



BIOSPHERE
Fontainebleau & Gâtinais



Enquête auprès des signataires de la Charte de la Réserve de Biosphère du Mont- Ventoux

*Sur les techniques
d'animation futures du
réseau des « écoacteurs »*



Juin 2016

Anne-Elise Lenne

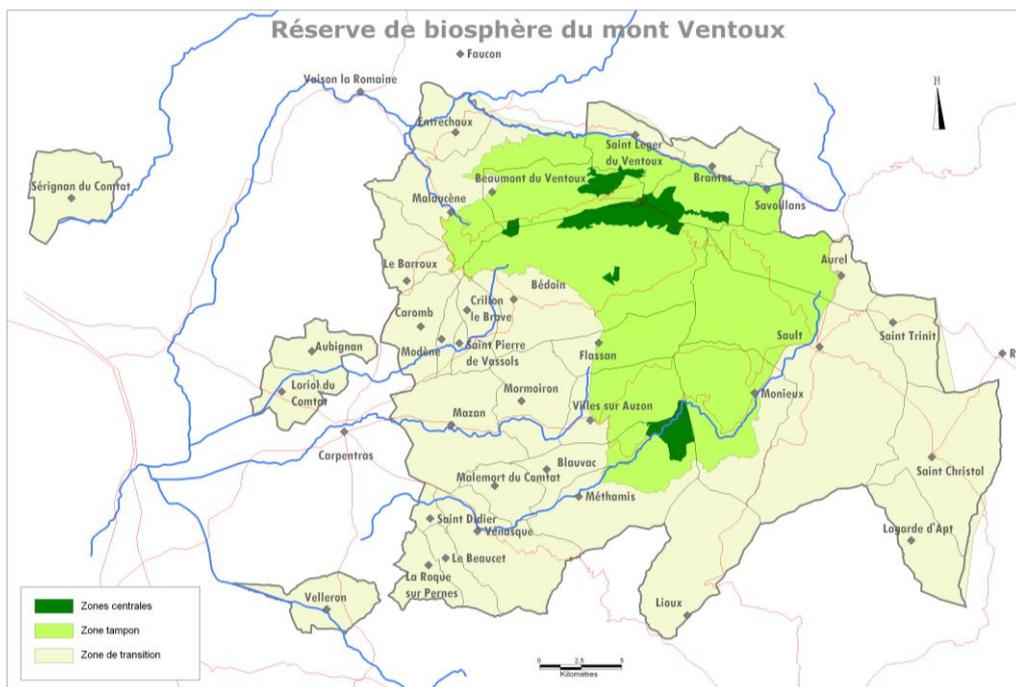
Chargée de mission
pour le comité Man &
Biosphere France



PRESENTATION DE L'ENQUETE



La Réserve de biosphère du Mont-Ventoux s'étend sur un territoire de 90 000 hectares et 34 communes autour du Géant de Provence. Elle fait partie des trois Réserves de biosphère françaises – avec la Camargue et Fontainebleau- à avoir créé un réseau d'acteurs locaux. Pour encourager la transition écologique et répondre à une forte demande des acteurs socio-économiques à prendre part aux Réserves de biosphère, celles-ci valorisent ces acteurs qui s'orientent vers un développement plus respectueux de la nature et de l'Homme. Elles ont chacune élaboré une **Charte d'engagement**, suivant des principes communs à toutes les Réserves de biosphère de l'UNESCO et adaptée à leurs propres enjeux.



Peut devenir écoacteur de la Réserve de biosphère toute personne, morale ou physique (entreprise, école, association...), de tout secteur d'activité qui souhaite inscrire son activité dans une démarche de progrès. En signant la charte d'engagement des éco-acteurs du Mont-Ventoux, le candidat prend des engagements concrets, vérifiables et crédibles en matière d'environnement et de développement durable pour son activité.

Après trois années d'existence du réseau des signataires de cette Charte d'engagement, cette étude a pour objectif de faire un état des lieux de cette démarche d'engagement des acteurs du tourisme local. C'est aussi l'occasion de recueillir leurs idées, leurs attentes et pérenniser le réseau pour la suite du programme.

