



Valorisation des paysages de Garrigues : le cas d'« Au pas de l'Âne », balades pleine nature à Calvisson



©Aupasdel'ane

Par Aymeric Brissaud, Camille Clowez, Morgane Desherault-Lazeras, Marta Gallardo Ruiz, Marion Moenne-Loccoz, Marie Pillods et Baptiste Potet

Étudiants des masters IEGB et Giebiote de l'université des sciences de Montpellier
En partenariat avec le Collectif des Garrigues
Année 2018/2019

SOMMAIRE

1. Introduction du contexte d'étude et de la thématique étudiée.....	2
1.1. La garrigue, sa définition, ses enjeux, ses activités.....	2
1.2 Le Collectif des Garrigues	2
2. Matériels et méthodes.....	3
2.1. Acteurs rencontrés	3
2.2. Déroulement de l'enquête.....	3
3. Résultats.....	3
3.1. Activités entrepreneuriales.....	4
3.2. Réseaux et économie locale.....	4
3.3. Modèle économique.....	4
4. Discussion.....	4
4.1 Difficultés rencontrées par l'entreprise.....	4
4.2 Forces et faiblesse.....	5
5. Conclusion et Perspectives.....	5

BIBLIOGRAPHIE.....	6
---------------------------	----------

Annexe 1 : FICHE ACTIVITÉ ENTREPRENEURIALE « GARRIGUES » - PRODUCTION.....	6
---	----------

Annexe 1 bis : FICHE ACTIVITÉ ENTREPRENEURIALE « GARRIGUES » - TERRITOIRE PTER Vidourle-Camargue et Garrigues.....	8
---	----------

Annexe 2 : DESCRIPTION ET ANALYSE SOMMAIRE DES PRINCIPAUX IMPACTS DE L'ACTIVITE SUR L'ENVIRONNEMENT, RECOMMANDATIONS D'ACTIONS D'AMELIORATION.....	11
---	-----------

Annexe 3 et 4	11
----------------------------	-----------

1. Introduction du contexte d'étude et de la thématique étudiée

Dans le cadre de l'unité d'enseignement "Valorisation économique de la biodiversité", cette étude a pour volonté de valoriser le territoire des garrigues. Les activités qui se déroulent sur le territoire des garrigues ont pour but de recentrer l'Homme à la nature en prenant en compte l'identité patrimoniale et culturelle du territoire. L'entreprise que nous avons visitée propose une location d'ânes bâtés afin que les habitants du territoire ou le tourisme puissent découvrir le paysage de garrigue sur des sentiers balisés. En effet, le patrimoine culturel autour de ce territoire est riche et ancien, de ce fait, la découverte des garrigues à travers des activités de tourisme est nécessaire pour sa préservation. Ce rapport a pour objectif de présenter l'analyse d'une activité de loisirs, permettant une découverte de la garrigue dans son paysage à la fois politique, culturel et environnemental.

1.1. La garrigue, sa définition, ses enjeux, ses activités

Caractérisée par une végétation basse se développant sur sol calcaire et riche d'un patrimoine naturel propre aux paysages méditerranéens, la garrigue Languedocienne constitue une entité à part entière parfois dans l'ombre médiatique de ses voisines les Cévennes et la Camargue. Territoire morcelé et chargé d'histoire, la garrigue regroupe plusieurs écosystèmes, ouverts ou forestiers, variables selon les usages anthropiques et les facteurs abiotiques. Ces écosystèmes, en perpétuelle évolution, ont été façonnés par l'Homme et le sont encore aujourd'hui (Ibanez, Lenglet et Ibanez, s.d.).

Le premier enjeu concerne le pastoralisme, activité dominante sur le territoire jusqu'au 19^{ème} siècle. Aujourd'hui, la viticulture domine majoritairement le territoire de garrigue. L'abandon du pastoralisme induit des conséquences non négligeables sur la garrigue, entraînant inévitablement la fermeture du milieu. Le second enjeu lié au territoire est l'extension urbaine au dépens des espaces naturels ou agricoles. Le territoire des garrigues est directement touché par ce phénomène d'urbanisation, car il se trouve entre la métropole de Montpellier, la ville d'Alès et la ville de Nîmes (Fig. 1).

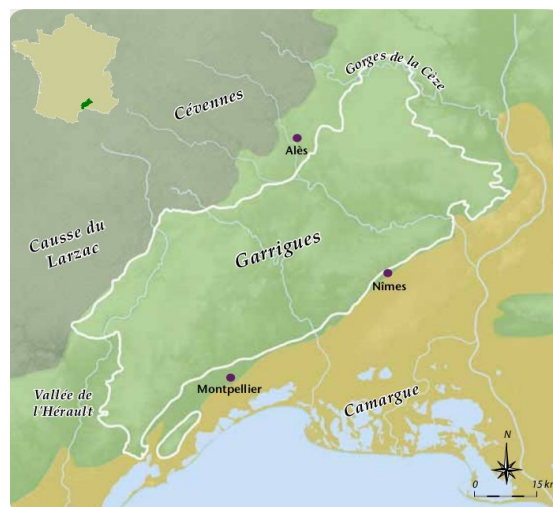


Figure 1 : Cartographie du territoire des garrigues
(©Wikigarrigues)

