

# Conclusion

## 1 - Les enjeux

Ils découlent d'un constat de situation :

- d'une part, la forêt méditerranéenne s'étend en hectares et en volume ; elle couvre plus du tiers de l'espace méditerranéen ; la constante progression de la déprise agricole et les mesures en faveur du boisement des terres abandonnées par l'agriculture laissent à penser qu'il s'agit d'un phénomène durable.

- d'autre part, localement, l'évolution du mode de vie laissant une grande part aux loisirs, le développement de l'industrie automobile et des infrastructures de transport, l'urbanisation très poussée qui accroît le besoin de nature sont à l'origine d'une demande sociale très importante de la part des citoyens de nos régions pour la forêt méditerranéenne.

D'autres facteurs incitatifs sont liés à l'explosion du tourisme au niveau mondial, dans lequel la France occupe une place privilégiée en matière d'attractivité et nos régions du sud-est en particulier (2<sup>ème</sup> position après Paris).

Et si la France entend conserver sa position dans un contexte où on prévoit un doublement du nombre de touristes, les seules zones qui pourraient accueillir un afflux supplémentaire de personnes sont bien nos zones rurales et forestières.

Dans ce contexte, le tourisme en forêt pourrait apporter un véritable **renouveau économique** pour la forêt et le monde rural par le développement d'une activité économique **nouvelle** pour ne pas dire **novatrice**.

## 2 - Des définitions préalables

Il convient de dissocier :

- **l'accueil en forêt du tourisme en forêt :**

la forêt est fréquentée de manière spontanée, il faut développer la notion d'accueil en forêt, sous forme d'un bien, d'accès libre et gratuit.

Le tourisme en forêt est une activité économique marchande répondant aux lois du marché, nous y reviendrons.

La notion d'accueil en forêt renvoie à celle de service

public. La forêt est perçue par le citoyen comme un lieu public, ouvert et gratuit : c'est la colline des provençaux, la garrigue des languedociens... Dans nos régions méditerranéennes, pourtant, rappelons que la forêt est privée pour 70 %. De ce point de vue, on ne dira jamais assez que la forêt privée accueille, qu'elle le veuille ou non d'ailleurs, déjà sur ses terrains.

Cette notion de forêt ouverte a été reprise par le groupe, il apparaît que la **forêt publique** (celle de l'Etat et des communes) doit être au service du public, jouer son rôle de service public.

La forêt privée peut également être appelée à jouer ce rôle, de par l'importance de sa couverture régionale notamment, sous réserve de la mise en place d'un système de péréquation qui lui permette d'en obtenir un "retour financier" pour compenser les coûts éventuels d'aménagement, d'équipement, mais surtout les surcoûts liés à la fréquentation qui entraîne besoin de reconstitution, d'entretien...



Photo 1 : Jackie Anziani lors des conclusions de Foresterranée'93, à ses côtés : Gérard Moulinas et Gilbert Espenon. Photo V.Thomann

Que ce soit en forêt publique ou privée, les aménagements d'accueil méritent une réflexion d'ensemble combinant qualité du produit et éducation du public.

- **le touriste de l'excursionniste :**

Le touriste, selon Henri GROLLEAU, se définit comme l'individu délocalisé, en déplacement pour un minimum de 24 heures.

Cette définition doit nous permettre d'intégrer le **touriste de proximité** - l'excursionniste - public non négligeable dans nos régions urbanisées.

#### - Le produit touristique :

Il est un ensemble de prestations, susceptibles de constituer pour un vacancier ou un touriste une **réponse** globale et cohérente à l'ensemble de ses attentes :

Un produit touristique est donc composé d'ensemble d'éléments élémentaires complémentaires (équipement, prestation, service).

De ce point de vue, il ne faut pas oublier que les attentes sont multiples et que les produits peuvent et doivent être également très variés et que bien des progrès peuvent être réalisés dans les réponses apportées actuellement aux besoins exprimés.

