

Quand les cyclistes redécouvrent les berges du Rhône. Nouvel accès, nouvelles valeurs ?

When cyclists rediscover the banks of the Rhone River.
New access, new values?

Matthieu Adam¹, Marylise Cottet¹, Anne-Laure Collard², Laure Coussout², Anne Rivière-Honegger¹, Sylvie Morardet², Lise Vaudor¹

¹ UMR EVS, CNRS, Université de Lyon, ENS de Lyon (matthieu.adam@ens-lyon.fr, marylise.cottet@ens-lyon.fr, anne.honegger@ens-lyon.fr, lise.vaudor@ens-lyon.fr)

² UMR G-EAU, IRSTEA Montpellier (anne-laure.collard@irstea.fr, sylvie.morardet@irstea.fr)

RÉSUMÉ

Projet central du volet touristique du Plan Rhône, la ViaRhôna permettra à terme de longer le Rhône sur 815 kilomètres du Léman à la Méditerranée. Elle offre déjà à ses différents usagers un accès inédit ou renouvelé au fleuve, à ses paysages et à ses patrimoines. Quelles sont les conséquences de cet accès facilité sur leurs représentations et la valeur qu'ils attribuent au Rhône ? Cette contribution répond grâce au traitement statistique, notamment à l'aide d'algorithmes de type *random forests*, de 546 questionnaires diffusés sur trois sites à l'été 2017. La répartition par genre, les catégories socioprofessionnelles et les origines géographiques de ce panel sont typiques du public des véloroutes voies vertes : il est plutôt masculin, issu des classes supérieures et avant tout local et régional. Un état des lieux montre que se rendre au bord du fleuve est une véritable motivation pour emprunter la ViaRhôna et que les usagers attribuent au Rhône une valeur importante. L'enquête révèle que l'existence de la ViaRhôna contribue à favoriser la fréquentation des berges du Rhône et à rehausser sa valeur aux yeux des publics très divers qui l'empruntent. Les représentations habitantes et touristiques des territoires riverains semblent donc évoluer, avant tout grâce à la découverte des patrimoines naturels ou la plus grande familiarité avec eux que la ViaRhôna favorise.

ABSTRACT

The ViaRhôna is the central project of the Plan Rhône's tourism component. It will over time run along the Rhône River for 815 kilometers from Lake Geneva to the Mediterranean Sea. It already offers its various users new or renewed access to the river, its landscapes and heritage. What are the consequences of this facilitated access on the users' representations and the value they attribute to the Rhône River? This article answers through statistical analysis, especially using random forests algorithms, of 546 questionnaires administrated on three sites during summer 2017. Gendered distribution, socio-professional categories and geographical origins of this panel are typical of the public of greenways and cycle routes: it is rather masculine, from higher social classes and primarily coming from local and regional surroundings. The analysis points out that going to the Rhône River is a real motivation for using the ViaRhôna and that the value attributed to the river is high. The survey reveals that the existence of the ViaRhôna contributes to further the number of visits to the Rhône River banks and to enhance its value for its very diverse public. The inhabitants and tourists' representations of the riparian territories seem to evolve, first of all thanks to the discovery of the natural heritage or the higher familiarity with them that the ViaRhôna favors.

MOTS CLES

Patrimoines naturels, représentations, Rhône, usages, valeurs

Élément central du volet « tourisme et patrimoine » du Plan Rhône (2004-2025), la ViaRhôna a pour objectif premier de développer un tourisme dit de qualité et de promouvoir le patrimoine rhodanien. Cette véloroute voie verte européenne (EuroVelo 17) permettra à terme de longer le Rhône sur 815 km du Lac Léman à la Méditerranée. Elle est déjà réalisée et balisée sur l'essentiel du parcours.

La ViaRhôna ouvre à ses usagers – piétons et cyclistes, riverains et touristes, etc. – un accès inédit ou renouvelé au fleuve. Cette nouvelle « connectivité sociale » (Kondolf et Pinto 2017) avec le fleuve modifie-t-elle les pratiques, les perceptions, les représentations et les connaissances de ses usagers ? Pour répondre, le projet RhôneVel'eau s'intéresse à l'influence de la ViaRhôna sur les rapports au Rhône. Cette contribution interroge la manière dont les accès ouverts par la véloroute voie verte modifient la valeur que ses usagers lui accordent et les types de valeurs qu'ils lui associent.

