

29 NOVEMBRE 2023 – LA ROCHELLE
Compte-rendu des 3èmes ateliers
Perspectives #Rivagesdefrance2030



Synthèse produite le 8 janvier 2024.



Si les 3^{es} ateliers puis l'assemblée générale 2023 de Rivages de France ont eu lieu le 29 novembre au musée maritime de La Rochelle, ce n'était pas pour y "muséographier" les espaces naturels littoraux et lacustres à titre conservatoire ! Mais au contraire pour leur imaginer un avenir pérenne, à l'aune des enjeux et effets du changement climatique et de la fréquentation auxquels ces territoires sont confrontés. Boostée par l'agence marketing [EMSYLADO](#) de Sylvain MAUSSION, la soixantaine de participants – adhérents, gardes du littoral, partenaires... – répartis en petits groupes ont rivalisé de créativité via deux ateliers collaboratifs. C'est ainsi que la stratégie nationale #RIVAGESDEFrance2030, destinée à renforcer et à développer notre réseau national de gestionnaires fédérés, a commencé à prendre corps...



Avant de rentrer dans le vif du sujet, les participants ont d'abord apprécié le mot de bienvenue de **Chantal VETTER, adjointe au maire de La Rochelle - nouvelle administratrice de Rivages de France !** - présentant avec passion les multiples atouts et les politiques locales de la "["Ville durable"](#)" relevant de sa délégation (nature en ville - végétalisation - biodiversité, littoral et protection des côtes, cimetières, parcs animaliers).



Puis, les ateliers et l'AG de Rivages de France se tenant en prélude du [Congrès national des conservatoires d'espaces naturels](#), **Christophe LÉPINE, ès président de la Fédération des CEN et vice-président de Rivages de France**, était légitimement fondé à prononcer lui-aussi quelques mots, eu égard à cette double casquette !



C'est à Didier RÉAULT, président de Rivages de France, que revenait l'honneur de lancer les travaux du jour, introduits en ces termes :

L'ADN de Rivages de France, c'est l'échange d'expériences menées sur tous les territoires métropolitains et d'outre-mer. Le réchauffement climatique est une contrainte, mais aussi une opportunité grâce à la prise de conscience du dérèglement climatique, de travailler sur notre nature, notre biodiversité. Chacun prend conscience qu'il a une responsabilité individuelle dans l'évolution de la planète, de son terroir, de sa plage, de son espace naturel à côté de chez lui, de le respecter. En tant qu'associations et collectivités impliquées, nous devons permettre au public de s'approprier les thèmes de la protection de la nature et le développement de la biodiversité.

*Le visiteur, même en surnombre et non acculturé à ces thèmes, vient pour visiter un site, y prendre du plaisir, de la sérénité... Si on réussit le pari de bien les accueillir sur nos sites, ça veut dire qu'ils deviendront ambassadeurs de nos sujets. **L'idée est de toujours pouvoir accueillir le public.** Un excès de réglementation limitant l'accès à nos espaces naturels serait une erreur fondamentale, c'est la responsabilité de chaque individu qui doit être développée. Nous avons plutôt intérêt à développer cette appétence pour la nature, car c'est le public qui en défendra les outils de protection.*

#RIVAGESDEFRANCE2030 • ATELIER 1 : Se repositionner et influencer

Formaliser, planifier et mettre en œuvre une stratégie de positionnement et d'influence (lobbying) auprès des pouvoirs publics et de l'environnement institutionnel, pour faire valoir la doxa, l'action et les attentes légitimes de Rivages de France et des gestionnaires d'espaces naturels littoraux et lacustres qu'elle fédère.

Un atelier d'expression libre, d'échanges de points de vue et d'idées, l'objectif étant d'aboutir à la formalisation d'une motion et d'alimenter la stratégie.



L'introduction de Didier RÉAULT

Les membres de Rivages de France ont une vraie expérience, et notre association a une vraie légitimité car représentative de 200 structures, majoritairement des collectivités locales, beaucoup de communes littorales qui ont fait un pas dans le sens d'une meilleure gestion de sites. Or, cela ne suffit pas à faire la renommée de Rivages de France, alors qu'elle possède une réelle expertise. C'est pourquoi nous devons affirmer sa spécificité. Elle s'appuie d'abord sur ceux qui « bossent » tous les jours sur leurs sites, les observations et enseignements qu'ils en tirent, la mise en place de mesures de gestion appropriées qui peuvent aussi être exportées sur d'autres sites.

