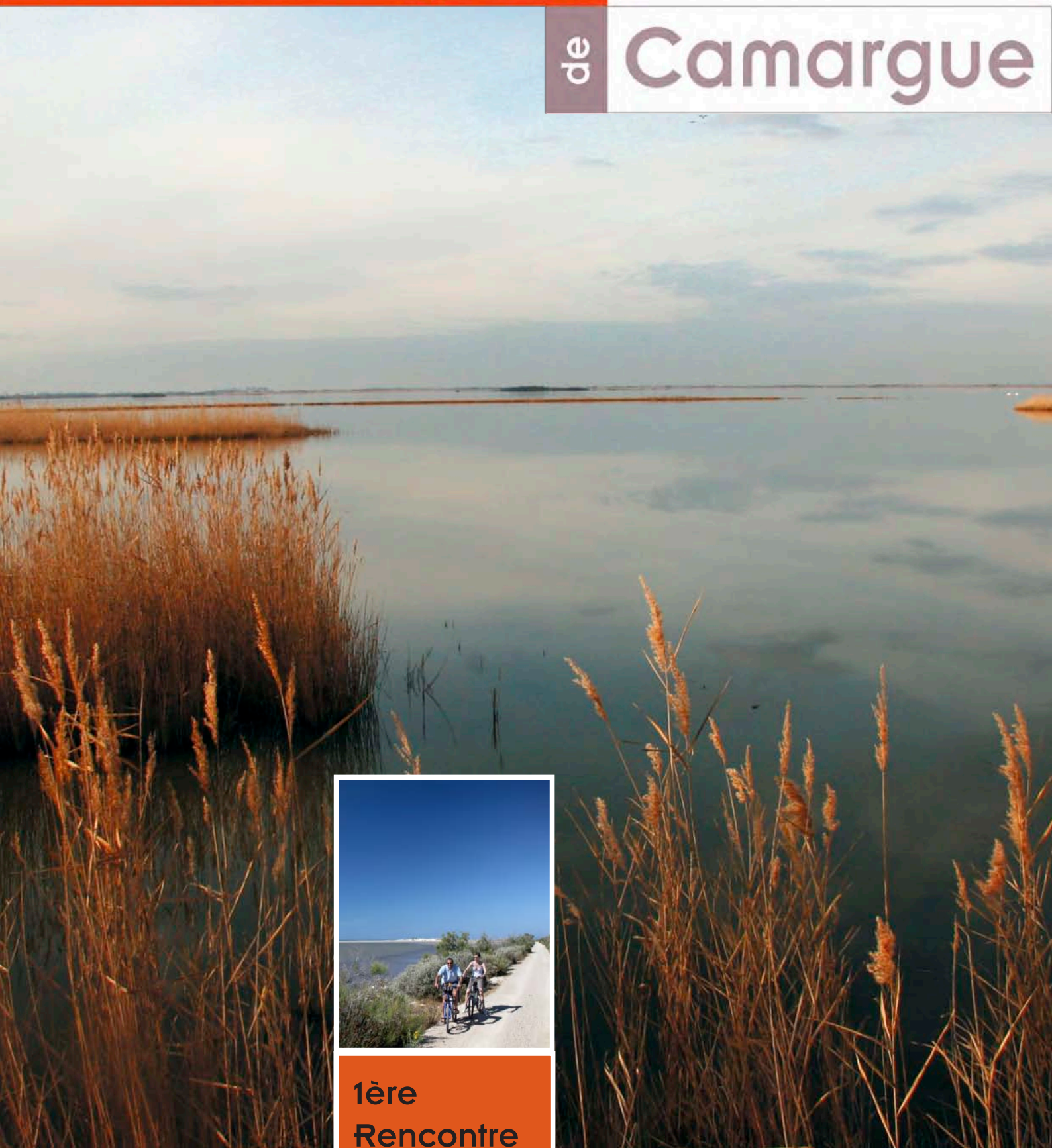


# Parc naturel régional

de

# Camargue



**1ère  
Rencontre  
du  
Tourisme  
durable en  
Camargue**

jeudi 16 mai 2013

Dossier  
de presse



# 1ère rencontre du tourisme durable en Camargue

Le jeudi 16 mai 2013 de 9h à 12h30  
au Parc naturel régional de Camargue  
Mas du Pont de Rousty - Arles

