

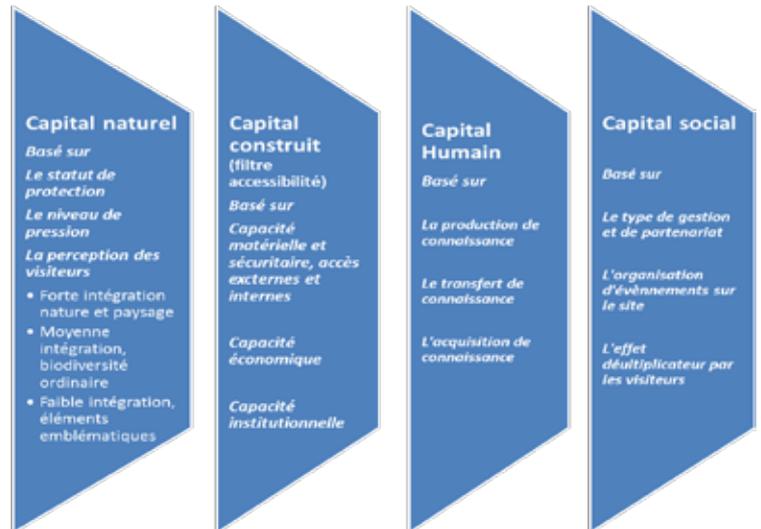
## Le paysage, l'émotion et l'éducation de terrain, vecteurs de souvenir

L'indicateur sur les **services récréatifs et éducatifs** des zones humides méditerranéennes vise à mesurer, de manière comparable entre sites, les impacts humains et sociaux que procurent les zones humides aux visiteurs récréatifs et éducatifs de ces écosystèmes. Ce suivi est destiné à évaluer les apports des services culturels des zones humides au bien-être humain. L'Observatoire des zones humides méditerranéennes, géré par la Tour du Valat, en a coordonné le travail en partenariat avec l'Institut agronomique méditerranéen de Montpellier.

Grphe 1 : Schéma de construction de l'indicateur sur les services récréatifs et éducatifs des zones humides méditerranéennes.

Autrice :  
M. Réquier-Desjardins

C'est le premier indicateur de suivi des services des zones humides de l'Observatoire, opérationnel dans celles bénéficiant d'un centre de visiteurs ou d'une équipe de gestion, soit environ 150 sites dans les pays de l'initiative pour les zones humides méditerranéennes de Ramsar (MedWet). Il se présente comme un indice de performance et d'impact composite non monétaire fondé sur les



« capitaux multiples » selon la logique suivante :

- un capital naturel (la zone humide) ;
- éventuellement un capital construit (infrastructures et services d'accueil) ;
- un impact sur le capital humain (connaissances) et le capital social (satisfaction) auprès des visiteurs.

L'indicateur s'adresse aussi bien aux gestionnaires de site qu'aux décideurs nationaux et locaux,

identifiés comme les principaux acteurs de la décision de gestion des sites<sup>1</sup>.

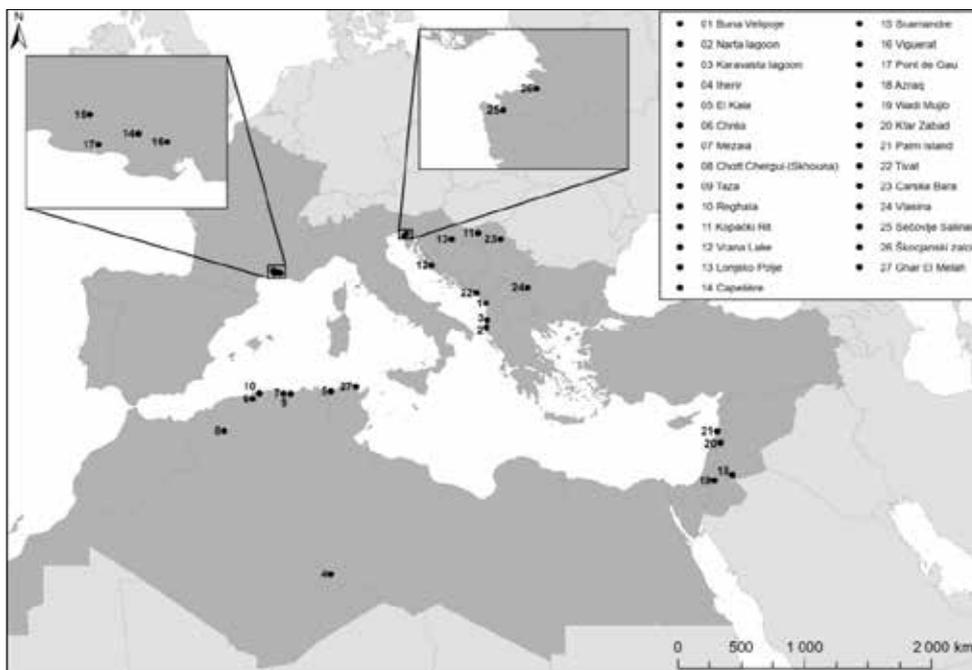
Le capital naturel et le capital construit déterminent les conditions de la visite. Ces capitaux traduisent l'impact des visites sur le bien-être humain (cf. graphe 1).

