

ARTICLE GRAND ANGLE

# Du tourisme à la campagne au tourisme rural en passant par l'agri-tourisme



## (Zoom

# → Du tourisme à la campagne, au tourisme rural en passant par l'agri-tourisme...

### Quelques considérations générales...

Le tourisme organisé est un phénomène récent, datant seulement de l'après-guerre, lié aux loisirs, aux transports, et à une période de paix bien installée en Europe. Notre pays est une belle terre d'accueil pour les touristes, en premier lieu les Français eux-mêmes, dont moins de 20% partent en vacances à l'étranger, même si le pourcentage tend à s'élever avec une concurrence internationale plus forte.

Point n'est besoin d'entrer dans un bilan détaillé des forces et faiblesses du tourisme français : les facteurs géographiques et climatiques, le relief, la densité démographique, les atouts littoraux, montagnards, campagnards, le rayonnement culturel et évènementiel de la France constituent des atouts non délocalisables que les professionnels du secteur « loisirs, culture, tourisme » ont bien mis en valeur. Dans ce contexte général, le tourisme rural s'est lentement structuré, passant progressivement d'une économie de très petites entreprises dans des zones fortement marquées par l'agriculture, à un tissu plus diversifié. La rentabilité du produit s'impose, avec le concours des institutions publiques, collectivités locales et structures dédiées au développement du tourisme.

Au-delà de cette professionnalisation des acteurs, le tourisme à la campagne va beaucoup évoluer en fonction des tendances de fond de la société française, et comme toute activité humaine, dépendra aussi de la volonté d'investissement de ceux qui en vivent aujourd'hui.



MDL/FJF Lefebvre/CRT Normandie

### Comment définit-on l'espace rural ?

Jusqu'aux derniers recensements de l'INSEE, les choses étaient simples, voire caricaturales : les communes rurales rassemblaient moins de 2000 habitants, les communes urbaines plus de 2000. Ainsi jusqu'au recensement de 1982, « l'exode rural » semble vider progressivement les campagnes en raison de la mécanisation de l'agriculture. Les proportions se stabilisent ensuite autour de 25% de la population en zone rurale, 75% en zone urbaine. Les migrations alternantes domicile - travail ayant conduit l'INSEE à modifier la définition, sont apparus à la fin des années 90 les « **espaces à dominante rurale** » et « **espaces à dominante urbaine** » ce qui

complice quelque peu l'analyse.. La moitié des communes, selon cette nouvelle définition, appartient encore à l'espace à dominante rurale. Il est encore trop tôt pour tirer parti de la nouvelle définition en matière d'évolution du secteur.

Dans le domaine touristique, **quatre espaces sont identifiés, ville, montagne, littoral, campagne**, et un panel important, le « suivi de la demande touristique des Français » (enquête SDT), permet de questionner chaque mois les touristes sur leurs voyages : on sait donc précisément quel pourcentage de touristes déclarent être allés à la campagne... suivant leur définition personnelle de la campagne, qui peut varier avec le temps ou les individus. La Direction du Tourisme tire au mieux parti de cette importante

enquête. Ne pouvant définir précisément le tourisme à la campagne d'une manière positive, on peut quand même l'approcher par différence :

- ce n'est pas le ski, ni le bord de mer, ni la ville.

Faute de mieux, on se contentera de cette définition empirique, qui représente en chiffres :

- 36% des séjours des Français, (à partir du SDT)
- 32% des nuitées des Français
- 25% environ des dépenses touristiques.

Après cette approche du tourisme en espace rural dans le système statistique français, intéressons-nous aux activités qui s'y déroulent.

### Quel est son contenu ? La campagne s'adapte t-elle à toutes les activités touristiques

Si on assimile de ce point de vue l'espace rural à l'espace agricole et forestier : 87% du territoire, bref la quasi-totalité du territoire national est en campagne. Pour autant, tous les territoires campagnards n'ont pas spontanément vocation à devenir destination touristique.

On peut même affirmer qu'au regard des indicateurs classiques d'intensité touristique comme le nombre de lits marchands, peu de territoires peuvent se transformer en destination disposant d'une identité propre.

Les questions basiques à résoudre à la campagne, portent sur la création, l'entretien, la signalisation des itinéraires et, dans les villages, sur l'utilisation d'un patrimoine bâti autrefois surnuméraire, aujourd'hui intégralement occupé par l'habitat permanent et secondaire, tandis qu'en ville la construction en hauteur, la circulation, l'extension hors les murs, sont les problèmes cruciaux.

