

Etat des lieux de l'agritourisme en Corse

Diagnostic prospectif de la situation en 2013

1. Préambule

Cette étude s'inscrit dans le cadre d'une convention de collaboration de recherche tripartite signée entre l'Agence du Tourisme de la Corse, l'Office de Développement Agricole et Rural de la Corse et le laboratoire *Lieux Identités eSpaces et Activités* (LISA) CNRS de l'Université de Corse (janvier 2013 – décembre 2014).

L'équipe LISA était constituée des membres suivants :

Responsables scientifiques :

Jean-Marie Furt - Enseignant-chercheur en management du tourisme, directeur de l'IAE de Corse

Caroline Tafani – Enseignant-chercheur en géographie

Autres participants :

Marie-Antoinette Maupertuis – Enseignant-chercheur en économie, Directrice UMR LISA

Leria Martinetti – ingénieur de recherche UMR LISA

Audrey Poggioli – ingénieur d'études Université de Corse

Enquêteurs (enquête téléphonique offre régionale : janvier – mai 2013)

Lauriane Costanzo

Jean-Dominique Venturi

Stagiaires – étudiants de Master Management du tourisme et des loisirs (avril-août 2013)

Elodie Givernaud

Alexandra Miranda Gonçalves

Contacts à l'ODARC pour le suivi du projet :

- Michèle Santini, agent de développement territorial en charge de la Route des Sens Authentiques
- Marie-Pierre Bianchini, service Développement, Pôle de compétences en élevage.

Contacts à l'ATC pour le suivi du projet :

- Jean-Louis Moretti, directeur du pôle « développement / promotion »

2. Remerciements

Les auteurs tiennent à remercier toutes les administrations pour leur aide et la mise à disposition des bases de données dont elles disposaient, ainsi que les acteurs du secteur agritouristique qui les ont reçus, en particulier les agriculteurs qui ont répondu à l'enquête téléphonique, ceux qui ont consacré parfois plusieurs heures aux entretiens semi-directifs, ainsi que les responsables des structures d'accompagnement de la filière.

3. Sommaire

1. PREAMBULE	2
2. REMERCIEMENTS.....	3
3. SOMMAIRE.....	4
4. INTRODUCTION	6
5. CADRE METHODOLOGIQUE DE L'ETUDE	8
5.1 LES CONTOURS DE L'OBSERVATION : QUELLE DEFINITION DE L'AGRITOURISME ?	8
5.1.1 <i>Tourisme rural et agritourisme : quelle articulation ?.....</i>	8
5.1.2 <i>Le cadre normatif français relatif à l'agritourisme.....</i>	9
5.1.3 <i>Les définitions du secteur agricole</i>	15
5.1.4 <i>L'agritourisme : quelle combinaison entre agriculture et tourisme ?.....</i>	18
5.2 METHODE DE TRAVAIL : LES OBJECTIFS OPERATIONNELS DE L'ETUDE	23
6. L'OFFRE AGRITOURISTIQUE EN CORSE	26
6.1 L'OFFRE REGIONALE : STRUCTURES ET CARACTERISTIQUES TERRITORIALES.....	26
6.1.1 <i>Objectifs et enjeux de connaissance.....</i>	26
6.1.2 <i>Méthode.....</i>	26
6.1.3 <i>Les résultats.....</i>	29
i. Profil de l'agriculteur prestataire d'agritourisme.....	29
ii. Caractéristiques des structures agricoles et biens agricoles produits	30
iii. Les prestations touristiques déclarées par les exploitants agricoles	33
6.1.4 <i>Synthèse</i>	49
6.2 LES STRATEGIES DES ENTREPRENEURS DE L'AGRITOURISME	52
6.2.1 <i>Objectifs et enjeux de connaissance.....</i>	52
6.2.2 <i>Méthode.....</i>	52
6.2.3 <i>Les résultats.....</i>	53
6.2.4 <i>Synthèse</i>	60
7. LES CLIENTELES DE L'AGRITOURISME	62
7.1 OBJECTIFS ET ENJEUX DE CONNAISSANCE	62
7.2 METHODE	62
7.3 LES RESULTATS	64
i. Le profil des répondants	65
ii. Pratiques et motivations des visiteurs	68
iii. Pratiques des touristes.....	73
iv. Satisfaction des clientèles	82
7.4 SYNTHESE CLIENTELES	86

8.	L'ORGANISATION DES ACTEURS AUTOUR DE L'AGRITOURISME.....	90
	INTRODUCTION	90
8.1	L'AGRITOURISME EN CORSE	93
8.1.1	<i>Une diversité d'acteurs ?</i>	93
	i. Les acteurs institutionnels	93
	ii. Les acteurs contractuels	94
8.1.2	<i>Un champ d'intervention très large.....</i>	98
	i. L'action privée.....	100
	ii. L'action publique	101
8.1.3	<i>Une politique agritouristique ?.....</i>	102
8.2	L'AGRITOURISME DANS LES DESTINATIONS VOISINES	107
8.2.1	<i>L'agritourisme aux Baléares.....</i>	108
	i. Présentation générale.....	108
	ii. La réglementation applicable aux Baléares	109
	iii. La stratégie touristique de Majorque	110
8.2.2	<i>L'agritourisme en Italie</i>	111
	i. Présentation générale.....	111
	ii. La stratégie agritouristique de la Toscane	112
9.	DROIT DE L'URBANISME ET AGRITOURISME.....	114
9.1	LORSQUE LA COMMUNE NE DISPOSE PAS DE DOCUMENT D'URBANISME	114
9.2	LORSQUE LA COMMUNE DISPOSE D'UN DOCUMENT D'URBANISME.....	116
10.	CONCLUSIONS : SCENARIOS PROSPECTIFS.....	118
10.1	UN AGRITOURISME AGRICOLE : LA PRESTATION TOURISTIQUE DANS LA CONTINUITE DE L'ACTE PRODUCTIF.....	119
10.2	LE STATUT QUO : UN AGRITOURISME DIFFUS ET PEU LISIBLE	120
10.3	DE L'AGRITOURISME AU TOURISME RURAL	121
11.	BIBLIOGRAPHIE	122
11.1	ARTICLES ET OUVRAGES	122
11.2	TABLEAU DE LA LITTERATURE GRISE.....	125
11.3	SITES INTERNET CONSULTES	139
12.	TABLES DES ILLUSTRATIONS.....	142
13.	Liste des personnes contactées	145
14.	ANNEXES.....	146

4. Introduction

Dans un contexte de crise profonde, économique mais aussi identitaire, le progrès technique et les produits industriels ne font plus rêver. Un certain « retour aux sources » marque le pas des tendances de consommation actuelles, y compris dans le secteur touristique. En particulier, dans ce contexte, la patrimonialisation du rural s'est imposée comme une nécessité. D'une part, on s'emploie à préserver les « restes » d'un passé rural pas si lointain, reconnu comme le fondement d'une identité collective (Di Méo, 2007). D'autre part, on veut connaître l'origine des produits, leur qualité et leur mode de fabrication (Bérard et al., 2004). Enfin, au plan économique, il s'agit de trouver le moyen de redynamiser des espaces restés pour certains en marge du développement (Micoud, 2004). Certains actifs (matériels et immatériels) propres aux espaces ruraux sont donc mis en patrimoine, réappropriés et réhabilités en tant que potentiels supports de développement territorial. C'est notamment le cas des produits liés au terroir. La valeur symbolique de ces actifs fait l'objet d'une revalorisation économique dont le tourisme est l'un des leviers les plus puissants, fonctionnant comme un intégrateur de la demande de patrimoine rural¹.

Cette demande a été étudiée et il a été montré que les touristes cherchent à consommer un « panier de biens et services territorialisés », panier spécifique du territoire visité (Hirczak et al., 2008). En effet, selon les théories de l'économie de la proximité (Torre et Filippi, 2005) et de l'économie territoriale (Pecqueur, 2006), le tourisme représente un levier de développement durable pour les territoires ruraux dès lors qu'il s'appuie sur les aménités environnementales et sociales spécifiques au territoire, aménités que les populations locales, dans une forme d'agir ensemble, auraient choisies de reconnaître et d'activer en tant que ressources originales pour leur projet de développement local (François, 2004 et 2008 ; Mollard et al., 2005).

Tandis que la Corse reçoit aujourd'hui environ 3 millions de visiteurs, les acteurs du secteur optent pour un étalement de l'activité dans le temps. La stratégie touristique de la destination Corse pour demain est donc de diversifier son offre en s'orientant vers, entre autres, un produit touristique plus identitaire et authentique : l'agritourisme. Afin de pouvoir répondre à cette nouvelle orientation politique, la destination Corse disposant, *a priori*, d'un fort potentiel en

¹ Voir Tafani, 2011 ; voir aussi à ce sujet Furt et Michel (coord., 2006) : *Tourismes et identités* ; (2011) : *Tourismes, Patrimoines et mondialisations* et Fazi et Furt (coord., 2013) : « Vivre du patrimoine », aux Editions L'Harmattan.

matière de produits identitaires et culturels, devrait s'orienter vers une mise en marché différente. Pour ce faire, il est incontournable d'avoir une meilleure connaissance de ce qu'est l'agritourisme sur le territoire : Que représente l'agritourisme en Corse ? Quelles sont les microrégions véritablement agritouristiques ? Quels sont les produits ? Qui sont les acteurs ? Quelles sont leurs stratégies ? Que recherchent les clientèles touristiques en la matière ?

Cette étude a donc pour ambition de répondre à la nécessité d'établir un état des lieux de l'agritourisme en Corse et de caractériser les perspectives de développement de cette filière sur le territoire.

5. Cadre méthodologique de l'étude

Avant d'engager le travail plus avant et de présenter les différentes étapes qui ont rythmé l'étude, il convient avant toute chose de préciser ce qu'on entend par « agritourisme » car les définitions fournies par la littérature sont aussi nombreuses que les approches et points de vue divers.

5.1 Les contours de l'observation : quelle définition de l'agritourisme ?

5.1.1 Tourisme rural et agritourisme : quelle articulation ?

L'agritourisme est difficile à cerner de manière univoque. Certains semblent même user des termes d'agritourisme, de tourisme à la ferme, de tourisme rural, tourisme à la campagne ou encore de tourisme vert de façon interchangeable, mais pourtant ces appellations recouvrent bien des réalités différentes. Les contours de l'observation sont particulièrement flous et mouvants selon le point de vue adopté (agricole ou touristique, offre ou demande) et selon les pays. Il est donc difficile de trouver dans la littérature un concept stabilisé pour définir l'agritourisme et, au plan opérationnel, une démarche partagée pour l'appréhender tant les produits agritouristiques peuvent être nombreux (Marcotte et al., 2005 ; Philip et al., 2010).

Comme beaucoup d'auteurs, nous considérons que l'on peut opérer une première distinction entre le tourisme vert, le tourisme rural ou le tourisme à la campagne d'une part, les notions les plus larges, et le tourisme à la ferme et/ou l'agritourisme² d'autre part :

- Tourisme vert, tourisme rural et tourisme à la campagne renvoient plutôt au milieu dans lequel se déploient les pratiques touristiques, au cadre des différentes activités et à la recherche d'un ensemble de valeurs rattachées à la ruralité lors de la consommation touristique. On assimile souvent ces termes les uns aux autres et c'est ce que l'on nomme le tourisme rural qui, pour des raisons administratives et statistiques, est quantifié : défini comme étant le tourisme en espace rural – en dépit d'une définition statistique de l'espace rural qui est très critiquable³ – il concernerait 85% du territoire national, 35% de la fréquentation touristique nationale avec une augmentation croissante du nombre de nuitées (+5,4% depuis 2007), 50% de la capacité d'hébergement nationale mais une consommation qui plafonne à seulement 20% de la consommation touristique nationale,

² On utilisera indifféremment les termes d'agritourisme (plutôt d'usage en France) ou d'agrotourisme, qui pour nous ont exactement la même signification.

³ L'espace rural est en effet défini par défaut et rassemble tout ce qui n'est pas une destination littorale (communes ou cantons littoraux), montagne ou urbaine...

une large part relevant de l'hébergement non marchand (Observatoire National du tourisme, 2007 ; DATAR, 2013). Certains auteurs préfèrent alors parler de tourisme à la campagne considérant l'espace rural comme un terme trop vague qui ne trouve pas d'écho dans l'imaginaire des touristes, lesquels se projettent plus facilement sur une « destination campagne » qui renvoie à un ensemble de valeurs positives et aux registres du ressourcement, de la rupture, de la détente, du calme, de la beauté, de l'authenticité, de la convivialité, de l'hédonisme, de la découverte, des patrimoines, etc. Ainsi, la campagne serait loin d'être une destination touristique par défaut... (DATAR, 2013) ;

- **Le tourisme à la ferme et l'agritourisme supposent un lien plus ou moins étroit avec le monde agricole** par le biais de la consommation de services touristiques. L'expression « tourisme à la ferme » suppose que le service touristique consommé soit en lien direct avec la ferme : **l'exploitation agricole est le support de la prestation touristique**. L'agritourisme est très souvent défini de la même façon, plus rarement selon une vision élargie, moins sectorielle, plus transversale, qui consisterait à intégrer d'autres prestataires que les seuls agriculteurs participant à l'élaboration et/ou à la commercialisation du produit agritouristique, même si les approches territorialisées sont depuis longtemps au cœur des préoccupations des praticiens comme l'illustre la définition qu'en a donné l'association « Tourisme en Europe rurale, EUROTER » (1993) : « L'agritourisme se définit dans l'économie globale du tourisme comme la valorisation touristique des espaces agrestes, des ressources naturelles, du patrimoine culturel, du bâti rural, des traditions villageoises, des produits du terroir, par des produits labellisés, illustratifs des identités régionales, couvrant les besoins des consommateurs en hébergement, restauration, activités de loisirs, animation et services divers, à des fins de développement local durable et de réponse adéquate aux besoins de loisirs dans la société moderne, dans une nouvelle solidarité sociale ville-campagne ». De ce point de vue, l'agritourisme n'est pas seulement un produit mais renvoie à un mode de développement. Nous reviendrons plus loin sur la diversité des approches en la matière.

5.1.2 Le cadre normatif français relatif à l'agritourisme

Le contexte normatif français conduit à considérer l'agritourisme comme étant une offre émanant strictement et exclusivement des agriculteurs. Pour bien appréhender ce cadre législatif, il convient de considérer les régimes juridiques, sociaux et fiscaux des entrepreneurs concernés selon les activités exercées. Les situations sont multiples et parfois complexes à comprendre.

AU PLAN JURIDIQUE

Le droit rural français ne définit pas de façon claire et définitive l'agritourisme au plan juridique mais, indirectement, par le biais de la notion d'« activités agricoles par relation, qui correspondent aux activités dans le prolongement de l'acte de production et qui ont pour support l'exploitation » (article L311-1 du code rural). Ces activités comprennent les activités de transformation, de commercialisation des produits végétaux et animaux de l'exploitation qui s'inscrivent dans le prolongement de l'acte de production, ainsi que les activités d'accueil à la ferme ayant pour « support » l'exploitation (Varenes, 2010). La notion de « support » est une fois encore loin d'être univoque. Elle est soumise à l'appréciation des praticiens et des juristes. La doctrine semble cependant considérer le terme de *support* de deux façons :

- sous l'angle géographique et physique : il suffirait donc que les activités de service soient matériellement situées sur les exploitations et exercées par les agriculteurs concernés ;
- sous l'angle économique : il serait nécessaire que les activités de service aient un lien étroit avec les activités de production animale et/ou végétale.

Mise à l'épreuve des faits, cette catégorisation présente certaines limites que les exemples suivants mettent bien en évidence et qui n'ont pas manqué d'être relevées par le législateur : une ferme-auberge située physiquement sur une exploitation agricole mais dont l'approvisionnement (donc le support économique) dépendrait majoritairement de fournisseurs extérieurs relève-t-elle du cadre juridique de l'agritourisme ? Les juges ont opté à plusieurs reprises pour une interprétation économique de la notion de support... Dans le même sens, une location de gîtes situés sur le domaine agricole de l'exploitant peut ne pas être considérée comme ayant pour support l'exploitation elle-même lorsque les produits de l'activité agricole productive n'entrent que pour une faible part, voire pas du tout, dans l'activité d'accueil (Varenes, 2010 : pp.18-19).

La question qui se pose en réalité est la suivante : à partir de quand l'exploitant agricole devient-il pluriactif au plan juridique⁴ ?

« Un exploitant agricole sera pluriactif sur un plan juridique dès lors qu'il exercera à titre habituel, au moins une activité qui n'entre pas dans le champ de l'article L 311-1 du code rural. Il s'agira, pour résumer, des activités autres que la production végétale ou animale, autres que celles ayant pour support l'exploitation agricole (le support ne devant pas être que géographique, mais aussi économique), autres que celles qui sont dans le prolongement de l'acte de production et autres

⁴ C'est-à-dire que les différentes activités sont régies par des régimes différents.

que les activités d'entraînement ou de préparation des équidés en vue de leur exploitation. L'exploitant agricole deviendra, le plus souvent et concernant l'agritourisme, également commerçant » (Revue de l'APCA⁵, 2008).

C'est en considérant le caractère accessoire des activités de services touristiques par rapport aux activités agricoles (par nature ou par relation) que le juge tranche, selon les situations : pour reprendre les exemples précédents de la ferme-auberge et de la location de meublé de tourisme, dans ces deux cas, les exploitants agricoles avaient été considérés comme pluriactifs au plan juridique. Pour un exploitant agricole, les conséquences d'une sortie du régime juridique agricole sont importantes (incidence en matières de droit de l'urbanisme, du statut du fermage, d'accès aux aides agricoles, etc.) ce qui explique pourquoi, en pratique, les agriculteurs proposant des prestations touristiques cherchent à garder dans la grande majorité des cas un statut juridique agricole qui leur est plus avantageux.

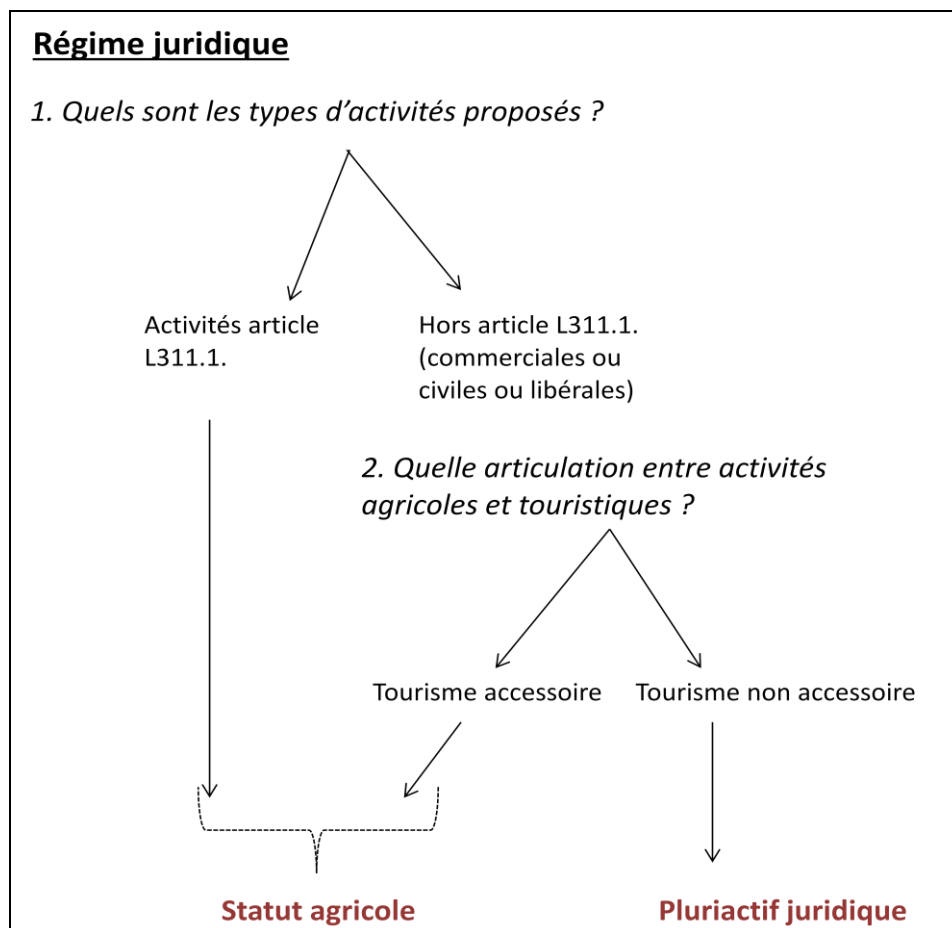


Figure 1 : Schéma simplifié d'identification du statut juridique du prestataire d'agritourisme

⁵ Association Permanente des Chambres d'Agriculture.

AU PLAN FISCAL

Un exploitant agricole est considéré comme pluriactif au plan fiscal dès lors qu'il exerce des activités autres que la production végétale ou animale, autres que les activités d'entraînement ou de préparation des équidés en vue de leur exploitation, autres que la vente de biomasse sèche ou humide ou de la production d'énergie à partir de produits ou sous-produits majoritairement issus de l'exploitation agricole. **Pour les activités de prestations touristiques non agricoles, il sera considéré comme pluriactif au plan fiscal** et paiera l'impôt sur des revenus relevant des activités commerciales, civiles ou libérales exercées, et les TVA et taxes professionnelles correspondantes s'il y a lieu. Les exploitants agricoles bénéficient d'un **régime dérogatoire leur permettant de rattacher les Bénéfices Industriels et Commerciaux (BIC) aux Bénéfices Agricoles (BA) lorsqu'ils sont imposés au réel**, exception également applicable pour la TVA du régime général alors rattachée au Régime Simplifié Agricole à condition de respecter le seuil fiscal de 30% des recettes agricoles et de 50 000 € toute taxe comprise (Revue de l'APCA, 2008).