## Sommaire

- p 3 : Le programme de la journée
- p 4 : Les clientèles touristiques de la Camargue
- p 6 : Les grands axes de la politique du tourisme durable au Parc naturel régional de Camargue
- p 8 : Les modalités du tourisme durable sur le territoire
- p 11 : La promotion de l'offre de tourisme durable en Camargue

## Infos pratiques

Parc naturel régional de Camargue  
Mas du Pont de Rousty – 13 200 ARLES  
Tel : 04 90 97 10 40

## Contacts presse

Muriel Cervilla, Chef de projet relations avec les habitants,  
évènementiels, relations presse Tel : 04 90 97 19 89 / 06 21 87 00 32  
com@parc-camargue.fr  
Capucine Ser, chargée de mission tourisme durable, tel : 04 90 97 19 27  
tourisme@parc-camargue.fr

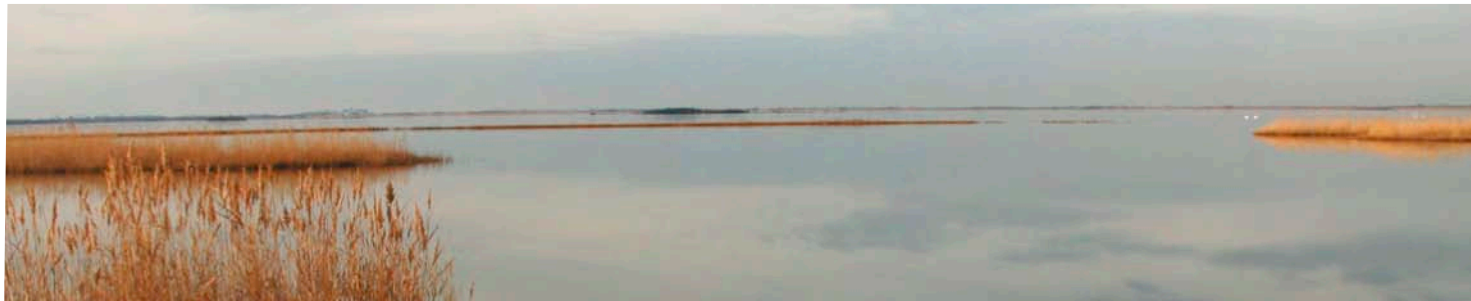
*Ce dossier de presse est téléchargeable  
sur le site Internet du Parc de Camargue à l'adresse  
[www.parc-camargue.fr/newsletter/DP\\_Tourisme\\_durable\\_camargue.pdf](http://www.parc-camargue.fr/newsletter/DP_Tourisme_durable_camargue.pdf)  
ou sur le site [www.parc-camargue.fr](http://www.parc-camargue.fr), rubrique Téléchargement, Espace presse*



*Crédit photographique - Couverture : Pauline Daniel*

*Pages intérieures : Opus Species, Pauline Daniel*

*Equipe du Parc naturel régional de Camargue (Julien Faure, Marjorie Mercier)*



## Programme de la journée

9h00

Accueil des participants

9h15

### Ouverture de la rencontre

*Herve Schiavetti, Président du Parc naturel régional de Camargue, Maire d'Arles, Vice-Président du Conseil général des Bouches-du-Rhône*

*Christian Mourisard, Co-président de la commission «Tourisme et loisirs de pleine nature», président de l'Office de tourisme d'Arles et de la Fédération régionale des offices de tourisme*

9h30

### Quels visiteurs pour le Parc naturel régional de Camargue ?

Présentation de l'enquête menée par le Comité régional du tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur

*José-Pierre Cholvy, consultant*

10h30

### Le tourisme durable en Camargue

État d'avancement de la Charte européenne de tourisme durable

Débats et témoignages de professionnels du tourisme

Calendrier 2013

*Capucine Ser, Parc naturel régional de Camargue*

11h00

### Quelle promotion pour l'offre de tourisme durable en Camargue ?

Présentation du site internet d'écotourisme du Comité régional du tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur

*Julien Auray, Comité régional du tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur*

Présentation du site internet Provence-Pays d'Arles

*Thomas Bekkers, Pays d'Arles*

11h30

### Signature et remise des certificats d'engagement aux prestataires touristiques engagés dans la Charte européenne de tourisme durable

*Hervé Schiavetti, Président du Parc naturel régional de Camargue*

12h00

### Point presse

Apéritif à base de produits du terroir





## Les clientèles touristiques dans les communes du Parc de Camargue (Arles – les Saintes-Maries-de-la Mer – Port-Saint-Louis-du-Rhône)

Dans le cadre de la politique régionale du développement du tourisme durable, une grande enquête a été réalisée au niveau de 5 Parcs naturels de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur pour avoir une meilleure connaissance du tourisme régional, ses déclinaisons départementales et infra-départementales.

### Une fréquentation touristique estimée à 5,5 millions de visiteurs dans les communes du Parc de Camargue

La fréquentation de la Camargue sur les communes d'Arles, des Saintes-Maries-de-la-Mer et de Port-Saint-Louis-du-Rhône est estimée à plus de 800 000 touristes (qui dorment au moins une nuit sur le territoire). Ces visiteurs ont générés 3,2 millions de nuitées touristiques et injecté 210 millions d'euros dans l'économie locale.

S'ajoute à ce chiffre les 4.7 millions de visiteurs qui viennent passer une journée en Camargue pour toutes sortes d'activités (plage, excursions, patrimoine, etc).

### Une typologie de clientèles plutôt marquée

- Clientèle très majoritairement française (en provenance des régions de proximité y compris de Provence-Alpes-Côte d'Azur)
- Clientèle familiale mais également présence de nombreux couples
- Clientèle qui consomme le territoire différemment selon ses attentes et les saisons : découverte de la faune et de la flore (espaces naturels protégés), sites culturels, loisirs du bord de mer
- Clientèle qui séjourne très majoritairement en hébergement marchand (hôtels, campings, locations)

### La saisonnalité

Une fréquentation élevée au printemps (1/3 des clientèles) puis qui culmine en été (près de la moitié).

### Les lieux de séjour

La ville d'Arles à elle seule, enregistre près de 6 nuitées touristiques sur 10 du territoire d'étude.

### Les pratiques et comportements

- Motif du séjour : loisirs vacances
- Prédominance de courts séjours
- Une clientèle fidèle, près de 4 touristes sur 10 viennent régulièrement en Camargue
- Des séjours et visites préparées : 9 sur 10 ont recours avant leur venue à un support d'information

### Les motivations

- Profiter d'un espace naturel protégé : 63 %
- Venir dans un Parc naturel régional : 53%

### Différentes approches du territoire

- Découverte du patrimoine naturel : 52 %
- Découverte du patrimoine culturel : 51 %
- Consommation de produits locaux : 42 %

1- Les Parcs naturels régionaux des Alpilles, du Luberon, du Queyras, du Verdon, de Camargue. Le 6ème Parc naturel des Préalpes d'Azur a été classé à la fin de l'enquête



## Les perceptions

- 8 interviewés sur 10 ont le sentiment d’être présents sur un espace sensible et protégé (plus d’1 sur 2 évoque la notion de Parc naturel régional)
- Des attentes fortes vis-à-vis d’une marque Parc
- Les attributs d’image associés à la Camargue : protection, exception, patrimoines