1.2. Le Collectif des Garrigues

Afin de contrer à l'expansion de l'urbanisation dont l'une des conséquences serait la disparition des garrigues, la recherche de moyens de valorisation économique de la biodiversité et leur intégration au niveau des populations locales est essentielle. C'est dans ce cadre que s'effectue le travail du Collectif des Garrigues, association loi 1901, qui vise à préserver et valoriser le patrimoine historique et naturel du territoire des garrigues en réunissant divers acteurs du territoire, parties prenantes du développement et du tourisme durable. En effet, protéger durablement

l'environnement doit se traduire par une intégration sociale, économique et politique. Ce réseau de professionnels permet l'échange des connaissances dans l'optique de dynamiser et de préserver le territoire des garrigues. Le Collectif, conscient de l'interdépendance des systèmes naturels, paysagers et des activités économiques du territoire, développe alors des stratégies de valorisation conjointe. Le PETR Vidourle-Camargue a pour rôle de favoriser, de soutenir et de coordonner divers projets sur son territoire afin de satisfaire les attentes de la population. Il travaille dans un objectif de réflexion ou de mise en place d'actions, avec les communes et les com. com, sur des sujets comme le tourisme, l'agriculture, la culture et d'autres. Cette année la thématique qui nous anime est le lien entre le territoire des garrigues et le tourisme.

2. Matériels et méthodes

2.1. Acteurs rencontrés

Afin de réaliser notre enquête, nous sommes allés à la rencontre de Mme Sylvie Béchard, gérante de l'EARL (Exploitation Agricole à Responsabilité Limitée) Font de Rouquette - Au pas de l'Âne. L'exploitation est située sur la commune de Calvisson dans le département du Gard, à proximité de la ville de Nîmes (Fig. 2) et propose une location d'ânes pour des balades de pleine nature (Annexe 1). Le vendredi 19 octobre 2018, un rendez-vous a été fixé pour que nous puissions visiter l'exploitation et rencontrer la gérante. En parallèle, nous avons discuté avec le mari et le fils de Mme Sylvie Béchard, qui s'occupent d'une exploitation viticole sur la même propriété et viennent apporter un soutien logistique à la balade d'âne.

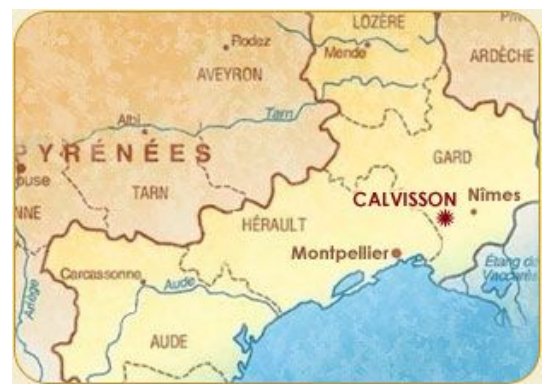


Figure 2. Localisation de l'activité
"Au pas de l'Âne"

2.2. Déroulement de l'enquête

Un premier entretien a été organisé le 19 octobre 2018. Tout d'abord, une visite guidée de l'exploitation (locaux, lieux, site, sentiers de randonnées) a été réalisée. Puis, nous avons posé des questions semi-dirigées afin de répondre à l'enquête (CF annexe 1 et 1 bis), tout en laissant la place à une discussion plus ouverte. Cela nous a permis de mieux comprendre le fonctionnement des balades en compagnie des ânes, leur impact dans la garrigue ainsi que les enjeux économiques et sociétaux qui y sont liés. Le second entretien fut réalisé par téléphone le 30 novembre 2018 afin d'obtenir des compléments d'informations, notamment sur les critères de la charte « Ambassadeurs Écotourisme » rédigée par le Collectif des Garrigues. Cette charte propose des éco-gestes, la mise en avant des autres membres du Collectif et la sensibilisation du public pour la protection du territoire des garrigues.

3. Résultats

L'Annexe 1 (Fiche activité entrepreneuriale « Garrigues » - Production) a pour but de décrire brièvement l'activité de l'entreprise Au pas de l'Âne ainsi que ses services. L'Annexe 1 bis

(Fiche activité entrepreneuriale « Garrigues » - Territoire PTER Vidourle-Camargue et Garrigues) traite de l'implantation de cette structure dans le paysage local (e.g. environnement, politique) et des perspectives d'avenir. Pour l'impact environnemental, l'Annexe 2 (Description et analyse sommaire des principaux impacts de l'activité sur l'environnement, recommandations d'actions et d'améliorations), les résume selon différents paramètres et risques. Enfin, le diagnostic d'application de la charte « Ambassadeurs Eco-Tourisme » (Annexe 3) montre le bon respect des attendus de la charte.

