

L'ESCALADE EN ESSONNE

Enjeux touristiques



essonnetourisme.com

Essonne
Tourisme

SOMMAIRE

- 03 **Introduction**

- 04 **I. Fontainebleau, une destination phare pour l'escalade de bloc**
- 04 *A. Brève histoire de l'escalade de bloc à Fontainebleau*
- 06 *B. Une attractivité encore peu maîtrisée par les acteurs institutionnels touristiques*
- 08 *C. Espace de pratique et territoire touristique*

- 10 **II. Conscientiser et fédérer les acteurs autour de l'escalade**
- 10 *A. Gestionnaires d'espaces naturels, associations d'usagers et institutionnels du tourisme*
- 13 *B. Diversité des pratiquants de l'escalade*
- 14 *C. Une stratégie de sensibilisation à inventer*

- 16 **III. Perspectives et pistes d'actions**
- 16 *A. Connaître les pratiques des grimpeurs et les retombées économiques*
- 18 *B. Renouveler l'image touristique de la destination*
- 20 *C. L'outdoor, une opportunité pour l'attractivité du Gâtinais*

Crédits :

Page de couverture : Vertical-voyage; Pages 3 : Essonne Tourisme; Pages 5&6 : Flickr - Essonne Tourisme; Page 7 : Bloasis - Parcs Naturels régionaux; Pages 9&10 : Camptocamp - Essonne Tourisme- Adobe Stock; Pages 11&12 : Adobe Stock - Savoie Escalade ; Page 13 : François Ghignoni - Essonne Tourisme; Pages 15&16: Commons Wikimedia - Camptocamps; Page 17 : Commons Wikimedia ; Page 18 : Gravityvaultflemington; Pages 19 : Essonne Tourisme; Pages 20 : Commons Wikimedia; Page 21&22 : Commons Wikimedia - Flicks - Adobe Stock



INTRODUCTION

D'après l'étude Vertical Life de 2021, la forêt de Fontainebleau est l'une des 5 destinations d'escalade à la plus forte notoriété au monde. Sur le territoire, cette notoriété se traduit par une forte attractivité auprès de grimpeurs étrangers. En effet, l'Office Nationale des Forêts (ONF), gestionnaire des forêts domaniales de Fontainebleau, des Trois Pignons et de la Commanderie, a constaté une hausse de la fréquentation des grimpeurs entre 2016 et 2021.¹

Côté essonnien, les grimpeurs étrangers semblent devenir une clientèle notable pour les gîtes, campings et chambres d'hôtes situés autour de Milly-la-Forêt, en périphérie ouest du massif forestier. Ainsi, ces dernières années, plusieurs hébergements touristiques ciblant les clientèles « grimpeurs » se sont créés sur le territoire de la Communauté de Communes des 2 Vallées.

Toutefois, malgré cette prise de conscience des gestionnaires d'espaces naturels et des acteurs touristiques, les touristes liés à l'escalade demeurent une clientèle difficile à appréhender pour les acteurs institutionnels.

En matière de gestion forestière, la sensibilisation et la gestion des flux des touristes étrangers restent un défi. Le processus de concertation territoriale mobilise principalement des acteurs locaux constitués d'élus, de techniciens des institutions partenaires et de bénévoles d'associations d'usagers.

Sur un plan touristique, l'organisation de l'hébergement marchand sur le territoire, composée principalement de structures de petite taille (gîtes, meublés, chambres d'hôtes, campings familiaux), engendre une faible visibilité de l'activité. Dans le même temps, le développement des offres numériques en matière de location d'hébergements et d'activités touristiques participe à rendre difficile la perception du tourisme lié à l'escalade.



Cette étude a ainsi pour objectif d'appréhender les enjeux liés au tourisme d'escalade dans le Sud francilien, et de comprendre les difficultés auxquelles doivent faire face les acteurs institutionnels pour appréhender cette clientèle.

Suite à ce diagnostic, seront présentées des pistes de réflexion pour améliorer l'accueil des touristes liés à l'escalade et renforcer l'attractivité du territoire.

¹ Selon une étude de fréquentation réalisée par l'Agence Île-de-France Est de l'Office National des Forêts en 2021-2022.

I. Fontainebleau, une destination phare pour l'escalade de bloc

Afin d'appréhender les enjeux touristiques liés à l'escalade dans le Sud francilien, il est important de comprendre comment la forêt de Fontainebleau est devenue une destination phare pour l'escalade sur le plan international. **Cet historique donne matière à comprendre le fonctionnement de la communauté de grimpeurs et son rôle dans l'attractivité de la Destination.**

La compréhension des mécanismes d'attractivité du lieu chez les pratiquants de l'escalade nous offre un éclairage sur **les difficultés des gestionnaires d'espaces naturels à canaliser les flux**. Elle explique également les difficultés des institutionnels touristiques à intégrer l'escalade comme une ressource prépondérante.

A. Brève histoire de l'escalade de bloc à Fontainebleau

La pratique de l'escalade débute en forêt de Fontainebleau à la fin du XIX^{ème} siècle. Les pionniers du Club Alpin Français, association fondée à Paris en 1874 avec pour objectif de « faciliter et propager la connaissance précise des montagnes françaises », s'intéresse à la forêt de Fontainebleau pour s'entraîner à la pratique de l'alpinisme tout en restant à proximité de la capitale. **Avec ses chaos rocheux, la forêt de Fontainebleau permet aux alpinistes parisiens de s'exercer aux techniques nécessaires pour les courses en montagne.** Ainsi, émerge la pratique de l'escalade de bloc sur les rochers de grès.

