

Atelier de travail sur l'économie verte et le tourisme :

« Offre touristique « nature » et agritourisme - un potentiel pour le territoire ? »

jeudi 25 mars 2021 / 10h00 - 12h00 / Webinaire / 18 participants, 4 territoires représentés

Suite à cette crise sanitaire, les touristes sont en de plus en plus en demande d'authenticité. Des offres répondant à ce type de demandes existent déjà sur notre territoire (Vie ma vie de paysan, randonnées avec découverte des produits locaux, etc.). Développer ce type d'offre constitue-t-il un potentiel pour le Diois ? Sur quelles thématiques ? Comment développer ce type d'offres ? Avec quels acteurs ?

Introduction par Marie-Laure Valla / CC du Diois

Rappel du cadre et du contexte : cet atelier est organisé dans le cadre d'une action portée par la CIPRA sur la green Economy dans l'arc alpin. Cet atelier est le dernier d'une série, après la mobilité, la surfréquentation et le tourisme respectueux.

Définition de l'agritourisme

Pour rappel l'agritourisme c'est une forme de tourisme dont l'objet est la découverte des savoirs-faire agricoles du territoire, des produits et des paysages qui en découlent.

Présentation et témoignage de Nicole Wolf-Voehl, directrice de la « Route du fromage Bregenzer Wald » en Autriche



© Käsestrasse Bregenzer Wald

La « Route du Fromage du Bregenzerwald » est plus qu'une route sur laquelle il est possible d'acheter du fromage. Elle est la marque d'une région rurale, un réseau de producteurs et de distributeurs, une philosophie en matière d'harmonie entre produit rural de qualité et marketing moderne. Un ensemble d'expériences bien pensé sur le plan écologique et intéressant du point de vue économique pour les visiteurs et populations locales. La Route du Fromage du Bregenzerwald a été créée en 1998 suite à l'entrée de l'Autriche dans la communauté européenne. Elle englobe les diverses rues du Bregenzerwald et le territoire a une crainte de la baisse du prix de vente du lait.

« L'association Route du Fromage » compte plus de 160 membres. Font partie de cette association les producteurs fermiers : les exploitations agricoles dotées de boutiques agricoles, les laiteries, les fromageries d'alpage. Les hôtels, les restaurants, les auberges, les stations d'excursion et les refuges véhiculent cette philosophie fromagère portée sur l'accueil chaleureux des visiteurs.

Objectifs :

- Promotion et préservation de la culture fromagère ;
- Sécuriser et maintenir les caractéristiques uniques du Bregenzerwald pour l'avenir ;
- Promotion touristique du territoire
- Marketing, ventes, événements.

La « Route du Fromage du Bregenzerwald » est plus qu'une route... C'est :

- la marque d'une région rurale ;
- une philosophie alliant produit rural de qualité et marketing moderne ;
- un réseau de producteurs et de distributeur ;
- un ensemble d'expériences bien pensé sur le plan écologique et intéressant du point de vue économique pour les visiteurs et les populations locales.

>> Plus d'informations dans la [présentation de la Route du fromage / Käsestrasse Bregenzer Wald \(Autriche\)](#) et sur le site web : <https://www.kaesestrasse.at/fr/>

Quelques questions suite à l'intervention

- **Gouvernance**

Qui est à l'initiative de cette « Route du fromage » et qui gère aujourd'hui ce réseau ?

La « Route du fromage » a été initiée suite à l'entrée de l'Autriche dans l'UE et une crainte des producteurs de baisse des prix du lait. Le projet a été financé par l'UE (via un programme LEADER) et porté par quelques personnes particulièrement impliquées autour d'un produit qui rassemble et fait identité : le fromage.