3.1. Activités entrepreneuriales

L'activité Au Pas de l'Âne est partiellement dépendante de la proximité du village vacance, qui permet de maintenir l'économie locale, lui assurant une clientèle. Elle dépend également du territoire offrant une topographie vallonnée intéressante pour les balades de pleine nature avec les ânes. Le bon déroulement des balades avec les ânes implique un bon entretien des sentiers, majoritairement communaux.

3.2. Réseaux et économie locale

Afin d'assurer une meilleure visibilité de son activité, Sylvie Béchard utilise des outils de communication tels que la participation à des commissions, une présence sur le web (site internet) afin d'être davantage connue. Son site renseigne sur les prestations proposées avec les tarifs et la localisation de l'entreprise pour pouvoir s'y rendre facilement. Afin de mieux se faire connaître, Sylvie participe aux pots d'accueils du village vacances et du camping, pour parler de son activités aux nouveaux arrivants. Ces événements permettent à Sylvie Béchard de rencontrer de nouveaux clients et de les familiariser avec son activité. En discutant, elle transmet sa passion pour son activité et le territoire des garrigues. En parallèle, Au pas de l'âne est aussi un intermédiaire commercial, proposant des savons au lait d'ânesse, peluches à l'effigie de l'âne et du vin du territoire mais cela reste mineur.

L'exploitation fait partie du réseau « Bienvenue à la ferme », coordonné par les services des Chambres d'Agriculture, garantissant la qualité de son activité au niveau national. Les clients peuvent laisser un avis sur la prestation, visibles par le grand public et une future clientèle. Au Pas de l'âne fait également partie du réseau « Ambassadeurs Eco-Tourisme ». Un réseau qui malgré quelque point négatif (ex: manque de communication), permet à Sylvie Béchard d'avoir un retour sur son activité, par des personnes exerçant des métiers différents.

3.3 Modèle économique

Son modèle économique (Cf Annexe 4) est basé en milieu rural drainant un tourisme important, ainsi la gérante offre des balades dépaysantes mais assez près des stations de vacances afin d'assurer un revenu économique. Elle s'assure également d'être la seul prestataire dans les alentours à proposer un service atypique, ainsi la concurrence est faible.

4. Discussion

4.1 Difficultés rencontrées par l'entreprise

L'entreprise rencontre certaines difficultés pour le maintien de son activité. Dans un premier temps, les villages vacances gagnent du terrain et empiètent sur les espaces de pâturages destinés auparavant aux ânes. Sylvie Béchard doit faire face à la "dégradation" de ses panneaux de balisage le long du sentier de la promenade, qui serait causée par les chasseurs. Dans un second temps, le manque de professionnels présents durant les réunions organisées par le Collectif des Garrigues se fait ressentir. Cette absence réduit les échanges ainsi que la possibilité de créer des liens entre les acteurs du Collectif pour d'éventuels partenariats.

4.2 Forces et faiblesses

Sur le plan environnemental, il s'avère que les impacts sont négligeables (Cf Annexe 2). Le fourrage des ânes est produit sur place, assurant un meilleur suivi et des réductions budgétaires. Concernant le risque d'abandon de déchets sur les sentiers de balades, Sylvie Béchard sensibilise au mieux sa clientèle. Par ailleurs, elle essaye de valoriser le métier de vigneron qui serait vu comme "pollueurs des campagnes". Les balades de pleines nature permettent ainsi au public d'être sensibilisé au paysage de garrigue et au monde viticole. L'environnement des garrigues présente une force majeure de ce territoire offre une topographie intéressante pour les balades avec les ânes. Par ailleurs, la garrigue de part son patrimoine naturel très riche, offre aux promeneurs une sortie dépaysante et enrichissante. C'est aussi le moyen de pratiquer une activité "douce" en pleine nature qui permet de faire connaître et de valoriser le territoire, et de créer un lien entre l'animal et la personne.

Actuellement l'EARL dépend majoritairement de l'affluence touristique du village vacances voisin et du camping. Les faiblesses de l'exploitation se concentrent principalement autour de la communication extérieure car les clients sont souvent des habitués. Ainsi, il sera conseillé à l'entreprise de concentrer ses efforts sur les outils de communications tels que les réseaux sociaux, afin de toucher une clientèle plus large et de la fidéliser. L'activité pourra également prendre plus d'ampleur si la viticulture, activité principale de la ferme devient solide et plus rentable sur la durée. Une révision des éco-gestes est aussi possible, notamment dans la production des flyers avec du papier recyclé ou issu des entreprises durables.

