

LA FORÊT SUISSE SES PROFESSIONNELS SON PUBLIC SON UTILITÉ

TRAVAIL DE DIPLÔME

Filière de forestière/forestier ES au Centre forestier de formation Lyss

ROMAIN BLANC

Auteur

ALAN E. KOCHER

Rapporteur

FABIO GILARDI

Co-rapporteur

Travail remis le 21 août 2015



Romain Blanc / Centre forestier de formation Lyss

TABLE DES MATIÈRES

I	LICENCE	3
II	PRÉFACE	4
III	ABSTRACT	5
IV	LISTE DES ABRÉVIATIONS	6
1	INTRODUCTION	7
1.1	CONTEXTE	7
1.2	OBJECTIF	8
2	L'HOMME ET LA FORÊT.....	9
2.1	PROBLÉMATIQUE.....	9
2.2	CONNAISSANCES DU PUBLIC	10
2.2.1	<i>Généralités</i>	10
2.2.2	<i>Enquête WaMos II.....</i>	11
2.2.3	<i>Enquête La forêt suisse et vous</i>	11
2.3	DOCUMENTATION	14
2.3.1	<i>Généralités</i>	14
2.3.2	<i>Internet.....</i>	14
2.3.3	<i>Brochures.....</i>	16
3	RÉSULTATS DES ÉTUDES.....	18
3.1	ENQUÊTE WAMOS II.....	18
3.1.1	<i>Généralités</i>	18
3.1.2	<i>Degré d'information.....</i>	18
3.1.3	<i>Fonctions de la forêt.....</i>	18
3.1.4	<i>Entretien des forêts.....</i>	19
3.2	ENQUÊTE LA FORÊT SUISSE ET VOUS.....	19

3.2.1	<i>Généralités</i>	19
3.2.2	<i>Professionnels de la forêt</i>	21
3.2.3	<i>Non-professionnels de la forêt</i>	26
3.3	DOCUMENTATION	32
4	ANALYSE ET DÉVELOPPEMENT	35
4.1	ANALYSE	35
4.1.1	<i>Professionnels de la forêt</i>	35
4.1.2	<i>Grand public</i>	36
4.1.3	<i>Documentation</i>	37
4.2	DOMAINES D'ACTION.....	37
4.2.1	<i>Communication</i>	37
4.2.2	<i>Promotion de la forêt</i>	42
4.2.3	<i>Perspectives</i>	48
4.2.4	<i>Comparaison avec le monde de l'agriculture</i>	49
5	CONCLUSION	51
6	DÉCLARATION FINALE	52
7	INDEX DES TABLEAUX ET ILLUSTRATIONS	53
7.1	GRAPHIQUES.....	53
7.2	IMAGES	54
7.3	TABLEAUX.....	54
8	SOURCES	55
8.1	BASES LÉGALES	55
8.2	BIBLIOGRAPHIE	55
8.3	INTERNET	55
9	ANNEXES	57

I LICENCE

Afin d'assurer une utilisation libre et gratuite des résultats et outils présentés dans ces pages, le présent document ainsi que les annexes marquées du logo ci-dessous sont mis à disposition au bénéfice de tous selon les termes de la licence Creative Commons Attribution 4.0 International.

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Vous êtes libre de :

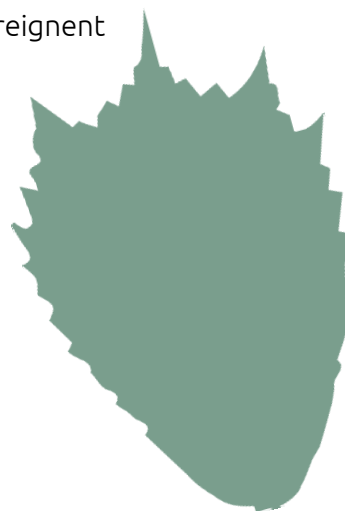
- Partager – copier, distribuer et communiquer le contenu par tous supports et formats ;
- Adapter – remixer, transformer et créer à partir du contenu.

Et ceci pour toute utilisation, y compris commerciale.

Le concédant ne peut révoquer ces libertés aussi longtemps que vous suivez les conditions de cette licence.

Selon les conditions suivantes :

- Attribution – Vous devez nommer l'auteur, fournir un lien de la licence et indiquer si des modifications ont été faites. Vous pouvez le faire de manière raisonnable, mais pas d'une façon qui suggère que le concédant approuve vous ou votre utilisation ;
- Pas de restrictions supplémentaires – Vous ne pouvez pas appliquer des conditions juridiques ou mesures techniques qui restreignent légalement autrui de faire tout ce que permet la licence.



II PRÉFACE

Toute personne œuvrant dans le monde forestier a un jour été confrontée à des questions, des remarques ou, pire, des remontrances provenant d'un interlocuteur ne possédant que peu ou pas de connaissances forestières.

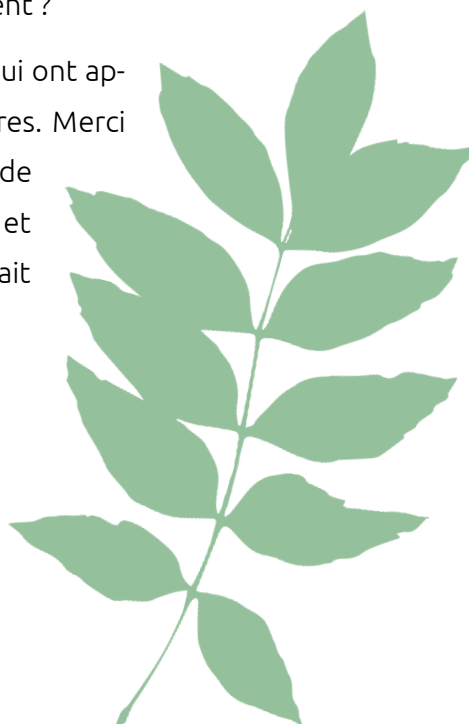
Ces situations rencontrées lors de mon apprentissage de forestier-bûcheron, pendant ma formation de forestier ES ou encore dans la vie quotidienne m'ont très souvent conduit à devoir expliquer les tenants et aboutissants de la gestion forestière appliquée en Suisse. L'exposé de ce sujet demande un effort de vulgarisation conséquent, ce qui est parfois peu évident à réaliser en forêt, sans aucun support, et dans un laps de temps raisonnable tant pour l'auditoire que pour le patron.

De plus, un homme des bois n'est pas forcément le meilleur communicateur qui soit. Contrairement à l'agriculture, autre domaine des métiers de la terre et de la nature, la foresterie manque cruellement de soutien politique et de campagne médiatique dignes de ce nom.

J'ai choisi de m'intéresser à l'aspect médiatique, plus abordable que la politique et surtout plus influençable par ce travail. Et, qu'on se le dise, une carrière de politicien n'apparaît pas sur ma liste des choses à faire.

Ainsi, quelles relations entretient le public avec la forêt ? Quels sont les problèmes rencontrés par les professionnels vis-à-vis du public ? Comment faire connaître les bienfaits de la forêt et l'entretien qu'ils nécessitent ?

Déjà, je tiens à remercier toutes les personnes qui ont apporté réponses à ces questions et à bien d'autres. Merci aussi à tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce travail de diplôme, et merci enfin à vous, lecteur, sans qui ce travail serait vide de sens.



III ABSTRACT

Les professionnels de la forêt sont chargés d'entretenir nos espaces boisés afin que ces derniers puissent répondre de la meilleure manière aux besoins de notre société.

Parmi ces besoins, la détente et les activités en plein air connaissent un attrait croissant. Ainsi, le public se retrouve de plus en plus régulièrement confronté aux différentes phases de la gestion forestière. Le comportement et les réactions d'une part de la population vis-à-vis des professionnels et de leur travail démontrent que des lacunes existent dans leur perception globale du monde forestier.

L'évaluation du niveau de connaissances de la population sur la forêt grâce aux résultats de deux études et l'analyse de la documentation mise à disposition par les professionnels ont permis de cerner les principales carences dans les notions acquises et transmises. Il en ressort que la population sous-estime l'utilité des forêts et, de ce fait, ne saisit pas le bien-fondé de certains choix sylvicoles. De plus, le lien entre les fonctions forestières et l'entretien qu'elles nécessitent n'est souvent pas établi.

Dans le but de redresser ce manque de connaissances, des aspects de communication et de marketing répondant précisément aux lacunes constatées peuvent avantageusement être mis en place.



IV LISTE DES ABRÉVIATIONS

OFEV	Office fédéral de l'environnement
EFS	Economie forestière suisse
WVS	Waldwirtschaft schweiz (Economie forestière suisse EFS)
WSL	Eidg. Forschungsanstalt für Wald, Schnee und Landschaft (Institut fédéral de recherches sur la forêt, la neige et le paysage)
IFN	Inventaire forestier national

Les termes « forestiers » et « professionnels » utilisés tout au long du présent document font référence à l'ensemble du personnel forestier, quel que soit son genre ou sa formation.



1 INTRODUCTION

1.1 CONTEXTE

« Pourquoi coupe-t-on cet arbre ? »

Cette question fondamentale constitue la base de la gestion forestière, gestion qui concerne près du tiers de la superficie de la Suisse. Pourtant, bien peu de personnes hors du cadre forestier sont capables d'y apporter une réponse complète englobant les nombreux tenants et aboutissants du sujet. Qu'elle provienne d'un promeneur, d'un écolier ou encore d'un politicien, elle résume en cinq mots les lacunes du public face à la gestion forestière appliquée en Suisse.

Cette problématique est aujourd'hui régulièrement mise sur le devant de la scène. Le développement des loisirs en extérieur confronte directement le grand public à la forêt, mais avec une approche toute différente de ce qui prévalait il y a quelques dizaines d'années. Auparavant, on se rendait en forêt pour récolter du combustible et parfois quelque nourriture pour des raisons économiques. De nos jours, la forêt est considérée par beaucoup comme un élément paysager et un lieu de détente avant tout. Cette évolution du niveau de vie de notre société a conduit à changer drastiquement la perception générale qu'a le grand public de nos espaces boisés.

De plus, l'évolution négative du prix du bois a durement impacté l'économie forestière dans son ensemble depuis quelques années, au point de bouleverser un fait qui semblait inébranlable : dans des cas de plus en plus nombreux, la forêt ne rapporte plus, son entretien coûte au propriétaire ou au contribuable.

Comme dans toute période de changements, des questions se posent. Ainsi, pourquoi coupons-nous des arbres ? Tout forestier le dira, les raisons peuvent être multiples. Elles restent cependant inscrites dans un cadre général nommé *fonctions* ou *prestations forestières*. Trois fonctions – protectrice, économique et sociale – sont inscrites dans la Constitution ; une quatrième – écologique – vient judicieusement les compléter dans la loi sur les forêts. Ensemble, elles constituent les quatre piliers sur lesquels repose la gestion forestière durable appliquée dans notre pays.

1.2 OBJECTIF

Le présent travail a pour objectif de comparer les connaissances du grand public sur la gestion forestière et les informations présentées dans la documentation mise à disposition par les différents acteurs du monde forestier.

Les résultats obtenus serviront à déceler les points-clés sur lesquels un travail d'information est nécessaire. Des pistes seront proposées pour une transmission de connaissances répondant le mieux aux questionnements de la population.

Afin que cette analyse soit le plus en phase avec la réalité et réponde à la fois aux besoins du public et des professionnels, elle sera basée sur une analyse de la documentation actuellement disponible en Suisse romande ainsi que sur deux enquêtes, dont un questionnaire web réalisé expressément pour ce travail.



2 L'HOMME ET LA FORÊT

2.1 PROBLÉMATIQUE

L'Homme récolte du bois dans les forêts depuis des millénaires. Construction d'abris et de moyens de transport, fabrication d'armes et ustensiles ou encore utilisé comme combustible, le bois est un matériau renouvelable que la Nature nous offre.

La forêt a longtemps été uniquement considérée comme une source de bois. L'industrialisation grandissante du XIX^e siècle, très gourmande en combustible, a conduit à une surexploitation de cette matière première afin de satisfaire à la demande. L'arrivée de combustibles fossiles ainsi qu'une amplification des catastrophes naturelles imputables aux défrichements ont incité les autorités suisses à légiférer sur la conservation des forêts.

La première loi forestière, édictée en 1876, a mis en avant la nécessité d'une gestion durable du patrimoine boisé afin de garantir non seulement la production de bois, mais aussi l'effet protecteur que de tels espaces apportent. Une gérance propre à la conservation et à l'amélioration de cette protection naturelle a depuis lors été développée, si bien qu'aujourd'hui, malgré les techniques et technologies modernes, la forêt constitue le plus grand, important et efficace ouvrage qui protège nos vies, nos biens et nos infrastructures contre de nombreux dangers naturels.

De plus, le libre accès aux forêts fait aussi partie intégrante de cette loi, posant par là même les fondements de la fonction dite sociale. De nos jours, ce droit d'accès est de plus en plus utilisé du fait de la démocratisation des loisirs sportifs ou de détente. L'aspect paysager est lui aussi régulièrement mis en avant, qui plus est dans nos paysages où l'urbanisation galopante est régulièrement dénoncée.

Les notions d'écologie et de biodiversité, principalement démocratisées dans les années 1980 et 1990, ne sont pas explicitement citées dans la loi comme étant une fonction à part entière. Néanmoins, la diversité biologique du milieu est reconnue et encouragée.

Economie, protection, social et écologie, ces quatre fonctions forestières aujourd'hui communément admises orientent la gestion de tous les espaces boisés du pays. Chacune d'entre elles nécessite de la forêt concernée qu'elle soit entretenue de manière à répondre à leurs exigences.

