

# Attentes des gestionnaires de la forêt méditerranéenne en matière de connaissance du public (1)

par Nathalie BREUL \*

**L**e public apparaît aujourd'hui comme une donnée à part entière de la gestion forestière dont on ne peut pas ne pas tenir compte. Partant du constat que, s'ils souhaitent « bien communiquer » vers le public, les gestionnaires de la forêt méditerranéenne doivent au préalable le connaître, une série d'entretiens auprès de différents acteurs de la forêt méditerranéenne a été menée afin de dégager leurs attentes en ce domaine. Le critère de définition de ce statut d'acteur a été celui de la participation effective et instituée aux procédures de décisions des personnes ou groupes de personnes intéressés par la forêt méditerranéenne.

Les 25 acteurs rencontrés (2) sont représentatifs d'un certain nombre de groupes intervenants dans la gestion et

le devenir de la forêt méditerranéenne en terme d'environnement et d'écologie, de protection contre les incendies ou de gestion et de production forestières. L'expression par chacun des interlocuteurs de ses attentes en matière de connaissance du public ne reflète pas la distinction de principe entre groupes que l'on peut parfois trouver lorsqu'il s'agit de définir les fonctions de cet espace ou son devenir ; on trouve ici souvent des réflexions consensuelles quelle que soit l'origine professionnelle de la personne qui s'exprime, de même, il n'existe pas d'appréciation unique du public au sein d'un même groupe.

Ainsi, tous s'accordent à reconnaître l'existence non pas d'un public mais de publics différents dont le mode d'exercice d'une activité est le reflet de leur degré de connaissance de l'espace naturel. Une pratique n'est pas plus dommageable en soi qu'une autre (exceptées les pratiques motorisées que tous rejettent), c'est la façon dont elle est mise en oeuvre qui peut l'être selon que l'utilisateur a intégré ou non les notions de fragilité puis de nécessaires respect du milieu. La définition du public est donc une définition en terme d'initiés ou de non initiés et, sur ce point, les interlocuteurs ont tous dénoncé une déficience flagrante de connaissance de la forêt par le public, déficience à laquelle seul un effort d'éducation à la forêt peut remédier à leur sens.

A ces acteurs, il a été demandé si ils souhaitaient davantage connaître les publics et sur quels points particuliers portait plus précisément leur demande, ce qui motivait leur volonté ou non de consultation et quelle pouvait en être la finalité. Enfin, il leur a été demandé de préciser les modalités et méthodologies à mettre en oeuvre pour une telle consultation.

## Volonté de connaissance du public

La majorité des acteurs juge la concertation avec le public, donc sa consultation, nécessaire. Certains justifient cette affirmation par le fait qu'il existe des enquêtes d'utilité publique pour tout acte d'aménagement (Z.A.C...) et qu'il doit donc en être de même pour la gestion de la forêt dans le sens où elle est l'objet de projets d'aménagement, d'autres, par le fait que les usagers de la forêt sont avant tout des citoyens qui doivent donc pouvoir intervenir en tant que tels dès lors qu'il est question de domaines ayant une fonction sociale. Sur cet aspect, deux restrictions ont été formulées : d'une part, le public n'a pas à intervenir sur la gestion de la forêt privée lorsque son propriétaire ne souhaite pas la mettre à disposition du public ; d'autre part, le public doit certes être consulté mais seulement lorsqu'il est directement concerné, il peut être consulté sur la gestion en terme d'accueil mais non sur la production de bois.

Plus que par les difficultés matérielles qu'engendreraient la mise en place de procédures consultatives, les tenants de la non consultation du public (5 acteurs sur 25) justifient leur position par deux types d'argumentations : la méconnaissance et/ou la démarche intéressée à court terme. En effet, selon eux, l'utilisateur n'éprouve qu'un intérêt ponctuel et personnel pour le lieu qui sert de cadre à sa propre activité mais il ne perçoit ni les conséquences de ses pratiques à long terme, ni l'existence des fonctions autres que sociales de la forêt, ni l'évolution de cet espace. Pour l'un des interlocuteurs cette appréciation vaut également pour les élus qui « veulent tout, tout de suite » pour la notoriété et l'image de leur commune, volonté expresse car limitée par les échéances électorales. Outre cet avis purement intéressé, les tenants de la non consultation dénoncent l'ignorance des usagers qui ne peut leur permettre des appréciations réfléchies et motivées.