5. Conclusion et Perspectives

L'EARL Font de Rouquette - Au pas de l'Âne propose une location d'ânes. Situé à Calvisson, sur le territoire des garrigues languedociennes, l'utilisation d'ânes pour des balades de pleines nature est une activité douce et ludique, accessible à tous. Par cette prestation, la gérante Sylvie Béchard, sensibilise le grand public à la nature et plus précisément au milieu de garrigue mais également au monde viticole, grâce à l'exploitation gérée par son mari. L'EARL n'est pas viable financièrement sans les revenus de l'exploitation viticole. En ce qui concerne l'avenir d'Au pas de l'Âne, Sylvie Béchard envisage éventuellement de se développer, selon certaines conditions. La première serait une reprise progressive par la relève familiale afin de permettre un soutien au niveau logistique. Sur le plan économique, la deuxième condition serait de maintenir une clientèle régulière et durable. Mais face à l'incertitude de cette relève, Au pas de l'Âne devrait se développer via de nouveaux outils de communication, permettant de conquérir une nouvelle clientèle plus large.

Bibliographie

Ibanez, M., Lenglet, E. et Ivanez, D. (s.d.). Le Dossier : Les Garrigues. Wikigarrigues, 2018.

Annexe 1 : FICHE ACTIVITÉ ENTREPRENEURIALE « GARRIGUES » - PRODUCTION

▪ Description de l'activité

Au pas de l'âne est une EARL qui propose de louer des ânes pour aller se balader dans la garrigue. Géré par Sylvie Béchar, initialement maraîchère et actuellement viticultrice dans l'exploitation familiale. Le service de balade d'âne permet uniquement la location car la gérante n'est ni accompagnatrice ni assurée comme tel. Concrètement, les clients sont accueillis à la ferme et formés sur le comportement à adopter avec un âne pour pouvoir être autonomes sur les sentiers de randonnées, se limitant aux chemins communaux. La location d'âne est ici une activité annexe à l'activité viticole qui permet une diversification de l'exploitation. Cela permet d'échanger sur le métier de vigneron avec les clients et de valoriser les deux activités. Pour les exploitants, c'est aussi une manière de diversifier leur activité économique et d'assurer un revenu supplémentaire.

▪ Zone de garrigue concernée

On peut différencier plusieurs zones exploitées pour la location d'âne. On trouve au sein de l'exploitation, 2,5 hectares devant un hangar dédié aux ânes et 3 hectares pour le stationnement des animaux.

En ce qui concerne les balades, plusieurs tracés sont balisés sur les chemins communaux, et leurs longueurs varient de 2 à 18 km. Les chemins traversent principalement de la garrigue boisée et des vignes ce qui permet de valoriser ces paysages.

▪ Réglementation

Il n'y a pas de réglementation spécifique concernant la location d'âne, il suffit d'obtenir une assurance liée à l'activité, c'est à dire loueur d'ânes.

Concernant le zonage du document d'urbanisme, ce dernier est compatible avec l'activité puisque les parcelles sont zonées "agricoles" sur le vignoble et "loisir" sur la garrigue.

▪ Structure

La forme juridique de la structure est "Entreprise Agricole à Responsabilité Limitée" (EARL) car elle regroupe une activité viticole et une activité de loisir. Deux personnes sont en charge et ils sont aidés d'un employé, la balade avec les ânes est considérée comme une activité agricole.

▪ Moyens (distinguer les investissements nécessaires à la création et les moyens de fonctionnement)

Financier: 500 Euros/Bête/ans (au total il y a 15 ânes)

Humain: trois exploitants

Matériel: un investissement d'environ 30 000 euros pour le hangar (stock nourriture pour les ânes)

▪ **Marchés et concurrence (modèle économique)**

Le marché se concentre principalement autour du village vacances et du camping voisin qui drainent des touristes. La communication se fait par des foires (médiévals, garrigue en fête...) et autres prestations sur une journée. Les locaux représentent une grande partie des clients réguliers.

Faible concurrence locale, un loueur au sud du département à Marguerittes et le reste du marché se trouve principalement dans les Cévennes où la balade en âne fait partie du patrimoine.

▪ **Rentabilité, productivité et performance (fonctionnement économique : part de marché, production, distribution, etc.)**

L'activité seule n'est pas suffisamment rentable, c'est pour cela qu'elle reste actuellement annexe à l'exploitation agricole.

▪ **Schéma du réseau de fonctionnement économique**

Avec les différents flux relationnels ; fonctionnement de la production avec les éventuels partenaires et les différentes échelles de la vente (avec pourcentage) : échelle locale avec d'autres asineries, l'office de tourisme et le village vacances. Les touristes sont essentiellement du village vacances ou viennent grâce au bouche à oreille. La ferme est autonome en fourrage.

▪ **Subventions et aides (financières et de services)**

Aides de la Politique Agricole Commune (PAC) pour la culture fourragère avec un minimum de 100 €/hectare (premier pilier). Adhésion au réseaux "Bienvenu à la ferme" et "Ambassadeur écotourisme".

▪ **Perspectives de développement (~ 3 ans)**

Beaucoup d'incertitudes sur l'avenir de l'activité. Les perspectives se résument à un développement ou un arrêt de l'activité. Fortes envies de pérenniser mais cela dépend de la relève familiale essentiellement.

