

L'OFFRE TOURISTIQUE EN FORET PRIVEE

La rentabilité, un impératif pour les forêts privées

par Louis-Michel DUHEN

Cela fait longtemps maintenant que certains agriculteurs ont ouvert leur exploitation au public. Aujourd'hui, ce sont des propriétaires forestiers privés, dont ceux réunis au sein de Forestour, qui sont prêts à ouvrir leur forêt pour en financer l'entretien. Cependant, dégager un véritable revenu n'est pas chose aisée dans un contexte où le public considère que l'accès aux espaces naturels doit être gratuit. L'enjeu est de taille pour la forêt méditerranéenne, considérée par beaucoup comme peu productive.

1 - Prototype, modèle

N'y a-t-il pas quelque provocation à associer le tourisme et la forêt ? Les sous-entendus mercantiles mis derrière le mot tourisme s'accordent-ils avec l'idée de forêt ? Pour la plupart d'entre nous, l'évocation de la forêt fait appel à un imaginaire très riche qui se place sur un autre registre. Nous ne développerons pas en détail cet aspect, pourtant fondamental, n'ayant pas les compétences pour cela, mais nous insisterons sur une idée forte qu'il convient de ne pas ignorer. "La forêt est perçue comme le paradigme ¹ de la Nature" selon la sociologue Nicole Eizner (C.N.R.S.). "La forêt, les arbres", voilà ce que répondent à une écrasante majorité nos contemporains lorsqu'on les questionne sur ce qu'évoque pour eux le mot nature. Pour les citadins, la forêt est donc l'anti-ville et ils s'attendent à y trouver le calme, la sérénité, le ressourcement, la non-production, la non-marchandise.

Sans oublier ces considérations psychologiques, revenons aux préoccupations plus prosaïques de trois groupes sociaux : les propriétaires de forêt, les élus de zones forestières et les clients potentiels de loisirs ou de tourisme forestiers. Le forestier sait qu'une forêt n'est pas l'œuvre unique de la nature, mais doit faire l'objet d'un ensemble de soins qui demandent des investissements. Or, dans de nombreuses régions, les produits traditionnels de la forêt ne génèrent pas toujours les revenus nécessaires à son entretien qui, de ce fait, est négligé. Les élus des zones forestières rencontrent des difficultés pour maintenir une activité économique dans leur commune.

Ils sont bien conscients de l'attrait offert par les paysages et les forêts, mais ne savent pas comment faire en sorte de monnayer ces atouts, pour simplement maintenir des gens au pays et développer quelques emplois.

Le rapprochement tourisme et forêt

Photo 1 :

Centre équestre : des propriétaires offrent des prestations à l'intérieur de leur forêt.

Les bénéficiaires rémunèrent le cadre et son entretien lorsqu'ils paient les services offerts.

Photo C.R.P.F.

Enfin, les clients potentiels évoqués plus haut sont ambigus dans leur rapport à la Nature. S'ils lui confèrent un rôle d'antiville, ils veulent aussi, lorsqu'ils la fréquentent, être rassurés par des repères et des équipements de confort auxquels ils sont habitués. *"Ils veulent une forêt sauvage balisée"*, selon Nicole Eizner, mettant derrière ce



Plus de 70 % de la forêt française est privée

Avec 10 millions d'hectares, la forêt privée représente 71% de la superficie forestière française (hors Dom-Tom). Les propriétés de plus de 100 hectares représentent le quart de ce chiffre, soit 2,4 millions d'hectares. La superficie de celles qui sont comprises entre 25 et 100 hectares s'établit à 1,9 millions d'hectares. Potentiellement, il existe 41 000 propriétés de plus de 25 hectares.

L'origine des propriétaires est variée : 29% des surfaces sont détenues par des groupements forestiers ou des personnes morales, 25% par des agriculteurs, et 21% par des retraités ; le reste se répartissant entre des professions libérales, artisans ou commerçants et employés-ouvriers.

dernier terme toutes les infrastructures et tous les dispositifs d'accueil.

