

# Étude sur la stratégie nationale des aires marines protégées

## Principaux enseignements

### Sommaire

---

- I. Profils des enquêtés
  1. Liens avec la mer
  2. Regards sur les aires marines protégées
- II. Aires marines protégées et stratégie nationale
  1. Principe 1 : connaissances et suivi
  2. Principe 2 : bon état des écosystèmes marins
  3. Principe 3 : un réseau contribuant au maintien ou au développement raisonné des activités maritimes
  4. Principe 4 : politiques intégrées et cohérence terre-mer
  5. Principe 5 : diverses échelles
- III. Communication et parcs naturels marins
- IV. Notoriété de l'Agence des aires marines protégées et de l'Agence française pour la biodiversité
- V. Les Français et la protection des espaces marins : typologie ?

*A la demande de l'Agence des aires marines protégées, BVA a mené une enquête téléphonique du 2 au 24 juin 2015 auprès d'un échantillon national représentatif de la France métropolitaine de 1004 individus âgés de 15 ans et plus, ainsi qu'auprès de 6 échantillons de 301 à 503 individus représentant les habitants des communes littorales de 5 parcs naturels marins (Parc naturel marin d'Iroise, Parc des estuaires picards et de la mer d'Opale, Parc naturel marin du bassin d'Arcachon, Parc naturel marin du golfe du Lion, Parc naturel marin de Mayotte) et du Sanctuaire Agoa.*

*Les échantillons des riverains des parcs marins incluaient l'interrogation d'habitants des grandes villes les plus proches des parcs naturels : ainsi l'échantillon du parc naturel marin du golfe du Lion comprenait des habitants de Perpignan en plus de ceux des communes du littoral, celui du parc naturel marin d'Iroise incluait des habitants de Brest et Quimper, celui du parc naturel marin du bassin d'Arcachon comprenait des habitants de Bordeaux et celui du parc naturel marin des estuaires picards et de la mer d'Opale incluait des habitants d'Abbeville, Dieppe, Dunkerque et Calais.*

*Ont également été interrogés, par voie électronique, 607 interlocuteurs de l'Agence des aires marines protégées (chercheurs, représentants des professionnels de la mer, gestionnaires d'AMP, représentants d'une association, agent de l'état ou du gouvernement, représentants des usagers de loisir en mer...) pour lesquels des questions plus techniques ont été posées.*

Dans cette synthèse sont présentés les principaux résultats auprès de ces 3 cibles, certains résultats auprès de sous-population qui diffèrent significativement de l'ensemble sont également mentionnés.

## I. Profils des enquêtés

### 1. Liens avec la mer

L'étude s'intéressait aux pratiques des Français liées à la mer, révélant que les Français avaient un rapport principalement hédoniste et paysager avec la mer : en effet, **72% ont déclaré faire des promenades à terre ou en mer, 61% pratiquer des activités balnéaires (plage, baignade) et 46% observer la faune et la flore**. Une proportion légèrement supérieure des riverains des parcs marins pratiquent ces mêmes activités (76% pour les promenades, 71% pour les activités balnéaires et 50% pour l'observation de la faune et de la flore). Les autres activités telles que la pêche de loisir, les activités de plaisance, les sports nautiques sont pratiqués par moins d'1 personne sur 5, que ce soit auprès du grand public ou des riverains des parcs. Au final, **seuls 15% des Français déclarent ne pratiquer aucune activité en lien avec la mer, contre 12% des riverains des parcs marins**. Précisons que les habitants des communes du littoral près des parcs naturels marins déclarent une plus grande pratique des activités de plaisance (23% dans le golfe du Lion, 31% en Bretagne et 36% près du bassin d'Arcachon).

Les interlocuteurs de l'Agence (que nous nommerons le **public averti**) ont plus de pratiques en lien avec la mer. En plus des activités de promenades, balnéaires et d'observation de la faune et de la flore pratiquées par 8 à 9 personnes sur 10, **les activités de plaisance, de sports nautiques, de plongée et professionnelles concernent environ la moitié d'entre eux**.

