



# La journée du Tourisme Vert :

Plus de 200 personnes ont participé à cette journée, sous la présidence de Christiane Pieters, Présidente du Pôle Tourisme de la Chambre d'Agriculture du Gers et des Gîtes de France du Gers et de Pierre Lava, Président de Bienvenue à la Ferme du Gers.



Une salle attentive en la présence de M. Michel Herrero, Président des Gîtes des Landes et de M. Alain Soucaze, représentant des Gîtes des Hautes-Pyrénées.



M. Gérard Bezerra, Maire de Montréal du Gers



M. Denis Conus, Préfet du Gers



M. Francis Dèche représentant le Président de la Chambre d'Agriculture, Henri-Bernard Cartier.



M. Robert Perrussan, président du CDTL



Mme Christiane Pieters, Présidente des Gîtes de France du Gers



M. Pierre Lava, Président de Bienvenue à la Ferme du Gers

## Ils ont dit

**Monsieur Denis Conus, Préfet du Gers :** «Après la tempête Klaus, l'Etat doit être attentif autant aux territoires que nous devons reconstruire et protéger, qu'aux projets que nous devons soutenir.

En cette période de crise, le milieu rural a une carte à jouer : séjours plus courts, tarifs plus adaptés. Bref, ce secteur a de l'avenir».

**Madame Christiane Pieters, Présidente des Gîtes de France du Gers :** «a rappelé la fierté de notre association d'avoir accueilli le tournage du spot publicitaire national dans le Gers en juillet 2008. Cette campagne télé a apporté + 4 % de notoriété de la marque (étude IFOP octobre 2008). La 2<sup>ème</sup> vague de cette campagne TV aura lieu fin avril et début mai 2009. Nous devons travailler avec l'administration pour adapter la réglementation à nos petites structures en ce qui concerne le paquet hygiène et le permis d'exploitation en Chambres d'Hôtes».

**Richard Crispel, Directeur de la production et de la commercialisation au CRT /MPVL Midi-Pyrénées** nous a présenté le programme des grands sites touristiques en Midi-Pyrénées. L'objectif de ce dispositif consiste à ac-

croître la force de séduction et de rayonnement de ces grands sites touristiques en :

- préservant les espaces naturels patrimoniaux et urbains, des dégradations éventuelles dues à leur forte fréquentation et à valoriser leurs arguments identitaires et atouts patrimoniaux ;

- assurant sur chaque grand site touristique la promotion des autres grands sites touristiques et territoires de Midi-Pyrénées, dans le Gers, Auch et Marciac ;

- soutenant des actions de promotion et de commercialisation au niveau international.

**Pierre Lava, Président de Bienvenue à la Ferme du Gers :** «Sans oublier les formules d'accueil des fermes équestres, fermes pédagogiques et de découvertes, les produits de la ferme confirment leur intérêt pour le consommateur et le touriste.

Dès que celui-ci est dans nos fermes, nous lui démontrons la qualité de nos produits et de nos prestations. Cet été, nous fêterons les 10 ans des Marchés à la Ferme et nous comptons accueillir plus de 8000 touristes et clients».

