

2010

# Le fil DES GRANDS SITES

*Evaluation des avantages économiques liés au  
Grand Site Sainte-Victoire*

GRANDS SITES

RESEAU DES GRANDS SITES DE FRANCE



# Evaluation des avantages économiques liés au Grand Site Sainte-Victoire



©C.Rombi

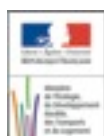
Introduction	3
1/ Retombées économiques engendrées par la fréquentation touristique et récréative du Grand Site Sainte-Victoire	6
2/ Approche des flux économiques générés par le Grand Site et de la valeur du nom et de l'image "Sainte-Victoire"	10
3/ Approche de l'impact du Grand Site Sainte-Victoire sur les valeurs immobilières	13
4/ Estimation de la valeur sauvegardée de la forêt générée par la prévention des incendies	17
5/ Approche de la valeur attribuée par le public à la préservation et à la bonne gestion du site (consentement à payer)	20
Conclusion	25

**Cette étude a été réalisée dans le cadre d'un partenariat entre le Réseau des Grands Sites de France**

**et le Grand Site Sainte-Victoire**



**Elle a bénéficié du soutien de :**



## Introduction

Menée à la demande conjointe du Syndicat mixte Concors Sainte-Victoire et du Réseau des Grands Sites de France (RGSF), cette étude a été conduite en 2008-2009 par le bureau d'étude Figesma.

Pour le syndicat mixte, qui regroupe le département des Bouches du Rhône, la communauté du pays d'Aix et la région Provence Alpes Côte d'Azur, l'étude vise à connaître l'impact du Grand Site Sainte-Victoire sur l'économie locale.

Il s'agit d'abord de préciser les retombées économiques liées à son activité mais aussi à son attractivité. Plus largement, il est recherché une évaluation des avantages induits par l'existence du Grand Site, en termes d'utilisation de son image, d'effet sur la valeur marchande des biens (en particulier l'immobilier) et les produits locaux, d'utilité sociale...

Pour le RGSF, cette étude s'inscrit dans le cadre d'une réflexion engagée depuis 2007 sur les retombées économiques des Grands Sites.

Elle vient en complément de deux études déjà réalisées par des membres du RGSF : le Pont du Gard en 2005, initiée par l'EPCC du Pont du Gard, et le Puy de Dôme en 2006, initiée par le conseil général du Puy de Dôme.

En s'associant à cette étude sur le Grand Site Sainte-Victoire, le RGSF vise à enrichir la réflexion :

- ◆ en complétant l'approche centrée sur ces deux "sites-monuments" c'est-à-dire circonscrits et de taille restreinte, sites de visite et non de vie, par une étude sur un "site-territoire", c'est-à-dire de grande dimension, couvrant plusieurs communes et incluant des villages.
- ◆ en complétant l'approche jusqu'à présent essentiellement limitée à l'évaluation des retombées touristiques à d'autres types de retombées économiques.

**L'étude s'est attachée à répondre aux questions suivantes :**

**1/ quelles sont les retombées du site consécutives à la fréquentation des touristes et des excursionnistes ? (impact sur l'économie touristique)**

**2/ quelle est la valeur du nom et de l'image "Sainte-Victoire" ?**

**3/ quel est l'impact du site protégé sur la valeur de l'immobilier de la proche région ?**

**4/ quelle est la valeur sauvegardée de la forêt générée par la prévention des incendies, qui constitue un objectif important de l'action de gestion du Grand Site ?**

**5/ quelle valeur est attribuée par le public à la préservation et à la bonne gestion du site ?**

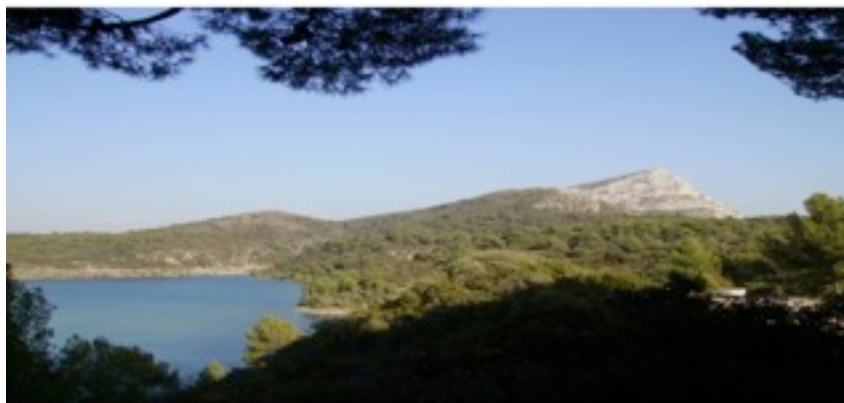
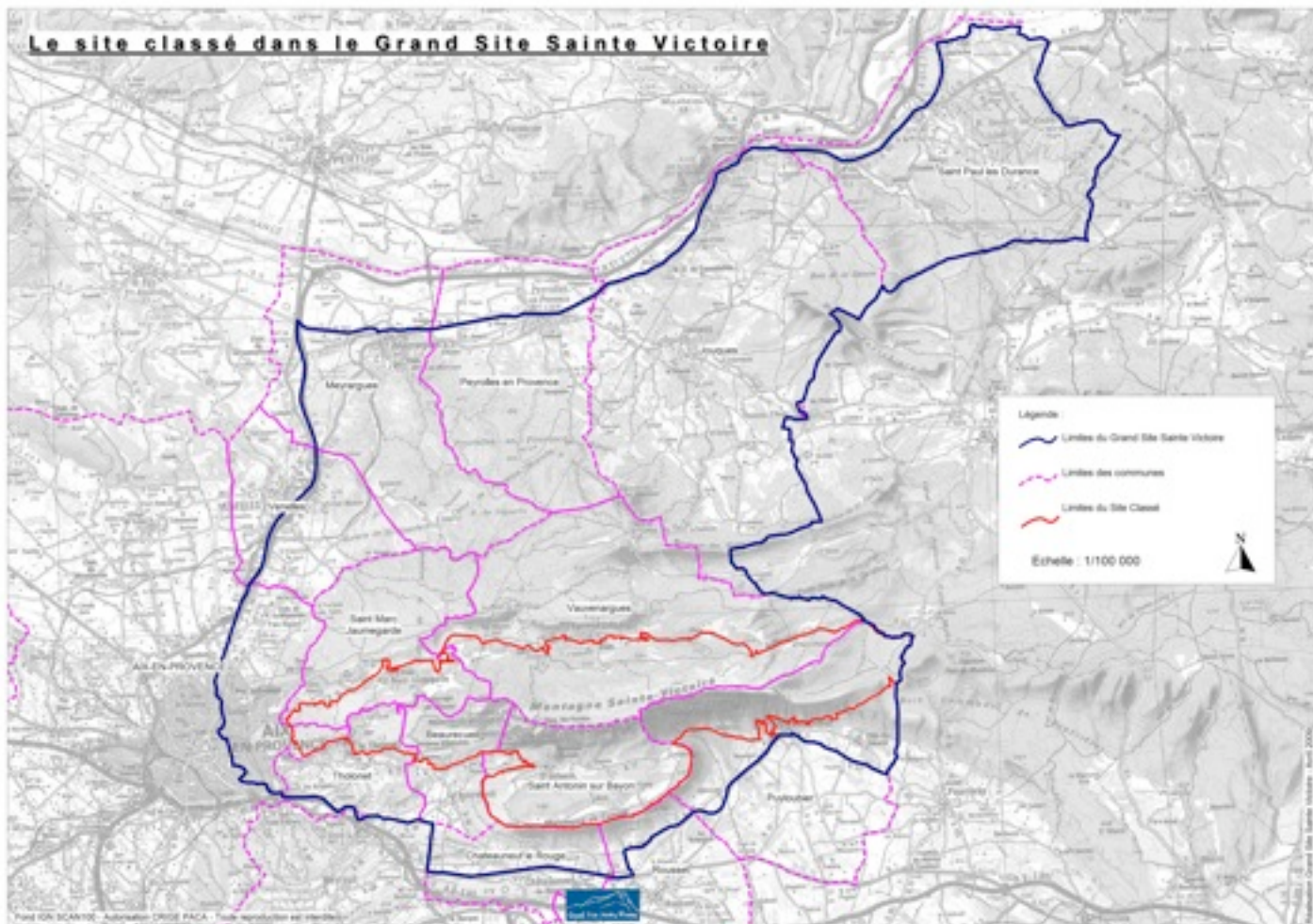
Les résultats fournis par le bureau d'étude Figesma, fondés sur les enquêtes 2008-2009, ont été actualisés au vu des données relatives à la fréquentation du Grand Site collectées en 2010 dans le cadre de l'Observatoire de la fréquentation du Grand Site Sainte-Victoire.

