

Les activités récréatives en forêt : quelle place leur donnent les Français ?

Les forêts, publiques en particulier, bien présentes sur le territoire, en milieu rural comme à proximité des villes, ont la particularité d'être de vastes espaces « naturels » ou peu artificialisés facilement accessibles. Dans une société fortement urbanisée, quelle place les Français accordent-ils à la forêt comme espace de loisirs? Quels enjeux économiques les pratiques liées à la forêt (détente, découverte, sport) représentent-elles aujourd'hui ?

Bref historique des activités récréatives en forêt

Dès le XIXe siècle, le train permet aux artistes et à la bourgeoisie de se rendre facilement en forêt périurbaine ou dans les premières stations touristiques de montagne ou du littoral (*NB : le sujet de la chasse n'est pas traité dans cette fiche*). Puis la fréquentation des forêts se généralise après la Seconde Guerre mondiale avec le développement de la voiture et l'augmentation du temps libre. Les Français découvrent le plaisir de la sortie en forêt, alors que l'urbanisation rapide rend de plus en plus ténus les liens directs et tangibles des citadins avec les cycles de la nature et les réalités du monde rural. Sous l'impulsion du ministère de l'Agriculture, l'Office national des forêts développe, dès sa création en 1966, de nombreux équipements dans les forêts domaniales (propriété de l'Etat). Rapidement, face au constat de la dégradation de certains sites, les politiques d'accueil du public et d'équipement des forêts pour le loisir évoluent : dès la fin des années 1970, priorité est donnée à la préservation des milieux fréquentés et au maintien de l'aspect naturel de la forêt.



Figures 1. et 2. *Les forêts périurbaines, de vastes espaces « naturels », facilement accessibles, peu aménagés et très fréquentés* – photos AM Granet/ONF

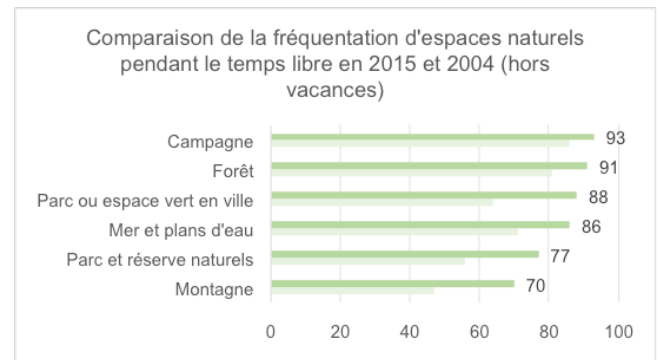
La forêt espace de détente : s'évader de l'environnement urbain sans aller loin ni partir longtemps

La connaissance de la fréquentation en forêt se fait par des études locales, parfois multisites pour permettre des comparaisons, et couplant plusieurs méthodes (compteurs, enquêtes par questionnaires, entretiens individuels ou collectifs). Au plan national, l'ONF a relancé depuis 2004 un « Observatoire national sur les pratiques et représentations de la forêt » associant enquêtes quantitatives (2004, 2010, et 2015) et approches qualitatives devant permettre de caractériser et comprendre le lien entre forêt et société avec un focus particulier sur le public qui la fréquente. Les enquêtes de l'ONF ont permis d'identifier la forêt comme **un des espaces naturels les plus populaires accessibles pour le loisir**. C'est le 2^e espace le plus fréquenté après la campagne pendant le temps libre hors vacances, en 2015 comme en 2004 (figure 3). Pendant les vacances. « la mer et les plans d'eau » se hissent à la 1^{ère}

place comme destinations privilégiées de séjour, et la forêt passe à la 3^e place. La forêt fait partie de l'identité de certains espaces comme la moyenne montagne ou la campagne. Elle peut aussi être considérée comme élément de choix d'une destination, par exemple le littoral aquitain du fait des ambiances et des possibilités d'activités offertes par la pinède de l'arrière-pays en complément des plaisirs de l'océan.

