



HAL
open science

Du château à la forêt : la place de la nature à Chambord

Jean Louis Yengué

► **To cite this version:**

Jean Louis Yengué. Du château à la forêt : la place de la nature à Chambord. *Revue forestière française*, 2019, 71 (4-5 (Habitats forestiers et forêts Habitées)), pp.357-370. 10.4267/2042/70812 . hal-03447467

HAL Id: hal-03447467

<https://hal.science/hal-03447467>

Submitted on 24 Nov 2021

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

DU CHÂTEAU À LA FORÊT : LA PLACE DE LA NATURE À CHAMBORD

JEAN LOUIS YENGUÉ^a

Le tourisme de nature fait depuis quelques années l'objet d'un intérêt tout particulier de la part des acteurs du tourisme. Dès 2007, la Direction des études économiques et de l'évaluation environnementale et le ministère de l'Écologie, du Développement et de l'Aménagement durable mettaient en avant les potentialités de développement du tourisme de nature en France dans un hors-série de la *Lettre Évaluation* (2007). Il y était question des atouts du territoire français en ce domaine face à la concurrence internationale, mais également de l'intérêt économique pour la gestion du patrimoine naturel et l'amélioration de la préservation des écosystèmes. Dans le cadre de NATOUR (Tourisme de Nature) et COSTAUD (Contribution des ongulés au fonctionnement de l'écosystème et aux services rendus à Chambord), deux programmes de recherche financés par la région Centre-Val de Loire en France, nous avons été amenés, de 2014 à 2018, à comprendre la manière dont les touristes, les visiteurs et les habitants imaginent et pratiquent la nature en région Centre-Val de Loire. Nous avons étudié principalement les relations et interconnexions entre représentation du paysage, tourisme de nature et activités potentiellement liées (visites naturalistes, goûts du terroir, vie rurale, jardins, parcs, activités créatives, etc.). Alors que la plupart des travaux portent soit sur les touristes, soit sur les populations locales, notre recherche a levé un verrou fort : apporter des connaissances sur le contexte et les contenus des échanges entre touristes, habitants et médiateurs autour des questions de « nature » (environnement, écologie, agriculture, etc.).

Dans cet article, nous nous sommes focalisés sur le Domaine national de Chambord (DNC) que nous présenterons dans la première partie. Nous avons étudié, par une sociologie participante, toute l'offre touristique du domaine et avons interrogé les gestionnaires, acteurs de cette mise en tourisme (entretiens semi-directifs). Nous avons également questionné les stratégies de communication du DNC et son évolution depuis 2005. Les résultats de ces recherches pointent une multiplication et un renforcement de l'offre de Nature à Chambord (p. 364) qui répond en réalité à une stratégie globale (p. 364).

LE DOMAINE NATIONAL DE CHAMBORD : ENTRE NATURE ET CULTURE

Le domaine de Chambord est un fait historique exceptionnel. Formant une unité depuis le XVI^e siècle, il est l'un des rares sites français ayant conservé son entité depuis sa création

^a Université de Poitiers, EA 2252 RURALITÉS, 86073 Poitiers, France

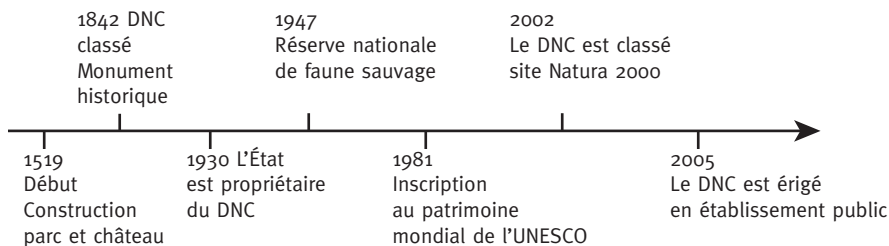
malgré de nombreux changements de propriétaires. Le périmètre que nous connaissons aujourd’hui, couvrant 5 440 hectares ceints de 32 kilomètres de murs, est achevé sous Gaston d’Orléans, frère de Louis XIII, en 1650. L’ensemble du DNC forme aujourd’hui le plus grand domaine clos d’Europe. C’est en 1519 que François I^{er}, âgé de 25 ans, décide de faire construire à Chambord un « bel et somptueux » édifice dont la définition échappe aux règles traditionnelles de classification architecturale. Son architecture, inspirée par le travail de Léonard de Vinci, savant mélange entre formes médiévales et innovations de la Renaissance italienne, est unique. Il aura donc fallu plus de 120 ans pour réaliser l’unité de propriété que nous connaissons aujourd’hui.