En 2017, ce premier suivi a été conduit dans 27 sites (cf. carte 1), 10 pays et quatre sous-régions de la Méditerranée afin d'établir un premier état de référence utile pour les suivis ultérieurs<sup>2</sup>. L'indice moyen méditerranéen est de 0,67. Les sites obtenant un indice supérieur à 0,61 donnent un niveau de satisfaction globale pour le grand public. **En 2017, les deux tiers des sites étudiés étaient satisfaisants.** Globalement, à l'échelle des sous-régions, meilleures sont les conditions, meilleurs sont les impacts auprès des visiteurs.

À cette échelle, **l'analyse confirme la corrélation** entre l'effort des gestionnaires (capital construit) et les impacts sur les visiteurs. Si les zones humides des pays de l'Union européenne (UE), du Moyen-Orient et des Balkans obtiennent des indices supérieurs à la moyenne méditerranéenne, l'effet « site », plus que l'effet

Carte 1 : Carte des sites étudiés.

Auteur : L. Chazee

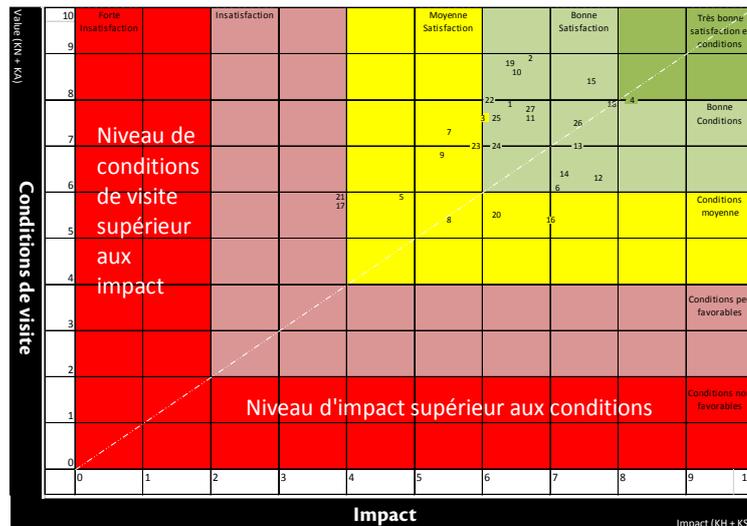


pays, domine dans la valeur de l'indicateur.

L'attractivité des sites **s'étend en moyenne sur un rayon de 71 km**, variant d'environ 40 km pour les sites des Balkans à 94 km pour les sites du Moyen-Orient. Les fortes variations observées entre les sites et les pays dépendent de la taille du pays, de la notoriété du site, de la proximité ou de **l'éloignement par rapport aux villes, aux zones touristiques et aux capacités d'accueil et d'hébergement**, et enfin de la densité de maillage territorial de zones humides aménagées.

Le score de l'indicateur est surtout pénalisé par les pressions externes comme l'urbanisme, les infrastructures publiques et la pollution autour du site, qui génèrent une **dégradation paysagère** et affectent la satisfaction des visiteurs. Or, l'esthétisme et le ressenti paysager, intégrant les oiseaux d'eau, l'eau, la verdure et le calme, sont les principaux motifs de visite et les éléments recherchés par le grand public récréatif. Chez les visiteurs éducatifs (écoliers, étudiants et membres des clubs environnementaux), ce sont les programmes de visite éducative de terrain qui assurent le transfert le plus efficace de nouvelles connaissances.