### *Source et méthode*

*Cette étude est le fruit d’un partenariat technique et financier réunissant l’Europe, l’Etat, la Région Provence-Alpes-Côte d’Azur et les départements des Alpes de Haute-Provence, des Hautes-Alpes, des Alpes-Maritimes, des Bouches-du-Rhône, du Var et du Vaucluse (Conseils généraux et comités/agences de tourisme). La maîtrise d’ouvrage a été réalisée par le Comité régional du tourisme Provence-Alpes-Côte d’Azur accompagné de José-Pierre Cholvy, consultant et la maîtrise d’œuvre confiée à l’Institut BVA. Elle a aussi nécessité le concours technique des partenaires suivants : sociétés d’autoroutes (ASF, ESCOTA, SAPRR), Aéroports (Nice, Marseille, Toulon), Ports (Marseille, Nice, Toulon), SNCF, AGAM. Ce sont près de 25 000 touristes qui ont répondu à un questionnaire permettant de dresser leurs profils, pratiques, niveaux de satisfaction et dépenses réalisées.*



## Les grands axes de la politique du tourisme durable au Parc naturel régional de Camargue

**Le Parc naturel régional de Camargue est un territoire reconnu dont la mission est de gérer son patrimoine en conciliant environnement et développement local.**

Le territoire du Parc est une zone humide d'importance exceptionnelle et de réputation internationale. Ce critère en fait un territoire unique dont il convient de valoriser la spécificité deltaïque.

**L'ambition de la stratégie de tourisme durable est donc de permettre une prise de conscience de la fragilité de l'espace « Camargue » et de mieux le valoriser afin d'en faire un support durable du tourisme.**

Cette politique se décline sur plusieurs axes.

### Structurer l'offre touristique en fédérant les acteurs du territoire

#### Susciter la concertation et coordonner les initiatives

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

#### Mettre en réseau les acteurs

Il s'agit d'intensifier les liens entre acteurs du territoire pour permettre une meilleure articulation des initiatives en encourageant celles considérées comme innovantes, écologiques et responsables et en soutenant un travail en réseau optimal. La formation des professionnels est également importante pour proposer une offre de qualité.

### Rapprocher agriculture et tourisme

Les savoir-faire et les pratiques agricoles (élevage extensif, riziculture, saliculture ou encore viticulture) ont peu à peu forgé une identité propre au territoire. L'objectif est de trouver un équilibre et un soutien réciproque entre tourisme et agriculture, afin de proposer aux visiteurs une offre plus attractive et aux agriculteurs, un complément de revenus.

### Valoriser les paysages de zones humides comme support de découverte

Le territoire pourrait bénéficier de pratiques récréatives pour sensibiliser et donner les clefs de compréhension du territoire aux visiteurs.

### Développer une offre de qualité, intégrant le management environnemental et l'accessibilité

**Il s'agit d'inciter les professionnels du tourisme à s'engager dans des démarches de progrès** qui intègrent la prise en compte des handicaps et le management environnemental. Ceci permettra de proposer une offre qualitative et authentique pour permettre aux visiteurs de vivre une expérience nouvelle.

### Comblar le déficit en matière d'hébergement à l'intérieur du territoire

On accompagne là les modes d'hébergements individuels ou collectifs mettant en avant les spécificités du territoire, facilitant le contact avec la nature et valorisant le facteur humain.

### Engager les acteurs dans les démarches de valorisation environnementale

A l'image du Parc naturel régional qui s'engage dans des politiques de management environnemental, les prestataires touristiques sont incités à développer des démarches respectueuses de l'environnement.





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

Les processus de labellisation, comme Tourisme et Handicaps, doivent être favorisés.

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

Pour penser durablement le tourisme sur le territoire, il convient de rééquilibrer les dynamiques de flux touristiques.

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

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

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

Il est nécessaire d'opérer un rééquilibrage géographique et temporel de l'activité touristique en favorisant le « hors saison » et « sur tout le territoire » : développement de transports alternatifs en modes doux, respect des réglementations, évaluation de l'activité touristique pour mieux s'adapter et anticiper les tendances.

### **Véhiculer une image cohérente et dynamique de l'espace**

L'image de la Camargue est bien souvent trop stéréotypée et trop éloignée de la réalité. La forte identité culturelle doit être valorisée pour que cela « fasse sens » à l'échelle du territoire.

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

Le territoire existe avec et par les camarguais, garants de son identité. Ainsi, il s'agit de privilégier les rapports humains et mobiliser les habitants et les professionnels comme les ambassadeurs du territoire, afin de partager leur histoire et leurs liens au territoire avec le visiteur.