Annexe 1 bis : FICHE ACTIVITÉ ENTREPRENEURIALE « GARRIGUES » - TERRITOIRE PTER Vidourle-Camargue et Garrigues

1) Dépendance de l'activité sur le territoire (Garrigues et PTER Vidourle- Camargue)

- **L'implantation de votre activité "ici" est-elle induite par ce territoire ?**

Elle serait plus compliquée à mener sur un autre territoire (lié à la clientèle de proximité: village vacances surtout).

- **Compléments : Pourquoi ? (dépendance(s) directe(s) ou indirecte(s) ; image, prélèvement, support physique...)**

Du fait d'une clientèle de proximité et les conditions environnementales bénéfiques à cette pratique (vallonné et escarpé).

- **Œuvrez-vous ou avez-vous œuvré en ce sens ?**

Oui par l'entretien des chemins et des relations avec les chasseurs notamment.

- **Si votre activité est liée à ce territoire, vous semble-t-il qu'elle soit liée/influencée par un/e ou plusieurs usages/pratiques historiques/traditionnel(le)s en garrigues ? (ex. pastoralisme, cueillette, écobuage...)**

Non pas directement si ce n'est la présence des anciens oliviers.

2) Image des garrigues et des paysages du PTER Vidourle-Camargue

- **Contribuez-vous à ce que paysages et territoires soient connus ou mieux connus par la population/les élus/autre(s)? A quelle(s) échelle(s) et quel public?**

À l'échelle locale (communal/intercommunal) auprès d'élus et de locaux, et à l'international auprès des touristes de différentes origines.

3) Soutien politique

- **Participez-vous à des commissions et/ou réunions concernant la politique locale, et/ou êtes-vous connu et/ou soutenu par des collectivités ?**

Participation à des commissions et c'est connu par les collectivités (office du tourisme).

4) Collaboration/mutualisation, vers une transversalité

- **Travaillez-vous avec des professionnels d'autres domaines/disciplines que la/les vôtre(s) ? Si collaborations il y a, de quelles nature sont-elles ?**

Des collaborations régulières (durant les pots d'accueil du village vacances).

- **Collaborez-vous avec d'autres acteurs du même type que vous (même secteur d'activité) ? Si collaborations il y a, de quelles nature sont-elles ?**

Viser une indépendance totale de son activité.

- **Connaissez-vous d'autres activités économiques « entre pairs » qui se trouveraient sur le territoire des garrigues et du PTER Vidourle-Camargue et/ou qui valorisent ce territoire ?**

Les balades en calèches à Vauvert.

5) Les réseaux

Vous faites partie du réseau « Ambassadeurs Eco-tourisme » du PTER Vidourle- Camargue :

- **Points faibles et inconvénients pour vous ?**

Manque d'investissement des personnes du réseau, toujours les mêmes acteurs aux réunions. Ainsi il y a un clivage Nord/ Sud, ce qui donne deux publics aux réunions.

- **Points forts et avantages pour vous ?**

Une diversité de paysage ce qui implique une diversité des pratiques, ce qui est enrichissant.

Beaucoup appris sur les visions de tous, ouverture d'esprit.

- **Faites-vous partie d'un un ou plusieurs autres réseaux (x) ? Si oui, le ou lesquels ?**

“Bienvenu à la ferme”

- **Pour quelle(s) raison(s) avez-vous intégré ce(s) réseau(x) ?**

Pour gagner en communication.

- **Etes-vous satisfait de ce(s) réseau(x) ? (actions défendues, intérêt personnel, fonctionnement...)**

Oui globalement, concernant le logo il est visuel (mais c'est un avis subjectif).

6) Positionnement géo-économique

- **Quels sont les impacts géo-économiques de votre activité ?**

Cela reste à une échelle locale.

- **Travaillez-vous avec des intermédiaires pour la commercialisation de vos produits/services ?**

NON

- **Êtes-vous un intermédiaire dans la commercialisation de produits/services proposés par un autre acteur économique ?**

Oui des bouteilles de vin d'une coopérative locale, du savon d'ânesses par un ami exploitant et la vente de peluches.

7) Les Perspectives

- **Comment envisagez-vous l'avenir de votre entreprise ?**

Il y a une évolution possible (en tête de nouveaux objectifs pour accroître l'activité mais nous

n'avons pas encore mis en place d'actions concrètes),

- **Avez-vous identifié des possibilités de développement/évolution de votre activité ? Si oui, de quoi auriez-vous besoin pour ce faire? (Formation, communication, valorisation, ...)? En particulier du réseau « Ambassadeurs Eco-tourisme du PTER »?**

Le réseau peut développer et faciliter les perspectives de développement en ce qui concerne la communication.

- **Si non, envisagez-vous d'y réfléchir ? Rencontrez-vous un/des frein(s) pour mener cette éventuelle réflexion ?**

L'incertitude au niveau de la relève familiale.

- **Par ailleurs, de quoi auriez-vous besoin pour pérenniser votre activité ?**

Une clientèle régulière et pérenne, et une exploitation viticole solide et rentable dans la durée.