Photo François Lebourgeois

Il est impossible de dissocier l’histoire du château à celle de la forêt : le château est un joyau du patrimoine culturel français, la forêt son écrin. Son histoire est intimement liée aux pratiques cynégétiques : les comtes de Blois, puis François I^{er} ou ses successeurs, profitent de son caractère giboyeux pour organiser de grandes parties de chasse aux gros ou aux petits gibiers. L’acquisition par l’État français date de 1930 et elle a été maintenue par les III^e, IV^e et V^e Républiques. Le domaine a donc été ensuite géré par différents statuts et outils (figure 1, ci-dessous).

FIGURE 1 HISTORIQUE DES OUTILS DE GESTION DU DOMAINE NATIONAL DE CHAMBORD



En février 2005, le DNC devient un EPIC (établissement public national à caractère industriel et commercial) placé sous la haute protection du président de la République et sous la tutelle des ministres chargés de l'Agriculture, de la Culture et de l'Environnement. Un EPIC est une personne morale qui fonctionne selon les mêmes règles que les sociétés de droit privé assurant un service public géré par délégation. Il dispose donc d'un budget autonome, séparé du budget général de l'État. Aussi, tout en gardant sa tutelle, l'État a décidé de réduire progressivement son soutien financier au DNC jusqu'à son arrêt total en 2020. Pour compenser le retrait de l'État et arriver à un autofinancement total, le DNC s'est fixé comme ambition première d'accueillir de nouveaux publics avec pour objectif d'atteindre un million de visiteurs par an en 2020, contre environ 650 000 en 2005.

Cette ambition se matérialise par une importante dynamique de développement qui a déjà conduit à la rénovation des abords du château et du monument lui-même, à la réfection des cheminements du public, à l'ouverture de nouveaux lieux de visite, à la mise en œuvre d'une programmation culturelle de qualité et au lancement d'un programme de recherche scientifique inédit sur le patrimoine naturel et sa valorisation. Cette stratégie de développement implique de réorganiser et créer de nouveaux services, mais aussi d'élargir l'offre touristique à la forêt. Alors que Chambord est traditionnellement un lieu de tourisme culturel (visite du château), des efforts ont été faits pour l'ouvrir vers d'autres formes de tourisme, notamment le tourisme de nature.

L'OFFRE DE TOURISME DE NATURE AU DNC

L'une des singularités du parc de Chambord, nous l'avons vu, est sa clôture totale par un mur maçonné destiné à créer un territoire royal d'exception et à conserver le gibier en son sein. Aujourd'hui, les milieux y sont très diversifiés avec plus de 4 300 ha de forêts (80 % du parc), 400 ha de landes et friches, 150 ha de prairies et 37 ha d'étangs en plusieurs unités. La forêt est émaillée de nombreux petits plans d'eau (mares et milieux tourbeux). À l'exception de 200 ha de terres agricoles, de 160 ha de prairies à gibier et des 200 ha d'emprise du village, le peuplement forestier comprend essentiellement des chênes et des pins sylvestres. Chambord possède sur son territoire plus de 650 espèces végétales spontanées dont 150 remarquables, essentiellement inféodées aux milieux aquatiques et humides au sens large. Une seule cependant, *Luronium natans*, relève de l'annexe II de la directive européenne Habitat, Faune, Flore. Futaies, taillis sous futaie, landes à Bruyère ou à Genêt, étangs et marécages se côtoient, formant un véritable intérêt paysager favorisant le bien-être des animaux qui trouvent dans ces peuplements un biotope favorable.

À Chambord, le cerf, devenu l'espèce emblématique, possède une véritable histoire et a toujours été très présent. Si cela n'avait pas été le cas au XVI^e siècle, François I^{er} n'aurait certainement pas choisi ce lieu pour y bâtir son premier château. Aujourd'hui, les cerfs sont maintenus en grand nombre (environ 700 individus) afin de faciliter les observations par le public. Les cerfs sont également capturés dans le but de les réintroduire sur d'autres massifs forestiers en France. La demande très soutenue d'animaux pour d'autres sites a conduit à capturer depuis 1950 près de 100 cerfs et biches par an. Chambord est aujourd'hui devenu le seul site français, voire européen, spécialisé dans les reprises de cerfs sauvages. Cependant, on enregistre de moins en moins de commandes de cerfs vivants et la chasse est alors le seul moyen de réguler la population de cette espèce, d'autant qu'elle cause des dégâts sur la forêt.

Les sangliers sont également en grand nombre (environ 1 000 individus), essentiellement pour l'observation par le public. Contrairement à beaucoup d'autres territoires français, le chevreuil est très peu présent à Chambord (150 individus). Quant au mouflon de Corse, espèce introduite en 1950 afin de constituer des populations pour diverses régions montagneuses françaises, il est

désormais maintenu dans un seul but scientifique (130). Le domaine de Chambord abrite également tous les animaux forestiers que l'on trouve dans le reste de la région. La population d'oiseaux y est très riche : 150 espèces dont 12 sont classées dans l'annexe I de la directive européenne Oiseaux. La présence d'espèces nicheuses ou migratrices, de flore ou d'insectes remarquables justifie ce classement : le balbuzard pêcheur et le flûteau nageant, notamment, sont présents sur le Domaine national de Chambord. Sept espèces animales sont classées dans l'annexe II de la directive européenne Habitats, Faune, Flore : chauve-souris, triton, libellule...