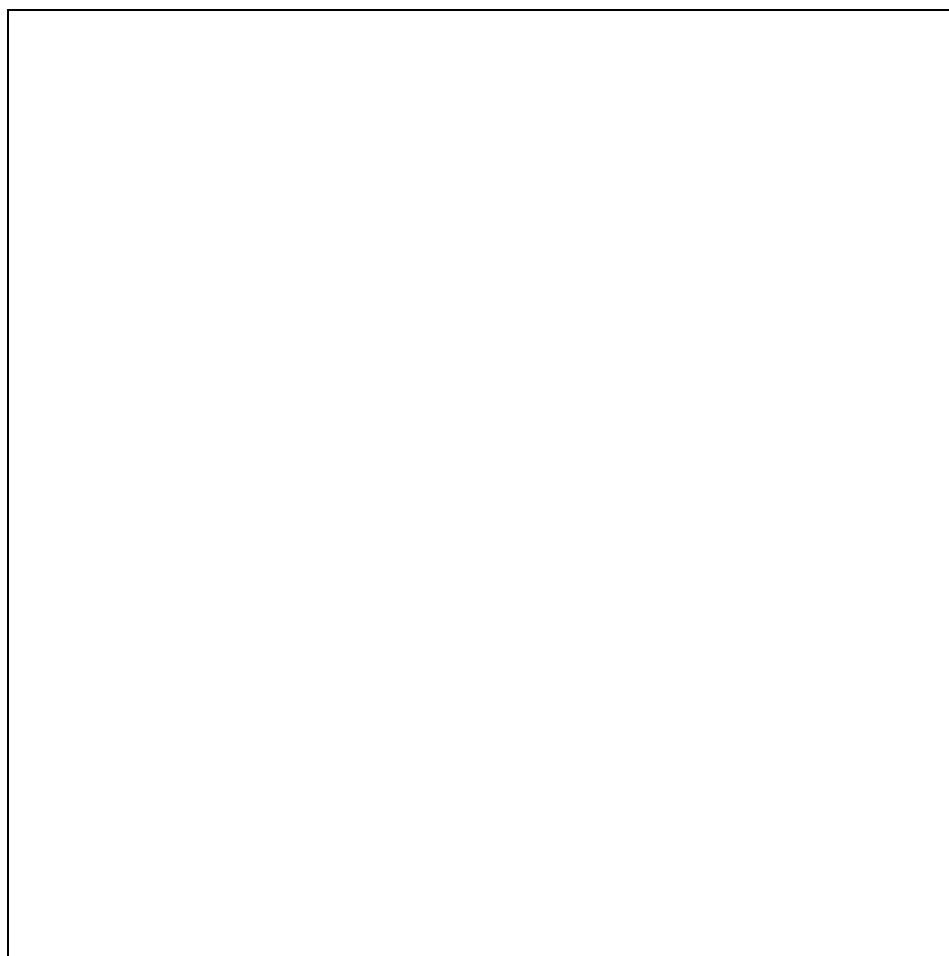


Figure 2 : Schéma simplifié d'identification du statut fiscal du prestataire d'agritourisme

AU PLAN SOCIAL

En matière de régime social, c'est là-encore la théorie de l'accessoire qui s'applique : l'exploitant agricole reste au régime social agricole dès lors que l'activité agricole est permanente et génère le plus de revenus ; l'exploitant reste affilié à la Mutuelle Sociale Agricole (MSA). S'il pratique des activités autres que celles définies précédemment comme étant agricoles par nature ou par relation, dans un volume horaire ou financier supérieurs à celles-ci, il devient pluriactif et dépendra certainement du régime social des commerçants ou de l'activité principale exercée.

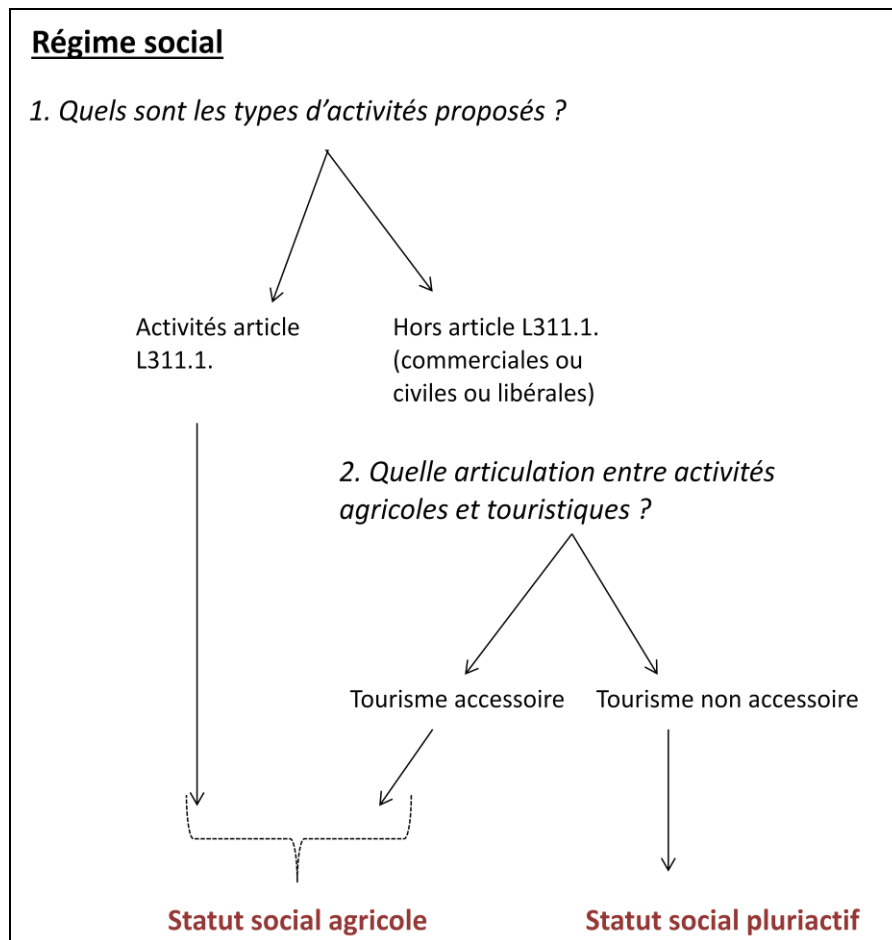


Figure 3 : Schéma simplifié d'identification du statut social du prestataire d'agritourisme

EN PRATIQUE

En pratique, « en agritourisme, les régimes juridique, fiscal et social de l'exploitant dépendent des activités exercées. Soit ils obéissent aux règles de la pluriactivité, parfois contraignantes, soit plus simplement et c'est **le cas le plus fréquent, l'agritourisme ne modifie pas le régime de l'exploitant, et est considéré comme une simple diversification de l'activité agricole classique** » (Revue de l'APCA, 2008). En d'autres termes, la définition de l'activité agricole, somme toute relativement ouverte⁶, « repousse les limites de la pluriactivité puisqu'un certain nombre d'activités relèvent de la seule sphère agricole » (Varenes, 2010 : 22).

Tableau 1 : Quelques exemples de régimes légaux en agritourisme en France (source : à partir de Revue de l'APCA 2008)

	Régime juridique	Régime fiscal : imposition	Régime fiscal : TVA	Régime social
Vente de produits agricoles	Agricole	BA	Agricole	Agricole
Activités équestres touristiques sur l'exploitation	Agricole si préparation des équidés	BA	Agricole	Agricole
Activités équestres touristiques hors exploitation (randonnées)	Commercial	BA ou BIC	Agricole ou général	Agricole
Logement avec prestations hôtelières (chambres d'hôtes) Campings	-Agricole si pour support l'exploitation -Commercial dans les autres cas	BIC	Général	Agricole si situé sur l'exploitation et dirigé par l'exploitant
Autres logements (gîte rural)	-Agricole si pour support l'exploitation -Civil dans les autres cas	BIC	Exonération de TVA	Agricole si situé sur l'exploitation et dirigé par l'exploitant
Fermes-auberges, petit-déjeuner, table d'hôtes	-Agricole si dans le prolongement de l'acte de production -Pluriactivité sinon (achat des produits à l'extérieur)	BIC	Général	Agricole si situé sur l'exploitation, dirigé par l'exploitant et si la majorité des produits est issue de l'exploitation
Visites d'exploitations	Agricole	BIC	Général	Agricole

BA : bénéfices agricoles ; BIC : bénéfices industriels et commerciaux

⁶ Excepté au plan fiscal où elle est plus restrictive.

⁷ Voir en annexe le tableau détaillé extrait de la Revue de l'APCA (2008).

5.1.3 Les définitions du secteur agricole

Considérant que l'agritourisme est le fait des exploitants agricoles, pour quantifier cette activité, il est d'usage de l'appréhender à partir des données du Recensement Général de l'Agriculture. Ce sont les seules données disponibles à l'échelle nationale, à partir de la maille communale, et les seules données comparables avec celles des voisins européens. **La statistique agricole**, si elle peut être très utile pour bien des analyses, **ne permet d'avoir qu'une vision restrictive et incomplète des activités agritouristiques**. Le recensement ne cible que les exploitants répondant à une combinaison de critères, dont un critère de dimension économique qui exclut les plus petits et un grand nombre d'agriculteurs pour les loisirs (cotisants solidaires souvent). Jusqu'à l'avant-dernier recensement, l'enquête permettait de quantifier les activités de diversification agricole à partir de la distinction : transformation/vente directe d'une part, hébergement et restauration d'autre part⁸. Depuis 2010 des précisions complémentaires sont apportées sur le type de produits agricoles transformés mais ces données ne seront comparables qu'au prochain sondage.

Selon le recensement agricole de 2005, en France, environ 100 000 sur 550 000 exploitants agricoles pratiquaient la vente directe de produits (18%) et plus de 17 700 (3%) exerçaient une activité liée plus directement au tourisme, les deux tiers proposant un hébergement et près de 16% une activité de restauration (données Ministère de l'Agriculture). En Corse, en 2010, sur moins de 20% des 2810 exploitations recensées, les producteurs pratiquaient la vente directe sur leur exploitation, un peu moins de 0.5% d'entre eux offraient un service de restauration et 1.1% des exploitants un hébergement à la ferme. Entre les deux derniers recensements, la proportion d'exploitants agricoles recensés diversifiant leurs activités agricoles vers l'agritourisme a été divisée par deux. Ce chiffre paraît surprenant mais est certainement à interpréter au regard de la baisse drastique du nombre total d'exploitations recensées, lui-aussi divisé par deux entre 2000 et 2010.

⁸ Ainsi que les travaux à façon qui ne nous intéressent pas dans cette étude.

Tableau 2 : Diversification en agritourisme au sein des fermes de Corse (source données : AGRESTE - RGA)

	1988		2000		2010	
Types d'activités :	Nombre d'exploitations	Part des exploitations de Corse (%)	Nombre d'exploitations	Part des exploitations de Corse (%)	Nombre d'exploitations	Part des exploitations de Corse (%)
Nombre d'exploitations agricoles (total régional)	5116	--	3578	--	2810	--
Vente directe de produits agricoles (transformés ou non)	2732	53,4	1546	43,2	507	18
Restauration à la ferme	48	0,9	70	2,0	10	0,4
Hébergement à la ferme	46	0,9	96	2,7	32	1,1

Ces données, si elles autorisent les comparaisons temporelles et spatiales, ne permettent pas d'avoir une vision précise de ce qu'est l'agritourisme en Corse aujourd'hui, ni d'avoir une approche dynamique de la filière. Or celle-ci est incontournable pour identifier les points de blocage et les leviers d'action possibles. D'où la nécessité de réaliser un diagnostic prospectif de l'agritourisme sur le territoire, à partir d'une base de données différentes de celles des statistiques agricoles.

Premièrement, il convient de compléter la liste des activités offertes sur les exploitations agricoles. Considérant les réalités de l'offre de prestations touristiques proposée par les agriculteurs, le réseau de la marque « Bienvenue à la Ferme » recense les prestations suivantes comme relevant de l'agritourisme :

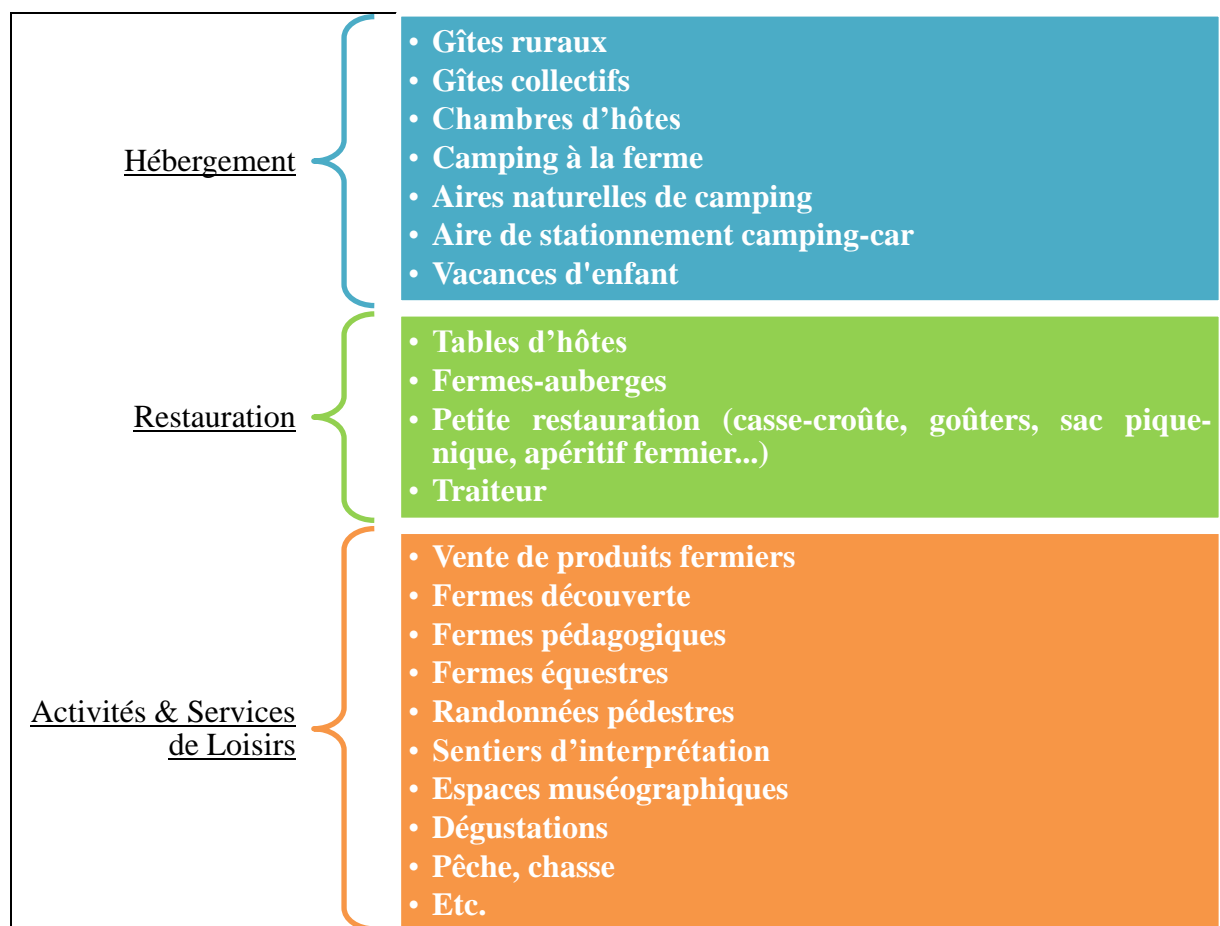


Figure 4 : les prestations relevant de l'agritourisme (source: Bienvenue à la Ferme)

Cette liste est l'objet d'une actualisation permanente, reflétant l'offre des exploitants agricoles qui y sont référencés. En Corse, l'offre est ventilée ainsi :

Tableau 3 : L'agritourisme en Corse selon les données du réseau « Bienvenue à la ferme »

Prestations	2010	2013	Evolution
Fermes auberges	16	19	+19%
Camping à la ferme	13	18	+38%
Meublés de tourisme	9	10	+11%
Chambres d'hôtes	22	27	+23%
Ferme équestre	13	4	-69%
Ferme découverte	3	2	-33%
Produits de la ferme	27	26	-4%
Aire naturelle de camping	4	0	-100%

On note que le réseau recense 19 fermes-auberges sur le territoire régional en 2013 alors que le RGA n'en comptabilisait que 10 en 2010... Cette base vient enrichir les données du RGA mais présente elle-aussi quelques biais : dans la mesure où elle est renseignée sur la base des adhésions au réseau, certains exploitants et certains produits échappent à l'observation.

Ensuite, il convient également de se poser la question de **la combinaison des activités agricoles et touristiques** (prolongement de la production agricole ? simple juxtaposition ? le milieu agricole comme support ? etc.) **et de l'échelle à considérer pour appréhender cette articulation** (exploitation agricole ? chaîne de valeur au sein de la filière ? destination touristique ?) pour discuter de ce que peut être l'agritourisme.

5.1.4 L'agritourisme : quelle combinaison entre agriculture et tourisme ?

La revue de littérature que nous avons réalisée montre très clairement que l'agritourisme fut une thématique de recherche émergente à partir de la décennie 1990 : le premier ensemble d'articles traitant de ce thème date de cette période (Bazin, 1993 ; Mamdy, 1995, 2000 ; Hjalager, 1996 ; Gerbaux, 1997 ; Disez, 1999, Perret et Marcelpoil, 2001). Ces études ont largement privilégié les approches et démarches méthodologiques de l'école française d'agroéconomie⁹ qui focalise avant tout sur le fonctionnement des exploitations agricoles et le développement des territoires ruraux par le biais de la multifonctionnalité de l'agriculture. Complément de revenu pour les exploitations en difficulté, activité créatrice d'emplois et favorisant le maintien des ménages agri-ruraux, pluriactivité sur les exploitations agricoles, impact en termes de développement territorial... Il s'agit ici des principales entrées problématiques qui ont été explorées par ces

⁹ INRA et CEMAGREF en France ; centres d'économie rurale ou agronomes ailleurs en Europe.

chercheurs. Parmi ces travaux, la définition la plus courante considère **l'agritourisme comme un produit de la diversification agricole ou comme une pluriactivité. Les études en question se limitent à observer les activités touristiques en lien avec l'exploitation agricole, qu'elles soient pratiquées sur l'exploitation ou qu'elles en utilisent une composante. L'exploitation agricole constitue donc la base de l'offre agritouristique.** Certains auteurs sont même allés jusqu'à considérer que **l'agritourisme, au sens strict, ne correspond qu'à une offre de produit complet, c'est-à-dire combinant restauration à la ferme, hébergement à la ferme et loisirs ayant comme support la ferme.**

Dans ce paysage, il faut mentionner une étude en particulier, qui est la plus complète à l'échelle nationale et qui appréhende la question de manière plutôt transversale (vision sectorielle mais aussi territoriale, approches agro-économique et managériale), ce qui était très innovant à l'époque, et dont les conclusions, dans les grandes lignes, restent d'actualité : il s'agit du rapport au ministère de l'agriculture réalisé par Perret et E. Marcelpoil (2001) qui présente la démarche et les résultats d'un diagnostic prospectif de l'agritourisme en France en 2001. A l'instar de la démarche initiée par l'AFIT en 1998, leur observation porte sur :

« Toutes formes de pratiques touristiques, individuelles ou collectives, quel que soit le statut de celui qui en est responsable ou concrètement le prestataire, qu'il soit le chef d'exploitation, le conjoint, une aide-familial, un salarié ou un membre de la famille. L'agritourisme pratiqué par les retraités agricoles est également pris en compte. L'agritourisme ne concerne pas les diverses activités touristiques exercées de façon saisonnière ou ponctuelle en dehors de l'exploitation » (Perret et Marcelpoil, 2001 : 5).

Cette définition permet d'aller au-delà de l'approche législative plus restreinte : si l'offre agritouristique a pour support l'exploitation agricole, les auteurs ne préjugent pas des différentes possibilités de combinaison entre les deux activités, production agricole et services touristiques, au sein du système d'activités.

Aujourd'hui, certains auteurs vont encore plus loin dans l'élargissement de la définition. Etant donnée l'affirmation de la demande d'authenticité, de vrai, de local, de terroir, de gastronomie, etc., et les opportunités de développement touristique que celle-ci sous-tend, la thématique de l'agritourisme (dont l'oénotourisme) est l'objet d'un regain d'intérêt très récent de la part des praticiens et des scientifiques. Au plan académique, géographes et gestionnaires s'emparent désormais de la question cherchant à renouveler les approches et les travaux en confrontant les

regards disciplinaires (Archambault et Waaub, 2001 ; Lignon-Darmagnac, 2009 ; Marcotte et al., 2002, 2004, 2005 ; Sidali et al., 2011, etc.). Dans ce contexte, **l'agritourisme est aussi appréhendé à partir des attentes des clientèles touristiques** et peut être défini à l'instar de P. Marcotte et L. Bourdeau et M. Doyon (2002) comme :

« **Une expérience touristique réalisée dans le milieu agricole.** Cette expérience repose sur la relation entre une organisation agricole, les services qui accompagnent le produit agricole et le touriste (excursionniste). La demande pour ce type de services est conçue dans une perspective d'agrément ».