## Le périmètre d'étude

Dans le cadre de cette étude, le Grand Site Sainte-Victoire a été considéré dans ses limites géographiques qui correspondent aux zones naturelles et rurales du massif dont les limites ont été établies sur une base de cohérence paysagère. Ce territoire est le périmètre d'intervention du syndicat mixte Concors Sainte-Victoire, défini dans ses statuts.

### Le périmètre du Grand site Sainte-Victoire est composé ainsi :

- le site classé (limite rouge) ;
- le territoire naturel et rural du massif qui est en cohérence géographique et paysagère avec le site classé et définit le territoire d'intervention du syndicat mixte (limite bleue).

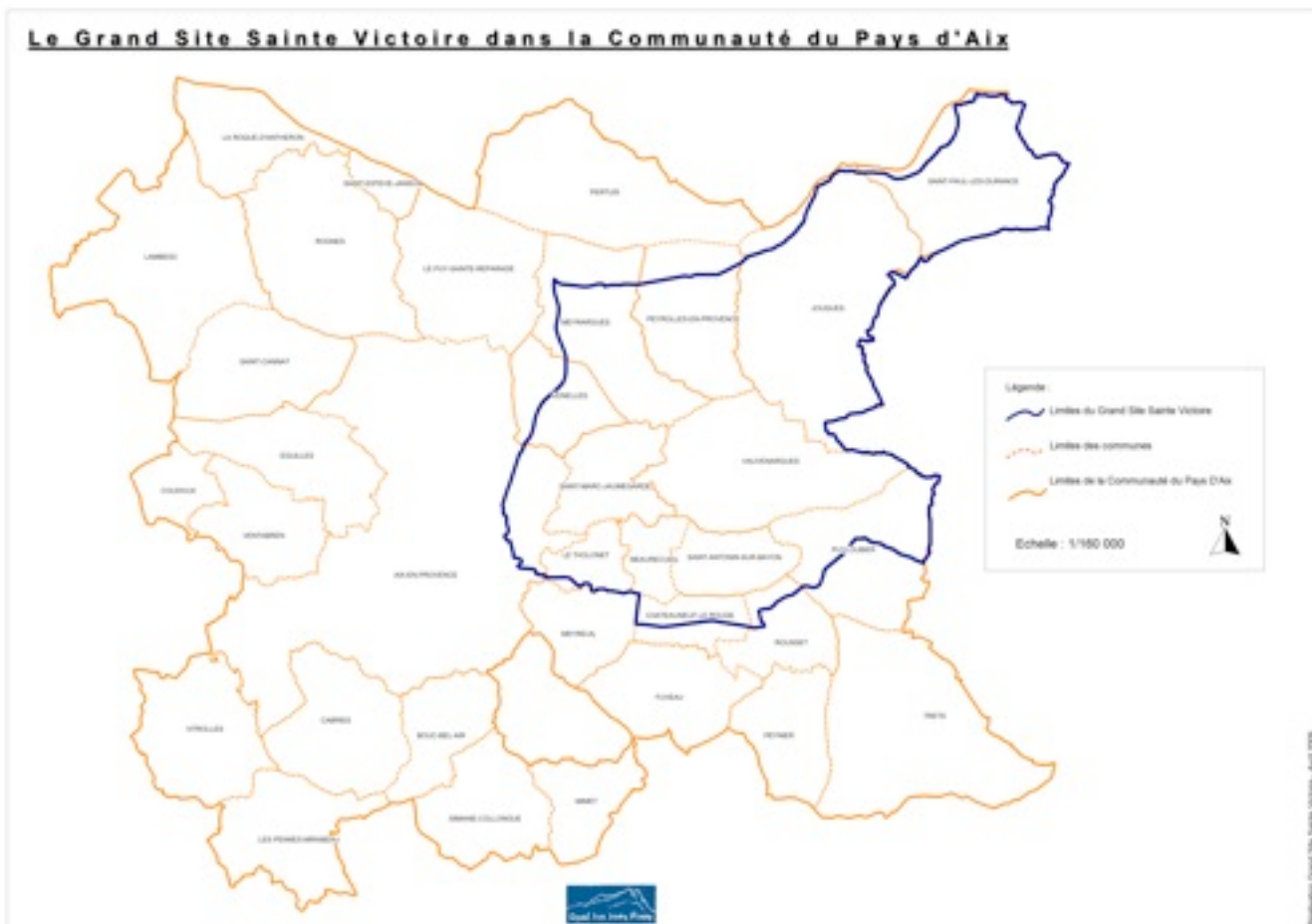


©Grand Site Sainte-Victoire

**Il s'étend sur 14 communes, incluses en totalité ou partiellement dans le territoire du Grand Site :**

- Aix-en-Provence (seuls les espaces naturels de l'est de la commune sont pris en compte et non le centre urbain), Beaucueil, Chateaufort, Jouques, Le Tholonet, Meyrargues, Peyrolles-en-Provence, Puyloubier, Rousset, Saint-Antonin-sur-Bayon, Saint-Marc-Jaumegarde, Saint-Paul-les-Durance, Vauvenargues, Venelles.

Pour la partie de l'étude relative à l'impact du Grand Site sur les valeurs immobilières, il a été considéré pertinent de prendre en compte 4 communes périphériques qui sont dans l'aire d'influence du Grand Site du point de vue du marché immobilier : Fuveau, Meyreuil, Peynier et Trèts.



**Pour cette évaluation des retombées économiques et des valeurs environnementales, le Grand Site Sainte-Victoire a été considéré comme une entité regroupant des actions publiques et des activités privées dont la finalité est la préservation et la mise en valeur des patrimoines naturels et culturels, en particulier pour les actions touristiques.**

Les actions publiques et les activités privées génèrent des flux directs et indirects, certains immédiatement mesurables (tel le budget du Syndicat mixte ou les dépenses touristiques), d'autres valorisables (telle la réduction des coûts des risques d'incendie), d'autres à valoriser (tel le consentement au financement public pour préserver le Grand Site Sainte-Victoire, ou sa valeur d'usage pour les promenades, les randonnées...).

Toutes les retombées et valeurs mesurées et évaluées sont présentées dans l'étude selon qu'elles sont attribuables en totalité ou en partie à l'entité "Grand Site Sainte-Victoire", en explicitant à chaque fois la méthode ou le raisonnement utilisé pour cette évaluation.

L'évaluation des retombées économiques impose, pour les valeurs environnementales et les valeurs d'existence et d'usage, la mise en œuvre de nouvelles méthodologies d'études qui permettent de "monétariser" les avantages, les agréments, les commodités, les charmes, les attraits, les "aménités" du Grand Site tant pour ceux qui y résident, que pour les excursionnistes et les touristes.

# 1/ Retombées économiques engendrées par la fréquentation touristique et récréative du Grand Site Sainte-Victoire

L'objectif de ce volet de l'étude est de mesurer les retombées économiques de la fréquentation du site.

Le syndicat mixte du Grand Site Sainte-Victoire s'est doté d'un observatoire de la fréquentation. Il a fait réaliser dans ce cadre une enquête sur la période mars 2009 – mars 2010 qui a permis d'évaluer la fréquentation de la montagne Sainte-Victoire à **927 000 visites** (source : étude EOLE/Trace TPI – 2010).

La taille moyenne constatée de ménages étant de 2,8 personnes, on estime donc le nombre de ménages visiteurs du site à 331 071 ménages. (927 000 / 2,8 – arrondi à **330 000 ménages** dans la suite de l'étude).

Le Grand Site Sainte-Victoire a comme particularité d'avoir une forte fréquentation régionale (excursionnistes) et d'être essentiellement fréquenté à l'automne et au printemps.

## Méthodologie

L'étude<sup>1</sup> repose sur des enquêtes menées à différentes périodes de l'année 2008, en face à face, auprès de 3 segments de publics :

- ◆ 250 visiteurs du Grand Site Sainte-Victoire : les personnes ont été enquêtées sur les aires de stationnement d'accès aux espaces naturels du Grand Site. Il s'agit donc d'un public effectivement présent sur le site.
- ◆ 250 visiteurs d'Aix-en-Provence : les personnes ont été enquêtées sur le Cours Mirabeau (centre historique d'Aix-en-Provence). Il s'agit de touristes ou d'un public régional, à l'exclusion des résidents d'Aix en Provence, qu'il ait ou non déjà visité le Grand Site Sainte-Victoire ou bien qu'il ait ou non l'intention de la visiter. En enquêtant ce public, il s'agissait de mesurer le poids spécifique du Grand Site Sainte-Victoire dans leur motivation de se rendre à Aix en Provence.
- ◆ 100 résidents des 14 communes du Grand Site, enquêtés en face à face ou par téléphone

La méthode utilisée pour ce volet de l'étude, est la même que celle utilisée pour les études de retombées économiques du Pont du Gard et du Grand Site du Puy de Dôme (tous les détails méthodologiques figurent dans le document "Evaluer les retombées économiques des Grands Sites", Fil des Grands Sites, septembre 2008, sur [www.grandsitedefrance.com](http://www.grandsitedefrance.com) onglet Publications).

