

Marché de la recherche  
regiosuisse & Colloque  
sur le développement  
régional 2012

Résumé table  
thématique

## Comment / pourquoi – mieux – promouvoir la collaboration entre agriculture et tourisme?

Olivier Girardin (Fondation Rurale Interjurassienne), Pauline Gigandet  
(Fondation Rurale Interjurassienne)

### 1 Introduction à la thématique

Le tourisme a besoin de l'agriculture comme l'agriculture a besoin du tourisme. Ces deux secteurs sont interdépendants sur plusieurs points et peuvent contribuer à leur essor respectif. Pourtant, ces deux branches de production sont issues de **politiques sectorielles différentes qui peinent encore à collaborer et envisager des actions communes pour leur équilibre respectif.**

Depuis plusieurs années, l'agriculture suisse connaît diverses mutations et est contrainte de se diversifier. Alors que la plupart des agriculteurs-trices vivaient autrefois d'une seule branche de production, ces derniers et dernières doivent dorénavant se tourner vers d'autres niches comme les produits du terroir ou encore l'agritourisme. Les statistiques 2010<sup>1</sup> indiquent que 44,5% des exploitations connaissent la diversification de leurs activités en plus des travaux agricoles traditionnels.

Simultanément, le tourisme connaît également de grands bouleversements en termes de mondialisation, de marché, de mobilité, de disponibilité, de flexibilité, etc. Alors, que le touriste traditionnel était lié à une offre standardisée et relativement rigide, **le nouveau touriste est plus exigeant et perçoit les vacances comme une expérience de vie** (Erlebnis) en mettant ses sens à contribution et l'agriculture peut jouer un rôle important dans la conception de l'offre.

Les paysages constituent l'un des plus grands atouts du marketing touristique helvétique. Ce patrimoine est entretenu et façonné plus particulièrement par l'agriculture. De surcroît, la présence d'animaux comme les vaches, les chevaux ou encore les moutons le rendent encore plus authentique et attractif pour les marcheurs et randonneurs. Par ailleurs, une consommation à outrance de ce paysage conduirait à le prêter et à causer des nuisances dommageables pour l'agriculture et la nature. Ainsi, **les agriculteurs n'exerçant pas dans le tourisme, ne voient parfois pas d'un bon œil la venue de touristes et ne**

---

### Tables thématiques – Marché de la recherche regiosuisse

Les tables thématiques sont des discussions se déroulant dans le cadre du Marché de la recherche regiosuisse sur les thèmes actuels de la recherche en matière de développement régional. Elles offrent aux participants la possibilité de s'investir activement dans la manifestation et permettent aux chercheurs responsables d'obtenir de précieuses informations et des feed-back concrets sur les thèmes abordés.

Le résumé des tables thématiques est assuré par les chercheurs eux-mêmes et offre un aperçu approfondi des discussions sur les thèmes traités. Les déclarations émises reflètent les opinions des initiateurs et pas forcément celle de regiosuisse. Aucune traduction n'est prévue.

Plus d'informations sur le Marché de la recherche et le Colloque sur le développement régional sur : [www.regiosuisse.ch](http://www.regiosuisse.ch)

---

<sup>1</sup> Recensement 2010 des exploitations agricoles, Office fédéral de la statistique, avril 2012

## **perçoivent souvent pas les retombées économiques pour leur région.**

Les animaux détenus par les éleveurs mentionnés plus haut servent également aux activités touristiques. Ici, nous pensons plus particulièrement au cheval qui connaît un regain d'intérêt de plus en plus important des touristes, comme source de divertissement.

Les produits du terroir et leur matière première sont également des atouts de vente d'une destination et permettent également des activités offertes à la clientèle, comme des ateliers de dégustation ou d'animation. Ils sont aussi mis en valeur par la gastronomie sur les cartes de mets et tables d'hôtes diverses. Naturellement, ils génèrent une valeur ajoutée intéressante aux agriculteurs et artisans qui s'emploient à les transformer.

Le souhait croissant des touristes de passer des vacances au vert et dans une ambiance terrienne renforce l'engouement pour les séjours à la ferme. Les régions faiblement peuplées sont prisées par les touristes, justement du fait qu'elles soient proches de la nature. Les séjours à la ferme enrichissent l'offre touristique et permettent une complémentarité intéressante à l'offre hôtelière et gastronomique. Cette activité permet ainsi aux exploitations agricoles de se diversifier et ainsi d'assurer un revenu complémentaire à leur activité première. **Néanmoins, cette offre est souvent perçue comme concurrente et mal venue par les restaurateurs et hôteliers.**

Mentionnons également les nombreuses manifestations d'origine agricole comme les marchés, les désalpes et autres fêtes folkloriques et culturelles. Ces événements permettent non seulement de resserrer les liens entre la ville et la campagne mais sont l'occasion de faire la fête ou encore de favoriser le commerce.