Pour les auteurs québécois, **le milieu ou « monde » agricole ne se limite pas à la seule exploitation agricole** comme support mais englobe également le musée et autre centre d'interprétation patrimonial, la foire, le festival, et tous les produits qui, selon l'expression anglo-saxonne consacrée, relèvent de la sphère de l'*agritainment*¹⁰. La notion d'expérience touristique est centrale : il s'agit de fournir plus qu'un produit agricole car le produit « dans son aspect utilitaire n'est pas l'unique élément recherché lors de la pratique de l'agritourisme ; c'est l'ensemble de l'expérience vécue à travers l'offre du service (qui intègre alors tant le produit agricole que les informations et l'animation) qui lui donne sa caractéristique agrotouristique »¹¹.

Ce point de vue « demande » amène les auteurs québécois à considérer que la vente directe s'adresse plus généralement aux résidents et ne constitue pas un produit agrotouristique en soi. Ils défendent ici un point de vue beaucoup moins nuancé que celui de Perret et Marcelpoil qui, eux, ont essayé d'affiner la catégorisation selon la clientèle visée. En effet, pour ces derniers, les ventes directes peuvent être retenues comme étant des activités touristiques car : il y a souvent la visite pour le moins de l'atelier de transformation ; elles sont organisées pour les touristes (sur l'exploitation, marchés ou foires) comme promotion de la qualité, l'identité, l'authenticité (c'est donc une animation touristique et devient un réel produit touristique au même titre qu'un festival) ; la démarche des agriculteurs est délibérément touristique. Sont cependant exclues de leur analyse les ventes directes aux industriels et sur les marchés urbains¹².

¹⁰ Contraction des deux termes « agriculture » and « entertainment ».

¹¹ Dans le même esprit, Ohe (2001) différencie un bien agricole d'un bien agrotouristique en se basant sur les critères de localisation des marchés et de transport (déplacement de la clientèle par opposition au déplacement du bien), de type de marché (de niche par opposition au marché de masse), de type de demande (d'agrément ou de découverte de produits locaux par opposition aux besoins alimentaires de base) et de type de bien (produit incluant les services ou produit seulement)

¹² En pratique, la distinction est difficile à tenir...

Cette approche par la demande conduit donc à élargir le champ d'observation de l'agritourisme et à reconsidérer la question de la combinaison des activités agricoles et touristiques. La situation de l'agritourisme dans les Îles Baléares, exemple sur lequel nous reviendrons plus en détails, va dans le même sens, voire même encore plus loin...

Tableau 4 : Synthèse – les définitions de l'agritourisme

	Lieu prestation	Statut prestataire	Produits	Articulation agriculture/ tourisme
Droit rural	Exploitation agricole support	Agriculteur en activité (titre principal ou pluriactif)	Hébergement, restauration et/ou loisirs à la ferme	Tourisme comme activité accessoire
Statistique agricole	Exploitation agricole support	Agriculteur en activité au-delà des seuils économiques de recensement	Vente directe, restauration à la ferme et hébergement à la ferme	Tourisme comme activité accessoire
Bienvenue à la ferme	Exploitation agricole support	Agriculteur en activité	Hébergement, restauration et/ou loisirs à la ferme	Tourisme comme activité accessoire (moins 50% CA)
Approche agro-centrée restrictive	Exploitation agricole support	Tout prestataire travaillant une exploitation	Produits complets uniquement	Tourisme comme activité accessoire
Approche agro-centrée ouverte	Lien avec la production agricole (intégration des foires et marchés)	Tout prestataire travaillant une exploitation	Toute combinaison	Pas d'obligation
Approche management touristique	Lien avec le monde agricole	Tout prestataire assimilé au monde agricole	Toute combinaison + <i>agritainment</i>	Pas d'obligation

5.2 Méthode de travail : les objectifs opérationnels de l'étude

Ce cadre étant posé, pour réaliser le diagnostic prospectif de l'agritourisme en Corse en 2013, nous avons postulé que l'agritourisme doit être considéré selon une approche élargie mettant en regard offre et demande, visions agro-économique et management touristique, approches sectorielles et territoriales. Partant de là, nous avons cherché à répondre aux questions suivantes :

- Combien d'agriculteurs font de l'agritourisme en Corse ? peut-on affiner les bases de données existantes ?
- Quelle est l'offre des agriculteurs ? quels sont les produits ?
- Le territoire influence-t-il la situation de l'agritourisme ?
- Qui pratique l'agritourisme ? Quels types d'agriculteurs ? Des acteurs extérieurs à l'agriculture ?
- Comment s'organisent les acteurs de l'agritourisme en Corse ? au plan individuel ? en réseau ? de quelle façon sont-ils soutenus par les politiques publiques ?

Pour ce faire, nous avons défini trois objectifs de travail intermédiaires qui serviront de trame à la restitution des résultats ci-après :

Sous-objectif 1 : produire une analyse de l'offre à l'échelle régionale pour avoir une vision globale de l'agritourisme en Corse ; et à une échelle plus fine, identifier de façon plus précise les produits et les stratégies des entrepreneurs de l'agritourisme ;

Sous-objectif 2 : identifier les pratiques et attentes des clientèles ;

Sous-objectif 3 : étudier l'organisation des acteurs de l'agritourisme, en particulier par le prisme de l'analyse des politiques publiques.

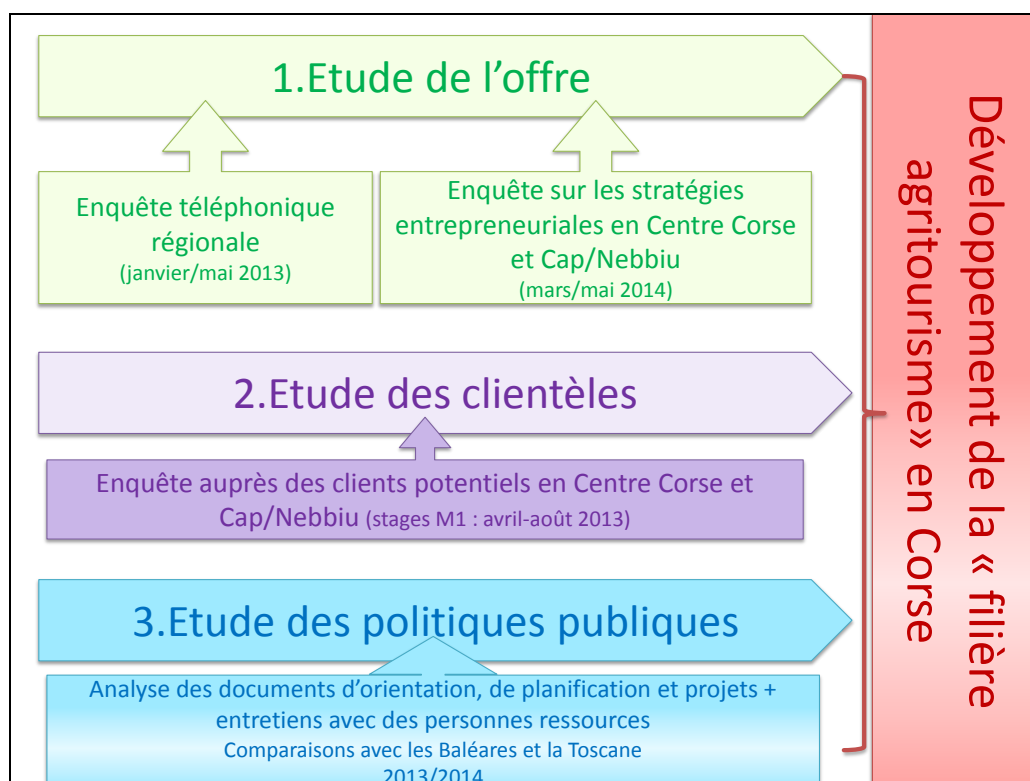


Figure 5 : méthodologie de l'étude

Nous avons retenu deux échelles de travail :

Le territoire régional pour avoir une vision globale de l'agritourisme ;

Deux territoires focus aux profils différents afin de mettre en évidence un éventuel « effet territoire » :

- le Centre Corse, arrière-pays lointain sans connexion directe avec le tourisme balnéaire dominant sur l'île, terre de pastoralisme ;
- la microrégion Nebbiu/Cap Corse avec sa façade maritime et son arrière-pays, à l'agriculture plus diversifiée et où la viticulture semble servir de vitrine pour l'agriculture locale, voire même pour l'agriculture régionale.

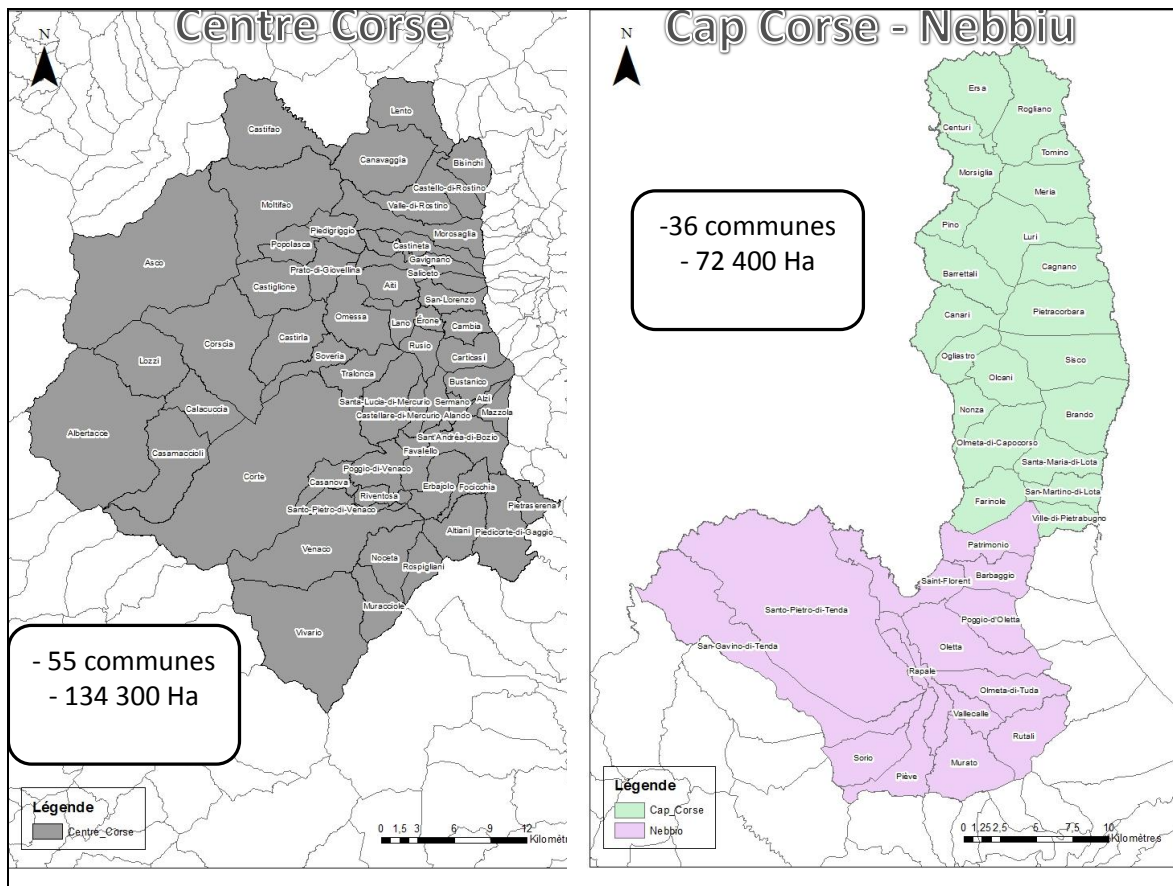


Figure 6 : Les terrains tests (source : UMR CNRS LISA, cellule SIG)

En cohérence avec la posture que nous avons adoptée, nous avons opté pour un périmètre d'observation à géométrie variable en fonction de l'objectif intermédiaire traité et de l'échelle de travail :

- pour ce qui concerne la section offre, nous appuyant sur les bases de données mises à disposition, nous avons considéré l'offre en lien avec les exploitations agricoles conformément à la définition de Perret et Marcelpoil (voir page 16) ;
- s'agissant de l'étude clientèle, nous avons élargi la focale pour nous intéresser non seulement aux pratiques touristiques en lien avec les exploitations mais pas uniquement ;
- enfin, l'analyse des politiques publiques et de l'organisation des acteurs s'appuie également sur une vision élargie de l'agritourisme.

Par la suite, chaque chapitre est présenté de la même façon, suivant cette trame :

- les questionnements et enjeux de connaissance de la section sont tout d'abord rappelés ;
- un encart méthodologique présente la démarche suivie ;
- les résultats sont restitués en détails ;
- une synthèse en reprenant les éléments principaux à retenir.

6. L'offre agritouristique en Corse

Ce chapitre est organisé autour de deux sections : L'objectif de ce chapitre est dans un premier temps de fournir une observation régionale bien plus complète que celle que l'on a à partir des données « officielles ». Ensuite, afin de bien appréhender la dynamique d'évolution de l'offre et de proposer une analyse prospective de la situation, nous proposerons un focus sur les stratégies entrepreneuriales des deux territoires tests.

6.1 L'offre régionale : structures et caractéristiques territoriales

6.1.1 Objectifs et enjeux de connaissance

Comme indiqué précédemment, on ne peut se limiter aux données fournies par les RGA ou par le réseau Bienvenue à la Ferme Corse pour réaliser un diagnostic un tant soit peu précis de l'offre agritouristique en région. L'objectif de cette section est donc d'**établir un recensement de l'offre régionale** qui soit le plus complet possible.

6.1.2 Méthode

Une enquête téléphonique auprès des exploitants agricoles proposant potentiellement une prestation agritouristique a été réalisée.

➤ La base de données utilisée

Pour ce faire, n'ayant pas eu accès aux données de la Mutuelle Sociale Agricole, nous avons travaillé à partir de la base de données de l'ODARC construite sur la base du référencement des exploitants agricoles appartenant aux différentes filières agricoles organisées et des personnes ayant demandé l'octroi d'une aide PDRC au titre des mesures de l'axe 3.¹³ Cette base a ensuite été croisée avec le listing Bienvenue à la Ferme. Le listing final qui a servi à la réalisation de l'enquête comporte 570 références d'exploitants qui pratiquent potentiellement l'agritourisme. Ils représentent un peu moins de 50% des exploitants recensés en Corse par le RGA. Cette base n'étant pas exactement et en tout point représentative de la structure de l'agriculture corse, nous ne pourrons faire de parallèle très rigoureux entre nos résultats et les tendances du RGA (qui aurait pu servir de base mère) : en d'autres termes, nous ne pourrons pas faire d'extrapolation de nos résultats. Nous pouvons néanmoins considérer que cette base de données représente l'ensemble des filières agricoles de Corse et qu'il n'y a pas, à notre connaissance, de biais connu qui expliquerait que les structures des exploitations référencées ne soient pas aussi diverses que

¹³ A noter que la micro-région « I Tre Vaddi », Les Trois Vallées ne faisait pas partie du périmètre de travail de l'ODARC. Les données n'ont pu être intégrées à la base de données utilisée.

dans la réalité. Cette base nous permettra donc d'avoir une vision, si ce n'est exhaustive, du moins beaucoup plus complète que les seules données sur l'agritourisme issues du RGA ou de Bienvenue à la ferme. C'est à partir de ces sources que nous dégagerons les grandes tendances de l'agritourisme en Corse.

➤ **La définition de l'agritourisme pour cette enquête**

Pour cette partie de l'étude nous nous référerons à la définition fournie par Perret et Marcelpoil (2001) citée précédemment : tout bien ou service en lien avec la ruralité produit par un prestataire bénéficiant d'un statut d'exploitant agricole, à titre principal, secondaire ou comme cotisant solidaire. Compte tenu des données dont nous disposons, l'observation porte donc sur des personnes ayant un statut social d'exploitants agricoles (titre principal, secondaire et cotisant solidaire) et qui offrent potentiellement une prestation agritouristique au départ de leur ferme.

➤ **Le questionnaire**

Le questionnaire complet se trouve en annexe. Il est constitué de 30 questions dont 29 questions fermées et une question ouverte. Les questions portent sur trois grandes thématiques :

- Le profil du prestataire : genre, âge, diplôme, statuts juridiques et sociaux, origine géographique, etc.
- Les caractéristiques de la structure agricole support et les biens agricoles produits : productions agricoles, superficie exploitée, modes de faire-valoir, circuits de commercialisation...
- Les services touristiques proposés sur l'exploitation : type de prestations, temps de travail dédié, périodes d'ouverture, etc.

Le questionnaire a été administré par téléphone pour une durée moyenne d'une quinzaine de minutes par questionnaire. Sur les 570 personnes du listing, on dénombre 280 répondants pour **un taux de réponse de 49%**. 218 répondants ont affirmé offrir une prestation de nature agritouristique, soit 78 % des répondants. Ces prestataires sont répartis dans 122 communes comme l'illustre la carte ci-dessous. Deux communes se détachent du groupe : Sartène et Patrimonio. Les **répondants** prestataires d'agritourisme sont principalement localisés dans le Pays de Bastia (46 prestataires), puis dans le Pays Grand Valinco (32 prestataires), le Pays Centru di Corsica (30 prestataires), le Pays de Balagne (29) ; enfin, les pays Castagniccia Mare e Monti (18), Côte Orientale (21), Ouest Corse (17) et Sud Corse (21) se situent dans la même fourchette

et sont un peu en retrait¹⁴. Ceci est surtout à remarquer pour le cas du Pays Sud Corse, particulièrement touristique, si l'on met ces données en perspective avec la taille et la touristicité des territoires.

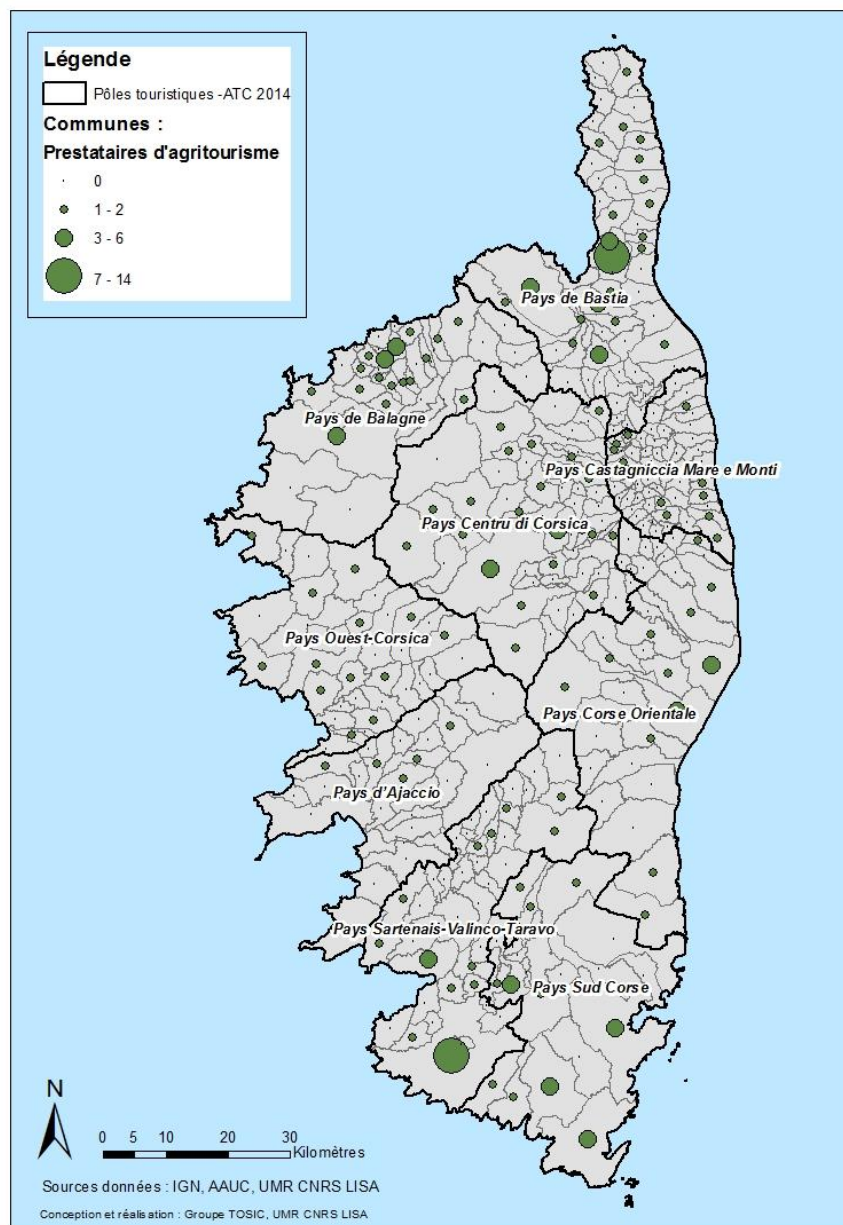


Figure 7 : carte de la répartition des prestataires agritouristiques en Corse (réponses à l'enquête)

Les données concernant le pays ajaccien ne sont pas significatives, ni représentatives de la réalité¹⁵.

¹⁴ Cette répartition ne reflète pas nécessairement exactement la réalité de l'offre puisqu'elle rend compte de la participation volontaire à l'étude. Cependant, elle semble correspondre assez bien à l'idée que nous nous faisons de l'offre agritouristique du territoire corse compte tenu de notre connaissance du terrain. Le cas du Pays ajaccien sera traité « à part ».