Sur la base d'une connaissance fine des dépenses effectuées par les visiteurs durant leur séjour dans la région (pour les touristes) ou à l'occasion de leur visite de Sainte-Victoire (pour le public régional), est calculée la part de ces dépenses que l'on peut affecter au site ("l'effet site").

L'affectation des dépenses en fonction de l'attractivité du site, repose sur une question posée au visiteur quant aux motivations de son séjour dans la région.

Le traitement de la réponse est fonction du type de public :

- ◆ les touristes, français ou étrangers, en séjour dans la région.

Si le visiteur est venu dans la région spécialement pour visiter le site, la totalité de la dépense touristique de son séjour est légitimement considérée comme générée par l'existence du site et par sa notoriété : 100% de cette dépense est donc attribuée au site.

A l'opposé, si un visiteur ne connaissait pas l'existence du site avant d'arriver dans la région, l'affectation de ses dépenses est égale à 0%, quand bien même il est finalement venu visiter le site parce qu'il en a découvert l'existence une fois arrivé à destination.

Entre ces deux extrêmes, le taux d'affectation des dépenses est fonction du part de la motivation de visite du site dans le déclenchement du choix de la région comme lieu de séjour.

- ◆ les excursionnistes locaux.

Sont prises en compte 100% des dépenses engagées dans la journée de visite, sur le site lui même ou dans ses environs (exemple : parking, entrées visites, restauration, achats de souvenirs, etc.).

<sup>1</sup> Résultats complets de l'étude Figesma disponibles auprès du Syndicat mixte du Grand Site Sainte-Victoire

## Données qualitatives

Cette enquête a permis de collecter des données sur la sociométrie (profil) des visiteurs du Grand Site.

Retenons quelques indications majeures :

- ◆ Parmi les personnes enquêtées sur les stationnements du Grand Site, **75% sont des excursionnistes** (pour l'essentiel des Bouches-du-Rhône) et **25% des touristes** pour l'essentiel français. Plus de 7 visiteurs sur 10 connaissaient déjà le site.
- ◆ Une grande partie sont des habitués qui viennent de nombreuses fois dans l'année. Pour ce public régional, le Grand Site est un espace proche, de détente, notamment en dehors de l'été. Marcher sans forcer, ou faire de la randonnée sont les motivations principales des visiteurs. Le temps moyen passé sur le Grand Site est d'un peu plus de 3 heures.
- ◆ Les touristes visitant Sainte-Victoire, séjournent dans la région durant 9,3 jours en moyenne.

Les publics du Grand Site Sainte-Victoire, en 2010	Visites	Ménages (visites / 2,8)
Nombre annuel	927 000	330 000
Excursionnistes (75%)	695 250	247 500
Touristes (25%)	231 750	82 500

- ◆ Le taux de satisfaction des visiteurs est excellent : 95% des visiteurs se disent tout à fait satisfaits de leur visite du Grand Site Sainte-Victoire. Le taux de re-visite est lui-même très fort (91%), tout comme le taux de prosélytisme (inciter parents ou relations à venir visiter le site).
- ◆ Les visiteurs et les résidents se sentent en grande majorité personnellement concernés par la sauvegarde du Grand Site.

Voici une liste d'affirmations : Etes vous d'accord ou pas d'accord pour dire que ...	Enquête visiteurs Grand Site	Enquête Aix	Enquête Résidents	
La sauvegarde et la mise en valeur d'un site naturel nécessite des compétences particulières	d'accord	97 %	94 %	87 %
	pas d'accord	3 %	6 %	13 %
	Total répondants	249	242	93
Je ne regarde pas à la dépense pour profiter d'un site naturel	d'accord	27 %	32 %	30 %
	pas d'accord	73 %	68 %	70 %
	Total répondants	179	240	92
Se rendre sur un site naturel est plus profitable aux enfants qu'aux adultes	d'accord	6 %	24 %	19 %
	pas d'accord	94 %	73 %	81 %
	Total répondants	248	242	93
Rien ne m'arrête quand j'ai décidé de visiter un site naturel, quelles que soient les difficultés	d'accord	48 %	44 %	41 %
	pas d'accord	52 %	56 %	59 %
	Total répondants	243	239	93
Les sites naturels constituent les éléments les plus importants du patrimoine français	d'accord	59 %	58 %	64 %
	pas d'accord	41 %	42 %	36 %
	Total répondants	247	241	91
Je me sens personnellement concerné par la sauvegarde des paysages et les aménagements de la Montagne Sainte-Victoire	d'accord	88 %	66 %	77 %
	pas d'accord	12 %	34 %	23 %
	Total répondants	245	238	93
La protection des sites naturels est le principal moyen de préservation de la planète	d'accord	68 %	80 %	65 %
	pas d'accord	32 %	20 %	35 %
	Total répondants	247	240	91

## Evaluation des retombées touristiques imputables au Grand Site Sainte-Victoire

La place du Grand Site Sainte-Victoire dans le choix du séjour dans la région s'établit comme suit :

Pour les touristes (et non les excursionnistes et résidents de proximité) : Vous diriez plutôt que ...	Enquête visiteurs Grand Site		Taux d'attribution
	Effectif	%	
... vous êtes venus dans la région pour visiter SPECIALEMENT ce site	23	27 %	100 %
... ce site était un objectif CERTAIN de visite durant votre séjour	17	20 %	60 %
... ce site était un objectif EVENTUEL de visite durant votre séjour	26	31 %	40 %
Vous CONNAISSIEZ l'EXISTENCE de ce site, mais vous n'aviez pas l'intention de	8	-10 %	20 %
Vous ne CONNAISSIEZ PAS l'EXISTENCE de ce site avant d'arriver dans la région	10	12 %	0 %
Total répondants	84	100	
Taux d'attribution	53,8 %		

Le taux d'attribution moyen pondéré s'élève à 53,8% des dépenses des touristes. C'est à dire que l'on considérera que 53,8% des dépenses des touristes durant tout leur séjour dans la région (9,3 jours en moyenne), sont attribuables au Grand Site Sainte-Victoire.

Concernant les excursionnistes (public régional venant passer quelques heures ou une journée sur Sainte-Victoire), on considérera que 100% de leurs dépenses journalières sont attribuables au Grand Site.

	Nb de ménages	Dépense par ménage par jour	Dépenses totales des visiteurs (hors acheminement)	Taux d'affectation	Dépenses affectables au site (Dépense / taux affectation)	Emplois générés (ETP)	Retombées fiscales
Excursionnistes	247 500	6,50 €	1 608 000 €	100,00 %	1 608 000 €	19	231 552 €
Touristes (durée moyenne du séjour: 9,3j)	82 500	141 €	108 180 000€	53,8 %	58 200 000 €	676	8 380 800 €
TOTAL	330 000				59 808 000 €	695	8 612 352 €

Pour éviter les biais méthodologiques, les données relatives aux dépenses des visiteurs enquêtés sur le cours Mirabeau ne sont pas prises en compte.

Pour les 247 500 ménages d'excursionnistes, l'enquête montre que la dépense journalière s'élève à 6,50 € (hors frais d'acheminement), soit un montant annuel généré par la visite du Grand Site de 1,608 millions €.



Pour les 82 500 ménages de touristes, l'enquête montre que la dépense journalière s'élève à 141 €, soit 108,180 millions d'euros durant leur séjour de 9,3 jours, dont on considère que 53,8%, soit 58,200 millions € sont directement attribuables au Grand Site Sainte-Victoire.

Ainsi, ce sont 59,800 millions € qui sont générés par l'attractivité touristique du Grand Site Sainte-Victoire. Pour estimer le nombre d'emplois générés, on considère que la part des salaires représente 38% du chiffre d'affaires d'une entreprise et que le coût d'un emploi dans le secteur du tourisme s'élève à 32 672 € en 2009. Le nombre d'emplois ainsi générés par l'attractivité touristique du Grand Site s'élève à 695.

Sachant que la part des impôts et taxes représente 14,4% du chiffre d'affaire des entreprises, les retombées fiscales de la fréquentation touristique du Grand Site s'élèvent à 8,612 million € chaque année.