**La première évocation liée à la mer pour les Français est celle d'un « espace naturel »**. Cette première place se retrouve à la fois auprès du grand public (51% de citations), des riverains des parcs (52% de citations) ou du public averti (75% de citations). Pour le grand public et les riverains des parcs marins, dont les perceptions sont très proches, viennent ensuite un « espace attirant par sa beauté », un « espace de liberté » puis un « espace essentiel pour la vie humaine » (cités par 3 à 4 personnes sur 10). Les évocations liées au danger, aux activités humaines, à la réglementation ou à son aspect mystérieux sont nettement moins nombreuses (citations inférieures à 20%). La hiérarchie des évocations de la mer auprès du public averti se distingue par la deuxième place des évocations liées à l'aspect « essentiel pour la vie humaine » et aux plus nombreuses évocations d'un « espace d'activités humaines ».

Si la mer est majoritairement perçue comme un espace naturel, sa santé apparaît largement mauvaise pour l'ensemble des personnes interrogées. En effet, **76% des Français, tout comme 75% des riverains et 76% du public averti considèrent que l'état de santé de la mer est mauvais**. On peut noter une différence notable parmi les habitants de Mayotte qui sont plus partagés dans leur diagnostic (45% jugent la mer en bonne santé, 51% en mauvaise santé).

**Concernant les menaces pour la santé de la mer**, les trois cibles identifient la même principale menace, à savoir « **les rejets en provenance de la terre** ». Le grand public et les riverains des parcs identifient ensuite des pollutions également très visibles, les dégazages des navires sont la deuxième menace la plus importante (35% de citations pour le grand public et 31% pour les riverains). Cette menace n'est citée que par 4% du public averti qui place en deuxième position la pêche intensive (avec 53% de citations) devant le réchauffement climatique (3<sup>e</sup> avec 30% de citations) et l'urbanisation des côtes (4<sup>e</sup> avec 23% de citations). Ces résultats doivent être mis en regard avec les



Les 3 cibles sont d'accord pour dire que **les principaux bénéficiaires des AMP sont la faune et la flore** (34% de citations parmi le grand public, 32% parmi les riverains et 64% parmi le public averti). Auprès des riverains des aires marines protégées, ce sont ensuite « tout le monde » (21%) qui sont perçues comme les principaux bénéficiaires, devant les populations locales (20%) et les touristes (18%). Pour le public averti, mis à part la faune et la flore, les autres bénéficiaires sont « tout le monde », une réponse donnée par 58%, les autres réponses proposées étant très peu citées sont peu citées.

## II. Aires marines protégées et stratégie nationale

### 1. Principe 1 : connaissances et suivi

**Les Français dans leur ensemble estiment que le niveau de connaissances scientifiques sur la mer est assez bon** : 58% du grand public le jugent bon (une part qui atteint 72% parmi les moins de 25 ans) alors que les riverains des parcs marins sont légèrement plus positifs (64%). Le public averti juge en revanche majoritairement que le niveau de connaissances scientifiques sur la mer est mauvais (62%).

Si les opinions divergent selon les cibles sur le niveau de connaissances scientifiques sur la mer, en revanche, tous sont d'accord pour dire que **les AMP ont un effet positif sur la connaissance de la mer** : c'est l'opinion de 8 personnes sur 10 auprès du grand public et des riverains (81% et 80%) et de 9 personnes sur 10 parmi le public averti. On observe quelques différences notables entre les riverains des différents parcs naturels marins : ainsi ceux du golfe du Lion sont ceux qui jugent que l'effet est le plus positif (89%) alors que ceux du bassin d'Arcachon (dont le Parc naturel marin vient d'être créé) sont plus sceptiques (77%).

### 2. Principe 2 : bon état des écosystèmes marins

Alors que figure parmi les principes de l'Agence des aires marines protégées la sauvegarde du bon état des écosystèmes marins, **les Français se montrent plus réservés concernant l'effet positif des AMP sur la biodiversité marine**. Ils sont environ 2 sur 3 parmi le grand public (68%) et les riverains (64%) à penser que l'effet est positif et près de 1 sur 5 (18% pour le grand public et 21% pour les riverains) à estimer que rien ne permet de dire s'il y a un effet. Presque aucun estiment que l'effet est négatif (3% parmi le grand public, 5% parmi les riverains et 4% parmi le public averti)

Le public averti est lui beaucoup plus convaincu de l'effet des AMP sur la biodiversité : 80% jugent qu'il y a un effet positif dont 34% un effet très positif contre seulement 10% qui estiment qu'on ne peut pas se prononcer sur la question et 4% qui jugent que l'effet est négatif.