DEROULE DE L'ETUDE



Période d'étude

Les entretiens auprès des signataires de la Charte d'engagement de la Réserve de biosphère ont été réalisés du 30 Mai au 2 Juin 2016 sur la Réserve de biosphère du Mont Ventoux. La phase d'analyse des réponses des signataires s'est ensuite étendue jusqu'au 14 Juin.

	Mai 23-27				Mai 30 - Juin 2							Jun 6 - 9			
	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J
Liste des tâches															
Prise de rendez-vous	■	■			■										
entretiens téléphoniques					■							■			
entretiens sur place					■	■	■	■						■	
mise au propre des entretiens							■	■	■	■	■	■			
Analyses des entretiens												■	■	■	■

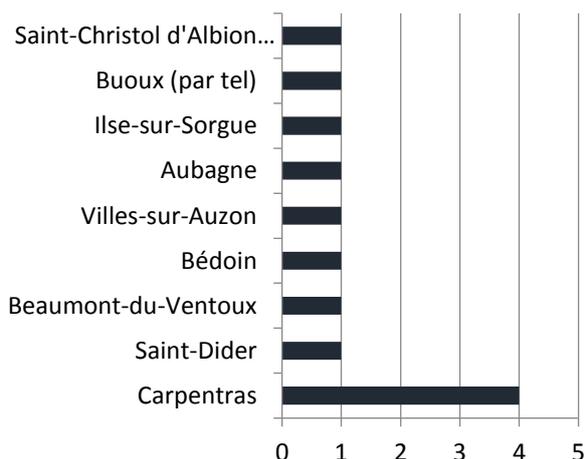
Sites d'étude

Les entretiens sur place se sont effectués à vélo, sur 7 villes et villages de la Réserve : L'Isle sur la Sorgue, Aubagne, Villes-sur-Auzon, Bédoin, Beaumont du Ventoux, Saint-Didier et Carpentras. Plus excentrés, les entretiens des acteurs basés à Saint-Christol d'Albion et Buoux ont été réalisés par téléphone.

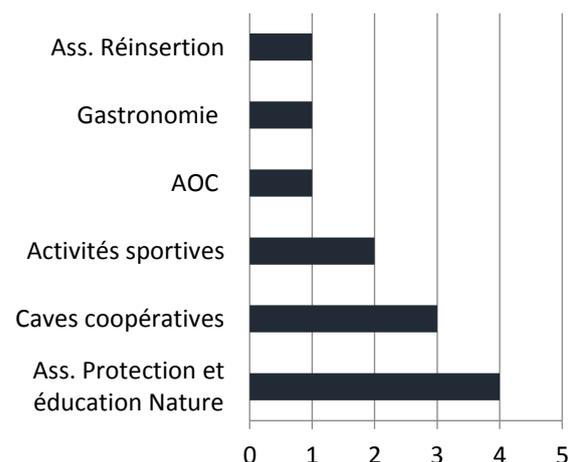
Echantillon d'enquête

La Réserve de biosphère du Mont-Ventoux compte douze signataires, tous acteurs socio-économiques dans la région PACA. Ils sont issus aussi bien du secteur privé, que du milieu associatif.

Répartition des acteurs sur la Réserve de biosphère



Répartition des acteurs par domaine d'activité



PLAN

1. MOTIVATIONS POUR SIGNER LA CHARTE

Affirmer ses valeurs et s'engager

Gagner en reconnaissance

2. UN PREMIER BILAN

L'usage de la désignation « éco-acteurs »

Le bilan de l'engagement

3. CE QUE LES ACTEURS SOUHAITENT POUR LA SUITE

Mobiliser des moyens humains pour l'animation

Se mobiliser pour une action commune

Elargir le réseau

LES MOTIVATIONS



Si tous les acteurs évoquent dans l'ensemble leur engagement pour un développement vertueux, la reconnaissance apportée par la notoriété de l'UNESCO constitue également une source de motivation pour certaines entreprises et associations.