Après guerre, les migrations vers les centres urbains, comme la délocalisation des bâtiments d'élevage ont libéré des maisons progressivement reconverties pour un usage locatif temporaire : les gîtes ruraux. 50 000 aujourd'hui, témoignent de cette mutation. Certains, bien situés sur des itinéraires bien identifiés, sont devenus des gîtes de randonnée ou des gîtes équestres. Au plan collectif, les colonies de vacances ont bénéficié de la facilité d'implantation, pourtant moins attractive qu'en montagne ou sur le littoral.

De véritables « stations de campagne » imaginées par Gilbert TRIGANO à la fin des années 70, ont commencé à se développer, à partir d'activités spécialisées ou selon un concept plus général comme les « stations vertes ».

Les résidences de tourisme, les campings haut-de-gamme, sont également de réels succès et prouvent la vitalité de ce type de tourisme.

En particulier, les résidences de tourisme ont pu bénéficier d'un système original de financement combinant les métiers de promoteur, d'inves-

tisseur, d'exploitant, l'ensemble étant facilité par la défiscalisation. La loi sur le développement des territoires ruraux de février 2005, pérennise l'avantage fiscal dans les zones de revitalisation rurale. Malgré tout, seulement 7% des résidences de tourisme se situent aujourd'hui dans l'espace campagne, l'essentiel se trouvant sur le littoral et en montagne.

De même, les parcs d'activités ludiques, scientifiques, animaliers n'ont pas dédaigné la campagne, le Futuroscope en étant l'exemple historique.

Mais dans l'ensemble, les zones à faible densité de population peinent à maintenir un niveau de services suffisant. Y remédier restera l'enjeu des années qui viennent.

Les statistiques de l'emploi (UNEDIC) sont trop peu structurées pour donner une vision des activités à la campagne, à fortiori des activités touristiques éclatées entre des fonctions souvent temporaires, et très diversifiées (hébergement, activités culturelles, activités sportives). Une homogénéisation des méthodes d'analyses pratiquées localement permettrait de se représenter l'importance de l'activité touristique, tout en autorisant des comparaisons géographiques, d'une année sur l'autre.

De même, l'analyse du parc des trois millions de résidences secondaires, dont la moitié sont situées à la campagne, fournirait la possibilité de tracer le profil de leurs utilisateurs, la fréquence et la durée des séjours, leurs dépenses et besoins potentiels.

Les résultats d'une telle étude seraient loin d'être négligeables, si l'on songe que les 2/3 des Français passent globalement leurs vacances en hébergement non marchand (hébergement gratuit en résidence secondaire, chez des parents ou des amis) ; or, cette proportion passe à près des trois-quarts en zone rurale, tandis que nombre d'étrangers achètent des résidences secondaires en France, profitant des compagnies aériennes à bas prix qui desservent les aéroports provinciaux.

### Quel profil pour le touriste campagnard ?

Si, pour le touriste, sortir de la ville est une préoccupation majeure, pratiquer une activité n'est un motif sérieux que dans 3% des cas :

- ne rien faire, se reposer, dans une ambiance



MDLFF/Charaffi



MDL/F.J.F. Tripelion



MDL/FStyle City

naturelle et si possible conviviale, est l'objectif principal de ces touristes aux revenus plutôt supérieurs à la moyenne, ce qui constitue la grande surprise de l'étude « Carnet de route de la campagne et de la moyenne montagne » réalisée par ODIT France en 2004 - 2005.

Le profil du touriste à la campagne n'est finalement guère surprenant : il vient de partout, et ne recherche rien de spécial, à part fuir le stress de la ville et être au calme. Adepte de la promenade, (et non de la randonnée) il ne visite pas grand chose et ne pratique pas de sports... Difficile de lui proposer des innovations...

Même en hôtellerie de plein air, l'hébergement est un point clé : site, charme, cotés pratiques, sont particulièrement recherchés par le touriste à la campagne.

Mais ce sont des touristes fidèles, satisfaits ou très

satisfaits de leur séjour !

### Nouvelles tendances, phénomènes de mode

Les tendances de fond sont favorables au tourisme vert.

Tourisme de proximité sans grande recherche d'activité particulière : le vieillissement de la population et le renchérissement prévisible du coût des transports lui suggèrent un bel avenir : la demande potentielle est présente et le restera durablement. Tourisme de cadre de vie : il a longtemps souffert de la dispersion et du manque de visibilité qui en résulte.

Or, fort justement soutenu par la DIACT, le déploiement des réseaux haut débit et du téléphone portable, plus récemment des applications du réseau GPS, laissent entrevoir un enrichissement

sensible de l'offre touristique en zone rurale à court terme, sans effort financier démesuré.