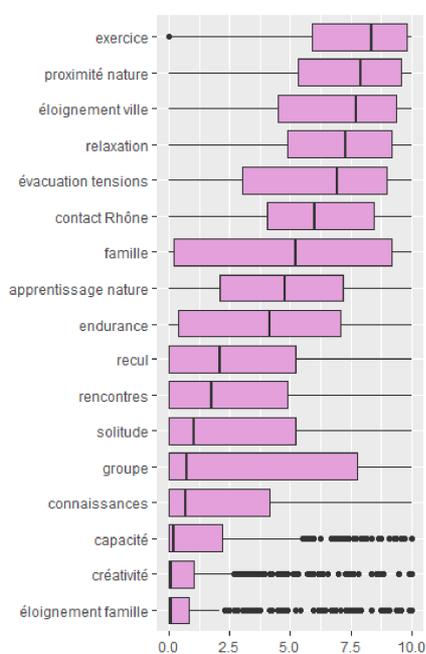
1 UNE ENQUETE PAR QUESTIONNAIRE AUPRES DES USAGERS

À l'été 2017, une enquête a eu lieu sur trois tronçons du Rhône : Belley-Groslee, Vienne-Sablons, Rochemaure-Bourg-Saint-Andéol. La littérature (Cottet, 2013 ; Rivière-Honegger *et al.*, 2017) et 15 entretiens avec des usagers (printemps 2017) ont conduit à tester l'hypothèse d'une fréquentation en hausse du fleuve grâce à la ViaRhôna qui, favorisant la familiarité avec le Rhône, modifierait les représentations que les usagers en ont et la valeur qu'ils lui accordent. Le traitement statistique de 546 questionnaires inclut des algorithmes de fouille de données (forêts d'arbres décisionnels, *random forests*) qui permettent de quantifier et de visualiser l'intensité des liens d'influence entre les variables.

Notre panel est proche des populations observées lors des études de fréquentation de ce type de voies. 77% des usagers ne circulent qu'à vélo, 18% sont piétons. Ce sont surtout des hommes (57%) plutôt âgés (56 ans d'âge médian). Ils sont surtout retraités (35%) ou actifs des classes supérieures : 43% des actifs sont cadres, 32% exercent des professions intermédiaires. 75% sont Français ; Suisses, Allemands et Hollandais sont les étrangers les plus présents. 43% des enquêtés habitent une commune riveraine du Rhône. Ils sont souvent locaux (37% vivent à moins de 20 km du site d'enquête) ou du bassin régional (18%). Les excursionnistes, qui se promènent quelques heures, sont les plus nombreux (42%) suivis des itinérants (34%), très présents l'été, et des cycloportifs (17%).

2 LA VIARHONA, VECTEUR DE VALORISATION DU RHONE

2.1 Le fleuve, une motivation importante et une valeur accordée élevée



À la question « Si vous êtes venu-e sur la ViaRhôna aujourd'hui, c'est d'abord pour ? », 14% des répondants ont choisi la réponse « être au bord du Rhône ». Devancée par les motivations liées à l'activité – « faire du sport » (23%), « se promener/prendre l'air » (21%), « randonner » (20%) – la place du Rhône dans les motivations est relativement haute.

Les échelles psychométriques (de 0 à 10) par lesquelles les répondants ont évalué « à quel point » 17 motifs les avaient « amenés à venir sur la ViaRhôna » (Fig.1.) confirment ce résultat. « Être au contact du Rhône » a la 5^{ème} meilleure évaluation moyenne (5,9), après les motifs liés à l'activité – « faire de l'exercice » (7,4), « se relaxer physiquement » (6,6) – ou au site – « être proche de la nature » (7,2), « m'éloigner de la ville » (6,4). L'envie d'être au bord du Rhône précède les dimensions collectives (être en famille, en groupe). Cette hiérarchie des motivations est la même quelle que soit la catégorie de population (CSP, âge, genre, origine géographique, etc.) ou le site d'étude. La ViaRhôna semble donc créer une offre de nature, dont les conditions d'expériences attirent un type de population aux motivations très proches et peu structurées par des caractéristiques sociologiques ou géographiques.

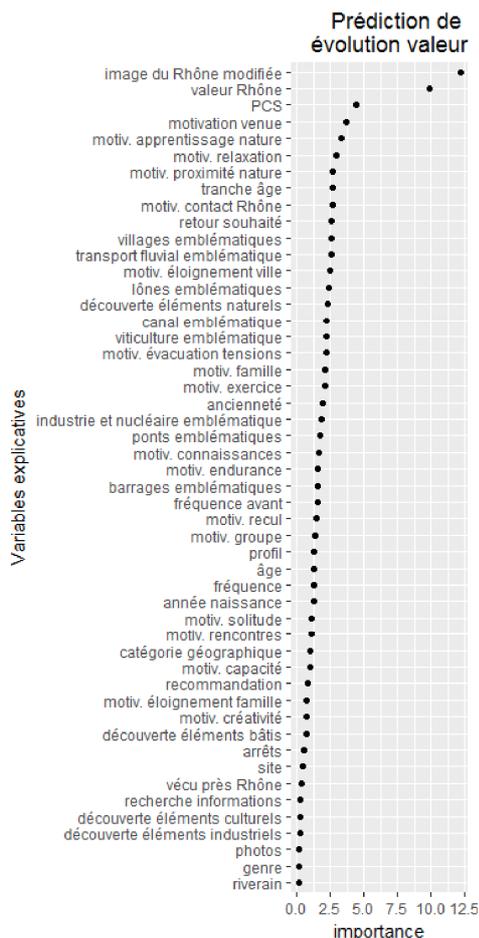
Fig. 1. Boîtes à moustache des 17 échelles psychométriques de motivations

