



SCHEMA DE GESTION DE LA  
FREQUENTATION DES ESPACES  
NATURELS  
2025 – 2035  
PNR ALPILLES

CADRE STRATEGIQUE & FICHES  
ACTIONS

# SOMMAIRE

|  |           |
|--|-----------|
| <b>PARTIE A : LA STRATEGIE DE GESTION .....</b>  | <b>5</b>  |
| <b>1. REGARDS SUR LA PERIODE PRECEDENTE .....</b>  | <b>5</b>  |
| 1.1. LES PRINCIPES DE LA STRATEGIE 2012 DE GESTION DES ESPACES NATURELS .....                        | 5         |
| 1.2. BILAN DES ACTIONS LIEES AU 1ER SCHEMA DE GESTION DE LA FREQUENTATION DES ESPACES NATURELS.....  | 5         |
| 1.2.1. <i>De nombreux résultats positifs</i> .....   | 5         |
| 1.2.2. <i>Limites et défis</i> .....   | 6         |
| 1.3. PRINCIPALES EVOLUTIONS ENTRE 2012 ET 2025 .....   | 6         |
| <b>2. UNE NOUVELLE STRATEGIE (2025 – 2035) POUR S’ADAPTER AUX EVOLUTIONS EN COURS .....</b>          | <b>8</b>  |
| 2.1. LE CADRE DE LA NOUVELLE CHARTE (2023 – 2038) DU PNR .....                                       | 8         |
| 2.1.1. <i>Les engagements du PNR</i> .....   | 8         |
| 2.1.2. <i>Orientations et mesures de la nouvelle Charte du Parc 2023-2038</i> .....                  | 8         |
| 2.2. ENJEUX ET OBJECTIFS DE LA STRATEGIE DE GESTION DE LA FREQUENTATION 2025 - 2035 .....            | 9         |
| 2.2.1. <i>Trois grands types d’enjeux pour les sites et espaces</i> .....                            | 9         |
| 2.2.2. <i>Les principes d’actions</i> .....  | 9         |
| 2.2.3. <i>Les objectifs de la stratégie de fréquentation des espaces naturels</i> .....              | 10        |
| 2.3. ELEMENTS CLEFS DE LA STRATEGIE .....  | 14        |
| 2.3.1. <i>Une typologie des sites et des espaces naturels réprécisés</i> .....                       | 14        |
| 2.3.2. <i>Une programmation partagée des actions à entreprendre</i> .....                            | 15        |
| 2.3.3. <i>Trois leviers d’actions transversales : concertation, observation, communication</i> ..... | 16        |
| 2.4. LES MOYENS HUMAINS POUR METTRE EN PLACE LA STRATEGIE .....                                      | 16        |
| 2.4.1. <i>Poursuite et renforcement de la stratégie actuelle de ressources humaines</i> .....        | 16        |
| 2.4.2. <i>Introduction de nouvelles compétences</i> .....  | 18        |
| 2.5. LES MOYENS FINANCIERS A ENVISAGER.....  | 19        |
| 2.5.1. <i>Consolidation des ressources propres</i> .....   | 19        |
| 2.5.2. <i>Recherche renforcée de financements publics</i> .....                                      | 19        |
| 2.5.3. <i>Développement de nouveaux leviers de financement</i> .....                                 | 19        |
| 2.5.4. <i>Suivi et évaluation budgétaire</i> .....   | 19        |
| <b>3. ROLES ET INTERVENTIONS DU PNR .....</b>  | <b>21</b> |
| 3.1. LES ROLES AFFIRMES DU PNR.....  | 21        |
| 3.2. LES ROLES A PRECISER DE MANIERE CONCERTEE .....   | 22        |
| <b>PARTIE B : LES FICHES ACTION .....</b>  | <b>23</b> |
| 1. ORGANISATION DES FICHES ACTIONS .....   | 23        |
| 2. SCHEMA DE SYNTHESE.....   | 24        |
| <b>FICHE 1 – MODERNISER ET RENFORCER LE FONCTIONNEMENT DE L’OBSERVATOIRE .....</b>                   | <b>25</b> |
| 1. CONTEXTE.....   | 25        |
| 1.1. <i>Les principes opérationnels actuels de l’observatoire</i> .....                              | 25        |
| 1.2. <i>Les limites actuelles</i> .....  | 25        |
| 2. OBJECTIFS.....  | 26        |
| 2.1. <i>Rappel des 5 objectifs stratégiques du schéma de gestion de la fréquentation</i> .....       | 26        |
| 2.2. <i>Quels résultats attendre de la fiche action 1 pour ces objectifs</i> .....                   | 26        |
| 2.3. <i>Les objectifs opérationnels de la fiche action 1</i> .....                                   | 27        |

|   |  |           |
|---|--|-----------|
| 3.  | ACTIONS A ENTREPRENDRE .....   | 27        |
|   | <i>Action 1.1 : Amélioration du fonctionnement numérique</i> .....   | 27        |
|   | <i>Action 1.2 : Faire évoluer l’observation et le recueil de données</i> .....                               | 29        |
|   | <i>Action 1.3 : Mettre en place une meilleure exploitation et diffusion des résultats</i> .....              | 32        |
| 4.  | MOYENS HUMAINS ET FINANCIERS .....   | 33        |
|   | 4.1. Moyens humains à mettre en place.....   | 33        |
|   | 4.2. Moyens financiers.....  | 33        |
|   | 4.3. Maîtrise d’ouvrage.....   | 33        |
| <b>FICHE 2 - ADAPTER AUX NOUVEAUX CONTEXTES LES INTERVENTIONS SUR LES SITES NATURELS FREQUENTES .....</b> |  | <b>35</b> |
| 1.  | CONTEXTE.....  | 35        |
|   | 1.1. Le contexte général.....  | 35        |
|   | 1.2. Le cadre actuel d’intervention sur les sites naturels fréquentés .....                                  | 35        |
| 2.  | OBJECTIFS.....   | 35        |
|   | 2.1. Rappel des 5 objectifs stratégiques du schéma de gestion de la fréquentation.....                       | 35        |
|   | 2.2. Quels résultats attendre de la fiche action 2 pour ces objectifs.....                                   | 35        |
|   | 2.3. Objectifs opérationnels de la fiche action 2 .....  | 36        |
| 3.  | ACTIONS A ENTREPRENDRE .....   | 36        |
|   | <i>Action 2.1 : Etablir une typologie des espaces naturels fréquentés dans le PNR</i> .....                  | 36        |
|   | <i>Action 2.2 : Préciser les enjeux</i> .....  | 38        |
|   | <i>Action 2.3 : Préciser les critères d’analyse de ces sites</i> .....                                       | 39        |
|   | <i>Action 2.4 : Hiérarchiser les interventions</i> .....   | 41        |
|   | <i>Action 2.5 : Programmer les interventions</i> .....   | 41        |
|   | <i>Action 2.6 : Rechercher les financements et effectuer le suivi des études et des travaux</i> .....        | 45        |
| 4.  | MOYENS HUMAINS ET FINANCIERS .....   | 45        |
|   | 4.1. Moyens humains à mettre en place.....   | 45        |
|   | 4.2. Moyens financiers.....  | 46        |
|   | 4.3. Maîtrise d’ouvrage (MO).....  | 46        |
| <b>FICHE 3 : AFFIRMER DES RESEAUX D’ITINERAIRES « OFFICIELS » ET LUTTER CONTRE LES DIVAGATIONS .....</b>  |  | <b>49</b> |
| 1.  | CONTEXTE.....  | 49        |
| 2.  | OBJECTIFS.....   | 49        |
|   | 2.1. Rappel des 5 objectifs stratégiques du schéma de gestion de la fréquentation.....                       | 49        |
|   | 2.2. Quels résultats attendre de la fiche action 2 pour ces objectifs.....                                   | 50        |
|   | 2.3. Objectifs opérationnels de la fiche Action 3 .....  | 50        |
| 3.  | ACTIONS A ENTREPRENDRE .....   | 50        |
|   | <i>Action 3.1 : Définir précisément le rôle de chaque acteur et une doctrine « Alpilles »</i> .....          | 51        |
|   | <i>Action 3.2 : Renforcer le réseau pédestre officiel</i> .....  | 52        |
|   | <i>Action 3.3 : Finaliser l’action sur les circulations motorisées</i> .....                                 | 53        |
|   | <i>Action 3.4 : Définir et mettre en place le schéma cyclable balisé et ses conditions d’entretien</i> ..... | 53        |
|   | <i>Action 3.5 : Définir les projets de réseaux de trail et de réseaux équestres</i> .....                    | 53        |
|   | <i>Action 3.6 : Abandonner ou neutraliser les sentes sauvages et les parcours non officiels</i> .....        | 54        |
| 4.  | MOYENS HUMAINS ET FINANCIERS A MOBILISER .....   | 55        |
|   | 4.1. Moyens humains .....  | 55        |
|   | 4.2. Moyens financiers.....  | 55        |
|   | 4.3. Maîtrise d’ouvrage (MO).....  | 56        |
| <b>FICHE 4 – FAIRE EVOLUER LA COMMUNICATION POUR LES VISITEURS DES ESPACES NATURELS ....</b>              |  | <b>58</b> |
| 1.  | CONTEXTE.....  | 58        |
| 2.  | OBJECTIFS.....   | 58        |
|   | 2.1. Rappel des 5 objectifs stratégiques du schéma de gestion de la fréquentation.....                       | 58        |