L'impact social des visites est lié à la mise à disposition et à la



Graphique 2 : Niveau d'efficacité des sites entre les conditions de visite et les niveaux d'impact.

Auteur : L. Chazee

gestion de **services d'accueil adéquats**. Cela se vérifie clairement dans les sites des pays de l'UE, en Jordanie et dans certains sites de Serbie, d'Albanie et du Monténégro. Cela se traduit de manière moins évidente à Iherir Illizi (Algérie) et Palm Island (Liban), même si les visiteurs semblent s'en accommoder car les manques en matière d'aménagement paraissent largement compensés par l'émotion que génèrent la beauté, l'aspect sauvage et le panorama du site (Iherir Illizi) et la rareté des aires naturelles et plages vierges (Palm Island). Ainsi, la diversité dans les perceptions individuelles et les représentations sociales des zones humides par les visiteurs est aussi le **reflet de la dimension émotionnelle de la visite**.

Malgré les efforts des gestionnaires et un relativement bon taux de satisfaction des visiteurs, les impacts en matière d'acquisition de connaissances (capital humain) restent en retrait des espérances. En conséquence, l'amélioration de la valeur de l'indice des services récréatifs et éducatifs des zones humides méditerranéennes passe nécessairement par une amélioration de l'impact sur le capital humain, autrement dit **par l'aspect pédagogique** des sites.

Trois causes sont possibles pour expliquer ce déficit :

- l'apprentissage est souvent secondaire pour le grand public ;
- en Europe, les visiteurs se disent en proportion plus sensibilisés à l'environnement et n'acquiescent

### Des messages clés pour les gestionnaires

Il est important que les gestionnaires aient conscience des éléments suivants :

- L'intégrité paysagère et l'absence de pression sur le site favorisent l'impact social auprès des visiteurs récréatifs.
- La bonne gestion des services de confort de visite (accès, toilettes, accès à l'eau, sécurité, etc.) et d'observation de la nature (observatoires, sentiers, signalétique, etc.) participe à la satisfaction des visiteurs pour les sites qui ne présentent pas d'externalités fortes.
- Pour que la zone humide joue pleinement son rôle auprès du public visé, il faut considérer l'adéquation entre l'offre et la demande par site, ce qui nécessite de mieux connaître les publics et leurs attentes.
- Le facteur émotionnel créé par le capital naturel (panorama, paysage exceptionnel, aspect sauvage, éléments emblématiques naturels et culturels) favorise l'impact, la satisfaction et le souvenir.
- Une partie des touristes de masse des zones côtières balnéaires visite les zones humides de proximité et la visite « nature » dans l'ambiance estivale enregistre un fort taux de satisfaction.
- Chaque site présente des contextes, spécificités et externalités propres non décelables au niveau des suivis à l'échelle des sous-régions et des pays. Ce peuvent être des facteurs explicatifs importants des résultats de suivi sur les conditions de visite et sur les impacts sociaux et humains auprès des visiteurs, de façon relativement indépendante du niveau d'effort du gestionnaire.

Contacts :  
L. Chazée  
Tour du Valat  
Courriel : chazlau60[at]gmail.com

M. Réquier-Desjardins  
Institut agronomique méditerranéen de Montpellier  
CIHEAM-IAMM, UMR GRED  
Courriel : requier[at]iamm.fr

donc pas vraiment de nouvelles connaissances ;

- de nombreux sites concentrent leurs informations et leur communication sur la biodiversité, alors qu'une partie du public recherche des informations plus liées aux enjeux de société : modification des écosystèmes, lien humain-nature, gestion de l'eau, lien avec le changement climatique.

### Pour une gestion du site et de services d'accueil adaptée

Le capital naturel affecte plus les visiteurs si l'effort du gestionnaire, en matière d'accès, de protection, d'aménagement et d'attractivité du site, est adapté au grand public (cf. graphe 2, p. 25).