Ces multiples fonctions et leur entretien respectif provoquent de plus en plus fréquemment des conflits. En effet, concilier ces quatre aspects sylvicoles dans un même espace peut conduire à des frictions entre les différentes parties. Le personnel forestier est confronté chaque année plus régulièrement à des remarques et critiques quant à la gestion et l'entretien des forêts. Ces fréquentes interpellations proviennent principalement des usagers des espaces boisés ainsi que de politiciens responsables ou impliqués dans l'administration de forêts.

Ces questionnements poussent souvent les gestionnaires – gardes et ingénieurs forestiers – à devoir expliquer et justifier les interventions réalisées. Cette démarche de transparence est profitable à tous, cependant l'énergie et le temps demandés sont généralement conséquents et n'apportent pas toujours les résultats escomptés.

Afin de pouvoir informer le plus efficacement possible, il est important de cerner les connaissances générales du public cible afin de ne pas « enfoncer des portes ouvertes » sans toutefois verser dans un langage professionnel inconnu du néophyte. Enfin, l'utilisation de supports d'information existants tels que des flyers ou brochures est susceptible de répondre tout au moins partiellement aux questions et remarques reçues tout en offrant un gain de temps et – dans une certaine mesure – de qualité d'information.

2.2 CONNAISSANCES DU PUBLIC

2.2.1 Généralités

Estimer le niveau de connaissances d'un public sur un sujet demande de définir ces deux éléments :

- Public cible >> toute personne susceptible de se rendre en forêt, c'est-à-dire la population suisse dans son ensemble ;
- Sujet >> la gestion forestière appliquée en Suisse de manière générale, c'est-à-dire l'utilité des forêts et leur entretien.

Le public cible étant très vaste, la récolte de données par échantillonnage représente un excellent compromis entre le nombre de personnes interrogées et leur répartition dans la population. C'est cette méthode qui a été utilisée dans les deux enquêtes présentées ci-après.

L'analyse de deux questionnaires permet de comparer et, dans certains cas, de renforcer les conclusions obtenues.

2.2.2 Enquête WaMos II

La Confédération a mené à deux reprises, en 1997 et en 2010, une enquête afin d'étudier le comportement et l'attitude de la population suisse face à la forêt. Les résultats, publiés conjointement par l'OFEV et le WSL, sont disponibles sur le site web de la Confédération.

L'enquête de 2010 offrant des résultats plus actuels, eux seuls seront pris en compte dans le présent document.

<i>Période de réalisation</i>	Octobre et novembre 2010
<i>Type de sondage</i>	Téléphonique
<i>Nombre de personnes interrogées</i>	3022
<i>Portée</i>	Suisse entière

Tableau 1 : Caractéristiques de l'enquête WaMos II

Cette enquête a été réalisée dans le cadre de la Politique forestière 2020 dont la mise en œuvre se doit de tenir compte, entre autres, des connaissances de la population sur la forêt. Elle contient de nombreuses informations sur la connaissance qu'a le public sur les fonctions forestières.

Les appels téléphoniques ont été tirés au sort par une entreprise spécialisée dans les sondages. Leur répartition aléatoire sur l'ensemble du territoire donne une bonne représentativité de la population suisse.

2.2.3 Enquête La forêt suisse et vous

Le présent travail a conduit à l'établissement et à la diffusion d'un questionnaire ciblé sur le sujet ici étudié afin d'obtenir des réponses pertinentes aux questions posées.

<i>Période de réalisation</i>	Avril à juillet 2015
<i>Type de sondage</i>	En ligne
<i>Nombre de personnes interrogées</i>	317
<i>Portée</i>	Suisse francophone principalement

Tableau 2 : Caractéristiques de l'enquête La forêt suisse et vous

Le questionnaire a été diffusé sur les réseaux sociaux via les contacts de l'auteur et par e-mail aux ingénieurs forestiers des cantons francophones. Un message encourageant le partage du sondage à la fin de celui-ci a aussi contribué à sa diffusion.

Ce sondage a été prévu pour deux publics cibles :

- Les professionnels de la forêt, afin de collecter leurs expériences sur la relation public-forêt ;
- Les non-professionnels de la forêt, afin de cerner leurs connaissances et expériences sur le monde forestier.

Le questionnaire débute avec une question départageant ces deux publics-cible. Les questions proposées ensuite sont spécifiques à ces deux cibles, avant la clôture de l'enquête par quatre questions communes et générales.

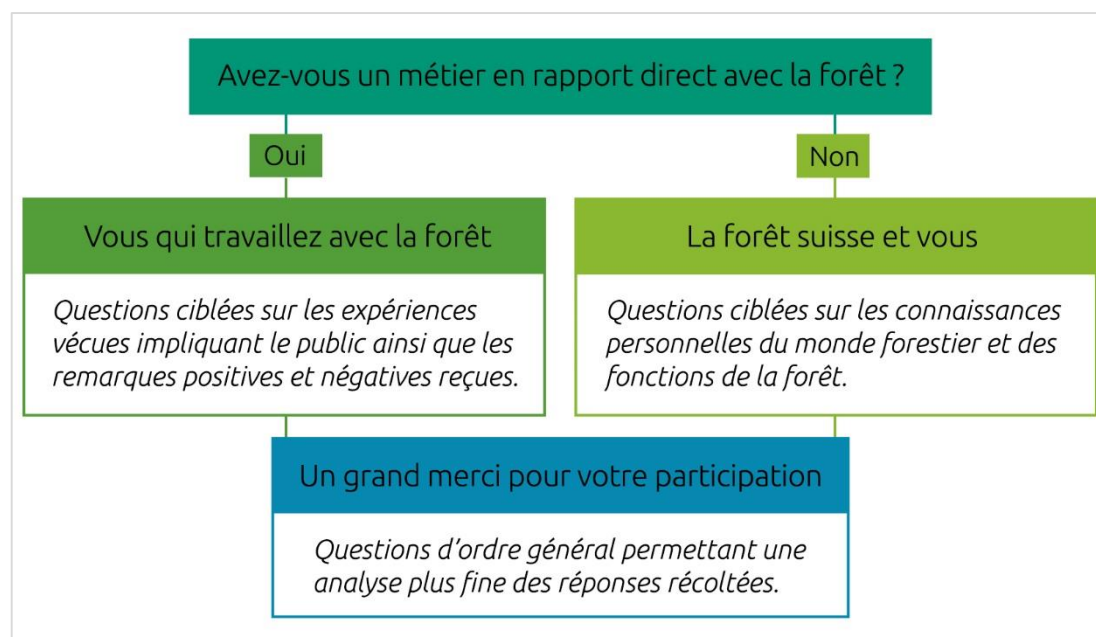


Tableau 3 : Structure de l'enquête "La forêt suisse et vous"

Afin de ne pas décourager les personnes questionnées et ainsi maximiser les chances que l'enquête soit complétée, le nombre et la complexité des questions ont été strictement limités. Toutes les questions obligatoires sont fermées, c'est-à-dire que des réponses sont proposées et peuvent être cochées, ce qui d'une part permet une analyse systématique des résultats et d'autre part facilite le travail des personnes interrogées car elles ne sont pas obligées d'écrire. Des questions optionnelles ouvertes offrent néanmoins la possibilité de noter des compléments en toutes lettres.

- *Section « Vous qui travaillez avec la forêt »*

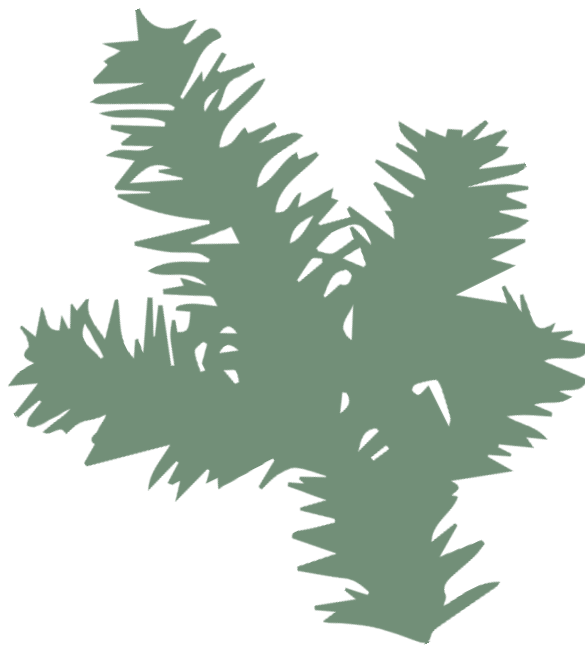
Ce questionnaire destiné aux professionnels cherche à déterminer la fréquence d'un panel de critiques positives et négatives émises par le public envers les forestiers. Il demande aussi d'estimer quelle proportion du public connaît chacune des quatre fonctions forestières. Les questions sont détaillées au chapitre 3.1.2.

Cette approche donne de bons indicateurs sur le ressenti des professionnels vis-à-vis du public. Les facteurs d'influence restent cependant nombreux, comme par exemple une mauvaise gestion forestière qui pousse les utilisateurs de la forêt à une vision négative des coupes de bois.

- *Section « La forêt suisse et vous »*

Adressé directement au grand public, ce questionnaire a pour but d'évaluer ses connaissances sur les fonctions forestières et leur entretien nécessaire. Afin de ne pas orienter les personnes interrogées en citant explicitement ces quatre fonctions, les questions ont été tournées de manière indirecte dans la mesure du possible.

Certaines questions ont été pensées pour être analysées conjointement avec d'autres, ceci afin d'obtenir indirectement des informations utiles à l'enquête.



2.3 DOCUMENTATION

2.3.1 Généralités

Il n'existe, à l'heure actuelle, aucune stratégie de communication claire au niveau national qui mette à disposition de l'information sur l'exploitation et l'entretien des forêts. De nombreux protagonistes du monde forestier éditent sporadiquement de la documentation « tout public », c'est-à-dire concise et vulgarisée.

La Confédération et les cantons, par le biais de l'OFEV et des services forestiers, sont des acteurs majeurs car en tant qu'autorités, ils représentent une source considérée comme fiable et reflétant la loi. Tant les particuliers que les professionnels sont susceptibles de se tourner vers eux afin d'obtenir des renseignements.

Au niveau suisse, les associations professionnelles jouent aussi un rôle important. Cependant, leur public cible est par définition essentiellement composé de professionnels et de personnes en relation avec la forêt. Néanmoins, l'implication politique de certaines associations leur offre un contact direct avec les autorités, ce qui représente un canal de diffusion stratégique. D'autres organismes proposent quant à eux des renseignements spécifiques à leur activité touchant à la forêt ou au bois.

Cette documentation est offerte d'une part sous forme de prospectus, disponibles auprès de l'éditeur ou via des partenaires, et d'autre part sous forme numérique directement consultable sur internet. La documentation payante n'est ici pas prise en compte car son prix et/ou sa disponibilité ne permet pas de toucher rapidement tout un chacun de manière simple et concise.

De plus, seule la documentation courante en français – que l'on trouve facilement – est ici décrite, ceci afin de correspondre aux conditions dans lesquelles se retrouve une personne désireuse d'informer ou de s'informer sur la forêt.

2.3.2 Internet

2.3.2.1 Résultats Google

Dans notre société numérique, le premier réflexe lors de la recherche d'informations passe de plus en plus souvent par l'interrogation d'un moteur de recherche. Google étant le plus utilisé en Suisse, il est intéressant de voir les résultats donnés pour les termes suivants (constat au 15.05.2015, première page de résultats) :

- « *forêt suisse* »
 - www.bafu.admin.ch/foret – Page de l'Office fédéral de l'environnement (OFEV) présentant la forêt suisse en bref (chiffres)
 - www.foret.ch – Accueil du site de la campagne *Nos forêts. Une richesse pour tous* et page présentant brièvement la forêt en Suisse
 - www.wsl.ch – Page du WSL sur la plus grande forêt de Suisse
 - www.lfi.ch – Page de l'IFN sur les arbres forestiers les plus répandus
 - www.waldwissen.net – Article sur l'augmentation de la biodiversité dans les forêts suisses
 - www.wvs.ch – Accueil du site de l'EFS, article « Cinq points concernant la forêt » et page d'accueil de la revue *La Forêt*
- « *fonctions forêt suisse* »
 - www.jura.ch – Document PDF sur les forêts protectrices en Suisse
 - Mêmes sites web que pour les termes « forêt suisse »

2.3.2.2 OFEV

Le thème des forêts et du bois, au niveau national, dépend de l'Office fédéral de l'environnement. Le site web <http://www.bafu.admin.ch/foret/> présente plusieurs aspects des espaces boisés de Suisse : ses fonctions, son état actuel, sa gestion, les bases légales et la politique forestière. D'autres thèmes connexes à la forêt et au bois y sont également traités.

Parallèlement, de nombreuses publications téléchargeables en PDF viennent compléter les thèmes abordés. Ces documents, longs et parfois complexes, s'adressent principalement aux personnes portant un intérêt particulier au sujet et non pas au grand public recherchant des informations synthétisées.

2.3.2.3 Cantons francophones

Tous les sites cantonaux offrent des informations sur le service des forêts et les espaces boisés. Du fait de l'organisation des services qui est propre à chaque canton, la présentation et le contenu des renseignements varient d'un site internet à l'autre.

De manière générale, mention est faite des fonctions forestières et, parfois, de l'entretien des forêts. Le détail des fonctions varie fortement d'un site à l'autre.

2.3.2.4 *Economie forestière suisse*

Le site www.wvs.ch n'offre pas de renseignements particuliers sur la forêt, ses fonctions et son entretien car les buts de l'association sont avant tout de conseiller et défendre les propriétaires de forêts au niveau national ainsi que d'assurer une formation pratique de qualité pour les forestiers-bûcherons. L'EFS a néanmoins mené une campagne d'information en collaboration avec l'Association suisse du personnel forestier (ASF), l'Association suisse des entrepreneurs forestiers (ASEFOR) et la Société forestière suisse (SFS) ayant pour nom « Nos forêts. Une richesse pour tous ». Ce sujet est traité au chapitre suivant.