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

La prise de conscience de la fragilité des sites et des milieux naturels entraîne une plus grande connaissance du territoire.

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

Grâce à une meilleure collaboration entre les organismes et structures touristiques, l'offre à l'échelle du territoire sera plus lisible et plus forte.

### **Améliorer la connaissance des zones humides**

Il s'agit, dans ce dernier objectif de permettre une meilleure prise en compte des problématiques liées à l'eau. La situation deltaïque fragile et particulière du territoire doit être valorisée et portée à la connaissance de tous. Il s'agit d'améliorer la gestion de cette ressource et de mieux responsabiliser les différents usagers.



## Les modalités du tourisme durable sur le territoire

### Le tourisme durable à l'échelle d'une région

La mise en œuvre d'un tourisme durable représente un enjeu majeur pour la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur pour plusieurs raisons :

- Elle est la région en France métropolitaine qui compte la plus grande biodiversité et le plus grand nombre de parcs naturels (régionaux et nationaux).
- Plus de 220 structures d'hébergements - hôtels, campings, villages de vacances, gîtes, chambres d'hôtes - possèdent, en 2013, un label attestant de leur engagement sur le plan environnemental.
- De nombreuses études le montrent, l'intérêt des clientèles pour le tourisme durable est réel mais manque de clefs de lisibilité.

Ainsi, les Parcs régionaux de Camargue, des Alpilles, du Luberon, des Préalpes d'Azur, du Queyras, du Verdon, le Parc national du Mercantour et leurs partenaires régionaux - la Chambre de commerce et d'industrie de région, le Comité régional du tourisme, la Fédération régionale des offices de tourisme et syndicats d'initiatives - ont choisi la Charte européenne du tourisme durable comme cadre de référence et rassemblent leurs compétences en matière d'accompagnement, de qualification et de valorisation des entreprises touristiques engagées dans des pratiques de tourisme durable. Plus de 100 prestataires touristiques sont engagés dans la Charte européenne de tourisme durable à ce jour dans la région Provence-Alpes-Côte d'azur.

**Les intérêts des opérateurs touristiques engagés dans cette démarche de qualification, sont multiples :**

- Développement de nouvelles opportunités commerciales
- Renforcement de la qualité de l'offre touristique
- Rationalisation des charges : meilleure gestion de l'eau, des énergies et des espaces, achats de proximité, acquisition de techniques de gestion environnementale
- Distinction régionale, nationale, européenne
- Evaluation de l'entreprise pour l'obtention de la marque « Accueil Parc »
- Collaboration avec le Parc et ses partenaires

### Quelques données nationales

- 79% des touristes allemands, britanniques et français sont intéressés par le tourisme durable.
- 8 voyageurs français sur 10 se disent prêts à passer à l'acte en matière de tourisme durable.
- 87% des voyageurs français sont prêts à faire confiance à un label garantissant que leur voyage respecte les principes du tourisme responsable.

Source : TNS Sofres – Voyages-sncf.com, 2010 / Atout France – GMV Conseil, 2010





## Le tourisme durable en Camargue

Au sein du Parc naturel régional, une vingtaine de professionnels du tourisme ont décidé de s'engager en faveur d'un tourisme respectueux des valeurs du développement durable. On retrouve majoritairement des hébergeurs (hôtels, gîtes et chambres d'hôtes), tous types d'activités de pleine nature (manade, centre équestre et activités liées à l'eau) et 3 sites de visite d'espaces naturels.

**La mission tourisme du Parc naturel régional de Camargue les accompagne dans l'amélioration de leurs pratiques environnementales, économiques, sociales et éthiques afin de favoriser l'obtention d'un label de qualité tel que la « Marque Parc ».**

### La charte européenne du tourisme durable

Le tourisme durable selon la charte européenne : « Toute forme de développement, aménagement ou activité touristique qui respecte et préserve à long terme les ressources naturelles, culturelles et sociales, tout en contribuant de manière positive et équitable au développement économique ainsi qu'à l'épanouissement des individus qui vivent, travaillent ou séjournent dans des espaces protégés. »

Les 3 étapes de la charte :

- Le volet 1 : le Parc élabore avec les acteurs publics et privés une stratégie et un programme d'actions pour 5 ans
- Le volet 2 : le Parc implique les entreprises et les accompagne pour qu'elles améliorent leurs performances économique, sociale, environnementale et éthique
- Le volet 3 : cette étape concerne les organisateurs de voyages qui commercialisent la destination.

