire ce qu'il pense sur un article, un service ou une présentation, ou pour tenter de connaître la raison de certains comportements jugés atypiques sur un parcours.

Observation in-situ des comportements des visiteurs : éléments d'une grille d'observation

Combien de temps mettent les visiteurs pour lire un panneau ? Tous les panneaux sont-ils lus ?

Comportements déviants : prélèvements interdits, non-respect des cheminements

Répartition des visiteurs sur le site

Les accessoires révélateurs : type de chaussures, jumelles, appareil photo ou caméscope, sac à dos, canne, poussette ou landau, vêtements adaptés (à la montagne)...

- Combien de personnes ?

2 jours pendant la pleine saison (disons un jour de semaine et un samedi ou un dimanche) serait l'idéal, mais un jour d'affluence peut suffire.

- Temps passé ?

2 jours pour un groupe d'observateurs. Ajoutez-y une à deux personnes / journée pour l'analyse.

Partie 4 - Quels outils ?

Ce qu'il faut savoir sur les outils	32
Exploiter les données existantes	32
Des outils permettant d'obtenir des données quantitatives	33
Des outils permettant d'obtenir des données qualitatives	35
Autres moyens	36
La mise en oeuvre : questions pratiques	39



Des outils permettant d'obtenir des données qualitatives

Entretiens de groupes non-structurés

... avec environ 8 personnes (ou l'équivalent de deux familles), d'une durée de moins d'une demi-heure.

Cette technique est intéressante pour obtenir des retours en profondeur et compléter ainsi des enquêtes à plus large échelle, incluant les méthodes décrites en 1 et en 2.

C'est une bonne manière d'identifier ce que les visiteurs perçoivent comme des problèmes liés au site, pour trouver ce qu'ils cherchent vraiment dans une sortie, par exemple : « quelque chose pour les petits enfants » ; ce qui les pousse à décider de visiter une attraction plutôt qu'une autre, par exemple : « un beau cadre », « un endroit agréable pour boire un petit coup » ; enfin, pour tester les idées spécifiques de changement ou d'amélioration.

C'est une technique plus difficile à utiliser seul pour des personnes sans expérience. L'idée de base est de conduire les gens sans les gêner et avec tact, à travers différents sujets, sans leur mettre les mots dans la bouche ! En d'autres termes, avec une écoute attentive de ce qu'ils ont à dire, et si nécessaire, en se préparant à dévier complètement du séquençage si votre interlocuteur a vraiment quelque chose d'intéressant à dire.

Ce qui est important, malgré tout, c'est de cadrer au temps imparti (plus ou moins 5 minutes), et s'apprêter à laisser les gens partir si ils semblent fatigués ou non intéressés par l'entretien.

Une petite mise en garde : parfois un groupe de gens peut paraître fatigué parce qu'ils ont quelque chose à dire qu'ils n'ont pas l'occasion d'exprimer ; mettre à l'aise ces personnes peut parfois relancer un entretien : les enfants appartiennent souvent à cette catégorie.

- Combien de personnes ?

Moins de 5 à chaque point d'attraction ne serait probablement pas utile. C'est une technique qui a été utilisée au Cap Blanc-Nez en 96 dans le cadre d'une évaluation plus large.

- Temps passé ?

Les entretiens doivent être enregistrés, pour permettre à l'enquêteur de se concentrer sur son travail. Comptez au moins 2 heures par entretien au total, ce qui recouvre : entretien, repassage de la bande, rédaction d'un résumé, et analyse.

Entretiens non structurés en profondeur

... avec une personne. Une fois de plus, il est utile d'obtenir plus d'information en profondeur pour compléter des enquêtes à plus large échelle. C'est une bonne manière d'en savoir plus sur des segments spécifiques du marché, par exemple les personnes âgées, les adolescents, les mères de famille en bas âge, et ainsi de suite.

Là aussi, 30 minutes sont probablement la période de coopération la plus longue que vous pourrez obtenir des gens, et encore devez-vous être un enquêteur expérimenté pour maintenir l'intérêt pendant tout ce temps, étant donné qu'ils sont là pour prendre plaisir à telle ou telle attraction...

Les entretiens en profondeur nécessitent une liste de grands sujets, ordonnés en séquence soigneusement articulée, et appuyées sur des validations, ou des questions qui tentent d'aller jusqu'au fond de la pensée de l'interlocuteur. C'est une technique difficile, car elle requiert de l'enquêteur

Partie 4 - Quels outils ?

Ce qu'il faut savoir sur les outils	32
Exploiter les données existantes	32
Des outils permettant d'obtenir des données quantitatives	33
Des outils permettant d'obtenir des données qualitatives	35
Autres moyens	36
La mise en oeuvre : questions pratiques	39



à la fois de bien maintenir un débit de questions intelligibles et intelligentes, tout en ne paraissant pas être un expert sur ces sujets précis, ce qui mettrait l'interlocuteur en porte-à-faux.

Il faut éviter de justifier les aspects de l'attraction auprès de vos visiteurs, de peser le pour et le contre, ou de vous laisser poser des questions par eux !

Focus groups :

Ils ont pour but de suivre les attentes des consommateurs.

Ils permettent, par une association de techniques projectives, créatives et contradictoires, une dynamique de groupe, une exploration et une analyse approfondie des attitudes, besoins et attentes.

Ils doivent être menés par un spécialiste de l'analyse comportementale, seul compétent en la matière.

Ces groupes sont interrogés sur leur lieu de vie. Ils permettent de recueillir les représentations initiales, l'image de l'institution ou d'un lieu, et de poser une des questions impossibles à poser sur un site, par exemple : « pourquoi les gens ne viennent pas ? ».

- Combien de personnes ?

Moins de 8 dans chaque catégorie (personnes âgées, adolescents, etc), ne serait pas utile

- Temps passé ?

Le même que celui donné pour les entretiens de groupe : environ 2 heures par entretien (30 minutes pour l'entretien lui-même, une heure et demi pour l'analyse).

Autres moyens

Reportage vidéo, audio.

Ces techniques apparentées au reportage journalistique sont à considérer comme des expressions organisées, donc comme une synthèse d'entretiens semi dirigés en image.

La perspective de faire un montage dynamique d'éléments d'enquêtes « pour convaincre » est séduisante, mais c'est justement là sa faiblesse. L'expérience vaut le coup d'être tentée là où l'on juge que les données statistiques ne parlent pas suffisamment.

L'opération « l'œuf et la poule » incluait deux reportages sur des sites en quête de dynamique (Blanc-Nez et site de Cassel). On peut affirmer, 5 ans après, que le message est passé !

Questionnaire auto-administré

Permet de connaître l'évolution des mentalités et des sensibilités.

Il suppose des questions simples et fermées. Souvent employée dans les structures commerciales, sous forme de participation à un jeu-concours par exemple.

Dans les structures d'accueil sur site (Parc de la Vanoise par exemple), cette technique utilisée en principe en libre-service donne de meilleurs résultats quand elle est « amenée » par un membre du personnel.

Cet outil a été employé en guise de jeu après les animations-nature du littoral pour démarrer la dynamique de feed-back.

Partie 4 - Quels outils ?

Ce qu'il faut savoir sur les outils	32
Exploiter les données existantes	32
Des outils permettant d'obtenir des données quantitatives	33
Des outils permettant d'obtenir des données qualitatives	35
Autres moyens	36
La mise en oeuvre : questions pratiques	39

OUTILS

QUESTIONNAIRES	Faiblesses	Coûts
<ul style="list-style-type: none"> - Beaucoup d'expérimentations dans les musées et différentes attractions. On peut utiliser ces modèles aux prix de légères modifications. Pourvu qu'ils répondent aux questions que vous vous posez. Soyez prudents. - Bon marché : vous pouvez produire un grand nombre de questionnaires pour le prix de l'impression. Mais plus vous produisez, plus vous analyserez. - Un modèle plus complet ne veut pas dire un modèle plus soigné. - Facilité pour former les gens qui éditent les questionnaires ou les administrent. 	<ul style="list-style-type: none"> - Même s'il existe une expérience en matière de design et de production de questionnaires, cela ne veut pas dire qu'elles sont bonnes. Il existe beaucoup de questionnaires mal conçues. Ce genre de questionnaire ne peut amener que des résultats peu crédibles donc inutiles. - La conception d'un questionnaire est une technique. - Un grand échantillonnage est requis pour que les résultats soient crédibles et représentatifs. - On aura peu besoin de l'ordinateur pour analyser les résultats. - Voir les commentaires sur les entretiens structurés. 	<ul style="list-style-type: none"> - Beaucoup de temps de personnel pour planifier, superviser, analyser. Selon les besoins, avis d'un spécialiste (300 à 450 € par jour). - Impression, selon la longueur et le procédé. - Questionnaire en distributeur environ 600 € pour 500 questionnaires standard, imprimés et analysés. - Ou bien 3 000 € pour 3000 questionnaires à la carte, avec analyse et rapport sur mesure. - Tarif des enquêteurs : ils ont des tarifs de vacances d'étudiants au temps de salariés ou enquêteurs professionnels. Selon la longueur, 20 à 40 questionnaires par jour. - Coûts d'exploitation par ordinateur.
ENTRETIENS EN PROFONDEUR	Faiblesses	Coûts
<ul style="list-style-type: none"> - Information détaillée, qualitative, « vraie » et révélatrice. - Permet d'explorer des problématiques à la fois sur un mode de guidage et en réponse aux problèmes du répondant et de son emploi du temps. - Il ne faut pas de technologie compliquée pour analyser les données, bien qu'il existe des programmes informatiques performants qui peuvent, après analyse du contenu, analyser les résultats. 	<ul style="list-style-type: none"> - Réclame du temps. - Par définition, faisable seulement avec un petit échantillonnage, donc difficilement représentatif. Cela peut ne pas avoir d'importance en soi. - Il faut un praticien avertie. - Difficulté à interpréter l'information : une analyse de contenu doit être ici utilisée. 	<ul style="list-style-type: none"> - Temps de salarié pour planifier, superviser et analyser. - Apport d'un spécialiste : 300 à 450 € par jour. - Tarif des praticiens avertis : 150 à 300 € pour entretiens environ par jour. - Frais de transport en cas d'entretien à domicile. - Coûts d'analyse informatisés si besoin est.