Cette corrélation entre les conditions de visite et les niveaux d'impact peut être utile pour les gestionnaires qui désirent améliorer leur efficacité. Idéalement, en dehors de sites dépendant d'externalités fortes comme Iherir et Palm Island, les sites devraient se situer dans les cellules vert clair et vert foncé, correspondant à un niveau d'impact satisfaisant ou très satisfaisant par rapport aux conditions de visite. Dans cette catégorie, les sites les plus efficaces sont Carska bara (Serbie), Wadi Mujib (Jordanie), les marais du Vigueirat, Skojanske (Slovénie) et Vlasina (Serbie). Pour certains sites, comme le Pont de Gau, le Scamandre, Kopacki Rit (Croatie) et Azraq (Jordanie), les efforts devraient donc porter sur les

facteurs d'impact, en particulier l'innovation ou l'efficacité de transfert de connaissance, pour mieux valoriser les gros efforts d'accueil.

Pour les sites comme Chott Chergui et Chréa (Algérie) ou Karavasta (Albanie), les efforts devraient porter à la fois sur les conditions de visite (en particulier les services de confort, d'information et d'accessibilité au capital naturel) et sur les capitaux d'impacts (surtout humains). Les sites comme Narta (Albanie), Lonsko Polje (Croatie) et El Kala (Algérie) disposent d'une notoriété et d'un capital naturel et culturel qui leur permettent d'avoir un impact positif avec des efforts relativement moyens. Si leur ratio d'efficacité est très bon, il est vraisemblable que le niveau des capitaux de conditions n'est pas adapté à certains profils de visiteurs.

### Cinq recommandations

L'analyse selon les capitaux des sites permet donc de dégager cinq recommandations pour les gestionnaires de sites engagés dans une démarche d'amélioration des services récréatifs et éducatifs des zones humides méditerranéennes :

1. S'assurer de protéger le capital naturel en **y associant une approche paysagère** avec le gestionnaire, les instituts ou les universités travaillant sur ce thème.
2. Pour un service récréatif et éducatif efficace et pour l'image des zones humides, **favoriser la qualité** plutôt que la quantité des services d'accueil dans les zones

humides. En effet, sans un aménagement et une gestion jugés adéquats par le grand public, la visite peut devenir contre-productive (mauvaise image de la zone humide).

3. Favoriser **les contrats et les projets d'école**, dont l'impact éducatif est très efficace sur la durée : la qualité pédagogique et ludique du personnel est un véritable atout.

4. Profiter du **phénomène « émotion »** que procure le capital naturel de certains sites et de la **proximité de sites balnéaires** pour développer, au niveau des zones humides, les services d'accessibilité (sentiers et indications), d'observations (observatoires, prêt d'optiques) et de valorisation (lieux et vues panoramiques, angle favorable d'esthétisme paysager) du capital naturel, tout en veillant à une bonne gestion des flux de visiteurs.

5. Pour les sites sans dimension « émotion » et par d'autres lieux d'attraction de proximité, la recherche d'une meilleure efficacité d'impact passe surtout par la diminution ou la meilleure gestion des pressions sur la zone humide, la bonne gestion des services de confort de visite et d'observation de la nature ainsi que par l'innovation pour sensibiliser le grand public sur des thèmes attrayants.

Laurent Chazée et Mélanie Réquier-Desjardins

1. Voir à ce propos les articles du même auteur dans les numéros 92-93 et 94 de *Zones Humides Infos*.  
2. Albanie, Algérie, Croatie, France, Jordanie, Liban, Monténégro, Serbie, Slovénie, Tunisie.

### Quatre autres recommandations pour les décideurs

L'analyse selon les capitaux des sites met aussi en lumière quatre recommandations à destination des décideurs pour améliorer les services récréatifs et éducatifs des zones humides méditerranéennes :

1. Développer, dans les pays où cela est possible, des zones humides aménagées de proximité selon un maillage ne dépassant pas 70 kilomètres à partir des villes secondaires, car au-delà le grand public ne se déplace pas.
2. Diffuser les résultats de ce suivi et, par un travail multisectoriel, influencer les décisions de l'aménagement territorial dans et autour des zones humides, de manière à conserver ou à restaurer l'esthétisme paysager et le calme, et afin de limiter les pressions environnementales sur le site.
3. Encourager les efforts des gestionnaires de zones humides, surtout en matière de services d'accueil et de confort de visite pour le grand public, conditions essentielles pour renforcer l'intérêt des visiteurs.
4. Pour accroître l'inclination des visiteurs à mieux comprendre l'intérêt et les fonctions des zones humides, encourager les gestionnaires à régulièrement adapter les informations et les messages pour les visiteurs, en lien avec les enjeux de société, et les diffuser de manière originale et attrayante, en plusieurs langues.