|   |  |           |
|---|--|-----------|
| 2.2.  | Quels résultats attendre de la fiche action 4 pour ces objectifs .....   | 59        |
| 2.3.  | Objectifs opérationnels de la fiche Action 4 .....   | 59        |
| 3.  | ACTIONS A ENTREPRENDRE .....   | 59        |
|   | <i>Action 4.1 : Etablir les bases d'une communication territoriale commune modernisée et plus engageante .....</i>               | <i>59</i> |
|   | <i>Action 4.2 : Développer une communication en collaboration .....</i>  | <i>60</i> |
|   | <i>Action 4.3 : Renforcer l'usage du numérique et des données en temps réel de la part du PNR .....</i>                          | <i>61</i> |
| 4.  | MOYENS HUMAINS ET FINANCIERS A MOBILISER .....   | 63        |
| 4.1.  | Moyens humains .....   | 63        |
| 4.2.  | Moyens financiers .....  | 64        |
| 4.3.  | Maîtrise d'ouvrage (MO) .....  | 64        |
| <b>FICHE 5 – PERENNISER UNE PRESENCE HUMAINE SUR LES SITES NATURELS FREQUENTES .....</b>                  |  | <b>66</b> |
| 1.  | CONTEXTE .....   | 66        |
| 2.  | OBJECTIFS .....  | 66        |
| 2.1.  | Rappel des 5 objectifs stratégiques du schéma de gestion de la fréquentation .....   | 66        |
| 2.2.  | Quels résultats attendre de la fiche action 5 pour ces objectifs .....   | 67        |
| 2.3.  | Objectifs opérationnels de la fiche action 5 .....   | 67        |
| 3.  | ACTIONS A ENTREPRENDRE .....   | 67        |
|   | <i>Action 5.1 : Pérenniser-optimiser les opérations et dispositifs en cours .....</i>  | <i>67</i> |
|   | <i>Action 5.2 : Explorer les pistes de mutualisations des moyens (humains, matériels) pour la surveillance .....</i>             | <i>67</i> |
|   | <i>Action 5.3 : Elargir les intervenants et créer un pool de bénévoles formés : .....</i>  | <i>68</i> |
| 4.  | MOYENS HUMAINS ET FINANCIERS A MOBILISER .....   | 69        |
| 4.1.  | Moyens humains .....   | 69        |
| 4.2.  | Moyens financiers .....  | 70        |
| 4.3.  | Maîtrise d'ouvrage (MO) .....  | 70        |
| <b>FICHE 6 – CONTINUER A DEVELOPPER CONCERTATION ET COLLABORATION AVEC LES ACTEURS TERRITORIAUX .....</b> |  | <b>72</b> |
| 1.  | CONTEXTE .....   | 72        |
| 2.  | OBJECTIFS .....  | 72        |
| 2.1.  | Rappel des 5 objectifs stratégiques du schéma de gestion de la fréquentation .....   | 72        |
| 2.2.  | Quels résultats attendre de la fiche action 6 pour ces objectifs .....   | 73        |
| 2.3.  | Objectifs opérationnels de la fiche action 6 .....   | 73        |
| 3.  | ACTIONS A ENTREPRENDRE .....   | 73        |
|   | <i>Action 6.1 : Renforcer le processus de concertation .....</i>   | <i>73</i> |
|   | <i>Action 6.2 : Préciser l'écosystème de collaboration .....</i>   | <i>74</i> |
|   | <i>Action 6.3 : Un rôle levier du PNR : accompagner les acteurs locaux pour démultiplier les résultats de la stratégie .....</i> | <i>76</i> |
| 4.  | MOYENS A METTRE EN PLACE .....   | 78        |
| 4.1.  | Ressources humaines .....  | 78        |
| 4.2.  | Moyens financiers .....  | 78        |
| 4.3.  | Maîtrise d'Ouvrage .....   | 78        |
| <b>ANNEXES .....</b>  |  | <b>80</b> |

## **PARTIE A : LA STRATEGIE DE GESTION**

### **1. Regards sur la période précédente**

#### **1.1. Les principes de la stratégie 2012 de gestion des espaces naturels**

Celle-ci a été mise en place à partir de 2012 et s'appuyait sur la première charte du PNR et sur la création précédente d'un observatoire de la fréquentation des espaces naturels.

Parmi les objectifs qui structuraient cette stratégie, on retiendra :

- Réorganiser les flux de fréquentation,
- Rééquilibrer territorialement la fréquentation,
- Favoriser les départs d'itinéraires depuis les villages
- Limiter l'ouverture de nouveaux sentiers
- Prendre en compte la biodiversité
- S'appuyer sur une concertation des acteurs locaux,
- Communiquer vers les visiteurs (informer sur les itinéraires balisés et les bons comportements sensibiliser aux enjeux de préservation,...).

#### **1.2. Bilan des actions liées au 1er schéma de gestion de la fréquentation des espaces naturels**

##### **1.2.1. De nombreux résultats positifs**

La mise en œuvre de la stratégie de fréquentation des espaces naturels a globalement été bien accueillie par les acteurs locaux. Elle a conduit à des avancées notables dans plusieurs domaines

##### **1. Renforcement de la concertation**

Une dynamique constructive s'est développée autour de la Commission Locale des Espaces Sites et Itinéraires (CLESI), favorisant le dialogue et l'engagement des parties prenantes.

##### **2. La pérennisation de l'Observatoire de la Fréquentation des Espaces Naturels (OFEN)**

L'OFEN a permis de structurer la collecte et l'analyse des données, avec l'installation de 16 compteurs de fréquentation opérationnels et l'utilisation des outils SIG (Système d'Information Géographique) et SIT (Système d'Information Territorial) de l'Interparcs Sud PACA.

##### **3. Aménagement et équipement des sites**

Plusieurs sites ont bénéficié de projets d'aménagement incluant des infrastructures de stationnement, des dispositifs de canalisation des flux, ainsi que des panneaux d'information et d'interprétation.

##### **4. Valorisation des itinéraires**

De nombreux itinéraires ont été validés sur le plan foncier et promus à travers des actions de communication ciblées, renforçant leur attractivité et leur gestion durable.

##### **5. Maîtrise de la circulation motorisée**

Un schéma et un programme de fermeture des voies aux véhicules à moteur ont été élaborés en collaboration avec les communes concernées, limitant ainsi leur impact sur les milieux naturels.

##### **6. Initiatives de communication et de sensibilisation**

De nombreuses campagnes d'information et actions de sensibilisation ont été mises en œuvre pour impliquer le public dans la préservation des espaces naturels.

## 7. **Gestion des manifestations**

L'élaboration de documents techniques et un dialogue renforcé avec les organisateurs ont permis de réduire l'impact des événements sur les milieux naturels.

## 8. **Présence sur le terrain**

Des programmes innovants tels que les Ambassadeurs pour la valorisation des patrimoines en service civique et les Sentinelles du Parc ont été mis en place et la Garde Régionale Forestière ainsi que l'arrivée d'un garde assermenté offrent des modèles reproductibles et durables pour une gestion de proximité.

### 1.2.2. **Limites et défis**

Malgré les résultats positifs obtenus, plusieurs limites ont émergé dans la conduite de cette politique. Les limites internes peuvent être résumées ainsi :

- **Difficultés d'exploitation des données**

Les informations collectées par l'observatoire de la fréquentation sont encore sous-utilisées, limitant leur impact sur la prise de décision et surtout dans la diffusion de cette information

- **Nombre restreint de projets d'aménagement**

Le faible nombre de projets réalisés freine l'amélioration des infrastructures et la gestion optimale des flux.

- **Insuffisance de ressources humaines et de moyens adaptés aux objectifs**

Le déficit en ressources humaines et en moyens pour mettre en œuvre la politique reste un élément limitant pour une partie des objectifs visés.