OUTILS

ENTRETIENS STRUCTURES	Faiblesses	Coûts
<ul style="list-style-type: none"> - Permet un échantillonnage plus élevé que le précédent. - Permet aux répondants d'élaborer leurs réponses (sans doute mieux qu'avec un questionnaire). - Pas trop de difficultés pour former les enquêteurs. - Peut être utile pour une première exploration des problématiques avant enquête plus approfondie. - On peut utiliser les données de manière qualitative ou quantitative. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mise en œuvre, donc cher. - Il faut un échantillon large (cf. questionnaire) s'ils doivent être considérés comme représentatifs. - Peuvent réclamer l'usage d'un ordinateur pour l'analyse des résultats, avec nécessité d'être familiarisé avec les statistiques et les programmes, et les hypothèses sur lesquelles se fondent les statistiques. 	<ul style="list-style-type: none"> - Temps de salarié pour planifier, superviser et analyser. - Consultant = 450 € - Coût d'impression. - Paie du personnel : étudiant ou professionnel = 60 € par jour (15 à 20 par jours). - Matériel informatique.
OBSERVATION DES COMPORTEMENTS	Faiblesses	Coûts
<ul style="list-style-type: none"> - Mesure directement le comportement. Ce que les gens disent et ce qu'ils font est souvent très différent. - Vous permet de connaître l'usage de vos services, de votre site. - Bon complément à d'autres techniques (questionnaires). Permet d'infirmier/confirmer. - Peu de technologie. - Pas cher. 	<ul style="list-style-type: none"> - Beaucoup de temps. Compter 30 minutes par personne. - Il faut interpréter les gestes, parfois ce n'est pas clair. (si il passe 5 minutes devant un objet, est-il fasciné ou essaie-t-il de comprendre ?). 	<ul style="list-style-type: none"> - Salarié pour planifier, superviser, analyser. - Aide d'un spécialiste. - Rémunération : étudiants ou salariés. - Analyse par ordinateur dans certains cas.

Autres modes d'enquête moins formels

Aucune occasion n'est à négliger pour obtenir des retours.

Plusieurs outils et supports non statistiques offrent parfois des informations sur des questions posées par les visiteurs, des remarques positives ou négatives, des propositions.

Exemples : relevés effectués par le personnel des centres d'accueil, animateurs nature ou éco-gardes, carnet de bord journalier, articles de presse ou passage en télé, livre d'or...

La mise en œuvre : Questions pratiques...

Elaborer le questionnaire et le séquençage

Dans un questionnaire structuré, le but devrait toujours être de poser des questions simples, sans subdivision, d'éviter de poser trop de questions, de garder une structure logique permettant un bon guidage (exemple : si oui, allez à Q7, si non, continuez), éviter les questions dominantes.

Dans un entretien en profondeur, les mêmes recommandations sont valables, mais des coups de pouce préparés d'avance sont peut-être souhaitables pour le démarrage et des coups de sonde pour aller plus en profondeur sur tel ou tel sujet.

Il est important de garder la vie privée à l'écart des questions.

Ne donnez pas d'avis personnel aux personnes interrogées, du moins pas avant la fin de l'entretien.

Il est essentiel de mener quelques entretiens à blanc avant d'entrer dans le vif de l'enquête, ainsi, vous pourrez tester la validité du questionnaire et sa longueur.

Analyse

Les méthodes peuvent varier selon le type d'enquête.

Les entretiens de groupe et en profondeur ne peuvent être analysés qu'à la main, alors que des méthodes combinées sont possibles pour les questionnaires à questions fermées. Les commentaires et les réactions aux questions fermées peuvent être groupées manuellement.

Donc, votre analyse peut se faire :

- à la main (pratiquement impossible au-delà de 100)
- par ordinateur, avec un logiciel de base de données, où les réponses sont rangées par catégories chiffrées (codage). Les avantages sont considérables, car vous pouvez faire des tris croisés très rapidement. Une séance d'apprentissage d'une demi-journée suffit pour utiliser l'un de ces outils (par exemple Moda Lisa).

Partie 4 - Quels outils ?

Ce qu'il faut savoir sur les outils	32
Exploiter les données existantes	32
Des outils permettant d'obtenir des données quantitatives	33
Des outils permettant d'obtenir des données qualitatives	35
Autres moyens	36
La mise en oeuvre : questions pratiques	39

De quoi avez-vous besoin ?

- d'enquêteurs qui inspirent confiance et passent pour des gens « ordinaires ». Les femmes inspirent plus souvent confiance que les hommes et de plus elles sont réputées capables de mettre en œuvre des qualités personnelles pour les entretiens de groupe.
- un bon magnétophone doté d'un micro stéréo et un transcritteur compatible ; des badges ; des planches à noter ; des petits cadeaux (cartes postales, autocollants) pour donner en guise de remerciement aux participants des entretiens en groupe et en profondeur
- un endroit tranquille et confortable pour réaliser les entretiens en groupe et individuels, sans interférences (vent, bruit) où vous serez sûrs de ne pas être interrompu.

Formation et accompagnement

La formation par un chercheur professionnel ou une personne experte en marketing peut se révéler essentielle pour les enquêteurs, et pour ceux qui établiront les questionnaires.

Il faut savoir que des grands écarts de méthode ou d'approche existent entre professionnels, particulièrement sur les sujets du quantitatif et du qualitatif ! Préférez ceux qui n'emploient pas de jargon.

Une journée peut suffire à un formateur professionnel pour commenter les sujets et questions, donner au personnel ordinaire, intérimaires, volontaires, une formation de base dans les techniques d'entretien, et pour superviser quelques entretiens-pilotes, suivis d'une séance de discussion.

Partager les frais entre plusieurs organismes impliqués marque le début d'un bon partenariat !

Et pour finir...

L'application d'une enquête peut entraîner des bénéfices induits :

- faite correctement, elle peut apporter un plus à votre attraction, pourvu que les enquêteurs soient résolus, intéressés et ouverts.
- des questions claires et compréhensibles offrent aux visiteurs une occasion de première main d'analyser et de communiquer leurs sentiments sur l'attraction que leur présentez.
- c'est aussi souvent une expérience stimulante et nouvelle pour votre personnel.

En fin de compte, et plus important encore, les preuves obtenues grâce aux visiteurs de cette manière pourront être citées avec profit au moment des choix politiques et budgétaires.

Lorsqu'il s'agira d'opérer un changement, vous n'aurez aucun discours plus persuasif que : « c'est ce que disent nos visiteurs ! ».

Partie 4 - Quels outils ?

Ce qu'il faut savoir sur les outils	32
Exploiter les données existantes	32
Des outils permettant d'obtenir des données quantitatives	33
Des outils permettant d'obtenir des données qualitatives	35
Autres moyens	36
La mise en œuvre : questions pratiques	39

Partie 5

Pour parler la même langue !

Partie 5 - Pour parler la même langue !

Conditions requises	42
Propositions	43
Un modèle de cadre d'évaluation d'opération	44
Procédure de suivi de site (fréquentation)	47
Procédure de feed-back en animation	48

Pour parler la même langue !

Soyons clair : imaginer un moyen d'évaluation unique est une utopie, comme le répètent les experts. Ce qui est moins utopique, c'est de penser qu'une démarche commune vienne alimenter, année après année, une réflexion et une vision globales sur une question d'intérêt général, sur des objectifs bien identifiés et partagés, et sur une aire bien définie.

Mais pour ce que ce mouvement ait lieu, il convient qu'aucune des conditions essentielles ne soit négligée.

Conditions requises

Comme il a été dit à l'issue des programmes d'évaluation de 1996 non sans preuves, il n'est pas impossible de préconiser un outil de mesure basique, mais en prenant en considération ceci :

L'état de la demande :

Il existe des demandes d'informations de multiple nature sur la fréquentation émanant de différents partenaires. Or c'est précisément un des points qui freinent une harmonisation des pratiques, pour deux raisons principales :

- un intérêt exclusif à son propre domaine (élus locaux, prestataires du tourisme...)
- une méconnaissance des mécanismes d'évaluation.

La demande d'information locale est très légitime, mais elle ne peut en aucun cas être satisfaite par des études de fréquentation. En revanche, les modélisations (d'après des standards) et surtout la prise en considération de la demande d'abord donnent des garanties de résultat.

Les données et publications du CRT offrent les informations demandées. Il faut savoir les interpréter et les mettre à profit.

Les nouveaux contextes :

- les principes du tourisme durable, qu'il faut traduire par une mise en perspective de l'économie du tourisme et des loisirs avec la gestion de l'environnement et du cadre de vie.

- les nouvelles structures : les communautés de communes, pays, et diverses formes de démocratie participative engendrent de nouvelles procédures et de nouveaux moyens, allant du recrutement de chargés de techniciens qualifiés à des partenariats contractualisés. Il y a matière à faire des projets et à une méthodologie dûment construits et nécessaires (évaluation ex ante requise par les organismes financeurs...).

Partie 5 - Pour parler la même langue !

Conditions requises	42
Propositions	43
Un modèle de cadre d'évaluation d'opération	44
Procédure de suivi de site (fréquentation)	47
Procédure de feed-back en animation	48

Que/qui voulons-nous évoluer ?

Tant au niveau national qu'au niveau local, les statistiques de fréquentation sont incapables de renseigner l'usage de –et donc l'impact sur- la nature. Cela laisse le champ libre aux lobbies, qu'ils soient de chasseurs ou de randonneurs...

L'immense majorité des usagers de la nature –les promeneurs, les habitants- ne s'expriment jamais.