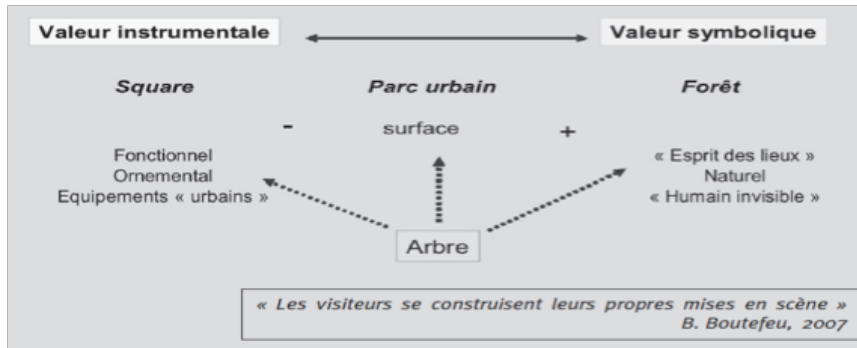
Figure 3. La fréquentation de différents espaces naturels pendant le temps libre

Source : Enquêtes Forêt-société 2015 (valeurs en % et 2004) – ONF/ Université Caen-Normandie



Les enquêtes montrent que la sortie en forêt est d'abord un **loisir de proximité**. Plus on habite près de la forêt, plus on la fréquente. A ce titre, en 2015, les ruraux (*ceux qui résident dans des agglomérations de moins de 2 000 habitants*) restent ceux qui fréquentent le plus et surtout le plus régulièrement la forêt (6% des ruraux sont allés en forêt « tous les jours ou presque » en 2015, 3% pour l'ensemble de la population). Les 2/3 des Français disent (en 2010) résider « à moins d'1/2 heure de la forêt » et même en ville, la distance n'est que rarement un obstacle à une fréquentation au moins occasionnelle de la forêt. En 2015, 87% de la population ont fréquenté la forêt au moins une fois dans l'année, représentant environ 700 millions de visites, en augmentation depuis 2004.

Comment expliquer cette popularité ? C'est la symbolique de la nature avec ses attributs immatériels (air pur, silence et bruit de la nature, senteurs, jeu d'ombre et de lumière, souvenirs d'enfance...) qui donne son attractivité particulière à la forêt (figure 4), perçue comme espace d'évasion hors de la ville, lieu de



ressourcement facilement accessible. La politique d'aménagement menée en forêt publique, privilégiant l'esprit des lieux et la mise en valeur des paysages et des ambiances, avec des équipements localisés, légers et bien intégrés, entend répondre à ces attentes.

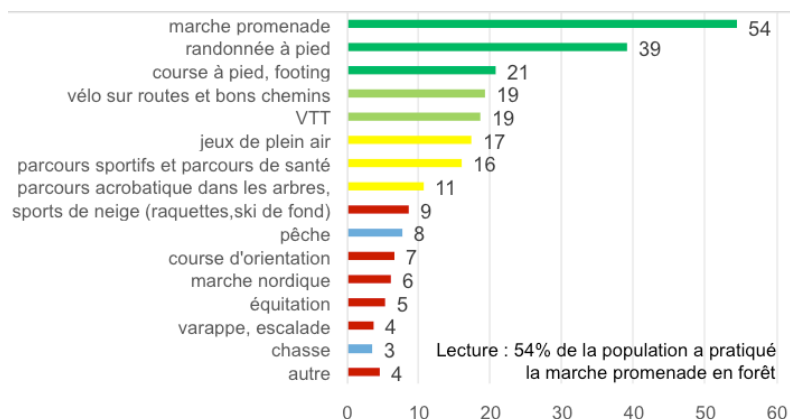
Figure 4. Du square à la forêt : des valeurs complémentaires -

Source : Les citadins et la forêt en France, A.M. Granet, M. Dobré, - RFF, n°5/2009