Comment faire reconnaître toute cette richesse d'expérience à un niveau national qui permette des prises de décision, notamment ministérielles adaptées à nos situations ? Souvent, ces décisions sont prises dans des « grands plans ». Il faut préparer en amont la diffusion de nos propositions, qu'elles infusent à la fois dans les administrations locales et nationales, forgées sur l'expérience, l'expérimentation des gestionnaires.

L'objet de cet atelier n° 1 est de récolter votre sentiment sur cette volonté d'influencer efficacement les décisions qui peuvent être prises et la façon de les faire avancer, progresser et faire émerger dans le débat public.

Nous avons cette capacité à influencer sur des propositions issues du terrain et qui fonctionnent. Voilà tout l'enjeu du débat et du travail que nous vous proposons sur 2 thèmes choisis.

- **Adaptation au changement climatique** : beaucoup sont sur des espaces littoraux en danger de submersion et d'érosion marine. Sur quelles solutions s'appuyer ? Les Solutions fondées sur la Nature (SFN) ? On a parlé de la gestion du sentier du littoral, de la gestion raisonnée des plages, il faudrait faire émerger d'autres propositions pour qu'elles soient reprises dans tous les cercles de décisions.

- **Maîtrise de la fréquentation...** et parfois de la surfréquentation : doit-on interdire, autoriser sous conditions, libre circulation ? C'est là aussi adaptable selon les sites et les moyens. On a à mieux formaliser nos propositions en partant des valeurs que nous partageons. Ex. : le public n'est pas un ennemi, il doit être notre allié, convaincu de porter nos messages.

Les échanges

MAÎTRISE DE LA FRÉQUENTATION



Séverine IKKAWI • [Fédération française de la randonnée pédestre*](#)

Considérant la stratégie nationale de gestion des flux touristiques annoncée en juin dernier par Olivia Grégoire, comment à toutes les échelles on la mesure, comment on l'analyse, comment on l'observe ? Certains disposent d'écocompteurs, observent les traces GPS ressortant des outils numériques des pratiquants. Il existe des microsystèmes d'analyses de mesures de ces fréquentations. Dans le cadre de ces stratégies nationales, on a besoin d'objectiver ces sujets de fréquentation dans le temps, dans l'espace à travers différents outils numériques. Si on veut peser ensemble sur les politiques de demain, il faut amener de la donnée, de l'analyse. La fédération souhaiterait avoir une forme d'observatoire de ces fréquentations pédestres qui peuvent être certainement élargies à d'autres formes de mobilités douces. Le réseau de RdF pourrait utilement contribuer à ce projet que nous essayons de construire.

* Nouvelle adhérente à Rivages de France



Pierre Thulliez • [Conseil départemental du Finistère](#)

Il est difficile de retirer des chiffres de fréquentation objectives des éco-compteurs. Un observatoire permettrait d'identifier des sites pilotes avec une méthodologie uniformisée. Reste à mettre en place un protocole et un porteur de cet observatoire.



Patrick Bazin • [Conservatoire du littoral](#)

Il est difficile de définir une norme pour dire si tel espace est surfréquenté ou non. C'est complexe entre le nombre de visiteurs, la façon dont le site est aménagé ou pas. L'idée d'un observatoire est intéressante mais complexe à monter pour que ça ne soit pas à l'emporte-pièce et contre-productif. Le seuil de fréquentation n'existe pas, trop fluctuant en fonction de l'aménagement, de la sensibilisation des visiteurs. Il faudrait une participation croisée des gestionnaires (ce qu'ils veulent préserver) et des pratiquants (ce qu'ils viennent chercher). Chacun individuellement n'est pas capable de définir ce qu'est le seuil de surfréquentation. Ils ne peuvent que le définir ensemble.



Valérie Lecurieux • [Fédération française de la randonnée pédestre](#)

La FNNP a fait une première ébauche de méthodologie pour mesurer la fréquentation. Elle pourrait être complétée, c'est tout l'intérêt de travailler ensemble, mutualiser les apports de chacun. Une étude dans le Massif Central a démontré que les éco-compteurs sont intéressants, encore faut-il bien les positionner, les gérer et cela ne suffit pas effectivement. C'est un outil qui doit être complété par d'autres outils numériques (ex. : Outdoor visions), enquêtes terrains qualitatives...