Afin de valoriser l'ensemble du patrimoine naturel présent à Chambord, l'établissement public a mis en place différents aménagements et activités au sein de son domaine avec pour ambition de rendre les touristes actifs lors de leur séjour (Chaban, 2016).

Les prestations non payantes

L'ensemble des prestations non payantes se situent dans une zone en accès libre (figure 2, p. 361). Sur ces 634 ha, plusieurs kilomètres d'itinéraires de promenade sont aménagés. Il s'agit de parcours de découvertes, avec des signalétiques (panneaux pédagogiques, etc.) sur la faune et la flore présentes. Ces promenades pédagogiques s'accompagnent de panneaux de médiation



Observatoires de faune sauvage au sein de la zone ouverte au public
© Domaine national de Chambord. Photos Sophie Lloyd. Droits réservés

FIGURE 2

**LA ZONE OUVERTE AU PUBLIC EN 2016
ET LA RÉSERVE NATIONALE DE CHASSE ET DE FAUNE SAUVAGE**
© Domaine national de Chambord



sur l'histoire du domaine et de la biodiversité. Ce dispositif est complété par un carnet « d'énigmes nature » et des panneaux ludo-pédagogiques à destination des enfants. Des fenêtres paysagères permettent aussi de découvrir le château. Le DNC s'évertue à conjuguer la découverte du patrimoine naturel mais également du patrimoine culturel.

Des pistes cyclables (boucle « Pays des châteaux de la Loire à vélo », autres circuits du plan départemental des itinéraires de promenades et de randonnées) traversent le parc d'est en ouest et du nord au sud, le long des quatre axes principaux menant au château.

Quatre observatoires publics (photos, p. 360) ont été aménagés dans les années 1970, le long des routes ouvertes à la circulation publique (route de la Commission et route François 1^{er}) afin de permettre au grand public d'observer la grande faune, conformément aux objectifs assignés à la Réserve nationale de chasse et de faune sauvage de Chambord (arrêté de 1974). Un cinquième observatoire a par ailleurs été installé à proximité du château (rond-point Caroline) au début des années 2000. Des miradors plus modestes ont également été mis en place en zone ouverte au public ainsi qu'autour du plan d'eau.

FIGURE 3 **PLAN DE LA GRANDE PROMENADE**
© Domaine national de Chambord



D'autres types de visites de la zone ouverte sont proposés au grand public comme des visites en bateau sur le Cosson, le cours d'eau qui traverse le domaine, ainsi que des activités équestres, des animations historiques, etc.

L'aménagement récent de la « Grande Promenade » (figure 3, p. 362) est le signe de la volonté du Domaine d'ouvrir une plus grande partie du parc aux touristes. Il s'agit d'un tracé accessible à pied ou en vélo. Il propose aux visiteurs une nouvelle vision du parc, avec des paysages plus ouverts (vignes, étangs) et offre une nouvelle perspective du château par le sud. Ce nouveau parcours en forêt exploitera le potentiel des nouvelles technologies pour proposer une expérience de visite innovante, s'appuyant sur des travaux et des données issus de la recherche scientifique afin de venir compléter l'offre du château. L'objectif affiché est de proposer une offre touristique à part entière. Cette Grande Promenade, encore en cours de développement, se propose de valoriser ces patrimoines auprès du grand public. Des jardins à la forêt, elle offre un regard nouveau sur Chambord, son histoire et ses paysages, en replaçant le château dans son environnement. L'objectif est de permettre au visiteur de s'orienter selon ses besoins et d'être actif durant le séjour. Cela passe par la création de supports de médiation innovants, interactifs, immersifs, et à la mise en place d'un parcours numérique de découverte des patrimoines culturels et naturels de Chambord. Ce parcours nature offre aussi l'occasion de sensibiliser le public au respect et à la protection de la biodiversité remarquable de Chambord, dans un objectif de médiation à l'environnement.

Les prestations payantes organisées par le DNC

Les visites organisées par le domaine se déroulent en zone fermée, au sein de la Réserve nationale de chasse et de faune sauvage (RNCFS). Ces visites comprennent à la fois des visites grand public et des visites pédagogiques à destination du public scolaire. Toutes ces visites sont animées par des agents du domaine, « des guides nature », qui travaillent au sein de la direction de la chasse et de la forêt.