2.3.2.5 *Campagne « Nos forêts. Une richesse pour tous. »*

Le site www.foret.ch fait partie de la campagne d'information de l'EFS et de ses partenaires (voir chapitre précédent). Cette campagne a pour but de « transmettre des informations sur la forêt suisse et l'économie forestière, dans le but d'améliorer la compréhension du public pour les travaux forestiers et de montrer les effets positifs de l'exploitation des forêts. » (www.foret.ch, 2015).

Les quatre fonctions forestières y sont présentées ainsi que l'utilité d'entretenir les forêts afin d'atteindre les buts de ces fonctions. Trois vidéos expliquent au visiteur la forêt multifonctionnelle, son entretien et l'importance de l'utilisation du bois suisse.

2.3.3 *Brochures*

2.3.3.1 *OFEV*

L'OFEV a édité en 2010 une brochure « La forêt et le bois en Suisse » (annexe 1) qui résume la gestion durable de la forêt suisse, les fonctions forestières, les problèmes rencontrés actuellement par la forêt et les utilisations possibles du matériau bois.

Très généraliste, cette brochure ne donne que peu d'informations sur la nécessité d'entretenir les forêts afin de garantir le maintien des fonctions.

Plus axée sur ce thème, une brochure « La forêt, un monde à découvrir » (annexe 2) publiée en 2008 par bois 21 – un programme d'encouragement de l'OFEV – aborde indirectement les quatre fonctions. L'accent est mis sur l'entretien nécessaire des espaces boisés qui permet de profiter pleinement des bienfaits de la forêt.

2.3.3.2 Cantons francophones – L'exemple valaisan

Le service des forêts valaisan a publié en 2014 une brochure intitulée « Guide de la forêt valaisanne » (annexe 3) qui résume les rôles et caractéristiques de la forêt du Valais, les essences présentes, l'évolution du paysage, les quatre fonctions ainsi qu'un bref aperçu des métiers forestiers et des propositions de balades en forêt. Forte de 33 pages, cette brochure informe sur les fonctions forestières et la nécessité d'entretien qu'elles impliquent.

L'Association forestière valaisanne Forêt Valais a publié en 2014 un dépliant intitulé « La forêt valaisanne et vous – Vous et la forêt valaisanne » (annexe 4) qui, lui aussi, informe sur les fonctions forestières et leur entretien relatif. De plus, il invite le lecteur à lui aussi rendre service à la forêt par quelques exemples tels que l'utilisation de bois suisse.

2.3.3.3 Campagne « Nos forêts. Une richesse pour tous. »

Deux brochures ont été publiées en 2010 lors du lancement de la campagne sur la forêt et le secteur forestier. Une mini-brochure intitulée « Informations sur la forêt suisse » (annexe 5) présente indirectement les quatre fonctions forestières et leur entretien sur 17 pages de texte contenant des exemples des bienfaits de la forêt.

La seconde brochure nommée du même titre que la campagne expose clairement une fonction par page (annexe 6). Les enjeux de ces fonctions ainsi que l'entretien nécessaire y sont brièvement énumérés.



3 *RÉSULTATS DES ÉTUDES*

3.1 *ENQUÊTE WAMOS II*

3.1.1 *Généralités*

L'enquête WaMos II s'articule autour de plusieurs thèmes relatifs au monde forestier. De tous, seuls ceux directement en lien avec le sujet ici traité ont été pris en compte et synthétisés. Les informations ci-après sont tirées du document *La population suisse et sa forêt* (Hunziker et al 2013) publié par l'OFEV.

3.1.2 *Degré d'information*

La population suisse se dit bien informée sur la forêt, tout particulièrement sur l'aspect social (règles de comportement en forêt). La production de bois, la propriété forestière et l'état global de la forêt sont les thèmes sur lesquels l'information se fait la plus rare.

Cette impression de connaître la forêt n'est cependant pas synonyme de connaissance réelle et exacte sur la question. La majorité des réponses apportées à certaines questions sont en effet éloignées de la réalité.

Selon les personnes interrogées qui se disent mal informées, la transmission des connaissances reste insuffisante pour les thématiques de l'état global de la forêt, son rôle pour l'eau potable et la production de bois en particulier.

3.1.3 *Fonctions de la forêt*

La notion de forêt évoque avant tout l'idée de détente. Lorsque la notion de fonctions forestières est avancée, c'est la pureté de l'air et la production d'oxygène qui sont le plus fréquemment mentionnés, suivis par l'aspect économique de la forêt, puis la fonction écologique et enfin la fonction protectrice.

L'ordre d'importance des fonctions varie si elles sont clairement énoncées. La fonction écologique tient alors la première place, suivie de la protection contre les dangers naturels. Production et détente sont jugées moins importantes.

Les résultats montrent que la population accorde une grande importance à toutes les fonctions explicitement mentionnées.

3.1.4 Entretien des forêts

La majorité de la population se déclare satisfaite de la gestion forestière appliquée en Suisse. 68% des participants au sondage pensent que l'exploitation des bois est dans de justes proportions, 78% se déclarent « tout à fait satisfaits » ou « plutôt satisfaits » de l'entretien et de la gestion des forêts.

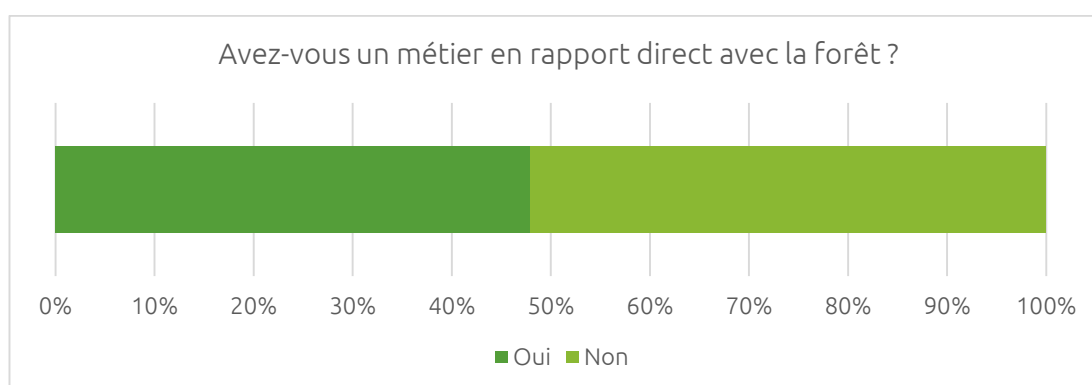
3.2 ENQUÊTE LA FORÊT SUISSE ET VOUS

3.2.1 Généralités

La première ainsi que la dernière partie de l'enquête s'adressent à la fois au grand public et aux professionnels de la forêt par des questions d'ordre général.

- *Rapport professionnel à la forêt*

La première de ces questions permet d'orienter ensuite le sondé vers l'une des deux parties propre aux professionnels ou au public. Au total, 152 professionnels de la forêt et 165 personnes hors du monde forestier ont répondu à l'enquête.



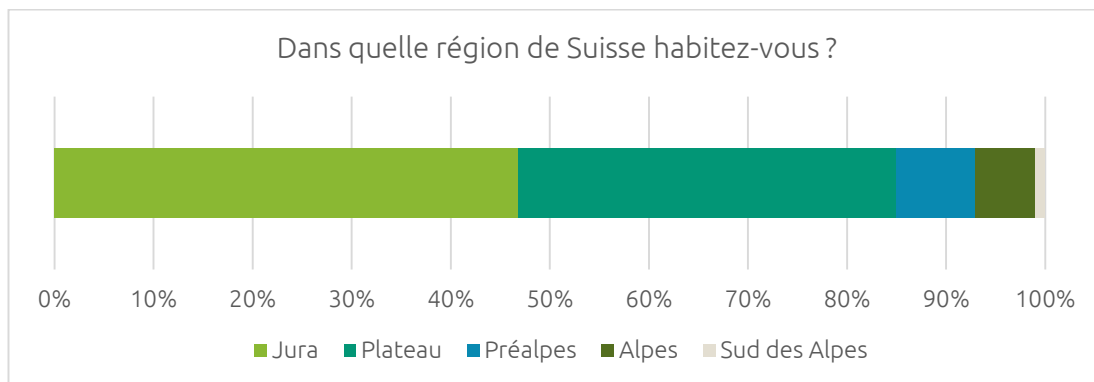
Graphique 1 : Proportion de professionnels et non-professionnels de la forêt ayant participé à l'enquête

- *Localisation*

La provenance des personnes sondées, principalement partagée entre le Jura et le Plateau, s'explique par la diffusion de l'enquête via les réseaux sociaux. Les cercles de connaissances touchés se concentrent la plupart du temps dans un environnement géographique proche.

Malgré cela, trois personnes du sud des Alpes ont tout de même eu accès à l'enquête.

Toutefois, aucune personne résidant hors de Suisse n'a participé au sondage.



Graphique 2 : Région géographique de résidence de l'ensemble des participants



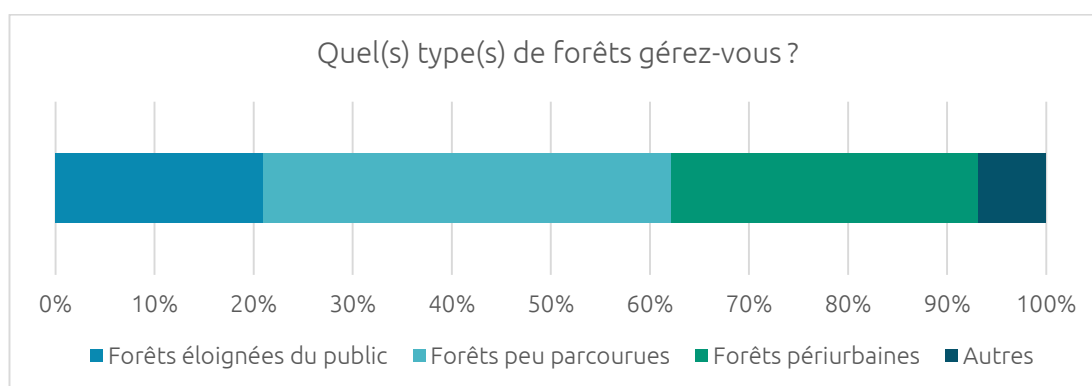
3.2.2 Professionnels de la forêt

· Densité du public

Les forêts peuvent être classifiées selon l'intérêt que leur témoigne le public. Les forêts périurbaines sont les plus prisées car proches et accessibles par tous.

Outre l'aspect sécuritaire qui prend une place prépondérante dans les travaux en forêt parcourue, la gestion même est influencée par le degré de présence du public. De l'aspect des peuplements à l'entretien des chemins, les choix ne sont pas analogues.

Les forestiers sondés sont environ un tiers à déclarer gérer des forêts périurbaines.



Graphique 3 : Types de forêts par densité de public gérées par les professionnels



· *Remarques négatives*

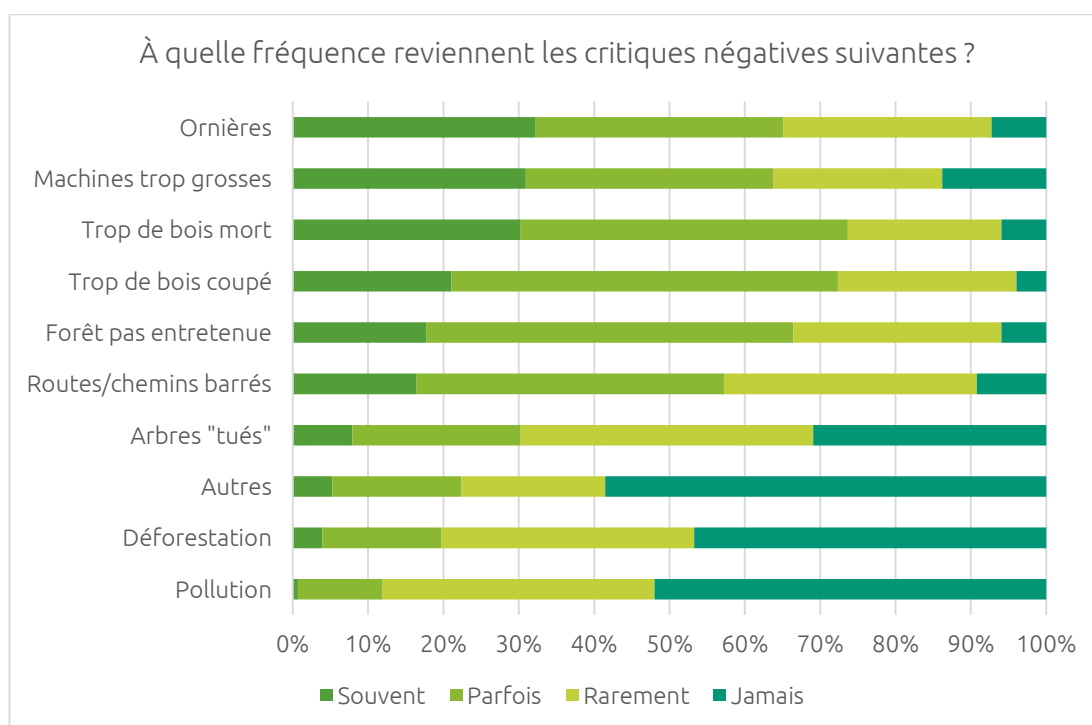
Les remarques exprimées par le public envers les forestiers et leur travail sont source d'enseignement. Tout d'abord, les critiques négatives permettent de cerner les points-clés, ce qui touche les usagers des bois et pas forcément les professionnels.