Par ailleurs, depuis 2012, des évolutions profondes, tant sur le plan sociétal qu'environnemental, ont transformé les usages et les niveaux de fréquentation des espaces naturels et ont fortement intensifié les pressions qui pèsent sur eux.

## 1.3. **Principales évolutions entre 2012 et 2025**

Ces dernières années, la fréquentation des espaces naturels des Alpilles a connu des évolutions marquantes, influencées par des transformations sociétales et environnementales qui ont été souvent accélérées par la crise sanitaire.

- **Augmentation de la pression sur les espaces naturels**

La fréquentation s'est intensifiée, notamment hors saison estivale, avec des visiteurs attirés par une diversité de pratiques telles que la randonnée, le VTTAE, le trail ou l'observation de la nature. Cette affluence accrue a engendré :

- o La prolifération d'itinéraires non officiels.
- o Des conflits d'usage entre différentes pratiques.
- o Des impacts négatifs sur les écosystèmes, particulièrement durant les périodes sensibles pour la biodiversité (nidification, reproduction).

- **Influence des outils numériques**

Les plateformes collaboratives de partage de sites et d'itinéraires ont amplifié la fréquentation des espaces naturels et facilité la dispersion des visiteurs dans des zones peu adaptées ou fragiles.

- **Évolution des profils des publics**

Depuis la crise sanitaire, les visiteurs sont désormais plus urbains et globalement moins sensibilisés au respect des environnements naturels, augmentant les défis en matière de sensibilisation et de gestion des comportements.

- **Conséquences des changements climatiques**

Les évolutions climatiques ont augmenté les risques d'incendie due à des étés plus chauds et secs et entraîné une fragilisation des milieux naturels, mettant en péril la résilience des écosystèmes. Ils ont également incité les visiteurs à trouver des lieux de fraîcheur (baignade, forêts, ...). Ces évolutions ne font que commencer et vont se poursuivre dans les prochaines décennies.

- **Complexité liée au retour de certaines espèces**

Le retour du loup a ajouté un nouveau défi, notamment pour le partage des territoires entre les activités d'élevage et de loisir, nécessitant des adaptations spécifiques tels que le recours aux chiens de troupeaux.

- **Nouveaux types de pressions en zones périurbaines**

L'intégration de la commune d'Arles dans le périmètre du PNR a introduit de nouveaux types de pression liés à la fréquentation de publics urbains de grande proximité puisqu'en limite d'urbanisation.

**Face à cet ensemble d'évolutions constatées et à leur prolongation prévisible dans les prochaines années, il devient impératif de réviser la stratégie de gestion des espaces naturels. Une approche concertée et adaptée est nécessaire pour encadrer les flux de visiteurs, préserver les écosystèmes et répondre aux défis posés par ces transformations.**



Source : PNR Alpilles

## 2. Une nouvelle stratégie (2025 – 2035) pour s’adapter aux évolutions en cours

### 2.1. Le cadre de la nouvelle charte (2023 – 2038) du PNR

#### 2.1.1. Les engagements du PNR

Dans le cadre de la Charte, ceux sont les suivants :

- Animer l’**observatoire de la fréquentation des espaces naturels** afin d’apporter des réponses adaptées à la réalité de chaque site ;
- Mettre à jour et mettre en œuvre le **schéma de gestion de la fréquentation des espaces naturels** (feuille de route site par site contenant des propositions de gestion et d’aménagement adaptées à la sensibilité des sites) de manière partagée avec les différents usagers et gestionnaires ;
- Réaliser les **aménagement**s et **équipements** d’accueil du public dans un objectif de valorisation des paysages et de l’identité du PNR des Alpilles ;
- **Accompagner les communes** dans la réglementation de la circulation motorisée en fonction des enjeux ;
- Améliorer l’**information** et la communication sur la **fragilité des sites** et les diverses restrictions (professionnels, usagers...) ;
- Mettre en place une **équipe pérenne** d’écogardes ou d’agents de **terrain** ;
- Favoriser la **concertation** et la **coordination** des acteurs du territoire et renforcer la coopération avec les **offices de tourisme** et bureaux d’information touristique pour veiller à la prise en compte des enjeux de fréquentation.

#### 2.1.2. Orientations et mesures de la nouvelle Charte du Parc 2023-2038

Plusieurs orientations et mesures de la nouvelle Charte du Parc définissent un cadre à la stratégie de gestion de la fréquentation. Ce sont principalement :

##### **Orientation 1.1 « Préserver et favoriser la biodiversité des Alpilles » et notamment la mesure :**

Mesure 1.1.2 « préserver les espèces rares, menacées et à enjeu local de conservation »

##### **Orientation 2.3 « Créer les conditions d’une fréquentation équilibrée du territoire dans le temps et dans l’espace » et particulièrement les mesures :**

Mesure 2.3.1 « Optimiser la gestion de la fréquentation des espaces naturels »

Mesure 2.3.2 « Concilier les différents usages des espaces naturels »

Mesure 2.3.3 « Faire du Parc une destination de tourisme durable » avec une meilleure gestion des flux

Et indirectement liées :

- La mesure 2.4.3 « Promouvoir une activité pastorale garante de services écologiques et des paysages des Alpilles » ;
- La mesure 3.1.1 « Développer et valoriser les différentes filières économiques et savoir-faire du territoire qui portent les valeurs du Parc » ;
- La mesure 3.2.2 « Promouvoir des pratiques favorables à la santé » ;
- La mesure 4.1.1 « Préserver et valoriser les patrimoines culturels » ;
- L’orientation 4.2 « Promouvoir une conscience citoyenne et écologique partagée ».

## 2.2. Enjeux et objectifs de la stratégie de gestion de la fréquentation 2025 - 2035

### 2.2.1. Trois grands types d'enjeux pour les sites et espaces

Il est essentiel de bien caractériser les enjeux liés à la fréquentation pour éclairer les décisions d'aménagement, de gestion et de régulation.

- 1) **Les enjeux environnementaux** avec la dégradation des milieux naturels : érosion, pollution, piétinement, compactage des sols, destruction de la flore. La dissémination du piétinement sur les milieux naturels notamment de garrigues peut entraîner la détérioration de certaines stations botaniques (orchidées, iris, annuelles etc.).

Avec les perturbations de la faune : dérangement des espèces sensibles, interactions avec les espèces sauvages, ... Les passages répétés de visiteurs à proximité des aires de nidification des rapaces conduisent souvent à l'échec de reproduction (les adultes quittent régulièrement la couvaison et le poussin décède). Les chiens non tenus en laisse sur des secteurs rocheux riches en lézard ocellé peuvent entraîner des cas de prédation des chiens sur cette espèce rare et emblématique.

Le bruit et l'érosion des engins motorisés peuvent conduire à « rendre inerte de toute vie » des écosystèmes autrefois intéressants, empêchant notamment la nidification au sol de beaucoup d'espèces remarquables présentes dans les Alpilles.

Ces perturbations se rajoutent à d'autres comme les risques d'incendies, le réchauffement climatique, les pollutions ou l'urbanisation et contribuent à fragiliser fortement les milieux, ...

- 2) **Les enjeux sociaux** avec les conflits d'usage entre pratiquants (randonneurs, VTTistes, cavaliers, traileurs, chasseurs, etc.), les pressions sur les riverains, la sécurité des usagers notamment au niveau des stationnements et des circulations, l'accessibilité ou encore l'éducation à l'environnement.
- 3) **Les enjeux territoriaux et économiques** avec la répartition spatiale et annuelle dans la gestion des flux liés aux espaces naturels, les retombées économiques de cette fréquentation pour le territoire ou encore les effets d'image que pourrait avoir, pour le territoire, une fréquentation mal gérée.

### 2.2.2. Les principes d'actions

Fort des résultats positifs obtenus jusqu'à présent, la stratégie 2025-2035 s'articulera autour de trois principes majeurs :

- **Renforcer le cadre d'actions actuel**  
Le cadre d'actions établi lors de la première stratégie (2012-2024) demeure une base très solide. Certains ajustements seront cependant nécessaires pour mieux répondre aux objectifs recherchés.
- **S'adapter aux évolutions sociétales et environnementales en cours**  
Les transformations globales (comme le changement climatique et la transition écologique) et locales (évolution des usages et des attentes des visiteurs) nécessitent une stratégie flexible et réactive.
- **Prendre en compte un cadre budgétaire contraint**  
La gestion et la protection des espaces naturels nécessitent des ressources importantes. Cependant, les budgets actuels et les tendances futures indiquent une contrainte budgétaire accrue. Pour faire face à cette situation, la stratégie devra diversifier et pérenniser les sources de financement et optimiser le fonctionnement.