6.1.3 Les résultats

La présentation des résultats reprend les 3 items principaux du questionnaire, à savoir le profil de l'agriculteur, les caractéristiques de la structure agricole support et les services touristiques proposés. **Les résultats présentés ci-après portent sur les 218 répondants qui proposent un ou plusieurs services touristiques selon la définition précédente.**

i. Profil de l'agriculteur prestataire d'agritourisme

67% des répondants sont des hommes et 33% des femmes¹⁶. L'âge médian du répondant est de 49 ans ; une majorité de répondants sont d'âge compris entre 38 ans et 60 ans ; ces chiffres reflètent la tendance régionale¹⁷. Le plus jeune interrogé est de 20 ans, le plus âgé de 83 ans... 56% des agriculteurs prestataires d'agritourisme possèdent un diplôme agricole (CAPA, BTS, BEPA, BPREA) et 2,5% un niveau Bac + 3 au moins. 27% des répondants n'ont pas su ou n'ont pas souhaité donner leur niveau de formation. 78% des répondants déclarent avoir un statut juridique d'agriculteur indépendant et 79% des répondants sont agriculteurs à titre principal (déclaration MSA en matière de statut social). 17% d'entre eux déclarent être gérants de société, chiffre qui correspond à peu de choses près aux 18% qui ont un autre statut social qu'agriculteur à temps plein et à titre principal : agriculteur à titre secondaire (6%), statut de cotisant solidaire (6%) ou autre statut (6%) parmi lesquels les plus fréquemment précisés sont les statuts de restaurateurs ou d'artisans. Les 95% des répondants ont déclaré être le ou la chef d'exploitation ; 1,5 % le ou la conjointe du chef d'exploitation et le pourcentage restant un autre membre de la famille ou autre. L'année médiane d'installation est 1994 mais 25% des répondants étaient déjà installés en 1984 et 25% d'entre eux se sont installés entre 2006 et 2013. 59% ont répondu avoir créé une exploitation mais au regard du nombre de répondants se situant sur leur commune d'origine, il semble que cette donnée soit à comprendre comme concernant, pour une majorité, des créations

Profil type du répondant :

Homme de 49 ans titulaire d'un diplôme agricole

Chef d'exploitation au statut d'agriculteur indépendant à titre principal

¹⁵ La base de données à partir de laquelle nous avons travaillé n'intégrait pas la petite région I Tre Vaddi et nous n'avons pas récupéré ces données.

¹⁶ Selon le RGA 2010, 27% des chefs d'exploitation et co-exploitants sont des femmes à l'échelle de la région (AGRESTE, 2011).

¹⁷ Toujours selon le RGA 2010, moins de 20% des agriculteurs ont moins de 40 ans ; 72% sont d'âge compris entre 40 et 65 ans et 9% ont plus de 65%.

d'exploitation situées sur des supports existants mais déclarées comme création pour bénéficier des aides à l'installation. Aussi ce chiffre est à rapprocher des 31% de successions d'installation. 60% des répondants sont d'ailleurs originaires de la commune dans laquelle ils pratiquent leur activité. Sur les 40% d'exploitants n'étant pas originaires de la même commune, 23% viennent d'une autre commune de Corse, 12,5 % du continent et 3% de l'étranger (2,5% d'absence de réponse). Les prestataires d'agritourisme sont donc avant tout des locaux mais le nombre d'exploitants arrivés de l'extérieur de l'île (35) n'est pas négligeable.

ii. Caractéristiques des structures agricoles et biens agricoles produits

La taille médiane des exploitations agricoles des répondants prestataires d'agritourisme est de 31 hectares¹⁸, avec un maximum de 700 hectares. 25% des exploitations sont de taille inférieure ou égale à 10 hectares, et 25% sont de taille supérieure à 80 hectares. 80% des agriculteurs se disent propriétaires de tout ou partie de la superficie de l'exploitation et 64% d'entre eux locataires de tout ou partie de l'exploitation dont la moitié possède un bail verbal ou un bail emphytéotique ou une convention pluriannuelle de pâturage. Dans l'ensemble, les exploitants agricoles proposant des services touristiques semblent donc avoir une assez bonne maîtrise de leur foncier. En matière de mode de faire-valoir, seuls 11% d'entre eux déclarent n'avoir qu'un bail verbal ou être bénéficiaire d'une mise à disposition, statuts de fermage les plus précaires.

Le profil type de la structure agricole support

Une exploitation d'assez petite taille (30 hectares) mais pour laquelle l'agriculteur possède une bonne maîtrise foncière.

Il n'y a pas de spéculation agricole dominante. Deux types d'exploitation existent : celles dont n'est issu qu'un unique produit agricole ; celles dont l'offre repose sur au moins deux produits. Dans ce cas, la combinaison s'appuie principalement sur le maraîchage, la production d'huile d'olive et l'élevage bovin comme activités complémentaires à une spéculation principale (charcuterie/fromage/vin).

¹⁸ Ce qui est deux fois moindre que la taille moyenne des exploitations à l'échelle régionale (RGA 2010 – AGRESTE 2011) mais cette différence peut s'expliquer par le fait que les spéculations agricoles propres aux prestataires d'agritourisme : plus de vigneron et d'arboriculteurs, plus de maraîchers qu'en moyenne régionale ; or ces types de spéculations nécessitent de petites superficies.

Les produits issus des exploitations agricoles sont très divers, à l'image des spéculations existantes sur le territoire corse. Les produits les plus cités par les exploitants sont, par ordre décroissant pour les plus occurrents : **l'huile d'olive**, **le maraîchage**, les produits issus de l'élevage bovin, **les fromages**, **le vin**, puis **le miel** et **la charcuterie** et enfin, **la farine de châtaigne**. Il s'agit souvent de produits labellisés (soulignés) pour leur qualité, leur mode de production ou leur typicité comme la plupart des produits agricoles de Corse pour lesquels les filières sont bien organisées. Il s'agit également surtout de produits transformés (**en gras**).

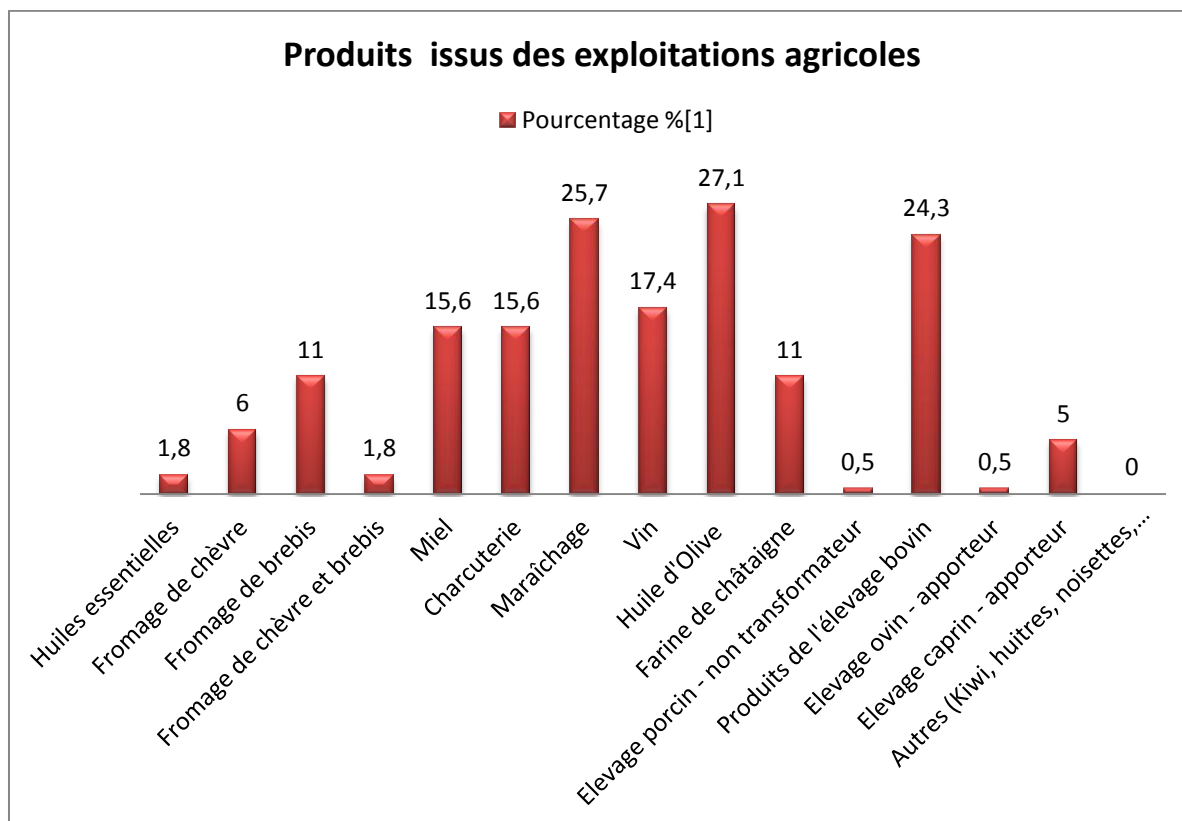


Figure 8 : diagramme des produits issus des exploitations agricoles (source: auteurs)

Près de la moitié des exploitants offrent au moins deux produits agricoles et 13 d'entre eux proposent au moins 4 produits différents. Les combinaisons les plus fréquentes sont les suivantes :

- Pour les systèmes combinant deux à trois produits agricoles, on remarque que trois productions ressortent régulièrement des traitements statistiques : la production d'huile d'olive, l'élevage bovin ainsi que le maraîchage. La production d'huile d'olive et le maraîchage apparaissent comme étant des activités complémentaires à une production principale qui peut être l'élevage porcine avec atelier de production et farine de châtaigne ou l'élevage de petits ruminants (ovine/caprine) avec transformation fromagère ou encore,

la production de vin. L'élevage bovin semble être souvent une activité complémentaire (charcuterie/huile ou farine de châtaigne/bovin ; fromages/bovin), plus qu'une spéculation principale (rares cas de combinaison bovin/huile ou bovin/maraîchage).

- Pour les systèmes les plus diversifiés (au moins quatre produits) : le maraîchage revient quasiment systématiquement, il est associé à la production d'huile d'olive et/ou d'une autre activité arboricole (production d'amendes ou cueillette pour réalisation de confitures) et à une activité d'élevage et de transformation (fromages ou charcuterie) ; l'élevage bovin est présent sur la moitié des 13 exploitations identifiées. Une production de miel ou de vin remplace parfois l'une des activités arboricoles.

Les produits agricoles sont clairement ancrés localement, que ce soit par la détention d'un label de qualité et/ou certifiant l'origine (AOP) ou même un mode de fabrication « traditionnel » (fromages fermiers¹⁹) ou par l'utilisation de matériel génétique local (races locales, cépages locaux, variétés locales) : 54% des agriculteurs du groupe détiennent un signe de qualité type AOP et 16% possèdent une certification de l'Agriculture Biologique. 85% des répondants déclarent exploiter une race ou une espèce locale.

Les circuits courts (avec au maximum un intermédiaire entre le producteur et le consommateur) **sont les canaux de commercialisation privilégiés pour l'écoulement des biens agricoles** : la vente directe pour 86% des répondants, suivie des épiceries fines pour 35% d'entre eux. Les ventes en GMS concernent 38% des exploitants : il convient de signaler que ce canal de commercialisation est très souvent considéré comme étant un circuit court en Corse étant donnée la proximité géographique et organisationnelle du territoire. 20% des exploitants déclarent participer en plus à des opérations ponctuelles comme les marchés (*marchés de producteurs*²⁰ ou marchés mixtes) ou les foires. 15,6% d'entre eux commercialisent auprès d'Hôtels/Cafés/Restaurants. Et enfin, une moindre part (4,6%) vend par correspondance en expédiant des colis de produits du terroir.

¹⁹ Non référencé dans le questionnaire qui interrogeait les exploitants sur la détention d'un label « officiel ».

²⁰ Marque déposée de l'Association Permanente des Chambres d'Agriculture.

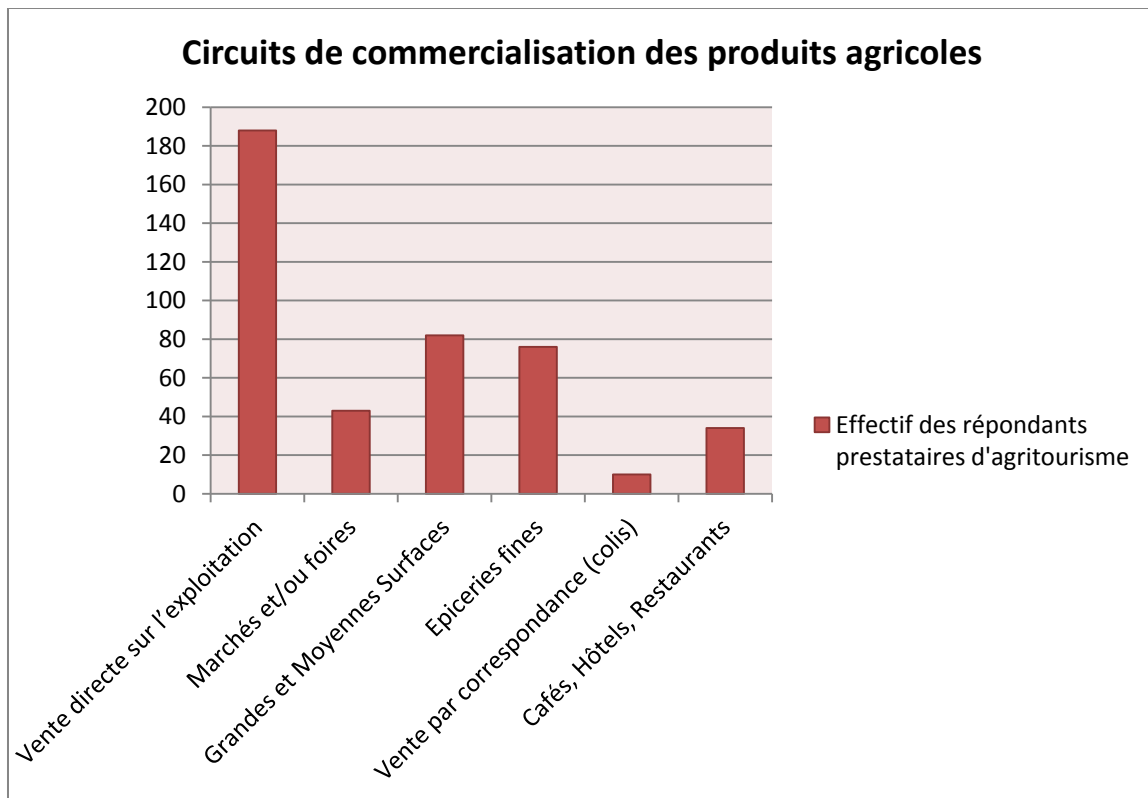


Figure 9 : diagramme des circuits de commercialisation des produits agricoles (source: auteurs)

La consommation de ces produits se fait quasiment exclusivement « sur place ».

iii. Les prestations touristiques déclarées par les exploitants agricoles

LES PRODUITS AGRITOURISTIQUES

A partir de la labellisation proposée par le réseau « Bienvenue à la Ferme », trois groupes de prestations agritouristiques ont été analysés : l'hébergement à la ferme ; la restauration à la ferme et les loisirs proposés par l'exploitant agricole. Les ventes directes (avec ou sans dégustation) seront traitées à part compte tenu de leur importance localement et car il s'agit d'une activité que l'on peut classer comme prestation touristique ou comme simple activité de vente à des clients « habituels » selon le type de consommateurs auxquels elle s'adresse. Le tableau suivant rend compte de la ventilation par types de prestations :

Tableau 5 : les types de prestations agritouristiques (source: auteurs)

	Effectif	pourcentage ²¹
Hébergement à la ferme ²²	113	51,8 %
Restauration à la ferme ²³	60	27,5 %
Loisirs à partir de la ferme	98	45 %
Autres activités agritouristiques	40	18,3 %
Vente directe (avec ou sans dégustation)	66	30,3 %

Les prestations d'hébergement dominent l'offre : plus de la moitié des répondants affirment proposer une activité d'hébergement, par ordre de représentativité : **avant tout en gîte rural**, ensuite en chambre d'hôte et dans une moindre mesure en camping à la ferme. **La restauration représente un peu plus du quart des services offerts sur les exploitations**, aussi bien en ferme-auberge qu'en table d'hôte. Concernant la vente directe, ce chiffre correspond aux citations spontanées des personnes interrogées en réponse à la question des activités proprement agritouristiques. S'il semble en décalage avec les 86% d'exploitants vendant leurs biens agricoles en vente directe, on peut considérer que les **30,3% cités ici correspondent plus particulièrement à une vente à destination des touristes**. C'est en tous cas la représentation que les répondants semblent en avoir.

²¹ En pourcentage du nombre de répondants prestataires d'agritourisme (218 répondants).

²² Le RGA 2010 en recensait 32...

²³ Le RA 2010 en recensait 10...

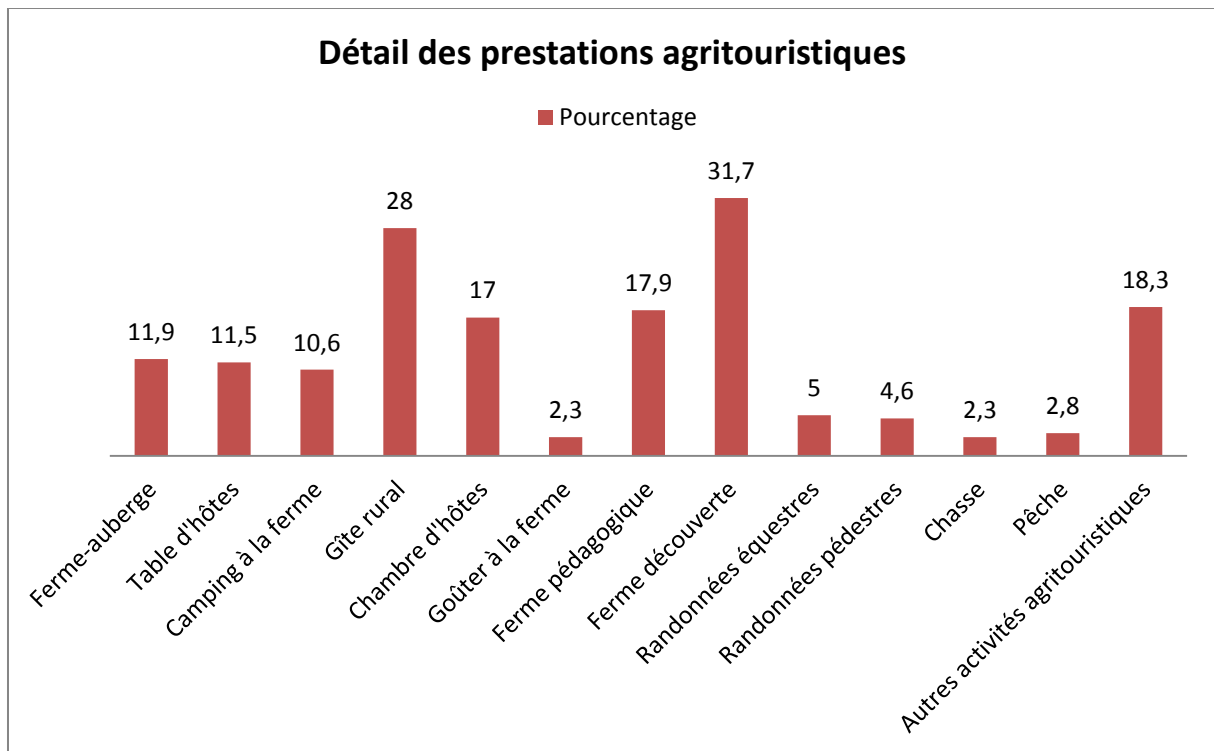


Figure 10 : diagramme du détail des prestations agritouristiques (source: auteurs)

Quant aux **loisirs** ayant pour support la ferme (sur le modèle du référencement « Bienvenue à la ferme »), ils représentent une part importante de l'offre d'activités agritouristiques, semble-t-il : **45% des exploitants** les citent ; les cas de fermes découvertes et fermes pédagogiques sont fréquents. Dans les faits, il s'agit plutôt d'une offre occasionnelle qui ne correspond pas systématiquement à la réglementation et labellisation officielle « Bienvenue à la ferme » dont les exploitants n'ont pas forcément connaissance. Ils répondent positivement à la question posée (voir annexe) dès lors qu'ils peuvent offrir ponctuellement une visite de la cave d'affinage, de tout ou partie de la ferme, dans le cadre d'un achat par vente directe. Ces chiffres d'offre de loisirs sont donc à relativiser. Enfin, les autres activités agritouristiques correspondent à des activités de loisirs qui n'étaient pas référencées dans le questionnaire et qui sortent donc des catégories « bienvenue à la ferme ». Il s'agit par exemple d'activités d'accompagnateur de moyenne montagne, d'encadrements de groupes, de camps de vacances, de monitorat de sports d'eaux vives, de prestation de mobil home sur la ferme, de portage à dos de mulet, de points de vente type épicerie fine... autant d'activités dont le lien avec la sphère agricole est à discuter.

Ces prestations peuvent être combinées entre elles pour former des produits agritouristiques composites (40% des cas). Tous les types de combinaison existent²⁴ ; certains produits sont proposés comme unique prestation touristique.