Affirmer ses valeurs et s'engager

Une adhésion aux valeurs de la Réserve de biosphère

Les écoacteurs partagent tous les valeurs de la Charte de la Réserve de biosphère. « *Ce dont parle la Charte, ce sont des sujets qui nous parlent* ». En effet « *cela entre complètement dans notre dynamique* ». Dès lors pour beaucoup se lancer dans la dynamique « écoacteurs » de la Réserve a été « *assez naturel* ».

A quelles valeurs les acteurs font-ils référence ? Pour certains il s'agit de mettre en valeur un « *fort ancrage territorial* » car comme le dit l'un d'entre eux, « *notre travail va dans le sens du renforcement de cette identité locale* ». Pour d'autres, le moteur de leur engagement pour la Charte est l'envie de produire sur ce territoire d'une manière respectueuse : « *les agriculteurs aiment leur territoire, ils ont le souci d'être plus respectueux pour l'environnement, surtout les jeunes* ». D'autres associations de sensibilisation se sont dites intéressées par la « *démarche développement durable au niveau du Ventoux et d'éducation à l'environnement* », intégrée à la Charte.

Signer la Charte était donc pour eux un moyen de formaliser ces engagements. Pour une association, « *c'est en effet une manière de reconnaître encore davantage [son] engagement dans le domaine de la sensibilisation* ». La charte était aussi l'occasion de s'améliorer pour certains. Pour l'association de protection du patrimoine, « *le point faible était l'éducation à l'environnement au niveau du territoire [...] La Charte est arrivée à point nommé* ». Pour l'avenir, une Cave a des ambitions qui vont dans le sens de la protection de l'environnement, comme le « *zéro pesticides* » et le développement d'un vin biodynamique.

Un engagement dans l'action

Plusieurs acteurs partagent un même constat sur la région : « *on est très individualiste sur ce territoire* ». Pour eux, la Charte est donc l'occasion de mettre les acteurs en réseau pour « *développer des actions collectives autour de projets* ».