• Prestations individuelles

Les visites grand public sont exclusivement des visites de découverte de la zone fermée en véhicule tout terrain (4 × 4). Le principe est de faire découvrir au public la gestion forestière, cynégétique et environnementale du parc, à travers différents circuits empruntant les routes forestières. Ces visites sont commentées par le guide nature. Les thématiques abordées durant ces visites permettent d'évoquer l'histoire du site autour du château, l'évolution des paysages au sein du parc de Chambord, et les différents types de gestion qui sont réalisés au sein du parc à savoir une gestion sylvicole, une gestion cynégétique, et une gestion environnementale liées à la biodiversité. La visite ne comprend qu'un seul arrêt, pour découvrir une salle de trophées aménagée au cœur de la forêt (salle de la Guillonnière). Chaque visite dure entre 1 h 30 et 2 h 00 pour 8 personnes au maximum. Ces animations sont proposées de 1 à 6 fois par jour suivant la saison (départs échelonnés entre 11 h 00 et 18 h 00 ; basse saison : 3 visites 4 × 4/jour et haute saison : 6 visites 4 × 4/jour) et permettent d'accueillir chaque année entre 4 000 et 6 000 personnes.

Le domaine propose également des observations pendant la période du brame du cerf dans des conditions optimales, à travers deux produits :

Visite nommée « Écoute du brame » :

- Encadrement : visite guidée et encadrée par le personnel de Chambord.
- Groupe de 16 personnes maximum, véhicule 4 × 4.
- Période : du 20/09 au 10/10.
- Site : ferme de la Guillonnière (en salle puis en observatoire aménagé dans les bâtiments de la ferme).

Grâce à l'accompagnement de l'animateur nature, l'écoute du brame a lieu dans les meilleures conditions et les animaux peuvent alors être observés sur l'une des places de brame, au sein de la réserve. La direction de la chasse et de la forêt définit les lieux ouverts aux visites. La sortie dure 3 heures. Elle a lieu à l'aube ou au crépuscule, pour des groupes de 16 personnes au maximum. Ces sorties s'adressent à des « novices » intéressés par les connaissances que les guides natures peuvent leur apporter, contrairement à la visite « cœur du brame ».

Visite nommée « Cœur du brame » :

- Encadrement : visite guidée et encadrée par le personnel de Chambord.
- Groupe de 4 personnes maximum.
- Période : du 20/09 au 10/10.
- Fréquence : 2 miradors par soir.

Cette visite a été créée dans le but d'accueillir un public plus averti et connaisseur qui n'a pas forcément besoin d'un guide nature pour lui apporter des connaissances sur les cervidés et qui souhaite observer et photographier le spectacle. Ici nous sommes dans le cas où les personnes privatisent un mirador dans la réserve. Ces personnes sont déposées par les guides nature (maximum groupe de 4 personnes par observatoire).

• *Prestations de groupes*

Pour les groupes, il est également organisé des visites en bus, sur le même principe que les visites de découverte en véhicule tout terrain. Le nombre de groupes accueillis est de l'ordre d'une dizaine par an. La direction de la chasse et de la forêt veut développer cette activité dans l'avenir, notamment au printemps et à l'automne, quand la fréquentation du site est assurée essentiellement par cette catégorie de visiteurs. La visite dure environ 1 h 30. Accompagné d'un guide nature, le groupe pénètre avec son propre bus au cœur de la réserve en empruntant les chemins carrossables.

Pour les groupes scolaires, ce sont les enseignants qui programment les sorties pédagogiques en passant par le service réservation. En début d'année, les enseignants de l'académie sont invités à une réunion au cours de laquelle sont présentés la brochure éducative du DNC et les différents ateliers proposés. Aujourd'hui, le service des guides nature est capable de proposer des visites de la maternelle jusqu'au lycée. Il existe 8 ateliers, qui portent sur des thématiques différentes. Ces ateliers sont ciblés en fonction du public présent et ne peuvent pas forcément être vulgarisés (par exemple : atelier archéologie du paysage, réalisé avec les lycéens de préférence). Les visites scolaires sont proposées toute l'année. Elles sont adaptées en fonction des conditions météorologiques et des thématiques.

L'offre touristique mise en place par le DNC se veut être autant diversifiée que possible pour s'adresser aussi bien à une clientèle de novices que d'initiés au patrimoine naturel. Cette offre est le résultat d'une politique plus globale visant à positionner le DNC dans une nouvelle forme de tourisme : le tourisme durable.

LA FORÊT DANS L'UNIVERS CHAMBORD

Dans le cadre de son projet d'établissement 2015-2020, Chambord a décidé de refonder la vocation scientifique de sa forêt. Un partenariat a été mis en œuvre avec l'Office national de la chasse et de la faune sauvage (ONCFS) et la Fondation François Sommer, avec la collaboration du Museum national d'histoire naturelle (MNHN) et l'Institut national de recherche en sciences et technologies

pour l'environnement et l'agriculture (Irstea)⁽¹⁾. La Réserve nationale de chasse et de faune sauvage est appelée à servir la recherche scientifique et se fixe pour objectif de figurer, dans les dix prochaines années, dans les références mondiales pour l'étude des grands ongulés sauvages.