Enfin, cette thématique est relevante pour la recherche dans la mesure où des outils font défaut afin de définir et quantifier les impacts des collaborations intersectorielles ou encore la valeur ajoutée générée, par exemple. La recherche peut également contribuer à développer des outils et démarches qui favorisent la collaboration transdisciplinaire.

Les éléments clefs présentés ci-dessus devraient inciter le tourisme et l'agriculture à mieux communiquer et cohabiter, en développant des synergies, clés du succès, entre ces deux secteurs.

## **2 Synthèse de la discussion de l'atelier du 26.09.12 et questions discutées**

### **2.1 Les remarques et compléments à l'introduction**

- Les offres en agritourisme comme les offres culturelles peuvent venir agrandir et assurément enrichir la part de marché d'une région. Elles sont complémentaires à l'existant. Et le monde appelle le monde...
- Le cadre institutionnel légal (aménagement du territoire, patentes dans la restauration et l'hébergement, etc.) façonne l'offre et la collaboration, la freine ou au contraire la dynamise.
- Un faible taux annuel d'occupation/fréquentation peut être un facteur de tension par rapport à la concurrence.

### **2.2 Quels sont les ingrédients nécessaires à une bonne collaboration entre l'agriculture et le tourisme?**

- Clarifier le rôle du tourisme ainsi que le développement touristique de la région et identifier les volontés réciproques des différents acteurs-trices (agriculture, restauration/hôtellerie, office du tourisme, etc.)
- Développer ensemble (agriculture, restauration/hôtellerie, tourisme) une vision et une stratégie communes afin de rassembler les énergies et de développer des synergies pour promouvoir ensemble la destination
- Utiliser la concertation et la participation comme des facteurs d'encouragement et de succès
- Identifier les éléments, les défis et les enjeux de la collaboration
- Utiliser les centres urbains comme éléments de complémentarité à travers les activités qu'ils offrent
- Envisager un marketing sur des valeurs et bases communes
- Travailler sur les compétences afin d'améliorer la qualité de l'offre. A noter qu'il est possible de se distinguer soit à travers l'innovation qui est passagère ou sur la qualité qui est de longue durée.
- S'inspirer des bonnes pratiques (par exemple Enjoy Switzerland) et les contextualiser, à savoir les adapter au contexte local
- Coacher les prestataires actifs dans l'agritourisme et pour lesquels, c'est un nouveau métier

- Mettre en réseau les acteurs-trices
- Faire du lobbying

### **2.3 Comment procéder pour développer des partenariats entre l'agriculture et le tourisme au niveau régional?**

- Réunir les acteurs-trices concernés afin de développer ensemble une vision et une stratégie communes ainsi que rassembler les synergies pour promouvoir ensemble la destination
- Définir le rôle du tourisme et de l'agritourisme
- Créer une communauté d'intérêts ayant pour but le développement commun du tourisme de la région et en favorisant les groupes hétérogènes
- Diversifier l'offre pour qu'elle soit complémentaire et la regrouper sous un seul chapeau
- Développer des offres combinées en démontrant l'intérêt de la collaboration
- Collaborer au-delà des frontières politiques et s'inspirer des bonnes expériences faites dans d'autres régions.
- Identifier et valoriser la valeur ajoutée.
- Développer un projet-pilote

#### **2.3.1 Quelles sont les bonnes pratiques à promouvoir et comment procéder?**

- Identifier et valoriser les bonnes pratiques
- Etablir un benchmarking
- Coordonner les politiques sectorielles dans la région et envisager une stratégie commune dans le développement du tourisme (et de l'agritourisme) comme par exemple dans le domaine de l'aménagement du territoire

Nous remercions les participant-e-s de l'atelier pour leurs interactions et apports.

#### **Fondation Rurale Interjurassienne – août/octobre 2012**

[www.frij.ch](http://www.frij.ch) et [www.terroir-juraregion.ch](http://www.terroir-juraregion.ch)

Olivier Girardin  
 Directeur  
[olivier.girardin@frij.ch](mailto:olivier.girardin@frij.ch)  
 032 420 74 22

Pauline Gigandet  
 Chargée de projets  
[pauline.gigandet@frij.ch](mailto:pauline.gigandet@frij.ch)  
 032 420 80 62