« En 2011 une organisation à but non lucratif a lancé la démarche. Un changement de statut a été nécessaire pour pouvoir vendre le fromage et une entreprise a été créée. Je suis la directrice, j'ai 2 assistants pour organiser les événements, faire le marketing, promouvoir nos idées, la marque. On met la marque sur l'ensemble de nos produits. On a pu vraiment valoriser et on a eu de la réussite avec ça. L'entreprise appartient à ce réseau, qui est toujours une association. 11 directeurs participent de manière bénévole et décident avec moi de la stratégie pour la route du fromage. »

La structure est indépendante mais est-ce que chaque structure adhérente y participe financièrement ?

« Oui, divers financements selon la catégorie des adhérents – pour exemple : un agriculteur qui n'a que son exploitation, va payer une somme minime, environ 80 euros. 12 laiteries sur les 16 que comporte le territoire participent à hauteur de 0,003 €/L de lait produit. Ce sont nos plus gros cotisants.

Mais cela ne couvre pas toutes nos dépenses. Nous avons aussi un financement de la part de la région, il faut faire la demande tous les ans, donc ce n'est pas sûr, pour les projets qu'on met en œuvre dans la région. Par le programme LEADER nous avons également un financement de l'UE.

Une autre entrée financière est la vente de nos produits sous la marque. Nous avons une cave à fromage construite par 7 laiteries, faite pour l'affinage du fromage, une boutique où dans une année "normale" on fait des présentations, des dégustations, et on a l'occasion de présenter notre communauté aux touristes, soit 8 000 à 9 000 touristes / an. »

Comment les responsables de l'époque s'y sont pris pour fédérer les gens du territoire ?

« Je pense que c'est le point clé. Nous avons eu la chance d'avoir une personne qui a vraiment porté ce projet depuis toujours, il a valorisé et promu ce projet auprès des membres, participants, laiteries. En 1998 j'ai dû faire un stage pour mes études et j'ai participé au lancement de ce projet. J'ai dû organiser un événement pour le lancement de ce projet. Sans cette énergie, ça nous aurait pris beaucoup plus de temps, je ne sais pas sans ça si on aurait survécu sans ces personnes qui ont porté le projet. »

175 partenaires divers : comment sont choisis ces membres ? Y-a-t-il un cahier des charges à respecter ? Tous les acteurs touristiques peuvent-ils devenir membres ?

« Au début de la démarche, les restaurants devaient avoir au moins 5 plats au menu avec du fromage de la région, mais c'était tout. Au fil des années, on a été un peu perdu sur ces critères. Aujourd'hui les restaurants doivent avoir au moins 3 plats sur le menu qui contiennent un fromage de la région. On essaie de les convaincre, lorsqu'ils font un buffet, de présenter essentiellement des fromages de la région.

Les laiteries ont des critères assez stricts pour être membre : produits exclusivement de la région, avec du lait issu de fourrage non ensilé.

Nous ne "choisissons" pas les membres. Il faut aller convaincre les potentiels nouveaux membres. Il faut montrer pourquoi c'est intéressant de rester dans ce réseau. Malheureusement nous avons 3 à 4 départs du réseau tous les ans. L'année dernière, nous avons eu la chance d'avoir 20 nouvelles laiteries dans les Alpes, aussi parce que nous avons fait une plaquette qui présente toutes les laiteries et que nous avons pu donner aux touristes, avec les laiteries participant au réseau. Mais il faut aller les chercher, on n'est pas encore au stade où on peut les choisir. »

- **Offre touristique/ Promotion**

Quel type d'hébergement existe-t-il ?

« Les types de restaurants et d'hôtels sont très variés : des petits refuges à la montagne où on sert du lait, quelques fromages, jusqu'au restaurant 3 étoiles. Cette région n'est pas très connue pour la surfréquentation. Juste des gens qui viennent pour être en pleine nature. »

Quels produits sont promus ?

La promotion s'est faite uniquement sur le fromage. Il y a quelques événements, où on le fait tous ensemble car il n'y a pas que le fromage, mais aussi la dégustation de la bière locale. Nous travaillons également avec l'association 'la route des vins' pas loin de Vienne, qui propose des dégustations avec fromage et vin. Nous avons 60-70 variétés de fromages produits ici dans la région.