Arnaud Valadier • [CEREMA](#)

Il faut prendre trois choses en compte : que veut-on faire de ces espaces (prioriser l'usage des espaces, donner à voir et jusqu'à quelle limite), intégrer la saisonnalité, intégrer des itinéraires alternatifs d'ici 15 ou 20 ans.



Marie-Noëlle RIMAUD • [Excelia](#)

Les communes des petits territoires ne peuvent financer d'éco-compteurs ou GPS. C'est la solution qui a fonctionné dans d'autres territoires qui va être intéressante pour ces communes et pas tant la mesure.



Valérie NOUVEL • [Syndicat Mixte Espaces Littoraux de la Manche \(SyMEL\)](#)

Tout le monde fait de la mesure de la fréquentation dans son coin. Pour se différencier en tant que Rivages de France, n'avons-nous pas plutôt à faire valoir que nous capitalisons sur ce que font les uns les autres pour gérer la fréquentation ? Partir du principe d'application en fonction des sites. Ex. : appliquer la limitation telle qu'elle est faite dans les Calanques uniquement lors des pics de fréquentation sur certains sites du Symel. Montrer cette force dans Rivages de France d'être déjà sur de l'action et du retour d'expérience, et non du comptage pour agir ensuite. Les comptages exhaustifs très coûteux devraient être réservés aux agglos, les départements, dans le cadre des politiques touristiques. Rivages de France montre du résultat. Allons chercher les financements auprès des opérateurs de téléphonies pour analyser l'impact de nos mesures de gestion et montrer qu'elles portent ses fruits. Se différencier et montrer que l'on est déjà en avance dans ce domaine. Tester 2-3 modèles de gestion de fréquentation pour donner à voir aux élus de nos territoires (ex. : local faible, fréquentation annuelle, fréquentation saisonnière) permet de porter auprès d'eux le recul d'un cheminement littoral expérimenté sur d'autres sites.



Arnaud Valadier • [CEREMA](#)

Il faut aussi maîtriser les infrastructures car elles sont un appel d'air sur de la fréquentation, un moyen de restreindre la fréquentation. Faire une analyse des retours d'expériences, ex. : est-ce sur une route départementale/un chemin blanc, grandeur des parkings (20-200 places) ? Ces paramètres toisent la fréquentation. Il faut aller au-delà de l'observation de la fréquentation, sur l'environnement qui permet ou pas cette fréquentation. Ex. : les jauges mises en place par le Parc national des Calanques.



Yann HÉLARY • [Région Occitanie – Pyrénées Méditerranée](#)

Les relations avec les gardes sont importantes pour RDF. Les gardes sont un puits de sciences sur tous ces sujets, ils savent ce que veulent ceux qui fréquentent les sites. Il faut fédérer les représentants de ces gardes pour travailler sur ces questions.



Irène AIACH • [Conservatoire du littoral](#)

Le prochain Forum des gardes du littoral (13-14 février 2023 à Vannes) prévoit un atelier dédié à la gestion /problématique de la fréquentation. Rivages de France coanimera cet atelier.



Patrick Bazin • [Conservatoire du littoral](#)

Un beau succès d'influence serait d'obtenir les données des opérateurs de téléphonie pour les gestionnaires. Cet objectif opérationnel pourrait être partagé par plusieurs organisme dont le Conservatoire du littoral. Il serait également logique que les gestionnaires soient représentés par Rivages de France au sein du conseil d'administration du Conservatoire.



Yann HÉLARY • [Région Occitanie – Pyrénées Méditerranée](#)

Les opérateurs de téléphonie vendent très cher leurs données, alors qu'elles sont aujourd'hui d'intérêt public. La préservation de l'environnement est une priorité pour les citoyens, surtout chez les jeunes. Cela nous donne une « obligation » supplémentaire de gérer nos sites.



Valérie NOUVEL • [Syndicat Mixte Espaces Littoraux de la Manche \(SyMEL\)](#)

Un vrai atout pour nous serait de « se battre » sur la qualité de fréquentation, non sur les chiffres qui ont une incidence différente selon les sites qui peuvent accueillir plus ou moins de visiteurs. La fréquentation, ce n'est pas le nombre de personnes, c'est une question de qualité de fréquentation. Ce serait une position différenciante. On serait de ce fait beaucoup plus en phase avec ce que souhaite la population : avoir accès à des sites préservés.

