

Toujours plus fréquenté, le parc national des Calanques veut décourager les visiteurs

La pointe d'affluence vécue à l'été 2020 pousse le parc situé autour de Marseille à durcir son accès et à lancer une stratégie de « démarketing ».

Publié aujourd'hui à 02h37, mis à jour à 16h34



La calanque marseillaise d'En-Vau, en août 2020. ZACHARIE BRUYAS / PARC NATIONAL DES CALANQUES

Pin parasol au premier plan, crique émeraude au second, collines calcaires d'un blanc solaire et ciel azur sans nuages en toile de fond. En 2021, les photographies paradisiaques de Sormiou, Port-Pin ou En-Vau ne devraient plus servir à vanter les attraits du parc national des Calanques. Sur le site Internet de l'institution, à la rubrique « baignade », ces images idylliques ont déjà laissé place à des clichés de plages bondées, saturées de touristes, accompagnés de messages volontairement répulsifs : « eau froide », « accès difficile », « pour éviter la foule, privilégiez l'automne ou l'hiver ».

Ce sont les premiers effets rebutants de la stratégie dite de « démarketing » désormais adoptée par le seul parc périurbain de France pour lutter contre une surfréquentation, qui a atteint, à l'été 2020, un « cap inquiétant », selon les termes d'un rapport présenté à son conseil d'administration, le 10 décembre 2020.

« Nous avons validé une mosaïque de mesures, qui doit permettre de maîtriser l'attrait du territoire », explique le directeur du parc, François Bland. Le plan d'orientation triennal 2020-2023 inclut également un nouveau dispositif de mouillage en mer et une volonté marquée de faire reculer la pression automobile aux abords du territoire protégé, et notamment sur le littoral sud de Marseille. « Il faut rendre l'accès plus difficile. L'expérience calanques doit se mériter », insiste Didier Réault, vice-président (Les Républicains) du conseil départemental

des Bouches-du-Rhône, qui a entamé, en novembre 2020, son second mandat à la présidence de l'institution.

Créé en 2012, le parc national des Calanques attire près de 3 millions de visiteurs par an. Soit 1 million de plus que Notre-Dame de la Garde, monument le plus visité du secteur. Une fréquentation que ses 8 500 hectares terrestres pourraient supporter, si elle ne se concentrait pas dans le temps et l'espace. « *Entre Pâques et la Toussaint et sur une série de sites stratégiques, des points chauds liés à l'activité balnéaire* », détaille Marie Bermond, chargée du dossier au parc.

Un « attrait exponentiel »

A l'été 2020, cette fréquentation ciblée a encore bondi. Les calanques de Sormiou et Morgiou, situées sur la commune de Marseille, ont vécu des pics à 3 000 visiteurs par jour et 2,3 baigneurs par mètre carré de plage. Deux fois plus que l'année précédente.

En mer, la tension n'a pas été moindre. Le 15 août, 240 embarcations se sont croisées en une heure au cap Croisette, goulet de passage de la rade sud de Marseille ; 180 bateaux mouillaient dans l'anse de Morgiret dans les îles du Frioul.

« L'été a été le révélateur de l'attrait exponentiel du site. Une augmentation exacerbée par le contexte du Covid-19 et l'impossibilité pour les Français de prendre des vacances à l'étranger, mais qui vient confirmer une trajectoire installée depuis sa création », constate Didier Réault. *« Nous avons toujours été confrontés à des pressions anthropiques fortes et continues du fait de la proximité de l'agglomération marseillaise. C'est le défi de ce territoire »,* concède François Bland.

A sa création, le parc avait essuyé les critiques de ceux qui pensaient qu'une labellisation de cette zone protégée ne ferait qu'amplifier l'attrait touristique. Huit ans plus tard, le conseil d'administration leur donne raison, constatant que la « *très importante fréquentation vient heurter lourdement un territoire dont la vocation est celle de la préservation de la biodiversité* », et il affiche ses regrets d'un site qui « *n'est pas au rendez-vous de la qualité d'accueil qui doit être la sienne* ».