Le public averti, pour lequel des questions spécifiques ont été posées, sur cette question des écosystèmes, a ensuite hiérarchisé les éléments qui diffèrent le plus selon lui entre la métropole et l'outre-mer pour le développement du réseau des aires marines protégées. En première réponse, ils mentionnent majoritairement les enjeux sur la biodiversité marine (30%) devant les contextes économiques, sociaux et culturels (23%) et l'échelle des zones marines (19%), beaucoup plus grande en outre-mer. Viennent ensuite la répartition des compétences entre l'Etat et les collectivités (12%), dans un contexte où les compétences sont moins centralisées en outre-mer, puis loin derrière les connaissances scientifiques produites.

Toujours pour ce public averti, **les aires marines protégées visent avant tout à cibler les écosystèmes dans leur intégralité (54%) plutôt qu'un point particulier tels que les habitats naturels (19%), les espèces menacées (18%) ou les ressources halieutiques (6%).**

Concernant la protection des ressources halieutiques, les aires marines protégées peuvent y contribuer, selon les interlocuteurs de l'Agence en premier lieu en protégeant les zones fonctionnelles halieutiques des impacts de l'ensemble des activités (45%) devant la prise de mesures techniques (type réglementation sur les engins, les cantonnements...), la limitation des captures ou effort de pêche (18%). 8% déclarent, au contraire, que ce n'est pas le rôle d'une aire marine protégée de contribuer à la gestion de la ressource halieutique.

Interrogés sur les éléments qui conditionnent actuellement le plus la création d'une aire marine protégée, le public averti a placé au sommet de sa hiérarchie les connaissances sur le patrimoine naturel (82% jugeant qu'il conditionne actuellement la création d'une AMP) et la volonté locale (78% dont 49% pensant qu'elle la conditionne tout à fait). Viennent ensuite dans un second temps l'organisation des acteurs (75%), les connaissances sur les usages (71%), le contexte politique national (66%) et le bon état du milieu (66%). A l'inverse, ils ne sont que 51% à estimer que le mauvais état du milieu est une condition de création d'une aire marine protégée.

Enfin, notons que malgré leurs contacts fréquents avec les aires marines protégées, les interlocuteurs de l'Agence ne semblent pas avoir d'idée précise sur la part de la surface du réseau des aires marines protégées qui peut être considérée comme zone de protection renforcée, puisque 10% répondent qu'elle représente 0,1% de la totalité, 24% répondent 1%, 35% répondent 10% et 12% répondent 50%. A titre d'exemple pour la métropole cette proportion avoisine 1%. Quoiqu'il en soit, si leur connaissance de cette part de zone de protection renforcée est mal connue, elle est jugée insuffisante par une majorité d'entre eux (62%), 18% seulement la jugeant suffisante et 1% trop importante.

### ***3. Principe 3 : un réseau contribuant au maintien ou au développement raisonné des activités maritimes***

Dans le cadre de ses missions, une AMP peut être amenée à encadrer les activités humaines en son sein. **Le grand public perçoit ainsi pour moitié (49%) que ces activités humaines sont mieux encadrées qu'à l'extérieur des aires marines protégées tandis que 27% pensent qu'elles sont encadrées de la même manière** et 15% qu'elles sont moins bien encadrées qu'à l'extérieur des aires marines. Plus précisément, cette idée d'un encadrement moins bon est davantage ressentie par les personnes se rendant le plus rarement près de la mer (20%) ainsi que les moins diplômées (20%).

Le public averti est bien plus nombreux à penser que l'encadrement des activités est meilleur au sein des aires (70%) même si 19% sont sceptiques, estimant qu'il est équivalent à celui à l'extérieur.

Pour 76% du public averti, le contrôle dans les AMP pourrait être plus important. Ce contrôle accru ne devrait cependant pas discriminer les activités professionnelles des activités récréatives (39%) et ce contrôle devrait s'accompagner de davantage de sensibilisation (31%).

Toujours sur la question des contrôles effectués au sein des AMP, **les interlocuteurs de l'Agence pointent comme principaux freins au respect de la réglementation sa méconnaissance et l'insuffisance des contrôles (28% et 29%).** Deux réponses qui soulignent la préférence du public

averti pour un accroissement des contrôles et des missions de sensibilisation. Personne (0%) ne pense qu'il n'y a aucun frein.