Autour de 1910, le Groupe des « rochassiers » se forme autour de Jacques Werlhin et des frères Lepiney. Suit le Groupe de Bleau, qui se forme à partir de 1924, autour des meilleurs alpinistes parisiens de l'époque. La notoriété internationale de certains comme Pierre Allain, Pierre Chevalier et Henri Brénot dans les communautés alpinistes, permet à la forêt de Fontainebleau de gagner en notoriété. À cette époque, la pratique de l'escalade se concentre principalement sur le site du Cuvier Chatillon, à l'Est de Barbizon. En 1945, Maurice Martin fait l'inventaire des blocs du Bas Cuvier, c'est le premier topo d'escalade sur Fontainebleau. Les récits des pionniers participent à développer la notoriété internationale du lieu et à en faire une « **Mecque de l'escalade de bloc** ».



En 1952, est créé le Comité de défense des sites et rochers d'escalade (Cosiroc).

L'association défend la pratique de l'escalade sur l'ensemble du Sud francilien en militant pour l'acquisition des forêts de Trois Pignons et de Buthiers par des acteurs publics. Le Cosiroc devient également un interlocuteur de l'administration forestière pour obtenir une reconnaissance de la pratique de l'escalade, ce qui permettra de protéger et d'encadrer le développement de ce sport dans le massif forestier de Fontainebleau.

Avec l'acquisition de la forêt de Trois Pignons, à l'ouest de Fontainebleau, par l'État, on assiste à une diffusion de la pratique de l'escalade à de nouveaux sites. Les « 25 bosses », créés en 1972, devient le sentier de randonnée le plus célèbre de l'Île-de-France. Il est devenu un site de pratique de référence pour des sports de nature tels que le trail running et l'escalade. Dans le même temps, la carte topographique IGN indique une forte concentration de sites d'escalade dans la forêt des Trois Pignons, ce qui renforce l'assimilation de cette forêt aux sports de nature.

Fontainebleau faisant partie du top 5 des destinations phares pour l'escalade, on assiste ainsi à une internationalisation des grimpeurs depuis quelques années.

Ces dernières années, l'entrée de l'escalade aux Jeux Olympiques 2024 et le développement des salles d'escalade ludique participent à un **accroissement du nombre de pratiquants : entre 35 et 40 millions dans le monde entier** selon l'étude internationale Vertical Life.



Ce phénomène de massification s'appuie sur les imaginaires créés par les pionniers voyant le sport outdoor comme un mode de vie. **La présence d'un spot d'escalade à forte notoriété devient un facteur pour le choix de séjour touristique.**

Fontainebleau faisant partie du top 5 des destinations phares pour l'escalade, on assiste ainsi à une internationalisation des grimpeurs depuis quelques années.

Ainsi, du fait de l'évolution des pratiques de loisirs en forêt avec le développement des sports de nature, on assiste à une nouvelle géographie des pratiques d'escalade dans le massif forestier de Fontainebleau.

Aujourd'hui, le Sud des Trois Pignons et Franchard Isatis sont les sites les plus populaires parmi les grimpeurs, ce qui accroît des phénomènes de surfréquentation et d'érosion sur ses sites.

B . Mise en tourisme et une attractivité encore peu maîtrisée

La mise en tourisme de la forêt de Fontainebleau et des communes situées à ses alentours est bien antérieure au développement de l'escalade. Durant la première moitié du XIXème siècle, la forêt de Fontainebleau devient un lieu apprécié des artistes romantiques. C'est l'époque où Barbizon devient un lieu prisé des peintres qui expérimentent en forêt une peinture en plein-air.

Sous le Second Empire, la reconnaissance académique des peintres de Barbizon et le développement du chemin de fer font de Fontainebleau une destination à la mode pour la bourgeoisie parisienne. Le caractère artistique de la villégiature devient vite un argument touristique. Les principales ressources mobilisées sont le patrimoine avec le château de Fontainebleau et la forêt éponyme présentée sous un aspect culturel, vantant les références à la peinture et à la littérature.

À Milly-la-Forêt et ses alentours, la mise en tourisme est plus tardive. La villégiature se développe dès l'entre deux guerres avec l'apparition de l'automobile, rendant accessible un Ouest qui demeurait excentré par rapport au réseau ferré. Toutefois, les ressources touristiques mobilisées sont similaires avec celles de Fontainebleau, vantant le souvenir des villégiatures d'artistes. La Chapelle Saint-Blaise, puis la Maison Cocteau et le Cyclop deviennent au cours de la fin du XXème siècle des attractions touristiques majeures de Milly-la-Forêt. On peut dès lors parler d'une expansion de la destination touristique.

Ainsi, le Pays de Fontainebleau et les 2 Vallées mobilisent une offre touristique construite autour d'une offre patrimoniale. Dans un contexte d'une destination touristique ancienne, le développement d'un tourisme sportif lié à l'escalade ces dernières années a été peu considéré par les acteurs locaux.

Maison Jean Cocteau à Milly-la-Forêt



D'une part, l'escalade, en tant que sport, s'est construite avec une image contre-culturelle promouvant une proximité avec la nature et un discours anti-économique². Cette posture a participé à diffuser l'image d'un touriste grimpeur autosuffisant, consommant peu sur le territoire. Ainsi, pour nombreux élus et techniciens, **l'escalade a longtemps été perçue comme une ressource touristique peu porteuse.**

Néanmoins, dès la fin des années 2020, de nouveaux entrepreneurs s'installent sur le territoire pour développer une offre touristique à destination des grimpeurs. À Oncy-sur-École, nous pouvons citer le gîte de groupes Bloasis, ouvert en 2020 et qui propose des prestations de location de matériel et de vélos à assistance électrique pour capter une clientèle internationale de grimpeurs. Aujourd'hui, les grimpeurs représentent majoritairement leur clientèle.