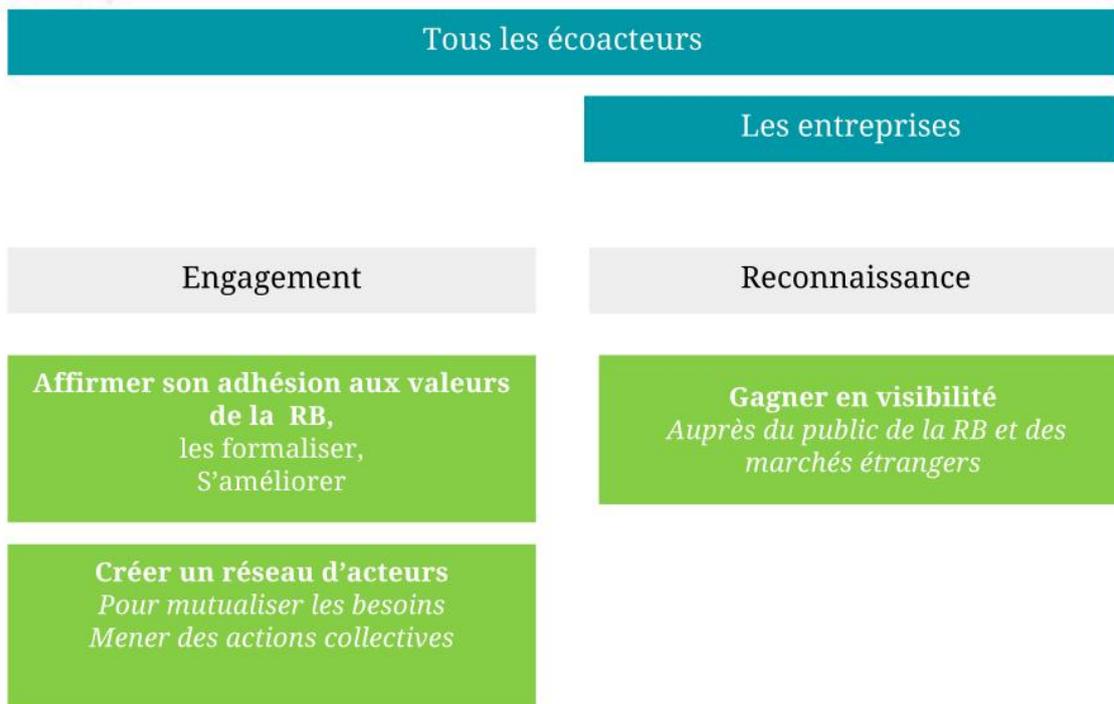
Gagner en reconnaissance

Pour les acteurs économiques, la question de la reconnaissance est source de motivation à signer la Charte. D'une part un acteur affirme que « *chacun recherche une reconnaissance de*

son attachement au Ventoux ». D'autre part, la reconnaissance peut-être une motivation économique. En effet la démarche a été impulsée par des caves coopératives, conscientes d'être dans un endroit exceptionnel reconnu par l'UNESCO. « *On est dans une Réserve de Biosphère, connue et reconnue depuis 10 ans* ». Ils espèrent que cette « *image de marque* » valorise leur produit auprès du public de la Réserve, mais aussi des marchés étrangers.



LES MOTIVATIONS DES ÉCOACTEURS



En résumé, la plupart des éco-acteurs ont signé la charte pour formaliser leur adhésion aux valeurs de la Réserve de biosphère. Ils s'ancrent dès lors dans la démarche de la RB, prônant un développement plus respectueux du terroir, de la nature et de l'Homme. Les structures privées y voient un autre objectif : celui d'utiliser « l'image de marque » de la RB de mont Ventoux, désignée par l'UNESCO. Cette différence dans les objectifs est pour certaines associations source de confusion qui perçoivent la démarche des entreprises comme un « *reverdissement de leurs activités* » alors qu'ils « *ne sont pas trop dans le secteur* ». Cette confusion se retrouvera dans les différences d'usage que les éco-acteurs font de leur logo « éco-acteurs ».

IMPACTS RESSENTIS SUR LA STRUCTURE



L'usage de la désignation « éco-acteurs »

Les résultats positifs du titre de « signataire de la Charte de la Réserve de biosphère » ont eu des intensités différentes selon les écoacteurs.

Les caves coopératives espéraient que le renom de l'UNESCO ouvrirait des portes sur les marchés étrangers. Pourtant les caves évoquent la difficulté d'exporter leurs produits sur des marchés étrangers, déjà « *inondés de labélisations* ». « *C'est très compliqué de communiquer à l'autre bout du monde* » ; « *Il y a une faible connaissance du concept de Biosphère. On a un manque de notoriété* ».

Pour deux associations, le fait d'avoir obtenu un « *label* », ou du moins « *un papier signé* » formalisant le « *pacte* » avec la Réserve de biosphère a été « *d'une grande aide* » lors du dépôt de dossiers. C'est parfois l'élément décisif qui a permis de décrocher un financement, ou de lancer un projet. Selon une autre association active dans la protection de l'environnement, « *cela donne du poids à notre combat* ».

Il est certain que l'usage de cette appellation « *éco-acteurs* » par les signataires de la Charte eux-mêmes pourrait être améliorée. Un seul acteur affirme « *on ne l'utilise jamais* ». Cette personne interviewée étant nouvelle dans la structure, elle n'était pas au courant de cette Charte, et ne disposait pas du logo. En revanche une des caves coopératives affirme en parler « *quand on fait des balades dans les vignes* »

Le bilan de l'engagement

Des engagements pris au niveau des structures.