Enfin, concernant l'encadrement des activités humaines, **le public averti se montre favorable (83%) à ce que les aires marines protégées favorisent activement le développement économique au sein de leur zone via des soutiens financier, technique ou matériel.** Cependant, ils souhaitent majoritairement que ce soutien ne soit mis en place que **pour certaines activités** (58%) et non pas toutes (25%).

#### **4. Principe 4 : politiques intégrées et cohérence terre-mer**

**Pour qu'une aire marine protégée atteigne ses objectifs de protection du milieu, les Français sont convaincus de l'importance de ce qui se passe à terre. 96% du grand public, 95% des riverains et 98% du public averti pensent que c'est important.** Pourtant, les interlocuteurs de l'Agence estiment que les aires marines protégées sont trop peu fréquemment prises en compte dans les décisions concernant des activités terrestres pouvant avoir un impact sur le milieu marin. En effet, 19% jugent qu'elles ne sont jamais prises en compte, 52% seulement ponctuellement et seulement 14% fréquemment ou 8% systématiquement (7%).

**De la même manière, les 3 cibles sont convaincues de l'importance de ce qui se passe en mer en dehors du périmètre de l'aire marine.** 95% du grand public et des riverains et 97% du public averti estiment que c'est important. Là encore, le public averti juge que les aires marines protégées sont malheureusement trop peu souvent prises en compte dans les décisions concernant les activités en mer en dehors de l'aire marine protégée : 12% jugent qu'elles ne sont jamais prises en compte, 53% ponctuellement, 19% fréquemment et 7% systématiquement.

On entend par gestion adaptative la capacité d'une aire marine protégée à prendre en compte le caractère variable du milieu marin, où les écosystèmes et les acteurs se déplacent et évoluent dans le temps et dans l'espace. Sur cette question, il semble que pour les interlocuteurs de l'Agence, un statut unique (par rapport à une juxtaposition de statuts) facilite cette gestion (60% le pensent). En revanche, les interlocuteurs de l'Agence sont plus partagés sur la plus grande commodité des grandes aires par rapport aux petites pour ce genre de gestion (48%). Ces réponses mitigées s'expliquent sans doute par le fait que les interlocuteurs de l'Agence sont peu confiants dans le niveau d'expertise que possèdent les aires marines protégées pour permettre une gestion adaptative. De surcroît, seuls 13% estiment qu'elles possèdent les moyens adéquats (qu'ils soient humains ou financiers) pour mettre en place cette gestion. Il faut sans doute nuancer la portée de cette question relative à la gestion adaptative, puisqu'une interprétation de la question tout simplement en termes de gestion était également possible.

#### **5. Principe 5 : diverses échelles**

Pour les interlocuteurs de l'Agence, les objectifs d'une aire marine sont définis à moyen terme, soit entre 4 et 10 ans (51%) ou à long terme, c'est-à-dire à plus de 10 ans (39%).

Le principal critère pour la réussite d'une AMP est de s'assurer de l'acceptation et de la reconnaissance des parties prenantes (31%) avant l'atteinte des objectifs écologiques fixés sur le long terme (24%). Cette hiérarchie exprime la nécessité de faire participer tous les acteurs locaux et de s'assurer de leur engagement dans le principe, d'autant plus que vient ensuite la garantie d'une gouvernance équitable et transparente (13%).



Cependant, **l'atteinte des objectifs semble difficilement évaluable pour les aires marines protégées**, selon les interlocuteurs de l'Agence. Ainsi seulement 55% pensent qu'ils sont évaluables pour les réserves naturelles nationales marines, 49% pour les parcs nationaux marins, 43% pour les parcs naturels marins et une plus minorité de 35% pour les sites Natura 2000. Sur cette question, il faut noter que plus d'1 personne sur 5 ne donne pas de réponse.

Les interlocuteurs de l'Agence des aires marines protégées ont également une connaissance perfectible des moyens alloués à l'ensemble du réseau d'AMP puisque les estimations données sont très variées : 16% estiment qu'il est inférieur à 20M€, 23% entre 21 et 50M€, 14% entre 51 et 100M€ et 9% au-delà de ce montant. Une fourchette de budget très large qu'ils considèrent néanmoins dans leur grande majorité (66%) insuffisante, même si 23% ne se prononcent pas

Pour son développement, le réseau des aires marines protégées a donc besoin de financements qui devraient venir de préférence de l'Etat pour les interlocuteurs de l'Agence (49%), plutôt que de toutes les activités qui affectent le milieu marin (25%) ou que des seules activités commerciales qui affectent le milieu marin (12%) et des collectivités (5%).