La comparaison avec les enquêtes des années 1960 montre que les activités en forêt sont de plus en plus physiques. Si la promenade est depuis longtemps l'activité la plus courante, de nombreux sports de nature s'y pratiquent aussi. La forêt est même un espace privilégié pour nombre d'entre eux (randonnée, équitation, course d'orientation...). Une partie de l'enquête 2015 de l'ONF leur a été consacrée. Elle montre leur importance et leur diversité (figure 5). Depuis les années 1990, les évolutions sont nombreuses : le VTT se développe, et des pratiques nouvelles apparaissent, sportives ou ludiques, comme le geocaching, le paintball... Des données locales sur les manifestations sportives soulignent aussi l'importance des sports de nature en forêt : 410 manifestations ont par exemple été autorisées (les demandes d'autorisation visent à s'assurer de la prise en compte des autres enjeux, biodiversité, sécurité des autres usagers, compatibilité avec la gestion de la forêt...) en forêt publique en 2014 en région Provence-Alpes-Côte d'Azur, et plus de 50% des manifestations pédestres enregistrées en préfecture s'y sont déroulées (Bilan patrimonial de la forêt domaniale, ONF 2016). Ces événements « forestiers » se développent et font partie intégrante de la vie des territoires, notamment ruraux. Ils accueillent de nombreux amateurs, souvent non affiliés à une fédération sportive ou à un club.

Figure 5. Activités physiques et sportives en forêt en 2015. Echantillon de 2000 personnes représentatives de la population française, âgées de 15 ans et plus

Source : Enquête Forêt-société 2015, ONF-Université de Caen-Normandie



La plupart des pratiques sportives compatibles avec la préservation des milieux et la présence d'autres usagers ont leur place en forêt publique, en cohérence avec la politique forestière nationale. Elles contribuent également aux politiques de santé publique. Elles doivent cependant être organisées, d'autant plus que les pratiquants sont en augmentation, méconnaissent souvent la forêt et investissent des espaces non aménagés pour le public. Leur **encadrement est nécessaire tant pour la protection de milieux ou d'espèces sensibles** (érosion, tassement du sol, ou dérangement de la faune) et de la forêt elle-même (protection des jeunes plants et semis) que pour la sécurité du public (arbres morts conservés pour la biodiversité au cœur des parcelles, période de chasse) ou des professionnels (exploitation forestière, travaux).

Activités récréatives et tourisme en forêt, quelle importance économique ?

C'est une question à laquelle il est difficile de répondre d'autant que la visite en forêt est en elle-même, sauf exception (parcours acrobatique dans les arbres, certaines visites guidées...), gratuite pour l'utilisateur. Deux principales pistes peuvent être explorées. La première concerne les retombées économiques directes ou indirectes de la fréquentation. La deuxième fait appel à des calculs économiques déterminant une valeur des services récréatifs fondés sur les pratiques et préférences des usagers.

La promenade du dimanche dans la forêt proche du domicile est la sortie en forêt la plus classique. On entend souvent dire que ces visites représentent surtout des charges, surcoût d'une gestion plus fine et plus complexe, coûts d'investissements et d'entretien des équipements, de maintien de la propreté (près d'1 million d'euros en 2015 pour la collecte et le traitement des déchets dans les forêts publiques d'Ile-de-France)... Ce serait oublier les **retombées indirectes ou directes** de la présence de ces espaces sur l'attractivité du territoire et la valeur de l'immobilier (valeur hédonique), notamment en milieu périurbain.

Par ailleurs, la visite en forêt peut s'intégrer dans un séjour touristique qui procure des retombées économiques plus directes sur le territoire. L'offre liée à la forêt est valorisée par les acteurs du tourisme, et les collectivités perçoivent mieux la contribution de la forêt, même si elle est difficile à individualiser. Une partie de l'enquête de terrain de l'Observatoire de la fréquentation du massif de Fontainebleau vise à l'évaluation des retombées directes sur le territoire des touristes en séjour fréquentant la forêt (fig. 6 p. suivante).

La deuxième solution consiste à tenter d'estimer la **valeur attribuée aux pratiques récréatives en forêt**. Pour cela, on peut se baser sur l'importance que les individus attribuent à leurs pratiques et plus globalement aux services culturels rendus par la forêt (valeur d'usage et de non usage). Les méthodes utilisées font appel aux concepts de l'économie environnementale (cf. fiche 4.11). Elles doivent être mises en œuvre et interprétées avec l'appui d'économistes. L'encadré 1 illustre quelques exemples d'études issues de l'application de ces méthodes (leurs résultats doivent être utilisés avec précaution et resitués dans le contexte de l'étude correspondante).