Un exemple d'action réussie : la création d'un livre de recettes en 2020. Classé 4ème d'un prix de livre de recettes. Chaque recette utilise au moins un fromage. « Je ne pensais pas que ça allait marcher. »

- **Communication**

Qu'est derrière le nom « Route du fromage » ?

Le nom « Route du fromage » n'est pas très clair. On imagine une route comme les routes du vin en Autriche. Ici, dans le Bregenzerwald, c'est vraiment toute la région qui est la route du fromage. Il n'y a pas vraiment une seule route. Il faut définir une zone, un endroit où on peut unir tous les participants sous le même toit.

- **Retour du territoire de Diois**

Dans le territoire du Diois nous avons la « Route de la lavande », la « Route de la clairette », donc des produits connus et reconnus. Pour l'instant elles ne sont pas forcément plus développées car nous n'avons pas une ligne directrice pour l'instant comme celle de la « Route du fromage Bregenzerwald » qui vient de nous être présentée.

Ateliers de travail

Nous travaillons en deux groupes pendant environ 40 minutes pour identifier les points à lever avant de commencer un travail sur les sujets de l'agritourisme et de l'offre touristique « nature ». L'idée est d'identifier quelques freins à lever, les ingrédients qu'ils nous faut pour mettre en œuvre des actions ainsi que les bonnes astuces à avoir en tête pour réussir.

- **Groupe 1 : Agritourisme**



Freins à lever

- Ce qui revient c'est la notion de démarche collective. Il faut outrepasser l'intérêt individuel. Faire prendre conscience aux agriculteurs la qualité de leurs produits et de l'impact sur les touristes. Mais ce n'est pas le métier des agriculteurs d'accueillir le public.

→ **Questions à clarifier** : Qui anime ? Qui fait quoi dans la démarche ?

Ingrédients

- Il faut des agriculteurs, mais pas que, aussi des hébergeurs.
- Travailler sur une expérience, accompagner les gens à fabriquer ce produit, valoriser le concret.
- Travailler la communication et la formation.
- Identifier un sens partagé.

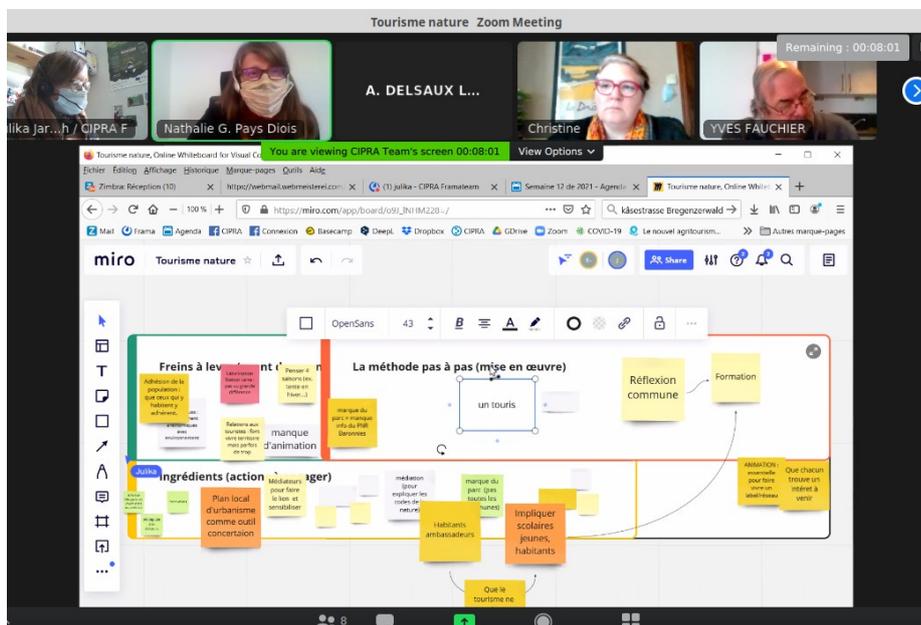
Méthode

- Travail pour mobiliser les acteurs.
- Travailler sur un réseau.
- L'importance de l'animateur