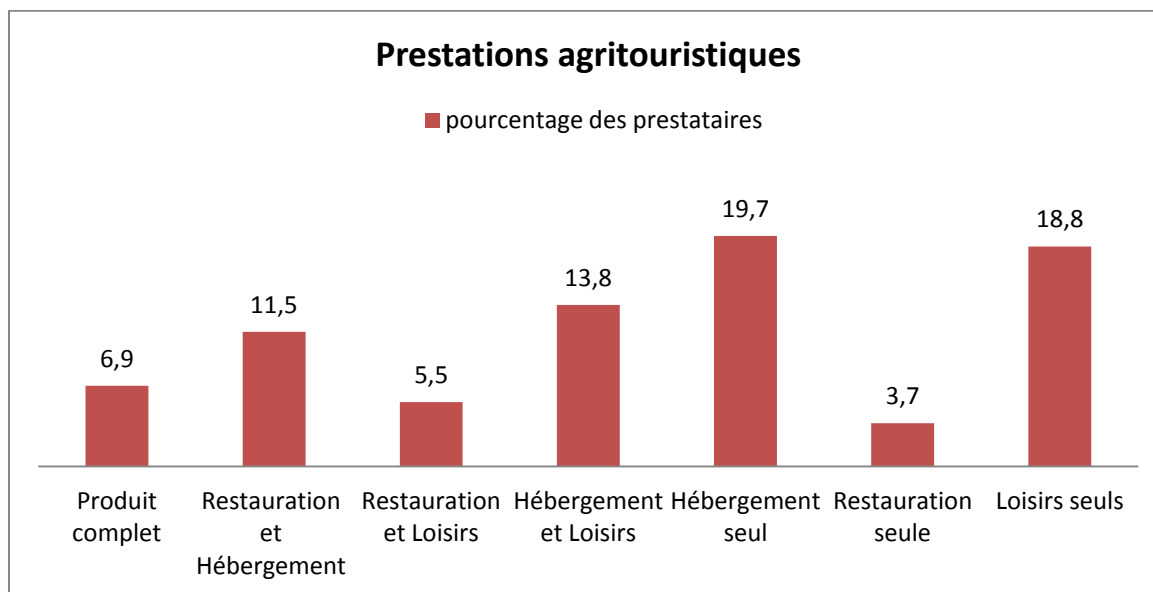


Figure 11 : diagramme des prestations agritouristiques (source : auteurs)

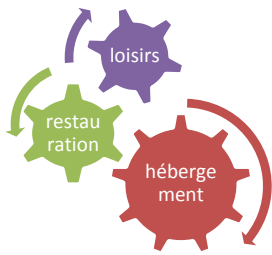
Le produit complet, combinant hébergement, restauration et loisirs à la ferme (considéré par certains auteurs comme étant la seule véritable prestation agritouristique), est finalement assez rare : moins de 7% des répondants le proposent. Les produits composites les plus fréquemment offerts combinent hébergement à la ferme et loisirs, ainsi que restauration et hébergement (table et chambres d'hôtes, ferme-auberge et chambre d'hôtes).

13 des 15 (86%) prestataires de produits agritouristiques complets travaillent également plusieurs produits agricoles mais seulement 2 d'entre eux offrent au moins 4 produits agricoles différents (soit 13%). Les 80% des prestataires proposant une combinaison « Restauration et Hébergement à la ferme » ou « Restauration et Loisirs » proposent également au moins deux produits agricoles. Ils sont, dans chacun de ces cas, environ 20% à offrir au moins 4 produits agricoles. 28 des 45 prestataires (60%) proposant un produit « Hébergement et Loisirs » commercialisent au moins 2 produits agricoles et seulement 6% d'entre eux au moins 4 produits différents. Ces chiffres tendent à montrer que **lorsqu'une prestation de restauration est proposée, l'exploitation agricole support est plus diversifiée de façon à approvisionner les tables...** L'offre d'un produit complet semble se détacher de cette tendance ; on pourrait expliquer cet écart par le fait que le temps de travail dédié aux activités touristiques est bien supérieur à celui dédié aux activités

²⁴ On traitera la vente direct à part. Elle ne rentre pas dans les combinaisons de prestations touristiques proposées ici.

de production agricole, ou plus largement car l'articulation entre production agricole et prestations touristiques est moins étroite.

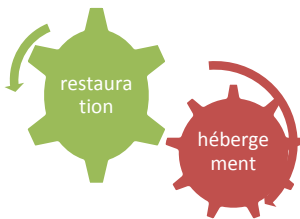
PRODUIT COMPLET (7% des prestataires)



Exemples :

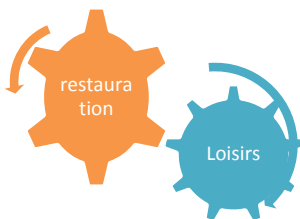
-Chambres d'hôtes couplées à une table d'hôtes ou plus souvent une ferme-auberge +des activités de découverte de la ferme ou activités nature (chasse/pêche)

DOUBLES PRESTATIONS (31% des prestataires)



Exemples :

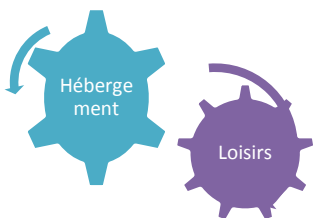
Chambre d'hôtes ou gîte et ferme découverte



Exemples :

Chambres d'hôtes et table d'hôtes ou ferme-auberge

Camping à la ferme et table d'hôtes



Exemples :

Ferme- auberge et ferme découverte

Table d'hôtes/ petite restauration et randonnées

Figure 12 : schéma des produits agritouristiques en Corse

L'offre d'un unique hébergement est la plus fréquente (près de 20%) et en volume²⁵, se localise essentiellement dans des communes littorales ou proches du rivage, ce qui laisse supposer qu'il s'agit surtout d'une offre venant **augmenter la capacité d'accueil globale des bassins très fortement touristiques**. L'offre de loisirs suit globalement la même répartition. Les produits combinés intégrant une prestation d'hébergement suivent eux-aussi une distribution spatiale similaire, à l'exception des **produits complets** dont la géographie est plus difficile à décrypter : leur littoralisation semble moins nette et **leur distribution spatiale plus aléatoire** : il semblerait donc que pour ce type de produit, la stratégie de l'entrepreneur soit plus complexe et dépasse la seule recherche de l'opportunité offerte par le territoire. Nous chercherons à vérifier cette hypothèse *via* l'enquête portant sur l'analyse des stratégies entrepreneuriales.

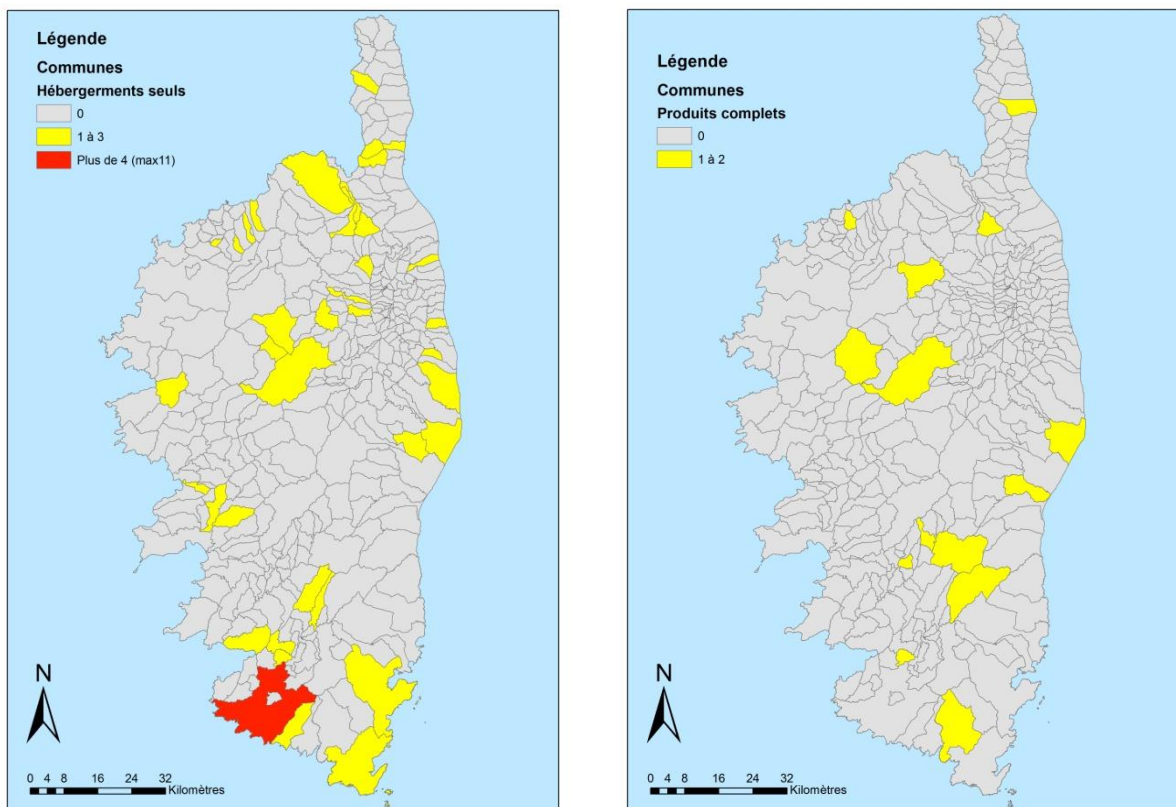


Figure 13 : cartes des prestataires agritouristiques proposant des hébergements seul et des produits complets (source: UMR LISA, cellule SIG)

²⁵ Effectif des prestataires et non plus pourcentage par rapport à l'ensemble des types de prestations.

LES PROFILS DES TERRITOIRES D'EXPERIMENTATION

Il est intéressant de comparer les résultats précédents, fournissant une vision régionale²⁶, aux résultats propres aux deux terrains qui serviront pour l'étude exploratoire sur les stratégies des entrepreneurs : *les deux territoires retenus sont-ils différents en matière d'offre agritouristique ? Peut-on mettre en évidence un « effet territoire » ?*

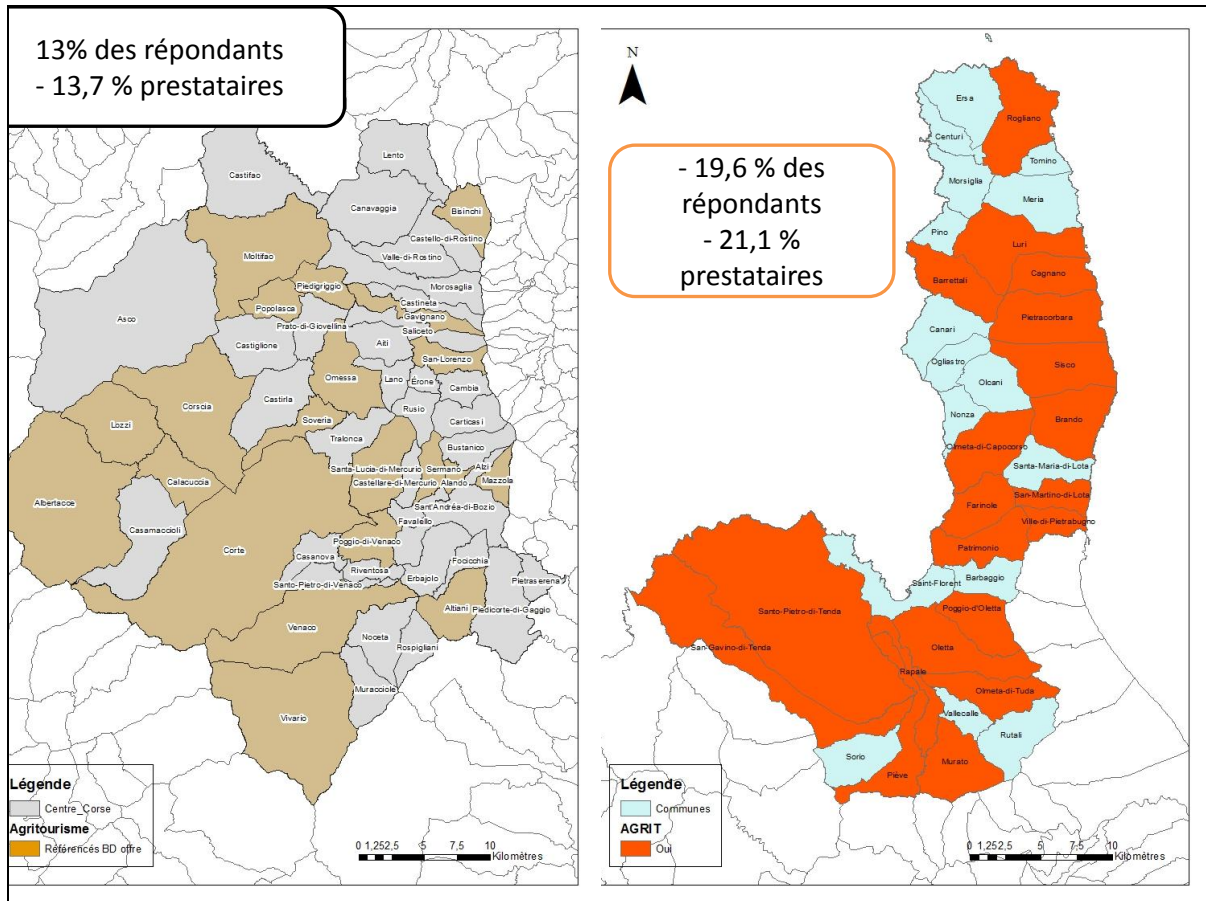


Figure 14 : carte de l'offre agritouristique en Centre Corse et dans le Nebbiu-Cap Corse (source : UMR LISA, cellule SIG)

Si l'étendue du territoire du Centre Corse (près de 14 000 ha) représente deux fois celle du territoire Cap/Nebbiu, la proportion de prestataires agritouristiques ayant répondu à l'enquête est bien supérieure pour ce dernier terrain, ce qui n'est pas si surprenant au regard de la touristicité de chacun de ces territoires : on rappellera que le Centre Corse rassemble environ 3 % des nuitées et 5% des séjours touristiques insulaires alors que le Pays bastiais²⁷ en rassemble respectivement, 14% et 16%. Sans aller jusqu'à dire que le Centre Corse fait figure de « territoire agritouristique », au sens de construit collectif autour d'une vision stratégique partagée, il semblerait quand même

²⁶ A partir de la base utilisée pour l'enquête.

²⁷ Le Pays bastiais est composé des entités suivantes : Bastia, Cap Corse, Nebbiu, Marana.

que l'agritourisme soit une forme de tourisme importante pour cette microrégion. Dans le détail des prestations agritouristiques (voir tableau suivant), on s'aperçoit que **l'offre de services combinés est largement plus importante en Centre Corse (50% des prestations de la microrégion)**, intégrant notamment un service de restauration et d'hébergement à la ferme. Cette observation peut s'expliquer par un double effet :

- D'une part, par un « **effet géographique** ». L'isolement et l'éloignement (des centres principaux de consommation touristiques) de certaines structures les oblige à proposer cette combinaison de services pour attirer la clientèle ;
- D'autre part, par un « **effet entrepreneurial** » pour ceux qui ne relèvent pas de la situation précédente²⁸. L'image du territoire et du terroir est volontairement valorisée au travers de ce type d'offre.

Tableau 6 : comparaison des types de prestations agritouristiques en Corse, dans le Centre Corse et dans le Nebbiu-Cap Corse (source: auteurs)

CORSE			Centre Corse		Cap Corse - Nebbiu	
effectif total prestataires : 218			effectif : 30 (13,7%)		effectif : 46 (21,1%)	
	effectif	pourcentage	effectif	pourcentage	effectif	pourcentage
Produit complet	15	6,9 %	4	13,3 %	2	4,3 %
Restauration et Hébergement	25	11,5 %	6	20,0 %	2	4,3 %
Restauration et Loisirs	12	5,5 %	1	3,3 %	3	6,5 %
Hébergement et Loisirs	30	13,8 %	4	13,3 %	6	13,0 %
Hébergement seul	43	19,7 %	6	20,0 %	8	17,4 %
Restauration seule	8	3,7 %	3	10,0 %	0	0,0 %
Loisirs seuls	41	18,8 %	6	20,0 %	25	54,3 %
Autres (Vente directe, point de vente)	44	20,2 %				

²⁸ Exemples de produits complets sur Corte.

A l'inverse, en Cap/Nebbiu, cette offre composite est moindre (28% contre une moyenne régionale à 38%) tandis que l'offre de loisirs au départ de la ferme est beaucoup plus élevée. Ce dernier point est à analyser parallèlement aux spéculations agricoles de la microrégion. En effet, les vigneron sont nombreux et il est fréquent que ceux-ci proposent un service de dégustation sur l'exploitation²⁹. Les produits complets et les produits combinant hébergement et restauration sont proportionnellement moindres comparés à la moyenne régionale. On peut penser que cette situation s'explique par l'offre « classique » en la matière, qui peut faire concurrence aux agriculteurs qui proposeraient ce type de services. Clairement, ces différences s'expliquent par un « effet territorial » (spéculations agricoles dominantes, touristicité du territoire).

L'ORGANISATION DU TRAVAIL

Les périodes d'ouverture et de mise en œuvre des prestations agritouristiques nous conduisent à mesurer la saisonnalité de l'offre agritouristique en Corse, non pas classiquement par le taux de remplissage (donnée non obtenue) mais par le pourcentage de prestataires proposant la prestation agritouristique par mois.

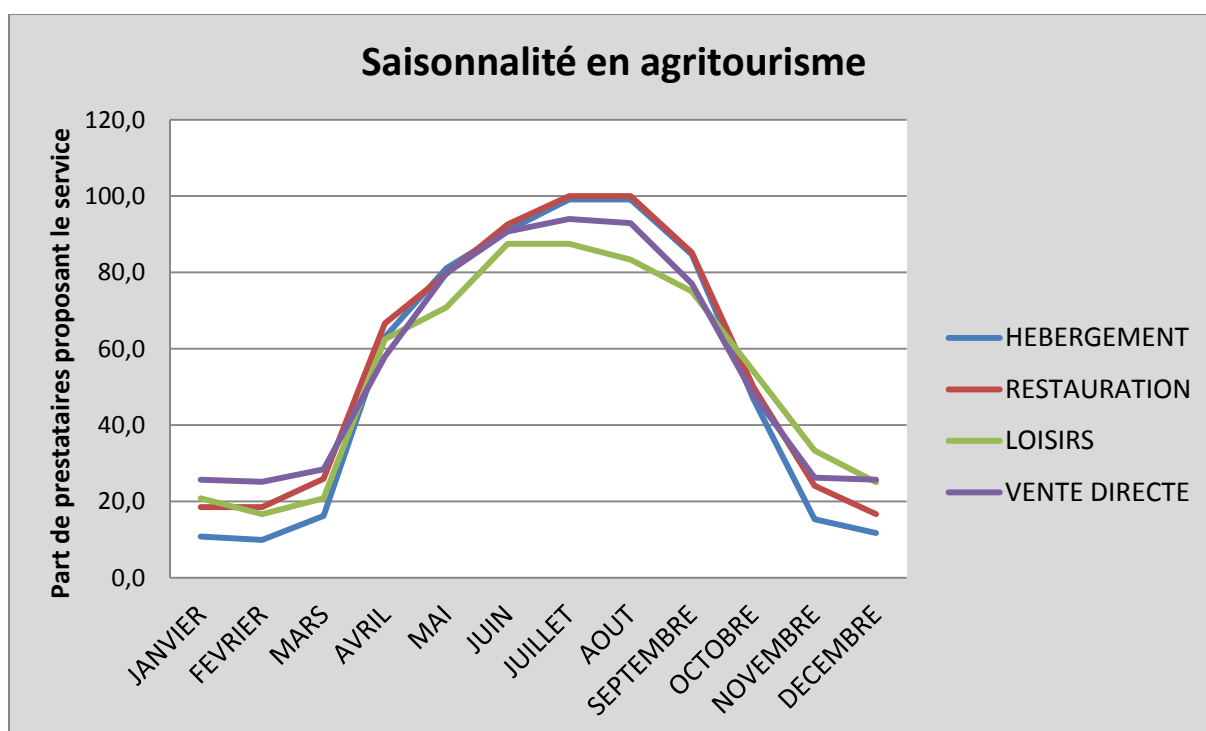


Figure 15 : diagramme de la saisonnalité en agritourisme (source: auteurs)

²⁹ Qui entre dans la catégorie loisirs ou autres loisirs.

On retrouve une courbe bien connue qui correspond à une **offre de services touristiques d'avril à fin septembre** pour une majorité des prestataires.

Concernant la main d'œuvre, les réponses des personnes interrogées montrent clairement la **dimension familiale des structures entrepreneuriales** : tous les chefs d'exploitation s'impliquent dans les services touristiques ; ils sont aidés de leur conjoint(e) pour plus de la moitié d'entre eux, et dans une moindre mesure d'un employé de l'exploitation (10% des répondants). 15% des répondants disent embaucher des employés saisonniers. Ceci concerne surtout les structures proposant une prestation de restauration.