Les initiatives privées telles que Bloasis ont permis une première conscientisation des acteurs institutionnels touristiques.

L'éco-gîte Bloasis à Oncy-sur-École



Toutefois, il reste encore difficile pour ces derniers d'appréhender les pratiques et les vraies attentes des touristes grimpeurs.



² Interview d'Olivier Aubel, <https://lafabriqueverticale.com/fr/typologie-des-grimpeurs-comment-definir-les-pratiquants-en-2021/>, consulté le 02 novembre 2023.

C . Espace de pratique et territoire touristique

La faible offre de services touristiques en forêt rend difficile la compréhension des consommations touristiques des grimpeurs en séjour sur le territoire. On ne compte que 2 établissements de restauration légère en forêt domaniale : la Caverne des Brigands à côté de Barbizon, et la Croix d'Augas à proximité de Fontainebleau. En périphérie du massif forestier se trouvent 2 restaurants à proximité de sites d'escalade : l'Auberge de la Dame Jouanne à Larchant (77) et la Chaumière du Télégraphe dans la forêt des Grands Avaux (91).

Ainsi, les sites d'escalade sont des sites de pratique mais pas de consommation touristique. De fait, le tourisme lié à l'escalade ne génère pas de recettes pour l'ONF.

Dans le même temps, l'escalade engendre des charges pour l'ONF avec une nécessité d'aménagement et de sécurisation des sites. Avec une fréquentation estimée à 16 millions de visites et un accès qui se fait principalement en automobile, l'aménagement d'aire de stationnement praticable en toute saison est nécessaire, tout comme une surveillance et un entretien des arbres et des sols y compris autour des rochers.

Les consommations touristiques des grimpeurs se font principalement dans les communes situées en périphérie du massif forestier. Nous pouvons émettre l'hypothèse que les villes et villages les plus proches des sites d'escalade les plus fréquentés sont celles qui bénéficient le plus de ce tourisme.

Néanmoins, il serait pertinent de mener une étude sur ces dépenses afin de permettre l'identification précise des territoires bénéficiant le plus des retombées économiques du tourisme liées à l'escalade.

Bien que cette identification soit plus simple via des hébergements touristiques dont les stratégies de communication ciblent explicitement les grimpeurs³, il reste toutefois difficile de l'appréhender, par exemple, auprès des commerçants, qui ne peuvent distinguer un touriste grimpeur d'un autre touriste voire d'un habitant.

Au-delà de la consommation, il est important de souligner que les territoires touchés par cette activité présentent des réalités diverses vis-à-vis de l'économie touristique. À titre d'exemple, dans la C.C. des 2 Vallées en Essonne, le tourisme ne représente que 0,8 % des emplois sur le territoire⁴ et l'offre d'hébergements touristiques reste assez limitée⁵. Dans la C.A. du Pays de Fontainebleau voisin (Seine-et-Marne), les ressources touristiques sont multiples avec une prégnance du tourisme d'affaires et d'un tourisme d'agrément de court-séjour.

Ainsi, que ce soit pour l'ONF ou pour les acteurs institutionnels seine-et-marnais et essonnais, la perception des retombées économiques liées au tourisme de l'escalade est difficile. Cette barrière a besoin d'être surmontée afin qu'un travail de conscientisation des différents partenaires sur les problématiques liées à ce tourisme sportif puisse voir le jour.

³ Ces hébergements sont situés principalement dans la plaine de Bière, la vallée de l'École et sur le plateau de la Chapelle-la-Reine, c'est-à-dire à l'Ouest du massif forestier.

⁴ Potentiel de l'activité touristique dans les intercommunalités de l'Essonne, Institut Paris Region, 2021.

⁵ Principalement gîtes, chambres d'hôtes et campings de taille moyenne.



II . Conscientiser et fédérer les acteurs autour de l'escalade

L'escalade en tant que pratique touristique est difficile à appréhender pour l'ensemble des acteurs institutionnels du territoire. D'une part, l'escalade est un enjeu en matière de gestion d'espaces naturels et de tourisme. D'un point de vue de la gestion forestière, c'est un phénomène qu'il convient de canaliser pour limiter les risques de surfréquentation. D'un point de vue touristique, l'attractivité des sites auprès des visiteurs étrangers demeure une opportunité.



D'autre part, le territoire, dont le patrimoine est perçu comme la principale ressource touristique, ne possède pas une culture du tourisme sportif. Le sport est principalement traité en tant que pratique de proximité générant peu de retombées économiques directes. Ainsi, par ses enjeux, **le tourisme lié à l'escalade nécessite une mobilisation d'acteurs aux intérêts divers autour d'une démarche commune.**



A . Gestionnaires d'espaces naturels, associations d'usagers et institutionnels

Nous recensons 3 grands types d'acteurs institutionnels liés à l'escalade : les gestionnaires d'espaces naturels, les associations d'usagers et les institutionnels du tourisme.

Afin de mieux comprendre les enjeux liés à l'escalade pour l'ensemble de ces acteurs, il nous semble important de comprendre d'abord les intérêts de chacun.

»»»» Gestionnaires d'espaces naturels

En tant que gestionnaire des forêts domaniales de Fontainebleau et des Trois Pignons, l'ONF est en première ligne au sujet de l'escalade dans le Sud francilien.

Toutefois, il convient de souligner que d'autres espaces forestiers disposent de sites d'escalade tels que le site de la Haute Pierre, l'Île de loisirs de Buthiers, les forêts départementales des Grands Aaux et du Belvédère, et la forêt régionale d'Etréchy. Par ailleurs, on recense des spots d'escalade informels situés dans des forêts privées.

Bien entendu, la fréquentation dans l'ensemble des spots d'escalade recensés dans le Sud francilien n'est pas égale. Les spots les plus confidentiels ne sont fréquentés que par un nombre restreint d'initiés.