Il semble bien qu'il existe des demandes convergentes entre ces groupes sociaux, ce qui crédibilise un travail de rapprochement entre tourisme et forêt. Pour les satisfaire, il faut alors résoudre une équation à plusieurs inconnues. D'un côté le client, qui apporterait des revenus en échange de plusieurs exigences : nature préservée, activités organisées avec le respect du site, prestations conformes aux exigences actuelles, rencontre de forestiers, découverte de la forêt, etc. De l'autre, des propriétaires forestiers qui offriraient des prestations, se formeraient à l'accueil en forêt, en retireraient des revenus, gèreraient à nouveau leur forêt qui, à leurs yeux, aurait retrouvé un usage comme cadre de leur activité touristique, tandis que des élus favoriseraient cette action pour maintenir la vie dans leur commune ou canton.

Forestour invente le sylvotourisme

Des propriétaires forestiers de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur tentent de résoudre, depuis sept ans, cette équation complexe avec l'aide du Centre régional de la propriété forestière (C.R.P.F.). Ils se sont constitués en réseau appelé Forestour (Forêt Réseau Tourisme) pour échanger, rencontrer et approfondir les différents aspects du problème. Comme les agriculteurs ont su développer un accueil à la ferme, les propriétaires forestiers tentent de faire aujourd'hui la même démarche d'accueil en forêt, dans leur domaine. Sur les traces de l'agritourisme, ils inventent, au jour le jour, le sylvotourisme. Les propriétaires forestiers sont partis de deux postulats de base. L'effort d'invention doit être mené d'abord et avant tout par les propriétaires forestiers eux-mêmes, dans le cadre d'un accueil personnalisé respectant leur propriété et leur environnement. La diversification doit privilégier un tourisme doux qui s'intègre au milieu naturel. C'est pourquoi il est important que soient mis en place certains garde-fous. Une réglementation très sévère est déjà en vigueur dans les espaces naturels. Dans les plans d'occupation des sols (P.O.S.) devenus aujourd'hui Plans locaux d'urbanisme (P.L.U.), les forêts sont, la plupart du temps, situées dans les zones NU, où toute construc-

tion est généralement interdite. Cependant, le P.O.S. ne doit pas jouer seulement un rôle de garde-fou ; il est aussi l'outil de planification pour le développement de la commune. Grâce à des négociations avec le maire, il peut être envisagé la création de sous-classes ND dont le règlement autorise, sous conditions, certaines constructions ou réhabilitations de bâtis anciens, avec un objectif de mise en valeur touristique. Les propriétaires doivent alors argumenter sur l'intérêt de leur projet pour la collectivité (emplois, notoriété, développement économique) et sur son faible impact sur les espaces naturels.

Offrir des prestations marchandes

Mais alors, quels produits originaux proposer ? Pour quelles clientèles ? Comment les distribuer ? Les activités de loisirs en forêt peuvent être réparties en deux grandes catégories. Les activités qui sont directement liées à la forêt : connaissance de la forêt, de sa faune, de sa flore, chasse du gibier forestier, etc. Puis, celles qui deviennent plus attractives, parce qu'elles se déroulent dans un milieu forestier. L'éventail est alors très large tourisme sportif, d'agrément, de santé, d'affaires, scolaire, culturel, etc.

Comme la clientèle d'un tourisme purement forestier est trop confidentielle, il semble nécessaire d'envisager les activités touristiques en forêt au sens large. Il n'est d'ailleurs pas exclu d'intéresser ces clientèles à la forêt en prévoyant, au cours de leurs pratiques, certains dispositifs pédagogiques. Mais les particuliers ont un "impératif catégorique" celui de la rentabilité. Pour eux, le développement d'un tourisme forestier ne peut se réduire à des balisages de sentiers de randonnée. En effet, il n'est pas dans les habitudes d'en faire payer l'usage ; ou alors, il faut trouver des formules de convention avec les collectivités, celles-ci rémunérant pour le compte des usagers la mise à disposition d'espaces par le propriétaire forestier. La solution a été formulée de manière très concise par Henri Grolleau, lors de la création de Forestour : "*Sentiers gratuits, bas-côtés payants*", signifiant par là qu'il fallait que les propriétaires forestiers soient capables d'offrir des prestations marchandes. Le réalisme nous conduit à faire remarquer que celles qui apportent l'essentiel du chiffre

d'affaires sont l'hébergement et la restauration, tandis que les activités remplissent surtout la fonction de produit d'appel. Il faudra donc augmenter les capacités d'hébergement touristique par la réhabilitation d'habitats anciens et la création d'habitats légers qui s'intègrent aux sites. Les garde-fous, évoqués auparavant, trouvent là toute leur justification. Mais une trop grande sévérité dans l'aménagement des espaces naturels peut annihiler toute opportunité de développement touristique. Des négociations doivent avoir lieu avec les maires et les représentants de diverses administrations, pour trouver les meilleurs compromis. Les porteurs de projet ont intérêt à prendre en compte cet impératif, qui se traduit par des délais de réalisation particulièrement allongés. De même, les infrastructures nécessaires à l'accueil du touriste n'existent pas toujours