Pour les tenants de la consultation du public, à l'inverse, la participation

\* Coanimatrice de Foresterranée'96

(1) - Extrait d'une étude effectuée pour la Direction régionale des affaires culturelles Provence-Alpes-Côte d'Azur

(2) Représentants ou membres des : SER-FOB P.A.C.A., D.D.A.F. Bouches-du-Rhône, O.N.F. Alpes de Haute Provence et Bouches-du-Rhône, ADES, Associations des Communes forestières du Var, C.R.P.F. P.A.C.A., Union régionale des syndicats de propriétaires forestiers Languedoc-Roussillon, Union des élus des Alpilles, Conservatoire de la forêt méditerranéenne, Centre de secours de Cavaillon, CODIS du Var, Parc naturel régional du Luberon, Fondation pour la protection de la forêt méditerranéenne, GRAINE et ASSODEF, ASSENMCE, Muséum de Toulon, Fédération des chasseurs du Vaucluse, Conservatoire du littoral, DIREN P.A.C.A., D.D.E. Bouches-du-Rhône, Ecomusée du Pays de la Roudoule ; ainsi qu'un entrepreneur de travaux forestiers et une sociologue.

mesurée à la gestion et aux décisions apparaît comme le moyen essentiel d'implication et de connaissance. Parce qu'il se sentira concerné, l'utilisateur sera soucieux de s'informer et sera plus réceptif aux messages qui lui sont délivrés. Pour que le public protège la forêt, il faut qu'il comprenne ce dont il est question et pour comprendre il faut qu'il se sente impliqué. Enfin, sachant précisément ce qui intéresse les publics, il est possible de leur expliquer ce qui est fait dans un discours et sur des thèmes qui les interpellent, puis de leur faire passer des messages qui induiront une prise de conscience. Outre cet aspect pédagogique, 5 personnes voient dans de telles perspectives le moyen d'une meilleure adéquation des réalisations aux besoins. Même s'ils ne souhaitent pas répondre à l'ensemble des attentes du public, l'expression de celles-ci permettrait des réponses plus appropriées plutôt qu'une induction de pratiques par les équipements existants comme c'est le cas le plus souvent à l'heure actuelle.

Ainsi, aux yeux de ces acteurs la consultation apparaît souhaitable dans un but de pédagogie et de compréhension mais celle-ci n'équivaut pas pour autant pour eux à une volonté de participation pleine et entière des usagers aux procédures de gestion, ni à la prise en compte de la totalité de leurs attentes.

## Méthodologie

Aux dires des personnes rencontrées, une telle consultation se doit de dépasser la simple enquête de fréquentation pour revêtir des interprétations plus pertinentes et plus significatives (après études comparatives par exemple). Quelques uns proposent, à ce sujet, des consultations par discussion et confrontation au sein de réunions rassemblant des usagers représentatifs ; un autre acteur propose un questionnaire général sur l'environnement qui donnerait la possibilité d'apprécier la place tenue par la forêt à côté des problèmes de pollution ou de déchets. En même temps, la majorité voit la nécessité d'avoir une approche de la forêt méditerranéenne dans son ensemble et émet l'éventuali-

té, pour ce faire, de réalisations de questionnaires ponctuels intégrant des questions plus générales en terme d'image de la forêt méditerranéenne.

À la question « qui doit être interrogé? », 13 acteurs ont répondu « tout le monde », 5 « seul le public qui se rend en forêt » et 2 « les associations en tant qu'acteurs et représentants des usagers ». Le terme « tout le monde » renvoie au public potentiel (celui qui va en forêt comme celui qui n'y va pas), mais aussi aux élus pour deux interlocuteurs et aux propriétaires privés, publics et aux gestionnaires pour un autre. Les acteurs qui souhaitent consulter ceux qui n'y vont pas ne souhaitent pas pour autant en majorité amener ces personnes en forêt, jugeant ici que la fréquentation est suffisante ; seuls 3 d'entre eux en émettent l'éventualité de façon positive, 2 estimant qu'il faut leur donner la possibilité de découvrir un lieu d'apaisement et de bien être en opposition au stress de notre société, un autre définissant la forêt comme bien social qui en tant que tel doit être accessible à tous (au même titre que le cinéma ou le théâtre).