Le haut débit permet d'afficher assez rapidement sur Internet des photos et indications concernant l'hébergement et son environnement et donc de rendre visible une offre de taille modeste, jusqu'alors noyée dans la masse.

Tous les GPS routiers proposent maintenant des points d'intérêt qui peuvent être des restaurants, mais aussi de l'hébergement ou des sites. Les itinéraires géo-référencés permettent à tout moment d'enrichir les parcours, en signalant au randonneur muni d'un GPS portable les particularités au long de son chemin.

Demande potentielle en hausse, visibilité accrue et offre enrichie... : pas vraiment de souci à se faire pour un secteur composé aux trois-quarts de

produits non marchands et où la dépense, souvent inférieure de ce fait à la moyenne nationale, ne peut que progresser.

D'autant que le changement climatique n'aura globalement aucun effet sensible sur le tourisme à la campagne, contrairement aux autres espaces.

A contrario, le retour aux sources, l'engouement pour les travaux de la ferme, le prosélytisme autour du tourisme vert, sont des utopies : la fréquentation des Français est remarquablement stable, aux imprécisions statistiques près. Le plus grand danger pour la destination campagne ne vient pas des Français, car ceux-ci privilégient encore les vacances en France, à plus de 80%. Les étrangers, en revanche, peuvent être attirés par des opérations promotionnelles ou de réelles opportunités de la part de destinations concurrentes.

Il faut donc être vigilant, et veiller là aussi à renforcer l'attractivité d'ensemble de la campagne.

### Quelle activité touristique à la campagne ?

Stimuler l'activité économique à la campagne passe bien souvent par le tourisme, seul remède à la baisse du nombre d'actifs du secteur primaire et d'un secteur secondaire qui n'a plus de liens obligés avec la campagne. Valoriser et pérenniser ses atouts après avoir identifié et argumenté une identité propre, est une méthode simple proposée dans le Carnet de route de la campagne.

L'appel d'offres de la DIACT lancé en 2006 pour la concrétisation de pôles d'excellence rurale, est un excellent creuset pour stimuler le tourisme à la campagne, ce qui justifie une attention particulière sur le déroulement des créations de pôles et une évaluation de leurs façons de faire. En effet, le contexte général est porteur à long terme, mais il faut tenir compte de la situation présente :

- l'offre existante est déjà très conséquente, et les premières générations de résidences de tourisme ou de villages de vacances en sont déjà à la phase de réhabilitation-reconstruction
- les aspects environnementaux sont de plus en plus prégnants, et s'appliquent aussi bien au site (intégration paysagère) qu'à l'architecture des bâtiments et à leur gestion (eco-conception, eco-gestion)
- du fait des deux éléments qui précèdent, et aussi de l'évolution lente du marché, beaucoup

de projets sont des améliorations qualitatives plus que de nouvelles créations

- l'amélioration des moyens électroniques de communication permet de progresser dans la gestion des réservations, hébergement comme activités, et constitue une double source d'innovations, pour enrichir le produit comme pour le rendre plus visible en améliorant l'organisation territoriale
- le partenariat entre des acteurs publics et acteurs privés, avec prédominance chronologique du public, est souvent la seule solution pour rentabiliser le produit.

Il en résulte plusieurs axes de travail pour renforcer l'attractivité globale de la campagne :

- améliorer constamment les différentes formes d'hébergement et leur complémentarité. La recherche de qualité, le maintien de particularismes régionaux sont des facteurs de durabilité
- étoffer l'offre d'itinéraires de promenade sur tous les territoires, en valorisant au passage le patrimoine vernaculaire. Il serait inconcevable aujourd'hui qu'un village dispose d'hébergements sans chemins de promenade correctement entretenus
- selon les cas également, la qualification des itinéraires de randonnée pédestre, équestre, voies vertes, VTT, canoë kayak, avec les services

qui y sont liés, nécessite un effort collectif

- se doter d'un outil d'observation permettant de mesurer à la fois la fréquentation, mais aussi la satisfaction de la clientèle, dans une perspective de gestion individuelle et collective des flux touristiques
- intéresser les vacanciers à des produits spécialisés : pêche et chasse sont classiquement cités et peuvent évoluer du loisir de quelques heures au véritable tourisme de plusieurs jours, à condition de respecter les règles de la profession.

### Les agriculteurs et le tourisme

Héritière d'une société rurale, la France entretient un lien affectif avec l'agriculture, qui l'a conduite à concevoir un rôle particulier pour les agriculteurs dans le tourisme rural. Qu'en est-il exactement ?