**Gérard Bezerra, Maire et Conseiller Général de Montréal du Gers :** «Merci d'avoir choisi pour l'assemblée géné-

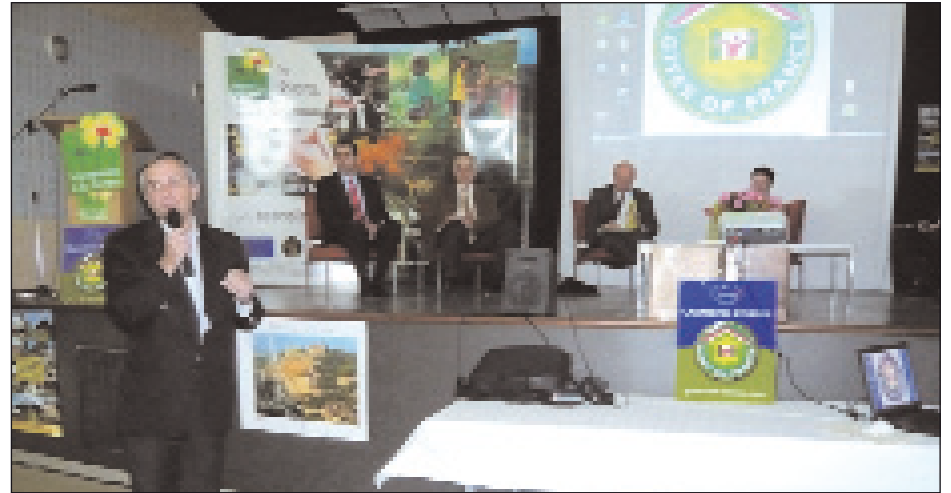
rale du Tourisme Vert, Montréal du Gers qui se situe sur le chemin de Saint Jacques qui accueille plus de 17000 pèlerins tous les ans et plus de 22000 visiteurs à la villa gallo-romaine de Séviac».

**Robert Perrussan, Président du CDTL** «Le secteur du Tourisme est un acteur économique de plus en plus important pour le département. Cette année, nous avons adapté notre 3<sup>ème</sup> schéma départemental d'aménagement et de développement touristique. De plus, nous avons regroupé les éditions de l'ensemble des filières touristiques en 5 catalogues intitulés par exemple : le traité de convivialité par les Gîtes et nous avons changé notre signature : Gers, le complice des jours heureux».

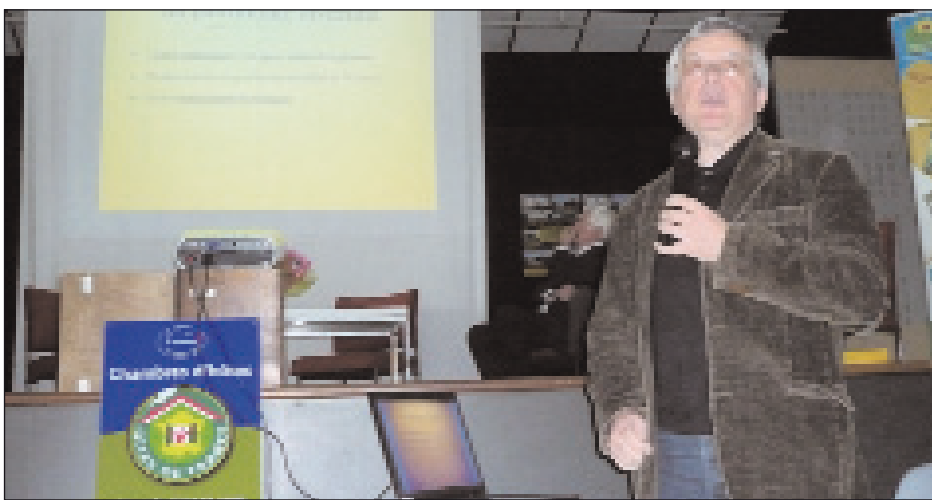
**Francis Dèche, représentant le Président de la Chambre d'Agriculture, Henri-Bernard Cartier, excusé :** «Nous devons être vigilant quant à la possibilité de diversifier nos exploitations et à changer la nature d'utilisation de nos bâtiments. Si nous n'y prenons pas garde, nous ne pourrions plus utiliser des bâtiments à des fins touristiques. Qui sait aujourd'hui ce qu'il fera demain comme production et comme nouvelle activité ?



MM. Bernard Dufresne et Jean Dauzère, propriétaires de Gîtes et de Chambres d'Hôtes, lieu de tournage du spot national.



M. Richard Crispel du CRT Midi-Pyrénées



M. Jacques Abadie, Sociologue à l'Ensats



Visite de la Villa de Séviac avec la participation de Jean Tichané, Président de l'Office de Tourisme de Montréal du Gers.