Une gouvernance complexe

Embouteillages, parking sauvage écrasant les nouvelles plantations d'astragale, une plante protégée, posidonies arrachées par les ancrs, explosion du volume des déchets et des déjections humaines, eaux de baignade altérées, sentiers érodés, mais aussi conflits entre usagers ou avec les cabanoniers, qui résident sur place.

En provoquant des dégâts importants, l'été 2020 aura accéléré la prise de conscience collective dans un parc où les propriétaires sont multiples et où les compétences de l'Etat, des municipalités, des grandes collectivités locales et de structures comme le Conservatoire du littoral ou l'Office national des forêts s'entremêlent et rendent la gouvernance complexe. « *On ne peut laisser un parc attrayant devenir un parc d'attractions* », s'inquiète Hervé Menchon, adjoint (Europe Ecologie-Les Verts) chargé de la biodiversité et des espaces littoraux de la nouvelle municipalité marseillaise.

« On ne peut laisser un parc attrayant devenir un parc d'attractions », s'inquiète l'écologiste Hervé Menchon

Si l'hypothèse de faire payer l'accès au site est gardée à distance – « *il n'est pas prouvé que cela fait baisser la pression ; et ce n'est pas dans l'esprit des espaces protégés français* », écarte Didier Réault –, le parc ne s'interdit aucune piste. « *Il n'y a pas de solution miracle*, prévient Marie Bermond. *Nous avons mis en place une boîte à outils, qui vont d'une gestion indirecte, où l'on tente d'influencer le visiteur, à une gestion directe, où l'on intervient sur ses libertés.* »

Sur le littoral sud de Marseille, un nouveau plan d'accès automobile est actuellement discuté entre municipalité, métropole et associations d'habitants. Dès l'été 2021, certaines zones du cœur de parc, comme le village des Goudes, aussi renommé pour ses restaurants à bouillabaisse que pour ses embouteillages monstres, doivent faire l'objet d'aménagements visant à faire reculer la voiture. Avec, à l'horizon 2024, la volonté de contrôler le passage des véhicules, quelques kilomètres plus en amont, dès la zone d'approche du parc.

« *La création d'une zone à trafic limité était dans le programme municipal du Printemps marseillais* », rappelle, à ce sujet, Pierre Benarroche, nouveau maire du 4^e secteur, qui assure vouloir être « *moteur* » dans la réduction de la pression automobile.

« Le plus compliqué à maîtriser reste les réseaux sociaux »

Sur mer, le parc a soumis à la validation du préfet maritime de nouvelles conditions de mouillage. Dès cette année, les bateaux ne devraient plus jeter l'ancre dans les calanques d'En-Vau et de Port-Pin. Début 2020, le conseil d'administration du parc avait déjà validé le gel du contingent de bateaux proposés à la location sur son territoire, bloqués à 500 : « *80 % des unités présentes sur le plan d'eau en été sont louées* », explicite François Bland.

Moins coercitive, la stratégie de démarketing doit aussi compter sur la bonne volonté de nombreux acteurs. « *Les offices du tourisme comprennent totalement qu'on ne peut pas vendre cette destination comme un produit de grande consommation* », se réjouit le parc. Ainsi, les calanques ont déjà été rayées de certaines cartes recensant les plages du département. « *Le plus compliqué à maîtriser reste les réseaux sociaux* », concède Zacharie Bruyas, chargé de la communication. Dans le Sud, comme ailleurs, les publications sur Instagram ou Twitter sont souvent la cause première du surtourisme.

Ces derniers mois, des contacts sont systématiquement pris avec les influenceurs privés qui affichent une communauté flirtant ou dépassant les 10 000 abonnés et postent des images du parc. « *Nous tentons de les sensibiliser à nos problématiques et leur demandons de garder leurs expériences pour eux ou, au pire, de ne pas géolocaliser les photos. C'est, pour l'instant, plutôt suivi d'effet* », complète M. Bruyas. Propriétaire du droit d'image de ses sites naturels, l'institution se montre, en revanche, inflexible envers les professionnels qui s'en servent pour leur promotion. Toute utilisation commerciale avérée déclenche rappels à la loi et demandes de retrait des photos incriminées.

Gilles Rof(Marseille, correspondant)