Il y a donc urgence morale à qualifier (et à quantifier) l'appropriation des espaces naturels et des paysages. L'usage de –et donc l'impact sur- la nature protégée peut produire de bons indicateurs : elle a un périmètre défini, bénéficie de personnel, et offre souvent des services.

La nature protégée ne doit être considérée que comme porte parole provisoire de la nature tout court, le temps que cette dernière s'organise !

L'existant, les acquis :

Dans la région Nord – Pas de Calais, une quinzaine d'années d'acquis collectifs existe : il faut en tirer le meilleur profit. Dans le domaine définis, ils concernent :

- des pratiques de planification en site naturel (plan de gestion, schémas d'accueil, programmations d'activités et en particulier, l'animation nature...)
- les hypothèses de typologie régionale qui ont fondé, jusqu'à nouvel ordre, les recherches d'ENR et les nouvelles offres, la plupart du temps avec d'excellents résultats.
- des principes d'action où les prestations éducatives précèdent et amènent l'aménagement touristique...

Propositions

Un groupe de travail régional doté de fonctions essentielles dans ce domaine :

- l'animation et l'apport méthodologique
- information / diffusion : la DIREN et la MNE se partagent aujourd'hui cette fonction essentielle
- des recherches et prospectives...

Une meilleure exploitation de l'existant :

- les enquêtes de fréquentation lourdes (ONF, Grand site, CEL...)
- partenariats et échanges entre les différents PNR et les espaces de même statut de la région
- meilleure exploitation des données de l'observatoire du CRT, ONT

Une procédure de suivi de site (fréquentation)

voir pages suivantes

Partie 5 - Pour parler la même langue !

Conditions requises	42
Propositions	43
Un modèle de cadre d'évaluation d'opération	44
Procédure de suivi de site (fréquentation)	47
Procédure de feed-back en animation	48

Observation touristique dans les Parcs naturels régionaux

La mise en place des procédures est en cours dans les PNR

Une réflexion régionale sur le « tourisme de patrimoine »

Groupe de travail régional

Une recherche complémentaire sur les typologies

La typologie de Lemaire et Douchez est toujours d'actualité. Il convient d'en refaire une publication soignée. Parallèlement, l'université pourrait y retravailler.

Mise en place des indicateurs, en lieu avec le tourisme durable (OMT)

Des expériences pilotes ont eu lieu sur certaines aires sensibles. Les protocoles et la nature des indicateurs demeurent difficiles à mettre en place et peu en rapport avec les pratiques actuelles des gestionnaires.

Il manque en particulier des suivis d'indicateurs sur les programmations d'interprétation.

Interlocuteur : ministère du tourisme, nécessite un relais régional.

Un rendez-vous dans 10 ans !

L'évaluation doit porter sur un long terme. En commençant par de petites initiatives, avec des moyens modestes et une procédure annuelle de publication, des pas importants auront été faits en 10 ans...

Un modèle de cadre d'évaluation d'opération

Nous proposons, en guise d'aide mémoire, ce modèle ci-dessous. Il agit comme un calque, où chacun des 6 cercles doit être rempli.

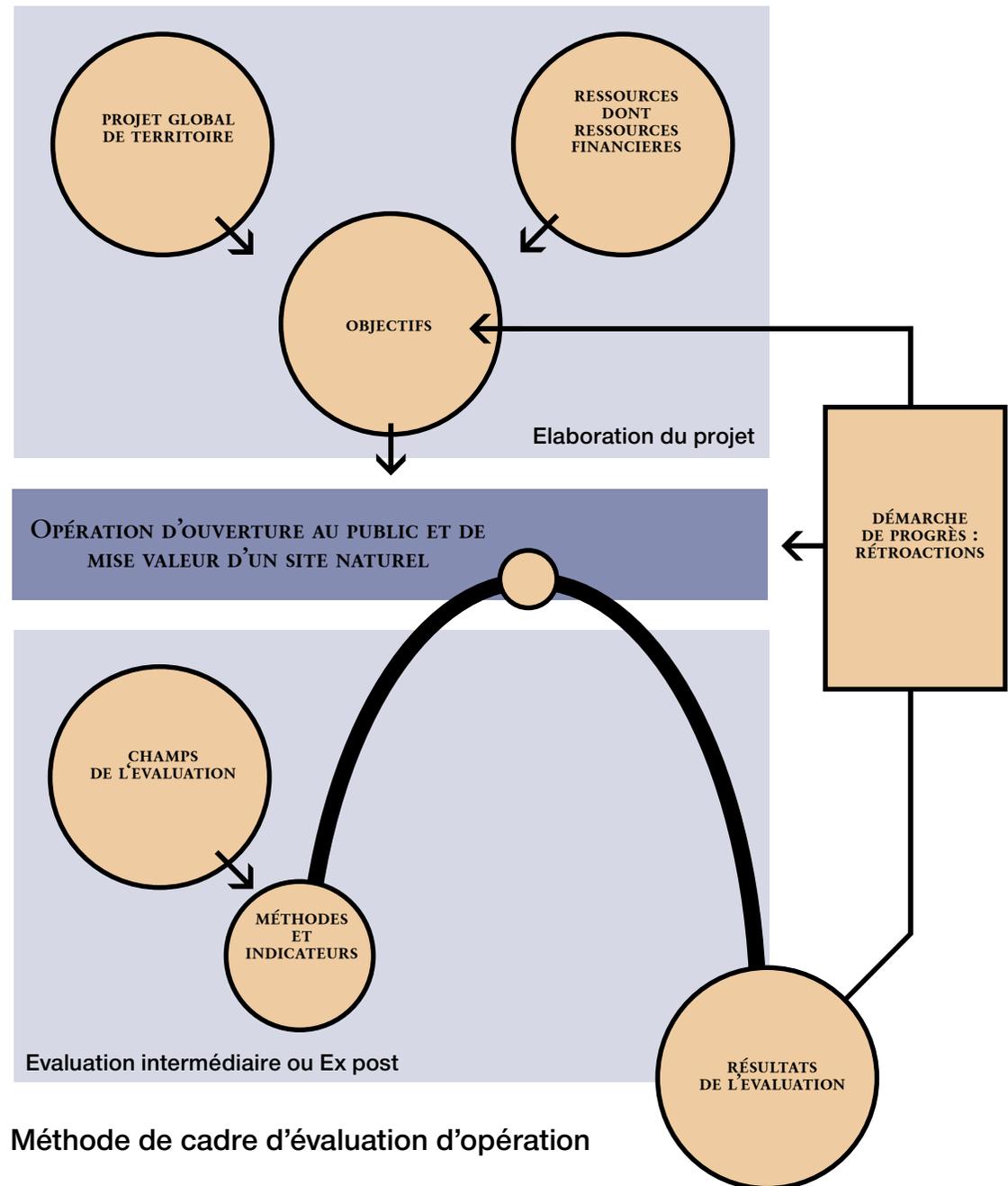
Ce calque permet de se situer dans un contexte, une démarche, et d'identifier les maillons actifs ou faibles. Il peut s'utiliser avant (fiche-projet), pendant ou après une opération, pour illustrer un rapport annuel.

Il peut s'agir :

- d'une animation, un événement
- d'un sentier équipé ou non
- d'aménagements de confort ou d'accessibilité
- de mesure de protection du site ou d'une espèce
- d'un lieu d'accueil...

Partie 5 - Pour parler la même langue !

Conditions requises	42
Propositions	43
Un modèle de cadre d'évaluation d'opération	44
Procédure de suivi de site (fréquentation)	47
Procédure de feed-back en animation	48

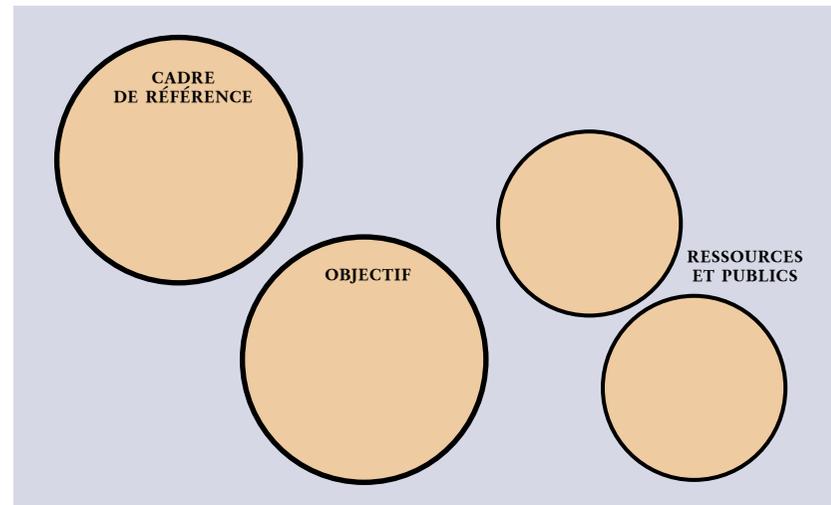


Méthode de cadre d'évaluation d'opération

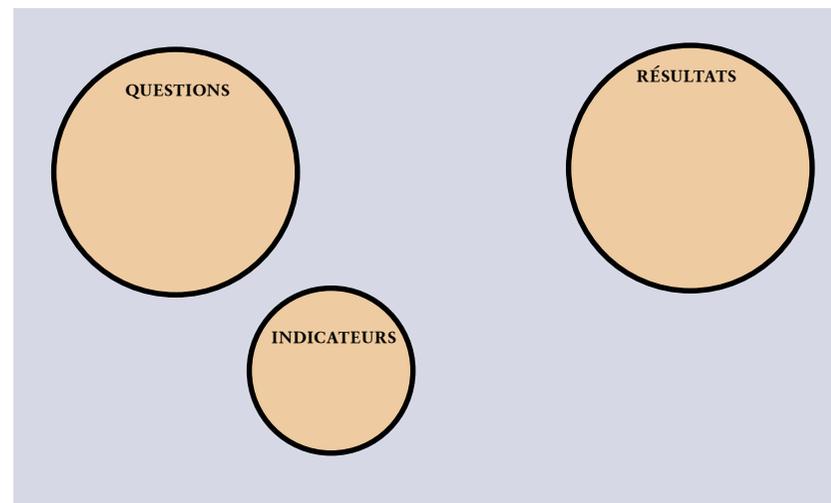
Partie 5 - Pour parler la même langue !