Dans le même temps, l'année 2014 est marquée par le renouvellement du projet d'aménagement forestier du DNC. Ce document donne la ligne de conduite pour la gestion du domaine forestier pour les vingt années à venir (2015-2034). L'objectif clairement affiché est de concilier les fonctions écologiques de la forêt, en adéquation avec les exigences du classement Natura 2000, avec sa fréquentation touristique et son rôle éducatif. Les enjeux sociaux sont au cœur du dispositif. La forêt de Chambord est classée monument historique depuis 1997 au même titre que le château (1880), classée au titre des sites naturels (1923) et inscrite dans la liste de l'UNESCO depuis 1981. Elle est également classée en tant que Réserve nationale de chasse et faune sauvage (1947). Ces classements érigent la forêt en objet patrimonial. Cette patrimonialisation affirmée se matérialise par la mise en avant du tourisme de nature, avec l'accueil du public, la pédagogie et l'observation de la faune sauvage et du paysage, tout cela garanti par la préservation de la biodiversité. Aussi, ce sont quatre fonctions que doit assurer la forêt du domaine : l'accueil du public (valorisation du patrimoine naturel) ; l'environnement (préserver la biodiversité et la quiétude des animaux) ; la chasse (régulation des populations d'ongulés, cervidés, sangliers, moutons) et la sylviculture (la gestion forestière au service de la biodiversité). Le parc est également doté d'une valeur archéologique remarquable. Les riches inventaires réalisés confirment la nécessité de préserver et de valoriser toutes les ressources de la forêt, tant au niveau de la biodiversité que de l'histoire mais aussi d'éviter toute dégradation de ce patrimoine grâce à une gestion forestière respectueuse.

C'est ainsi que le parc a été organisé en trois espaces :

- une zone ouverte au public en tout temps où sont rassemblés tous les équipements d'accueil (parking, aire de pique-nique, information et sentiers de promenade),
- une zone, au nord du parc par rapport au Cosson, dévolue aux actions pédagogiques et aux chasses photographiques,
- une zone « réserve » d'accès strictement limité et soumis systématiquement à autorisation quelle que soit l'activité envisagée. Elle est réservée à la quiétude des animaux et la régénération de la biodiversité.

L'objectif de cette valorisation du patrimoine naturel, tel que le définissent les gestionnaires du DNC, n'est pas d'attirer autant de visiteurs dans la forêt que sur le château. L'idée est de rapprocher le château et son parc, pour créer une expérience unique, entre nature et culture ; un univers du génie, pour reprendre le nouveau slogan du domaine en vigueur depuis 2016 : « Chambord, entrez dans l'univers du génie ». Toute la communication du DNC tourne dorénavant autour de la complémentarité indissociable et indispensable entre le château et son parc. Les travaux sur le domaine ambitionnent de « recoudre la plaie entre le château et le parc », d'après le directeur général du DNC. L'idée est de considérer que la forêt peut être également le lieu de rendez-vous culturels, tout comme le château devient le lieu de la valorisation d'activités nature. Dans cette nouvelle stratégie marketing, le tourisme de nature semble être nouveau. Pourtant cette forme touristique remonte au XIX^e siècle (Béteille, 2000). Ce concept est importé d'Amérique du Nord. Il a surtout été appliqué dans les pays du Sud, aux territoires à forte diversité biologique, à des forêts primaires ou à la grande faune sauvage (Ben Othmen, 2013). Il a ensuite été quelque peu oublié lors de la période de développement du tourisme de masse engagée dans les années 1960.

(1) Depuis le 1^{er} janvier 2020, l'Irstea et l'Institut national de la recherche agronomique (INRA) sont regroupés au sein de l'Institut national de recherche pour l'agriculture, l'alimentation et l'environnement (INRAE).

Ce tourisme représente aujourd'hui 9 % du PIB mondial et est la première activité de service avec près de 12 % de l'activité économique globale. *« Activité multisectorielle, il contribue au développement économique et à l'emploi dans de nombreux domaines, comme le transport, l'hébergement, les loisirs, la restauration, la culture et la communication, et constitue la principale source de devises étrangères pour de nombreux pays en voie de développement »* (François-Lecompte et al., 2013). En outre, la croissance du tourisme, continue depuis l'après-guerre, est particulièrement prononcée dans les pays émergents et en développement. Dans les années 2000, on y enregistrait une moyenne de 5,6 % de croissance par an, contre 1,8 % pour les économies avancées (OMT, 2011). L'activité représente 29 % des exportations de services dans le monde entier et offre, dans de nombreux pays en développement, une importante, et parfois la principale, source de recettes en devises.