### 3 - Jusqu'où peut-on aller trop loin en matière de tourisme en forêt : des conditions préalables au succès

Les éléments de base garantissant le succès de l'entreprise sont ceux que rencontre le promoteur de tout produit touristique au regard des lois du marché. Néanmoins, le groupe a souhaité mettre l'accent sur quelques aspects particuliers ou spécifiques : trois prémisses indispensables au lancement d'un projet :

**1. l'existence de potentialité** : un espace attrayant, accessible et que sa pénétrabilité soit compatible avec les activités envisagées ; appartenant à une **entité forestière** en tant que telle (exclusion de l'agrotourisme) gérée de manière globale,

**2. le professionnalisme** du gestionnaire est une condition indispensable,

**3. le bon produit** est celui qui est représentatif de la forêt méditerranéenne, authentique et contribue à la diffusion des connaissances.

Deux impératifs sont en outre nécessaires au cheminement de l'action :

**1. une bonne insertion** dans le milieu rural local en amont, de manière à tenir compte des différents besoins et autres usages de la forêt (concertation préalable),

**2. dans le cadre d'un partenariat :**

\* pour le porteur du projet en secteur privé : pour obtenir assistance technique et participation financière,

\* pour le porteur de projet en secteur public : l'aboutissement du projet est conditionné par un partenariat très tôt et une adhésion des acteurs locaux concernés (collectivité locale O.N.F...).

### 4 - Les résultats attendus

\* une revitalisation du tissu rural, par des emplois directs et induits permettant le développement d'autres activités,

\* un bénéfice pour le propriétaire (création d'emplois ou retour financier) mais aussi pour sa forêt (meilleure protection par l'entretien de l'espace). Cet entretien du paysage forestier est également indispensable au maintien de l'attrait touristique.

### 5 - Des propositions

\* Réaliser une étude sur la demande ciblée sur les produits spécifiques à la forêt méditerranéenne. Le cahier des charges de cette étude pourrait être rédigé en suivi de ce groupe,

\* dresser un zonage des potentialités basé sur l'inventaire des zones forestières par une approche pluridisciplinaire permettant de distinguer les zones à protéger de celles propres à être aménagées...

L'inventaire du patrimoine forestier réalisé par l'A.R.P.E. pourrait servir d'assise à cette étude,

\* élaborer un catalogue des espaces disponibles spécifiant leurs fonctions : sociales et récréatives, touristiques, écologiques etc...,

\* constituer un réseau d'expériences et de personnes ressources permettant d'accompagner, orienter les projets naissants,

\* former les gestionnaires : publics ou privés, forestiers ou porteurs de projets...,

\* coordonner les poupées gigognes des politiques d'intervention avec la notion de développement local ou de territoire dans le but de la recherche d'une meilleure cohérence et efficacité et une adaptabilité au milieu.

De ce point de vue, la notion de "pays d'accueil" paraît être une formule à retenir.

\* "*Last but not least*", adapter les outils juridiques et législatifs : notre réglementation devra impérativement évoluer. La loi "VERDEIL" qui pourrait être, sinon abolie, du moins révisée, l'article 19 dont le bénéfice pourrait être étendu au propriétaire forestier et bien sûr le statut de l'agrotourisme et/ou de l'accueil à la ferme qui devrait permettre de mieux intégrer la diversification des activités, le statut fiscal du gestionnaire, la défiscalisation des propriétés boisées etc...

**J.A.**

## Résumé

Les enjeux découlent d'un constat de situation :

- d'une part, la forêt méditerranéenne s'étend en hectares et en volume ; il s'agit d'un phénomène durable,
- d'autre part, l'évolution du mode de vie et le besoin de nature sont à l'origine d'une demande sociale très importante pour la forêt méditerranéenne.

Il convient de dissocier l'accueil en forêt du tourisme en forêt : la forêt est fréquentée de manière spontanée, il faut développer la notion d'accueil en forêt, sous forme d'un bien, d'accès libre et gratuit. Le tourisme en forêt est une activité économique marchande répondant aux lois du marché.

Que ce soit en forêt publique ou privée, les aménagements d'accueil méritent une réflexion d'ensemble combinant qualité du produit et éducation du public.

Le produit touristique est un ensemble de prestations, susceptibles de constituer pour un vacancier ou un touriste une réponse globale et cohérente à l'ensemble de ses attentes : un produit touristique est donc composé d'ensemble d'éléments élémentaires complémentaires (équipement, prestation, service).