CHANGEMENT CLIMATIQUE



Paul Saubou • [Office français de la biodiversité \(OFB\)](#)

La voix des gestionnaires n'est jamais vraiment entendue, il n'y a pas vraiment de structures représentantes des gestionnaires d'espaces naturels contrairement aux corporations tels que pêcheurs/agriculteurs. Les gestionnaires ne sont pas suffisamment présents dans l'ensemble des discussions. Ils ne sont pas entendus médiatiquement.



Didier RÉAULT • [Parc national des Calanques](#)

Rivages de France souhaite se positionner parmi ceux qui portent la parole des gestionnaires. La question est comment on la porte et quelles sont nos propositions pour que l'on porte une parole qui soit identifiée comme étant celle des gestionnaires de sites littoraux et lacustres.



Olivier PRIOLET • [Lorient Agglo](#)

Il y a aussi une Stratégie nationale de gestion du trait de côte. Je n'ai pas le sentiment que Rivages de France y participe, or la gestion du trait de côte se fait aussi via la gestion des espaces naturels avec les Solutions fondées sur la nature. Une des missions de Rivages de France serait de porter à connaissances ces SFN aux communes qui n'ont pas cette expérience d'une gestion alternative de leur trait de côte. Sur notre territoire, nous sommes persuadés que ces solutions marchent, pas duplicables systématiquement, mais elles auraient plus de poids si elles étaient portées par Rivages de France.



Gwendoline CHAUDOIR • [Agglo Hérault Méditerranée \(CAHM\)](#)

Le Comité national de gestion du trait de côte a auditionné un certain nombre de gestionnaires. Les SFN ont été abordées à l'assemblée nationale dans le cadre de la compétence Gemapi.



Eric Simonin • [Fouras](#)

La Gemapi devrait englober érosion marine et submersion pour faciliter le financement de la gestion.



Didier RÉAULT • [Parc national des Calanques](#)

Rivages de France défend l'idée que le gestionnaire du site doit être au centre des décisions et d'apporter un maximum d'informations, de données d'expériences de gestion ailleurs sur des sites similaires.

Le résumé des échanges



Didier RÉAULT • Président de Rivages de France

Il faudrait que :

- ***nous soyons plus présents dans les différentes stratégies nationales : biodiversité, fréquentation touristique, trait de côte... ;***
- ***nous fassions des propositions dans le cadre de l'élaboration de ces stratégies : pour être partie prenante des stratégies touristiques, il faut être apporteurs de solutions, de propositions, de données de terrains et d'une méthodologie. On doit demander que soient intégrées dans cette stratégie nationale une évaluation de la fréquentation et une méthodologie, une connaissance partagée par les gestionnaires ;***
- ***Rivages de France s'exprime et puisse se faire entendre dans différentes instances : Conservatoire du littoral, Office français de la biodiversité, lobbying auprès des parlementaires (députés, sénateurs, cabinets ministériels) de façon à être identifiée comme le représentant de gestionnaires avisés ;***
- ***avoir une prise de position sur la fréquentation qui soit un peu plus détonante (pas uniquement basée sur les chiffres) ;***
- ***mieux apprécier la fréquentation sur nos sites, qualitativement et quantitativement (en fonction des saisons, ou pour certains sites toute l'année. Ex. : la fréquentation est désormais annuelle sur le Parc national des Calanques). Les usages ont changé : arrivée du VTT surtout depuis qu'il est électrique, sports nautiques... Il faudrait qualifier la multiplicité des usages. Travailler sur une méthodologie d'étude de fréquentation des sites, qu'elle soit assez générale pour qu'elle puisse s'appliquer à chacun ;***
- ***soumettre des outils : éco-compteurs (en tenant compte des limites), récupération des données GPS des opérateurs de téléphonie. Les données GPS permettent d'avoir des données quantitative et qualitatives (ex. : les itinéraires permettent de savoir quels sont lieux les plus visités et à quel moment) ;***
- ***suggérer des idées de financement de ces outils. Ex. la contribution des opérateurs de téléphonie aux espaces naturels seraient de fournir des données en compensation du carbone qu'ils émettent ;***
- ***demander comme étant d'intérêt public la communication des données aux gestionnaires d'espaces sensibles.***

#RIVAGESDEFRANCE2030 • ATELIER 2 : Se développer

Formaliser, planifier et mettre en œuvre une stratégie de développement pour optimiser les moyens financiers et humains de l'association et lui donner ainsi plus de latitude d'action.