### III. Communication et parcs naturels marins

**63% des Français ne donnent pas de réponse** lorsqu'on leur demande s'ils connaissent une AMP. Parmi les 33% qui donnent une réponse, certains citent des AMP comme le parc national de Port-Cros ou celui des Calanques, tandis que d'autres font référence à un espace côtier ou marin qui ne correspondent pas toujours à une AMP (la Corse, la dune du Pyla). **Les parcs naturels marins sont assez peu connus des Français**. Seulement 2% citent spontanément celui du bassin d'Arcachon et celui d'Iroise, tandis que 1% citent le parc naturel marin du golfe du Lion et celui des estuaires picards et de la mer d'Opale.

**Auprès des riverains, on observe que c'est parmi ceux du parc naturel marin d'Iroise, que la notoriété du parc est la plus grande avec 1 riverain sur 3 capable de le citer spontanément (33%)** (qui a pour lui le bénéfice de l'ancienneté) **devant celui du bassin d'Arcachon (21%)** (le plus récent mais qui a fait l'objet d'une couverture médiatique importante). Les notoriétés spontanées des autres parcs sont toutes nettement inférieures : 5% pour Mayotte, 4% pour golfe du Lion, 2% pour les estuaires picards et la mer d'Opale et 1% pour le sanctuaire AGOA.

Sur liste, avec les biais que cela comporte, les notoriétés sont bien plus importantes auprès des riverains de ces parcs avec **3 personnes sur 4 connaissant le parc naturel marin du bassin d'Arcachon** (atteignant 82% parmi les habitants des communes du littoral) **et celui d'Iroise** (89% parmi les habitants des communes littorales). Les parcs naturels marins du golfe du Lion et de Mayotte sont connus de près de la moitié de leurs riverains (47% pour le premier et 51% pour le ) alors que celui de la mer d'Opale est connu de seulement un peu plus d'un tiers de ces riverains (38%) avec une légère différence entre les habitants des villes de Dieppe, Abbeville, Calais et Dunkerque (34%) et ceux des autres communes littorales du parc (44%).

**La notoriété assistée du sanctuaire AGOA est la plus basse de tous les parcs testés**. Seulement 18% reconnaissent ce nom parmi les habitants de la Martinique, de la Guadeloupe, de Saint Martin et de Saint Barthélémy.

**En termes de moyen d'information, les riverains des PNM ayant entendu parler de ces PNM, ont surtout été renseignés par la TV** via France 3 notamment (dont l'émission Thalassa pour 9%) ou des

bulletins d'information, **et via la presse écrite dont quasi-exclusivement la presse locale** (24% dont certains titres comme le Télégramme et Sud-Ouest sont très cités).

Pour autant, même parmi les riverains qui ont entendu parler du parc naturel marin à côté de chez eux, seulement 45% sont capables de citer une action de ce parc, preuve d'une connaissance qui reste encore à construire (même si c'est parfois logique en raison de l'absence d'action des PNM), même si plus des 2/3 des habitants (68%) déclarent qu'ils se sentent concernés par les actions du parc : une part plus importante à Mayotte (75%), dans le golfe du Lion (74%) et près de la mer d'Opale (73%).

En ce qui concerne les moyens d'information sur les activités maritimes qu'ils pratiquent, les riverains citent plus fréquemment Internet (39%) sans qu'aucun site n'émerge véritablement, devant la télévision (31%) et très loin devant la presse écrite (16%). Pour leurs pratiques maritimes, les riverains vont chercher de l'information, ce qui explique cette plus grande part de média interactif.

**Les riverains qui connaissent le parc naturel marin le plus proche de chez eux perçoivent comme principaux objectifs des parcs la protection du patrimoine naturel marin (44%) et l'éducation et la sensibilisation au respect du milieu marin (22%).** Les riverains perçoivent donc avant toute autre chose les parcs naturels marins comme ayant une mission de protection et d'information.