Conditions requises	42
Propositions	43
Un modèle de cadre d'évaluation d'opération	44
Procédure de suivi de site (fréquentation)	47
Procédure de feed-back en animation	48

A vous de jouer !



OPÉRATION D'ACCUEIL EN SITE NATUREL :



Partie 5 - Pour parler la même langue !

Conditions requises	42
Propositions	43
Un modèle de cadre d'évaluation d'opération	44
Procédure de suivi de site (fréquentation)	47
Procédure de feed-back en animation	48

Une procédure de suivi du site (fréquentation)

QUOI ?

Une fiche d'évaluation des visiteurs et usagers.

Le renseignement demandé est basique, mais permet de renseigner en nombre une offre standard (que l'on nommera de manière très large : sentier de nature).

Deux temps : questionnaire en face à face et observation (après engagement des visiteurs sur le site)

QUI ?

Toute personne impliquée dans l'accueil, l'animation et la surveillance d'un site

POURQUOI ?

- alimenter régulièrement les données de base sur la fréquentation et l'usage du site
- donner une « culture du client » au personnel d'accueil et l'engager dans une démarche de progrès

COMMENT ?

- doit être administré au même endroit : juste après l'entrée la plus utilisée
- doit être administré au hasard ou mieux, systématiquement
- nécessite 1 minute d'entretien et 1 minute d'observation
- périodes préconisées : dimanche matin, dimanche après-midi après 16h (50%), samedi (25%), autre jour de la semaine en mai (25%).

Cette répartition doit être adaptée selon les usages dominants et problématiques particulières de chaque site.

ET APRES ?

- analyse et synthèse manuelle
- apports annuels
- tableau des évolutions
- possibilité d'augmenter ou de modifier le nombre de modalités d'une année à l'autre (pour des motivations qui seraient supposées satisfaites entre temps : « aimeriez-vous... » à transformer par « appréciez-vous... »).

A noter :

Cette méthode a été mise au point par Atelier Z à partir des expérimentations de l'ENR. Elle regroupe des informations possibles grâce au questionnaire et les tempère/corrige par l'observation.

Partie 5 - Pour parler la même langue !

Conditions requises	42
Propositions	43
Un modèle de cadre d'évaluation d'opération	44
Procédure de suivi de site (fréquentation)	47
Procédure de feed-back en animation	48

Une procédure de feed-back en animation

QUOI ?

Un questionnaire auto-administré en fin d'événement destiné au tout public (ne concerne pas les enfants à priori)

QUI ?

Toute personne impliquée dans l'animation (animateur ou accompagnateur)

POURQUOI ?

- Alimenter régulièrement les données sur la fréquentation et l'intérêt d'une animation, d'un événement sur un site patrimonial (naturel ou culturel)
- Permettre de meilleures performances dans la prestation
- Permettre de mieux organiser le marché des espaces naturels

COMMENT ?

- Doit être administré en fin d'animation. Prévoir les stylos et questionnaires et la formation d'un « cercle de dos » : chacun se sert du dos du précédent comme d'un écritoire
- A l'abri et en s'amusant, car le feed-back est une partie de l'animation
- Nécessite 3 minutes, incluant commentaires à chaud

ET APRES ?

- Analyse et synthèse instantanées et annuelles
- Tableau des évolutions
- Exploitation immédiate des données permet de mieux coller, d'une part à la réalité perçue, d'autre part aux motivations du groupe, du jour au lendemain...
- Permet de préciser certaines typologies et profil de visiteur

A noter :

Cette méthode a été mise au point et exploitée des équipes d'ENR au début des années 90 avec un très grand succès au niveau de l'efficacité.

A recommander pour toutes les structures qui cherchent à adapter l'offre et la demande, à améliorer les performances et à définir leur thématique.

Partie 5 - Pour parler la même langue !

Conditions requises	42
Propositions	43
Un modèle de cadre d'évaluation d'opération	44
Procédure de suivi de site (fréquentation)	47
Procédure de feed-back en animation	48

Annexes

Annexes

Historique de la protection des sites et de la valorisation	50
Historique et état des lieux dans le Nord-Pas de Calais	51
Les outils sélectionnés pour le programme d'évaluation	
«L'oeuf et la poule», été 1996	52
Quelques cadres de références	53
Pour mémoire : démarches connexes	54
Elaboration de la typologie de la clientèle des sites	
du Nord-Pas de Calais	55
Champs d'évaluation renseignés par l'étude	
de fréquentation	64
Les indicateurs fondamentaux du tourisme durable	
de l'OMT (Organisation mondiale du tourisme)	66

Annexe 1 : Historique de la protection des sites et de la valorisation :

Organismes, mesures juridiques et fiscales.

Les sites naturels classés et sites naturels inscrits :

Loi du 2 mai 1930 - Protection des sites pour leur valeur paysagère.

Les Parcs nationaux :

Loi du 22 juillet 1960 et décret du 3 octobre 1961 - Protection des espaces du territoire national jugés exceptionnels pour la qualité des milieux naturels et de la faune et la flore qu'ils recèlent. En 1998, 355 communes étaient incluses dans le périmètre d'un PN.

Le Conservatoire de l'Espace Littoral et des Rivages Lacustres :

Loi du 10 juillet 1975 - Etablissement Public de l'Etat, chargé de mener une politique foncière de sauvegarde de l'espace littoral et de respect des sites naturels et de l'équilibre écologique en lien avec les collectivités locales concernées. Les terrains acquis par le CELRL deviennent inconstructibles et inaliénables. Début 1999, ils couvraient 50515 ha sur 367 sites.

Les Parcs Naturels Régionaux :

Loi du 10 juillet 1976 - Protection du patrimoine naturel et culturel (par la coordination sur le territoire des moyens réglementaires existants), contribution au développement économique et social, promotion de l'accueil, l'éducation et l'information au public. En 1998, 2972 communes étaient incluses dans le périmètre d'un PNR.

Les Conservatoires d'espaces Naturels régionaux :

Association loi 1901 (15 régions en sont pourvues) qui participent à la préservation et à l'équilibre des espaces naturels par achat, location ou conventionnement.

Les réserves naturelles :

Loi du 1^{er} juillet 1957 et 10 juillet 1975 - Assurer la protection, la conservation et la gestion d'espaces naturels de haute valeur écologique. En 1998, il existe 141 réserves naturelles en France métropolitaine.

La TDEV puis la TDENS :

Loi du 18 juillet 1985 - Elle permet aux Départements de financer l'acquisition et la protection d'espaces naturels sensibles en vue de leur ouverture au public.

Les PDIPR

(Plan Départemental des Itinéraires de Promenades et de Randonnée) :

Loi du 22 juillet 1983 - Plans élaborés par les Départements qui répondent à plusieurs objectifs : développer la pratique de la randonnée, assurer la continuité des itinéraires et permettre la conservation des chemins ruraux. [NB* : Les motivations environnementales apparaissent comme

Sources : Aménager et gérer des sites naturels remarquables
ATEN
Les indicateurs Tourisme, Environnement, territoires - IFEN

Annexes

Historique de la protection des sites et de la valorisation	50
Historique et état des lieux dans le Nord-Pas de Calais	51
Les outils sélectionnés pour le programme d'évaluation «L'oeuf et la poule», été 1996	52
Quelques cadres de références	53
Pour mémoire : démarches connexes	54
Elaboration de la typologie de la clientèle des sites du Nord-Pas de Calais	55
Champs d'évaluation renseignés par l'étude de fréquentation	64
Les indicateurs fondamentaux du tourisme durable de l'OMT (Organisation mondiale du tourisme)	66

particulièrement récurrentes et profondes chez les randonneurs : 81% indiquent que cette pratique leur permet avant tout de découvrir des sites naturels et 75% privilégient la découverte de la faune et de la flore.]

Annexe 2 : Historique et état des lieux dans le Nord – Pas de Calais

- Les parcs naturels régionaux du Nord – Pas de Calais

1968 : Création du 1^{er} PNR de France, le parc naturel régional de St Amand-Raismes

1978 : Création de l'Espace Naturel Régional par le Conseil Régional pour devenir l'outil de sa politique en matière d'environnement. Deux domaines d'action : l'éducation à l'environnement et les loisirs de proximité

1986 : Création du Parc naturel régional éclaté en trois zones, la plaine de la Scarpe et de l'Escaut, le Boulonnais et l'Audomarois

1998 : Création du Parc naturel régional de l'Avesnois

Les 3 parcs naturels régionaux couvrent aujourd'hui 25% du territoire régional.

- **Sites naturels** faisant l'objet d'une protection réglementaire : site des Caps, dunes de Flandre maritime, monts de Flandre, marais Audomarois, marais arrières-littoraux... 16 sites à caractères naturels inscrits et 15 classés.

- **Le littoral** se distingue par l'ampleur du dispositif de protection (mis en œuvre par différents partenaires) : 1/3 du linéaire côtier acquis ou en cours d'acquisition, 1/2 protégé ou géré. Le Conservatoire du Littoral est propriétaire de plus de 34 km de côtes.

- Existence d'un **Schéma Régional de Protection des Milieux et des Paysages Naturels**, élaboré par la DIREN, qui identifie les unités paysagères représentatives des paysages de la Région et méritant à ce titre d'être protégées (environ 25% du territoire régional pourrait être concerné).