Le professionnel bénéficie ainsi d'un diagnostic exhaustif de son activité touristique avant d'établir un programme d'actions sur 3 ans pour améliorer ses pratiques. Pour l'aider dans sa stratégie de progrès, **des ateliers thématiques se déroulent en 2013** (cf. calendrier ci-dessous).

Tout au long de la réalisation de son plan d'actions, le professionnel est accompagné et conseillé par la mission tourisme.

Intégré au réseau des entreprises engagées dans cette démarche au sein du Parc, il bénéficie du soutien de ses partenaires.

### Calendrier 2013

- Janvier : Restitution des diagnostics
  - Janvier – avril : Elaboration du plan d'actions sur 3 ans
  - 21 février : Atelier thématique "Mise en place d'une politique d'achats écoresponsables"
  - 4 et 11 mars : Ateliers thématiques "Mise en place d'une stratégie de communication responsable"
  - 26 avril : Validation des plans d'actions sur 3 ans par la Commission d'agrément
  - 16 mai : 1ère Rencontre du Tourisme durable en Camargue
- Remise des Certificats d'engagement dans la CETD  
Contractualisation entre le Parc et l'entreprise touristique
- Automne : 3 ateliers thématiques prévus "Conception de produits touristiques Parc", etc.
  - Hiver : Premiers audits de la Marque Parc "Hébergement"
  - et toute l'année, ainsi qu'en 2014 et 2015 : Accompagnement collectif et mise en œuvre du plan d'actions



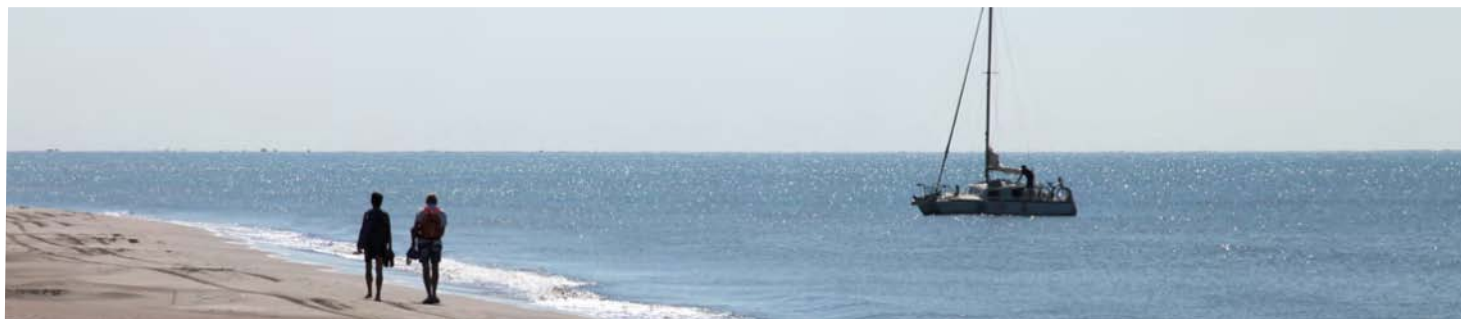
## Les 20 candidats de la Charte européenne de tourisme durable dans le Parc naturel régional de Camargue

Sites de visite d'espaces naturels : Domaine de la Palissade, Marais du Vigueirat, Parc ornithologique du Pont de Gau.

Hébergements : Hôtel – Restaurant Le Flamant Rose, Mas de la Grenouillère, Mas de la Vigne, Mas St Germain, Manade Saliérène, Mas des Grandes Cabanes du Vaccarès, Mas du Grand Arbaud, Mas du Grand Peloux, Mas Farola, Manade Cavallini, Mas des Colverts.