## 2.2.3. Les objectifs de la stratégie de fréquentation des espaces naturels

### a) Enoncé des objectifs

La stratégie de gestion de la fréquentation des espaces naturels s'appuiera sur les 5 objectifs suivants, en conformité avec la nouvelle charte (2023 – 2038) du PNR :

#### 1 - Diminuer les impacts environnementaux et sociaux

Limiter l'érosion, protéger la faune et les habitats fragiles, tout en réduisant les nuisances pour les riverains et en prévenant les conflits d'usages entre visiteurs.

#### 2 - Mieux répartir la fréquentation dans le temps et dans l'espace

Répartir la fréquentation sur l'ensemble du territoire (secteurs moins sensibles, équilibre économique, soulagement des sites surexposés, ...) et dans l'année (propositions estivales hors massifs, ...)

#### 3 - Limiter les divagations des visiteurs dans les espaces naturels

Canaliser les cheminements grâce à des itinéraires balisés officiels, une signalétique adaptée pour préserver les milieux sensibles, voire une action réglementaire ...

#### 4 - Améliorer le comportement des visiteurs dans les espaces naturels

Sensibiliser de manière active aux bonnes pratiques (respect de la biodiversité, propreté, quiétude des lieux) par l'information, l'éducation et la médiation.

#### 5 - Favoriser des retombées économiques durables sur le territoire

Connecter la fréquentation des espaces naturels avec l'offre locale (commerces, produits du terroir, hébergements durables) pour renforcer l'économie de proximité.

### b) Contexte et cadre d'action pour les 5 objectifs

#### Objectif 1 : Diminuer les impacts environnementaux et sociaux

Lorsque des sites subissent des impacts environnementaux ou sociaux significatifs, des actions spécifiques doivent être planifiées pour limiter ces effets.

Cette politique d'intervention doit pouvoir s'appuyer sur des données solides issues de l'observatoire ainsi que sur une capacité d'analyse de ces données à partir des systèmes SIG-SIT. Ces interventions peuvent concerner tout particulièrement certains types de sites :

##### - **Les sites hyper-fréquentés et stratégiques**

Ces lieux nécessitent des actions d'envergure pour gérer les flux et réduire les pressions. Les mesures peuvent inclure des actions comme :

- La modification des mobilités pour privilégier des modes de transport doux ou alternatifs.
- L'aménagement ou la réorganisation des infrastructures de stationnement.
- L'évolution des protections réglementaires pour mieux encadrer les usages.
- La mise en œuvre d'interventions paysagères pour préserver ou restaurer les milieux impactés.

##### - **Les zones naturelles avec des impacts limités dans l'espace ou le temps**

Ces sites requièrent des interventions ponctuelles pour gérer les pressions localisées ou saisonnières. Les actions possibles incluent :

- L'instauration de **restrictions temporaires**, notamment en période de nidification ou de reproduction, pour protéger la biodiversité.
- La réorientation des flux par la création ou l'amélioration d'itinéraires adaptés, limitant ainsi les impacts sur les zones sensibles

#### - **Des sites à neutraliser**

Dans certains cas, la fermeture ou la limitation stricte de l'accès à des sites est indispensable pour des raisons :

- o **Foncières** : Lorsque des terrains privés ou des zones sensibles sont affectés.
- o **Environnementales** : Pour protéger des habitats particulièrement fragiles ou en danger.
- o **Sociales** : Lorsqu'il existe des conflits d'usage ou des tensions importantes liées à la fréquentation.

### Objectif 2 : Mieux répartir la fréquentation dans le temps et dans l'espace

La gestion des flux repose également sur l'aménagement progressif de sites naturels d'intérêt (généralement déjà fréquentés), en suivant les principes de **préservation** et de **valorisation**. Cette approche permet une meilleure répartition de la fréquentation sur l'ensemble du territoire du PNR et dans l'année (notamment en favorisant des sites hors des espaces soumis au risque incendie en été ou des sites avec peu d'enjeux naturels au printemps, ...)

#### *Principes d'intervention*

- **Etude préalable pour chaque site** : tout développement ou aménagement doit faire l'objet d'une étude selon une méthodologie partagée et reconnue et d'une planification rigoureuse pour éviter les impacts négatifs. Une vigilance particulière est nécessaire pour les écosystèmes sensibles, comme les zones humides.
- **Adaptation spécifique par site** : Chaque site doit trouver un équilibre entre préservation (réduction des impacts) et valorisation (renforcement de l'attractivité). Le niveau d'intervention doit être ajusté en fonction des caractéristiques et des enjeux locaux de chaque site.
- **Canalisation des stationnements et des flux** : Des infrastructures adaptées doivent être mises en place pour orienter efficacement les visiteurs et limiter les impacts environnementaux.
- **Mise en défens et équipements** : Des actions ciblées, comme la protection physique des zones sensibles et l'installation d'équipements légers (balisage, panneaux d'information), contribuent à structurer et encadrer la fréquentation.

#### *Prise en compte des ressources nécessaires*

L'augmentation du nombre de sites aménagés et de la fréquentation de ces sites entraîne des besoins accrus en **entretien** (déchets, dégradations, végétation, ...), **surveillance** (garantir le respect des règles et prévenir certains comportements), **maintenance** (assurer la pérennité des aménagements et équipements). Ces exigences impliquent de réfléchir à une optimisation et mutualisation des ressources humaines et financières supplémentaires pour garantir la durabilité des aménagements.

### Objectif 3 : Limiter les divagations des visiteurs dans les espaces naturels

La stratégie de gestion des flux repose également sur une canalisation globale des visiteurs sur des itinéraires spécifiquement identifiés pour leur faible impact environnemental et social.

#### *Construire, mettre en place des schémas d'itinéraires en fonction des pratiques*

Ces itinéraires doivent être :

- **Adaptés aux différents types d'activités** (randonnée pédestre, VTT-AE-Gravel, trail, etc.), en tenant compte des besoins et des contraintes propres à chaque pratique.
- **Entretenus et balisés** : entretien régulier et balisage clair sont essentiels pour garantir la sécurité des usagers, la qualité de l'expérience et la durabilité des itinéraires.
- **Reconnus et promus à travers les différents canaux.**

#### *Limitation des divagations*

Limiter les activités hors des itinéraires autorisés, qui sont souvent à l'origine de dégradations environnementales importantes, telles que l'érosion des sols ou la perturbation des habitats naturels ou de conflits d'usages. Cela passe par des actions comme :

- Traitement des sentes (mise en défends, renaturation) ;
- Information et communication engageante ;
- Surveillance.

#### Objectif 4 : Améliorer le comportement des visiteurs dans les espaces naturels

Pour encourager des comportements respectueux et responsables, il est habituel de faire évoluer la communication, de cibler les actions de sensibilisation et de maintenir une surveillance active. Ces leviers permettent de mieux informer et accompagner les visiteurs. Généralement les principes suivants sont utilisés.

- **Évoluer vers une communication engageante, répétitive et adaptée** aux différents publics pour toucher efficacement toutes les catégories de visiteurs.
- **Intégrer des outils de communication interactive et en temps réel**, notamment via des applications ou des alertes numériques, pour informer les visiteurs directement sur site.
- **Poursuivre les collaborations directes avec les organisateurs et participants d'événements** pour renforcer les messages de sensibilisation à grande échelle.
- **Renforcer la présence humaine sur les lieux fréquentés** pour sensibiliser directement et intervenir rapidement en cas de comportements inappropriés.

#### Objectifs 5 : Favoriser des retombées économiques durables sur le territoire

Connecter la fréquentation des espaces naturels implique souvent de connecter les lieux de stationnements de départ et les itinéraires avec les villages et/ou avec des lieux économiques. Cela peut être également de favoriser ce lien à partir des supports de communication. Cela peut donc impliquer :

- Dans tous les projets d'aménagement, de privilégier si cela est possible, le départ ou le passage des itinéraires par les communes et/ou les zones de production locales pour maximiser les retombées économiques.
- Dans la communication, de promouvoir les producteurs et marchés locaux dans les parcours touristiques et la mise en avant des savoir-faire régionaux.