Conjointement, le tourisme, notamment le tourisme de masse, génère des dégradations environnementales, des inégalités socioéconomiques et un appauvrissement culturel (Deslile et Jolin, 2007). Selon A. François-Lecompte et al. (2013), *« les impacts sur le plan environnemental sont bien connus et s'avèrent souvent irréversibles : la pollution, l'érosion et la dégradation des sites naturels, l'extinction d'espèces naturelles, l'altération et la destruction de ressources naturelles, la déforestation, le bouleversement de la biodiversité et l'épuisement de l'eau. En fait, le secteur touristique, à lui seul, représente plus de 5,3 % des émissions de gaz à effet de serre dans le monde, soit 1,3 milliard de tonnes par an. D'ailleurs, l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) prévoit dans les 30 prochaines années une hausse de 150 % de ces émissions. Les menaces sont aussi d'ordre économique, avec des revenus souvent captés par des intermédiaires et profitant peu aux populations locales des pays les plus défavorisés. Enfin, elles sont également d'ordre culturel avec la perte d'éléments du patrimoine culturel au profit d'une folklorisation des rites et des cultures ou d'une mondialisation des modes de vie »*.

C'est dans ce contexte que se développent des alternatives au tourisme de masse cherchant, afin de remédier aux problèmes environnementaux, socioéconomiques et culturels engendrés, à développer des offres à caractères participatifs, éthiques, responsables et respectueux. L'OMT (2011) insiste d'ailleurs sur le fait qu'*« une caractéristique fondamentale du secteur du tourisme est sa capacité de relier les aspects économiques, sociaux, culturels et environnementaux du développement durable et d'agir comme une force motrice pour leur enrichissement mutuel. Ceci est dû au fait que le tourisme est une activité économique fortement dépendante de la préservation de milieux intacts, un patrimoine culturel riche et des communautés accueillantes »*.

Aussi, depuis une quinzaine d'années, le tourisme de nature est devenu de plus en plus populaire aussi bien en France qu'à l'étranger, pour représenter aujourd'hui un réel marché avec des potentialités de croissance intéressantes pour les territoires et les opérateurs. Cette progression résulte notamment d'un ensemble d'évolutions sociodémographiques plutôt marquées ces dernières années et à des attentes fortes de « nature » de la part des individus en général, et des clientèles touristiques, en particulier. Une dizaine de synonymes existent : tourisme vert, tourisme rural, tourisme littoral, tourisme naturaliste, tourisme d'aventure, tourisme de découverte, tourisme scientifique, géotourisme, écotourisme, etc. (Dinéty et Proust, 2002). Derrière ce foisonnement, se cache la volonté de pratiquer un tourisme respectueux au sein d'espaces naturels et protégés (Blangy, 1993). Plus récemment encore, à la découverte, l'observation et la compréhension des milieux naturels, est venue se rajouter l'éducation. En effet, ces activités possèdent dorénavant un aspect éducatif. Elles ont pour finalité, au-delà la transmission de connaissances, l'apprentissage de conduites respectueuses de l'environnement (Fantino, 2005).

Le tourisme de nature s'inscrit finalement dans le champ du développement durable. Il constitue, comme dans le cas du DNC, une source de richesses potentielle pour les populations et les pays visités, tout en encourageant l'altérité et le lien social, les rencontres spécifiques entre visiteurs,

professionnels du tourisme, commerçants, artisans, communautés locales, milieu associatif et collectivités territoriales (Ruiz, 2013). Le PNUE et l'OMT (2006) précisent que « *de nombreux groupes peuvent tirer avantage d'un tourisme plus durable :*

– *les entreprises de tourisme, tout en cherchant la rentabilité à long terme, doivent se préoccuper de leur image de marque, des relations avec leur personnel et de leur impact sur l'environnement mondial et sur leur environnement immédiat ;*

– *les communautés locales aspirent à une prospérité accrue, sans exploitation ni atteinte à la qualité de la vie ;*

– *les défenseurs de l'environnement s'inquiètent des impacts négatifs du tourisme, mais y voient également une source de revenus pour la conservation ;*

– *les touristes recherchent des prestations de qualité dans un environnement sûr et attrayant ; ils sont de plus en plus conscients des impacts de leurs voyages ».*

Dans la continuité, le PNUE et l'OMT (2006) signalent que « *contrairement à la plupart des autres secteurs, le consommateur de tourisme (le touriste) se déplace jusqu'au producteur et au produit. Cela induit trois caractéristiques importantes et uniques de la relation entre le tourisme et le développement durable :*

– *Sensibilisation : le tourisme fait prendre conscience aux gens (visiteurs et hôtes) des problèmes d'environnement et des différences entre nations et cultures. Cela peut modifier les attitudes et les préoccupations par rapport aux questions de développement durable, au cours du voyage mais aussi pour toute la vie ;*