Les touristes étrangers semblent se concentrer principalement sur les spots de l'Ouest du massif de Fontainebleau. Ainsi, bien que les enjeux pour les gestionnaires d'espaces naturels puissent varier, ils ont en commun une nécessité de concilier la pratique de l'escalade avec leurs missions de protection des milieux naturels et de gestion sylvicole.

Citons, à titre d'exemple, les conflits d'usage avec les chasseurs sur certains sites privés et communaux, ou encore l'émergence de nouvelles pratiques nocturnes générant un dérangement de la faune sauvage. En matière de sécurité et de protection des milieux naturels, les principales problématiques sont liées à l'érosion et à la protection des mousses et lichens situés sur les rochers. En résumé, **du point de vue des gestionnaires, la réglementation des pratiques d'escalade est nécessaire pour la conciliation des enjeux de multifonctionnalité des espaces forestiers du Sud francilien.**



»»»» Associations d'usagers

Les associations d'usagers peuvent prendre différentes formes et œuvrer à différents niveaux. La Fédération Française de Montagne et d'Escalade dispose d'un statut fédéral mais s'appuie localement sur des Comités départementaux et des clubs affiliés. Le Cosiroc est une association créée en 1954 spécifiquement pour le recensement et l'entretien des circuits d'escalade dans le Sud francilien, sans aucune affiliation à une fédération. Enfin, il existe également des associations locales telles que les Amis des Rochers de Beauvais qui œuvrent pour la protection d'un site.

Ces associations d'usagers ont pour enjeu d'organiser la pratique de l'escalade. Elles sont des interlocuteurs privilégiés pour les gestionnaires d'espaces naturels et œuvrent à la reconnaissance des sites d'escalade. Les associations ont un rôle de relais envers les pratiquants afin de les conscientiser aux enjeux de sécurité et de protection des milieux naturels. Ainsi, le dialogue entre associations et gestionnaires permet de construire et de diffuser une pratique responsable de l'escalade. Toutefois, ce dialogue se limite à un cadre sportif dans lequel le tourisme demeure un angle mort.

En matière touristique, **les membres des associations d'usagers sont principalement des habitants du territoire voire des excursionnistes fidélisés, ce qui peut induire des limites notamment pour la prise en compte des besoins touristiques.**

Par ailleurs, les touristes n'étant pas adhérents aux associations locales, leur conscientisation reste difficile à évaluer.

»»»» Institutionnels du tourisme

Les massif forestier de Fontainebleau se trouvant dans les départements de la Seine-et-Marne et de l'Essonne, les acteurs institutionnels du tourisme sont liés aux différents périmètres administratifs. À l'échelle départementale, Essonne Tourisme et Seine-et-Marne Attractivité sont les agences en charge du développement touristique pour leurs départements respectif. À l'échelle intercommunale, les Communautés d'agglomération du Pays de Fontainebleau, de Melun-Val-de-Seine et les Communautés de communes de 2 Vallées, du Pays de Nemours et de Moret Seine et Loing assurent la compétence tourisme et disposent chacune d'un office de tourisme. Le Parc naturel régional du Gâtinais Français a également des actions touristiques avec, entre autres, le développement de la marque « Valeurs Parcs » et des actions de valorisation du territoire.

D'un point de vue stratégique, les acteurs institutionnels touristiques du Sud francilien conjuguent entre des enjeux de valorisation du cadre de vie, de développement économique et de marketing territorial.

D'une part, en tant que service public, les acteurs institutionnels du tourisme sont des outils mobilisés par les habitants et les élus pour favoriser un sentiment d'appartenance et permettre une appropriation du territoire par les activités de loisirs. En effet, les habitants peuvent être considérés comme la principale cible touristique notamment dans des territoires au caractère résidentiel dominant. La présence d'une offre de loisirs de nature devient alors un atout pour l'attractivité résidentielle des territoires.

D'autre part, les acteurs institutionnels du tourisme ont également pour mission de favoriser un développement touristique sur le territoire, planifié et bien géré, et collaborent pour cela avec des acteurs privés (hébergeurs, prestataires d'activités, porteurs de projets, etc.).

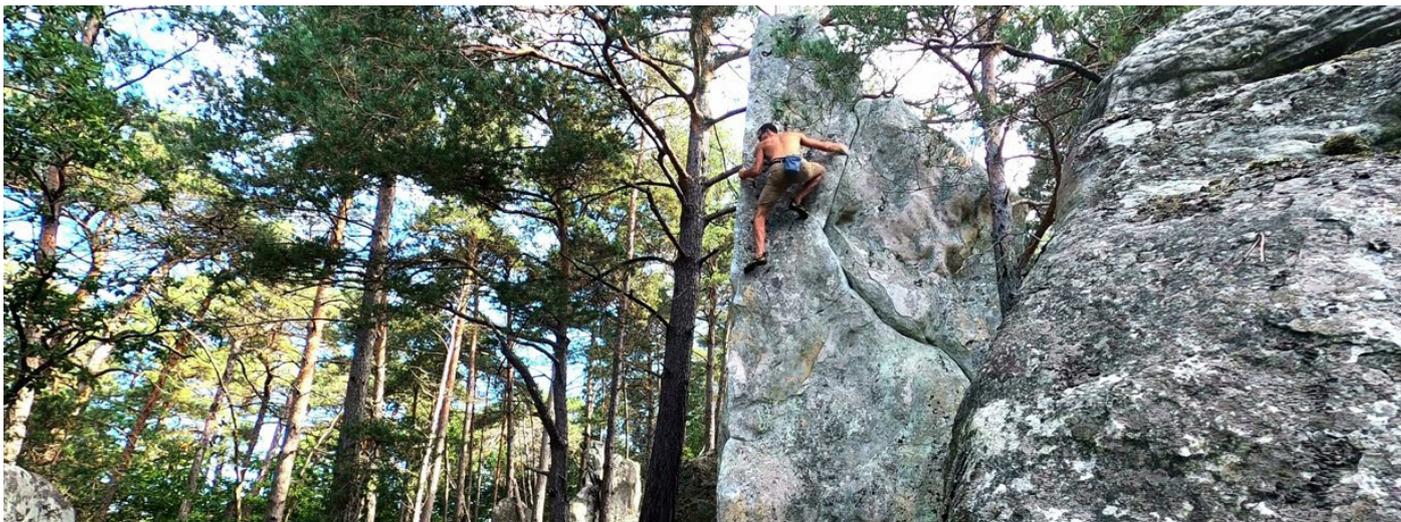
Bien que la présence d'espaces naturels soit considérée comme une force pour le développement touristique, les gestionnaires d'espaces naturels ne sont pas des partenaires historiques des acteurs institutionnels touristiques. Ainsi, ces deux types d'acteurs peuvent agir sans réelle concertation avec des intérêts qui peuvent sembler divergents – régulation pour les gestionnaires d'espaces naturels, attraction pour les acteurs institutionnels du tourisme mais qui se rejoignent dans l'objectif commun de développement maîtrisé d'usage de la forêt et de la Destination.