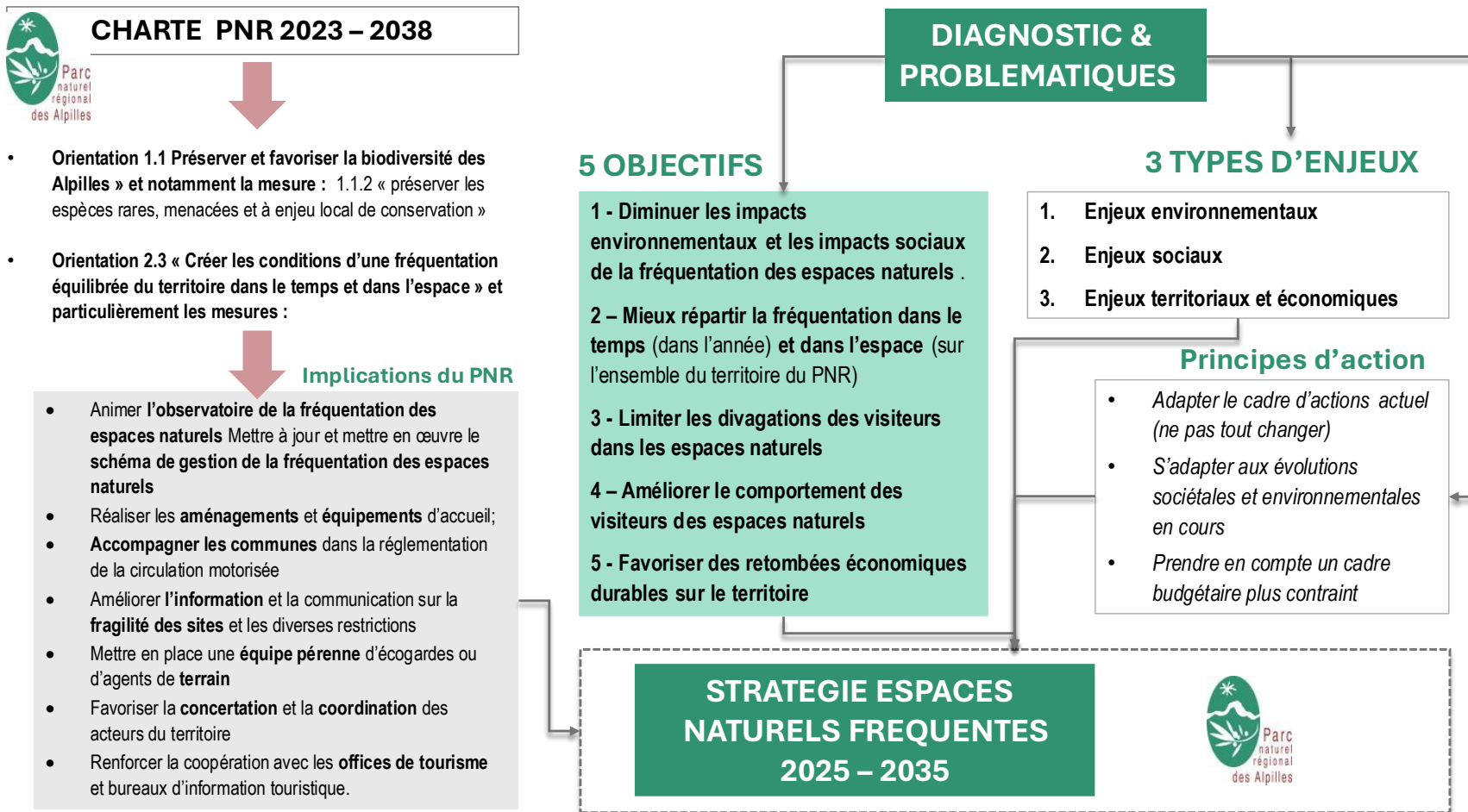


Schéma de contexte pour la stratégie

## 2.3. Éléments clefs de la stratégie

### 2.3.1. Une typologie des sites et des espaces naturels reprecisés

Le Parc naturel régional des Alpilles structure son action autour d'une **typologie hiérarchisée et fonctionnelle des espaces naturels fréquentés**, permettant une gestion cohérente des flux, une protection efficace des milieux et une priorisation des interventions.

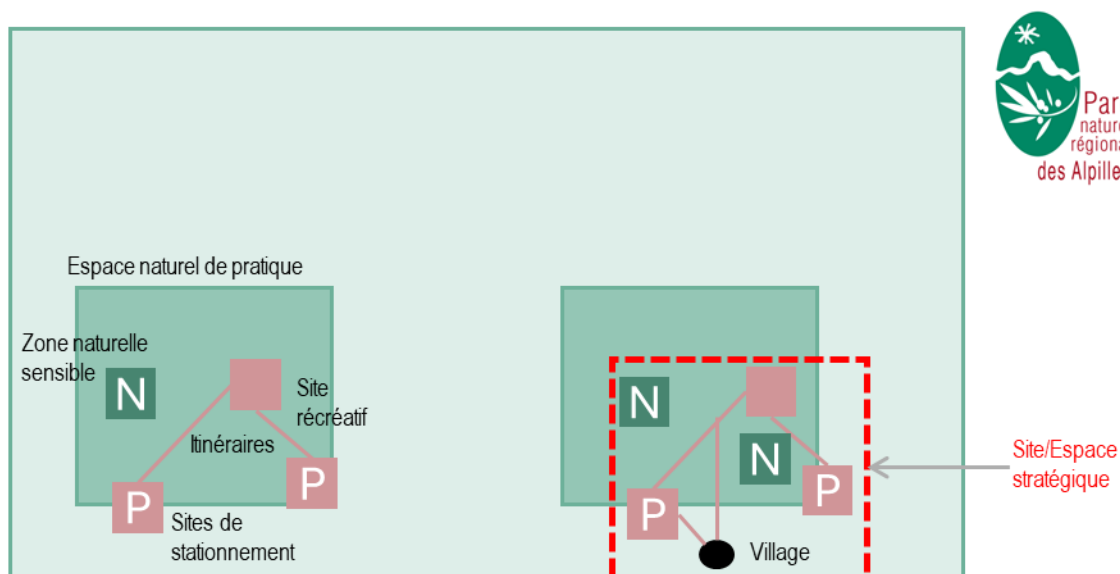
Cette classification, inspirée de la typologie **ESI des PDESI**, repose sur trois niveaux imbriqués :

| Niveau   | Définition   | Exemples / Caractéristiques   |
|--|--|---|
| <b>1 - Espace naturel de pratique</b>                                | Grand ensemble paysager ou écologique structurant, souvent inscrit dans une logique d'unité de gestion ou d'identité territoriale et où existent un ensemble de pratique de pleine nature.   | Massif des Opies, Plateau de la Caume, Vallée des Baux                                |
| <b>2.A - Site fréquenté récréatif ou d'activité de pleine nature</b> | Lieu ponctuel, localisé, parfois aménagé, pouvant accueillir une ou plusieurs pratiques (récréatives comme point d'eau, sportives comme site d'escalade, ou contemplatives comme lieu panoramique).  | Belvédère, site d'escalade falaise, aire de pique-nique, plan d'eau, site de baignade |
| <b>2.B - Site d'accès aux espaces naturels, de stationnement</b>     | a) Site d'accueil : Zone aménagée pour accueillir le public et les véhicules (voiture, vélo, bus) en amont d'un espace ou d'un site fréquenté et lié à une activité. Intègre des fonctions de régulation, d'information, de départ d'itinéraire.<br>b) Il existe également des sites de stationnement sauvage, souvent en bord de route, utilisés par différents publics. Se pose la question de leur pérennité en fonction des usages et impacts. | Parking périphérique de massif, aire de stationnement paysagée, zone de dépose de bus |
| <b>3 - Itinéraire</b>  | Parcours linéaire ou en boucle, balisé ou non, emprunté pour la randonnée, le trail, le VTT, l'équitation...   | GR® ou PR, boucle VTT, parcours trail, sentier botanique                              |

Deux  **périmètres d'analyse**  complètent cette typologie :

- **Les zones naturelles sensibles** sont identifiées à partir de critères écologiques (habitats d'intérêt communautaire, espèces protégées, diagnostics naturalistes). La fréquentation humaine peut y entraîner des impacts notables sur les habitats, les espèces, les sols ou les milieux hydriques. Elles sont souvent traversées ou bordées par des itinéraires, des sites ou des infrastructures, ce qui nécessite une attention renforcée en matière de gestion, d'aménagement, et, le cas échéant, de régulation ou de restriction d'accès.
- **Les sites ou espaces stratégiques** sont des lieux du territoire où se concentrent un ensemble d'enjeux croisés, rendant leur gestion particulièrement sensible et prioritaire. Il peut s'agir d'un site unique à forte intensité d'usage, ou d'un ensemble de sites interconnectés qui forment un système cohérent (ex. : belvédère + sentiers + stationnement + site naturel fragile) au sein d'un espace naturel de pratique. Ils nécessitent une approche globale, des projets structurants et une gouvernance partenariale.

Cette typologie partagée est utilisée comme **outil d'analyse, d'aide à la décision et de coordination territoriale**.