De ce point de vue, il ne faut pas oublier que les attentes sont multiples, que les produits peuvent et doivent être également très variés et que bien des progrès peuvent être réalisés dans les réponses apportées actuellement aux besoins exprimés.

Trois prémisses sont indispensables au lancement d'un projet :

- l'existence de potentialités,
- le professionnalisme du gestionnaire,
- le bon produit est celui qui est représentatif de la forêt méditerranéenne, authentique et contribue à la diffusion des connaissances.

Deux impératifs sont nécessaires au cheminement de l'action :

1. une bonne insertion dans le milieu rural local,
2. un partenariat avec les acteurs locaux.

Dans ce contexte, le tourisme en forêt pourrait apporter un véritable renouveau économique pour la forêt et le monde rural par le développement d'une activité économique nouvelle pour ne pas dire novatrice.

Les résultats attendus permettent :

- \* une revitalisation du tissu rural,
- \* un bénéfice pour le propriétaire, mais aussi pour sa forêt.

Des propositions :

- \* réaliser une étude sur la demande,
- \* dresser un zonage des potentialités,
- \* élaborer un catalogue des espaces disponibles,
- \* constituer un réseau d'expériences,
- \* former les gestionnaires...

## Summary

Two remarks on the present situation suggest what is at stake :

- Mediterranean forests are expanding both in area and in output and this tendency will persist.

- Changes in lifestyles along with a strong desire to get closer to nature underlie a widespread social claim on Mediterranean woodlands.

It is useful to distinguish between, first, an open-door policy where the public is welcomed in woodland areas ; and, second, forest-based tourism. Firstly, when people go into woodland areas spontaneously, the forest should be seen as an asset and visitors taken into account, with development of free and easy access. Forest based tourism, on the other hand, is a commercial activity run according to market forces.

Whether the forest be public or private, improvements in catering for visitors should be envisaged in the light of an overall programme of high quality products conceived with a public educational bent.

A tourist product is made up of a number of services which, taken together, aim to provide the tourist or holiday-maker with a comprehensive package to match his desires : it is an amalgam of certain basic, complementary components (equipment, services, facilities).

Given this perspective, it must not be forgotten that there may be great differences in expectations and desires. Thus, a wide range of products should be on offer and, in this respect, a lot remains to be done in designing new products in response to current public demand.

Three conditions are indispensable for starting up any new initiative :

- the existence of latent potential for development ;
- professional management ;
- the right product : it must be authentic, representative of the Mediterranean forest and be genuinely informative.

Two further dimensions are vital in carrying out the project :

- it must be thoroughly embedded in the rural locality's existing social environment ;
- it requires partnerships with those active in local life.

In this context, forest-based tourism will no doubt revive economic life in the forest and its rural vicinity by creating renewed - indeed innovative-economic activity.

The likely results will lead to :

- revitalisation of the social fabric in the area ;
- profitability for the owner, and beneficial effects on the forest.

Proposals :

- studies and assessment undertaken on request ;
- definition of zones according to their different potential ;
- drawing up a catalogue of the areas available ;
- setting up a network of experiments and trials ;
- management training...

## Resumen

*Se deducen los medios a emprender de una constatación de la situación :*

- *por una parte, se extiende el bosque mediterráneo en hectáreas y en volumen ; se trata de un fenómeno duradero,*
- *por otra parte, la evolución del modo de vivir y la necesidad de naturaleza llevan a un pedido social muy importante por el bosque mediterráneo.*

*Conviene disociar el recreo en bosque y el turismo en bosque : se frecuenta el bosque de manera espontánea, hay que desarrollar la noción de recreo en bosque, bajo la forma de un beneficio, de acceso libre y gratuito. El turismo en el bosque es una actividad económica mercantil que obedece a las leyes del mercado.*

*Que sea el bosque privado o público, merecen las ordenaciones para el recreo una reflexión de conjunto que combine la cualidad de lo que se ofrece al público y su educación.*

*Respecto al producto turístico se trata de un conjunto de prestaciones susceptibles de constituir para el veraneante o el turista una respuesta global y coherente a lo que espera : pues un producto turístico se compone de un conjunto de elementos elementares complementarios (equipo, prestación, servicio).*

*De ese punto de vista, no hay que olvidar que son numerosas las esperas, que lo que se ofrece al público tiene y debe de ser también muy variado y que se pueden realizar muchos progresos con las respuestas dadas actualmente a los deseos y necesidades expresados.*