8) Innovation

- **Comment estimez-vous le niveau d'innovation de votre entreprise sur le territoire ?**

C'est une activité innovante (activité anachronique)

- **Utilisez-vous un ou plusieurs outils numériques ? Si oui, le ou lesquels ?**

Hormis l'existence d'un site internet, qui d'ailleurs mériterait une remise à neuf pour mieux attirer le visiteur, aucun autre outil numérique n'est à ce jour utilisé. Une page Facebook serait un réel gain en termes de visibilité, mais l'entrepreneur ne considère pas avoir les compétences nécessaires à gérer une page pour son activité.

- **Et pour quel(s) aspect(s) de votre activité ?**

Communication.

Annexe 2 : DESCRIPTION ET ANALYSE SOMMAIRE DES PRINCIPAUX IMPACTS DE L'ACTIVITÉ SUR L'ENVIRONNEMENT, RECOMMANDATIONS D' ACTIONS D'AMÉLIORATION

Au Pas de l'Âne, par son activité de balade et la gestion de ses bêtes, engendre des impacts sur son environnement naturel, social et patrimonial qui sont développés ci-dessous.

I - Dans le diagnostic environnemental, les modules suivants devront être abordés en gardant cette hiérarchisation :

Paramètre/Risques	Impacts positifs	Impacts Négatifs
- Milieu physique : topographie/ sol, eaux superficielles et souterraines	Le passage des ânes/touristes contribue à prévenir la fermeture des chemins. L'utilisation de litière produite localement est une forme d'exploitation de la garrigue traditionnelle qui prévient la fermeture et banalisation de ce milieu ouvert.	Pollution des nappes phréatiques par la déjection des ânes car ils sont essentiellement sur le même terrain. Piétinement limite la repousse de la végétation surtout dans le paddock.
- Milieu naturel : faune et flore	Un peu de pâturage de la part des ânes, mais ça reste un effet petit, car l'essentiel de l'alimentation des ânes ne dépend pas du pâturage	Dérangement éventuel pendant période de reproduction de certaines espèces mais l'effet n'est pas calculé
- Activités humaines	Offre de loisirs à proximité du village de vacances.	Relation avec la chasse (manque d'échanges d'information sur les journées de chasse, danger potentiel)
- Paysage et patrimoine	Conservation d'une activité "rustique" ou "traditionnelle" même si elle a été abandonnée depuis longtemps sur ce territoire.	Abandon de déchets par les touristes (à priori peu important car la clientèle de ce service est souvent sensibilisée)
- Risques majeurs (inondation, feu de forêt, etc.).	La conservation des chemins peut être considérée comme un plus pour la sécurité	

	incendies	
--	-----------	--

Uniquement indiquez si votre activité a un impact (+ ou -) sur un des différents type de risques.

II - Décrivez sous forme de « fiches action » (impact positif ou négatif) proposer des recommandations pour améliorer le bilan environnemental de l'activité. La fiche précisera l'impact concerné, ses enjeux, les objectifs, les moyens et les modalités de mise en œuvre de l'action.

Fiche action 1. Valorisation des chemins de randonnée

Constat actuel : le passage répété des ânes sur les chemins de randonnée alentours contribue à l'entretien de ces derniers en empêchant leur fermeture.

Propositions d'actions :

- Améliorer le balisage des chemins pour permettre une meilleure utilisation de ces derniers pour diverses activités : balades en ânes mais aussi randonnée, trail, etc... Pour ce faire, il est possible de demander des petites subvention pour l'achat et la mise en place de panneaux plus solides (se renseigner auprès des communes).
- Valoriser ce sentier à travers la thématique des garrigues : ajout de panneaux explicatifs sur l'histoire et l'évolution de l'écosystème de garrigue, ajout du/des sentier(s) dans les dépliants existants (se renseigner auprès des offices de tourisme).

Enjeux: les panneaux doivent être faits en bois en altérer le moins possible le paysage. L'installation des panneaux demanderait un travail de dialogue et sensibilisation au préalable auprès des chasseurs, car ce sont eux qui vandalisent les balises de Sylvie Béchar. De plus, il faut demander l'autorisation à la commune (et financement potentiels) puisqu'il s'agit de des chemins communaux.

Objectifs: les usagers des chemins en plus de ceux qui loue un âne puissent se repérer facilement que le territoire et obtenir des informations sur la richesse biologique de la garrigue et l'agriculture présente (ex : vignes).

Fiche action 2. Favoriser l'ouverture des garrigues

Constat actuel : les garrigues sont aujourd'hui grandement menacées par la fermeture des milieux suite à la déprise agricole. Le retour des herbivores, que ce soit de façon naturelle, dans le cadre de l'agriculture ou comme ici du tourisme, est une aubaine pour ces milieux et la biodiversité associée. Dans le cas présent, les ânes se nourrissent cependant principalement de fourrage et ne pâturent donc que ponctuellement.

Propositions d'actions :

- Dans la mesure du possible, favoriser le pâturage naturel des ânes dans les parcelles de

garrigue alentours (possibilité de mise à disposition des terrains par les communes par exemple), quitte à vendre par ailleurs l'excédent de fourrage produit.