**En conclusion, le Grand Site Sainte-Victoire génère chaque année environ 60 millions € de retombées touristiques, correspondant à près de 700 emplois et engendrant 8,6 millions de recettes fiscales (nationales et locales)<sup>2</sup>.**



©Sainte-Victoire Exposition RGSF/C. Rombi

<sup>2</sup> A titre de comparaison, le Grand Site du Pont du Gard (1,2 millions de visiteurs, dont 75% de touristes) génère 135 millions € de retombées économiques liées au tourisme, 1209 ETP et 21, 5 millions € de retombées fiscales (en 2005). Le Grand Site du Puy de Dôme (430 000 visiteurs, pour l'essentiel des touristes en séjour, de longue durée) génère pour sa part 76 millions € de retombées économiques, 696 ETP et 11 millions € de retombées fiscales (en 2006).

## 2/ Approche des flux économiques générés par le Grand Site et de la valeur du nom et de l'image "Sainte-Victoire"

Ce volet de l'étude a eu pour objectif de cerner les flux économiques générés par les entreprises présentes ou agissant sur le territoire du Grand Site Sainte-Victoire, ainsi que des entreprises qui utilisent l'image du Grand Site bien que n'étant pas situées sur son territoire.

### Méthodologie

En 2008, les 14 communes du Grand Site comptent 2 459 entreprises et établissements.

Parmi ces entreprises, toutes n'ont pas une activité directement liée au Grand Site. Il a donc été établi la sélection suivante :

- ◆ les entreprises du secteur de la viticulture, de l'agriculture et des travaux forestiers présentes à l'intérieur du périmètre du Grand Site Sainte-Victoire, soit 49 entreprises qui ont toutes été retenues dans l'échantillon (groupe a)
- ◆ les entreprises des secteurs de l'hébergement, de la restauration, de l'alimentation, du transport, les notaires et agents immobiliers implantées dans le périmètre du Grand Site et des 4 communes limitrophes, soit 430 entreprises, dont a été retenu un échantillon de 94 entreprises (groupe b).

Ont également été prises en compte les entreprises du département des Bouches-du-Rhône qui portent le nom de "Sainte-Victoire" dans leur raison sociale, soit 31 entreprises qui ont toutes été retenues dans l'échantillon (groupe c)

	Fichier de base	Fichier sélection	Nombre de répondants	%
Entités portant le nom Sainte-Victoire	31	31	17	55 %
Secteurs viticulture, agriculture ...	49	49	25	51 %
Secteurs hébergement, restauration	430	94	39	41 %
TOTAL	510	174	81	

Les 174 entreprises enquêtées ont été interrogées par téléphone à l'automne 2008 sur la base d'un questionnaire de 10 minutes.

Le taux de réponse a été variable selon les types d'entreprises.

### La perception des enjeux du Grand Site

Tout comme les touristes et excursionnistes, les entreprises et professionnels présents sur le site ou concernés par son image considèrent que la sauvegarde et le maintien de la qualité des paysages du Grand Site Sainte-Victoire contribuent à valoriser l'image et l'attractivité du pays d'Aix (98%). Ils sont 92% à considérer que les actions de sauvegarde menées sont très utiles ou utiles.

Les structures économiques présentes sur le site considèrent très importantes par ordre de priorité la prévention des incendie (90 %), la sauvegarde de la biodiversité (86 %), la mise en valeur du paysage (60 %), les aménagements sportifs (24 %).

## Impact du Grand Site Sainte-Victoire sur l'activité économique

Les enquêtés considèrent à 45% que la fréquentation est en hausse sur les cinq dernières années et qu'elle a stagné pour 36% d'entre eux. 56% pensent qu'elle continuera à augmenter dans les 5 prochaines années.

Les entreprises interrogées considèrent qu'entre 10% et 11% de leur chiffre d'affaire est attribuable à l'existence de la Montagne Sainte-Victoire.

Pour 62% d'entre elles, le Grand Site Sainte-Victoire a un impact significatif positif sur leur activité économique.

Pouvez-vous évaluer la quote part de votre chiffre d'affaires directement liée à l'existence de la Montagne Sainte-Victoire dans votre activité ?	Non réponse	Réponse	Moyenne en % du chiffre d'affaire liée à l'existence de Sainte-Victoire
Entités portant le nom «Sainte-Victoire»	4	13	10 %
Secteur, viticulture, agriculture...	1	24	10 %
Secteur hébergement, restauration...	4	35	11 %
Total	9	72	11 %

Selon vous, le nom, la vue, la proximité de la montagne Sainte-Victoire ont-ils un effet positif sur votre activité ?	Entités portant le nom «Sainte-Victoire»	Secteur viticulture, agriculture, ...	Secteur hébergement, restauration	Total	%
Effet très positif	4	5	11	20	26 %
	24 %	21 %	28 %		
Effet plutôt positif	3	9	15	27	36 %
	18 %	38 %	38 %		
Effet neutre	8	8	12	28	37 %
	47 %	33 %	31 %		
Effet plutôt négatif	0	0	0	0	0 %
	0 %	0 %	0 %		
Effet très négatif	0	1	0	1	1 %
	0 %	4 %	0 %		
Total	15	23	38	76	



Les vigneron du Mont Sainte-Victoire©Grand Site Sainte-Victoire

## Approche de l'impact du Grand Site Sainte-Victoire sur le chiffre d'affaire des entreprises

Pour cette approche de la plus-value attribuée au Grand Site Sainte-Victoire, concernant le groupe b, n'ont pas été prises en compte les entreprises des secteurs du tourisme, pour éviter les doubles comptes ; en effet, les retombées économiques de la fréquentation touristique et récréative du Grand Site sont en toute logique intégrées dans les résultats de l'étude des dépenses effectuées par les touristes et excursionnistes (voir partie 1).

Concernant les entreprises de l'agriculture, viticulture et foresterie présentes dans le Grand Site Sainte-Victoire (groupe a), leurs chiffres d'affaire ont été reconstitués à partir du nombre d'emplois déclarés par ces entreprises, sachant que le coût moyen d'un ETP (hors secteur du tourisme) s'élève à 42 229 € et que la part des salaires dans le CA d'une entreprise s'élève à 38%. Au total des chiffres d'affaire a été affecté le taux de 10% correspondant à la plus value attribuée par les entreprises au Grand Site. On aboutit à ainsi à un montant de 4,334 millions € annuels.

Concernant les entreprises du département des Bouches-du-Rhône qui portent le nom de "Sainte-Victoire (groupe c) le même raisonnement a été tenu. Le montant de la plus-value attribuée à l'impact du nom est ainsi évalué à 2 778 200 € annuels.

Le chiffre d'affaires attribuable au Grand Site Sainte-Victoire se compose, d'une part, des productions du secteur marchand des entreprises non touristiques présentes sur le site, et d'autre part, d'une quote-part déclarée du chiffre d'affaires des entreprises des Bouches-du-Rhône qui utilisent le nom de Sainte-Victoire dans leur raison sociale.

La valeur générée par les entreprises liées à l'existence du site, et la plus-value générée par l'usage du nom Sainte-Victoire s'élèvent ainsi à 7,112 millions € annuels.

	Etablissements agricoles et forestiers sur le GSSV	Entreprises ayant le nom Sainte-Victoire	TOTAL
Plus value attribuable au GSSV	4 334 000	2 778 000	7 112 000
Retombées sociales	39 ETP	25 ETP	64 ETP
Retombées fiscales	624 000	400 000	1 024 000

**En conclusion, hors entreprises du secteur du tourisme déjà prises en compte dans l'étude des retombées touristiques du site, la valeur générée par les entreprises implantées dans les communes du Grand Site (hors tourisme), et la plus-value générée par l'usage du nom Sainte-Victoire pour les entreprises de la Région Paca utilisant le nom de Sainte-Victoire s'élèvent ainsi à 7 millions € par an (montant arrondi).**

### 3/ Approche de l'impact du Grand Site Sainte-Victoire sur les valeurs immobilières

L'objectif est ici de voir si l'existence du vaste paysage protégé qu'est le Grand Site Sainte-Victoire a un impact sur la valeur de l'immobilier situé dans le périmètre ou aux abords du Grand Site.

#### Méthodologie

L'étude repose sur :

- ◆ une enquête auprès d'un échantillon aléatoire de 100 résidents des 14 communes du Grand Site comportant des questions spécifiques liées à la valeur immobilière de leur résidence en lien avec la vue et la proximité du Grand Site. 96% des personnes interrogées sont des résidents à titre principal, 43% ont une vue directe sur la Montagne Sainte-Victoire depuis leur domicile. 65% vivent en maison individuelle et 35% en appartement.
- ◆ une enquête téléphonique auprès d'experts de l'immobilier : 18 agences immobilières et 2 offices notariaux présents sur le Grand Site et à Aix-en-Provence.

#### Importance des critères "vue" et "proximité" dans les décisions d'achat

◆ Le point de vue des résidents :

Avoir la vue sur la montagne Sainte-Victoire depuis son domicile est jugé important pour 95% des interrogés (très important pour 52% important pour 43%), essentiellement pour la beauté, le calme et la sérénité.