Au début du projet, « *chacun a essayé de conduire des actions spécifiques en fonction de son métier* ». Plusieurs acteurs ont essayé de tenir leurs engagements personnels. Une cave coopérative a fait des essais pour commercialiser une bouteille « *éco-conçue* » et « *100% recyclable* »: verre plus fin, étiquette et bouchon recyclables, etc. Un producteur de nougat explique s'efforcer de se concentrer sur l'achat de matières premières le plus local possible en visant l'autosuffisance en miel et en amandes. Un acteur fait cependant remarquer qu'« *on est parti sur un schéma où chacun choisit un projet dans son coin* ». Pourtant la majorité souhaite mettre à profit le réseau des écoacteurs pour mener à bien des « *actions collectives* ».

Une mise en réseau amorcée.

Que ce soit antérieur à la signature de la charte, ou du fait de la création du réseau, les écoacteurs affirment qu'ils se connaissent dans l'ensemble. Environ la moitié affirme avoir eu

des discussions bilatérales (avec un autre éco-acteur) en vue d'un partenariat. Ce, particulièrement au lancement de la démarche. Une association de protection de l'environnement explique en effet que les fréquentes réunions du début ont eu des « *retombées positives : on a eu plein de demandes de collaboration, mais comme on n'a pas d'animateur, elles ne se sont pas concrétisées* ». Une autre ajoute « *cela nous a rapproché dans nos combats* ». Concrètement, seules quelques actions ont vu le jour comme par exemple l'installation de nichoirs par une association de protection des oiseaux dans les champs d'amandiers d'un producteur de nougats. L'action aurait pu s'étendre aux arbres de l'association de grimpe d'arbre mais « *il n'y a pas eu de suivi* ». Pour conclure sur ces partenariats, un acteur observe que « *les liens sont seulement bilatéraux depuis qu'il n'y a plus d'animation* ».



UN PREMIER BILAN

Reconnaissance	Engagement
<p>Entreprises "La Biosphère manque de notoriété"</p>	<p>Engagements personnels déjà bien avancés</p>
<p>Associations "argument incontournable"</p>	<p>Mise en réseau amorcée</p>
<p>Envie de davantage mettre à profit le titre d"éco-acteurs"</p>	<p>Partenariats peu concrétisés</p> <ul style="list-style-type: none"> - Plus bilatéraux que multilatéraux - manque de suivi - incertitudes liées au Parc

LES ATTENTES POUR LA SUITE...



Mobiliser des moyens humains pour l'animation

Ce point fait consensus. Il manque un « meneur d'équipe » pour remotiver le réseau. On a « besoin d'un animateur pour se donner les moyens de faire vivre la Charte ». En effet les acteurs ne croient pas en la « génération spontanée » qui prendrait en charge collectivement les projets communs, soulignant « leur manque de temps » et « la difficulté de motiver les troupes ». L'animation pourrait « permettre de mener à bien les démarches collectives. Sinon ce n'est que du bilatéral mais si ça se trouve, on passe à côté de 2 ou 3 autres acteurs qui avaient les mêmes besoins de partenariats ». Un écoacteur résume : « je voyais bien la Charte comme un espace qui justifie qu'on travaille autour de projets communs »

Se mobiliser pour une action commune

Une demande pour une communication commune

Tous sont convaincus du potentiel de démarche de la Charte. Mais elle manque encore de « notoriété ». De nombreux acteurs insistent sur la nécessité de renforcer la communication sur la Réserve de biosphère, et la démarche Eco-acteurs. Une association pour l'environnement s'était d'ailleurs engagée à évaluer le degré de connaissance du public de la Réserve de biosphère. Il rappelle qu'un des objectifs communs des signataires aux débuts du projet était d'ensemble « trouver les moyens de faire plus de communication auprès du public et des visiteurs ». Plus spécifiquement deux caves coopératives parlent de mettre sur pied « une communication collective ». « On parle tous de la même chose », estime une représentante de cave à vin. Dès lors cela donnerait « plus de poids de faire une communication commune sur tout ce qui va dans le sens de l'environnement ».