– *Dépendance : de nombreux touristes recherchent des environnements intacts et propres, des aires naturelles attrayantes, des traditions historiques et culturelles authentiques et des hôtes accueillants avec lesquels ils puissent avoir de bonnes relations. Le secteur est donc tributaire de l'existence de ces conditions ;*

– *Interaction : en tant qu'activité de services qui consiste à faire découvrir de nouveaux lieux, le tourisme implique par nature de multiples interactions, directes et indirectes, entre les visiteurs, les communautés d'accueil et leur environnement local ».*

C'est dorénavant dans ce concept de tourisme durable que s'inscrit le DNC. À côté du château, de la forêt et de ses animaux, se rajoutent depuis peu les jardins à la française, le terroir, avec le vignoble du domaine et le tout nouveau jardin potager de Chambord.

CONCLUSION

Plus que de s'inscrire tous les deux dans le tourisme durable, le tourisme de nature et le tourisme culturel ont plusieurs points communs : les relations privilégiées avec le territoire visité, le caractère actif de la visite, ainsi que l'apprentissage et la formation. Surtout, tourisme durable et tourisme culturel s'inscrivent dans une proximité avec le visiteur. Dans le cas du DNC, même si le terme « tourisme créatif » n'est jamais apparu ni dans nos entretiens ni dans les documents produits par le DNC (outils de communication, rapports d'activité, projet d'établissement), nous sommes bien ici dans la création d'une activité qui permet de découvrir un univers. « *L'expérience, vécue, sensible (par les sens) et initiatique : le voyageur s'immerge dans la culture locale pour vivre au plus près les us et coutumes, rencontrer l'autre et partager avec lui* ». Ce sont les termes utilisés par Pascale Argod (2014) pour caractériser le tourisme créatif. Ils pourraient tout aussi bien décrire la découverte du nouvel univers proposé par le DNC.

Le tourisme culturel et le tourisme de nature se revendiquent d'une démarche vertueuse et durable. À Chambord, toute l'ambition est de les démarquer des pratiques de masse pour répondre à une demande forte des consommateurs de typicité, d'unicité et d'authenticité pendant

la découverte. L'hybridation de la Nature et de la Culture est en marche à Chambord, dans l'objectif de proposer une marque, un univers, entre loisirs et éducation, entre forêt et château, entre pratiques artistiques et pratiques physiques. Ce mouvement a été impulsé, nous l'avons vu, par l'objectif d'arriver à un autofinancement total à l'horizon 2020. Une nouvelle place est ainsi accordée au visiteur qui devient, plus qu'un simple touriste, un hôte, à qui il faut faire découvrir l'univers du Domaine et ses richesses, avec qui il faut partager une expérience unique. Le résultat est une forte augmentation de la fréquentation. Le rapport d'activités 2017 (Domaine national de Chambord, 2018) fait état de 2 millions de visiteurs sur le domaine. 1 051 074 billets ont été délivrés dont 917 888 visiteurs dans le château et 133 186 clients d'activités de loisirs, soit une augmentation de 25,92 % par rapport à 2016.

Jean Louis YENGUÉ
Géographe
Professeur des Universités
UNIVERSITÉ DE POITIERS
EA 2252 RURALITÉS
Maison des Sciences de l'Homme et de la Société
Université de Poitiers, Bâtiment A5
5 rue Théodore-Lefèbvre, TSA 21103
F-86073 POITIERS CEDEX 9
(jean.louis.yengue@univ-poitiers.fr)

Remerciements

La rédaction de la *Revue forestière française* remercie vivement la direction de la communication, de la marque et du mécénat du Domaine national de Chambord pour la fourniture des plans et des photographies des observatoires de faune et pour leur aimable autorisation de reproduction de ces documents.