Les thématiques des machines forestières et du bois mort se retrouvent en haut du panier. Elles représentent pourtant deux aspects opposés : l'une est le fruit de la technique humaine, l'autre celui du cycle naturel des éléments.

L'idée de ces deux extrêmes se retrouve aussi aux points « Trop de bois coupé » et « Forêt pas entretenue » qui arrivent juste après les machines et le bois mort.

Outre les points présentés ci-dessous, plusieurs sondés ont également cité le dérangement de la faune et la perturbation du « coin à champignons » comme commentaires fréquents.

De plus, de nombreux commentaires de forestiers soulignent l'ampleur des critiques du public lorsque des accès sont barrés pour les besoins d'un chantier.



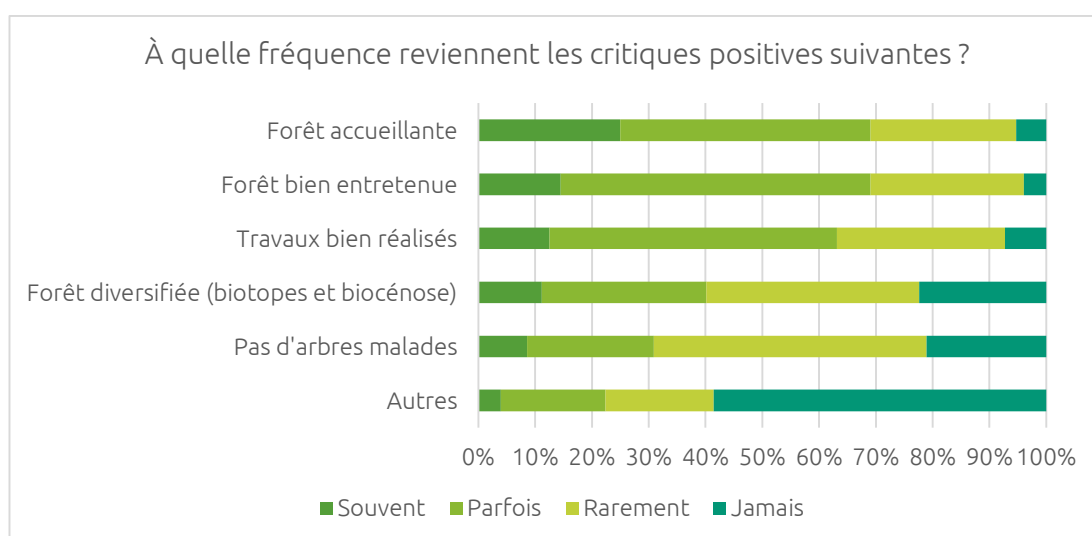
Graphique 4 : Estimation de la fréquence des critiques négatives reçues par les professionnels

• *Remarques positives*

Plusieurs forestiers ont indiqué que les remarques positives sont bien moins courantes que leurs pendants négatifs. De plus, elles proviennent le plus souvent de gens possédant une certaine connaissance de la forêt.

Toujours selon certaines remarques de forestiers, le même phénomène s'observe lors des journées d'information sur la forêt : les plus intéressés sont les personnes qui en savent déjà sur le sujet.

La fonction sociale est la première à bénéficier de compliments : forêt accueillante et bien entretenue. Ceci rejoint les résultats de WaMos II sur les associations d'idées à la forêt : la détente est celle qui est le plus souvent citée.

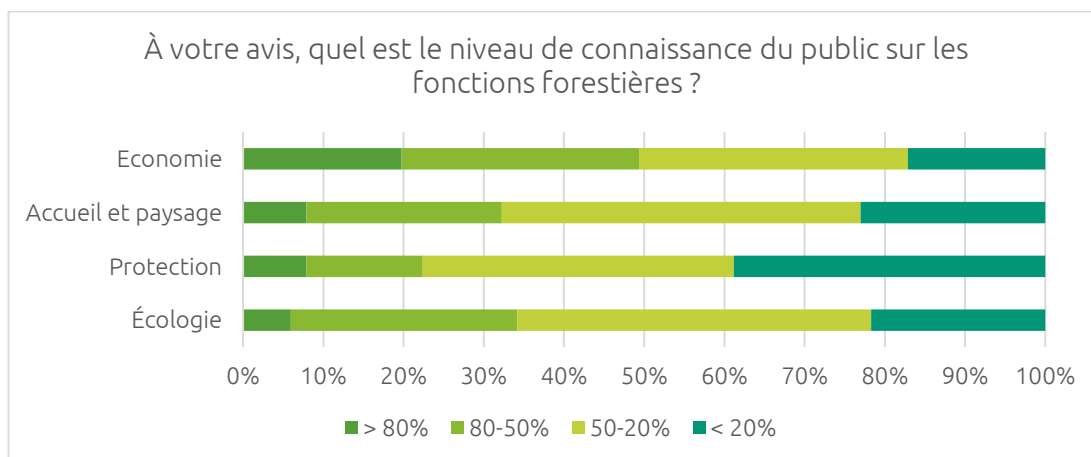


Graphique 5 : Estimation de la fréquence des critiques positives reçues par les professionnels



- *Connaissances du public*

Le ressenti des professionnels sur le niveau de connaissances qu'a le public des fonctions forestières est très variable, aucune fonction ne se démarque réellement des autres. Néanmoins, les forestiers estiment de manière générale ce niveau de connaissances à moins de 50 %.

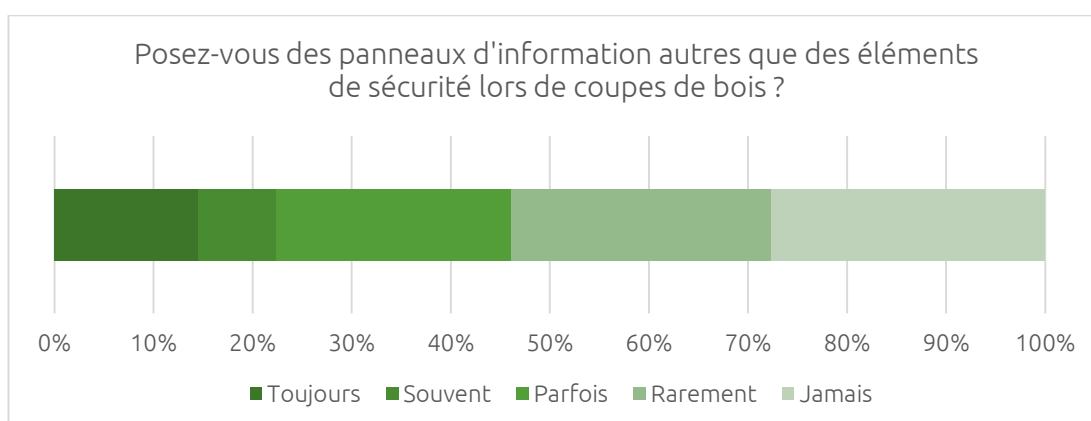


Graphique 6 : Estimation du niveau de connaissance du public sur les fonctions forestières par les professionnels

- *Pose de panneaux d'information*

Seuls environ 20 % des forestiers posent souvent ou toujours des panneaux informatifs avant ou pendant les coupes de bois.

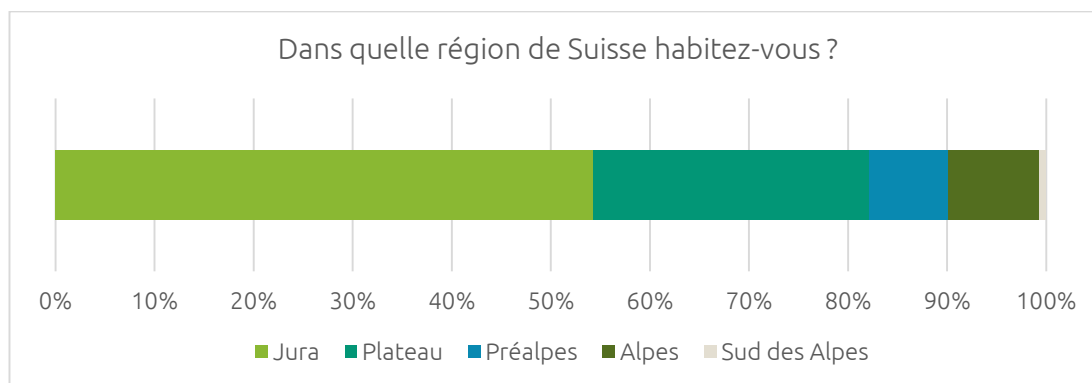
Les remarques indiquent que ces panneaux sont bien reçus, bien que certains soient victimes de déprédations.



Graphique 7 : Fréquence de pose de panneaux informatifs lors de chantiers forestiers

· Localisation

Comparativement au grand public, le Jura et ici mieux représenté. Bien que cette répartition géographique puisse être prise en compte lors de l'analyse des réponses aux autres questions du sondage, le fractionnement du nombre de réponses conduit à des chiffres trop faibles pour en tirer des conclusions solides et fondées.



Graphique 8 : Région géographique de résidence des professionnels

· Remarques

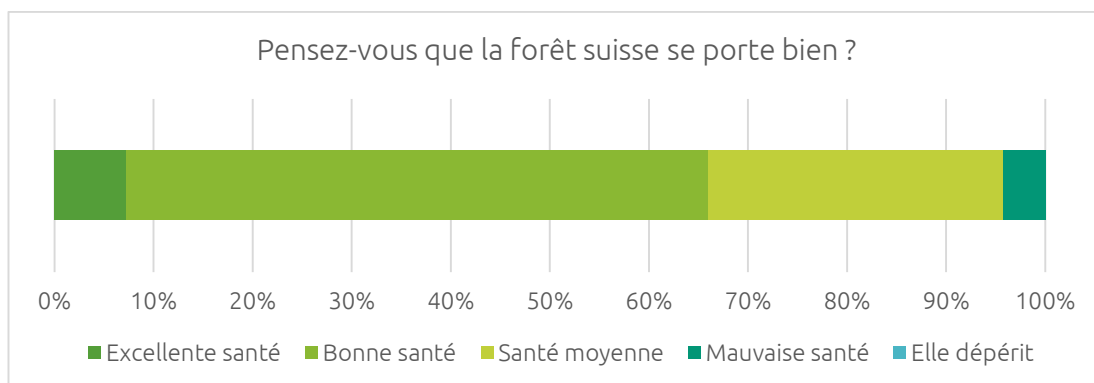
De nombreuses remarques ont été inscrites par des forestiers dans la section de texte libre à la fin du sondage. En voici un résumé :

- Le public n'est pas assez informé sur la forêt (chaîne de travail, gestion, nécessité d'entretien, méthodes de travail),
- Le lien entre fonctions forestières et entretien périodique n'est pas établi,
- Un gros travail de communication groupé est nécessaire de la part de tous les acteurs du monde forestier,
- Pas ou trop peu de soutien de la politique forestière,
- Le non-respect des interdictions sur les chantiers forestiers est un gros problème, la sécurité et la rentabilité sont durement touchées,
- La fonction sociale et l'aspect paysager sont considérés comme un dû,
- Le public exerce une pression de plus en plus forte lors de travaux forestiers.

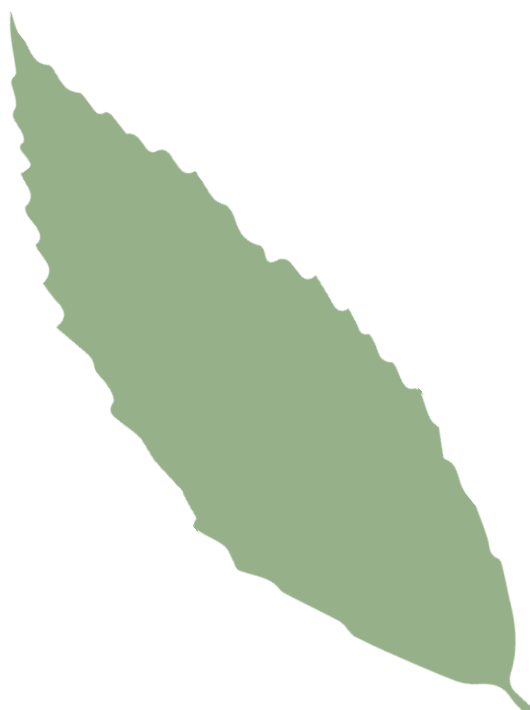
3.2.3 Non-professionnels de la forêt

· Santé des forêts

Le grand public estime à plus de 60 % que la forêt se porte bien ou très bien. Seuls 30 % indiquent une valeur médiane et 4 % une mauvaise santé. Ces résultats sont très proches de ceux obtenus par WaMos II.



