

**ÉVALUATION
des AVANTAGES ÉCONOMIQUES
liés au
GRAND SITE SAINTE VICTOIRE**

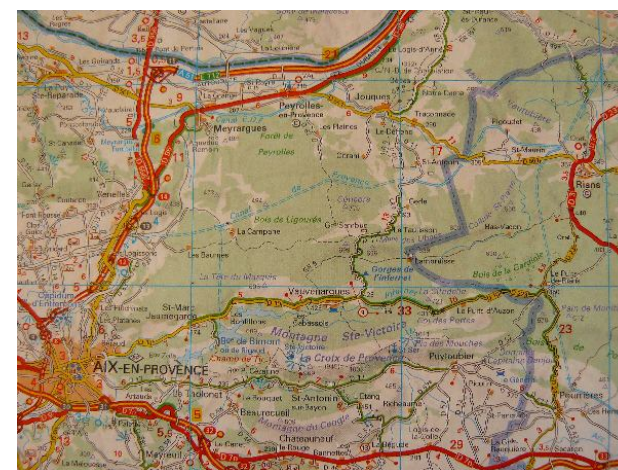


1. ENJEUX

Les massifs de la Sainte Victoire et de Concors sont représentatifs d'une démarche de **protection**, de **réhabilitation**, de **mise en valeur** et de **gestion** d'un TERRITOIRE.

La Sainte Victoire est plus qu'un décor d'exception au Pays d'Aix.

Elle représente un **idéal d'équilibre** entre la nature, sa faune, sa flore, ses milieux et les activités humaines traditionnelles et futuristes qui s'épanouissent sur ses piémonts et dans ses vallées limitrophes.



2. OBJECTIFS

Les enjeux du Grand Site Sainte Victoire ont incité les collectivités - des communes à l'Union Européenne - à participer à la gestion et à en assurer le devenir à travers les financements, les classements – dont NATURA 2000– et toutes les actions de valorisation qui ont permis l'octroi du label Grand Site de France.

Les objectifs de ce programme décidé par le Syndicat mixte des massifs Concors et Sainte Victoire et par le Réseau des Grands Sites de France sont, dans une vision d'optimisation des politiques publiques, de

**connaître d'une manière la plus objective possible
les réelles retombées économiques et les réelles
valeurs environnementales d'existence et d'usage.**

3. CONTEXTE

Pour l'évaluation des retombées économiques et des valeurs environnementales d'existence et d'usage, le Grand Site Sainte Victoire sera considéré dans ses limites géographiques comme une ENTITE TERRITORIALE regroupant :

- **des actions publiques**
- **des activités privées**

dont la finalité est :

- **la préservation**
- **la mise en valeur des patrimoines naturels et culturels, en particulier pour les actions culturelles et touristiques.**

4. VALEURS ECONOMIQUES

- **Économiques et financières**
en termes de budgets, chiffres d'affaires,
plus-values immobilières, investissements
dans la protection des incendies ...
- **Sociales**
en termes d'emplois
- **Fiscales**
en termes d'impôts et taxes
- **Image et d'attractivité**
dont utilisation en
communication /
commercialisation.



4.1. RETOMBÉES ÉCONOMIQUES DIRECTES concernant les acteurs publics agissant SUR et POUR le site

PATRIMOINE CULTURE ACCUEIL TOURISME INCENDIE

- Budget et effectif du Syndicat mixte
- Budget, effectif et impôts et taxes des collectivités intervenant sur le Grand Site :
 - Communes
 - Communauté du Pays d'Aix
 - Conseil général
 - Conseil régional
 - État
 - Union Européenne
 - OTSI
 - ONF
 - Sécurité civile
 - Pompiers...



4.2. RETOMBÉES ÉCONOMIQUES DIRECTES concernant les acteurs privés agissant SUR le Grand Site

Les entreprises du secteur privé

- **Productions :**
 - pastoralisme
 - sylviculture
 - agriculture
 - viticulture

- **Tourisme :**
 - hébergement
 - restauration
 - alimentation (quote-part dépensée par les visiteurs)
 - transport (quote-part dépensée par les visiteurs)
 - activités et achats (quote-part dépensée par les visiteurs).