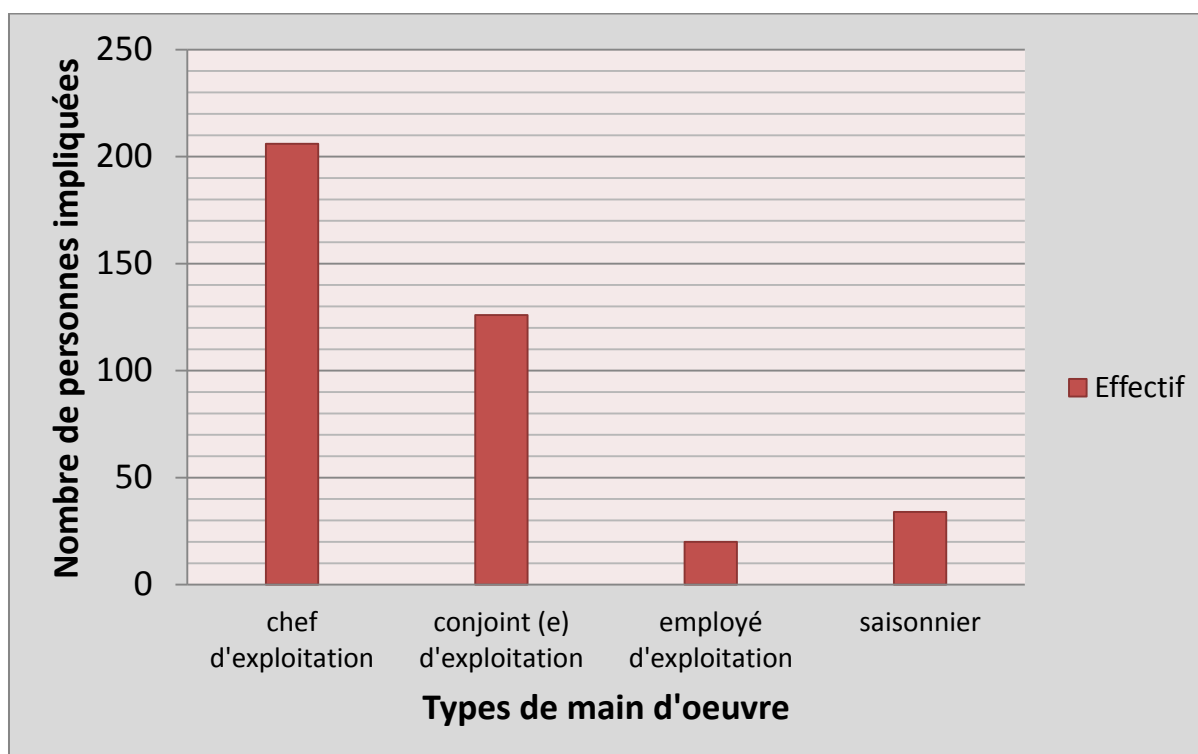


Figure 16 : diagramme des types de main d'œuvre dans les exploitations agritouristiques (source: auteurs)

Le temps consacré aux prestations touristiques par chacun de ces types de travailleur est variable selon le type de système entrepreneurial mais, en moyenne, le chef d'exploitation et son conjoint collaborateur y consacrent 1/3 de leur temps de travail annuel, l'employé d'exploitation y consacre en général un temps complet et les saisonniers 150 jours/an, soit 5 mois.

Figure 17 : diagramme du temps de travail dédié aux prestations agritouristiques (source: auteurs)

Ainsi, sur le temps de travail cumulé de l'ensemble des travailleurs mobilisés par les prestations agritouristiques, les chefs d'exploitation représentent 50% de la « masse horaire salariale » et les trois autres types de main d'œuvre l'autre moitié³⁰. Nous en concluons donc que **les activités agritouristiques offertes sur les exploitations permettent de créer un mi-temps** par exploitation. Bien sûr, dans le détail, tout dépend du type de structures...

LA COMMERCIALISATION ET LA PROMOTION

La commercialisation des produits agritouristiques se fait quasiment exclusivement de façon directe et privée, via l'utilisation du web (47% des répondants) et/ou par bouche à oreille (94% des répondants) comme l'indique les chiffres suivants :

³⁰ Voir calcul en annexe.

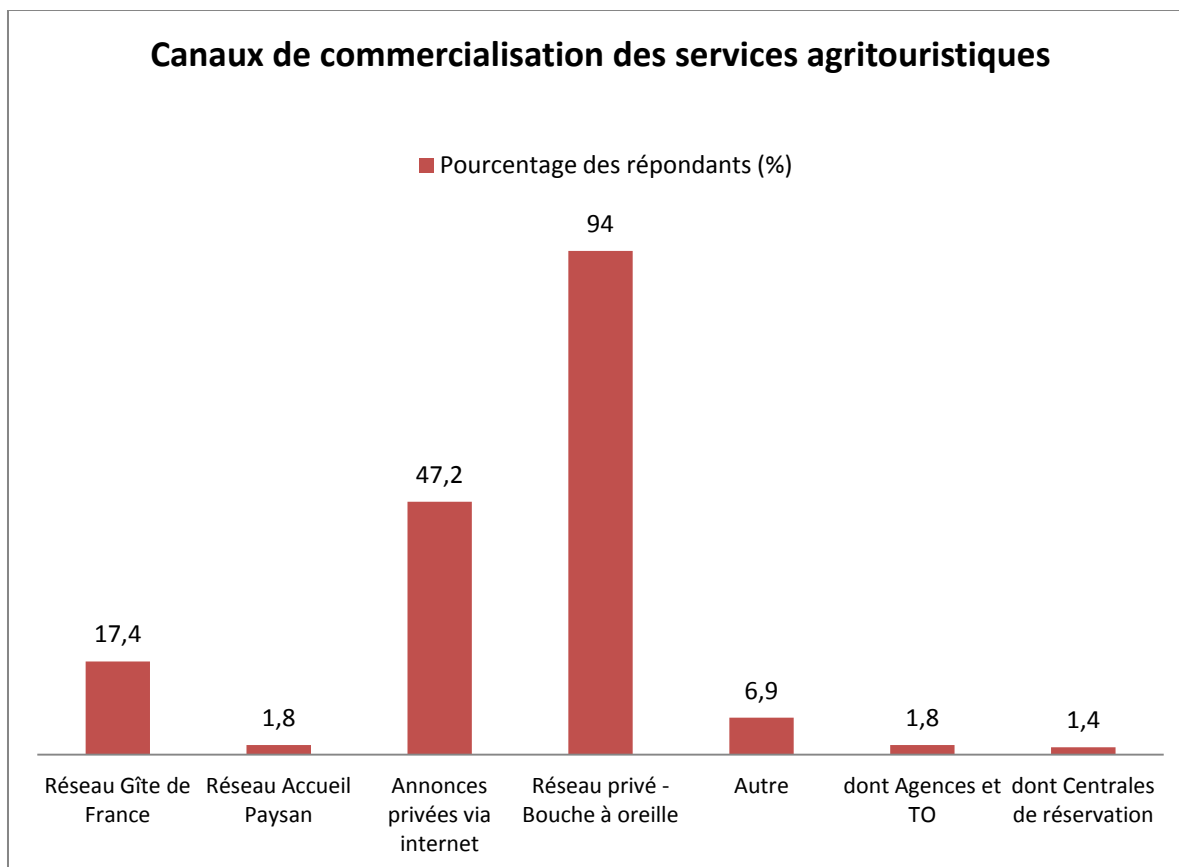


Figure 18 : diagramme des canaux de commercialisation des services agritouristiques (source : auteurs)

Le recours aux canaux de distribution intermédiés est très largement minoritaire : les voyagistes (agences et Tour Opérateur) sont cités dans moins de 2% des cas et les centrales de réservation, dont Gîtes de France³¹, dans environ 18% des cas. Dans la grande majorité des situations, les répondants utilisent une stratégie de vente multi-canal, en combinant l'usage de leur réseau privé et la vente par intermédiaires. Dans le même sens, un peu plus de 3% des répondants disent faire partie d'un circuit touristique organisé par un voyageur.

En matière de promotion, les entrepreneurs utilisent également une stratégie multicanal : ils utilisent de nombreux supports, physiques et dématérialisés. Ils sont une majorité (55%) à posséder un site internet propre. Plusieurs utilisent le site Gîtes de France (17%) ou le réseau « Bienvenue à la ferme » (30%). Les dépliants et autres brochures sont également favorisés (44%) et souvent déposés en Office de Tourisme (57% des cas) auprès desquels les exploitants cotisent d'ailleurs mais dont ils pensent la mise en avant de l'agritourisme très largement insuffisante. L'utilisation des guides touristiques (52%) et des encarts publicitaires

³¹ Dont on a du mal à dire, au regard des réponses, si les exploitants ont répondu pour la question de la commercialisation ou plus généralement de la promotion.

(56%) sont également des voies utilisées par les exploitants pour assurer la promotion de leurs services, comme les foires et autre évènementiel touristique (41%). Enfin, la signalétique au moyen d'affiche et panneaux publicitaires est très largement utilisée (70%). A ce propos, plus d'un prestataire sur trois dit être intégré à un circuit et une signalétique de promotion agritouristique de type « Route des Sens Authentiques » ou « Routes des vins ». Une grande diversité de supports de communication et promotion est donc mise à profit.

La part que représentent les prestations agritouristique dans la formation du chiffre d'affaires des structures globales est très variable selon le type d'entreprise, mais la médiane des répondants est, selon les dires des enquêtés³², de 36%.

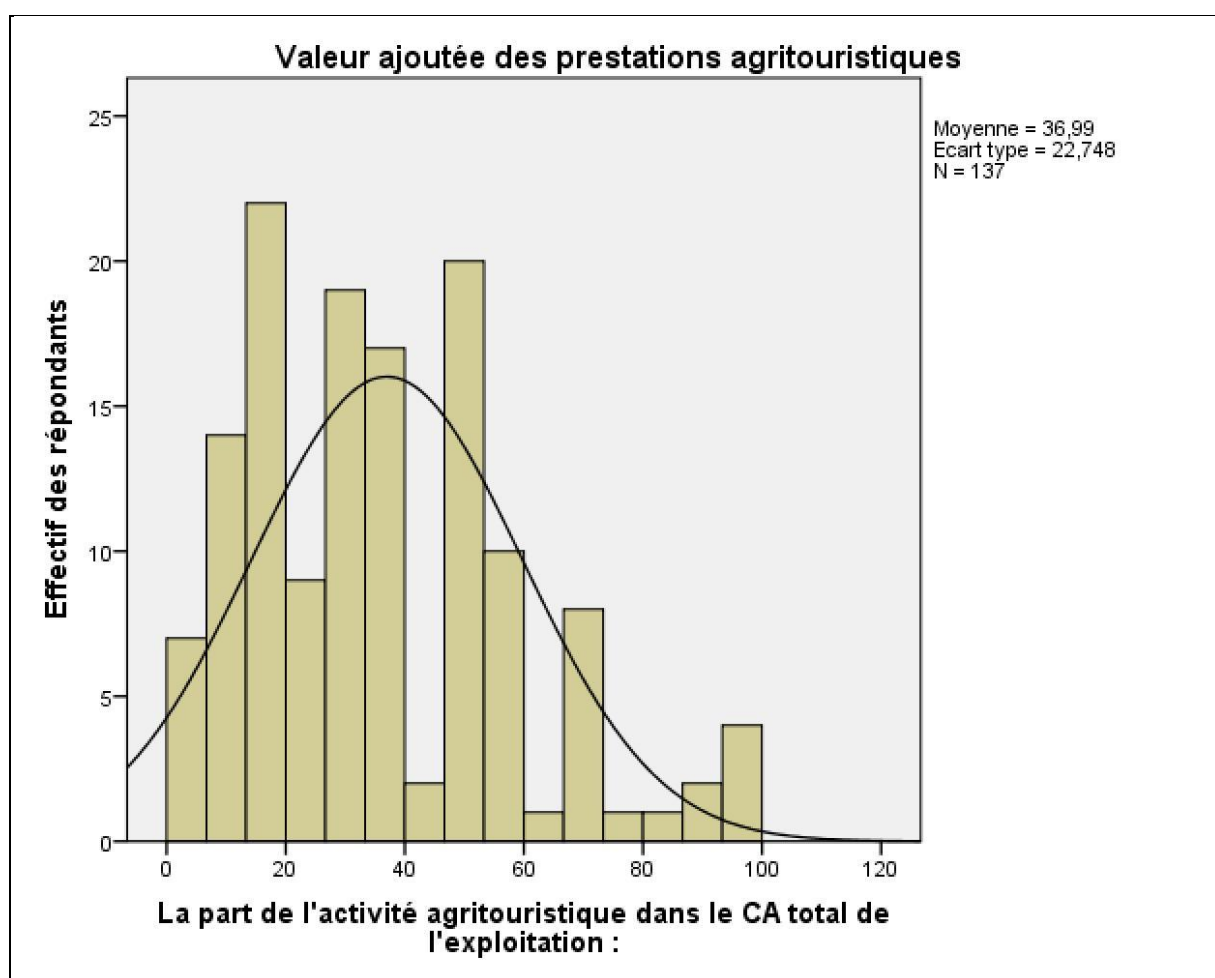


Figure 19 : diagramme de la valeur ajoutée des prestations agritouristiques (source: auteurs)

Pour certains, le tourisme peut représenter 100% du chiffre mais globalement, les personnes interrogées connaissent bien le cadre réglementaire et les 75% d'entre eux disent tirer 50% ou moins de leur chiffre d'affaires des prestations touristiques...

³² Sur les 218 prestataires, les 2/3 ont répondu à cette question.

LA DYNAMIQUE DE L'OFFRE ET SON EVOLUTION POTENTIELLE

Si certains furent précurseurs en matière de prestations agritouristiques sur les exploitations agricoles (dès les années 1960 par exemple pour « Chez Pierrot » à *Ghjalicu* au pied du plateau du *Coscione*), l'année 2003 marque une année de rupture entre deux phases de croissance de l'offre :

- Avant 2003 : l'offre s'accroît lentement mais sûrement ;
- Depuis 2003 : on note une accélération du développement de l'offre de prestations agritouristiques sur les exploitations agricoles, avec une deuxième accélération relative à partir de 2008.

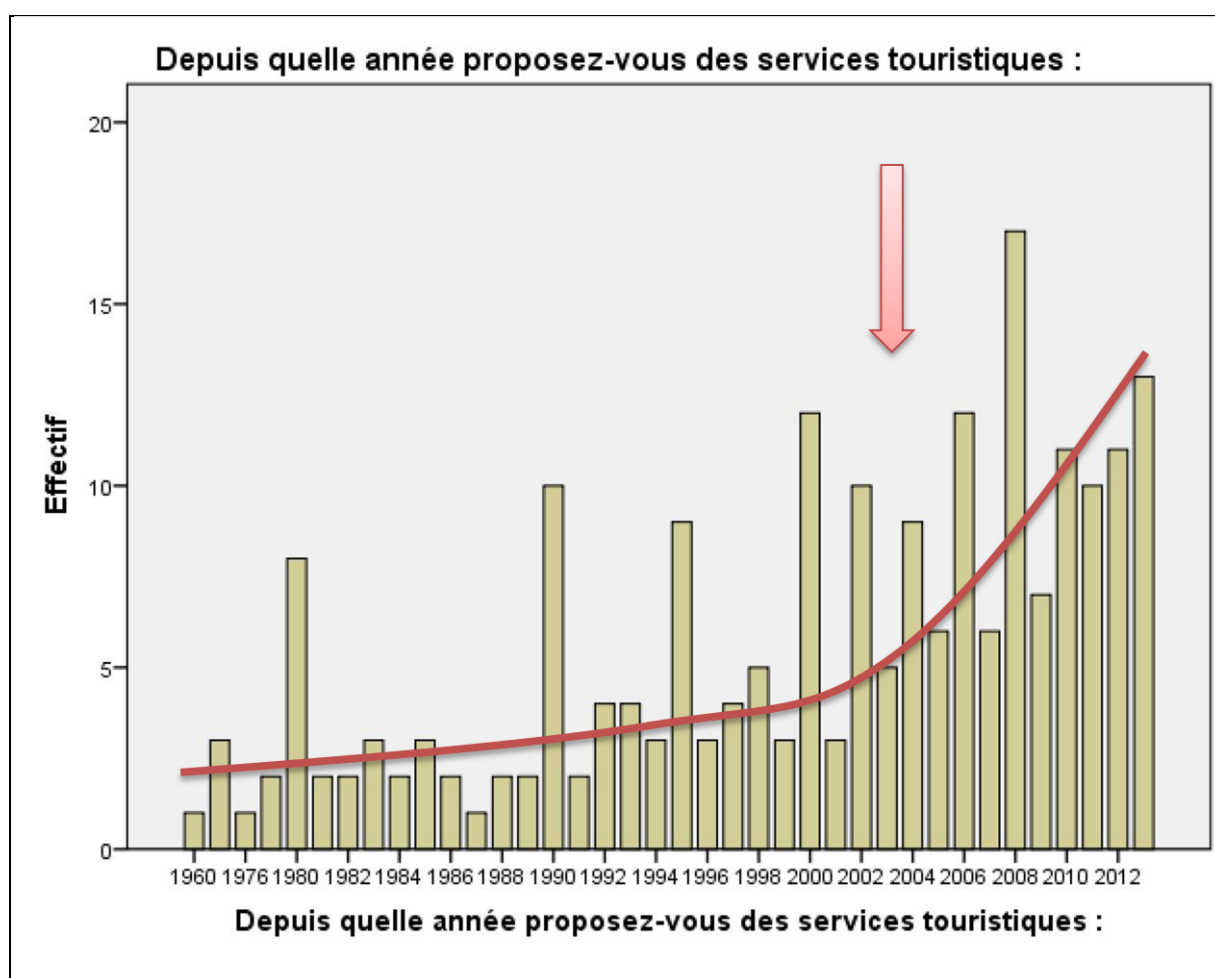


Figure 20 : diagramme des années de démarrage des activités agritouristiques (source: auteurs)

Pour développer leurs prestations agritouristiques, les deux-tiers d'entre eux (62,4%) l'ont fait sans bénéficier d'une aide financière quelconque (hors prêts). Les 33% restant se sont vus octroyé un soutien public à l'exception d'un répondant qui a signalé avoir bénéficié d'un relais privé (Femu Qui). La mobilisation des aides privées est donc inexistante. Concernant les

financeurs publics, c'est l'ODARC qui est cité le plus fréquemment (24%) des cas, suivi de l'ATC (6% des cas).

Le développement de l'offre devrait se poursuivre : lorsqu'on interroge les répondants sur leurs projets, ils sont plus de la moitié (55%) à dire qu'ils pensent encore développer leur offre à l'avenir. La plupart envisagent de se lancer dans ou de renforcer les structures d'hébergement à la ferme³³ (près de 35%), et dans une proportion moindre, de faire de la restauration à la ferme (15%).

A la question portant sur la hiérarchisation de leurs motivations à faire de l'agritourisme, selon leurs dires, les agriculteurs s'engagent dans des services touristiques avant tout pour des raisons patrimoniales (promouvoir le métier, les savoir-faire, les produits « typiques ») mais aussi pour des considérations économiques – compléter leurs revenus. Les enjeux de développement local et d'aménagement territorial arrivent ensuite.

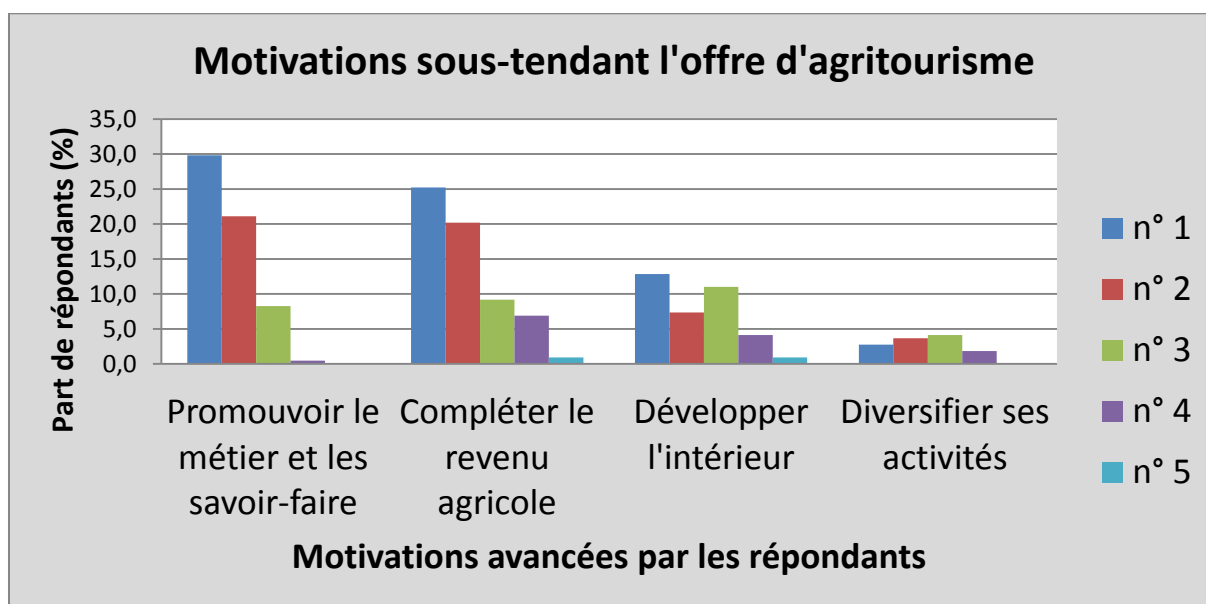


Figure 21 : diagramme des motivations sous-tendant l'offre agritouristique (source: auteurs)

Les prestataires disent attendre un soutien de la part des pouvoirs publics (80% des prestataires). Sont cités pêle-mêle : une aide d'ingénierie au montage de dossier, un allègement des démarches administratives et une clarification des procédures ; une meilleure promotion de l'agritourisme et du métier d'agriculture ; un appui à la commercialisation et la recherche de nouvelles clientèles ; un appui à la structuration collective ; une baisse des coûts de transport pour accéder à la destination Corse ; etc.

³³ Est-ce là un effet de bord des politiques publiques antérieures ?

6.1.4 Synthèse

Qui sont les prestataires d'agritourisme ?