### 2.3.2. Une programmation partagée des actions à entreprendre

Le PNR des Alpilles met en œuvre avec les acteurs territoriaux une **programmation territoriale concertée des interventions**, à partir de l'évaluation croisée des sites et de leurs enjeux.

Les types d'actions identifiées peuvent être regroupés en plusieurs catégories :

- **Aménagements de stationnements** (création, requalification, intégration paysagère) ;
- **Équipements et valorisation des sites fréquentés**, dans une logique de préservation (mobilier, panneaux, mise en défens...) et de valorisation durable ;
- **Neutralisation et fermeture de sites sensibles ou dangereux**, accompagnées de mesures écologiques et de communication ;
- **Création, balisage et entretien des itinéraires officiels**, pour canaliser la fréquentation et garantir la qualité des parcours ;
- **Actions de lutte contre les divagations**, via le balisage, les dispositifs dissuasifs et la sensibilisation ; les fermetures de pistes ;
- **Interventions sur les espaces dit stratégiques**, incluant les aménagements complexes, l'organisation des mobilités, le traitement paysager et la gestion des flux ;
- **Actions spécifiques sur les zones sensibles**, avec parfois des mesures réglementaires (déviation d'itinéraire, fermeture temporaire...).

Ces interventions sont encadrées par un « **Guide méthodologique et technique d'intervention** » qui définit les modalités d'action, les typologies de site et les principes d'aménagement.

La **programmation s'appuie sur une hiérarchisation des sites** et une **répartition claire des rôles** entre partenaires (communes, intercommunalités, Département, PNR, associations), en fonction de leurs compétences, de leurs moyens et de leur implication.

### 2.3.3. Trois leviers d'actions transversales : concertation, observation, communication

La réussite de cette stratégie repose sur trois dimensions transversales qui accompagnent la mise en œuvre opérationnelle des interventions :

#### a) Observation – Suivi

Une observation fine de la fréquentation (quantitative et qualitative) et de ses impacts est essentielle pour orienter les priorités.

Cela repose sur des outils combinés : éco-compteurs, études de terrain, retours des agents, données SIG (Système d'Information Géographique), voire outils numériques comme le flux mobile. Une évolution sur le recueil de données et sur l'automatisation du traitement est à prévoir.

Les données recueillies alimentent les tableaux de bord territoriaux et permettent des ajustements dynamiques.

#### b) Concertation – Collaboration

La co-construction est au cœur de l'action du PNR. La concertation implique une mobilisation des communes, des intercommunalités, des services du Département, de la Région et de l'État, des gestionnaires de sites, des associations et des usagers.

Elle se traduit par un travail renforcé autour de la CLESI (Commission Locale des Espaces Sites et Itinéraires), des groupes de travail thématiques, des démarches de médiation territoriale et une volonté de clarifier les rôles de chacun dans une logique de **gouvernance partagée**.

#### c) Communication – Sensibilisation

Une stratégie de communication active et ciblée accompagne chaque action. Elle vise à **responsabiliser les visiteurs**, à valoriser les bonnes pratiques, à renforcer l'adhésion locale et à donner de la lisibilité à la politique du Parc.

Messages modernisés, supports physiques (signalétique, panneaux), numériques (site web, QR codes, réseaux sociaux), et actions humaines de présence sur site (ambassadeurs, bénévoles, guides) sont les fondations d'une telle action.

## 2.4. Les moyens humains pour mettre en place la stratégie

### 2.4.1. Poursuite et renforcement de la stratégie actuelle de ressources humaines

Le maintien des **postes existants** constitue un socle essentiel pour poursuivre les actions engagées sur la gestion de la fréquentation. Toutefois, l'évolution des pratiques de pleine nature, la hausse de la fréquentation et l'élargissement des sites concernés impliquent une **adaptation des missions** et une **montée en compétence des équipes**. Ces besoins plus importants **se heurtent cependant à un cadre budgétaire qui risque d'être de plus en plus contraint**.

#### a) Postes mobilisés actuellement :

- Agents de la **Garde Régionale Forestière (GRF)** : assurent la **surveillance et la sensibilisation du public** sur les sites sensibles.
- **Sentinelles du Parc** : relais de terrain au plus proche des usagers, jouant un rôle central dans l'**observation, l'alerte et l'information** des visiteurs.

- **Gardes assermentés** : assurent les **contrôles réglementaires** dans les zones à forte pression.
- **Garde monté(e)** : présence dissuasive et médiatrice sur des itinéraires difficilement accessibles en véhicule.
- **Services civiques** : soutien ponctuel pour l'**accueil**, la **sensibilisation**, l'**appui aux animations** et **aux opérations de terrain**.
- **Chargé(e) de mission** : coordination, suivi des programmes, animation des partenariats, appui technique et stratégique.
- **Actions des personnels communaux en matière d'entretien**



b) Besoins liés aux évolutions :

La croissance des sites aménagés et de leur fréquentation peuvent générer des besoins accrus comme l'entretien régulier (déchets, végétation, dégradations), la surveillance préventive (respect des règles, cohabitation), maintenance des équipements pour garantir leur durabilité.

L'importance de plus en plus forte du traitement numérique de l'information et des données, implique au niveau des équipes des savoir-faire ponctuels ou permanents dans différents domaines liés à ces thématiques.

c) Optimisation et adaptation des ressources humaines actuelles

Afin de gagner en efficacité, plusieurs leviers peuvent être activés pour mieux valoriser les ressources existantes :

| Axes d'optimisation RH                                      | Objectif principal   |
|---|--|
| Évolution du poste de chargé(e) de mission                  | Recentrage sur les missions à forte valeur stratégique<br>Délégation des tâches secondaires  |
| Mobilisation transversale des autres chargé(e)s de mission  | Mutualisation de la partie observation et suivi Utiliser leurs compétences pour l'observation sur le terrain et la traduction SIG SIT                                    |
| Évolution des missions des sentinelles et services civiques | Mieux adapter leur lieux et moments d'interventions grâce à l'observation, faire évoluer les profils en fonction des besoins, renforcer les compétences par la formation |
| Déploiement d'outils numériques                             | Automatiser les tâches répétitives dans l'observation et la gestion SIG avec de la programmation.  |
| Renforcement des collaborations extérieures                 | Mutualiser une partie des actions avec les collectivités   |
| Développement du bénévolat structuré                        | Impliquer davantage de citoyens formés sur le terrain  |

## 2.4.2. Introduction de nouvelles compétences

L'évolution des enjeux liés à la fréquentation des espaces naturels, à la numérisation des outils de gestion et à la complexification des circuits de financement impose l'acquisition ou le renforcement de compétences clés, au sein du PNR ou via des partenariats territoriaux.

### a) Compétences numériques SIG

La capacité à **analyser, modéliser et visualiser les données spatialisées** est aujourd'hui un levier stratégique pour mieux comprendre la fréquentation, planifier les interventions et évaluer les impacts. Ces compétences sont également utiles à la communication, à la sensibilisation du public et au partage d'informations avec les partenaires. Des actions concrètes peuvent être envisagées :

- **Montée en compétences internes :**  
Intégration de profils sensibilisés au numérique dans les missions de service civique ;  
Formations ciblées sur QGIS, bases de données, croisement avec les couches environnementales, ou création de supports cartographiques interactifs.
- **Expertise externe ponctuelle :**  
Appui technique pour la mise en place de système de traitement automatique, de tableaux de bord SIG, de systèmes de suivi en temps réel, ou de solutions d'observation innovantes
- **Renfort par recrutement ou mutualisation :**  
Recrutement à temps partiel d'un technicien SIG ou mutualisation possible à l'échelle du réseau des PNR de la région, du Département, ou d'intercommunalités proches, pour partager l'expertise et les outils.

### b) Compétences en communication numérique (réseaux sociaux, outils interactifs, applications)

L'évolution des pratiques de visite et l'usage généralisé du numérique par les publics, notamment les applications liées aux espaces naturels type Visorando impliquent une montée en compétences en communication digitale, en lien direct avec les enjeux de fréquentation des espaces naturels.

**Cela passe aussi par :**

- **Montée en compétences internes :**  
Intégration de profils en communication numérique dans les missions de service civique ; formations internes sur l'utilisation des applications spécifiques
- **Expertise externe ponctuelle** comme par exemple création de messages et pictogrammes adaptés...