Enjeux : l'enjeu principal pour la garrigue c'est de prévenir sa fermeture par la progression du bois. L'utilisation de cette ressource gratuite est aussi un avantage financier pour l'activité Au pas de l'Âne et permettra à Sylvie Béchard d'économiser en fourrage.

Objectifs : protéger et maintenir ce milieu ouvert est bénéfique pour la survie de nombreuses espèces patrimoniales. Améliorer la rentabilité de l'activité de Sylvie par la réduction de temps pour l'activité fourragère.

Fiche action 3. Meilleure intégration de l'activité au contexte local

Constat actuel : suite à l'établissement, non loin, d'un village de vacances, l'activité de location d'ânes a été lancée pour attirer cette clientèle fraîchement arrivée. Le pari est une réussite puisqu'un partenariat avec ce village de vacances permet d'attirer des touristes chaque année. L'activité n'est cependant pas vue de la meilleure façon par certains, notamment les chasseurs.

Propositions d'actions :

- Favoriser le dialogue avec les différents acteurs du territoire lors d'une rencontre pour présenter l'activité (sous forme d'un apéritif par exemple) et l'intégrer dans le contexte existant.

Enjeux: prévenir la vandalisation de la signalétique des chemins, nécessité de connaître les dates des journées de chasse (et heures des battues) afin d'éviter les conflits entre chasseurs et randonneurs/promeneurs d'ânes. Améliorer la communication et la publicité de l'activité Au Pas de l'Âne.

Objectifs: renforcer la coopération et les partenariats avec les autres acteurs locaux. Améliorer la relation avec les chasseurs pour s'assurer que ces derniers respectent l'activité de Sylvie et que ses clients ne soient pas mis en danger lors des journées des battues.

Fiche action 4. Valoriser l'aspect patrimonial de l'activité

Constat actuel : les touristes qui passent leurs vacances dans les secteurs ruraux sont de plus en plus souvent en quête d'authenticité, d'activités traditionnelles ou originales. Les balades en âne dans la nature peut répondre à ces exigences.

Propositions d'actions :

- Se mettre en lien avec des professionnels des balades en ânes dans des secteurs où cette activité est plus établie, comme les Cévennes par exemple.

Enjeux: satisfaire la recherche des clients d'une authenticité, d'un savoir faire traditionnel et une originalité.

Objectifs: se faire connaître et échanger de la clientèle et des conseils pour la valorisation patrimoniale de l'activité auprès des autres entreprises similaires qui se trouvent à distance.

Fiche action 5. Abandons de déchet par les touristes

Constat actuel : Dépôt de déchet le long des sentiers de promenades. Pollution visuelle mais également introduction de substances polluantes au sein des sols et des organismes vivants (absorption de métaux, ingestion de déchet par les animaux...).

Propositions d'actions:

-Offrir aux clients un sac (e.g. sac poubelle) pour stocker leurs ordures jusqu'à leur retour, où ils pourront les jeter dans les poubelles adéquates avec mise à disposition de poubelles de recyclage. Il serait intéressant de sensibiliser les usagers par des notions de protections de la nature par la disposition de panneaux le long des chemins.

Enjeux: l'abandon de déchets dans la nature est un problème majeur et fréquent qui endommage et pollue le paysage. Cela peut être vecteur de maladies et pollue l'environnement par la présence de produits qui mettent très longtemps à se dégrader.

Objectifs: l'objectif est donc de sensibiliser les promeneurs avant la balade pour s'assurer qu'ils ont un moyen (le sac offert au minimum) de stocker leur déchets.

Annexe 3 : grille d'analyse des engagements

Grille d'analyse des engagements 2018 - Loisirs Verts

Nom de la structure : EARL Font de Rouquette - Au pas de l'Âne

Nom du responsable : Mme. Sylvie BECHARD

Adresse : Route d'Aigues Vives 30 420 CALVISSON

Tél : 0614860970

Mail : bechard.sylvie@yahoo.fr












Gérer la ressource	Fait	En cours	Non Fait	NC*	Commentaires
Tri des déchets (Cocher une seule case)					
Mettre des poubelles de tri à disposition ou gérer le tri	X				
Veiller au ramassage des déchets en cas d'activité itinérante	X				Elle refait le parcours régulièrement et ramasse les déchets qu'elle trouve car elle n'accompagne pas ses clients. Même si ce n'est pas les déchets de ses clients la zone doit être propre.
Energie					
Minuterie ou détecteurs de présence dans les espaces communs (couloirs, hall, etc...) pour les grandes structures et /ou sur les passages extérieurs pour les petites structures				X	La balade d'ânes est une activité de plein air qui se déroule en journée, pas la nuit. Pas besoin d'illuminations ou d'ampoules pour un éclairage. De plus elle s'occupe de ses ânes la journée pour les nourrir.
Equipé d'ampoules basse consommation à plus de 50%				X	
Eau					
Equiper les robinets de limiteurs de débit			X		L'activité demande très peu de consommation d'eau, essentiellement apport d'eau pour que les ânes s'abreuvent dans des baignoires dans le paddock.
WC à chasse d'eau double débit	X				
Jardiner et fleurir durable (plantes méditerranéennes, ...)	X				Sa production viticole ne consomme pas d'eau d'arrosage.
Pratiquer les éco-gestes					