Graphique 9 : Estimation de la santé des forêts par le public

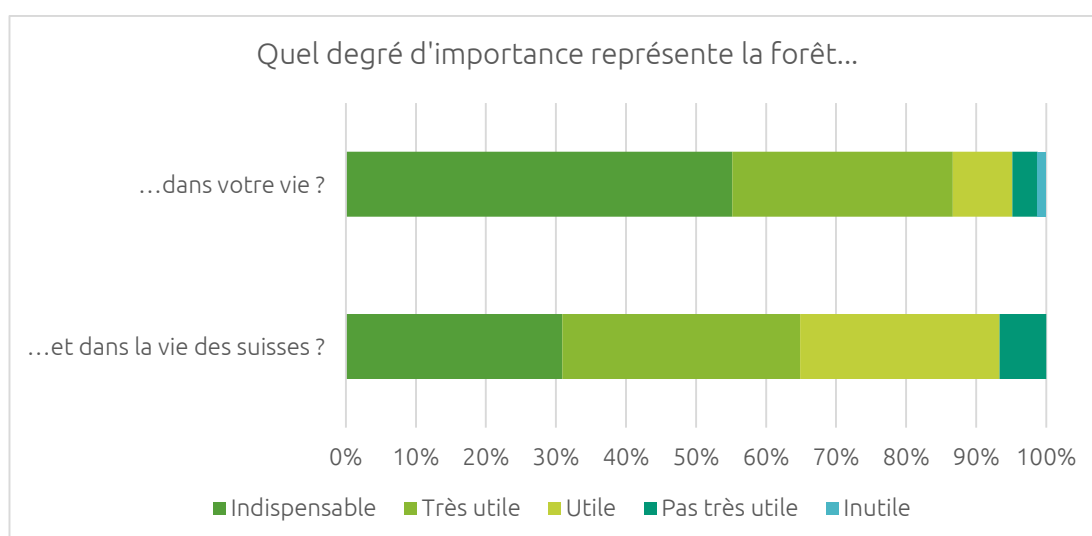


· *Importance de la forêt*

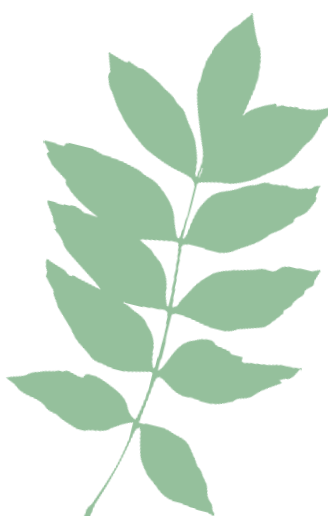
L'importance que représente la forêt pour un individu ou pour la population renseigne directement sur la perception des services rendus par la forêt – autrement dit, les fonctions forestières. Un individu ayant pleine conscience de ces fonctions notera la forêt comme indispensable pour lui comme pour la population dans son ensemble.

Néanmoins, sans avoir conscience des fonctions, l'affectif peut aussi conduire au même résultat pour l'aspect individuel (lieu de détente et de bien-être par exemple). Mais l'affectif n'impactera alors pas l'aspect collectif.

Ainsi, seuls 33 participants sur 165 – soit 20 % – ont noté la forêt comme indispensable dans leur vie comme dans celle des suisses.



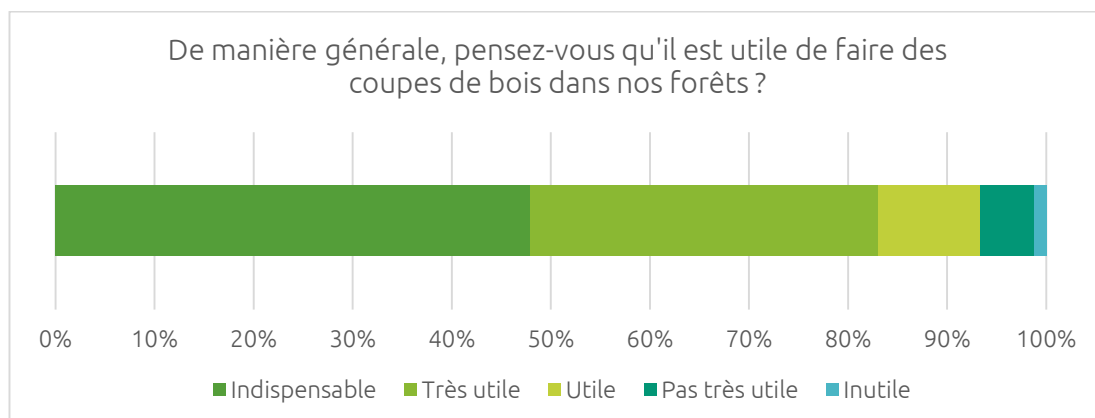
Graphique 10 : Comparatif de l'estimation du degré d'importance personnel et général de la forêt pour le public



· *Entretien des forêts*

La meilleure efficacité des quatre fonctions forestières est obtenue grâce à un entretien régulier. Les coupes de bois sont ainsi indispensables dans la majeure partie des cas, exception faite des réserves forestières où le cycle naturel garantit la valeur écologique, principale fonction recherchée dans ces espaces sauvages.

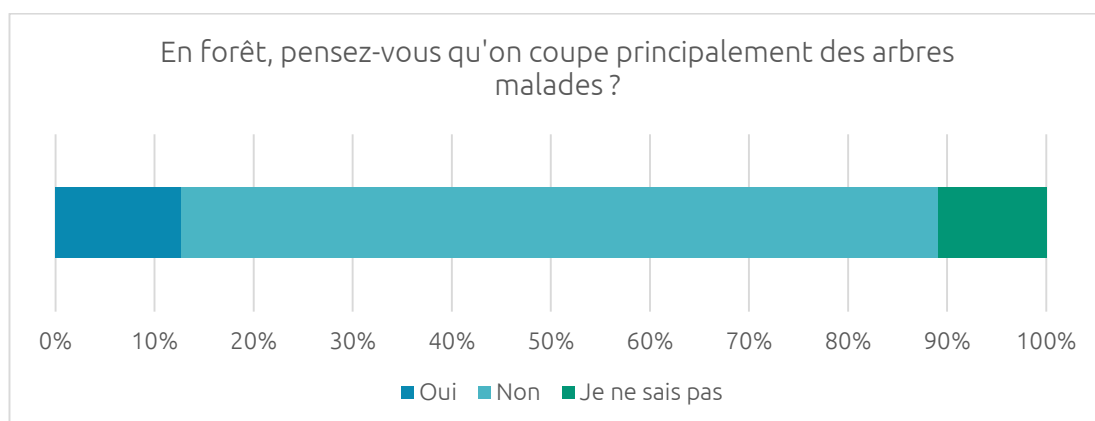
Plus de 80 % du public sondé juge ces coupes indispensables ou très utiles. Seules 11 personnes sur 165 – près de 7 % – ne les jugent pas très utiles ou inutiles.



Graphique 11 : Estimation de l'utilité des coupes de bois par le public

· *Arbres coupés*

Parmi les motifs de récolte des arbres, l'état de santé ne représente aujourd'hui qu'une petite partie du volume total. Pourtant, 13 % du public pense que la maladie est la principale cause de récolte et 11 % admet ne pas le savoir.

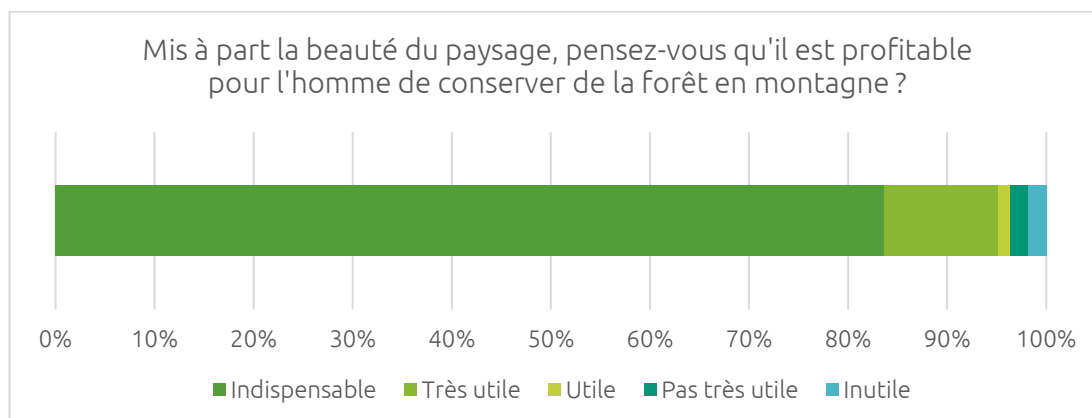


Graphique 12 : Estimation de la santé des arbres abattus par le public

· *Forêt de montagne*

La forêt déploie son plein rôle protecteur dans les lieux en pente, sujets aux phénomènes gravitationnels telles les chutes de pierres et les avalanches. Cette notion semble être acquise, plus de 80 % du public déclarant la forêt de montagne indispensable pour l'homme.

En comparaison avec l'importance de la forêt (voir p. 25), il est intéressant de relever que le public y accorde plus de valeur dans le cas de la montagne.

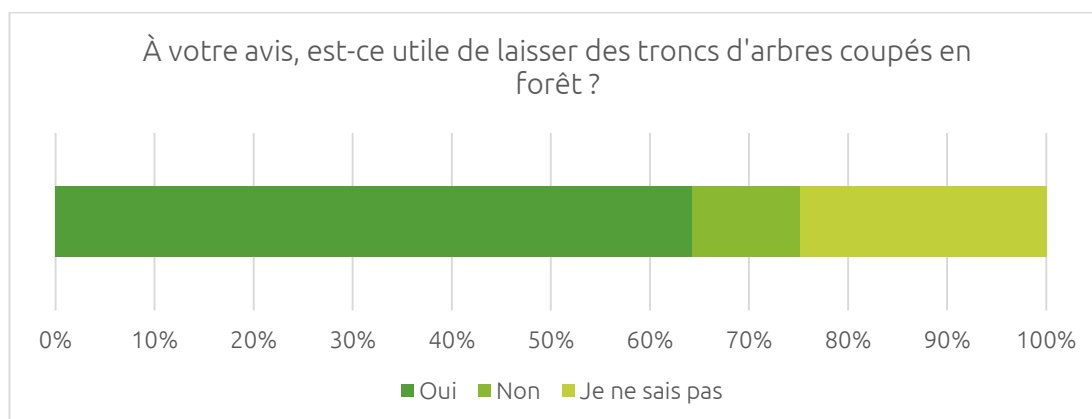


Graphique 13 : Estimation de l'importance des forêts de montagne par le public

· *Bois mort*

En comparaison d'une forêt naturelle, la proportion de bois mort laissé actuellement dans nos forêts est largement insuffisante (WSL, www.boismort.ch). Ce bois possède pourtant une grande valeur écologique et est indispensable à la vie de nombreux animaux et végétaux.

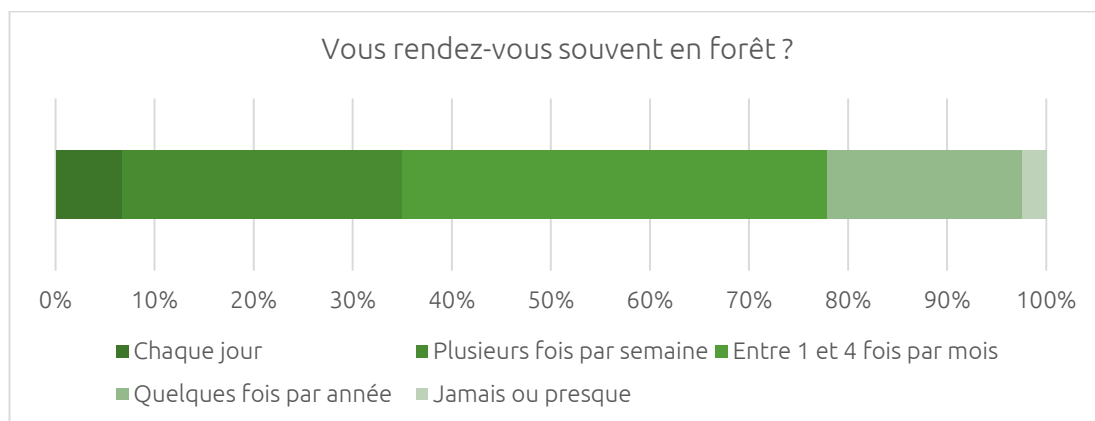
Un quart du public ignore si laisser du bois coupé en forêt est utile, et 11 % déclare que ce ne l'est pas.



Graphique 14 : Estimation de l'importance du bois mort en forêt par le public

· Fréquence des visites en forêt

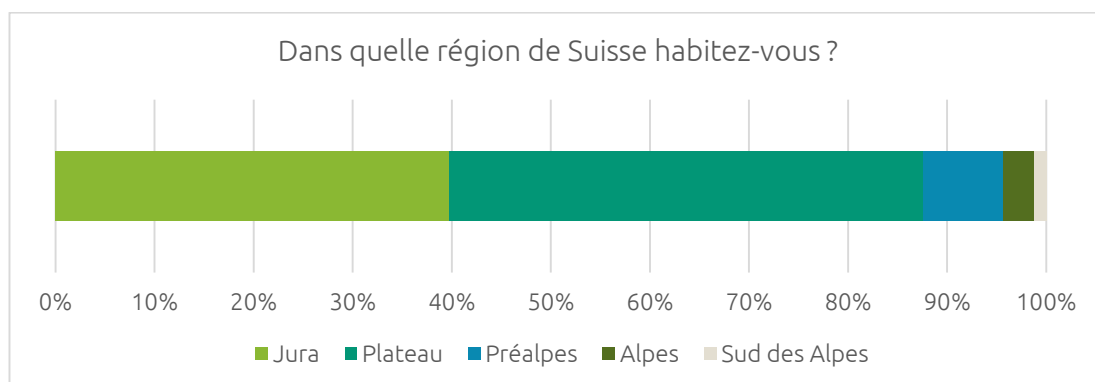
35 % du public sondé se rend plusieurs fois par semaine en forêt. Au total, près de 80 % s'y rend au moins entre 1 et 4 fois par mois. Ces résultats sont semblables à ceux présentés par WaMos II et confirment l'importance que représente la forêt pour la population suisse.