- **Cap 93** : Un modèle de développement global, un schéma d'aménagement pour le Pays de la Côte d'Opale afin de protéger et gérer la valeur écologique du site et en même temps améliorer l'ouverture au public (l'offre touristique).

sources : Espace Naturel Régional en Nord – Pas de Calais – Cahier Espace, 1993

Profil et environnement de la Région Nord – Pas de Calais, 2001

Annexes

Historique de la protection des sites et de la valorisation **50**

Historique et état des lieux dans le Nord-Pas de Calais **51**

Les outils sélectionnés pour le programme d'évaluation
«L'oeuf et la poule», été 1996 **52**

Quelques cadres de références **53**

Pour mémoire : démarches connexes **54**

Elaboration de la typologie de la clientèle des sites
du Nord-Pas de Calais **55**

Champs d'évaluation renseignés par l'étude
de fréquentation **64**

Les indicateurs fondamentaux du tourisme durable
de l'OMT (Organisation mondiale du tourisme) **66**



Annexe 3 : Les outils sélectionnés pour le programme d'évaluation l'œuf et la poule, été 1996

Le questionnaire (en face à face)

Objectif de l'outil :

interroger nos visiteurs pour connaître :

- leur provenance
- leur perception du site
- leur utilisation du site, des offres d'équipement et de services mis en place
- leurs motivations de visite

Appliqué de façon quasi identique sur les sites, il permettra d'établir des comparaisons entre les différents sites d'accueil. A noter l'existence de questions spécifiques liées à l'existence de services ou d'équipements.

Observation

Objectif de l'outil :

- déterminer l'ensemble des typologies de visiteurs, de consommateurs et d'utilisateurs présents sur le site

- déterminer le niveau d'équipement
- déterminer leur utilisation ou non des offres de service et d'équipement
- évaluer la fréquentation des sentiers de randonnée / promenade / sentier de découverte mis en place et plus généralement la répartition des flux de visiteurs

L'outil retenu est le même quel que soit le site étudié : ne change que le flux.

Comptage routier (DDE)

Objectif de l'outil :

- établir un comptage routier dans l'optique de faire apparaître des pics d'affluence
- déterminer la part des véhicules passant par la voie d'accès au site et celle effectivement entrant

Comptage parking

Objectif de l'outil :

- déterminer en complément des comptages routiers des courbes d'affluence
- déterminer avec exactitude la provenance des visiteurs français et étrangers, et les types de véhicules présents sur les sites
- établir un taux de saturation du parking

Prospective

Objectif de l'outil :

- évaluer à priori les effets d'un projet d'investissement ou de développement sur le site touristique et déterminer ses conséquences sur la population

Pratiquement, il s'agira cette année d'intégrer au questionnaire des séries de questions portant sur les projets de développement et d'aménagement.

Annexes

Historique de la protection des sites et de la valorisation 50

Historique et état des lieux dans le Nord-Pas de Calais 51

Les outils sélectionnés pour le programme d'évaluation
«L'œuf et la poule», été 1996 52

Quelques cadres de références 53

Pour mémoire : démarches connexes 54

Elaboration de la typologie de la clientèle des sites
du Nord-Pas de Calais 55

Champs d'évaluation renseignés par l'étude
de fréquentation 64

Les indicateurs fondamentaux du tourisme durable
de l'OMT (Organisation mondiale du tourisme) 66

enregistrement audio

Objectif de l'outil :

- faire réagir nos publics sur certains points spécifiques : cet outil est à associer à la prospective : se pose ici un problème d'interprétation des données

prise de vue photographique

Objectif de l'outil :

- illustrer les typologies de visiteurs présents sur les lieux
- mettre l'accent sur des situations d'utilisation et de consommation de sites extraordinaires

enregistrement vidéo ou montage vidéo

Objectif de l'outil :

- matérialiser visuellement l'évolution quotidienne de l'affluence au sein des sites d'accueil
- donner la parole aux visiteurs

parcours cartographiés

Objectif de l'outil :

- représenter des parcours et des attitudes par rapport au site de manière à identifier les relations stimulus/réponse

Moyens mobilisés :

9 sites étudiés simultanément

80 personnes réquisitionnées

50 000 visiteurs interrogés ou observés

Une année entière de préparation, déroulement, exploitation

Annexe 4 : Quelques cadres de référence

Le contexte historique de l'évaluation en France

- les acteurs de l'évaluation au niveau national

Décret du 22/01/90 : dispositif interministériel d'évaluation en France. Création du Conseil Scientifique de l'Évaluation qui a défini les grands principes et les méthodes de l'évaluation des actions publiques en France. Il donne un avis sur la faisabilité des projets d'évaluation présentés par le gouvernement et les méthodes envisagées puis un avis sur la validité et la qualité des évaluations qui ont été effectuées.

1990 : création du Club de l'évaluation animé par le Ministère de la Fonction Publique pour favoriser les échanges entre fonctionnaires impliqués dans l'évaluation. Création de la Société Française de l'Évaluation.

Décret du 18/11/98 : remplacement du Conseil Scientifique de l'Évaluation par le Conseil National de l'Évaluation qui compte des représentants des ministères, des élus et des conseils économiques et sociaux.

Annexes

Historique de la protection des sites et de la valorisation 50

Historique et état des lieux dans le Nord-Pas de Calais 51

Les outils sélectionnés pour le programme d'évaluation
«L'oeuf et la poule», été 1996 52

Quelques cadres de références 53

Pour mémoire : démarches connexes 54

Elaboration de la typologie de la clientèle des sites
du Nord-Pas de Calais 55

Champs d'évaluation renseignés par l'étude
de fréquentation 64

Les indicateurs fondamentaux du tourisme durable
de l'OMT (Organisation mondiale du tourisme) 66

Certaines thématiques nationales ont fait l'objet d'une évaluation poussée : politique de l'emploi, lutte contre l'exclusion, politique de la ville, système éducatif, recherche scientifique, aide au développement, actions de modernisation administrative...

Le Comité Interministériel d'Évaluation a notamment été à l'origine de douze évaluations dont :

- ° La protection des zones humides (1994)
- ° La politique de la montagne (1998)

- Évaluation de programmes :

exemple : CPER, programmes européens

L'évaluation des CPER est une obligation. Les modalités de cette évaluation ont été précisées par la circulaire interministérielle du 9 décembre 1993 relative à la mise en œuvre de la démarche d'évaluation dans les procédures contractuelles. Lors des précédents contrats de plan (1992-1999), cette procédure s'est limitée à l'évaluation ex-post.

Le système d'évaluation des programmes financés par les fonds structurels européens relève du règlement CEE n°2080/93.

Recadrage par rapport au dispositif d'évaluation des chartes des Parcs naturels régionaux

Faire un lien avec les préconisations du cahier technique : « suivi et évaluation des chartes des PNR » - ENR et Fédération des Parcs.

Différence entre l'évaluation d'un programme d'actions qui découle de la charte et l'évaluation d'une opération ponctuelle, incluse dans ce programme.

Un lien entre ces deux niveaux d'évaluation : la fiche projet.

Annexe 5 : Pour mémoire : démarches connexes

Démarches (de gestion intégrée de la qualité) :

Objectif d'amélioration de la satisfaction et la fidélisation de la clientèle. En parallèle à cet objectif, celui d'amélioration des performances commerciales, d'accroissement de la plus-value.

Exemple : la charte de qualité des stations-services autoroutières depuis 1990 ou la démarche entreprise par les musées avec l'AFIT et la Direction des musées de France.

Ces démarches soulevaient déjà la question de l'évaluation et des indicateurs de mesure utilisés. Ces démarches concernent l'ensemble de la chaîne des composantes du produit touristique : l'information, l'accessibilité des produits, l'hébergement, l'animation.

La démarche qualité repose sur la connaissance des attentes et des niveaux de satisfaction des clientèles touristiques (à partir d'enquêtes de clientèles sur site) et une adhésion, une participation et une implication des élus et des professionnels concernés.

Annexes

Historique de la protection des sites et de la valorisation	50
Historique et état des lieux dans le Nord-Pas de Calais	51
Les outils sélectionnés pour le programme d'évaluation «L'oeuf et la poule», été 1996	52
Quelques cadres de références	53
Pour mémoire : démarches connexes	54
Elaboration de la typologie de la clientèle des sites du Nord-Pas de Calais	55
Champs d'évaluation renseignés par l'étude de fréquentation	64
Les indicateurs fondamentaux du tourisme durable de l'OMT (Organisation mondiale du tourisme)	66

L'évaluation de la satisfaction de la clientèle dans le domaine du tourisme

Audit :

Procédure qui vise à effectuer un diagnostic complet de [l'entreprise], afin de vérifier la conformité du produit par rapport à des critères de qualité spécifiques à l'activité et décrits dans une grille de mesure. L'audit n'est en aucun cas une finalité en soi mais un moyen de progresser vers la qualité et la mise en place d'un système qualité dans l'entreprise. Il n'a pas de valeur légale mais donne une photographie réaliste et objective des prestations proposées à un moment « m ».

Ce contrôle n'a de sens que s'il est vécu comme source d'information dans une démarche dynamique d'amélioration et de participation.

Normes ISO :

Il s'agit de répondre à certains critères de perfection fixés dans une charte ou un document de certification : au travers de l'AFNOR (avec sa marque NF), les normes ISO 9001 et 9002 s'appliquent aujourd'hui à divers organismes et entreprises du tourisme (musées, agences de voyages).

Il faut signaler que le label ISO 9004 ne s'applique pas seulement aux produits, mais s'applique aussi aux services qui intègrent les aspects humains de la prestation.

Annexe 6 : Elaboration de la typologie de la clientèle des sites du Nord/Pas de Calais

En 1993 par A. Douchez et L. Lemaire (Une Mise en place de l'outil de l'offre d'interprétation)

Les types de visiteurs ont été définis en fonction de leur période de fréquentation (saison, jour, heure), de leur venue seule ou en groupe, de leur origine géographique, de leurs activités et attentes.

Plusieurs types de publics se distinguent ainsi : promeneur, marcheur/randonneur, jogger, pique-niqueur, curieux, cultureux éveillé, cultureux naturaliste, montreur, pêcheur, baigneur/joueur, préleveur, photographe, fêtard...