Un atelier en 3 temps pour alimenter la stratégie : présentation, réflexion en groupes, restitution.

7 groupes – 4 thèmes

Le rôle des adhérents

Rapporteuse : Armelle Nicolas
VP Lorient agglomération

GR 1 : Animatrice : Valérie Roquier
Animatrice réseau à Rivages de F

GR 2 : Animatrice : Marie Darrigues
Resp. com. à Emsylado

L'offre de services internes

Rapporteuse : Gwendoline Chaudoir
maire de Portiragnes

GR 1 : Animatrice : Isabelle Mercier
Directrice de Littomatique

GR 2 : Animateur : John Rocher
Emsylado

La communication

Rapporteuse : Valérie Nouvel
VP Département de la Manche

GR 1 : Animateur : Fabien Moreau
Emsylado

GR 2 : Animateur : Jérôme Forget
Gérant Guest and Strategy

D'autres pistes de revenus

Rapporteur : Yann Hélyary
Conseiller régional Occitanie

GR 1 : Animatrice : Laurène Thouvenot
Directrice AccessRec

Élaborer une stratégie de développement, c'est louable ! Mais quid des moyens indispensables à sa mise en œuvre ? L'équipe EMSYLADO – agence de développement marketing – de Sylvain MAUSSION a mobilisé son expertise pour animer les réflexions collégiales des participants, autour de 4 thématiques. Quelques pistes dans les grandes lignes...



1. Adopter et consolider un nouveau modèle économique : l'idée dominante, mettre en place des rôles de formateurs/ intervenants sur sites ou en webinaires, pour alimenter l'offre de services (*formations, conseils, présentation de retours d'expériences...*) pour le réseau Rivages de France et les partenaires externes (*entreprises privées, acteurs du tourisme...*).

2. Organisation un event : oui, mais quoi ? à quelle fréquence ? quel coût ? quelles retombées escomptées ? Intéresser le plus large public, c'est mobiliser l'intérêt de financeurs et des médias. Une piste : le sentier du littoral, qui irrigue tous les territoires concernés et qui concentre tous les attraits et enjeux littoraux...

3. Créer un kit de communication : conforter Rivages de France dans sa mission de centre de ressources et d'échanges d'expériences entre adhérents, avec des supports numériques et documentaires pratiques, des webinaires thématiques, davantage de possibilité d'interactivité

4. Des partenariats privés pour développer les sources de revenus : les opérateurs de téléphonie (*partage de données, partenariats...*) suscitent l'intérêt ! Sponsoring oui, à condition de correspondre aux valeurs de Rivages de France. Des partenariats privés ouvrant à des produits/prestations à tarif préférentiel pour les adhérents...

LES PERSPECTIVES

En l'espèce, **Rivages de France possède le meilleur des ADN** : celui de la participation, du collaboratif, du partage d'expériences capitalisées depuis 35 ans par nos adhérents, avec et pour lesquels tout se conçoit et se concrétise ! De leur contribution volontariste à ce "remue-méninges", je retiens ces grands objectifs stratégiques que nous allons peaufiner puis concrétiser à partir de 2024 (tous les détails à découvrir en ligne sur www.rivagesdefrance.org) :

- **Davantage de reconnaissance et de présence dans les instances nationales** : Office français de la biodiversité, Conservatoire du littoral, parlementaires, cabinets ministériels...
- **Davantage d'influence dans les stratégies nationales mises en œuvre** : biodiversité, fréquentation touristique, trait de côte...
- **Des positions formalisées et affirmées** sur ces grands enjeux littoraux et lacustres, assorties d'engagements réalistes et de propositions concrètes
- **Le défi de "bien accueillir le public" sur nos territoires** par l'adaptabilité de la gestion de la fréquentation, consolidée par des retours d'expérience et par des mesures quantitatives/qualitatives avec des outils fiabilisés (éco-compteurs, téléphonie...)
- **Le développement des services aux adhérents** : formations, rencontres dédiées aux retours d'expériences...
- **La création d'un évènement national** pour valoriser les initiatives exemplaires portées par les gestionnaires
- **La recherche de partenariats et le développement de prestations** pour développer nos sources de revenus.