Enfin, certains ont souhaité préciser ce qu'ils entendaient par « tout le monde ». Selon eux, pour en tirer le maximum d'enseignements toute prospective doit être ciblée au préalable : 2 acteurs évoquent ici les enfants comme catégorie à part entière du fait du rôle de relais qu'ils sont susceptibles de remplir, 2 autres proposent une distinction citadins/ruraux et touristes par région et pays, arguant que les pratiques varient selon l'origine géographique ou le lieu de vie.

À la question « où effectuer ces enquêtes ? », 10 acteurs ont répondu « par massifs ». Cette réponse dénote un certain paradoxe puisque par définition on ne peut y toucher que le public qui se rend en forêt alors que seuls 5 des acteurs ne souhaitaient consulter que ce type de public... Cette précision répond cependant au constat qu'il existe des pratiques et perceptions différentes selon les lieux sur lesquelles elles s'exercent, il existe ainsi des appropriations symboliques et des logiques de massifs.

Autres entités évoquées qui renvoient, elles, à la prise en compte de

tout public potentiel : celle des communes pour 2 acteurs dans la mesure où certains usagers ont un rapport à la forêt de leur commune avant d'en avoir un au massif sur lequel elle se situe ; celle des SIVOM (Syndicats intercommunaux à vocation multiple) en tant que lieu géographique, économique et bien souvent politique pour l'un des acteurs ; enfin à l'échelle supérieure, celle du département citée par 2 acteurs qui considèrent que la forêt méditerranéenne est avant tout un ensemble de forêts départementales. L'échelle de la commune, du SIVOM ou du département implique pour leurs prescripteurs la consultation sur sites forestiers mais aussi dans les villes et villages, ce à quoi aspirent également les 3 acteurs qui n'ont pas nommé d'entité géographiques définies.

Sur le thème de l'élaboration d'un questionnaire, les préoccupations des acteurs renvoient à quatre domaines : qui sont les usagers, quelles sont leurs pratiques, quelles sont leur perception et appréhension de l'espace et quelles sont leurs attentes, avec un intérêt plus particulièrement marqué pour ce dernier domaine.

La demande d'identification du public passe d'abord par la connaissance de l'origine géographique, le type et le lieu d'habitation puis par la connaissance des CSP et âges.

La demande de compréhension des pratiques repose sur l'identification de l'activité du jour et des activités plus générales, de leur mode de réalisation et des caractéristiques du lieu sur lequel elles s'exercent, puis sur la prise en compte des distances du lieu d'habitation et de l'éloignement plus ou moins important des parkings.

La demande en terme de perception de l'espace s'exprime au travers de questions ayant trait avant tout au degré de connaissances du milieu des usagers, de leur compréhension de la protection et des actions réalisées et de leur propre volonté de choix de changement de comportement, puis par des questions ayant trait au lien unissant les usagers au lieu sur lequel ils se rendent et la représentation qu'ils en ont.

Enfin, tous les acteurs souhaitent avoir davantage d'information sur les

attentes de ces publics, attentes qui peuvent s'exprimer en réponse à différentes questions : pourquoi sont-ils venus, ce qui leur convient ou ne leur convient pas et pourquoi, ce qu'ils désirent et ce qu'ils attendent de ce lieu en terme social.

En dernier lieu, concernant ceux qui ne vont pas en forêt, les acteurs souhaitent savoir ce qui motive cette non fréquentation sans préciser davantage les incursions possibles. Il s'agit pour eux avant tout d'en comprendre les raisons, même si certains soupçonnent déjà des réponses renvoyant à l'ignorance ou la méconnaissance, méconnaissance qui engendrerait une difficulté d'approche voire une peur de la forêt.

Ainsi, sans prétendre innover, cette étude a permis de recenser et d'identi-

fier de façon plus précise les attentes des gestionnaires en matière d'information sur les publics. L'expression de ces demandes par les acteurs de la forêt méditerranéenne est symptomatique d'une volonté de connaissance réelle du public existant, moins de celui qui ne se rend pas en forêt. Il semble que cette connaissance est pour ces acteurs l'outil indispensable d'une communication sur la forêt et d'une éducation à la forêt réussies, ils lui confèrent une finalité pédagogique avant d'en faire le moyen de l'intégration du public aux décisions ou de l'instituer comme outil à utiliser strictement pour apporter des réponses adéquates en terme d'aménagement ou d'équipement.