*Son indispensables tres premicias para lanzar un proyecto:*

- *la existencia de potencialidades,*
- *el profesionalismo del gestor,*
- *el buen producto es el que es representativo del bosque mediterráneo, auténtico y contribuye a la difusión de las informaciones.*

*Son necesarios dos imperativos para conducir esta acción:*

- 1- una buena inserción en el medio rural local,*
- 2- trabajar junto con los actores locales.*

*Dentro de ese contexto, el turismo en el bosque podría traer una verdadera renovación económica para el bosque y el mundo rural con el desarrollo de una actividad económica nueva o más aún novadora.*

*Permiten los resultados esperados :*

- *volver a dar vida al medio rural,*
- *un beneficio para el propietario y también para su bosque.*

*Unas propuestas :*

- . realizar un estudio cuando se pide,*
- . establecer una lista de las potencialidades,*
- . elaborar un catálogo de los espacios disponibles,*
- . constituir una red de experiencias,*
- . formar gestores...*



Photo 2 : Les travaux du groupe "Tourisme" à Avignon.

Photo V.Thomann

# Liste des participants - Groupe "Tourisme et forêt méditerranéenne"

Bertrand ADER  
Association GINKGO VAR  
Tirasol - Che du Val Aubert  
83680 La Garde Freinet  
Tél. : 94-43-61-34

Jackie ANZIANI  
Conseil régional Provence Alpes Côte d'Azur - 27 Pl J Guesde  
13381 Marseille cedex 20  
Tél. : 91-57-50-57

Marguerite ARAGON  
19 Che des Htes Chauves  
06520 Magagnosc  
Tél. : 93-36-65-57

Marie-Josèphe BACHELOT  
Conseil général de Corse du Sud  
Mission environnement  
2 rue Dunant - BP 414  
20183 Ajaccio cedex  
Tél. : 95-29-13-00 Fax : 95-29-15-44

Véronique BASCOUL  
SIVOM du pays des Maures et du Golfe de St Tropez - 14 rue Carnot - BP 5 - 83312 Cogolin cedex  
Tél. : 94-54-13-52 Fax : 94-54-56-39

Jean-Marie BILIATO  
Lot les Peupliers - 84800 Isle sur Sorgue - Tél. : 90-38-10-69

Odile BONFILS  
Fontcouvert - 83149 Bras  
Tél. : 94-69-90-25

Bernard CABANNES  
à l'époque au C.R.P.F. Languedoc Roussillon  
Compagnie du Bas Rhône Languedoc  
1105 Av. Pierre Mendès France  
30001 Nîmes Cedex Tél. 66-87-50-00

Olivier CHAUMONTET  
SIVOM du Pays des Maures et du Golfe de St Tropez - 83310 Cogolin  
Tél. : 94-54-52-94 Fax : 94-54-56-39

Nathalie CHOURROUT  
Institut pour le développement forestier - 23 av Bosquet 75007 Paris  
Tél. : 1/45-55-23-49  
Fax : 1/45-55-98-54

Claude CLAVEAU  
Société du Canal de Provence  
BP 100 13603 Aix en Provence cedex  
Tél. : 42-23-98-50 Fax : 42-66-87-24

Vincent COTON  
Agence dép. des espaces sensibles Immeuble Centr'Aix- 2 rue le Corbusier  
13100 Aix en Provence  
Tél. : 42-20-29-17 Fax : 42-20-29-19

Roland DE MILLER  
Centre National d'études et doc. sur l'écologie et sa culture (CEDEC)  
Le Château Sigoyer - 04200 Sisteron  
Tél. : 92-62-17-02

Marc DIMANCHE  
Service interdépartemental Montagne élevage - Domaine de Saporta  
34970 Lattes Cedex  
Tél. : 67-06-23-50 Fax : 67-92-70-01

Jean DOUHERET  
Centre Régional de la Propriété Forestière P.A.C.A. Corse  
7 Imp R Digne 13004 Marseille  
Tél. : 91-62-22-30 Fax : 91-08-86-56

Louis Michel DUHEN  
Centre Régional de la Propriété Forestière P.A.C.A. Corse  
7 Imp R Digne 13004 Marseille  
Tél. : 91-62-22-30 Fax : 91-08-86-56