Si 40% des résidents affirment que la vue sur la montagne Sainte-Victoire a influencé la décision d'achat de leur résidence, ils sont 60% à affirmer que cet élément n'a pas fait partie de leurs critères de décision ; on notera cependant que 10% d'entre eux disent avoir choisi d'habiter là "parce que je voulais avoir cette vue".

Pour la proximité de la montagne Sainte-Victoire, 33% des enquêtes disent que ce critère a influencé leur achat et 67% affirment que cet élément n'a pas joué dans leur décision.



Vue sur Sainte-Victoire©Grand Site Sainte-Victoire

Est-ce important pour vous de voir la vue de la Montagne Sainte-Victoire depuis votre domicile ?	Enquête Résidents
Très important	52 %
Plutôt important	43 %
Plutôt pas important	5 %
Pas important du tout	0 %
Total répondants	100

Pour quelle raison ?	Enquête Résidents
Beauté du site	32 %
Calme et sérénité	22 %
Vue	15 %
Lieu de balade et de détente	12 %
Bonheur et gaieté	10 %
Paysage de provence	7 %
Je suis né ici	5 %
La connaissance de peintres	5 %
Patrimoine	5 %
Paysage	5 %
Agréable	2 %
Impression d'être privilégié	2 %
Mythique	2 %
Point de repère	2 %
Prestige	2 %
Pas grand chose, rien	20 %
Des ennuis quant il y a le feu	2 %
Total répondants	66

Pourquoi avez-vous choisi d'habiter ici ?	Enquête Résidents
Pour des raisons familiales	28 %
Par hasard	23 %
Pour des raisons	19 %
Je voulais avoir cette vue	10 %
Natif de la région	7 %
On m'a conseillé d'acheter	4 %
Cadre de vie	4 %
Calme	3 %
Proximité de la mer	2 %
Se rapprocher de la nature	2 %
Pour des raisons de santé	1 %
Provence	1 %
Raisons personnelles	1 %
Terrain intéressant	1 %
Total répondants	100

La vue sur la Montagne Sainte-Victoire a-t-elle influencé l'achat de votre résidence ?	Enquête Résidents
Oui, tout-à-fait	19 %
Oui, plutôt	21 %
Non, plutôt pas	25 %
Non, pas du tout	35 %
Total répondants	100

La proximité de la Montagne Sainte-Victoire a-t-elle influencé l'achat de votre résidence	Enquête Résidents
Oui, tout-à-fait	13 %
Oui, plutôt	21 %
Non, plutôt pas	23 %
Non, pas du tout	44 %
Total répondants	100



◆ Le point de vue des professionnels de l'immobilier :

Sur 20 professionnels interrogés, 17 estiment que la vue sur la Montagne Sainte-Victoire est un élément qui augmente la valeur d'un bien immobilier ; ils sont 14 à estimer que la proximité augmente la valeur d'un bien.

## Estimation de l'impact économique de la vue et de la proximité sur la valeur du bien

◆ L'évaluation par les résidents des 14 communes du Grand Site :

54% des personnes interrogées sont en mesure de se prononcer sur l'impact qu'a la **vue** de la Montagne Sainte-Victoire sur la valeur de leur propriété. Les réponses quant à la valeur ajoutée liée à l'effet "vue sur Sainte-Victoire" s'étagent de 0 à 25%, la moyenne s'établissant à 2,2% de la valeur du bien.

Concernant la valeur ajoutée liée à la **proximité** de la Montagne Sainte-Victoire, 51% des interrogés se prononcent. Les réponses s'étagent de 0 à 30%, la moyenne s'établissant à 2,5% de la valeur du bien.

◆ L'évaluation par les professionnels de l'immobilier

Sur 20 professionnels interrogés, 17 estiment que la **vue** sur la Montagne Sainte-Victoire est un élément qui augmente la valeur d'un bien immobilier ; ils sont 14 à estimer que la proximité augmente un peu ou moyennement la valeur d'un bien. La vue ou la proximité peuvent attirer la clientèle et accélérer une vente. La vue sur Sainte-Victoire est l'élément le plus attractif même si elle constitue plus un argument de vente qu'un facteur d'augmentation du prix ou qu'une exigence pour l'achat. De très nombreuses agences immobilières utilisent l'argument "vue sur Sainte-Victoire" dans la promotion d'un bien (affichage, encarts publicitaires, petites annonces, etc.).

Cependant, seul un petit nombre des professionnels interrogés se risque à chiffrer l'impact de l'effet "vue" ou "proximité" sur la valeur d'un bien. La moyenne des réponses s'établit à 2,3% de la valeur d'un bien pour le critère "vue", et 1,2% pour le critère "proximité".

En conclusion, il est intéressant de noter qu'habitants et experts ont une appréciation assez proche de la plus-value apportée par la vue ou la proximité de la montagne Sainte-Victoire sur le patrimoine immobilier. Par ailleurs, leur appréciation est d'un niveau modeste, ce qui laisse penser que le risque de surestimation de l'impact du Grand Site est limité.

## Evaluation de la valeur du Grand Site Sainte-Victoire sur les plus-values immobilières de la région

Cette évaluation repose sur les éléments suivants :

◆ les communes du Grand Site (y compris Aix-en-Provence et les 4 communes limitrophes) comptent 91 125 résidences.

◆ on considère que les habitations des communes rurales du Grand Site (hors Aix en Provence) bénéficient toutes de la proximité de la Montagne Sainte-Victoire et que 43% d'entre elles bénéficient de la vue sur la montagne. A l'échelle de tout le Grand Site, incluant Aix en Provence, on estime que 85% du parc a une vue sur la Montagne Sainte-Victoire et que 70% du parc peut être considéré comme étant à proximité de la Montagne Sainte-Victoire. En croisant la pondération situation du parc en fonction des critères vue et proximité d'une part et estimation des habitants et des agences d'autre part, les plus-values liées à l'effet "vue" et "proximité" du Grand Site Sainte-Victoire s'établissent à une moyenne de 3,15%.

◆ sur 91 125 résidences des 14 communes du Grand Site et des 4 communes limitrophes, le taux de mutation annuel s'élève à 5,9% (source Insee), soit 5 376 mutations par an (ancienneté moyenne de résidence 17 ans).

◆ la valeur moyenne d'une résidence s'élève à 234 500 € (source Insee pour la Communauté du pays d'Aix)

	Habitants des 14 communes du GS Sainte-Victoire et des 4 communes limitrophes = 18 communes	Nombre de résidences totales dans les 18 communes	Valeur moyenne d'une résidence dans l'agglomération d'Aix en Provence	Valorisation totale du patrimoine immobilier	Plus value liée au GS Ste Victoire	Plus-value annuelle
Source/mode de calcul	Insee 2008	Insee 2008 (dont 10% de résid secondaires)	Insee 2008	91 125 x 234 500 €	Valeur du patrimoine immobilier x 3,15%	Plus value totale x 5,9% (Taux de mutation annuelle sur la CPA)
	207 102 habitants	91 125 résidences	234 500 €	21 369 000 000 €	673 124 000 €	39 714 000 €

**En conclusion, la plus-value annuelle générée par l'effet "Sainte-Victoire" sur l'immobilier est estimée à 40 millions €, engendrant 5,7 millions € de retombées fiscales et correspondant à 357 emplois ETP<sup>3</sup>.**



©Grand Site Sainte-Victoire

<sup>3</sup> Rappel de la Base de calcul :

Salaires moyen (moyenne nationale globale) : 42 229 € (toute activités) et 32 672 € pour les métiers du tourisme.

Part des salaires dans le chiffre d'affaire d'une entreprise (moyenne nationale globale) = 38%

Part des impôts et taxes dans le chiffre d'affaire d'une entreprise = 14,4%



## 4/ Estimation de la valeur sauvegardée de la forêt générée par la prévention des incendies

La prévention des incendies constitue une mission très importante de l'ensemble des acteurs publics et notamment du Syndicat mixte du Grand Site Sainte-Victoire, créé en réponse au grand incendie spectaculaire qui a ravagé 5 276 hectares en 1989 (Source : Base de données Prométhée).

Une grande partie des actions entreprises (PIDAF, gestion des espaces ouverts, sensibilisation des propriétaires à l'obligation de débroussaillage, gestion de la fréquentation par le public, etc.) concourent à cette politique.

L'objectif serait ici, dans une démarche au caractère exploratoire, de mettre en relation le coût de cette prévention (que l'expérience a montré qu'il était par ailleurs difficile d'évaluer) avec la valeur de la forêt conservée.

### La production sylvicole de la forêt du Grand Site Sainte-Victoire

Les formations boisées (hors garrigues) du Grand Site représentent 20 000 ha.

Elles sont réparties à peu près à égalité en feuillus (9 700 ha) et en résineux (8 900 ha) (source : PIDAF - Grand Site Sainte-Victoire 2002).