## N.B.

■ Ainsi, bien communiquer suppose à notre sens une identification des besoins et une connaissance des différentes parties impliquées dans l'échange. Concernant la forêt méditerranéenne, ces parties sont, d'une part, ceux qui interviennent autour de cet espace et, d'autre part, les publics et usagers potentiels de cette forêt. A l'écoute des acteurs forestiers, il n'existe donc pas un mais des publics qu'ils évaluent principalement en terme d'initiés ou de non initiés, publics qu'ils demandent à mieux connaître. Dans leur majorité, ces acteurs jugent de plus la consultation des publics nécessaire avant la réalisation de toute action les concernant directement et verraient la réalisation d'une telle prospection au travers de quatre thèmes principaux : l'identification des usagers eux-mêmes, leurs pratiques, leurs perception(s) et appréhension(s) de l'espace, leurs attentes face à la forêt et aux espaces naturels méditerranéens.

Cette mise en lumière des demandes des acteurs de la forêt méditerranéenne permet de disposer des données nécessaires à l'élaboration d'une enquête solide et exploitable auprès des publics de la forêt méditerranéenne, qui est largement souhaitée.

Au terme de ces quelques constats méthodologiques, le groupe de travail a pu identifier un certain nombre de points dont toute démarche de communication sur la forêt méditerranéenne doit tenir compte. En effet, pour le "grand public" il existe une forêt tropicale, une forêt du nord..., mais pas de forêt méditerranéenne et ceci semble lié au fait qu'il veuille voir dans cet espace quelque chose de simple alors qu'on lui en donne une image complexe. Le discours des forestiers est compliqué, les intervenants sont nombreux et donc mal identifiés, il en est de même des divers messages véhiculés. Le seul point sur lequel tous se retrouvent est celui de l'incendie qui confère une image négative à cette forêt. Nous réaffirmons donc la nécessité de la clarté et de l'explication comme celle de collaborer autour d'une image plus consensuelle et plus positive de la forêt méditerranéenne. Il appartient à chacun d'expliquer concrètement et simplement ses actions et objectifs.

Par ailleurs, en terme de méthodologie, il faut, avant toute démarche de communication, collecter attentes et besoins de tous, mettre en commun des objectifs précis de communication et préciser les cibles ; ensuite alors, on s'intéressera à la mise en œuvre de la

communication et à la définition des moyens, méthodes et contenus. Pour toute campagne, il faudra également prévoir avant son lancement un pré-test, toute évaluation a posteriori ne permettant plus de retour sur l'action.

Enfin, parallèlement il faudra instituer lors de toute initiative, une campagne sur le long terme en même temps que des campagnes factuelles incitatives pour une réelle modification des comportements et perceptions.

De l'ensemble de ce débat sur la communication interne, il ressort qu'il ne s'agit pas seulement de trouver un dénominateur commun mais aussi de produire quelque chose ensemble. A travers le discours des forestiers qui présente un front uni autour de la forêt méditerranéenne en tant qu'ensemble homogène, le discours des pompiers qui ne veulent plus de feux d'une surface ingérable et celui des associations dont l'objectif est double, porteur d'un autre message sur la forêt méditerranéenne et médiateur entre acteurs et usagers, nous ne décelons pas de véritables incompatibilités mais davantage des objectifs différents au sein desquels des convergences peuvent cependant émerger s'il y a une volonté de discussion et de collaboration.

D'autre part, nous constatons que de même que la communication interne induisait de la communication externe, la communication externe est elle-même génératrice de communication interne. Ce point nous semble important car il préfigure des possibilités de remise en question de tout organisme et réaffirme la nécessité de la concertation en préalable de toute action de communication, nécessité qui s'est par exemple concrétisée au sein de l'O.N.F. par la création d'un service communication.

Enfin, à propos de la méthodologie, nous avons pu voir quels pouvaient être les gages d'efficacité : le recueil des attentes et besoins, la connaissance des émetteurs et récepteurs, l'évaluation des actions et, surtout, l'intégration des notions de continuité et de durée.