## Intervention de Jacques Abadie (Ensats) : "Quelles évolutions pour le tourisme rural ?"

### Le tourisme rural en France : l'hébergement

Source : Direction du Tourisme 2006

- 94 500 lits en **hôtellerie** - 8% de l'offre nationale
- 30 800 emplacements de **camping** - 33%
- 50 500 **gîtes** ruraux labellisés - 31%
- 32 000 **chambres d'hôtes** labellisés - 92%
- 37 000 lits en **village de vacances** - 15%
- 28 000 lits en **résidence de tourisme** - 6%
- 5% des **résidences secondaires**

### Le tourisme rural en France : un patrimoine diversifié

- 7 **parcs nationaux** et 44 **parcs naturels régionaux**
- 28 **sites** inscrits au patrimoine mondial de l'Unesco
- 40 000 **monuments historiques**
- 90 **Pays d'art et d'histoire**
- 6 000 **musées**
- + de 1 000 **festivals** culturels

### Le tourisme rural en France : des activités de pleine nature

- **Randonnées pédestres** : 180 000 km de chemins et sentiers balisés
- **Tourisme équestre** : fermes équestres, 160 000 km de sentiers équestres balisés
- **Tourisme fluvial** : 8 500 km de voies navigables
- **Cyclotourisme** : 9 000 km de routes et voies vertes
- **Activités d'eau vive** : 250 000 km de rivières, 26 000 km de parcours aménagés.

### Le tourisme rural en France : 30 % de la fréquentation touristique française

- Une **attractivité régulière** tout au long de l'année
- Des **séjours courts** : 4,5 jours pour 6,6 jours sur le littoral et 5,8 jours en montagne
- Un espace où l'on dépense peu :
  - \* 80 % de l'espace
  - \* 30 % de la fréquentation touristique
  - \* 20 % des dépenses touristiques

### L'évolution du tourisme rural : 3 types de clientèle

1. **Le retour au pays** : peu marchand mais maintien des liens sociaux
2. **Le tourisme social et associatif** : très développé dans les années 70, a peu évolué, déficit d'image, peu marchand
3. **Les amateurs de campagne** : récent (ceux qui n'ont plus de racines locales), en développement, marchand. Composé de touristes aisés exigeants sur la qualité de l'hébergement, des prestations et de l'animation.

### L'évolution du tourisme rural : de la cueillette vers le tourisme durable

1. **Années 60** : effet d'aubaine  
Valorisation de l'immobilier  
Accueil "économique"
2. **Développement** des offres, des projets  
Foisonnement des initiatives  
Mais concurrence et hétérogénéité
3. **Professionnalisation** :  
Formation des acteurs  
Labellisation  
Chartes de qualité

### L'évolution du tourisme rural : pour un tourisme durable

1. **Une approche territoriale** :  
Sensibiliser et coordonner : la diversité est source de richesse, le paysage a une valeur patrimoniale...
2. **Coordonner les acteurs** : les collectivités, les politiques, les acteurs économiques, les résidents...  
Démarche participative
3. **Concevoir un tourisme rural au service des personnes et de l'économie locale** : placer l'humain au cœur des préoccupations  
Emplois, formation, insertion
4. **Développer une offre cohérente et complémentaire**

### Pour un tourisme durable : une approche humaine

- **Concevoir un tourisme rural au service des personnes et de l'économie locale** : un tourisme inséré
- **Penser apport du tourisme aux résidents et apports des résidents au tourisme** : complémentarité et non opposition espace de vie et espace de loisir
- **Former des professionnels du tourisme** : diversifier les formations les adapter en vue d'un emploi durable

### Pour un tourisme durable : une offre cohérente et complémentaire

- **Ne pas viser qu'un type de clientèle** : penser en termes de mixité sociale et de diversité
- **Mettre en réseau les acteurs** du tourisme, du sport, de la culture, du patrimoine, de l'agriculture...  
cf. l'oenotourisme
- **Améliorer et diversifier la communication** :
  - \* entre acteurs locaux et au sein de la population
  - \* avec les "clients"
  - \* en valorisant les paniers de produits