B . Diversité des pratiquants de l'escalade

La renommée de la forêt de Fontainebleau est le principal facteur d'attractivité des touristes notamment étrangers venant pour l'escalade. L'internationalisation des clientèles est causée par une mondialisation de la pratique de l'escalade et par l'accessibilité de la Destination. L'avènement des réseaux sociaux a contribué à cette attractivité « spontanée » de la Destination.

La clientèle des grimpeurs s'est mise à fréquenter le territoire en utilisant l'offre touristique et les équipements déjà existants et destinés en principe à d'autres clientèles (séjours de proximité, d'étape, etc.). C'est pourquoi il est à ce jour difficile pour les institutionnels touristiques d'évaluer leur capacité à toucher directement ces touristes.



»»»» Divergences au sein des pratiquants de l'escalade

Gestionnaires d'espaces naturels et acteurs touristiques institutionnels font part des difficultés pour appréhender la clientèle des grimpeurs et communiquer de manière adaptée. Cela est dû, entre autres, à des points de divergence au sein de la communauté des grimpeurs.

La première divergence, peut-être la plus importante, semble être générationnelle. Les acteurs associatifs avec lesquels dialoguent les gestionnaires d'espaces naturels sont issus d'une génération où l'escalade était pleinement pratiquée comme un sport de nature.

La filiation entre l'escalade et l'alpinisme était évidente, d'où une certaine sensibilité pour la protection des espaces naturels.

Chez des grimpeurs de cette génération, on peut constater un discours critique vis-à-vis de la nouvelle génération qui se serait mise à pratiquer l'escalade en sallé⁶. Cette nouvelle génération de grimpeurs est perçue comme « peu formée aux bonnes règles en milieu naturel » et aux « us et coutumes de ce qui se fait en extérieur⁷ ».

⁶ On constate, par exemple, un discours critique vis-à-vis de la magnésie, importée en forêt pour favoriser l'accroche. Elle est à l'origine utilisée en salle sur des prises en bois ou en polyuréthane.

⁷ AFP, Escalade : des grimpeurs de « salle » a bloc dans la forêt de Fontainebleau, 15 juin 2019.

La seconde divergence peut se faire entre grimpeurs excursionnistes et touristes grimpeurs.

Le grimpeur excursionniste est un habitué du site, possiblement initié sur site par un pair. Ainsi, des figures locales de l'escalade peuvent devenir des relais importants pour sensibiliser un large éventail de grimpeurs locaux.

Pour les touristes grimpeurs, la sensibilisation peut s'avérer plus complexe.

Pour cela, il serait pertinent d'identifier le parcours des touristes à l'intérieur de la Destination afin d'identifier les modes d'information qu'ils mobilisent pour leur séjour. Autre possibilité, les gérants de chambres d'hôtes et de gîtes peuvent être identifiés comme de potentiels relais locaux. Dans cette optique, le Parc naturel régional du Gâtinais français a mis en place une campagne de sensibilisation sur les bonnes pratiques liées à l'escalade avec l'édition d'affiches et de cartes postales à destination des prestataires touristiques du territoire.

C . Une stratégie de sensibilisation à inventer

Face à la diversité des pratiquants de l'escalade, la prise de conscience des grimpeurs concernant l'impact de leur sport sur le milieu forestier peut s'avérer difficile à mettre en œuvre.

La valeur de proximité avec la nature inhérente à l'escalade peut générer une incompréhension de certains grimpeurs vis-à-vis des réglementations.

»»»» Des impacts sur l'environnement à maîtriser

La circulation d'images des blocs de Fontainebleau au sein de la communauté d'escalade sur les réseaux sociaux entraîne un effet « Instagram » et une concentration des pratiques sur certains sites.

Cet effet a pu être constaté lors de 2 campagnes de comptage menées par l'ONF sur plusieurs aires de stationnement du massif de Fontainebleau entre 2015-2016 et 2021-2022. Les résultats montrent une forte hausse de la fréquentation sur le site d'Isatis, réputé pour l'escalade.⁸

Cette concentration des pratiques engendre des problématiques de sécurité liées au piétinement et d'érosion, mais aussi de dérangement de la faune et de la flore.