Dans leur perception de ces parcs, les riverains ont principalement l'impression qu'ils sont indispensables pour protéger la mer (41%), qu'ils participent à l'identité locale (12%), qu'ils sont un label mérité pour le territoire (13%) et qu'il s'agit d'un moteur pour le développement économique (13%). 11% pensent cependant qu'il s'agit d'une vitrine sans résultat concret

#### **IV. Notoriété de l'Agence des aires marines protégées et de l'Agence française pour la biodiversité**

Les interlocuteurs de l'Agence des aires marines protégées ont été interrogés sur les différentes missions de l'Agence afin de connaître leur approbation sur ses différentes prérogatives : s'il en ressort qu'elles sont toutes approuvées par plus de 7 personnes sur 10, ce sont surtout les missions en lien avec la création et la gestion des aires (89% et 86%) ainsi que celles ayant un lien avec le recueil et la diffusion des connaissances sur le milieu marin (87% et 85%) qui sont les plus validées.

C'est sur ses missions de surveillance et de contrôle ainsi que de préservation du patrimoine culturel lié à la mer que les avis sont les moins enthousiastes (72%), tout en restant très largement positifs.

**De manière générale, les interlocuteurs sont très positifs dans leur bilan de l'action de l'Agence depuis sa création** : 8 personnes sur 10 estiment qu'elle a contribué à la mise en réseau (81%) et à la concertation (79%) pour la gestion des aires marines protégées. 74% pensent également qu'elle a contribué à l'expertise pour la protection du milieu marin. En revanche, ils sont un peu plus réservés pour dire que l'Agence a contribué à la cohérence des politiques publiques envers le milieu marin (60%) ou à l'amélioration de l'état écologique du milieu marin (56%), question sur laquelle 19% ne se prononcent pas, signe d'une forte réserve.

**Le bilan est donc très positif, 7 ans après la création de l'Agence des aires marines protégées. Ses interlocuteurs sont aussi une large majorité à juger qu'elle est un acteur important voire indispensable pour la protection du milieu marin (84%) et pour les enjeux maritimes de la France (73%).**



**A contrario, la création de l'AFB, l'Agence française pour la biodiversité, est accueillie avec une certaine circonspection.** 1/3 environ du public averti (35%) répondant qu'elle améliorera la protection du milieu marin, un autre tiers (29%) répondant le contraire et un dernier tiers (36%) n'ayant jamais entendu parler de l'AFB ou ne donnant pas de réponse.

Alors que ceux qui pensent que l'AFB améliorera la protection du milieu marin (35% du public averti) l'expliquent avant tout par la meilleure prise en compte du milieu marin dans la protection de l'environnement qu'elle permettra (75%) et une meilleure coopération internationale (53%), les critiques à l'égard de l'impact la création de cette agence (29% du public averti) pensent surtout qu'elle diminuera la visibilité du milieu marin, dilué parmi les autres thématiques (61%) ou bien qu'elle représente un simple changement institutionnel (55%).

#### **V. Les Français et la protection des espaces marins : typologie**

Une typologie a été construite sur des variables relatives à la perception qu'ont les Français de la stratégie nationale en matière de protection des aires marines. Elle ne visait pas à identifier différentes catégories de Français dans leur rapport à la mer mais de pouvoir mettre en évidence leurs différents champs de représentation à l'égard de l'existant des aires marines protégées (notoriété, perception, attentes,...). Ce qui ressort des résultats de l'analyse typologique est que si l'on réussit à isoler des groupes aux perceptions distinctes quant aux menaces perçues sur la santé de la mer ou à la proximité variable à la mer (loisirs, image, proximité,...), on constate également peu de « dispersion » des profils sur les points de questionnaire centrés sur la stratégie nationale en matière d'aires marines. Ce résultat provient d'un global manque d'avis tranchés des Français sur ces questions et de leurs faibles connaissances sur la thématique des AMP. Ce flou concernant la politique menée en matière d'aires marines protégées dans l'esprit des interviewés ne permet pas de discriminer des groupes et de créer des « profils types », car les idées sur le sujet ne sont pas claires. Ce qu'il est important de tirer comme enseignement est qu'au-delà du rapport qu'ils entretiennent avec la mer et de leur sensibilité à la protection environnementale de l'espace marin, les Français ne nourrissent pas d'interrogation à l'égard de la stratégie nationale des AMP, un champ de réflexion qu'ils n'investissent pas en raison notamment de connaissances très maigres sur le sujet.