Graphique 15 : Taux de fréquentation de la forêt par le public

· Localisation

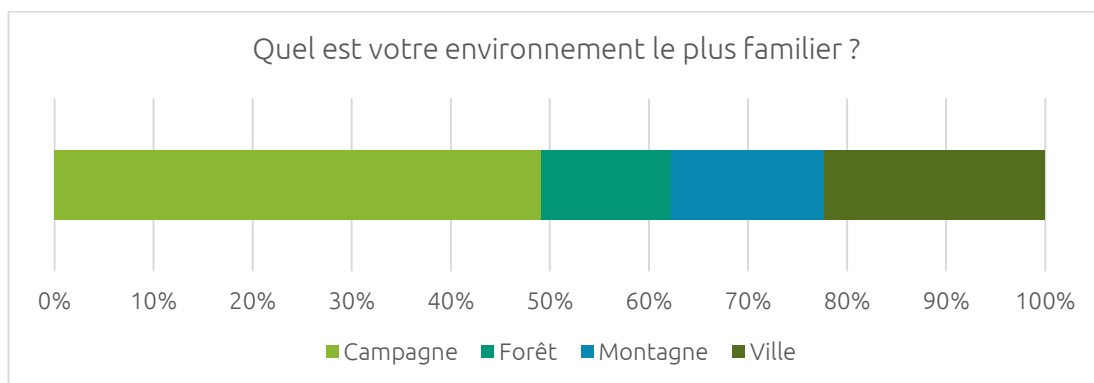
Comparativement aux professionnels de la forêt, le Plateau est ici mieux représenté. Bien que cette répartition géographique puisse être prise en compte lors de l'analyse des réponses aux autres questions du sondage, le fractionnement du nombre de réponses conduit à des chiffres trop faibles pour en tirer des conclusions solides et fondées.



Graphique 16 : Région géographique de résidence du public

- *Environnement familial*

Près de la moitié du public considère la campagne comme environnement le plus familier alors que, selon la statistique fédérale 2013, 73 % de la population vit en milieu urbain (Statistique suisse, www.bfs.admin.ch). Seuls 22 % des participants considèrent la ville comme leur environnement le plus familier.



Graphique 17 : Environnement coutumier du public

- *Remarques*

De nombreuses remarques ont été inscrites par le public dans la section de texte libre à la fin du sondage. En voici un résumé :

- La forêt est un lieu très important qui nécessite d'être préservé (détente, bien-être, calme, accessible à tous),
- La forêt suisse est bien entretenue,
- Les coupes de bois provoquent des ornières et de trop grandes ouvertures en forêt,
- La forêt est importante pour les animaux et végétaux,
- Les activités sportives nuisent à la forêt (VTT particulièrement),
- Les chemins et sentiers manquent d'entretien,
- Les VTT sont accusés de dégrader les chemins, mais qu'en est-il des tracteurs ?

3.3 DOCUMENTATION

Afin d'évaluer la pertinence des informations mises à disposition par les acteurs mentionnés au chapitre 2.3, les critères suivants ont été utilisés :

- Les quatre fonctions forestières communément reconnues sont-elles :
 - Mentionnées distinctement par leur appellation standard (protection, production/économie, écologie, social/accueil) ou un terme équivalent dans un contexte leur étant réservé (liste exhaustive de ces quatre termes) ?
 - Détaillées une à une sur les besoins de la société envers la forêt qu'elles représentent, en reprenant la majorité des points cités dans le classeur de connaissances professionnelles de forestier/ère-bûcheron/ne au premier chapitre (Codoc, 2007) ?
- Le lien entre les fonctions forestières et leur entretien durable respectif est-il clairement établi et mis en avant ?

Ces critères, certes arbitraires, sont néanmoins fondés sur les termes utilisés dans la législation et lors de la formation des forestiers-bûcherons. Ils donnent une base solide sur laquelle comparer en toute égalité les informations tirées des site web et brochures décrites dans les chapitres précédents.



· Comparatif des sites Internet

Sources	Fonctions forestières		Lien entre fonctions et entretien durable néces- saire clairement établi
	mentionnées	détaillées	
Sites web			
OFEV	+	+/-	+/-
Berne	+	+	-
Fribourg	+/-	-	-
Genève	+	+	+/-
Jura	+	+/-	-
Neuchâtel	+	+/-	-
Valais	+/-	+/-	+/-
Vaud	+	+	+/-
Foret.ch	+	+	+/-
WSL	+/-	-	-
IFN	-	-	-
WVS	+	-	-

Tableau 4 : Indications sur les fonctions et leur entretien respectif données par les sites web des cantons

Seules les données accessibles par l'internaute lambda¹ et disponibles le 26.05.2015 sur les sites web ont été prises en considération.

¹ En parcourant au maximum 5 pages par site, soit plus que la moyenne enregistrée en France en 2015 par Google Analytics.

• Comparatif des brochures

Sources	Fonctions forestières		Lien entre fonctions et entretien durable néces- saire clairement établi
	mentionnées	détaillées	
Brochures			
La forêt et le bois en Suisse	+	+	+/-
La forêt, un monde à découvrir	+	+/-	+/-
Guide de la forêt va- laisanne	+	+	+
La forêt valaisanne et vous	+	+/-	+/-
Informations sur la forêt suisse	+/-	+/-	+/-
Nos forêts. Une ri- chesse pour tous	+	+/-	+

Tableau 5 : Informations sur les fonctions et leur entretien respectif données par les brochures



4 ANALYSE ET DÉVELOPPEMENT

4.1 ANALYSE

4.1.1 *Professionnels de la forêt*

Les forestiers reconnaissent leurs lacunes dans la communication au grand public. Bien que l'expression ne soit certes pas leur point fort, nombre d'entre eux s'adaptent aux changements des mentalités et prennent en compte le besoin d'information croissant de la population. Sentiers et panneaux didactiques, journées d'information sur la forêt, articles de presse et autres apparitions dans les médias sont de plus en plus courants.

Toutefois, ces initiatives restent encore rares, et ceci pour plusieurs raisons. Tout d'abord, le temps à investir est bien souvent consacré lorsqu'il s'agit de préparer une journée d'information ou créer des panneaux didactiques. Le temps étant une denrée précieuse pour de nombreux gardes forestiers et ingénieurs, ces activités passent à la trappe car elles ne sont pas considérées comme indispensables. Enfin, les outils marketing à disposition étant à la fois peu nombreux et génériques, leur utilisation directe, sans adaptations, s'en trouve limitée dans sa portée.

En outre, la communication au grand public est très récente dans l'histoire de la foresterie. Autrefois, une coupe de bois était considérée comme un fait normal et, plus encore, comme une importante source de revenus. Ceci au point que de nombreuses communes propriétaires de forêts arrivaient à couvrir leurs frais grâce à la vente des bois, s'offrant ainsi le luxe de ne pas demander d'impôts à leurs citoyens (un exemple parmi d'autres, la commune d'Arzier VD, www.arzier.ch). Cette situation confortable a pris fin dans le courant des années 70 à 80 et s'est encore empirée depuis. En effet, le prix réel des bois (prix corrigé en fonction de l'inflation) est en chute libre depuis les années 50. Un mètre cube de résineux se vendait aux alentours de 500 CHF à cette époque, alors qu'aujourd'hui la moyenne est de 100 CHF environ (Nellen 2011). À cela peuvent encore s'ajouter diverses augmentations de frais tels que les salaires, les équipements et la sécurité. Ce dernier point est particulièrement important en forêt parcourue où la sécurité des tiers impacte durement les résultats financiers.

En conséquence, les revenus ne constituent plus une justification suffisante pour la récolte de bois comme cela a été le cas durant des décennies. Les trois autres fonctions doivent elles aussi être évoquées et expliquées afin que la foresterie puisse être comprise et soutenue par le plus grand nombre.

4.1.2 *Grand public*

Malgré les apparences, la gestion forestière est un domaine complexe qui se doit de prendre en considération une multitude de variables. N'est donc pas forestier qui le souhaite. Cependant, les bases générales de ce domaine constituées par les fonctions forestières sont accessibles à tous si correctement expliquées.

L'importance que représente la forêt pour la Suisse est souvent sous-estimée et, pour le public, se réfère à l'aspect affectif en premier lieu. En effet, les principaux contacts directs des gens avec la forêt se déroulent dans ce cadre émotionnel : loisirs, détente, sport et identité visuelle d'un lieu (paysage). La fonction sociale est, logiquement, celle qui marque le public en premier lieu.

En comparaison, les autres fonctions n'ont pas ce lien si direct avec le public. Ce qui explique que les personnes n'ayant pas de rapport affectif particulier jugent la forêt comme n'étant pas si utile que ça, pour eux-mêmes ou pour la société en général.

Ces lacunes dans la connaissance et la compréhension des fonctions en tant que besoins de la société envers la forêt est le premier obstacle auquel se heurte la communication forestière.

Lorsque ces notions sont acquises, l'entretien que nécessitent ces fonctions constitue le deuxième obstacle à franchir. La nécessité de couper des arbres n'apparaît pas comme une chose évidente à saisir. Là encore, l'aspect affectif est directement touché (forêt connue, régulièrement parcourue).

Enfin, le troisième et dernier obstacle à surmonter réside dans les moyens d'action. Ornières et grosses machines peuvent choquer dans cet espace naturel, tout comme les volumineuses piles de bois disposées le long des chemins.

En résumé, ces trois étapes-clé sont source de questionnements auprès du public et doivent pouvoir trouver réponses et explications claires de la part des forestiers.

4.1.3 *Documentation*

Globalement, les informations données par les brochures sont plus claires et pertinentes que celles des sites web, même dans le cas d'un éditeur commun.

Les fonctions forestières sont en général correctement mentionnées. Cependant, les quatre fonctions principales sont parfois mélangées avec des sous-points, ce qui peut créer une certaine confusion, surtout lorsque le détail des fonctions est énoncé ensuite. En conséquence, les informations diffèrent d'une source à l'autre.

Le contraste principal se rencontre dans les renseignements donnés sur l'entretien des forêts. Là encore, les brochures ont une longueur d'avance sur les sites web. Néanmoins, toute documentation confondue, rares sont les supports qui évoquent clairement la dépendance entre le maintien des fonctions à long terme et les interventions sylvicoles. De plus, nombreux sont les textes qui présentent même les fonctions forestières comme un don bienveillant de la forêt à la société, au risque de décrédibiliser complètement les interventions sylvicoles qui pourraient alors être vues par le grand public comme des éléments venant perturber la forêt et ses fonctions.

Enfin, bien que la présentation joue aussi un rôle capital dans la transmission de l'information, ce critère n'a pas été ici pris en compte car l'appréciation de l'aspect visuel est complexe à mettre en œuvre.

4.2 *DOMAINES D'ACTION*

4.2.1 *Communication*

4.2.1.1 *Généralités*

Le manque d'informations de la part du monde forestier et l'insuffisance des moyens de communication sont reconnus par la majorité des professionnels. Bien que certains mettent en place des journées d'information ou des panneaux explicatifs en forêt – actions qui rencontrent un écho positif auprès du public – un déficit est néanmoins toujours présent.

Pourtant, une bonne communication rend les gens plus à même de comprendre et évite les affabulations, elle instaure un climat de confiance et de crédibilité. Correctement orchestrée avant un événement, elle donne une longueur d'avance à son auteur et lui évite de paraître coupable en devant se justifier une fois l'action accomplie.

Des entreprises, des autorités ou encore des politiciens ont saisi la force d'une telle transparence. La plupart des individus de notre société sont aujourd'hui connectés en permanence à Internet, exposés au flux ininterrompu des informations provenant instantanément des quatre coins du globe. Dans ce monde ouvert et partagé, toute dissimulation d'informations – volontaire ou non – va à l'encontre de l'esprit général.

En conséquence, communiquer de son propre chef avant un événement est un excellent moyen de faire passer de l'information pensée et conçue librement, en évitant les troubles dus aux critiques qui interviennent une fois l'événement passé. Du reste, de grandes similitudes entre ce mode de faire et le système démocratique si cher au peuple suisse sont à relever et à prendre en considération.

En conclusion, le monde forestier a de grands avantages à tirer d'une bonne communication, tant pour la valorisation de la branche que pour son image.

4.2.1.2 *Concept de communication*

- *Situation actuelle*

Toute mesure sylvicole peut potentiellement soulever des questions, remarques, voire des manifestations plus véhémentes de la part de l'opinion publique (population, médias, politiciens, organisations, etc.).

Justifier ces mesures demande beaucoup de temps et d'énergie de la part des forestiers pour des résultats qui ne sont pas toujours à la hauteur des espérances.

- *Buts*

L'objectif principal est de faire comprendre et accepter l'utilité de ces mesures sylvicoles par la population. Les politiciens et les médias sont aussi directement concernés car ils jouent un rôle important dans les décisions stratégiques et dans la diffusion des informations.