Photos 2 et 3 :

Les forêts méditerranéennes offrent des paysages variés appréciés par le public. Ci-dessous, paysages des Alpes-de-Haute-Provence Photos D.A.





dans les milieux naturels. Parfois, il est possible de recourir à des solutions originales, comme les cellules photovoltaïques en substitution de l'électricité. Toutefois, il convient d'être très attentif pour rester dans les normes requises. Plus qu'un autre, un projet de développement touristique en milieu naturel doit être pensé longtemps à l'avance.

Associer les propriétaires au développement

Si on veut développer le tourisme en forêt, il est essentiel d'y associer le propriétaire forestier (public ou privé). Cela doit être une évidence pour tous les responsables du développement touristique. D'une part, il n'est pas normal d'effectuer, par exemple, des balisages sans accord préalable du propriétaire, ce qui est une source de conflits ultérieurs dont les victimes seront les personnes que l'on a cherché à faire venir. D'autre part, en ne consultant pas les propriétaires forestiers, on se prive de l'opportunité d'intéresser de nouveaux partenaires au développement touristique souhaité. Pour saisir cette opportunité et réussir le "sylvotourisme", la tâche principale consisterait à mener un travail de sensibilisation auprès de porteurs de projets potentiels, pour les aider à préciser leurs objectifs et les accompagner tout au long de leur mise en oeuvre. Il serait donc intéressant de mettre au point, avec des spécialistes

Photos 4 et 5 :

Des produits à inventer :
un parc animalier
(en haut),
un parcours dans les
arbres : dans le parc
Aoubré, à Flassans, il est
possible de découvrir la
forêt en progressant
d'arbres en arbres,
éprouvant au passage
quelques frissons.

Photos D.A. et C.R.P.F.

Des produits à inventer pour rentabiliser la forêt

En forêt, il y a matière à donner libre cours à la créativité pour monter des produits touristiques originaux. Les quelques concepts de produits touristiques en forêt cités ci-après sont le fruit d'observations de l'existant en Région Provence-Alpes-Côte d'Azur. Ces concepts demandent à être affinés sur le plan des clientèles visées, des investissements et de leur rentabilité et testés auprès des clientèles témoins : gîtes forestiers ; chasse et pêche en forêt ; centres équestres forestiers ; espaces de loisirs (balises pour la course d'orientation, pistes VTT, parcs acrobatiques dans les arbres, circuit de tir à l'arc sur cibles, constructions de huttes ...) ; espaces de découverte de la forêt ; hameaux forestiers ; auberges forestières ; camps naturistes forestiers. Les idées de produit sont multiples tant la demande est large.



Photo 6 :
Sentier de randonnée
dans les Alpes-de-Haute-
Provence
Photo D.A.

du tourisme, des concepts se déclinant en divers produits types pouvant être proposés aux propriétaires forestiers désireux de s'orienter vers l'accueil en forêt. Lorsqu'une démarche est envisagée sur un bassin touristique où la forêt tient une grande place, une des premières tâches à mener est de procéder à un travail d'enquête auprès des propriétaires forestiers, pour recenser ceux qui ont déjà pris cette orientation ou qui envisagent de le faire (cf. l'article suivant sur l'action menée dans le Var). Ensuite, au vu des réponses obtenues, il pourra être prévu d'apporter une assistance technique aux porteurs de projets ou une formation adaptée. Forestour, qui regroupe une soixantaine de propriétaires forestiers en région Provence-Alpes-Côte d'Azur, mène ces actions avec les partenaires intéressés et joue le rôle d'un laboratoire où les concepts et les initiatives diverses peuvent être validés rapidement par ses adhérents.

L.-M.D.

Louis-Michel DUHEN
Ingénieur
au Centre régional
de la propriété
forestière
de Provence-Alpes-
Côte d'Azur
7 Impasse Ricard-
Digne
13004 Marseille