4.3. RETOMBÉES ÉCONOMIQUES INDIRECTES

- a. **Productions** qui utilisent le nom ou l'image du Grand Site avec mesure du poids de l'attractivité du Grand Site
- b. **Entreprises** qui utilisent la proximité, le nom ou l'image du Grand Site avec mesure du poids de l'attractivité
- c. **Tourisme** : dépenses des visiteurs HORS SITE en relation avec le poids du Grand Site Sainte Victoire dans la construction de leurs séjours : objectif de visite prioritaire, probable, éventuel, fortuit.



4.4. AUTRES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

- **Valorisation de la plus-value relative du patrimoine immobilier, par les agences, les notaires et les résidents**
 - patrimoine situé à l'intérieur du périmètre du Grand Site
 - patrimoine situé à l'extérieur (vision, proximité)
- **Valorisation des non-dépenses de lutte et de non-dépenses de restauration R.T.I. par la réduction de la probabilité « grand incendie ».**



5. VALEURS ENVIRONNEMENTALES d'EXISTENCE et d'USAGE

LES COMPOSANTES, DU PLUS CONCEPTUEL AU PLUS MATERIEL :

- Existence du Grand Site
- Vision du Grand Site, proximité
- Protection, aménagements
- Usage pour des pratiques douces, promenade
- Usage pour des pratiques sportives



6. METHODE d'EVALUATION des VALEURS ENVIRONNEMENTALES

Evaluation

par les résidents et les visiteurs du
Grand Site et du Pays d'Aix du

budget annuel

que les collectivités, nationale et territoriales, devraient légitimement consacrer pour la préservation et les aménagements, en référence avec les revenus annuels de chaque ménage.



7. RECUEIL des DONNEES

- **ENQUÊTES** auprès de **250 VISITEURS** du **GRAND SITE SAINTE VICTOIRE**
- **ENQUÊTES** auprès de **250 VISITEURS** du **PAYS d'AIX**
- **ENQUÊTES QUANTITATIVES** de **100 RÉSIDENTS** sur le territoire du **GRAND SITE SAINTE VICTOIRE**
- **ENQUÊTES** et **ENTRETIENS** auprès de **125 INSTITUTIONS** et **ENTREPRISES**
- **BASES** de **DONNEES ECONOMIQUES, BILANS, CONTRATS, SUBVENTIONS...**

8. ACTIVITES de FIGESMA

Créé il y a 33 ans, le Cabinet FIGESMA est une société indépendante de conseil et d'études au capital de 91 800 € (600 000 frs).

AUDITS DES POLITIQUES PUBLIQUES

ÉTUDES DES RETOMBÉES

ETUDES DE CLIENTELES CULTURELLES ET TOURISTIQUES

ETUDES DE MARCHES

ETUDES DE FAISABILITE

STRATEGIES DE DEVELOPPEMENT

PLANS DE MARKETING - COMMUNICATION

POSITIONNEMENT ET CREATION DE MARQUE

9. RÉFÉRENCES d'ÉTUDES des RETOMBÉES ÉCONOMIQUES, SOCIALES ET D'IMAGE

PATRIMOINE de la RÉGION MIDI PYRÉNÉES 2008/2009

GRAND SITE SAINTE VICTOIRE 2007/2008

SPORTS de NATURE en RHÔNE-ALPES dont PNR

MINISTÈRE DE LA SANTE 2007/2008

PATRIMOINE de la Région LANGUEDOC-ROUSSILLON 2007/2008

MODÉLISATION des RETOMBÉES pour ODIT France

SECRETARIAT D'ETAT AU TOURISME 2008

PUY DE DÔME 2006

VENDÉE GLOBE 2006

TOUR DE FRANCE 2006

PONT DU GARD 2005

MONT-SAINT-MICHEL 2003/2004

CITE de CARCASSONNE, PALAIS COMTAL, "PAYS CATHARE" 2000

PRINTEMPS DE BOURGES 1999