La valeur sylvicole de la forêt peut être évaluée par la valeur de la récolte de l'accroissement annuel moyen des peuplements.

Pour le pin d'Alep, on sait que l'accroissement moyen est de 2,1 m<sup>3</sup>/ha/an, soit un accroissement théorique de 18 700 m<sup>3</sup> annuels pour les formations résineuses constituées (8 900 ha x 2,1 m<sup>3</sup>).

Pour le chêne vert, il est de 1,1 m<sup>3</sup>/ha/an, soit un accroissement théorique de 10 700 m<sup>3</sup> annuels pour les boisements feuillus constitués (9 700 ha x 1,1 m<sup>3</sup>).

La valeur de vente du pin d'Alep est de 6 €/m<sup>3</sup> et du chêne de 18 €/m<sup>3</sup> (source : vente Coopérative Forestière 2008).

Dans une logique de bonne gestion forestière, on considérera que la totalité de l'accroissement annuel moyen des peuplements pourrait être récoltée (sachant qu'actuellement à peine 25% de cet accroissement sont exploités sur le massif et que dans certaines situations les conditions d'exploitation ne sont pas économiquement rentables), ce qui procurerait un revenu de :

Résineux : 18 700 x 6 € = 112 200 arrondi à 110 000 €

Feuillus : 10 700 x 18 € = 192 600 arrondi à 190 000 €

Soit un total de 300 000 € annuel.

Ainsi, suivant ce premier raisonnement qui ne prend en compte comme indicateur que la valeur de la récolte de l'accroissement annuel moyen des peuplements, on peut estimer que la valeur produite chaque année par la forêt, rendue possible par le fait qu'elle est préservée de l'incendie, s'élève à 300.000 € par an, **soit pour un âge moyen des massifs de 40 ans, une valeur potentielle de la seule production sylvicole de 12 000 000 €.**

### Evaluation de la valeur globale du massif forestier

Deux raisonnements sont possibles pour déterminer les composantes de la valeur globale du massif forestier et notamment celle des services rendus par l'écosystème forestier.

Raisonnement par la valeur patrimoniale :

Le prix moyen d'un hectare de forêt non bâti est de 3 170 € en 2009 (source : Société forestière de la Caisse des Dépôts). Ce prix connaît de fortes disparités, selon la nature du peuplement et du fonds, la desserte, la valeur cynégétique, la localisation géographique, et il fluctue fortement sur le pourtour méditerranéen selon la pression urbanistique. Cependant, de source locale, cette estimation semble pouvoir être retenue pour le territoire du Grand Site dans son ensemble.

Le montant de la valeur patrimoniale du massif forestier s'élèverait donc à 63 400 000 € (20 000 ha x 3 170 €).



Raisonnement par la valeur environnementale, approche globale, en se fondant sur deux études :

◆ Le Ministère de l'écologie évalue la production annuelle globale, dont environnementale, de la forêt à 240 €/ha par an (Source : Ministère de l'écologie, Revue Evaluation, numéro 17, Juin 2008).  
En considérant que l'âge moyen du massif est de 40 ans, la valeur accumulée s'élève à 20 000 ha x 240 € x 40 ans = 192 000 000 €.

◆ Le rapport "Approche économique de la biodiversité" réalisé par le Centre d'analyse stratégique en avril 2009, indique que les différents services "écosystémiques" de la forêt représentent en moyenne 970 €/ha par an.

Selon cette analyse, l'essentiel de cette valeur provient des services de fixation et de stockage du carbone (530 €) et des services culturels (promenade et chasse, 260 €).

En considérant l'âge moyen du massif (40 ans), on a une valeur accumulée de 20 000 ha x 970 € x 40 ans = 776 000 000 €

Pour le calcul final de la valeur environnementale de la forêt, il a été retenu la moyenne arithmétique des résultats des deux évaluations, soit 484 000 000 €  $\{192\ 000\ 000\ € + 776\ 000\ 000\}/2.$



### **Estimation de la valeur de la forêt conservée du fait de la prévention incendie**

Cette évaluation repose sur le raisonnement suivant :

◆ d'une part, le grand incendie intervenu en 1989 a détruit 5 276 ha sur les 25 000 ha des formations boisées (en intégrant les garrigues). Sur une longue période, par exemple un siècle, on peut estimer que le risque potentiel d'incendie peut donc concerner la totalité de la forêt ;

◆ d'autre part, la superficie brûlée en 35 ans s'élève à 10 746 ha sur 25 000 ha, dont 10 348 ha ont brûlé entre 1973 et 1989 inclus. Ainsi, 96,3% des superficies brûlées l'ont été avant la création du Syndicat Mixte Concors - Sainte-Victoire, contre 3,7% des superficies brûlées (398 ha) depuis la création du Syndicat mixte, entre 1990 à 2008.

<b>Etes-vous d'accord ou pas d'accord pour dire que la sauvegarde et le maintien de la qualité des paysages du Grand Site Sainte Victoire contribuent à valoriser l'image et l'attractivité du Pays d'Aix ?</b>	Enquête visiteurs Grand Site	Enquête visiteurs Aix	Enquête Résidents
Tout à fait d'accord	84 %	58 %	58 %
Plutôt d'accord	15 %	33 %	34 %
Plutôt pas d'accord	1 %	9 %	7 %
Pas d'accord du tout	0 %	0 %	1 %
Total répondants	248	243	98

<b>Ces actions vous paraissent-</b>	Enquête visiteurs Grand Site	Enquête visiteurs Aix	Enquête Résidents
... très utiles	49 %	30 %	37 %
Plutôt utiles	48 %	68 %	53 %
Plutôt pas utiles	2 %	2 %	6 %
Pas du tout utiles	1 %	0 %	4 %
Total répondants	244	241	95

Ainsi, on peut considérer que depuis le grand incendie de 1989, la politique publique de prévention des incendies a abouti à ce que seulement 398 ha brûlent en 18 années, ce qui représente 1,6% de la superficie totale et à peine 0,1% par an.

A des fins de simplification de calcul, il est donc possible de considérer que :

◆ le massif peut (pourrait) brûler en totalité ;

◆ la prévention des incendies est (quasi) totalement efficace.

Sur cette base, il est légitime d'estimer que la prévention des incendies préserve la totalité de la forêt, soit une valeur annuelle de 484 000 000 € / 40 ans = 12 100 000 € (arrondi à 12 000 000 €).

**En conclusion, la valeur sauvegardée de la forêt par la prévention incendie s'élève à 12 000 000 € par an.**



Travaux forestiers©Grand Site Sainte-Victoire

## 5/ Approche de la valeur attribuée par le public à la préservation et à la bonne gestion du site (consentement à payer)

L'objectif est ici de cerner quelle conscience a le public de l'enjeu de préservation du Grand Site, et quelle valeur il attribue à cette politique de protection et de bonne gestion.

### La perception des enjeux du Grand Site

La quasi-totalité des visiteurs et résidents considèrent que la valorisation du site naturel contribue à l'attractivité du territoire du Pays d'Aix.

**Etes vous d'accord ou pas d'accord pour dire que la sauvegarde et le maintien de la qualité des paysages du Grand Site**

<b>Etes vous d'accord ou pas d'accord pour dire que la sauvegarde et le maintien de la qualité des paysages du Grand Site Sainte-Victoire contribuent à valoriser l'image et l'attractivité du Pays d'Aix?</b>	Enquête Visiteurs GRAND SITE	Enquête Visiteurs AIX	Enquête Résidents
Tout à fait d'accord	84 %	58 %	58 %
Plutôt d'accord	15 %	33 %	34 %
Plutôt pas d'accord	1 %	9 %	7 %
Pas d'accord du tout	0 %	0 %	1 %
Total répondants	248	243	98



Garde-nature du Grand Site@Grand Site Sainte-Victoire

Les actions de sauvegarde financées par les pouvoirs publics sont considérées comme utiles, tant par les visiteurs (à 97,5%) que par les résidents (90%).

<b>Les actions de sauvegarde et de mise en valeur de la qualité des paysages du Grand Site Sainte-Victoire ont un coût financé par les pouvoirs publics..., ces actions vous paraissent-elles...</b>	Enquête Visiteurs GRAND SITE	Enquête Visiteurs Aix	Enquête Résidents
...Très utiles	49 %	30 %	37 %
Plutôt utiles	48 %	68 %	53 %
Plutôt pas utiles	2 %	2 %	6 %
Pas du tout utiles	1 %	0 %	4 %
Total répondants	244	241	95

Parmi les principales missions du Syndicat mixte, les enjeux primordiaux sont, tant du point de vue des visiteurs que des résidents, la prévention incendie, la sauvegarde de la faune et de la flore. La mise en valeur du paysage est jugée importante, mais est un argument de second plan, surtout chez les résidents. Enfin, les aménagements pour la détente et les pratiques sportives sont jugés moins importants pour tous les publics.

