

# 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.**