Les bonnes astuces

- C'est le portage du projet. Si on veut développer une offre touristique, il y a des acteurs à identifier afin de développer une offre. C'est cet ingrédient qui va faire que la recette va prendre ou pas.
- Avoir la belle histoire : pourquoi venir dans le Diois

Groupe 2 : Offre touristique nature



Freins à lever

- Question sur l'adhésion de la population, des habitants du territoire à ce tourisme : peut être un frein fort, comme favoriser l'émulation.
- Question de la motivation : Attraction / répulsion des touristes qui font vivre le territoire

Ingrédients

- Penser une approche systémique : un tourisme qui puisse être bénéfique aux acteurs touristiques mais plus globalement au territoire.
- Penser la saisonnalité

Méthode

- Former les habitants pour en faire des ambassadeurs
- Formation à destination des différents acteurs.
- Jeunes pour faire de la médiation.

Les bonnes astuces

- moteur commun / réflexion commune

Remarques et retours d'expériences des participants

- **Existe-t-il un bilan de l'opération « de ferme en ferme » sur la Communauté de Communes du Diois ?**

« Pas connaissance de chiffres sur le territoire proprement dit de la CCD. Mais la démarche fonctionne très bien voir trop bien car des agriculteurs ont dû se retirer, on en arrive à de la surfréquentation, et les agriculteurs n'arrivent plus à gérer. Certains sont victimes de leur succès. On n'est pas sur une notion de tourisme mais d'excursion à la journée. »

- **Retour de la Communauté de communes Alpes Provence Verdon**

« Nous avons une offre touristique plus ciblée : les fermes sont visitées sur une thématique bien précise comme par exemple sur le pastoralisme, le fromage. Cela marche très bien mais on encadre les groupes de participants. Une journée « La main à la pâte » les mercredis pour les enfants, ils repartent avec leurs tagliatelles. C'est à la demande, c'est encadré. »

Le Label Pays Gourmand dans la Communauté de communes Alpes Provence Verdon

Ce label apposé sur le restaurant. Une charte est mise en place avec la Communauté de Communes. Chaque jour au moins un menu qui reprend en intégralité les produits locaux. Aujourd'hui il y a 60 restaurants qui ont le label Pays Gourmand. Sur le site internet on peut retrouver les producteurs. C'est animé et contrôlé par la communauté de communes.

Plus d'informations : <https://paysgourmand.fr/> et https://ec.europa.eu/regional_policy/fr/projects/France/pays-gourmand-un-label-de-qualite-pour-promouvoir-les-produits-locaux-en-france

- **Retour de la Communauté de communes Cœur de Chartreuse**

« Dans le territoire de la Chartreuse, nous avons un réseau d'artisans et agriculteurs : la route des Savoir-Faire et des Sites Culturels qui permet de mettre en valeur dans un dispositif minimal (une carte touristique). On se pose encore des questions sur son fonctionnement /sa gouvernance, mais on peut déjà constater un fort intérêt par les visiteurs du territoire. »

Plus d'informations : <https://www.chartreuse-tourisme.com/les-incontournables/ete/la-route-des-savoir-faire-et-sites-culturels/>

Conclusion

L'ensemble de ces ateliers vont permettre d'alimenter la « Commission tourisme » de la Communauté de Communes du Diois. L'objectif est d'utiliser la matière qui est ressortie pour développer une stratégie touristique et mettre en place des actions.

Parallèlement, la CCD va répondre à l'appel à projet sur la mise en place d'un Plan Alimentaire territoriale. Au sein de cette candidature le lien avec l'activité touristique a été largement souligné. Nous voyons donc bien le lien entre production agricole et tourisme.

Remerciement à l'ensemble des participants de cet atelier et aux précédents. C'était très riche.