D'autres acteurs évoquent le besoin de développer un travail d'information ou de communication interne au réseau. Certains, nouveaux dans leur structure, découvrent tout juste le réseau des écoacteurs et souhaiteraient un résumé de la démarche. Il pourrait prendre la forme d'une brochure résumant les principes de la Charte et comment l'utiliser ou d'une « documentation pour imager la Charte ». Certains souhaiteraient recevoir des informations plus régulières par mail, comme une « newsletter ». Enfin beaucoup ont manifesté un intérêt pour une formation au sujet de la communication. « Qu'a-t-on le droit de mettre sur notre site ? Comment faire pour communiquer à travers le MAB ? » sont autant de questions que les acteurs se posent.

Un cycle de formations

Une poignée d'acteurs s'est montrée intéressée pour bénéficier de formations. « On est toujours preneurs de journées à thèmes où l'on se réunit et on apprend des choses ». Plusieurs associations ont déjà des formations prêtes qu'ils proposent en interne à leurs

membres et qu'ils pourraient délivrer aux écoacteurs : protection des oiseaux, évaluation de la biodiversité sur des parcelles viticoles, connaissance des particularités du territoire, mise en place d'une démarche d'insertion dans une entreprise, etc. Les sujets de compétences des écoacteurs sont riches et variés. Pour un des acteurs, l'important est vraiment de proposer des formations « *en prise avec la culture du territoire* ». Pour un autre acteur au contraire, les formations peuvent solliciter l'expertise d'éco-acteurs d'autres Réserves de biosphère françaises.

Réflexion autour du label des produits ?

Un écoacteur, plus particulièrement une cave à vin, a une vision particulière de la Charte. Il défend depuis le lancement l'idée d'un « *label éco-acteurs* » que l'on apposerait sur l'emballage des produits fabriqués par les entreprises du réseau. Il soutient qu'à travers une bouteille ou un produit, on peut « *contribuer à sensibiliser le public* » à l'existence de la Réserve, de ses valeurs, et de ses acteurs. Il a donc apposé le logo des éco-acteurs du Ventoux sur deux bouteilles, suivi d'un texte très pédagogique. Il attend que les autres acteurs de la Réserve fassent de même, pour donner du poids à ce logo. Mais aussi pour commencer à créer des partenariats : « *si le nougat devient labélisé éco-acteurs, je pourrais en vendre dans ma boutique et le nougatiier pourrait vendre mes bouteilles éco-acteurs* ». Il va même plus loin en imaginant des événements inter-réserves comme par exemple avec la Camargue. Il serait motivé pour participer à l'organisation d'une journée, demi-journée d'animation. Il imagine par exemple un « *événement Biosphère spécial Vaucluse* » pour présenter les produits du terroir.

Elargir le réseau

Les acteurs sont d'accord pour augmenter la diversité et le nombre d'acteurs dans le réseau. Un acteur avance : « *on n'est pas encore assez complémentaires* ». Il propose notamment d'accepter dans le réseau davantage d'entreprises de produits du terroir. « *On pourrait ainsi faire des échanges* », c'est-à-dire contribuer à vendre les produits des autres. Une association de protection de l'environnement propose d'intégrer au réseau les guides et accompagnateurs dans la Nature. L'association propose de les former aux enjeux des espèces menacées, en échange de quoi ils s'engageraient à prendre des précautions lors de leurs sorties dans des zones naturelles sensibles. Un acteur incite à accepter des acteurs diversifiés « *même des industriels qui puissent générer des partenariats croisés* ».



UNE ACTION COMMUNE POUR LA SUITE

Reconnaissance	Engagement
<p>Recommandation 1 Formation : outils de communication autour de la Charte de la RB</p>	<p>Recommandation 3 Impulser des projets collectifs</p> <ul style="list-style-type: none"> - un communication commune - Des cycles de formations - Des événements entre éco-acteurs, voir interréserves - Réflexion autour du label des produits du terroirs?
<p>Recommandation 2 Développer la communication interne au réseau</p>	
<p>Recommandation 3 Elargir le réseau des écoacteurs</p>	<p>Recommandation 3 bis Relancer l'animation "Pour se donner les moyens de faire vivre la charte"</p>

CONCLUSION