<b>Pouvez-vous me dire si la mise en valeur du paysage est selon vous...</b>	Enquête visiteurs GRAND SITE	Enquête visiteurs AIX	Enquête Résidents
Très importante	63 %	58 %	53 %
Plutôt importante	28 %	40 %	32 %
Plutôt pas importante	7 %	3 %	9 %
Pas importante du tout	2 %	0 %	6 %
Total répondants	237	240	93

<b>La sauvegarde de la faune et la flore est...</b>	Enquête visiteurs GRAND SITE	Enquête visiteurs AIX	Enquête Résidents
Très importante	91 %	82 %	72 %
Plutôt importante	9 %	16 %	25 %
Plutôt pas importante	0 %	2 %	3 %
Pas importante du tout	0 %	0 %	0 %
Total répondants	245	242	93

<b>La prévention incendie est...</b>	Enquête visiteurs GRAND SITE	Enquête visiteurs AIX	Enquête Résidents
Très importante	96 %	86 %	83 %
Plutôt importante	4 %	13 %	15 %
Plutôt pas importante	0 %	1 %	1 %
Pas importante du tout	0 %	0 %	1 %
Total répondants	246	242	96

<b>Les aménagements pour la détente et les pratiques sportives sont...</b>	Enquête visiteurs GRAND SITE	Enquête visiteurs AIX	Enquête Résidents
Très importants	22 %	33 %	27 %
Plutôt importants	50 %	51 %	33 %
Plutôt pas importants	18 %	13 %	28 %
Pas importants du tout	10 %	4 %	12 %
Total répondants	246	242	93

## L'appréciation portée par le public sur l'action de préservation et de mise en valeur du Grand Site

Les visiteurs et résidents sont en très grande majorité satisfaits des actions de mise en valeur du paysage, de sauvegarde de la biodiversité et de la prévention incendie réalisées sur le Grand Site Sainte-Victoire. Les aménagements pour la détente génèrent relativement un peu plus d'insatisfaits notamment les visiteurs du Grand Site (12 %). En ce qui concerne les sentiers, les aires de stationnements et les musées, les visiteurs et résidents sont aussi en grande majorité satisfaits.

### **Etes-vous personnellement satisfait, plutôt satisfait, plutôt insatisfait des actions réalisées pour le Grands Site pour...**

<b>La mise en valeur du paysage</b>	Enquête visiteurs GRAND SITE	Enquête visiteurs AIX	Enquête Résidents
Très satisfait	41 %	48 %	24 %
Plutôt satisfait	56 %	52 %	74 %
Plutôt pas satisfait	3 %	0 %	1 %
Très insatisfait	0 %	0 %	1 %
Total répondants	222	96	84

<b>La sauvegarde de la biodiversité, faune et flore</b>	Enquête visiteurs GRAND SITE	Enquête visiteurs AIX	Enquête Résidents
Très satisfait	43 %	47 %	24 %
Plutôt satisfait	53 %	52 %	70 %
Plutôt pas satisfait	2 %	1 %	4 %
Très insatisfait	1 %	0 %	2 %
Total répondants	201	89	83

<b>La prévention des incendies</b>	Enquête visiteurs GRAND SITE	Enquête visiteurs AIX	Enquête Résidents
Très satisfait	52 %	41 %	24 %
Plutôt satisfait	44 %	58 %	70 %
Plutôt pas satisfait	2 %	1 %	4 %
Très insatisfait	2 %	0 %	2 %
Total répondants	220	89	83

<b>Les aménagements pour la détente et les pratiques sportives</b>	Enquête visiteurs GRAND SITE	Enquête visiteurs AIX	Enquête Résidents
Très satisfait	26 %	34 %	22 %
Plutôt satisfait	62 %	63 %	68 %
Plutôt pas satisfait	10 %	3 %	6 %
Très insatisfait	2 %	0 %	4 %
Total répondants	189	79	78

Les moyens d'informations et d'aide à la visite (guides, cartes, dépliants, centre d'information) satisfont dans l'ensemble les visiteurs et résidents (à noter toutefois, les 12 % de visiteurs d'Aix en Provence insatisfaits en matière de guides).



Parmi les points d'amélioration, sont cités en réponse spontanée, le balisage des sentiers et l'accès plus facile aux parkings (14 visiteurs sur 250 soit 6% d'entre eux).

Au total, l'action des pouvoirs publics sur le Grand Site Sainte-Victoire reçoit globalement un véritable satisfecit de la part du public.

## Approche de la valeur de la politique de préservation et de mise en valeur du Grand Site

Il s'agit de faire évaluer au public des visiteurs et aux résidents la valeur monétaire qu'ils attribuent aux actions menées sur le Grand Site.

La méthode consiste, non pas de demander à la personne enquêtée la somme qu'elle serait prête elle-même à verser de façon volontaire pour la préservation du site (don monétaire au bénéfice du site<sup>4</sup>), mais de cerner la somme qu'il lui paraîtrait normale et légitime que les pouvoirs publics affectent à la préservation du site. Il s'agit en quelque sorte de cerner le "consentement au financement public" pour les actions de préservation du Grand Site Sainte-Victoire.

Très précisément, la question posée à l'enquêté, est précédée de l'explication suivante :

"Une partie des impôts, impôt sur le revenu, TVA, taxe professionnelle, taxe d'habitation, taxe foncière, impôt sur les sociétés, taxe sur les carburants, sert à la sauvegarde, au maintien de la qualité des paysages et aux aménagements du Grand Site Sainte-Victoire. Selon vous, quel montant en € devrait-il être consacré chaque année à ces actions en prenant comme référence votre budget familial annuel ? Je précise qu'il ne s'agit pas d'augmenter les impôts mais d'évaluer la somme, rapportée à chaque ménage qui, selon vous, devrait être attribuée pour la sauvegarde, le maintien de la qualité des paysages et les aménagements du Grand Site Sainte-Victoire."

Il faut noter qu'en raison de la difficulté de la question et de la sensibilité du sujet, le taux de non réponse spontanée a été très élevé, soit que l'enquêté n'ait pas su répondre, soit qu'il n'ait pas voulu répondre.

L'analyse des réponses montre que les visiteurs du Grand Site donnent spontanément une somme plus élevée que les visiteurs d'Aix et en moyenne 4 fois supérieure aux habitants.

Les sommes indiquées par les visiteurs du Grand Site vont de 0 à 2 400 €, avec une médiane à 50 € (même nombre de réponses supérieures à 50 € que de réponses inférieures à 50 €).

<b>Réponse spontanée</b> Selon vous, quel montant en euro devrait-il être consacré chaque année à ces actions en prenant comme référence votre budget annuel familial	Enquête visiteurs GRAND SITE	Enquête visiteurs AIX	Enquête Résidents
Non répondants	165	196	74
Répondants	85	54	26
Moyenne	92 €	52,7 €	20,5 €
Ecart-Types	278,8	80,4	53,7
Minimum	0 €	1 €	1 €
Maximum	2400 €	500 €	200 €
Médiane	50	20	3

Les moyennes s'établissent à 92 € pour les visiteurs du Grand Site, à 52,70 € pour les visiteurs d'Aix en Provence et à 20,5 € pour les résidents.

La question appelant une réponse spontanée, a été doublée par une question assistée dans laquelle huit propositions de sommes, allant de 0 à 1000 €, étaient présentées à l'enquêté sur un carton.

Les réponses sont alors beaucoup plus nombreuses, et l'on remarque qu'elles augmentent sensiblement le montant du « consentement au financement public », notamment pour les résidents.

La moyenne pondérée entre les 3 types de public varie peu, de 77€ à 93€.

<sup>4</sup> Il a été également demandé aux enquêtés, ce qu'ils seraient prêts à verser personnellement, en don volontaire, pour les améliorations qu'ils souhaiteraient voir apportées à la préservation et à la bonne gestion du site. Cependant, compte tenu du taux très élevé de satisfaction des enquêtés et du peu d'améliorations qu'ils estimaient nécessaires, cette question s'est révélée sans objet et inexploitable.

<b>REPONSE ASSISTEE</b> Selon vous, quel montant en euro devrait-il être consacré chaque année à ces actions en prenant comme référence votre budget annuel familial ?	Enquête visiteurs GRAND SITE	Enquête visiteurs AIX	Enquête Résidents
0 €	2 %	2 %	5 %
10 €	20 %	11 %	8 %
20 €	9 %	10 %	29 %
50 €	18 %	8 %	23 %
100 €	8 %	4 %	5 %
200 €	4 %	2 %	5 %
500 €	3 %	2 %	1 %
1000 €	2 %	1 %	3 %
Ne sait pas	32 %	57 %	16 %
Ne veut pas répondre	2 %	2 %	5 %
Moyenne pondérée	93,7 €	77,6 €	83,6 €
Total répondants	152	167	77

## Evaluation du consentement au financement public annuel au bénéfice du Grand Site Sainte-Victoire

Sur la base de ces réponses, l'estimation a été faite de la valeur globale attribuée par les ménages résidents et par les ménages de visiteurs à la politique de préservation et de mise en valeur du Grand Site.