- *Message*

Les trois étapes de la gestion forestière doivent être expliquées et vulgarisées :

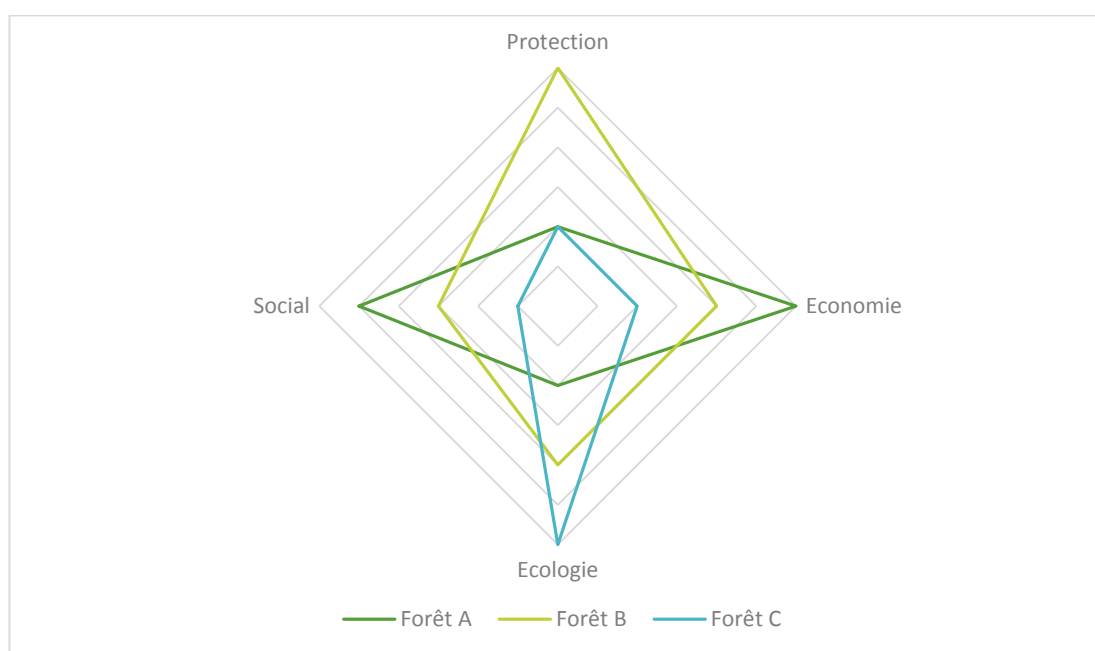
- Notre société utilise la forêt pour répondre à quatre catégories de besoins : économie, protection, écologie et social.
- Un entretien régulier des forêts est nécessaire afin de maintenir ou d'améliorer leur capacité à répondre à ces besoins ;
- Cet entretien consiste en des mesures sylvicoles (soins à la jeune forêt et coupes de bois) menées par des techniques et moyens modernes propres à

respecter la forêt en tant qu'espace de vie, à assurer la sécurité et l'ergonomie des travailleurs, et à présenter le meilleur rapport de qualité et de coût.

Il est important de relever le lien entre les fonctions et l'entretien qu'elles requièrent. Dans le cas contraire, l'image d'une forêt bienveillante qui fournirait à la société tout ce dont elle a besoin – sous-entendu sans intervention – risque d'aller à l'encontre de l'essence même du message. Les fonctions ne risquent pas d'être compromises lorsque des arbres sont coupés, au contraire, elles risquent de l'être si aucun arbre n'est récolté.

La multifonctionnalité de la forêt mérite aussi d'être soulignée. Les quatre fonctions sont toujours présentes dans n'importe quel espace boisé, seule leur pondération varie. Une monoculture d'épicéas symbolise certes la fonction économique, cependant des gens s'y promènent, des oiseaux y vivent et le sol filtre et régule les eaux de pluie.

Une représentation graphique est même possible :



Graphique 18 : Exemple de pondération des fonctions forestières

Parallèlement à ces notions fondamentales, il serait pertinent de joindre des messages ou slogans tels que :

- Nous profitons tous des bienfaits de la forêt ;
- Même en ville, la forêt vous rend service ;
- Les forestiers entretiennent la forêt pour qu'elle réponde à vos besoins ;

- Grâce au travail des forestiers, elle vous protège des dangers, vous fournit du bois et de l'eau potable, préserve votre biodiversité, vous accueille et embellit vos paysages ;
- Tout comme votre maison, la forêt doit être entretenue.

- *Public cible*

La population dans son ensemble est concernée par les quatre besoins de la société envers la forêt. Toutefois, les usagers de la forêt tels les promeneurs, sportifs ou champignonneries sont en première ligne car en contact direct avec les forestiers et les travaux sylvicoles.

Les politiciens en charge de services forestiers sont eux aussi un public cible important du fait des responsabilités décisionnelles qui leur incombent.

- *Mesures envisageables*

Chaque public cible nécessite des mesures qui lui sont propres afin d'en maximiser l'efficacité. La vulgarisation reste néanmoins au centre de chacune de ces mesures afin que l'information transmise puisse être comprise et intégrée le plus facilement possible.

- En 2014, 84 % des personnes de plus de 15 ans étaient connectés à Internet en Suisse (Liechti & Sollberger 2015), ce qui en fait un moyen propre à toucher la majeure partie de la population. De plus, contrairement aux autres médias, l'information mise à disposition sur Internet est disponible en tout temps et n'est pas limitée dans son type (texte, audio, images et vidéos). Enfin, la mise à disposition de l'information est proposée à des prix très accessibles (environ 160 CHF par an pour un site web [p. ex. offre Infomaniak, www.infomaniak.com]), ou même sans frais pour du contenu échangé sur les réseaux sociaux. Tout ceci fait d'Internet un média de choix pour établir une relation avec la population suisse.
- Une information diffusée directement en forêt via des supports physiques représente le meilleur moyen de toucher sans détour les usagers des bois. Posés aux endroits de passage (entrée de la forêt, carrefour, place de pique-nique...) ou associés à la signalisation lors d'un chantier, ils apporteront des réponses au public sur le lieu où il se les pose.
- Une version papier du site web ou des panneaux posés en forêt peut avantageusement être transmise à qui demande des informations.

- *Planification*

De l'information sur la gestion forestière devrait être disponible en tout temps afin de pouvoir renseigner qui le souhaite. De plus, ces indications auront été formulées posément et seront à disposition en cas de besoin urgent, évitant des erreurs de communication dues à la précipitation.

Des « piqûres de rappel » régulières sont aussi un bon moyen d'assurer la continuité de la communication. Les interventions sylvicoles périodiques peuvent être mises à profit avec la pose de panneaux informatifs et/ou des articles de presse.

4.2.1.3 *Période de communication*

Avertir d'un événement avant son échéance peut être perçu comme à double tranchant, particulièrement en forêt où chaque arbre est susceptible d'incarner une valeur affective chère à un ou plusieurs individus. Les avantages à anticiper les réactions potentielles sont néanmoins conséquents :

- + Communiquer avant un chantier permet de choisir l'instant opportun, contrairement à une communication d'urgence forcée par la pression des médias ou de l'opinion publique. Les gens sont alors beaucoup moins réceptifs car en colère, choqués ou irrités.
- + Donner un temps d'adaptation aux gens concernés par le chantier leur permet d'anticiper les changements à venir et de se préparer à devoir modifier leurs habitudes. Ils ne seront ainsi pas mis devant le fait accompli, ce qui risquerait de provoquer de la colère et de l'incompréhension.
- + Expliquer les événements à venir, exposer les arguments, les justifications et les raisons de l'intervention permet de gagner en crédibilité et en professionnalisme aux yeux du public.
- + Une communication transparente, réfléchie et argumentée empêche les détracteurs potentiels de fonder leurs arguments sur des faits infondés.

Des inconvénients existent aussi :

- L'investissement peut être surévalué par rapport aux conséquences qui en auraient découlé sans communication.
- Pour certaines raisons, de vives réactions peuvent venir en retour et nécessiter des tractations entre les deux camps, voire éventuellement contraindre à retarder ou annuler le chantier.

La situation exposée dans ce dernier cas ne devrait se produire que si l'argumentaire présenté dans la phase de communication n'était pas suffisamment cohérent. Dans ce cas, il est du devoir des professionnels de procéder à une nouvelle analyse et, si besoin, de remettre en question le bien-fondé de l'intervention sylvicole.

4.2.2 Promotion de la forêt

4.2.2.1 Généralités

La promotion de la branche forestière ainsi que des produits et services qui en découlent est un excellent moyen de faire découvrir le monde de la forêt et, plus encore, de faire reconnaître l'importance des fonctions forestières et leur entretien respectif.

Les trois étapes de la gestion forestière appliquée en Suisse (cf. chapitre 4.2.1.2, section Message) sont une base solide sur laquelle s'appuyer pour développer le message à faire passer.

Une communication efficiente doit être capable de répondre aux principales interrogations du public, au bon endroit et à l'instant opportun.

4.2.2.2 Stratégies marketing

Selon les bases du marketing, la promotion de ces prestations peut se faire selon deux stratégies principales :

- Stratégie globale : publicité de masse sans différenciation des cibles, le but étant de toucher un maximum de personnes ;
- Stratégie ciblée : publicité focalisée sur un groupe, le but étant de toucher les bonnes personnes.

La stratégie globale demande des moyens importants du fait de l'ampleur de la diffusion (TV, radio, presse, Internet) alors que la stratégie ciblée limite les frais en visant uniquement les sujets potentiellement concernés.

En termes de marketing, la stratégie globale va toucher de nouveaux clients qui n'auraient pas connu le produit autrement, tandis que la stratégie ciblée va exclusivement faire connaître le produit dans un environnement proche de son domaine.

En forêt, la stratégie ciblée a de nombreux atouts :

- Le public est nombreux à s'y rendre (cf. chapitre 3.2.3, section Fréquence des visites en forêt), la proportion des personnes touchées sera dès lors proche ou équivalente à une stratégie globale ;
- La forêt est un thème qui est cher à la population, grandes sont les chances que des personnes s'intéressent aux annonces ;
- Les nombreux professionnels de la forêt sont autant de canaux de diffusion, répartis dans l'ensemble des zones boisées de Suisse, sujets à faire suivre l'information.

Les moyens limités de la foresterie penchent aussi en faveur de la stratégie ciblée.

· *Identité marketing*

L'identité de marque ou identité marketing regroupe l'ensemble des caractéristiques propres à une entreprise ou une entité. C'est elle qui va être associée à un produit ou à des valeurs par les clients (p. ex. une pomme croquée représente Apple, des produits électroniques haut de gamme, et un design sobre et élégant).

Dans le cas de la forêt, une telle identité pourrait véhiculer des valeurs en lien avec les quatre fonctions forestières et leur entretien. Par exemple, une association d'idée avec le thème de la vie est porteur et en rapport avec les fonctions.

Le logo et le slogan servent à symboliser les valeurs de la marque dans l'esprit collectif. Ils doivent être simples et assez percutants pour s'imprimer dans la mémoire de qui les voit.

La forêt pourrait profiter des images symboliques la représentant déjà aux yeux de tous : un arbre, une plantule, une feuille...

Tous ces éléments peuvent s'enrichir de moult autres valeurs et symboles comme une couleur, une mélodie, une forme, un personnage, etc.



Image 1 : Logo et slogan de la campagne "Nos forêts. Une richesse pour tous." (www.foret.ch)

Publicité - exemples

FORÊT ÉCONOMIQUE

bois d'énergie

bois de sciage

bois d'industrie

produits accessoires

filière du bois

places de travail

FORÊT PROTECTRICE

FORÊT ÉCOLOGIQUE

FORÊT SOCIALE

sylviculture

NOUS EN AVONS BESOIN

Notre société compte sur la forêt pour répondre à de nombreux besoins. Une forêt entretenue nous offre du bois, nous protège des dangers naturels, préserve notre biodiversité et nous accueille pour notre bien-être.

NOUS L'ENTRETENONS

La sylviculture soigne et oriente le développement de la forêt. C'est grâce à cet entretien régulier apporté par les professionnels que nos forêts peuvent si bien répondre à nos besoins.

SYLVE.ch

CC BY ROMAIN BLANC

Image 2 : Exemple de promotion de la fonction économique (annexe 7)

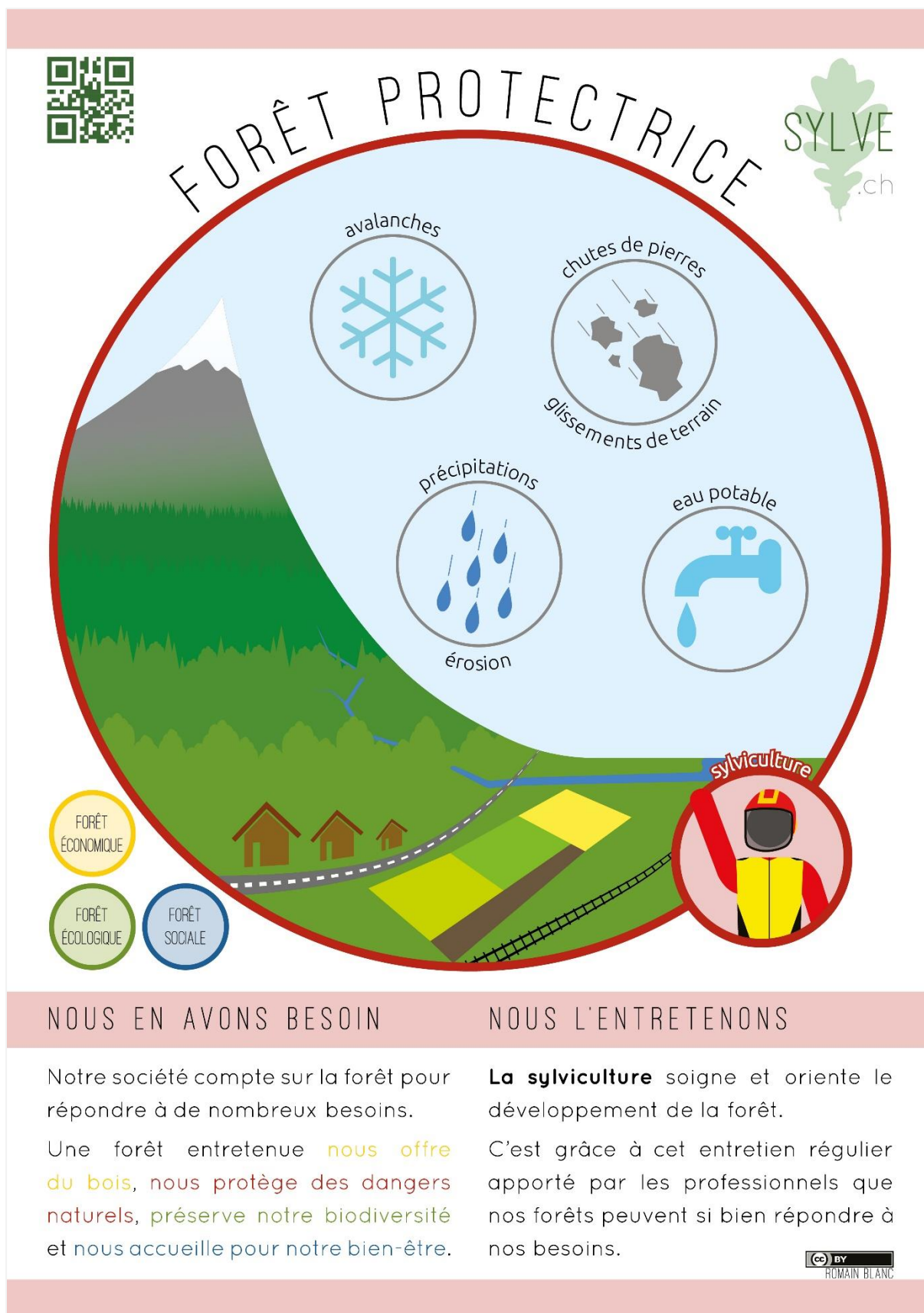


Image 3 : Exemple de promotion de la fonction protectrice (annexe 7)



Image 4 : Exemple de promotion de la fonction écologique (annexe 7)



Image 5 : Exemple de promotion de la fonction sociale (annexe 7)

4.2.3 Perspectives

Actuellement, de toutes les prestations fournies par la forêt grâce à la sylviculture appliquée depuis plus d'un siècle dans notre pays, seule une partie d'entre elles bénéficie d'un soutien financier de la Confédération et des cantons (Loi fédérale sur les forêts du 4 octobre 1991) :

- Protection contre les dangers naturels ;
- Diversité biologique ;
- Amélioration de la rentabilité des forêts (production).