On constate également un phénomène nouveau avec l'émergence d'une pratique de l'escalade nocturne. Afin d'éviter la forte affluence des journées et pour vivre une expérience insolite, certains grimpeurs viennent escalader de nuit, apportant des lumières puissantes pour éclairer les rochers. Cette nouvelle pratique a un effet néfaste sur la faune, bouleversant la quiétude nocturne habituelle en forêt.

S'ajoute à cela les problématiques autour des nuitées non-autorisées en forêt, via notamment les pratiques du van life et du bivouac. Pour la première, les parkings en forêt offrent la possibilité de séjourner à proximité des rochers d'escalade dans un site naturel.

⁸ ONF, Étude de fréquentation dans le massif forestier de Fontainebleau, 2022.

Toutefois, ces parkings ne sont pas aménagés (tels que les aires de camping-cars) et cette pratique génère des nuisances importantes notamment des problèmes de propreté en forêt⁹. Par ailleurs, la forêt, en grande partie couverte de résineux, est très sensible à la problématique des incendies. Ces dernières années, plusieurs ont été causés par des feux de bivouac mal éteints.

Face à ces problèmes, **la nécessité d'une canalisation des pratiques d'escalade dans le Sud francilien fait consensus parmi les acteurs territoriaux. Plus globalement, il est nécessaire d'être vigilant sur la diffusion des flux de grimpeurs.** Le phénomène de surfréquentation peut devenir une menace sur les plans environnemental et touristique, pouvant nuire à la qualité de l'ensemble des expériences vécues sur site voire entraîner une fermeture au public.

➤➤➤ Adapter la communication à destination des grimpeurs

Les touristes grimpeurs constituent une clientèle « spontanée », qui n'est pas attirée par une stratégie marketing spécifique. Toutefois, les gestionnaires d'espaces naturels et les acteurs institutionnels du tourisme soulèvent aujourd'hui une nécessité de **mieux communiquer auprès de cette clientèle sur les impacts de leur pratique sur la Destination.**

Outre les difficultés des acteurs locaux à se concerter et à se fédérer pour mobiliser des moyens signifiants pour l'amélioration de l'accueil des grimpeurs, l'évolution de cette clientèle oblige les institutions à réfléchir à des stratégies nouvelles et innovantes pour mener des communications efficaces.

On constate qu'avec le développement d'une pratique individuelle, les fédérations et les associations ont moins d'influence sur l'ensemble des pratiquants. Parallèlement, avec le développement des réseaux sociaux, l'influence de sportifs et de créateurs de contenus a un impact significatif dans la diffusion des pratiques.

Ainsi, une stratégie de communication par l'influence, que ce soit à des fins de sensibilisation des grimpeurs à la protection de la forêt ou à la promotion du territoire, peut s'avérer pertinente.

Afin d'avoir une vision précise de la communauté des grimpeurs dans le massif de Fontainebleau pour améliorer leur accueil et les sensibiliser aux différents enjeux locaux, il serait certainement nécessaire de procéder à une enquête fine des pratiquants, en mobilisant des outils qualitatifs.



⁹ Au printemps 2024, l'ONF procédera à la fermeture des parkings en forêts domaniales entre 22h et 6h afin de mettre fin au stationnement nocturne.

III . Perspectives et pistes d'actions

Les enjeux liés à l'escalade dans le Sud francilien sont nombreux. Avec la renommée de la forêt de Fontainebleau, **ces enjeux ne sont pas quantitatifs mais plutôt qualitatifs**. Il y a tout d'abord un enjeu **environnemental** : l'ONF constate une surfréquentation sur certains spots d'escalade, notamment dans la forêt des Trois Pignons.

Puis, des enjeux **touristiques** : l'intérêt des acteurs institutionnels est de mieux accueillir les touristes grimpeurs. Toutefois, les consommations et attentes des clientèles touristiques liées à l'escalade demeurent peu connues.

L'escalade constitue également une opportunité pour le Gâtinais français de renouveler son image touristique en revalorisant la ressource touristique qu'est la forêt de Fontainebleau.

Enfin, en matière **d'économie**, l'attractivité du territoire pour les grimpeurs fait figure d'atout pour attirer de nouveaux résidents et des entrepreneurs sur le territoire. En cela, une prise en compte de l'escalade par les acteurs locaux peut devenir un véritable levier pour le développement territorial.

A . Connaître les pratiques des grimpeurs et les retombées économiques

Comme nous l'avons vu, les touristes grimpeurs demeurent une clientèle relativement peu connue des acteurs institutionnels. **L'autonomie de ces touristes**, qui privilégient souvent des hébergements offrant une plus grande indépendance tels que le camping ou le camping-car, **engendre des difficultés de compréhension de cette activité touristique**. Cela rend difficile une connaissance fine de leurs pratiques et attentes, et ne facilite pas l'initiative de projets publics prenant en compte cette clientèle.

Cette étude aurait pour objectif d'identifier leurs consommations sur le territoire en connaissant les hébergements et les commerces qu'ils fréquentent.

L'enjeu est aussi de recenser les possibles carences sur le territoire. On peut émettre, par exemple, l'hypothèse d'une pratique du camping sauvage en forêt comme la persistance d'une offre d'hébergements inadaptée aux attentes et aux valeurs des grimpeurs.

Ainsi, une étude visant à estimer les retombées économiques des grimpeurs dans les territoires du Sud de l'Île-de-France permettrait de mieux comprendre les pratiques et les attentes des touristes pratiquant l'escalade.



Ainsi, il pourrait être souhaitable d'aller au-delà de l'action réglementaire, en réfléchissant par exemple à des aménagements d'aires de camping-cars à forte qualité paysagère dans les communes de l'Ouest du massif de Fontainebleau.

Toutefois, afin d'estimer la pertinence de ce type d'investissement, il est nécessaire d'évaluer l'importance de la proximité d'escalade dans les motivations des pratiquants.