BIBLIOGRAPHIE

- ARGOD P., 2014. Arts visuels et médiation d'un tourisme créatif : de l'expérience du voyage, de la pratique artistique et des "créatifs culturels". *Mondes du Tourisme*, (10), pp. 47-61.
- BEN OTHMEN A., 2013. *Tourisme de nature et financement de la préservation des sites naturels et aménités par leurs usagers : Le cas de l'estuaire de la Gironde (France)*. Université Bordeaux IV. (Thèse de Doctorat).
- BÉTEILLE R., 2000. *Le Tourisme vert*. Paris : Presses universitaires de France. 127 p. (Que sais-je ?).
- BLANGY S., 1993. L'Écotourisme dans le monde. In : *Tourisme et environnement. Du tourisme de nature à l'écotourisme*. Paris : Éditions touristiques européennes. Hors-série Cahiers Espaces, pp. 223-225.
- CHABAN Q., 2016. *Domaine National de Chambord et tourisme de Nature. Le cas de l'espèce comme outil de développement pour le tourisme de nature à Chambord*. Université de Tours, département Géographie (Mémoire de master 1).
- DELISLE M.-A., JOLIN L., 2007. *Un autre tourisme est-il possible ?* Québec : Presses de l'Université du Québec. 168 p.
- DINÉTY J.-C., PROUST É., 2002. *Géographie du tourisme*. 2^e édition. Paris : Éd. BPI. 160 p. (Enseignement-formation-restauration-hôtellerie-tourisme).
- DIRECTION DES ÉTUDES ÉCONOMIQUES ET DE L'ÉVALUATION ENVIRONNEMENTALE, MINISTÈRE DE L'ÉCOLOGIE, DU DÉVELOPPEMENT ET DE L'AMÉNAGEMENT DURABLE, 2007. Le Tourisme de nature en France et ses potentialités de développement. *Lettre Évaluation*, Hors-Série, (7).
- DOMAINE NATIONAL DE CHAMBORD, 2018. *Rapport d'activité 2017*. Chambord : Domaine national de Chambord. 104 p.

- FANTINO F., 2005. *La Prise en compte du tourisme de nature dans les réserves naturelles : Quels facteurs de décision*. Tours : Université François-Rabelais. 60 p. (Mémoire de master 2).
- FRANÇOIS-LECOMPTE A., PRIM-ALLAZ I., DURIF F., 2013. Le Tourisme durable : les sept clés du succès. *Gestion*, 38(3), pp. 84-96.
- ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME, 2011. *Un Tourisme Durable pour le Développement, Guide, Renforcement des capacités pour un tourisme durable pour le développement dans les pays en voie de développement*. Madrid : OMT.
- PROGRAMME DES NATIONS UNIES POUR L'ENVIRONNEMENT, ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME, 2006. *Vers un tourisme durable. Guide à l'usage des décideurs*. Paris : PNUE ; Madrid : OMT. 230 p.
- RÉGION CENTRE-VAL DE LOIRE, 2017. *Stratégie régionale du tourisme et des loisirs 2016 – 2021*. Orléans : Région Centre-Val de Loire. 79 p.
- RUIZ G., 2013. Le Tourisme durable : un nouveau modèle de développement touristique ? *Revue internationale et stratégique*, 90(2), pp. 97-105.

DU CHÂTEAU À LA FORÊT : LA PLACE DE LA NATURE À CHAMBORD (Résumé)

Le Domaine national de Chambord (DNC) est un fait historique exceptionnel. Le périmètre que nous connaissons, qui couvre 5 440 hectares ceints de 32 kilomètres de murs, forme aujourd'hui le plus grand domaine clos d'Europe. C'est en 1519 que François 1^{er} décide de faire construire à Chambord un « bel et somptueux » édifice dont la définition échappe aux règles traditionnelles de classification architecturale. Son architecture, inspirée par le travail de Léonard de Vinci, savant mélange entre formes médiévales et innovations de la Renaissance italienne, est unique. Aujourd'hui, la valorisation touristique de ce patrimoine culturel fait de Chambord l'un des sites les plus visités de France. En 2005, le DNC devient un Établissement public national à caractère industriel et commercial (EPIC). Ce nouveau statut entraîne un arrêt du subventionnement de l'État même s'il en garde la tutelle, et un autofinancement total du domaine. Le DNC s'est alors fixé comme ambition première d'accueillir de nouveaux publics pour atteindre un million de visiteurs par an en 2020. Cette quête de l'autonomie financière donne une nouvelle place à la forêt du domaine. Dans cet article, nous analysons et discutons les stratégies développées pour attirer un nouveau public.

FROM CASTLE TO FOREST – THE PLACE OF NATURE AT CHAMBORD (Abstract)

The National Estate of Chambord (*Domaine national de Chambord* - DNC) is a historical peculiarity. Its current surface area, covering 5 440 hectares enclosed in 32 kilometres of walls, makes it presently the largest enclosed estate in Europe. It was in 1519 that François 1st decided to have “a beautiful and magnificent” edifice built at Chambord. Traditional rules of architectural classification were unable to define it adequately. Its unique architecture, deriving inspiration from Leonardo da Vinci's work, is a clever mixture of medieval forms and of innovations from the Italian Renaissance. Facilities made available to tourists have made the Chambord cultural heritage one of the most visited sites in France. In 2005, the DNC became an “EPIC” [industrial and commercial National Public Establishment]. Under this new status, state subsidies were discontinued — although the State retained its supervisory powers— requiring it to be totally self-financing. The DNC's primary aim became to attract new visitor categories with the goal of achieving a rate of one million visitors per year in 2020. These actions to achieve financial independence have repercussions on the role played by the estate's forest. We analyse and discuss the strategies designed to attract new visitor categories.

