

Objectif 7 Limiter la "marchandisation"

Objectif 7 Limiter la "marchandisation"

« Outre leur attractivité touristique qui génère de nombreuses visites, la plupart des sites et paysages du cœur – particulièrement les zones littorales et les principales calanques – sont extrêmement recherchés par différents type d'opérateurs ou entreprises liées à l'image (productions publicitaires, cinématographiques, photographiques, etc.), à l'« immersion » en pleine nature (séminaires d'entreprises, visites guidées, manifestations « nature », etc.) ou aux sports de nature (randonnées, raids, trials, concours de pêche, régates, etc.). »

« L'objectif est de lier l'image des sites à la quiétude et le respect des lieux par des mesures d'encadrement : (...)

- de la tenue de manifestations ou d'activités onéreuses afin qu'elles n'aient pas d'impacts et d'incidence sur les patrimoines naturels, paysagers, culturels ou le caractère du parc national. »

(...)

La valorisation auprès du public de l'exceptionnelle qualité des paysages du cœur n'est pas incompatible avec ce qui précède : l'Établissement public devra contribuer à instaurer auprès de la population le respect de ces espaces emblématiques en tant que tels, comme un levier d'action du respect du « beau » ou du patrimonial à une échelle globale, sans que cela n'implique forcément une visite des sites. (...)».

Mesures partenariales contribuant à l'atteinte de l'Objectif VII :

Mesure partenariale 31 (cf. Objectif XII) : Soutenir les actions exemplaires grâce à la Marque « Parc national des Calanques ».

page 91

Référence ID de l'article : #1462

Auteur : Olivier Caligari

Dernière mise à jour : 2016-09-22 20:19