Les pratiques des touristes grimpeurs en cas de météo défavorable demeurent une autre inconnue chez les institutionnels touristiques du territoire.

De prime abord, les jours de pluie peuvent être perçus comme une opportunité pour les sites touristiques patrimoniaux. En quête d'activité, les clientèles venues pour l'escalade pourraient se rabattre sur des activités de loisirs intérieures, dont les salles d'escalade.

Une compréhension des attentes des grimpeurs permettrait d'évaluer les potentialités pour les sites touristiques locaux. Il est également possible que les réponses révèlent des déplacements élargissant l'espace des pratiques touristiques. Ainsi, on peut se questionner sur le positionnement des touristes grimpeurs vis-à-vis de la Destination Paris mais aussi des salles d'escalade indoor situées à proximité du massif forestier de Fontainebleau, telles que Block'Out Évry-Lisses et Hapik Carré Sénart.

Inspiration : Méthode Eva-Vélo sur la Vélodyssée

En 2018, le comité d'itinéraire de la Vélodyssée a souhaité réaliser une étude pour connaître les retombées économiques de l'eurovéloroute, ceci afin d'évaluer l'impact des investissements publics pour la création de cette nouvelle offre cyclotouristique sur le territoire. Une méthodologie a été expérimentée pour obtenir des données fiables.

L'étude repose sur une enquête quantitative à travers des campagnes de comptage le long de l'itinéraire, sur une enquête qualitative par interview brève et sur des questionnaires auprès des cyclotouristes, mais aussi sur une enquête d'impact économique auprès des socioprofessionnels du tourisme. Cette méthode, nommée Eva-Vélo, a été utilisée pour la réalisation d'études évaluant les retombées économiques sur plusieurs itinéraires cyclotouristiques.



B . Renouveler l'image touristique de la Destination

Comme évoqué précédemment, le massif forestier de Fontainebleau est un territoire dont la mise en tourisme est ancienne et basée sur des ressources patrimoniales. Citons, à titre d'exemple, le château de Fontainebleau. La forêt de Fontainebleau a été présentée aux touristes dans un premier temps sous un prisme patrimonial, en vantant le souvenir des peintres de l'École dite de Barbizon et des auteurs romantiques au XIXème et XXème siècles. Autour de Milly-la-Forêt, les principales ressources s'inscrivent elles aussi dans le champ patrimonial avec le château de Courances, le souvenir de Jean Cocteau, le Cyclop et les plantes aromatiques.

L'escalade se révèle ainsi être une opportunité pour renouveler l'image touristique de la Destination.

De par son histoire sur le territoire, elle peut être un vecteur de récit permettant à la Destination de se différencier. Ce sport a l'avantage de véhiculer des valeurs de proximité avec la nature, de concentration et de détermination.

L'escalade peut également être perçue comme un sport permettant de réduire le stress et donc de favoriser le bien-être. Des liens peuvent être créés avec l'émergence d'une offre de bien-être, comme la sylvothérapie et les spas, dans les territoires autour de Fontainebleau.

Dans la stratégie d'accueil sur le massif forestier de Fontainebleau et ses lisières commandée par l'ONF en 2023, est proposée la création d'une gouvernance permettant de structurer l'information et de maîtriser l'image d'une « Destination Forêt de Fontainebleau ». Pour cela, il serait nécessaire d'instituer une gouvernance réunissant l'ONF, les Agences départementales touristiques, les Offices de Tourisme et le Parc naturel régional du Gâtinais français.



La création d'une stratégie commune viserait à partager collectivement l'image d'une Destination transcendant les limites administratives. Cette action aurait pour intérêt de dépasser la fragmentation des acteurs institutionnels, ce qui nuit à la prise en compte collective des enjeux liés au tourisme de l'escalade. Pour le gestionnaire de la forêt de Fontainebleau, la création d'un collectif « Destination Forêt de Fontainebleau » pourrait favoriser une communication facilitant la conscientisation des visiteurs à la fragilité du site naturel, et diffuser des pratiques respectueuses du milieu forestier.

Pour les acteurs institutionnels du tourisme, le collectif est une opportunité pour clarifier un discours touristique autour de la forêt et de mutualiser des outils et moyens de communication à l'échelle de la Destination. Ainsi, l'intérêt d'une démarche commune peut faire consensus auprès des acteurs locaux. En revanche, la mise en place d'un modèle de gouvernance peut s'avérer plus complexe sur les plans financier et juridique. Afin de pérenniser la démarche, la création d'un montage juridique (Syndicat mixte, GIP...) mérite d'être étudiée, ce qui placerait toutefois l'action dans un temps long.

Inspiration : Chamonix , la Mecque de l'ultra-trail

Le trail est une discipline assez jeune venant des États-Unis qui consiste à une course à pied sur des sentiers en milieu naturel. Pour se différencier de la course à pied sur route avec des distances codifiées (10 km, semi-marathon, marathon), le trail va promouvoir des pratiques de longues distances. Là où la course à pied sur route va inciter le pratiquant à gagner en vitesse, le trail va davantage encourager la résistance à l'effort. Ainsi, va émerger une nouvelle discipline, l'ultra-trail, avec une distance de référence de 160 km.

En 2003, Catherine et Michel Palotti vont créer une nouvelle compétition, l'Ultra-trail du Mont Blanc (UTMB), qui consiste à parcourir l'itinéraire de randonnée « Le Tour du Mont-Blanc » le plus rapidement possible. En 2003, l'événement réunit 720 participants pour 67 « finishers ». La difficulté de l'épreuve participe ainsi à sa notoriété. L'UTMB devient le « graal » pour de nombreux trailers. En 2008, l'épreuve affiche « complet » en quelques minutes avec 2 300 inscrits.