Moult autres bénéfices profitant à l'ensemble de la population n'ont légalement aucune valeur, ils peuvent être considérés comme des « bienfaits collatéraux » financés par les propriétaires forestiers et offerts à la société. Pourtant, ils représentent bel et bien des besoins de la société envers la forêt :

- Accueil du public en forêt, espace de détente et de loisirs ;
- Aspect paysager, identité régionale ;
- Eau potable ;
- Stockage de CO₂ ;
- Purification de l'air ;
- Protection des sols.

Une communication dynamique basée sur une campagne marketing mettant en avant ces bienfaits pourrait, en association avec une action politique conséquente, peser dans la balance en faveur d'une rémunération de ces services rendus.

Un tel apport financier donnerait aux forestiers les moyens d'assurer un entretien conséquent des espaces boisés afin qu'ils continuent de répondre à nos besoins.



4.2.4 Comparaison avec le monde de l'agriculture

L'Union Suisse des Paysans a lancé sa campagne « Proches de vous. Les paysans suisses. » en 1998, suite à une dégradation de l'image de l'agriculture due à divers dossiers politiques. Cette campagne continue encore aujourd'hui à valoriser l'image du paysan suisse auprès de la population.

Elle vise principalement à renforcer la confiance dans l'agriculture locale et ce faisant à valoriser la vente de produits de proximité. Les méthodes de production, l'origine des aliments et la grande qualité des produits sont au centre du message transmis.

L'importance de l'agriculture pour notre pays est aussi soulignée en relevant les nombreuses prestations fournies par les paysans à l'ensemble de la population suisse. (www.agriculture.ch)



Image 6 : Logo et slogan de la campagne "Proches de vous. Les paysans suisses." (www.agriculture.ch)

Les similitudes entre l'agriculture et la sylviculture sont nombreuses. La situation difficile, le manque de connaissances croissant de la population dans cette branche économique, l'importance des services rendus par l'agriculture, la mise en valeur des produits de proximité et l'information aux consommateurs résonnent comme un écho aux problèmes rencontrés actuellement par le monde forestier.

La campagne « Proches de vous. Les paysans suisses. » a été une des réponses de l'agriculture à ces problèmes. Menée depuis 1998 et encore d'actualité aujourd'hui, elle a su utiliser la force du marketing et de la communication pour soutenir les paysans et leur métier. De plus, l'engagement politique des agriculteurs leur a permis de défendre leurs valeurs au sein même des instances décisionnelles du pays.

Politique et communication sont intimement liées et, utilisées de concert, impactent à la fois la population et les élus. Avec le soutien de ces deux parties, l'agriculture a acquis une force remarquable au niveau suisse.

La foresterie a de grandes leçons à tirer de l'exemple paysan. Malgré des moyens certes moins conséquents (la valeur ajoutée brute de l'agriculture était environ 13 fois supérieure à celle de la sylviculture en 2013, OFS 2014), des actions sont toujours possibles. La rapide évolution des technologies pourrait par exemple être mise à profit pour diffuser largement des articles promotionnels à moindre frais. Quant à l'engagement politique des forestiers, la motivation de défendre les intérêts de la branche pourrait être suffisante pour susciter des vocations.



Image 7 : Célébrités en chemise edelweiss, tout un symbole (www.agriculture.ch)

5 CONCLUSION

La relation entre le monde de la forêt et la population suisse est en constante évolution. La fonction sociale connaît un intense développement depuis peu, ce qui soulève des points parfois problématiques.

Le public perçoit avant tout la forêt comme un espace de détente et de loisirs. L'aspect affectif joue un rôle important car la forêt est associée au bien-être et caractérise le paysage régional. De plus, le concept de fonctions forestières – ou besoins de la société – n'est que trop peu connu. Dans ce contexte, les travaux forestiers sont de ce fait mal compris et critiqués.

Les professionnels ne disposent que de peu de moyens pour répondre aux interrogations du public. De plus, la documentation éditée par des instances publiques ou par des associations professionnelles manque parfois de clarté dans le message qu'elle véhicule. Trop souvent, les fonctions forestières sont présentées comme un don de la forêt alors que c'est bien l'Homme qui modifie, adapte et entretient les espaces boisés pour qu'ils puissent combler ses besoins.

Une meilleure communication, basée sur ces observations, pourrait faciliter le travail de vulgarisation des professionnels en expliquant les bases de la gestion forestière. Outre la diffusion au public, elle pourrait aussi servir à défendre les intérêts de l'économie forestière dans les sphères politiques. L'agriculture peut être un exemple à suivre, sa campagne marketing de longue haleine continuant à porter ses fruits année après année.

Les possibles retombées d'une stratégie de communication efficiente associée à des outils marketing bien pensés sont grandes pour la foresterie suisse, tout comme les enjeux qu'elles représentent.

La balle est à présent dans le camp des associations professionnelles comme l'EFS qui, grâce à leur statut et à leur rôle intercantonal, sont les plus compétentes pour mener à bien de tels projets.

6 DÉCLARATION FINALE

«

Par ma signature, je certifie avoir réalisé ce travail seul, sans la collaboration de tiers, et ne pas avoir utilisé d'autres sources et instruments de travail que ceux expressément cités.

»

R Blanc



7 INDEX DES TABLEAUX ET ILLUSTRATIONS

7.1 GRAPHIQUES

<i>Graphique 1 : Proportion de professionnels et non-professionnels de la forêt ayant participé à l'enquête</i>	<i>19</i>
<i>Graphique 2 : Région géographique de résidence de l'ensemble des participants</i>	<i>20</i>
<i>Graphique 3 : Types de forêts par densité de public gérées par les professionnels</i>	<i>21</i>
<i>Graphique 4 : Estimation de la fréquence des critiques négatives reçues par les professionnels</i>	<i>22</i>
<i>Graphique 5 : Estimation de la fréquence des critiques positives reçues par les professionnels</i>	<i>23</i>
<i>Graphique 6 : Estimation du niveau de connaissance du public sur les fonctions forestières par les professionnels</i>	<i>24</i>
<i>Graphique 7 : Fréquence de pose de panneaux informatifs lors de chantiers forestiers.</i>	<i>24</i>
<i>Graphique 8 : Région géographique de résidence des professionnels</i>	<i>25</i>
<i>Graphique 9 : Estimation de la santé des forêts par le public</i>	<i>26</i>
<i>Graphique 10 : Comparatif de l'estimation du degré d'importance personnel et général de la forêt pour le public</i>	<i>27</i>
<i>Graphique 11 : Estimation de l'utilité des coupes de bois par le public</i>	<i>28</i>
<i>Graphique 12 : Estimation de la santé des arbres abattus par le public</i>	<i>28</i>
<i>Graphique 13 : Estimation de l'importance des forêts de montagne par le public</i>	<i>29</i>
<i>Graphique 14 : Estimation de l'importance du bois mort en forêt par le public</i>	<i>29</i>
<i>Graphique 15 : Taux de fréquentation de la forêt par le public</i>	<i>30</i>
<i>Graphique 16 : Région géographique de résidence du public</i>	<i>30</i>
<i>Graphique 17 : Environnement coutumier du public</i>	<i>31</i>
<i>Graphique 18 : Exemple de pondération des fonctions forestières</i>	<i>39</i>

7.2 IMAGES

<i>Image 1 : Logo et slogan de la campagne "Nos forêts. Une richesse pour tous." (www.foret.ch).....</i>	<i>43</i>
<i>Image 2 : Exemple de promotion de la fonction économique (annexe 7).....</i>	<i>44</i>
<i>Image 3 : Exemple de promotion de la fonction protectrice (annexe 7).....</i>	<i>45</i>
<i>Image 4 : Exemple de promotion de la fonction écologique (annexe 7).....</i>	<i>46</i>
<i>Image 5 : Exemple de promotion de la fonction sociale (annexe 7).....</i>	<i>47</i>
<i>Image 6 : Logo et slogan de la campagne "Proches de vous. Les paysans suisses." (www.agriculture.ch).....</i>	<i>49</i>
<i>Image 7 : Célébrités en chemise edelweiss, tout un symbole (www.agriculture.ch)</i>	<i>50</i>

Les quatre exemples de promotion des fonctions forestières ainsi que les feuilles et rameaux monochromes illustrant ces pages ont été créés par l'auteur.

7.3 TABLEAUX

<i>Tableau 1 : Caractéristiques de l'enquête WaMos II.....</i>	<i>11</i>
<i>Tableau 2 : Caractéristiques de l'enquête La forêt suisse et vous</i>	<i>11</i>
<i>Tableau 3 : Structure de l'enquête "La forêt suisse et vous"</i>	<i>12</i>
<i>Tableau 4 : Indications sur les fonctions et leur entretien respectif données par les sites web des cantons.....</i>	<i>33</i>
<i>Tableau 5 : Informations sur les fonctions et leur entretien respectif données par les brochures.....</i>	<i>34</i>



8 SOURCES

8.1 BASES LÉGALES

Loi fédérale sur les forêts (Loi sur les forêts, LFo) du 4 octobre 1991, état le 1^{er} juillet 2013.

Ordonnance sur les forêts (OFo) du 30 novembre 1992, état le 1^{er} mars 2015.

8.2 BIBLIOGRAPHIE

Hunziker M, Frick J, Bauer N, von Lindern E & Graf O (2013) La population suisse et sa forêt. OFEV, Berne.

Liechti C & Sollberger P (2015) L'accès des ménages à Internet et son utilisation par les individus en Suisse. Actualités OFS - 16 Culture, médias, société de l'information, sport - Neuchâtel, mai 2015 : 13.

Nellen B (2011) Preisentwicklung beim Tannen- und Fichtenholz in der Schweiz von 1919 bis 2010. University of Applied Sciences, Northwestern Switzerland.

Wirth K, Moulin JB & Dürig R (2007) Connaissances professionnelles – Forestière-bûcheronne, Forestier-bûcheron. Codoc, Lyss.

8.3 INTERNET

Tous les sites web ont été consultés entre avril et août 2015. Du fait de la grande quantité de pages consultées et de la longueur des adresses (jusqu'à 7 lignes de caractères), la liste ci-dessous expose uniquement l'URL principale des sites web.

www.agriculture.ch – Site de la campagne « Proches de vous. Les paysans suisses. »

www.arzier.ch – Commune d'Arzier / Le Muids

www.bafu.admin.ch/foret – Office fédéral de l'environnement (OFEV), thème forêt

www.be.ch – Canton de Berne

www.bfs.admin.ch – Office de la statistique suisse

www.boismort.ch – Informations sur le bois mort en Suisse (WSL)

www.foret.ch – Site de la campagne « Nos forêts. Une richesse pour tous »

www.fr.ch – Canton de Fribourg

www.ge.ch – Canton de Genève

www.google.com/analytics – Google Analytics

www.infomaniak.ch – Infomaniak, hébergement web

www.jura.ch – Canton du Jura

www.lfi.ch – Inventaire forestier national

www.ne.ch – Canton de Neuchâtel

www.vd.ch – Canton de Vaud

www.vs.ch – Canton du Valais

www.waldwissen.net – Informations pour la foresterie (WSL)

www.wsl.ch – Institut fédéral de recherches sur la forêt, la neige et le paysage WSL

www.wvs.ch – Economie forestière suisse



9 ANNEXES

Annexe 1 / « La forêt et le bois en Suisse », brochure de l'OFEV, 2010

Annexe 2 / « La forêt, un monde à découvrir », brochure de l'OVEF, 2008

Annexe 3 / « Guide de la forêt valaisanne », brochure de l'Etat du Valais, Service des forêts et du paysage, 2014

Annexe 4 / « La forêt valaisanne et vous – Vous et la forêt valaisanne », dépliant de Forêt Valais, Association forestière valaisanne, 2014

Annexe 5 / « Informations sur la forêt suisse. », dépliant de la campagne « Nos forêts. Une richesse pour tous », 2010

Annexe 6 / « Nos forêts. Une richesse pour tous », dépliant de la campagne « Nos forêts. Une richesse pour tous », 2010

Annexe 7 / Exemples de panneaux expliquant l'utilité des forêts et de leur entretien