### c) Ingénierie de financement

Le développement d'actions structurantes implique de plus en plus de **mobiliser des financements pluriels**, publics comme privés. La maîtrise des logiques de montage de dossiers, de recherche de partenaires, de veille sur les appels à projets est aujourd'hui incontournable. Trois axes principaux peuvent structurer cette montée en puissance :

- **Renforcement des compétences internes**
- **Création ou appui par un profil dédié :** Recrutement ou accueil ponctuel d'un spécialiste en montage de projets européens, environnementaux ou touristiques (LIFE, Interreg, Horizon, FEDER, etc.), ou en mécénat et partenariats.
- **Structuration d'un réseau de veille et d'aide au montage :** coopération avec les services techniques du Département, de la Région ou des structures partenaires (ex. : CPIE, Agences régionales, DREAL) pour bénéficier d'un appui coordonné.

## 2.5. Les moyens financiers à envisager

La mise en œuvre de la stratégie de gestion de la fréquentation des espaces naturels du PNR des Alpilles nécessitera une mobilisation renforcée de moyens financiers.

Ce besoin s'inscrit dans un contexte global marqué par **une pression croissante sur les budgets publics**, une **rareté relative des financements de fonctionnement**, et une **montée en complexité des dispositifs d'aide, notamment européens**.

Dans ce cadre, le PNR devra non seulement **optimiser ses ressources propres**, mais aussi renforcer ses **compétences internes en ingénierie financière** pour sécuriser et diversifier ses sources de financement.

L'enjeu est d'assurer la pérennité des actions engagées, la capacité à répondre aux appels à projets compétitifs et la mobilisation de nouveaux partenariats, publics comme privés, au service d'une stratégie ambitieuse et durable

### 2.5.1. Consolidation des ressources propres

- Améliorer les **services rendus aux collectivités membres**, afin de garantir leur implication continue.
- Étendre les **cotisations aux collectivités non encore membres** ou renforcer les contributions existantes.
- Développer les **prestations payantes** (accompagnement, formations, expertise) et les **produits dérivés** (publications, supports pédagogiques).

### 2.5.2. Recherche renforcée de financements publics

- Structurer une **stratégie de réponse aux financements** (FEADER, LIFE, FEDER, Horizon Europe, programmes régionaux...).
- S'inscrire dans des **projets territoriaux à dimension européenne ou interrégionale** (Interreg, MED, etc.).
- Mobiliser les dispositifs nationaux de soutien à la biodiversité, à la transition écologique, ou à la gestion des infrastructures durables.

### 2.5.3. Développement de nouveaux leviers de financement

- Recherche de **mécénat privé ou sponsoring**, avec une attention particulière aux entreprises du territoire.
- Sollicitation de **fondations environnementales**.
- Création d'un **fonds de dotation** dédié à la préservation et à l'accueil dans les espaces naturels.
- **Partenariats public-privé** pour le cofinancement de certaines infrastructures (mobilier, signalétique, observatoires, parkings).
- Implication des **acteurs locaux** (clubs, commerçants, hébergeurs) dans l'entretien ou la valorisation des sentiers.

### 2.5.4. Suivi et évaluation budgétaire

- Mise en place d'un **tableau de bord financier** dédié à la stratégie de gestion de la fréquentation, pour suivre l'évolution des dépenses, identifier les marges de manœuvre et ajuster les priorités selon les résultats. Ce tableau de bord permet de :
  - o **Suivre en temps réel** l'état des dépenses et des recettes liées à la stratégie (par fiche action, type d'intervention, financeur, phase de projet, etc.).
  - o **Identifier les écarts** entre prévisions et réalisations, et ajuster la planification en conséquence.

- **Mettre en évidence les cofinancements** mobilisés (fonds régionaux, européens, partenariats privés) et les contributions de chaque partenaire.
  - **Permettre aux élus, financeurs et partenaires** d’avoir une vision claire de la gestion budgétaire et de la trajectoire pluriannuelle de la stratégie
- **Analyse de retour sur investissement** : Mesurer les bénéfices des investissements / indicateurs de suivi (amélioration de la biodiversité, satisfaction des visiteurs, attractivité locale) pour justifier la poursuite ou l’extension des actions. Il s’agit ici de ne pas limiter l’évaluation aux seuls aspects financiers, mais d’intégrer les retombées sociales, environnementales et économiques des actions menées. Cette approche justifie la pertinence des dépenses et oriente les choix futurs. Voici des exemples d’indicateurs de suivi du retour sur investissement :
- **Indicateurs environnementaux** : réduction des impacts sur les milieux sensibles, évolution de la biodiversité locale, nombre de sites restaurés, nombre d’infractions environnementales.
  - **Indicateurs sociaux** : taux de satisfaction des visiteurs, taux d’adhésion aux messages de sensibilisation, nombre de conflits d’usage, implication des habitants et bénévoles.
  - **Indicateurs économiques** : fréquentation des sites labellisés ou aménagés, augmentation de l’activité touristique durable (hébergements, restauration, circuits courts), retour sur les partenariats public-privé.
  - **Indicateurs de gouvernance** : nombre de partenaires impliqués, coordination renforcée, mutualisation de moyens, suivi des engagements de la Charte.



Source : Chemins des Parcs

## 3. Rôles et interventions du PNR

### 3.1. Les rôles affirmés du PNR

#### - Animation de l'Observatoire (OFEN)

Le PNR anime et gère l'Observatoire de la Fréquentation des Espaces Naturels (OFEN), qui constitue la base de données indispensable à l'élaboration d'une stratégie territoriale objective. Cet outil doit permettre de suivre les tendances de fréquentation, d'évaluer les impacts sur l'environnement et de définir des priorités d'intervention.

#### - Définition et mise à jour de la stratégie territoriale

Le PNR est responsable de concevoir, d'animer et d'actualiser une stratégie territoriale pour une gestion durable des flux de visiteurs des espaces naturels. Cette stratégie est formalisée à travers des documents de référence comme la Charte du PNR et le « Schéma de gestion de la fréquentation des Espaces naturels du PNR des Alpilles » et un document de programmation des interventions.

#### - Animation de la concertation et des collaborations avec les acteurs du territoire

Le PNR assure l'animation des instances comme la CLESI et organise des concertations régulières avec les collectivités, acteurs locaux, fédérations sportives et associations, privés, acteurs de la communication, .... Il joue un rôle de facilitateur pour garantir la coordination. Il est le moteur de la collaboration entre les parties prenantes. Il veille également à assurer une cohérence entre les actions menées sur l'ensemble du territoire.

#### - Réalisation de documents techniques :

Le PNR réalise et met à jour, de manière concertée, des documents techniques à destination des acteurs (type "doctrine territoriale") ou encore différents supports pour les acteurs locaux (ex guide des manifestations).

#### - Apport d'ingénierie et de conseil

Le PNR propose une expertise dans divers domaines *Cet accompagnement peut porter par exemple sur :*

- Les études d'impact ou de sensibilité écologique.
- Les aspects juridiques et réglementaires (Code de l'environnement, Natura 2000).
- L'ingénierie de projet (fiches actions, financement, AMO).
- L'organisation d'ateliers, formations et assistance technique sur mesure.

Ces compétences sont mises à disposition des collectivités et acteurs locaux sous forme de conseils, formations ou accompagnements techniques.

#### - Sensibilisation et surveillance des visiteurs

Le PNR réunit les moyens, les ressources humaines et les compétences pour intervenir des différentes manières. Cela inclut, les interventions sur le terrain, l'éducation à l'environnement, la formation des professionnels (guides, offices de tourisme, organisateurs d'événements), l'accompagnement des collectivités dans leurs démarches de sensibilisation pour sensibiliser les visiteurs et exercer des actions de surveillance. Il travaille en collaboration avec différents acteurs locaux.

#### - Communication grand public

Le PNR participe à développer des outils numériques, des supports pédagogiques, des guides et cartes pour la découverte des espaces naturels et leur préservation et mène des campagnes ciblées pour guider les visiteurs et renforcer l'implication des habitants dans la préservation des sites.