Participer ou animer une journée nettoyage de la nature	X				Elle ne participe pas à des journées collectives de ramassage de déchets, mais elle ramasse régulièrement les déchets présents dans son parcours.
Respecter la législation en vigueur dans les espaces naturels	X				
Respecter les milieux naturels sensibles				X	Les sentiers ne traversent pas des espaces bénéficiant d'un statut de protection particulier.
Ne pas détériorer les chemins et la flore	X				Au contraire, elle participe à l'entretien des chemins parcourus par sa clientèle.
Respecter les autres usagers de l'espace naturel	X				Elle essaye de maintenir le maximum de dialogue avec les usagers. Au début les chasseurs ne l'informait pas des jours de battues. La qualité des relations varie d'une personne à une autre, mais la communication avec les chasseurs s'améliore progressivement.
Entretien proprement mon matériel (produit bio dégradables,...)	X				Les bâts et les tapis pour les ânes sont durables dans le temps et n'ont pas besoin d'être changé pour l'instant.
Manger local					
Proposer la découverte d'un produit local dans le cadre de dégustations	X				Dans sa petite boutique elle vend des produits locaux (ex. vin)
Promouvoir un produit coup de cœur	X				Savon au lait d'ânesse.
Valoriser les restaurants qui travaillent avec les produits de saison	X				Seulement quand on lui demande du conseil, parce qu'en général leur clients sont des locaux qui connaissent déjà ou ce sont des gens qui arrivent avec leur pique-nique.
	Fait	En cours	Non Fait	NC*	Commentaires
Se déplacer en douceur	(Cocher une seule case)				
Offrir un avantage aux clients qui viennent avec un transport doux			X		Son site n'est pas desservi par les transports en commun. Les gens doivent venir en voiture, sauf s'ils viennent du village vacances qui est assez proche pour venir à pied.
Mettre à disposition les cartes touristiques promouvant les déplacements doux			X		
Eco compenser le CO ² rejeté dans le cadre de mes activités			X		Quantité de CO ² faible. Seulement pour production fourrage et rejet biologique des animaux.

Faire découvrir, respecter et transmettre le patrimoine naturel et culturel

Renseigner les hôtes sur la carte et le guide pays	X				
Diriger les visiteurs vers les offices de tourisme	X				Vers les offices de tourisms et les autres partenaires et ambassadeurs Eco-Tourisme
Connaître et faire connaître les lieux de visite		X			Présentation du site avant le départ des clients avec l'âne, discussion du retour d'expérience avec les clients. Pour le reste de l'activité, les clients sont en autonomie, non-accompagnés, dans des chemins balisés.
Mettre en valeur l'environnement par un discours pédagogique	X				
Informé sur la conduite éco-responsable			X		C'est assez difficile.
Engagements de base commun à l'ensemble des ambassadeurs TR					
Améliorer son comportement face à écoresponsabilité		X			Oui, peut-être au niveau des gestes, mais elle a peu de marge de manœuvre avec son activité.
Sensibiliser sa clientèle au respect des lieux et de l'environnement	X				
Promouvoir la démarche vacances vertes et orienter vers les autres membres du réseau	X				
Affichage de ses engagements environnementaux auprès de la clientèle	X				
Suivre le programme de formation des ambassadeurs	X				
Utiliser du papier issu de la gestion durable de la forêt et/ou le service imprim'vert pour ses documents de promotion			X		Elle fait imprimer assez de documents pour 2-3 ans à chaque fois. Elle ne vérifie pas le type de papier utilisé
Etre adhérent d'un des offices de tourisme du Pays	X				

Annexe 4 : business model canvas de “Au pas de l’âne”

<p>Partenaires clés </p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Organisation du pot d'accueil du village vacance ❖ Foires ❖ Intermédiaire commerciales: <ul style="list-style-type: none"> - vente de vin - vente savon au lait d'ânesse - vente de peluche 	<p>Activités clés </p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Balade sur le territoire des garrigues à dos d'ânes 	<p>Offre </p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Balade calme et dépayssante ❖ Contact avec les ânes 	<p>Relation client </p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Rencontre lors des foires ou bien des pots d'accueils organisés par les villages vacances 	<p>Clients </p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Touristes provenant des stations de vacances proches. ❖ Locaux
<p>Ressources clés </p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Ânes ❖ Territoire des garrigues 	<p>Canaux </p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Office du tourisme ❖ Bienvenue à la ferme ❖ Ambassadeur Eco-Tourisme 			
<p>Coûts </p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Âne: nourriture, Vétérinaire ❖ Matériels: Hangar accessoire pour les promenades ❖ Humains 		<p>Revenus </p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Balade à dos d'ânes 		