Sur une échelle de « très faible » (0) à « très élevée » (10), les enquêtés attribuent au Rhône une valeur moyenne de 7,4. Elle est plus élevée chez les riverains (7,56) que ceux qui ne le sont pas (7,27) (anova, p value $\leq 0,001$). L'ancienneté de la connaissance joue aussi un rôle. Ceux qui

déclarent être sur la ViaRhôna pour la première fois lui accordent une valeur plus élevée (7,32) que ceux qui l'empruntent depuis moins d'un an (6,68), comme si la découverte conduisait à une évaluation positive (anova, p value $\leq 0,001$). Cette valeur est ensuite croissante à mesure que l'antériorité croît. Elle est maximale chez ceux qui le fréquentent depuis plus de 5 ans (7,81).

Dans leur choix de 3 raisons pour « accorder de la valeur au Rhône », les répondants sélectionnent largement les propositions associées à l'environnement et à la nature : « car ses paysages, ses vues, ses sonorités et ses odeurs sont agréables » (pour 59% d'entre eux), « car il maintient des espaces sauvages » (38%) ou encore « car il abrite une grande variété de plantes et d'animaux sauvages » (28%). Si les « opportunités de loisirs » sont aussi un motif important (34%), ces propositions sont choisies bien plus souvent que les motifs économiques ou spirituels, soulignant l'importance des enjeux liés aux patrimoines naturels aux yeux des usagers de la ViaRhôna.

2.2 Une fréquentation renforcée et une valeur attribuée en hausse



Les répondants ont évalué la fréquence à laquelle ils viennent sur la ViaRhôna puis celle à laquelle ils venaient au bord du Rhône avant l'aménagement. 57% de ceux qui le fréquentaient déjà déclarent venir plus souvent, 40% au même rythme et 3% déclarent une fréquence en baisse. La voie est donc créatrice d'accès au fleuve, tant pour les itinérants qu'elle fait venir que pour les locaux qui accèdent plus facilement aux berges.

L'évaluation de l'évolution de la valeur attribuée au Rhône entre les pôles « diminuée » (0) et « augmentée » (10) montre qu'elle a augmenté avec un score moyen de 6,9 et 57% d'évaluations supérieures à 5. La *random forest* (Fig. 2) montre que les prédicteurs qui influencent le plus l'évolution de la valeur sont l'évolution de l'image du fleuve, la valeur attribuée elle-même, la catégorie socio-professionnelle du répondant ou encore ce qui a motivé sa venue. Ce résultat valide significativement nos hypothèses. La modification de l'image du fleuve et la valeur attribuée vont de pair : l'amélioration de la première induit une hausse de la seconde. Cela est d'autant plus vrai que les individus accordent une valeur élevée au Rhône. La valeur évolue moins chez ceux qui disent venir pour randonner, comme s'ils trouvaient ce qu'ils étaient venus chercher, alors qu'elle augmente plus fortement chez les enquêtés qui viennent pour se promener, être au bord du Rhône ou faire un déplacement utilitaire, comme si la ViaRhôna avait renforcé leurs liens avec le fleuve.

Fig. 2. Importance relative des variables dans la prédiction de la question « Pensez-vous que la valeur que vous attribuez au Rhône a évolué depuis que vous utilisez la ViaRhôna ? » par *random forest*

3 CONCLUSION

L'accès aux berges offert par la ViaRhôna améliore l'image du fleuve et augmente sa valeur, aux yeux d'un public varié. Les représentations des usagers correspondent-elles à celles des acteurs impliqués dans le projet ? Le volet de RhônaVel'eau qui leur est consacré éclairera ce point. La découverte des patrimoines naturels ou la plus grande familiarité avec eux motivent les usagers à emprunter la ViaRhôna et les conduisent à accorder de la valeur au Rhône. Le patrimoine naturel rhodanien suscite donc l'attention du grand public. La ViaRhôna peut-elle être un instrument de connaissance et de reconnaissance des projets de restauration écologique ? Un autre volet du projet évaluera la part des écosystèmes restaurés dans le consentement à payer pour l'usage de la ViaRhôna.

BIBLIOGRAPHIE

- Cottet, M. (2013). Caractériser les valeurs environnementales au cours du temps : une étape indispensable à la gestion des patrimoines naturels. In : *Vertigo*, hors-série 16, <http://vertigo.revues.org/13558>
- Kondolf, G. M. and Pinto, P. J. (2017). The social connectivity of urban rivers. In: *Geomorphology*, 277, 182-196.
- Rivière-Honegger, A. et al. (2017) *Vivre près du Rhône : étude des représentations et des pratiques sociales riveraines autour du fleuve*, ZABR—Agence de l'eau RMC, Lyon, 95 p.