Il ressort de cette étude que les prestataires d'agritourisme sont des agriculteurs³⁴ (surtout à titre principal) dont l'exploitation est en milieu de cycle de vie, qui possèdent une certaine maîtrise de leur foncier et travaillent des surfaces relativement petites (30ha). Si certains de ces prestataires furent pionniers en ayant développé les services touristiques à la ferme dès les années 1970, ils sont surtout de plus en plus nombreux depuis 2003. Ils sont ancrés localement et présentent un lien au terroir affirmé, tant du point de vue de leur origine géographique (reprise d'exploitation familiale pour la majorité), que de leurs productions agricoles (produits agricoles ou agro-alimentaires du terroir labellisés). Il n'y a pas de production dominante mais pour la moitié des prestataires, l'activité agricole repose sur plusieurs spéculations et plusieurs produits, différents selon le territoire où les agriculteurs se situent. Les prestataires d'agritourisme se concentrent essentiellement dans les régions du Pays touristique sartenais (centré sur la commune de Sartène) et du Grand Bastia (centré sur la commune de Patrimonio). Le Centre Corse ressort également comme étant un territoire où l'agritourisme est important relativement à sa touristicité.

Qu'offrent-ils ?

Ils proposent avant tout des hébergements à la ferme (gîte rural), surtout dans les communes littorales, des loisirs au départ de la ferme (dégustation, ferme pédagogique) ainsi que de la vente directe. La restauration à la ferme est plutôt secondaire, représentant ¼ des prestations proposées. 20% d'entre eux offre au moins deux activités touristiques mais seule une faible part (7%) offre une prestation agritouristique complète, combinant hébergement, restauration et loisirs à la ferme. Les produits agricoles sont diversifiés mais un prestataire sur deux offre un unique produit agricole aux touristes ; l'autre moitié offre au moins deux produits différents, parfois jusqu'à 4, notamment lorsqu'une prestation de restauration est vendue. Dans les cas de combinaison de produits, le maraîchage et l'huile d'olive sont les produits les plus fréquents, souvent complémentaires à une activité principale d'élevage (porcin/charcuterie ; ovin ou caprin/fromages, bovin/vente sur circuits courts). Le type de services agritouristiques proposés sur les exploitations dépend aussi de la localisation géographique des prestataires et d'un certain

³⁴ Etant donnée la méthode de recensement mise en œuvre.

nombre d' « effets de territoire » : si les hébergements commercialisés comme unique prestation se situent avant tout dans les communes littorales comme « réserve de lits touristiques » dans les bassins de forte touristicité, comme l'offre de loisirs au départ de la ferme, les produits complets sont répartis plus aléatoirement rendant compte à la fois d'effets de territoire (proximité d'une offre touristique classique ou à l'inverse, éloignement des centres névralgiques) et/ou parfois de stratégies entrepreneuriales (distinction par valorisation du terroir).

Quand offrent-ils ces activités et produits ?

Qu'il s'agisse d'hébergement, de restauration, de loisirs au départ de la ferme, ou de vente directe, toutes les prestations à destination des touristes sont proposées durant la même période : avril à octobre avec un pic au plus haut de l'été (juillet/août), ce qui correspond à la saison touristique en Corse actuellement. L'offre de services touristiques permet, en moyenne, de créer un mi-temps de travail. Les exploitants concernés font surtout appel à de la main d'œuvre familiale mais aussi à des saisonniers selon le type de prestations offertes (restauration notamment).

Comment font-ils leur mise en marché ?

La vente (distribution) des produits agritouristiques se fait quasiment exclusivement de façon directe par l'utilisation de sites web en propre et par bouche-à-oreille. Il convient de remarquer que le seul intermédiaire véritablement présent est « Gîtes de France » (centrale de réservation mais aussi support de promotion), les TO commercialisant de façon très marginale ces prestations (2%). Les supports de promotion utilisés sont beaucoup plus diversifiés (physiques et dématérialisés) : les prestataires utilisent une stratégie multicanaux et passent par une organisation touristique ou agritouristique (Gîtes de France, Bienvenue à la Ferme, Offices de tourisme, guides, journaux, signalétique, foires rurales). Ils sont plus d'un sur trois à faire partie d'une route que l'on peut qualifier d' « agritouristique » comme « A Strada di i Sensi » (ODARC) ou « A Strada vinaghjola » (CIVC).

Que leur apporte l'agritourisme ; qu'attendent-ils ?

C'est très variable selon le type de structures mais la médiane du Chiffre d'Affaires des répondants est, selon les dires des enquêtés³⁵, de 36%. Pour certains, le tourisme peut représenter 100% du chiffre mais globalement, les personnes interrogées connaissent bien le cadre réglementaire et les 75% d'entre eux disent tirer 50% ou moins de leur chiffre d'affaires des prestations touristiques... Comme motivation première à faire de l'agritourisme, ils citent la promotion du métier et des savoir-faire avant la recherche d'un complément de revenus et le développement de l'intérieur. Les 2/3 d'entre eux n'ont bénéficié d'aucun soutien économique ; le tiers restant a surtout été aidé par l'ODARC et pour une moindre part par l'ATC (6%). Les prestataires disent attendre un soutien de la part des pouvoirs publics (80% des prestataires). Sont cités, entre autres : une aide d'ingénierie au montage de dossier, un allègement des démarches administratives et une clarification des procédures ; une meilleure promotion de l'agritourisme et du métier d'agriculture ; un appui à la commercialisation ; un appui à la structuration collective.

³⁵ Sur les 218 prestataires, les 2/3 ont répondu à cette question.

6.2 Les stratégies des entrepreneurs de l'agritourisme

6.2.1 Objectifs et enjeux de connaissance

L'objectif de cette section est triple :

- affiner l'identification des produits agritouristiques proposés par les prestataires d'agritourisme ;
- avoir une vision dynamique du fonctionnement des entreprises de l'agritourisme et des stratégies des entrepreneurs pour **produire une typologie** ;
- mettre en évidence une éventuelle influence de la structure des territoires sur les démarches entrepreneuriales en comparant les deux terrains-test.

6.2.2 Méthode

Une enquête a été menée pour identifier les stratégies entrepreneuriales et produits offerts.

Principe d'échantillonnage : échantillonnage raisonné dans l'objectif d'avoir une représentation de tous les types de produits agritouristiques identifiés dans la première section et des différents statuts des agriculteurs (à titre principal ou cotisant solidaire).

Les entretiens semi-directifs : Une quinzaine d'entretiens par terrain a été réalisée, ainsi que quelques entretiens extérieurs aux deux terrains pour avoir des points de repère complémentaires. La durée d'un entretien est en moyenne de 1h30. Nous avons cherché à répondre aux questions suivantes :

Qui ? Qui sont les entrepreneurs de l'agritourisme (âge, genre, formation, origine géographique, type de spéculation agricole, date d'installation) ? Quelles sont leurs clientèles ?

Quoi ? Quels sont les produits qu'ils offrent (type d'hébergement, classement, nombre de chambres, type de restauration, loisirs) ?

Pourquoi ? Comment ont-ils commencé dans l'agritourisme ? Quelles sont leurs motivations ? Qu'est-ce qui sous-tend leur offre ? L'offre va-t-elle évoluer prochainement et pourquoi ?

Où ? Où se localisent-ils ? Dans l'arrière-pays lointain (de la côte, de la ville centre) ?

Quand ? Depuis quand font-ils de l'agritourisme ? Quelle est la période d'ouverture ? Quelle est la saisonnalité de leur entreprise ?

Comment ? Quel est le remplissage de leur structure ? Avec qui travaillent-ils ? Seul ? aide familiale ? Employés ? Comment vendent-ils leurs produits ? Par quels canaux de distribution (directe par internet, via un TO, une agence, un office, une association de producteurs) ? Quel est leur plan de communication ? La « filière » est-elle organisée (association de producteurs, etc.) ? Ont-ils bénéficié de relais publics ?

Combien ? Combien de couverts ? Combien de lits ? De chambres, etc. ? A quels prix commercialisent-ils ? Quel est le montant des aides obtenues ? Quel est le niveau des investissements ?

Analyse : identification des éléments de réponses aux questionnements précédents extraits des discours des enquêtés ; identification des variables clés permettant de construire la typologie en les confrontant à la littérature.

- Les critères d'analyse retenus pour le dépouillement sont les suivants :
- Le profil de l'entrepreneur
- Les biens agricoles produits
- Les prestations touristiques proposées et les ressources de terroir mobilisées dans ce cas
- La localisation de la prestation agritouristique
- La période d'ouverture des prestations touristiques
- Le positionnement commercial
- Les types de clientèles et leurs attentes
- Les canaux de commercialisation et supports de promotion
- L'organisation collective des acteurs privés
- Les soutiens de la part des acteurs publics

6.2.3 Les résultats

Nous nous intéresserons tout d'abord aux produits agritouristiques (output) proposés par les prestataires, comme résultant du fonctionnement de la structure entrepreneuriale. Il ressort des entretiens que l'on peut identifier plusieurs types de produits selon la **combinaison entre les activités de production agricole et les services touristiques** qui est pratiquée par les entrepreneurs. Plusieurs cas de figure se présentent :

- D'un côté : **le milieu agricole sert simplement de cadre** ; les paysages agraires sont le support physique du produit. C'est par exemple le cas de la seule offre d'un gîte rural sur une exploitation agricole ou d'une activité de loisirs qui se fait sans animation et

valorisation spécifique du « monde » rural (certains produits de randonnées pédestres ou équestres par exemple) ;

- De l'autre côté : il y a une continuité directe et simple entre l'acte production et le service touristique offert. C'est précisément le cas des ventes directes ou dégustation avec vente ;
Entre les deux : le produit est composite ; l'articulation entre composante agricole et services touristiques est plus complexe et repose sur le bien agricole autant que sur l'animation autour des valeurs qui sont associées à la vie rurale. Les produits sont plus divers. On citera, entre autres exemples, l'offre combinée de ferme-auberge et chambre d'hôtes ou de randonnées de découverte naturaliste sur ou au départ des exploitations agricoles.

Si les produits permettent de faire une première analyse, pour aller plus loin dans la compréhension du fonctionnement des entreprises, il convient avant tout de s'intéresser à l'entrepreneur et à sa dynamique. Cette approche doit nous permettre de renouveler « les typologies entrepreneuriales classiques appliquées à l'agriculture » mais surtout, en examinant la façon dont l'entrepreneur mobilise les ressources auxquelles il a accès pour produire ses outputs, de comprendre son rôle dans la construction du territoire et plus particulièrement ici dans l'organisation d'une destination touristique.

Dans son analyse des PME de terroir, M. Marchesnay (2001) rappelait d'abord la nécessité de s'intéresser aux caractéristiques ethnocentriques du terroir, d'introduire dans la réflexion une dimension culturelle et historique. Si cette vision est maintenant bien intégrée et abordée par le prisme de plusieurs champs scientifiques, certains éléments forts contenus dans l'article sont restés sous employés et pourraient être mobilisés dans une réflexion sur la construction d'une destination agritouristique. M. Marchesnay propose en effet, de dépasser l'approche stratégique classique du terroir s'appuyant sur les travaux de Porter et centrée sur une « approche produit » - notamment mobilisée par Rastoin et Vissac-Charles - pour privilégier « une pensée stratégique entrepreneuriale. Celle-ci est constituée d'un processus impliquant « *la construction d'un projet, depuis la conception ... la mise en œuvre... jusqu'au retour performant sur investissement* ». Cette analyse lui permet d'opposer l'entrepreneur *en boucle simple*, simple gestionnaire³⁶ à l'entrepreneur *en double boucle*, véritable « entrepreneur entreprenant³⁷ ». Chacun dispose d'un certain esprit d'entreprise, mais il

³⁶ Cette catégorie correspond dans notre étude aux individus avant tout agriculteurs que nous appellerons les agri-entrepreneurs (commerçant ou animateurs de patrimoine).

³⁷ Cette catégorie correspond dans notre étude à l'entrepreneur agri-rural et à l'entrepreneur agritouristique

est pour le premier, resté à un stade individuel qui ne lui permet pas d'entrer dans une véritable stratégie collective.

Cette distinction que l'on retrouve de manière empirique dans nos enquêtes et entretiens est essentielle, car elle permet d'expliquer en partie les mobilisations nécessaires à la définition d'une stratégie territoriale. Il n'y aura donc pas d'action collective possible, pas de mise en œuvre d'un système d'acteurs permettant au travers d'une démarche qualitative ou autre de construire le territoire, sans « entrepreneurs entreprenants ». L'auteur ne s'intéresse d'ailleurs pas véritablement à la construction territoriale et semble la considérer comme allant de soi, dès lors que les conditions individuelles semblent réunies. Ce sont les limites d'une démarche qui pourtant bouleverse les approches traditionnelles généralement fondées sur le produit, le patrimoine.... En remettant l'entrepreneur au centre de la construction territoriale, M. Marchesnay nous signifie encore qu'en la matière les démarches « top down » sont vouées à l'échec et que toute action publique ayant vocation à définir une stratégie territoriale devrait donc avant toute chose, favoriser, si cela est possible, l'éclosion de cette catégorie d'entrepreneurs et le développement d'un esprit d'entreprise afférent.

Mais, si dans ce maillage subtil, les individus et leur « bon esprit » sont essentiels, cela ne saurait suffire. Il faut encore qu'ils puissent construire ensemble une stratégie et que celle-ci reflète suffisamment le territoire pour le rendre attractif. C'est en matière d'agritourisme ce qui est apparemment développé dans certaines destinations voisines de la Corse (Toscane). Si M. Marchesnay s'est peu intéressé à cet aspect de la question, le travail de M. Polge (2003) s'intéresse aux « **entreprises de terroir** » et à la façon dont celles-ci utilisent des ressources liées au terroir. Dans un contexte de crise (crises sanitaires à répétition ; crise identitaire), la connaissance de l'origine des produits, la traçabilité sont en effet des éléments importants pour les consommateurs. La notoriété d'une région et/ou d'un terroir également. Comme les signes de qualité ou les marques de territoire, la notoriété d'un terroir peut donner aux clients un signal de différenciation et d'unicité important et favoriser la compétitivité des entreprises de terroir dans la mesure où une telle entreprise a des « liens de forte intensité avec un terroir identifié par des caractéristiques physiques (géographiques, agroclimatiques), historiques et sociales » (Rastoin et Vissac-Charles, 1999).

M. Polge distingue les stratégies entrepreneuriales des Très Petites Entreprises de terroir suivant la façon dont **les entreprises combinent trois ressources stratégiques déterminantes** dans le fonctionnement de l'entreprise : **les ressources tangibles** qui renvoient aux dimensions agro-écologique et biologique du terroir (pédologie, climat, matériel génétique, etc.) ; **les ressources**

intangibles que sont les savoir-faire et les « routines organisationnelles » sous-tendues par l'organisation collective d'un terroir ; et enfin, **les ressources temporelles** que sont les petites histoires, anecdotes et mythes associés au terroir. La combinaison de ces trois ressources l'amène à différencier deux grands types de stratégies :

« **La stratégie de terroir fondamentale** » si les trois ressources sont utilisées de manière intrinsèque et définit une véritable « typicité » au produit entrepreneurial ; A notre sens, dans ce cas, le système d'activités est particulièrement complexe à saisir ; on ne peut réaliser d'évaluation économique distincte des deux activités car leur combinaison est étroite et forme un tout ;

« **La stratégie de terroir symbolique** » qui ne s'appuie pas sur l'ensemble des ressources et ne repose pas nécessairement sur la mobilisation d'actifs tangibles mais plutôt sur la représentation que les clients-consommateurs peuvent avoir du terroir.

C'est une autre façon de discuter de l'articulation entre les activités agricoles et les activités touristiques. Mais cette approche insiste aussi sur la façon dont **le « terroir » peut représenter un avantage concurrentiel pour l'entreprise** (Polge, 2003) :

« Bien que le terroir induise des rigidités décisionnelles et stratégiques, il projette la PE sur un positionnement plus identifiable que celui émanant d'une démarche individuelle. En outre, la stratégie fondamentale peut offrir une meilleure protection concurrentielle à travers le pouvoir de négociation collectif. »

« En s'appropriant le terroir à travers la combinaison des ressources, la PE limite sa vulnérabilité et sa dépendance à l'égard de ses partenaires et de ses concurrents ».

Dans le même esprit, Y. Louzzani (2013) montre également **l'importance stratégique que peuvent représenter les ressources immatérielles** d'une entreprise située dans un espace géographique où « le terroir peut constituer un facteur important de compétitivité ». Par ressources immatérielles, l'auteur fait référence à des ressources rares, intangibles, telles que le savoir, les savoir-faire techniques, les compétences organisationnelles. **Ces ressources immatérielles sont source de création de valeur dans les PME de terroir** en ce qu'elles leur confèrent **un pouvoir de distinction, c'est-à-dire qui suscite une demande additionnelle et permet un élargissement du marché, plus qu'un partage du marché.**

Si nous ne pouvons qu'adhérer à ces analyses et catégorisations, nous devons à nouveau souligner que ces « démarches produits » doivent pour réussir s'attacher à entraîner les agri-

entrepreneurs dans une stratégie collective ou, en leur absence, à susciter leur apparition et leur pérennisation. Ce sont des processus longs mais, à défaut, on en restera à une simple opération de marketing territorial.

Sur la base de ces différentes approches, qui doivent, nous l'avons dit, être pensées et construites de manière coordonnée, nous identifions **6 profils d'entrepreneurs** rassemblés en trois groupes qui se distinguent par le type de produits agritouristiques offerts et la mobilisation des actifs du terroir dans la stratégie de l'entreprise, en particulier pour ce qui concerne la dimension « prestation de services agritouristiques » :

Les « entrepreneurs entreprenants » : les agri-entrepreneurs mettant en œuvre de véritables « stratégies de terroir »

« L'entrepreneur agri-rural »	L'entrepreneur agritouristique
<p>Il propose un produit agritouristique composite qui s'appuie plutôt sur la symbolique de la ruralité comme argument commercial et signe distinctif que sur une imbrication entre agriculture et tourisme au sein d'un même système d'activité.</p> <p>L'agriculture représente une activité connexe qui sert de « décor » et d'image de marque, et permet une plus-value en terme de prix de vente et de clientèles cibles. Le tourisme représente dans la plupart des cas l'activité dominante, et est souvent très professionnalisé. L'entrepreneur ne maîtrise pas nécessairement les savoir-faire et gestes techniques de la production agricole ou lorsqu'il les maîtrise, il ne les intègre pas directement à son produit mais met en avant de façon globale son lien à la terre.</p> <p>La stratégie de terroir déployée est donc symbolique. Cette stratégie a un effet d'entraînement sur le développement local dans la mesure où l'entrepreneur s'appuie sur des relais locaux « fournisseurs de terroir » pour maintenir la qualité de son produit, son image et son positionnement.</p> <p>Le produit peut être innovant, voire unique, souvent haut de gamme ; il s'appuie sur un « patrimoine de caractère » mais il n'est pas nécessairement « typique » au sens de Polge.</p> <p>L'entreprise fonctionne avec l'aide d'employés et de salariés saisonniers.</p> <p><i>Exemples</i> : certaines fermes-auberges, éco-gîtes Cervioni hors secteur agricole...</p> <p><i>Occurrence de type</i> : en développement...surtout dans les territoires de forte fréquentation touristique</p>	<p>Il propose un produit agritouristique composite qui s'appuie sur des ressources tangibles du terroir mais aussi, et surtout, sur la valorisation de ses savoir-faire liés à la production agricole. Il maîtrise les itinéraires et gestes techniques de la production et de la transformation (du champ à la fourchette).</p> <p>La stratégie de terroir est fondamentale et le tourisme est une activité essentielle dans le fonctionnement de l'entreprise. L'engagement de l'entrepreneur dans les prestations touristiques est volontaire et lui permet de se démarquer des entreprises agricoles plus classiques (voir le profil de l'agriculteur commerçant) et de faire vivre, en général, deux personnes à temps plein sur l'exploitation.</p> <p>Selon le stade de développement de l'entreprise, le tourisme est vite plus important que les activités agricoles en termes de revenus. Cependant, la dimension agricole est constitutive de la représentation que l'entrepreneur a de son travail et de lui-même.</p> <p>Véritable artisan du terroir, c'est un passionné qui ne compte pas ses heures et qui (s')investit pour transmettre (aux enfants).</p> <p>S'il travaille rarement seul mais plus souvent avec une aide familiale, son entreprise familiale fonctionne de façon <i>relativement</i> autonome selon la part de l'approvisionnement extérieur dans le cas des fermes-auberges</p> <p><i>Exemples</i> : L'osteria di l'Orta, A casa di Anghjulu, Les aromatiques de l'île</p> <p><i>Occurrence</i> : assez rare</p>

Les entrepreneurs avant tout agriculteurs : les agri-gestionnaires

L'agriculteur commerçant	L'agriculteur - animateur de patrimoine
<p>En vendant ses propres produits, il réalise une activité commerciale qui s'inscrit dans le prolongement de son activité agricole.</p> <p>Il ne produit pas véritablement de bien touristique (au sens de Ohe) mais recherche une meilleure valorisation et reconnaissance de son produit et de son métier, auprès des résidents et/ou des touristes (même s'il préfère les touristes qui lui assurent une meilleure plus-value commerciale...)</p> <p>Pour cela, il vend directement sur son exploitation en proposant souvent une dégustation ou sur des foires et marchés de producteurs ou tout simplement mixtes (revendeurs et producteurs) selon sa « sensibilité identitaire » et ses opportunités.</p> <p><i>Exemples :</i> surtout les vigneron et les bergers <i>Occurrence :</i> très fréquent</p>	<p>Il est très pris par son métier d'agriculteur qui le passionne mais occasionnellement, il participe à la valorisation (touristique ou plus largement éducative) du patrimoine rural en animant un goûter pédagogique, en assurant une démonstration de fabrication fromagère, en donnant un cours de cuisine du terroir.</p> <p>Il ne fait pas cela pour s'enrichir, même si l'activité peut éventuellement lui apporter ponctuellement un complément de revenu marginal, mais par goût pour l'animation patrimoniale et l'éducation au développement durable.</p> <p>Il est fréquent qu'il soit investi dans une association ou dans une démarche collective de certification du terroir.</p> <p><i>Exemples cités :</i> apiculteurs souvent ; bergers plus rarement <i>Occurrence :</i> très rare</p>

Les entrepreneurs « pluriactifs³⁸ » : les agri-opportunistes

L'opportuniste professionnel	L'opportuniste attentiste
<p>Il profite de sa double compétence d'agriculteur et d'accompagnateur moyenne montagne, encadrant de sports d'eaux vives ou titulaire du BAFA pour « faire une saison » à temps partiel, selon son travail, si sa spéculation et son organisation du travail le lui permettent.</p> <p>Son « autre » diplôme fait de lui un double-actif saisonnier. Son activité touristique est déconnectée de son activité productive.</p> <p>Cette activité saisonnière lui permet de « sortir » du milieu agricole et d'avoir un complément de revenu non négligeable.</p> <p><i>Exemples</i> : accompagnateurs montagne <i>Occurrence</i> : peu fréquent</p>	<p>Il n'a pas la fibre du service mais espère tirer profit de la sur-fréquentation balnéaire estivale en attirant quelques touristes égarés ou désargentés dans son gîte ou sa chambre d'hôtes.</p> <p>L'animation patrimoniale et la valorisation du rural ne l'intéresse pas vraiment. Le meublé de tourisme qu'il propose doit lui permettre, avec un investissement minimal, de compléter ses revenus de façon saisonnière pour pouvoir, lui aussi, espérer profiter un peu des animations du territoire, ou réinvestir dans son entreprise agricole.</p> <p><i>Exemples</i> : toutes spéculations confondues, surtout en rétro-littoral <i>Occurrence</i> : fréquent</p>

6.2.4 Synthèse

Quels sont les profils des entrepreneurs ? Définissent-ils une stratégie collective qui reflète leur territoire ? Comment participent-ils à la construction de la destination touristique ?