Le montant de **31 715 000 €**, correspond à ce qu'il serait socialement considéré comme acceptable d'affecter à la préservation et à la mise en valeur du Grand Site, par ceux qui y vivent et ceux qui le visitent.

	Nb de ménages	Moyenne des sommes données de façon spontanée	Moyenne des sommes données en réponse assistée	Moyenne des deux sommes	Total (nb de ménages x somme moyenne)
résidents	20 312	20,5 €	83,6 €	52,1 €	1 058 000 €
visiteurs	330 000	92 €	93,7 €	92,9 €	30 657 000€
TOTAL					31 715 000 €

Une enquête a été menée auprès des principaux acteurs publics (communes et intercommunalités, département, région, etc...), pour évaluer les budgets mobilisés pour la préservation et la mise en valeur du site et mettre en relation les sommes considérées comme acceptables pour le public et les budgets publics effectivement affectés.

Du fait de l'absence de comptabilité analytique des collectivités et organismes publics, cette recherche s'est avérée extrêmement difficile et les résultats en sont malheureusement inexploitable.

Rappelons que le budget annuel du Syndicat mixte Concors Sainte-Victoire s'élève à 2,2 millions €.

**En conclusion, le grand public des visiteurs et des touristes du Grand Site Sainte-Victoire, ainsi que ses résidents considèrent que la préservation et la mise en valeur du Grand Site Sainte-Victoire mériteraient qu'il y soit consacré environ 32 millions € chaque année.  
Cette somme peut être considérée comme exprimant la valeur attachée par le public à l'espace naturel que représente le Grand Site Sainte-Victoire**



## Conclusion

Dans le cadre des travaux méthodologiques qu'il a menés sur la valeur économique des espaces naturels pour le compte de l'établissement public Parcs nationaux de France, le CREDOC a étendu sa réflexion au Grand Site Sainte-Victoire. L'article publié sur "La valeur économique et sociale des espaces naturels protégés, Le cas du Grand Site Sainte-Victoire" (Anne DUJIN et Bruno MARESCA, CREDOC, Cahier de recherche n°247 novembre 2008), invite à élargir les études de retombées économiques à d'autres champs de valeurs que les seules retombées touristiques.

C'est précisément ce que l'étude présentée dans ce document a cherché à faire, en élargissant la réflexion aux valeurs immobilières, aux valeurs écologiques (forêt), aux valeurs immatérielles (utilisation du nom Sainte-Victoire par les entreprises), ainsi qu'à la valeur sociale attachée par le public au site (estimation du consentement au financement public).

Correspondant aux interrogations et aux moyens d'un organisme local gestionnaire d'un Grand Site (qui ne sont pas ceux des organismes de recherche) et conservant un caractère exploratoire pour un domaine où les difficultés méthodologiques restent encore nombreuses, ce travail devrait néanmoins intéresser tous les gestionnaires de Grands Sites et, au delà, d'espaces naturels protégés.

**On retiendra que, chaque année, le Grand Site Sainte-Victoire génère de l'ordre de:**

- ◆ **60 millions € de retombées touristiques et récréatives, correspondant à 700 emplois et 8,6 millions de retombées fiscales ;**
- ◆ **7 millions € liés à l'existence du site et à l'usage du nom par les entreprises ;**
- ◆ **40 millions € de plus-values immobilières liées à la proximité ou à la vue sur le Grand Site Sainte-Victoire**
- ◆ **12 millions € liés à la valeur de la forêt préservée.**

**On retiendra également que le grand public estime que le site mériterait qu'on affecte chaque année 32 millions € à sa préservation et à sa mise en valeur.**

Il aurait été intéressant de pouvoir rapporter cette somme à l'ensemble des financements dédiés à la préservation et à la gestion du site. Comme on l'a vu, la reconstitution de tous les financements publics a été impossible à réaliser (faute de comptabilité analytique dans la plupart des organismes publics impliqués dans le financement de la gestion du site) et seul est connu le budget annuel du syndicat mixte du Grand Site Sainte-Victoire (2,2 millions €).

Complémentaire des études menées sur le Grand Site du Pont du Gard et sur le Grand Site du Puy de Dôme, l'étude montre que la préservation de la remarquable valeur paysagère et patrimoniale, qui demeure la raison primordiale de l'action publique sur les Grands Sites, a également une valeur économique incontestable.

Par l'évaluation de la part de leur impôt que le public estimerait légitime d'y consacrer, cette étude permet également de montrer, chiffre à l'appui, l'importance de la valeur que visiteurs, touristes et résidents y attachent, élément encourageant pour les gestionnaires du Grand Site et décideurs publics qui en financent la préservation et la mise en valeur.

### Grand Site Sainte Victoire

Immeuble le Derby  
570, avenue du Club Hippique  
13090 AIX EN PROVENCE  
tel: 04 42 64 60 90 fax: 04 42 64 60 99  
[www.grandsitesaintevictoire.com](http://www.grandsitesaintevictoire.com)

### Réseau des Grands Sites de France

9, rue Moncey  
75009 PARIS  
tel: 01 48 74 39 29 fax: 01 49 95 01 87  
[www.grandsitedefrance.com](http://www.grandsitedefrance.com)



# Le Réseau des Grands Sites de France

Sainte-Victoire, le Pont du Gard, le Puy Mary, le Marais poitevin, Les Deux Caps Blanc-Nez Gris-Nez... Des lieux évocateurs d'espace, de lumière, de beauté, de ressourcement et d'inspiration. Mais aussi des lieux accessibles à tous, qui accueillent chaque année un très grand nombre de visiteurs. Comment préserver, faire vivre et gérer de façon responsable ces lieux, les paysages protégés au titre de la Loi du 2 mai 1930 parmi les **plus connus et les plus emblématiques de notre pays**, afin que chacun, habitant ou **touriste, puisse en jouir aussi bien aujourd'hui que demain ?**

Le Réseau des Grands Sites de France, association Loi 1901, regroupe **les organismes gestionnaires de Grands Sites**. Ces organismes sont dans leur grande majorité des structures publiques, émanation des **collectivités locales** : Communautés de communes, Syndicats mixtes, ou Etablissements publics de coopération culturelle, dotés d'équipes dédiées au Grand Site. Ils oeuvrent en concertation avec tous les acteurs pour une organisation intelligente de la fréquentation et pour favoriser un tourisme durable et responsable.

Le Réseau regroupe des gestionnaires de sites ayant reçu le **label GRAND SITE DE FRANCE ®** décerné par le Ministère du développement durable et d'autres qui oeuvrent pour l'obtenir au terme de la réhabilitation et de la mise en place d'une gestion pérenne du site. Le Réseau accueille également des membres associés et de grandes collectivités locales (Départements, Régions).

Réunissant 17 adhérents à sa création, 37 à ce jour, le Réseau accueille chaque année de nouveaux membres souhaitant échanger et améliorer leurs pratiques, défendre les valeurs des Grands Sites et faire entendre la voix des gestionnaires de Grands Sites.

## Nos publications :

### Dans la collection *Le Fil des Grands Sites* :

- "Quelle valorisation des produits locaux agricoles et artisanaux sur les Grands Sites" Février 2010
- "Signalétique d'activités et de services sur les Grands Sites : démarches et outils" Juillet 2009
- "Quelle multifonctionnalité de la forêt dans les Grands Sites ?" Décembre 2008
- "Évaluer les retombées économiques des Grands Sites" Septembre 2008
- "Mieux gérer les activités de pleine nature sur les Grands Sites" Juin 2008
- "Créer et valoriser un observatoire photographique du paysage sur les Grands Sites" Avril 2008

Les *Fil des Grands Sites* sont consultables dans la rubrique [publication](#) du site internet du RGSF.



### Dans la collection : *Les Cahiers du Réseau des Grands Sites de France* :

- "L'écomobilité dans les Grands Sites" 2010
- "Les Grands Sites à l'épreuve de la photographie" 2008
- "Agriculteurs, forestiers et Grands Sites : quels partenariats?", 2007
- "Grands Sites et stratégies touristiques des territoires", 2006
- "Maisons de sites et interprétation dans les Grands Sites", 2005

Les bons de commande des cahiers sont téléchargeables dans la rubrique [publication](#) du site internet du RGSF.



[www.grandsitedefrance.com](http://www.grandsitedefrance.com)