Ce succès retentissant incite les organisateurs à mettre en place un système de sélection avec des points à accumuler en certifiant d'avoir fini d'autres trails. L'obtention des points permet à l'aspirant de participer à un tirage au sort. En 2022, les retombées économiques directes de l'UTMB étaient estimées à 23 millions d'euros, avec une durée de séjour moyenne de 4 nuits pour 2 5000 visiteurs.



C . L'outdoor, une opportunité pour l'attractivité économique du Gâtinais

L'attractivité du massif forestier de Fontainebleau peut être perçue comme une opportunité pour le développement économique des communes situées à proximité des sites d'escalade. En effet, autour de l'escalade est véhiculée une « manière de vivre ». On a vu précédemment que pour des grimpeurs du monde entier, le rayonnement de Fontainebleau devenait un facteur de séjour touristique. Certaines figures internationales de l'escalade séjournent d'ailleurs sur le territoire pour plusieurs mois. D'autres décident de s'y installer. Ainsi, nous estimons que **la proximité des sites d'escalade de qualité peut également devenir un facteur pour un choix résidentiel pour certains grimpeurs.**

En s'extrapolant du champ touristique, l'escalade peut se structurer en filière économique sur le territoire. Outre les consommations touristiques classiques, les grimpeurs consomment du matériel de pratique mais aussi des services. On peut citer, à titre d'exemple, des prestations de coaching et de soins. **Signalons dans ce sens la présence de jeunes entreprises qui se sont créées autour de l'escalade à Fontainebleau**, telles que la marque « Bleausard » qui propose des vêtements de sports, et Globe Climber qui propose des stages d'escalade et des sessions de grimpe durant des séminaires.

À l'instar de la prise en compte de l'escalade par les institutionnels du tourisme, l'escalade en tant que filière économique pâtit des limites administratives et de l'image d'une économie de niche. Aujourd'hui, un événement comme le festival « Oh My Bloc », organisé par la mairie de Milly-la-Forêt, est l'unique occasion de réunir l'ensemble des petites entreprises liées à l'escalade sur le territoire.

Autour de ces initiatives, des synergies sont à développer pour améliorer la visibilité des entreprises existantes et attirer des entrepreneurs.

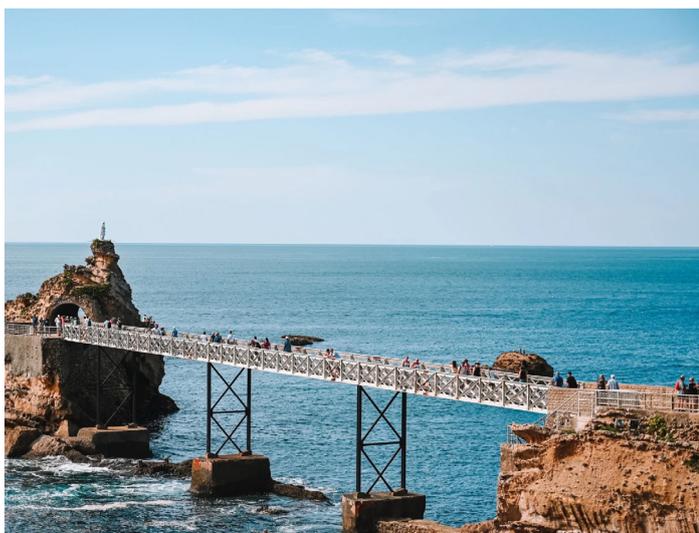
Des modèles existent dans d'autres sports, comme le surf à Biarritz dont l'économie s'est développée dès les années 1980.



Inspiration : Biarritz, quand le surf renouvelle une station balnéaire

Station balnéaire qui s'est développée sous le Second Empire avec les séjours de l'Impératrice Eugénie, Biarritz connaît un renouveau dans les années 1950 avec l'avènement du surf, importé par des Américains. Le surf est l'un des éléments majeurs du transfert de la culture californienne à une partie de la jeunesse française. Biarritz devient dès lors un haut lieu de la pratique en France.

Dans les années 1980 et 1990, plusieurs entreprises vendant du matériel de surf s'implantent à Biarritz et sur la côte aquitaine. Parmi elles, des marques comme Oxbow et Quiksilver deviennent des références du prêt-à-porter, en touchant même des clientèles non-surfeuses. Outre les produits, des surf shops et des entreprises de diffusion du surf (presse, production cinématographique) se sont également implantées sur le territoire. En 2017, les retombées économiques du surf sont estimées à **2 milliards d'euros sur l'ensemble de la côte aquitaine.**





Quelques idées à retenir

CONSTAT

L'escalade est une filière touristique encore peu connue par les acteurs institutionnels.

Une conscientisation des grimpeurs est nécessaire pour limiter l'impact des pratiques sur les milieux forestiers.

Un territoire péri-métropolitain qui a connu une spécialisation résidentielle.

LEVIER D'ACTION

Une étude sur les retombées économiques générées par les touristes liés à l'escalade.

Une promotion de la Destination Forêt de Fontainebleau mieux maîtrisée et concertée entre les acteurs touristiques et les gestionnaires d'espaces naturels.

La notoriété internationale de la forêt de Fontainebleau peut offrir des opportunités d'attractivité territoriale à travers la structuration d'une filière escalade.

L'ESCALADE EN ESSONNE

Enjeux touristiques

2024

Ce document est téléchargeable sur :

pro.essonnetourisme.com

Pour une demande de renseignement sur le tourisme sportif :

Rémi Salaün - 01 64 97 36 92

r.salaun@essonnetourisme.com

Pour contacter l'observatoire du tourisme :

Daiane Seno Alves - 01 64 97 96 32

d.senoalves@essonnetourisme.com