- une partie des gîtes ruraux, minoritaire, est louée par des agriculteurs ou leur famille (un gîte sur cinq)
- les chambres d'hôtes peuvent constituer une diversification intéressante lorsque le pays est attractif, avec, à la clé, un emploi familial à temps partiel, ne concurrençant pas les temps de travaux de l'exploitation agricole
- les centres équestres sont des activités spécialisées, peu agricoles au sens traditionnel
- les fermes-auberges sont des cas particuliers,



MDL/J. Melburet

nécessitant à chaque fois une adaptation au contexte d'activité, l'équilibre entre restauration et agriculture n'étant pas aisé à assurer, tant en terme de temps de travail que de règles sanitaires

- la vente directe pourrait sûrement se développer, à contre-sens du mouvement historique de spécialisation agricole, en synergie avec le développement touristique. Elle demeure très limitée aujourd'hui. L'accueil dans les caves particulières viticoles est un exemple porteur, mais peu reproductible à l'infini
- les visites de ferme constituent un véritable produit touristique, comparable aux visites d'entreprise, mais sur un petit créneau, sans possibilité de rentabiliser des investissements.

Au total, l'étude effectuée pour ODIT France par le SCEES a montré un effectif de 13 890 exploitations agricoles pratiquant l'agri-tourisme au recensement de l'agriculture de 2000, soit 2,1% de l'ensemble des exploitations agricoles (contre 1,6% en 1988) avec une rotation assez grande de l'effectif : en 5 ans la moitié des exploitations arrête son activité touristique.

Par rapport à l'ensemble des entreprises d'hébergement, les gîtes ruraux détenus par des agriculteurs représentent 1% de la capacité totale de l'hébergement marchand, ou 6% de la capacité des meublés de tourisme, ce qui reste faible, alors que 92% des activités touristiques des agriculteurs concernent l'hébergement (MW-étude pour le Ministère chargé de l'agriculture).

Les points d'application plus spécialement intéressants sont les suivants :

- 1) Valorisation touristique des éléments caractéristiques du terroir, appellations d'origine viticoles et fromagères en particulier, sous forme muséographique et en vente directe de produits au caveau ou à la ferme. Ce travail, initié avec le mini-guide (« L'accueil dans les caves vitivinicoles » réédition ODIT France 2005) peut être poursuivi par la création de « routes » parsemées de points de vente en direct sur le passage des touristes. L'INAO, Viniflor et l'Office de l'élevage peuvent être intéressés par ce travail. Par ailleurs, il conviendrait de remettre l'accent sur les guides régionaux lancés par le centre national des arts culinaires (CNAC) en son temps, pour parfaire les recensements et éviter la perte de ce patrimoine. L'APCA pourrait s'intéresser également à ce thème, avec l'Association des



MDLFA - Doire/CRT Bourgogne

sites remarquables du goût. L'ANIA pourrait également être consultée.

- 2) Appui à l'Association française des Musées d'agriculture (AFMA) pour qualifier l'offre de plus de 2000 musées, en mettant l'accent sur la valorisation touristique suivant les règles de la profession. Préserver le patrimoine historique est nécessaire, en mettant l'accent sur l'indispensable et le caractéristique, en oubliant ce qui n'a rien d'original ou de significatif.
- 3) Accès aux sites de pratique des sports de nature. Sauf exception, les pratiquants des loisirs sportifs, doivent se rendre sur place, ou pratiquer l'itinérance, en empruntant au moins sur une partie du trajet, les espaces agricoles, en totalité privés, ou forestiers en majorité privés. Il importe donc que ce droit d'usage indispensable à la pratique de la randonnée et des autres sports de nature, y compris motorisés, soit codifié. permettant

l'exercice des différents usages du sol en bonne harmonie.

A titre d'exemple, les voies vertes sont interdites aux véhicules à moteur, mais il reste indispensable pour les entretenir d'y travailler avec des engins, et de toute façon les agriculteurs et forestiers doivent pouvoir les traverser pour accéder à leurs parcelles. Il est indispensable de codifier ce type de problèmes pour permettre le développement raisonné des produits touristiques.

En conclusion, citons les mots de la Commissaire européenne chargée de l'agriculture : « après 2013, il faudra que les agriculteurs tirent leur revenu d'activités non agricoles ». Encore faut-il préparer, tester et bien connaître pour s'en défendre au besoin, les modalités de cette orientation.

**Michel WASTIAUX**