Annexes

Historique de la protection des sites et de la valorisation	50
Historique et état des lieux dans le Nord-Pas de Calais	51
Les outils sélectionnés pour le programme d'évaluation «L'oeuf et la poule», été 1996	52
Quelques cadres de références	53
Pour mémoire : démarches connexes	54
Elaboration de la typologie de la clientèle des sites du Nord-Pas de Calais	55
Champs d'évaluation renseignés par l'étude de fréquentation	64
Les indicateurs fondamentaux du tourisme durable de l'OMT (Organisation mondiale du tourisme)	66

Cette échelle représente les quatre saisons de l'année. A lire de gauche à droite : printemps, été, automne, hiver.



Sur cette échelle figurent les sept jours de la semaine. A lire de gauche à droite : lundi, mardi, mercredi, jeudi, vendredi, samedi, dimanche.



Des pavés hachurés sur ces échelles témoignent d'une présence accrue de ce type de visiteurs.



Cette horloge représente une partie de la journée. Elle commence à 6 heures le matin et se termine à 18 heures le même jour.



Cette horloge commence à 18 heures l'après-midi et se termine à 6 heures le lendemain matin.

Elles se lisent dans le sens des aiguilles d'une montre. Les parties noircies témoignent de la présence de ce type de visiteurs.



signifie que la personne vient seule.



La personne est accompagnée, l'ensemble du groupe est classé dans ce type de visiteurs.



La personne est accompagnée. De l'ensemble du groupe, elle est la seule à être classée dans ce type de visiteurs.



Sur le site, ce type de visiteurs se déplace beaucoup.



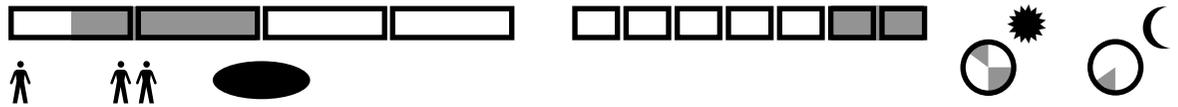
Sur le site, il occupe une partie réduite.

Le texte nous informe sur l'origine géographique de ce type de visiteurs, sur ses motivations et activités, son attitude vis-à-vis des autres et du site.

Type de visiteurs

Annexes

Historique de la protection des sites et de la valorisation	50
Historique et état des lieux dans le Nord-Pas de Calais	51
Les outils sélectionnés pour le programme d'évaluation «L'oeuf et la poule», été 1996	52
Quelques cadres de références	53
Pour mémoire : démarches connexes	54
Elaboration de la typologie de la clientèle des sites du Nord-Pas de Calais	55
Champs d'évaluation renseignés par l'étude de fréquentation	64
Les indicateurs fondamentaux du tourisme durable de l'OMT (Organisation mondiale du tourisme)	66



Promeneur

- Il habite dans la région.
- Pour rendre la balade agréable et pas trop fatigante, certaines conditions doivent être remplies :
 - . d'un paysage sauvage et varié doit se dégager une ambiance particulière ;
 - . l'endroit doit être calme, propre et sécurisant ;
 - . le terrain ne doit pas être trop accidenté et la distance à parcourir trop longue.
- Le promeneur envisage rarement une autre activité et ne réclame qu'un minimum d'informations sur ce qu'il y a à voir.
- Effectuée seule ou en groupe, la balade n'a pas la même fonction :
 - . Après un repas pris en famille ou entre amis, la promenade digestive est l'occasion pour poursuivre la conversation dans un cadre agréable. La nature sert alors uniquement de décor et n'attire guère l'attention du groupe.
 - . Le promeneur solitaire, quant à lui, considère le site comme un tremplin pour l'évasion et le rêve. Cet « ailleurs » est un lieu où il vient se ressourcer.
- Si vous lui faites remarquer que son chien doit être tenu en laisse, il vous trouvera toujours des excuses : « il est petit ! Il est pas méchant ! Il est bien dressé ! Il s'attaque à personne !... »



Marcheur/randonneur

- Habités de la randonnée ou de la marche, ils n'hésitent pas à prendre la voiture pour se rendre sur un site naturel. Ils peuvent ainsi profiter d'un paysage varié tout en échappant au macadam.
- Ils recherchent la performance physique. A la différence du marcheur, le randonneur opte pour un itinéraire long et préétabli, à parcourir à un rythme soutenu. Ils craignent peu les variations atmosphériques.
- La marche est leur seule raison d'être sur le site. Comme ils ne font que passer, ils n'ont pas l'impression de dégrader.
- Le site sert donc de cadre à leur activité physique. Il se réduit à un lieu de passage.

Annexes

Historique de la protection des sites et de la valorisation	50
Historique et état des lieux dans le Nord-Pas de Calais	51
Les outils sélectionnés pour le programme d'évaluation «L'oeuf et la poule», été 1996	52
Quelques cadres de références	53
Pour mémoire : démarches connexes	54
Elaboration de la typologie de la clientèle des sites du Nord-Pas de Calais	55
Champs d'évaluation renseignés par l'étude de fréquentation	64
Les indicateurs fondamentaux du tourisme durable de l'OMT (Organisation mondiale du tourisme)	66



Jogger

- Le jogger est du coin, et est un habitué des lieux. Il court par tous les temps.
- Le jogging est sa seule raison d'être sur le site, il s'en sert comme support à la pratique d'une activité physique.
- Il cherche, avant tout, un chemin, non macadamisé, tracé, dans un cadre agréable. Il apprécie de pouvoir courir sur un terrain dénivelé.
- Il n'a pas l'impression de dégrader puisqu'il reste sur le sentier, ni de déranger la nature puisqu'il ne fait pas de bruit.
- Occupant le site en dehors des heures d'affluence, il ne se plaint pas d'une éventuelle sur fréquentation.



Bronzé/baigneur/joueur

- Ils habitent la Région Nord-Pas-de-Calais ou y sont en vacances.
- Bien souvent, les bronzés en profitent pour se baigner et jouer au ballon, au frisbee... sur le sable ou sur l'herbe. Le site se réduit à un lieu de repos et de récréation.
- Certains cherchent un coin bronzette au calme, à l'écart, à l'abri du vent. Ils repèrent l'endroit idéal où ils reviendront tout l'été. En quelque sorte, ils se l'accaparent. D'autres s'installent parmi la foule mais délimitent leur territoire. Les uns profitent des avantages que peut présenter un site protégé tandis que les autres s'en moquent. Pour eux, seul le soleil a de l'importance.
- Ils emmènent tout le nécessaire pour se faire bronzer dans les meilleures conditions possibles : nattes de plage, chaise pliante, crème solaire, poste de radio, magazines, parasol !... sans oublier leur casse-croûte.
- A la différence des pique-niqueurs qui prennent un véritable repas et se comportent comme chez eux, les bronzés abandonnent plus facilement leurs déchets sur place (papiers gras, bouteilles vides,...).

Annexes

Historique de la protection des sites et de la valorisation	50
Historique et état des lieux dans le Nord-Pas de Calais	51
Les outils sélectionnés pour le programme d'évaluation «L'oeuf et la poule», été 1996	52
Quelques cadres de références	53
Pour mémoire : démarches connexes	54
Elaboration de la typologie de la clientèle des sites du Nord-Pas de Calais	55
Champs d'évaluation renseignés par l'étude de fréquentation	64
Les indicateurs fondamentaux du tourisme durable de l'OMT (Organisation mondiale du tourisme)	66



Pique-niqueur

- Ils sont itinérants, de passage dans le Nord-Pas-de-Calais, ou habitent la Région et sont de sortie pour la journée. En aucun cas, ce ne sont des locaux. Ils viennent en famille ou entre amis.

- Le motif de leur venue sur le site : prendre un repas en dehors de chez eux, en plein air et en profiter pour jouer à la pétanque, aux cartes, faire un petit tour,... peu importe que le site soit protégé ou non.

Ils ont besoin d'un minimum de commodités pour rendre le déjeuner agréable. Ils emmènent le matériel nécessaire : assiettes, couverts, verres, tables et chaises pliantes, glacière, barbecue, parasol,...

- Ils s'installent sur les aires gazonnées ou restent sur le parking et y monopolisent une place de stationnement. Ils s'éloignent rarement de la voiture.

- Ils ne sont pas gênés par la présence d'autres personnes.



Curieux

- Il habite la Région, y est en vacances, ou est de passage.

- Il vient :

- . juste voir le paysage, les oiseaux... pour le plaisir des yeux et des oreilles.
- . voir l'endroit dont il a entendu parler.
- . voir si les lieux ont changé depuis la dernière fois.

Il en profite pour s'oxygéner, se balader.

- Le milieu naturel ? Il n'y connaît pas grand chose et ne fait rien pour en savoir plus. Le site ne fait que susciter sa curiosité.

- Un curieux se démarque des autres : le chasseur averti. Il vient s'informer, régulièrement, dans son propre intérêt. Il vient repérer le gibier.

Annexes

Historique de la protection des sites et de la valorisation	50
Historique et état des lieux dans le Nord-Pas de Calais	51
Les outils sélectionnés pour le programme d'évaluation «L'oeuf et la poule», été 1996	52
Quelques cadres de références	53
Pour mémoire : démarches connexes	54
Elaboration de la typologie de la clientèle des sites du Nord-Pas de Calais	55
Champs d'évaluation renseignés par l'étude de fréquentation	64
Les indicateurs fondamentaux du tourisme durable de l'OMT (Organisation mondiale du tourisme)	66



«Cultureux éveillé»

- Il habite dans un rayon d'une centaine de kilomètres.
- Il s'intéresse un peu à tout ; et, pourquoi pas à la nature ?

Possédant quelques informations sur le sujet et muni d'un matériel de base, ce néophyte se situe entre le curieux et le « cultureux naturaliste ».