Activités de pleine nature : La Bergerie d'Alivon, Domaine Paul Ricard, Manade Saint Antoine, Manade Mailhan, Kayak Vert, TIKI III.





## La promotion de l'offre de tourisme durable en Camargue

### Le blog mesescaparc.fr

Dans le cadre de sa politique de soutien au tourisme durable, la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur a dédié aux Parcs naturels régionaux, une vitrine de promotion : le blog [www.mesescaparc.fr](http://www.mesescaparc.fr)

#### Quelques chiffres :

- Près de 10 000 visiteurs du site en 10 mois
- 26 articles diffusés sur le blog dont 15 agréments de vidéos en 2012
- Une centaine de sorties nature diffusées depuis un an
- 3 outils connexes pour dynamiser la démarche : pages dailymotion, facebook et flickr



Sur ce blog, une page est dédiée au Parc naturel régional de Camargue avec la diffusion de la liste des prestataires engagés dans la Marque Parc et dans la Charte européenne du tourisme durable, des reportages vidéos, des articles, des sorties nature.

### Le site internet d'écotourisme du Comité régional du tourisme [www.ecotourismepaca.fr](http://www.ecotourismepaca.fr)

Le Comité régional du tourisme a conçu un site pour aider les internautes à préparer des vacances « écotouristiques » en région Provence-Alpes-Côte d'Azur, par la valorisation des multiples offres écolabelisées et la sensibilisation des touristes vis à vis des préoccupations environnementales.

Les espaces naturels sont présentés en détail dans la rubrique « Découvrir » du site internet.



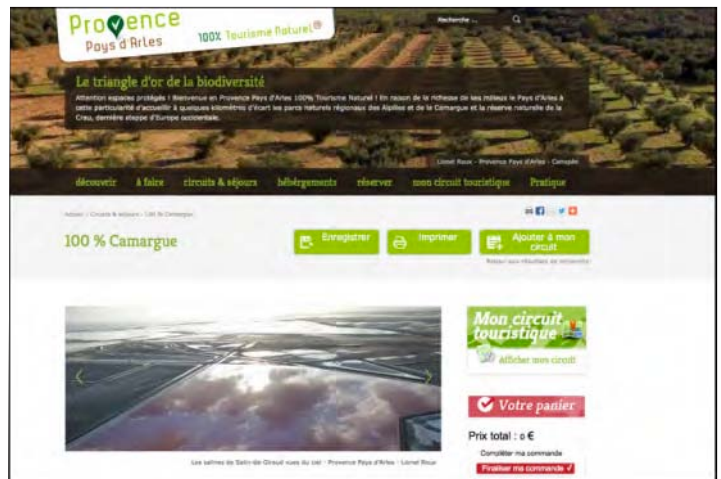




## Le site internet Provence - Pays d'Arles [www.provence-pays-arles.com](http://www.provence-pays-arles.com)

En janvier 2013, les élus du Syndicat mixte du Pays d'Arles délibéraient pour ouvrir le site internet Provence Pays d'Arles [www.provence-pays-arles.com](http://www.provence-pays-arles.com).

Cette plateforme de valorisation touristique à l'échelle des 28 communes ambitionne de promouvoir le territoire comme destination touristique. Il est administré par le Pays d'Arles et les directeurs et responsables des offices de tourisme du territoire, en collaboration avec les deux Parcs naturels régionaux des Alpilles et de Camargue, la Chambre de commerce et d'industrie territoriale du Pays d'Arles, Bouches-du-Rhône Tourisme et la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur.



## L'écotourisme

Selon la Société Internationale d'Ecotourisme (TIES), l'écotourisme est "une forme de voyage responsable dans les espaces naturels qui contribue à la protection de l'environnement et au bien-être des populations locales". En mettant en place un site dédié à l'écotourisme, le Comité régional de tourisme a souhaité étendre cette définition en valorisant tous les professionnels qui agissent pour diminuer leur impact sur l'environnement, situés ou non dans un espace naturel, mais dont l'engagement est attesté par l'obtention d'un écolabel touristique.