## 3.2. Les rôles à préciser de manière concertée

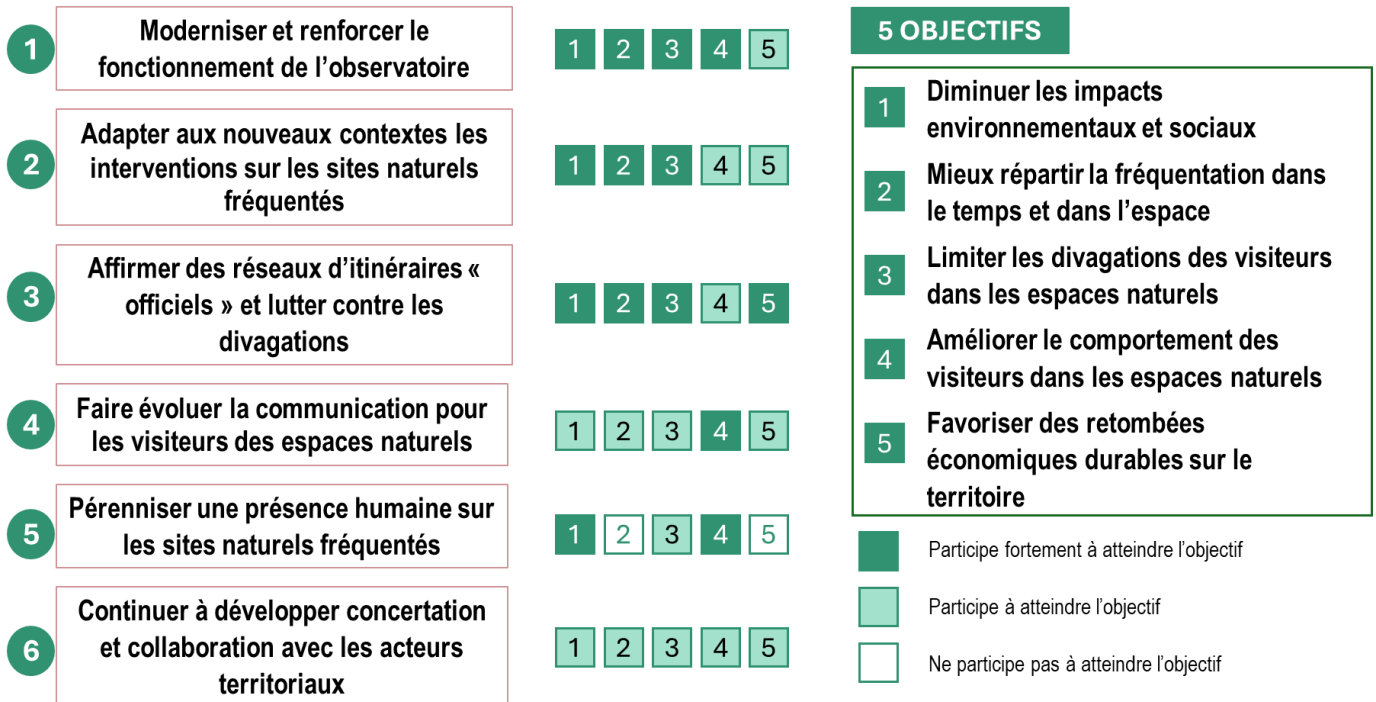
Le PNR précise avec les principaux acteurs des collectivités territoriales ; Département, Intercommunalités, Communes son rôle dans les interventions suivantes

| Thématique  | Rôles possibles du PNR   | Partenaires potentiels  |
|---|--|---|
| <b>Définition de projets territoriaux PNR – notamment innovants / pilotes</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identification des enjeux et priorisation des projets</li> <li>- Fléchage et définition de projets stratégiques</li> <li>- Expérimentation de projets pilotes transférables</li> <li>- Animation partenariale (méthodes participatives, gouvernance)</li> </ul>                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- EPCI (selon compétences )</li> <li>- Communes (foncier, sécurité, services techniques, chemins )</li> <li>- Département (PDIPR, PDESI, direction des routes RD)</li> <li>- Fédérations sportives et de randonnée (reconnaissance, réglementation, labels, clubs locaux )</li> <li>- Région (financements et schémas directeurs)</li> <li>- État (DDTM, DREAL, OFB selon enjeux réglementaires)</li> <li>- Bureaux d'étude</li> </ul> |
| <b>Définition de schémas de mobilités douces à l'échelle du territoire</b>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Études et diagnostics (flux, points noirs, besoins)</li> <li>- Concertation et médiation entre acteurs</li> <li>- Études foncières (acquisitions, conventions)</li> <li>- Élaboration de schémas stratégiques et de continuités écologiques et récréatives</li> </ul>                         |   |
| <b>Projet d'aménagement de site</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Études préalables environnementales, paysagères et patrimoniales</li> <li>- Assistance à maîtrise d'ouvrage (AMO)</li> <li>- Suivi de chantier et gestion de projet</li> <li>- MO déléguée éventuelle</li> </ul>  |   |
| <b>Projet d'aménagements d'itinéraires</b>                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Études préalables (diagnostics écologiques, techniques, fonciers)</li> <li>- Définition de schémas de maillage</li> <li>- Suivi des travaux, balisage, signalétique</li> <li>- Mise en place de chartes d'usage / cohabitation des pratiques</li> </ul>                                       |   |
| <b>Gestion de site</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Surveillance, accueil et orientation des visiteurs</li> <li>- Mise en place de dispositifs de régulation (quotas, parkings, navettes)</li> <li>- Suivi écologique et fréquentation</li> <li>- Entretien courant et restauration des milieux</li> </ul>  |   |
| <b>Recherche de financements</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Veille et montage de dossiers</li> <li>- Mobilisation de financements européens (LIFE, Interreg, FEDER, LEADER), nationaux (État, Région, ADEME), départementaux</li> <li>- Recherche de partenariats privés (mécénat, fondations)</li> <li>- Montage d'appels à projets innovants</li> </ul> |   |
| <b>Suivi et évaluation</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mise en place d'indicateurs de suivi (écologiques, socio-économiques, fréquentation)</li> <li>- Production de bilans réguliers</li> <li>- Ajustement des mesures de gestion</li> </ul>  |   |
| <b>Sensibilisation et communication</b>                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Développement d'outils pédagogiques</li> <li>- Organisation de campagnes de sensibilisation et de formation</li> <li>- Diffusion de chartes de bonnes pratiques</li> <li>- Implication des habitants et scolaires</li> </ul>  |   |

## PARTIE B : LES FICHES ACTION

### 1. Organisation des fiches actions

Le plan d'action s'organise autour de 6 fiches actions concourant à atteindre les 5 objectifs fixés. L'action de modernisation de l'observatoire est une entrée indispensable pour orienter les 4 actions de concrètes de terrain. L'action 6 est une action transversale pour gagner en efficacité et en adhésion territoriale à la stratégie. L'ensemble est accompagné d'une programmation de travaux et d'un plan de renforcement des moyens.

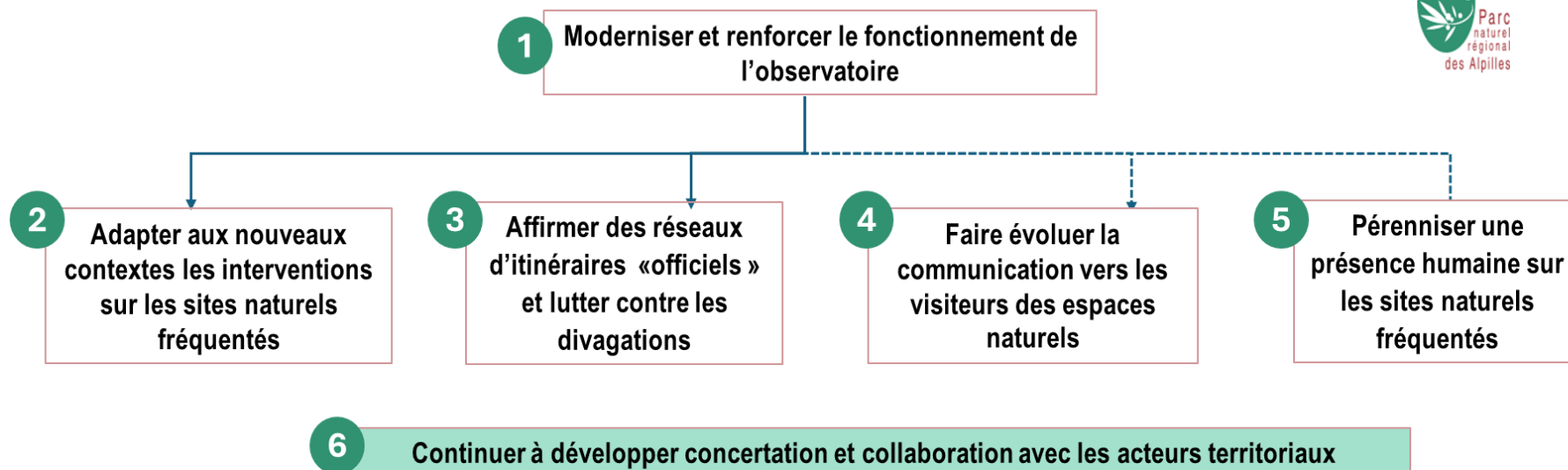


## 2. Schéma de synthèse

# STRATEGIE



### 6 FICHES ACTIONS



Stratégie de moyens et calendrier