Il vient observer la faune et la flore, essaie de retenir le nom des espèces, et cherche à comprendre le fonctionnement général du milieu naturel.

- Ne le confondez pas avec le simple promeneur : il est plus calme, plus respectueux de la nature et se montre plus attentif à tout ce qui l'entoure.
- Le site est un lieu où il peut approfondir ses connaissances.



«Cultureux naturaliste»

- A partir du moment où le site présente pour lui un intérêt particulier, il n'hésite pas à se déplacer, quelle que soit la distance à parcourir, même s'il faut passer des frontières.

- Il a des connaissances approfondies sur le sujet qui l'intéresse. Equipé de son inévitable matériel de spécialiste, ce passionné de nature passe des heures entières à observer la faune et la flore, recenser les espèces, prendre des notes sur son calepin. Entre eux, les naturalistes échangent des informations.

- Il emploie un jargon scientifique : il parle en terme de biotope, biocénose, écosystème... Les noms « fuligule morillon, butor blongios, rousserolle, guifette,... » font partie du vocabulaire courant de l'ornithologue et « scolopendre, daphnée lauréolé, épilobe, centaurée,... » de celui du botaniste,...

- Le « cultureux naturaliste » craint moins le froid que l'affluence de visiteurs. Il n'hésite pas à les réprimander parce qu'il sait, lui, comment on doit se comporter sur un site protégé. Il fait volontiers part de ses connaissances aux visiteurs non avertis et provoque parfois chez eux un effet d'imitation.

Annexes

Historique de la protection des sites et de la valorisation	50
Historique et état des lieux dans le Nord-Pas de Calais	51
Les outils sélectionnés pour le programme d'évaluation «L'oeuf et la poule», été 1996	52
Quelques cadres de références	53
Pour mémoire : démarches connexes	54
Elaboration de la typologie de la clientèle des sites du Nord-Pas de Calais	55
Champs d'évaluation renseignés par l'étude de fréquentation	64
Les indicateurs fondamentaux du tourisme durable de l'OMT (Organisation mondiale du tourisme)	66



Montreur

- Parmi les montreurs, on distingue les montreurs « cultureux » des « non-cultureux » ?
 - Le montreur « cultureux » est du coin. Lorsqu'il reçoit de la famille, des amis, il les invite à faire un petit tour dans un endroit « chouette ». Il tient à faire voir ce qu'il y a près de chez lui. Il parle de « son platier », de « ses dunes »,... parce qu'il en est fier. Il fait visiter les lieux comme on fait visiter son jardin. Son but est de faire plaisir à ses proches même s'il n'a pas grand chose à leur apprendre. C'est pour lui l'occasion de revenir dans un endroit qu'il connaît.
 - Le montreur « cultureux » habite la Région. Il n'hésite pas à se déplacer uniquement pour faire découvrir le site à son entourage. Il l'utilise comme un espace éducatif et se plaît à animer le groupe en donnant des explications sur la faune, la flore,...
- Il veille à ce que les personnes qui l'accompagnent n'adoptent pas un comportement nuisible au site.



«Préleveur»

- Parmi les « préleveurs », on distingue les non-naturalistes des naturalistes.
- Chez les premiers :
 - . Certains profitent des avantages que peut présenter un site protégé. Ils agissent en toute conscience et tentent de se justifier : « J'ai seulement pris du sable pour que mon gamin puisse jouer à la maison. En plus, un seau, c'est pas beaucoup. Ici au moins, il est propre ».
 - . D'autres agissent dans l'ignorance. Ils veulent juste repartir avec un bouquet de fleurs sauvages, ramasser des coquillages pour compléter leur collection,...
- Les naturalistes, quant à eux, viennent déraciner des plantes, cueillir des fleurs, attraper des insectes,... avec ou sans autorisation. Ils les destineront à des études ou à la recherche.

Annexes

Historique de la protection des sites et de la valorisation	50
Historique et état des lieux dans le Nord-Pas de Calais	51
Les outils sélectionnés pour le programme d'évaluation «L'oeuf et la poule», été 1996	52
Quelques cadres de références	53
Pour mémoire : démarches connexes	54
Elaboration de la typologie de la clientèle des sites du Nord-Pas de Calais	55
Champs d'évaluation renseignés par l'étude de fréquentation	64
Les indicateurs fondamentaux du tourisme durable de l'OMT (Organisation mondiale du tourisme)	66



Pêcheur

- Le site sert de support à son activité : la pêche. Il est prêt à parcourir jusqu'à 40 Km pour pouvoir s'adonner à son loisir favori.
Equipé de cannes, bourriche, nasse,... il s'installe presque toujours au même endroit.
- Cette passion entraîne chez lui un désintéret quasi total pour les autres activités possibles sur le site. Il se contente d'une vue d'ensemble du milieu : « Un petit tour, la première fois, ça me suffit ».
- Il ne voit dans les aménagements que ceux liés à la pêche : poteaux délimitant les zones des pêche, berges,...
- Il estime avoir sa place sur le site puisqu'il dit contribuer à l'équilibre de la nature : « les meilleurs écolos, ce sont, nous, les pêcheurs ».
- Il n'a pas l'impression de dégrader parce qu'il « ne fait pas de bruit et reste à la même place ». « Ce sont les promeneurs qui dérangent le plus la nature et nous gênent, nous les pêcheurs ».
- Le pêcheur du dimanche emmène sa femme et ses enfants, et pique-nique avec eux. Pendant qu'il continue à tatiller le goujon, ces derniers en profitent pour se promener, se faire bronzer,



Photographe

- Habitant les environs, il se rend sur le site à l'occasion d'évènements tels que des marées d'équinoxe, des tempêtes,... et/ou à certaines périodes : aux moments des floraisons, des naissances, des migrations,... Il photographie les éléments déchainés, le paysage sous ses différentes couleurs, des espèces animales ou végétales peu courantes,...
- De passage dans la Région, il tient à repartir avec la photo souvenir qui attestera sa venue sur le site.
- L'amateur est à la recherche de belles prises de vue qu'il développera peut-être lui même ; il conservera les photos dans un album.
- A la différence de ce dernier, le professionnel est équipé d'un matériel sophistiqué et destine ses photographies à un tout autre usage : la vente.

A la recherche d'une image plus vivante, certaines personnes vont jusqu'à filmer.

Annexes

Historique de la protection des sites et de la valorisation	50
Historique et état des lieux dans le Nord-Pas de Calais	51
Les outils sélectionnés pour le programme d'évaluation «L'oeuf et la poule», été 1996	52
Quelques cadres de références	53
Pour mémoire : démarches connexes	54
Elaboration de la typologie de la clientèle des sites du Nord-Pas de Calais	55
Champs d'évaluation renseignés par l'étude de fréquentation	64
Les indicateurs fondamentaux du tourisme durable de l'OMT (Organisation mondiale du tourisme)	66



« Fétard »

- Jeunes, les « fétards » habitent la Région ou sont de nationalité étrangère.
- Ils se déplacent en bande et viennent s'éclater : ils chantent, dansent, jouent de la musique, font des feux de camp avec du bois trouvé sur place. Pour ce, ils emmènent poste de radio, guitares, alcools,...
- Avides de liberté, ils se comportent de façon anarchique. Ils se moquent du statut du site, des dégâts qu'ils peuvent causer,... Ils ont l'impression que l'endroit leur appartient. Le site se réduit à un espace où tout leur est permis.



Exhibitionniste

- Il habite dans la région.
- Il fréquente le site aux heures d'affluence mais n'aime pas la foule.
- Vous ne le rencontrez jamais aux abords du parking, dans les dunes tampons et sur la plage car sa présence y est indésirable.



Voyeur

- Il habite dans la région.
- Il fréquente le site aux heures d'affluence. Il ne craint pas la foule et tente même de s'y confondre afin de ne pas être repéré. Parfois, il sillonne le site à la recherche d'un endroit retiré où les gens en profitent pour se comporter autrement qu'ailleurs.
- Dans tous les cas, il n'hésite pas à rester posté pendant des heures quand le « spectacle » le satisfait.

Annexes

Historique de la protection des sites et de la valorisation	50
Historique et état des lieux dans le Nord-Pas de Calais	51
Les outils sélectionnés pour le programme d'évaluation «L'oeuf et la poule», été 1996	52
Quelques cadres de références	53
Pour mémoire : démarches connexes	54
Elaboration de la typologie de la clientèle des sites du Nord-Pas de Calais	55
Champs d'évaluation renseignés par l'étude de fréquentation	64
Les indicateurs fondamentaux du tourisme durable de l'OMT (Organisation mondiale du tourisme)	66

Annexe 7 : Champs d'évaluation renseignés par l'étude de fréquentation

Portrait des visiteurs :

Etes-vous venus seul, en famille, en groupe, avec des amis, des enfants... ?

Sexe. Age. Catégorie socioprofessionnelle. Type de foyer.

Lieu d'habitation (distance par rapport au site). Milieu de vie (grande moyenne ou petite ville, commune rurale...)

Si la personne est en vacances : durée du séjour, lieu et type d'hébergement

Jour de la visite. Saisonnalité.

Connaissance de la faune et de la flore.

Comportement et attitudes :

Etes-vous déjà venu ici ? Combien de fois ? Quand êtes-vous venu pour la 1^{ère} fois ?

Qu'est-ce vous êtes venu faire ici aujourd'hui ? Activités pratiquées.

Combien de temps êtes-vous resté sur le sentier ? Distance parcourue sur le site.

Comportement du visiteur pendant une journée.

Motivations de visite :

Pourquoi avez-vous décidé de venir sur ce site ?

Le site en trois mots.

Rapport à la protection du site :

Vous êtes dans un site protégé : le saviez-vous ? Comment l'avez-vous su ? A quoi ça sert ?

Citez deux exemples de réglementation ? Cette réglementation vous paraît-elle justifiée ?

Connaissez-vous l'organisme chargé de la protection de ce site ? Ses missions ? Ses objectifs ?