Patrick DUMONT  
Mairie de Vitrolles Ctre tech municipal  
Dir. Env. 2ème Av. n° 6 Z.I.  
13127 Vitrolles  
Tél. : 42-75-92-30 Fax : 42-75-92-30

Clairette FAYOLLET  
Société du Canal de Provence  
BP 100 13603 Aix en Provence  
Tél. : 42-23-98-50

Marie FERREIRA  
Société portugaise des sciences forestières - Rue malange 249  
Parede PORTUGAL

Maryse GONDRAN  
Université de Provence  
Phytomorphologie Expérimentale  
3 Pl Victor Hugo 13331 Marseille  
Cedex 3 Tél. : 91-95-90-71 poste 374

Robert IZARD  
Office national des forêts  
61 Av G Guille  
11890 Carcassonne cedex 09  
Tél. : 68-11-40-00 Fax : 68-11-40-01

Marie-Gaëlle LEBLANC  
6 rue Levat - 34000 Montpellier  
Tél. : 67-58-89-32

Dominique LEDERLIN-ADER  
C.E.F.S.I. - Parc Sophia Antipolis  
Rte des Crêtes - 06530 Valbonne  
Tél. : 92-94-68-00

Yves LEMAUX  
Direction régionale du tourisme  
P.A.C.A.  
2 rue Henri Beauvau 13001 Marseille  
Tél. : 91-33-16-36 Fax : 91-33-22-66

Dominique LOISEL  
Office national des forêts  
1 bis Rue de la Fontaine  
11000 Carcassonne  
Tél. : 68-47-26-35

Baghad MAACHOU  
Station I.N.R.F. Mansouran  
BP 88 Tlemcem 13000 ALGERIE  
Tél. : 07/201.792

Marie-Laurence MADIGNIER  
Office national des forêts  
1175 Che du Lavarin 84000 Avignon  
Tél. : 90-89-32-39 Fax : 90-89-85-63

Michèle MARBET  
Gîte d'étape pour randonneurs sur le G.R.9 - Hameau de la Cour-Basse  
83680 La Garde Freinet  
Tél. : 94-43-64-63

Anne MARCHAIS  
Forêt Méditerranéenne  
14 rue Louis Astouin 13002 Marseille

Bruno MARITON  
Centre Régional de la Propriété Forestière (66) Chambre d'Agriculture  
19 Av de Gde Bretagne  
66025 Perpignan Cedex  
Tél. : 68-34-86-66

Francis MATHIEU  
Centre Régional de la propriété forestière (60) - Rochessadoules  
Robiac 30160 Besseges  
Tél. : 67-63-48-77

Dominique MOLINES  
Office national des forêts  
505, Rue de la Croix Verte Zolad  
34094 Montpellier cedex  
Tél. : 67-63-17-27 Fax : 67-41-15-69

Jean-Michel MOUREY  
Direc. départementale de l'agriculture et de la forêt - Service Forestier du Var - Av P Arène 83300 Draguignan  
Tél. : 94-67-10-77

Marie-Noëlle REY  
Inforêt  
BP 85 84250 Le Thor

Yves ROMA  
A l'époque à l'Office national des forêts - Imm "le France"  
44 Av du Gal Nogues 83000 Toulon

Sabine ROUBAUDI  
Comité départemental du tourisme  
(83) - BP 99 83003 Draguignan  
Tél. : 94-68-58-33 Fax : 94-47-08-03

Jean-Luc ROUQUET  
Office national des forêts  
Rue des Silos 05000 Gap  
Tél. : 92-53-87-17 Fax : 92-53-41-48

Christian TAMISIER  
20, chemin de la Croix Verte  
13090 Aix-en-Provence

Pierre VINCENT  
Le Mas - La Croix de Raymonds  
26220 Dieulefit

Maurice WELLHOFF  
Centre Permanent d'Initiation à la forêt provençale  
Chem du Loubatas -13860 Peyrolles  
Tél. : 42-67-01-06 Fax : 42-67-06-70

André WERPIN  
Association des Communes Forestières du Var  
Mairie de la Garde Freinet  
83680 La Garde Freinet  
Tél. : 94-43-60-01