Grimpeurs en séjour



Budget moyen en €/pers/j :
 hébergement : 18 €- restauration : 12 €) activités : 3€
Comportement :
 Ce public vient sur le territoire pour la forêt et reste en forêt. Il privilégie les modes d'hébergement gratuit ou bon marché. Il reste en moyenne 6 jours

Stratégie de développement
 Développer l'offre d'hébergement bon marché (camping, bovouac) dans les communes à proximité des sites d'escalade, et étoffer l'offre d'activités réalisables en cas de pluie

Crédit photo : ci-dessus : https://fr.wikipedia.org/wiki/Escalade_en_for%C3%AAAt_de_Fontainebleau#/media/File:Fontainebleau_91_1.JPG ; en haut à droite : O.T. Seine et Marne)

Autres touristes en séjour



Budget moyen en €/pers/j :
 hébergement : 48 €- restauration : 32 €) activités : 14 €
Comportement :
 Ce public recherche différents types d'hébergement. Il pratique quelques activités en dehors de la forêt. Il reste en moyenne 4 jours.

Stratégie de développement
 Allonger les séjours en développant le lien entre la forêt, le Château et les villes de Fontainebleau et Barbizon à travers des offres combinées de visite guidée de ces trois sites) et en favorisant les accès par le train..
 Étoffer l'offre de circuits en langue anglaise et promouvoir l'offre touristique en forêt via les sites web du Château, des volles de Fontainebleau et Barbizon et des offices de tourisme.

Figure 6. Dépenses des touristes en séjour sur le massif de Fontainebleau et potentiel de développement - Les touristes en séjour fréquentant la forêt dépensent en moyenne 58 € par jour générant une recette annuelle pour le territoire de 13M € dont 11 M€ exclusivement grâce à la forêt. Ces retombées peuvent être augmentées par une amélioration de l'offre en ciblant deux types de public, les grimpeurs et les autres touristes, en développant les complémentarités entre forêt, Château, et les villes avoisinantes - Source : Observatoire de la fréquentation du massif de Fontainebleau, ONF/ CCI77, AAFF, Seine-et-Marne Tourisme, Fontainebleau Tourisme avec la participation de l'AEV, Département 77, Europe.

Encadré 1. Exemple de valeur attribuée aux activités récréatives
La méthode des coûts de transports fondée sur des **préférences révélées** est utilisée pour l'évaluation des activités récréatives en forêt. Il s'agit de mettre en relation le nombre de visites des individus avec le coût des déplacements pour se rendre en forêt afin de définir une fonction de demande puis d'extrapoler le surplus de l'individu à la population. Son application à la forêt française a conduit à une valeur récréative de 8,5 milliards d'euros (source : S. Garcia et J. Jacob en 2010) avec une variation de 0 à 47 euros par visite à partir de données 2001 analysées par région. Une autre étude (Chevassus-au-Louis, 2009) aboutit à une valeur de référence moyenne d'environ 200 euros/ha/an pour la valeur récréative de la forêt française à comparer à une valeur totale de la forêt estimée à 970 euros pour l'ensemble des services évalués.
Les méthodes fondées sur des préférences déclarées évaluent le **consentement à payer** des individus face à une modification du service rendu ou à la variation de certains attributs. Une étude sur la fréquentation du littoral girondin (source : Rulleau et al. 2010) a montré que les résidents sont disposés à payer pour le maintien de la qualité paysagère et de la propreté des forêts publiques littorales, mais pas pour les équipements ou le niveau de fréquentation. En Lorraine, une étude (Abildtrup et al. 2012) sur l'impact de différents attributs récréatifs (essences forestières, équipements touristiques et présence d'eau) sur le consentement à payer des individus, a permis de décrire la forêt (fictive) préférée des Lorrains : forêt feuillue ou mixte, comportant des sentiers de randonnée balisés, un parking ou une aire de pique-nique et la présence d'eau.

Ce qu'il faut retenir

- Les données sur la fréquentation des forêts pour le loisir sont de mieux en mieux documentées
- Avec 700 millions de visites annuelles la forêt est un des espaces naturels les plus populaires pour le loisir
- Dans les forêts très fréquentées, l'encadrement des activités de loisir est nécessaire
- Activité essentiellement non marchande, la pratique des loisirs en forêt génère des coûts pour les propriétaires ; elle génère aussi des retombées économiques directes ou indirectes dont le niveau peut être important.