Pensez-vous que les sites sont bien protégés ? Vous sentez-vous impliqués par cette protection ?

Utilisation des offres de service :

Comment avez-vous eu connaissance de ce site ? (Bouche à oreille, signalétique routière, dépliants, SI, guide touristique...)

Connaissez-vous les maisons ou les centres d'information du Parc ?

Comment jugez-vous les équipements que vous avez utilisés pour venir sur ce site ?

Parmi les équipements ou services suivants, quels sont ceux qui vous paraissent souhaitables (pique-nique, jeux, sanitaire, garderie, boutique, restauration, téléphone, chenil, autre) ?

Avez-vous le carnet d'accompagnement du sentier ? Où l'avez-vous eu ?

L'avez-vous lu ? En accueil et information des visiteurs, êtes-vous intéressés par des brochures, des randonnées avec des gardes du parc, des tables d'orientation et panneaux d'info... ?

Bornes le long du sentier ? A quoi ça sert ? Vous en êtes vous servi ? Qu'en pensez-vous ?

Etes-vous rentré dans l'observatoire à oiseaux ? Qu'en pensez-vous ? Etiez-vous accompagné d'un guide ?

Annexes

Historique de la protection des sites et de la valorisation 50

Historique et état des lieux dans le Nord-Pas de Calais 51

Les outils sélectionnés pour le programme d'évaluation
«L'oeuf et la poule», été 1996 52

Quelques cadres de références 53

Pour mémoire : démarches connexes 54

Elaboration de la typologie de la clientèle des sites
du Nord-Pas de Calais 55

Champs d'évaluation renseignés par l'étude
de fréquentation 64

Les indicateurs fondamentaux du tourisme durable
de l'OMT (Organisation mondiale du tourisme) 66

Satisfactions et insatisfactions :

De manière générale, êtes-vous satisfait de votre visite ? Pourquoi ?

Avez-vous des remarques, des suggestions à faire ?

Impact économique :

Achats sur le site ou dans le village ?

Annexes

Historique de la protection des sites et de la valorisation **50**

Historique et état des lieux dans le Nord-Pas de Calais **51**

Les outils sélectionnés pour le programme d'évaluation
«L'oeuf et la poule», été 1996 **52**

Quelques cadres de références **53**

Pour mémoire : démarches connexes **54**

Elaboration de la typologie de la clientèle des sites
du Nord-Pas de Calais **55**

Champs d'évaluation renseignés par l'étude
de fréquentation **64**

Les indicateurs fondamentaux du tourisme durable
de l'OMT (Organisation mondiale du tourisme) **66**

**Les indicateurs
fondamentaux
du tourisme durable
de l'OMT**

INDICATEURS	OUTILS DE MESURE SPÉCIFIQUES
PROTECTION DU SITE	Catégorie de protection du site d'après l'indice de l'UICN
PRESSION	Nombre de touristes visitant le site (par an/mois d'affluence maximum)
INTENSITE D'UTILISATION	Intensité d'utilisation en période de pointe (personnes /hectare)
IMPACT SOCIAL	Ratio touristes/résidents (en période de pointe et au fil du temps)
MAITRISE DU DÉVELOPPEMENT	Existence d'une procédure d'étude de l'environnement ou de véritables contrôles de l'aménagement du site et de la densité d'utilisation
GESTION DES DÉCHETS	Pourcentage de traitement des eaux usées du site (des indicateurs supplémentaires peuvent comprendre les limites structurelles d'autres capacités d'infrastructure sur le site...)
PROCESSUS DE PLANIFICATION	Existence d'un plan méthodique pour la région de la destination touristique
ECOSYSTEMES FRAGILES	Nombre d'espèces rares ou en voie de disparition
SATISFACTION DES CONSOMMATEURS	Degré de satisfaction des visiteurs (d'après un questionnaire)
SATISFACTION DE LA POPULATION LOCALE	Degré de satisfaction de la population locale
CONTRIBUTION DU TOURISME A L'ECONOMIE LOCALE	Proportion de l'ensemble de l'activité économique due au seul tourisme

INDICES COMPOSITES

CAPACITE DE CHARGE	Outil de mesure composite d'alerte précoce relatif aux facteurs clés influant sur la capacité du site de supporter différents niveaux de tourisme
PERTURBATION DU SITE	Outil de mesure composite des niveaux d'impact sur le site (à savoir sur ses particularités naturelles et culturelles sous l'effet des contraintes cumulées du tourisme et d'autres secteurs)

INTÉRÊT

Annexes

Historique de la protection des sites et de la valorisation	50
Historique et état des lieux dans le Nord-Pas de Calais	51
Les outils sélectionnés pour le programme d'évaluation «L'oeuf et la poule», été 1996	52
Quelques cadres de références	53
Pour mémoire : démarches connexes	54
Elaboration de la typologie de la clientèle des sites du Nord-Pas de Calais	55
Champs d'évaluation renseignés par l'étude de fréquentation	64
Les indicateurs fondamentaux du tourisme durable de l'OMT (Organisation mondiale du tourisme)	66

Sources

Évaluation

CENTRE NATIONAL DE RESSOURCES DU TOURISME EN ESPACE RURAL,
Evaluer pour évoluer, Actes de la huitième université d'été du tourisme rural, 1998.

FEDERATION DES PARCS NATURELS REGIONAUX,
L'évaluation, un enjeu pour les territoires de projet, 1999.

FEDERATION DES PARCS NATURELS REGIONAUX - ESPACE NATUREL REGIONAL,
Suivi et évaluation des chartes des parcs naturels régionaux, Guide technique, 2001.

CONSERVATOIRE DE L'ESPACE LITTORAL ET DES RIVAGES LACUSTRES,
Évaluer pour évoluer, Les cahiers du conservatoire du littoral, 1997.

Stratégies touristiques et prospective

RICHEZ G., Parcs nationaux et tourisme en Europe, 1992.

MINISTERE DE L'ENVIRONNEMENT,
Réhabilitation touristique des sites délaissés, Guide de sensibilisation, 1995.

CONSEIL DE L'EUROPE, Tourisme et environnement, 1997.

Rapport de la France à la Commission du développement durable des Nations Unies, 1999.

AFIT, Sites naturels - Contribution du tourisme à leur gestion et à leur entretien, 2000.

SECRETARIAT D'ETAT AU TOURISME - CONSEIL NATIONAL DU TOURISME,
Le tourisme des années 2010, La documentation Française, 2000.

Protection de l'environnement / Gestion des espaces naturels

IBGE - LIFE NATURE, Plan de gestion de la réserve naturelle du Rouge-Cloître,
Région Bruxelles Capitale.

ATEN, Aménager et gérer des sites naturels remarquables, 1993.

ESPACE NATUREL RÉGIONAL, Colloque : Quelle démarche qualité pour la gestion des espaces naturels ? Quelle démarche de progrès pour les gestionnaires ?, 1998.

DIREN, Profil environnemental du Nord - Pas de Calais, Diagnostic, enjeux, indicateurs, 2000.

IFEN, Les indicateurs tourisme, environnement, territoires. 2000

Interprétation / Aménagement des sites pour le public

ATEN, Aménager des sentiers de promenade, 1993.

ATEN - ICOMOS, Vaut le détour ! Les grands sites, 1999.

ATEN, Etudier la fréquentation dans les espaces naturels : méthodologie, 1999,

ENR, La démarche de l'interprétation du patrimoine : de la théorie à la pratique, 1999 (réédition de l'ouvrage de 1990),

ENR, Méthodologie du plan d'interprétation, 2000 (réédition de l'ouvrage de 1990),

PNR de L'AVESNOIS - ATELIER Z, Les voies de la découverte,
Guide méthodologique pour l'élaboration d'itinéraires de découverte, à paraître en 2002.

Impact économique

AFIT, Projets touristiques, Des retombées économiques du projet, 1998.

Études de cas

ESPACE NATUREL RÉGIONAL - A. DOUCHEZ et L. LEMAIRE,
Typologie de la Clientèle des sites naturels du Nord - Pas de Calais,
in Mise en place de l'outil de l'offre d'interprétation, 1993..

ESPACE NATUREL RÉGIONAL - F. DORMIEU, Synthèse du rapport :
Evaluation de l'offre d'interprétation, Enquête dans les réserves naturelles du Romelaere et du Platier
d'Oye et dans le site naturel protégé des dunes de la Slack, 1994.

CONSERVATOIRE DE L'ESPACE LITTORAL ET DES RIVAGES LACUSTRES,
Les français et la protection du littoral, Les cahiers du conservatoire du littoral, 1995.

ESPACE NATUREL RÉGIONAL,
L'œuf et la poule, résultats site par site des études de fréquentation de l'été 1996, 1997.

« Le contenu des Cahiers techniques, notamment les méthodes qui y sont développées, a été conçu avec de nombreux partenaires et est protégé par le Code de la propriété intellectuelle du 1er juillet 1992 qui interdit expressément toute reproduction ou représentation, intégrale ou partielle, à usage collectif sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droits (art.L.122-4 de ce code). La reproduction ou la représentation, par quelque procédé que ce soit, constituerait une contrefaçon sanctionnée par les articles L.335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. »

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION : JEAN-LUC BÉGHIN/ENR
RÉDACTION : YVES DELMAIRE/ATELIER Z
COORDINATION-RELECTURE : CYRILLE DUFOUR/ENR.
CONCEPTION GRAPHIQUE : GILLES POTTIER/ENR
PHOTOS : SAMUEL DHOTE, YVES DELMAIRE.



www.enr-lille.com

17, rue Jean Roisin
BP 73 - 59028 Lille Cedex
Tél : 03 20 12 89 12
Fax : 03 20 12 89 39

**Espaces
naturels
régionaux
Nord-Pas de Calais**



Parc
naturel
régional
de l'Avesnois



Parc
naturel
régional
des Caps et
Marais d'Opale



Parc
naturel
régional
Scarpe - Escaut



REGION
NORD-
PAS DE CALAIS