Sur les six profils d'entrepreneurs identifiés, seuls les deux premiers types relèvent véritablement de stratégies entrepreneuriales de terroir pour lesquels les « entrepreneurs-entreprenants » sont « en double-boucle » : en d'autres termes, ils sont engagés dans une démarche individuelle classique de rentabilité de leur structure qui est étroitement liée à une stratégie territoriale plus collective leur permettant de valoriser les ressources et l'image du terroir ; ils en tirent un avantage compétitif, en se positionnant sur un segment de marché distinct, ils arrivent à générer une demande additionnelle et contribuent également à la construction d'une dynamique d'acteurs qui, sous certaines conditions, peut favoriser l'émergence d'une identité territoriale partagée. Cependant ces entrepreneurs de « tourisme de terroir » sont loin d'être majoritaires : ces stratégies restent éparpillées sur le territoire insulaire et sont souvent le fait de quelques entrepreneurs ayant

³⁸ Pas nécessairement au sens juridique du terme.

thésaurisé à un moment donné de leur trajectoire à partir d'autres secteurs d'activité, ou ayant pu capitaliser dans une entreprise agricole familiale déjà bien structurée à partir d'un patrimoine (foncier, bâti, matériel vivant) important.

La plupart des agriculteurs interrogés sont au contraire dans une logique de continuité directe de leur activité productive (vente directe) ou dans une démarche attentiste et opportuniste qui consiste à tirer un profit immédiat de la saison touristique pour un investissement moindre.

7. Les clientèles de l'agritourisme

7.1 Objectifs et enjeux de connaissance

Les études s'intéressant aux clientèles de l'agritourisme ou plus largement aux clientèles du « tourisme à la campagne » sont, à ce jour, assez rares. En France, nous citerons deux références :

- l'étude de l'AFIT³⁹ 1998 qui a mis en évidence une diversité de clientèles et en a identifié plusieurs profils : les « cadres intellectuels pas très argentés mais exigeants », « les butineurs aisés, cultivés et amateurs de variétés dans leurs vacances », « les familles modestes », « les groupes affinitaires » ;
- et plus récemment, la réalisation d'une étude spécifique aux « destinations campagnes » commandée par la DATAR au bureau d'études GMV Conseil (2010). Dans ce cadre, une grande enquête européenne (5000 répondants français, britanniques, belges et espagnols) fut menée avec une double ambition : identifier le potentiel touristique des territoires (campagnards) et favoriser l'élaboration de stratégies territoriales au regard des attentes des clientèles enquêtées. Il ressort de cette enquête que c'est la campagne elle-même qui est recherchée – ce n'est donc pas une destination par défaut – et que le tourisme en espace rural est très clairement assimilable à une économie composite : d'une part l'offre existe mais elle est diffuse, souvent pas assez claire et insuffisamment professionnalisée ; d'autre part les touristes se projettent à une double échelle : celle des destinations qui doivent offrir un large choix d'activités et de services, et celle de la consommation qui se situe dans un périmètre de 20 minutes en voiture autour du lieu de séjour.

En Corse, à notre connaissance, aucune étude n'existe dans ce domaine. Si l'observatoire du tourisme de la Corse, au travers de ses enquêtes lourdes aux frontières ou du baromètre de l'image de la Corse, apporte des éléments de connaissance des clientèles de la destination Corse dans son ensemble, il n'existe pas de travaux propres aux clientèles agritouristiques. L'objectif de cette section est donc de **mieux connaître les clientèles de l'agritourisme en Corse, leurs motivations et leurs pratiques.**

7.2 Méthode

Pour cela, un questionnaire commun a été administré sur chacun des terrains pilotes au cours d'une partie de la saison touristique 2013 (entre mi-mai et début septembre) dans le cadre des stages de deux étudiantes de Master « Management du tourisme » de l'Université de Corse.

³⁹ Agence Française d'Ingénierie Touristique désormais intégrée à Atout France.

Les clientèles-cibles : agri-touristes avérés et potentiels (prospects) du Centre Corse et du Cap/Nebbiu.

Cette étude cible les touristes ayant pratiqués l'agritourisme au cours de leur séjour en Corse, notamment sur les territoires concernés, mais elle cible aussi les « agri-touristes » potentiels, c'est-à-dire ceux qui pourraient le pratiquer à l'avenir. Se plaçant du point de vue de la demande et des attentes des clientèles, nous prenons le parti de considérer ici une définition élargie de l'agritourisme : l'agritourisme en tant qu'expérience touristique réalisée dans le « milieu » agricole, au cœur des terroirs... Ce faisant, nous nous sommes intéressés aux touristes ayant pratiqué une activité en lien avec la ruralité au cours de leur séjour et pas uniquement à ceux qui auraient fait du tourisme à la ferme.

Le questionnaire

Le questionnaire se trouve en annexe. Il est articulé autour de 4 volets distincts :

- Un volet renvoyant aux données relatives à l'administration du document ;
- Un volet portant sur le profil de la personne interrogée ;
- Un autre abordant le séjour et les pratiques des touristes ;
- Enfin, un dernier traitant de la satisfaction des clientèles.

Ce questionnaire comporte 20 questions, dont la plupart sont des questions fermées (2 questions ouvertes).

Mode d'administration

Le questionnaire était soit administré de visu (pour une durée de 10 minutes environ), en des haut-lieux touristiques de chacune des microrégions ou en des lieux de forte fréquentation (offices de tourisme par exemple, évènementiel touristique comme les foires rurales), soit déposé auprès de différentes organisations touristiques : offices de tourisme, hôteliers et autres hébergeurs, producteurs agricoles prestataires d'agritourisme, etc. L'objectif était double :

- essayer d'atteindre les clientèles potentielles chez des prestataires qui pouvaient avoir un lien, direct ou indirect, avec l'agritourisme au sens large ;
- essayer de couvrir l'ensemble des zones géographiques.

Ce sont ces deux critères qui nous ont conduits à monter un circuit de dépôt adapté.

Collecte et traitement de l'information

Sur les 2000 questionnaires déposés ou administrés de visu, 846 personnes ont répondu, ce qui représente un **taux de retour de 42 %**. 20% des questionnaires traités ont été administrés de visu et 80% ont été renseignés par les touristes eux-mêmes chez les opérateurs touristiques. Les 43% des 846 questionnaires renseignés ont été collectés en Centre Corse (366 répondants) et les 57% restant en Cap/Nebbiu (480 répondants). Un fastidieux travail de saisie de l'ensemble des questionnaires a permis de constituer une base de données, exportée dans un format adapté aux traitements statistiques. Recodée pour faciliter l'analyse, la base de données travaillée comporte finalement 103 variables et est donc constituée de 846 individus.

Il convient de préciser que sur l'échantillon traité, **83% des répondants** (soit 700 personnes sur 846) **ont effectivement pratiqué une activité agritouristique durant leur séjour sur le territoire enquêté**⁴⁰. Les autres personnes interrogées dans cette étude sont considérées comme étant des clients potentiels.

7.3 Les résultats

On reviendra sur les trois items principaux du questionnaire, à savoir le profil des répondants, les pratiques de consommation et la satisfaction des clientèles. Les résultats sont discutés en mettant en relief 4 critères importants qui permettent de distinguer des groupes de clients et/ou de différencier les territoires :

- Le terrain analyse : Centre Corse ou Cap Corse/Nebbiu ;
- La saison touristique : avant-saison (ici : fin-mai à mi-juillet) ou haute-saison (ici : de mi-juillet à début septembre)⁴¹ ;
- Le lieu de résidence des personnes interrogées : résident local ou autre résident ;
- La pratique de l'agritourisme : prospects versus agri-touristes.

⁴⁰ Rappelons que l'agritourisme est entendu ici de façon extensive.

⁴¹ Ce découpage est calé sur les semaines de terrain (dépôt/collecte des questionnaires), d'où le décalage mineur avec une typologie plus classique.

i. Le profil des répondants

CLASSES D'ÂGES ET CATEGORIES SOCIOPROFESSIONNELLES

Les répondants sont, presque à parts égales, des hommes (46%) et des femmes (54%), plutôt d'âge mûr (entre 45 et 65 ans). Les « 25-44 ans » représentent 1/3 des répondants.

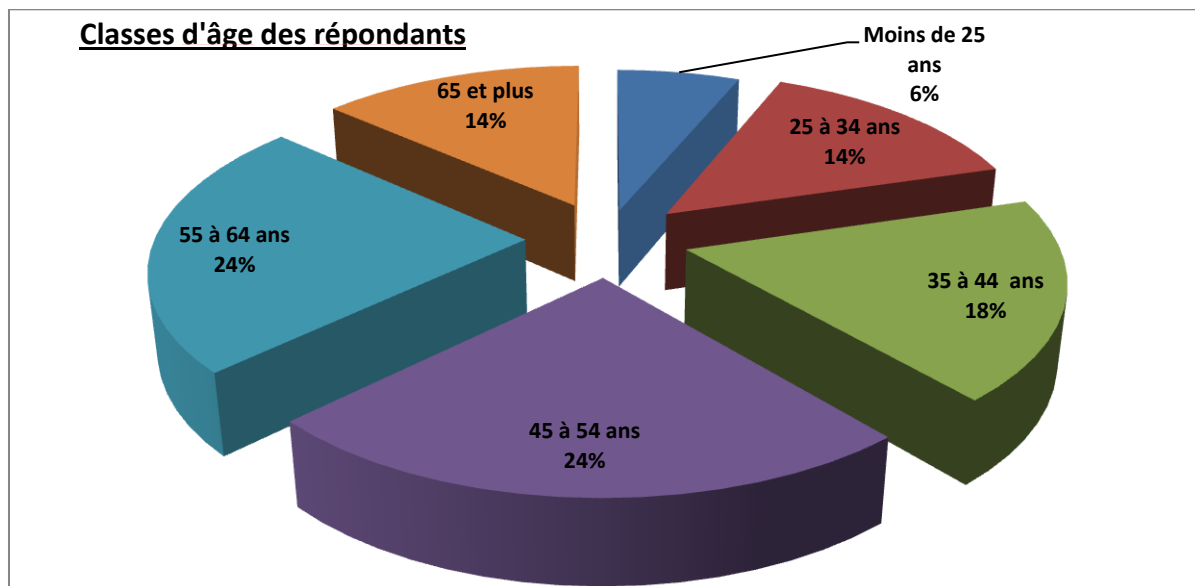


Figure 22 : diagramme des classes d'âge des répondants (source: auteurs)

Il convient de préciser que les « 45-54 ans » sont proportionnellement plus nombreux dans le territoire du Cap-Corse/Nebbiu tandis que les « plus de 65 ans » sont plus représentés en Centre Corse. Les moins de 25 ans et les plus de 65 ans sont plus nombreux en mai/juin, tandis que les « 35-54 ans » sont plus nombreux en plein cœur de la saison, durant le pic estival.

En cohérence avec les données précédentes, on note que **les retraités sont proportionnellement les plus nombreux à avoir répondu, notamment en « avant-saison » et en Centre Corse**. Il s'avère que le Centre Corse (et en particulier la visite de Corte) est une étape de nombreux voyages organisés pour les séniors.

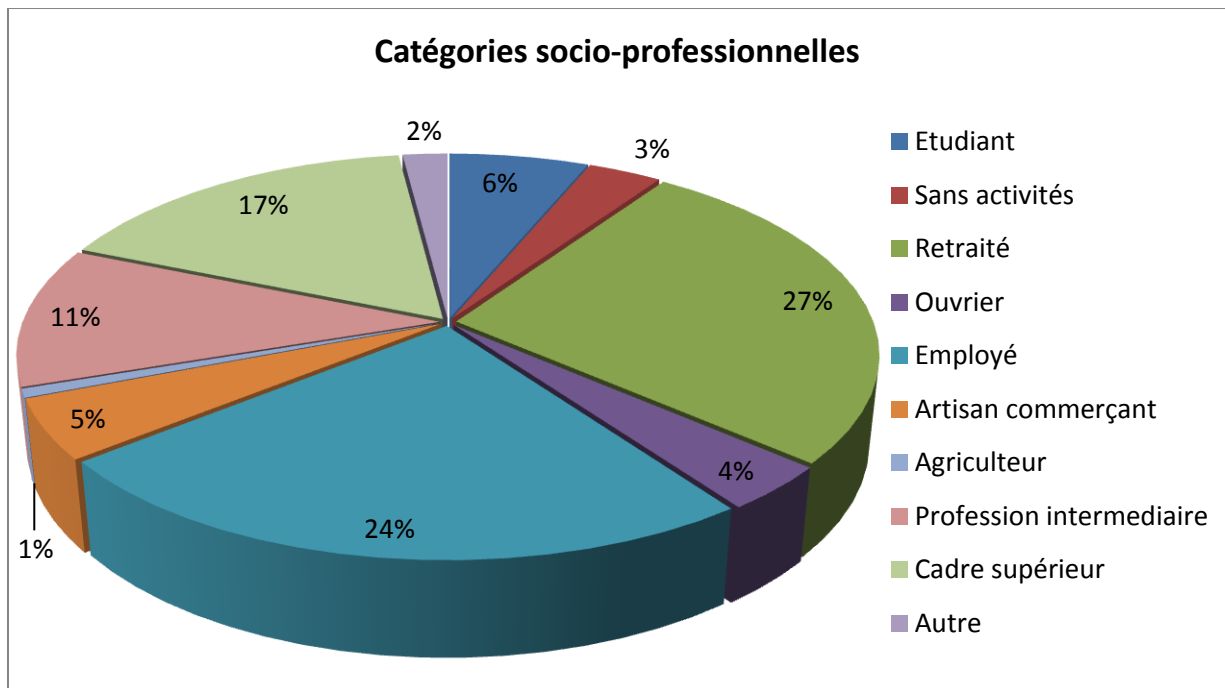


Figure 23: diagramme des catégories socio-professionnelles des répondants (source: auteurs)

En « haute-saison », les étudiants, cadres supérieurs et professions intermédiaires sont plus représentés. Les cadres supérieurs sont, de façon générale, proportionnellement plus nombreux à avoir participé à l'enquête dans le territoire du Nebbiu/Cap Corse.

MODALITES DE VISITES ET DE SEJOURS

Les 2/3 des répondants visitent la Corse, et en particulier les deux territoires qui sont l'objet de l'enquête, en couple ou en famille. Il s'agit donc avant tout d'une **clientèle familiale**. **Les groupes ne représentent que 10%** de l'effectif total des participants à l'enquête.

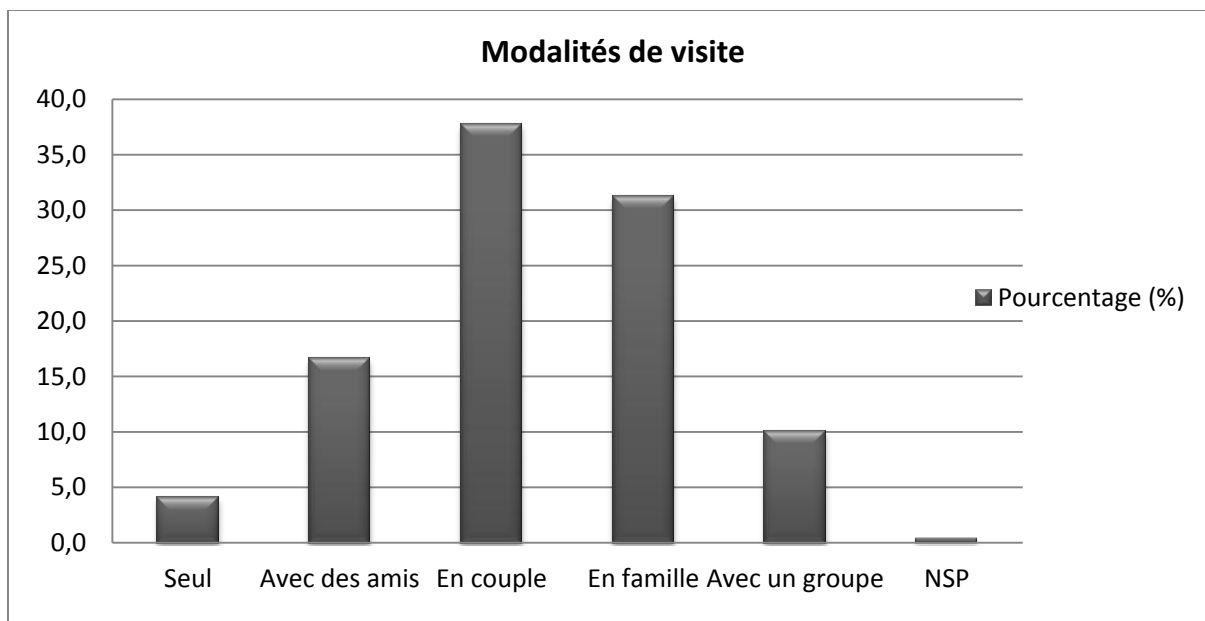


Figure 24: diagramme des modalités de visite des répondants (source : auteurs)

Dans le même sens de ce qui a été précisé ci-avant, les visites organisées en groupes sont plus fréquentes en avant-saison (de même que les déplacements entre amis), tandis que les séjours en famille sont plus fréquents au cœur de la saison.

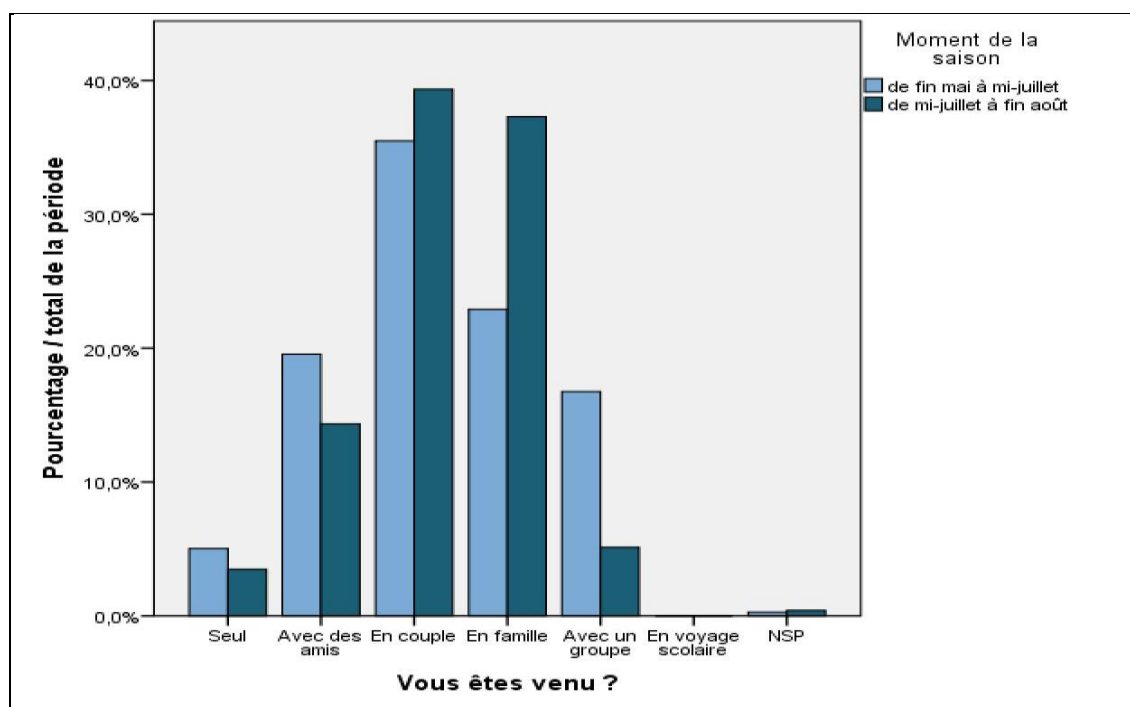


Figure 25 : diagramme des modalités de visite des répondants en fonction de la saison (source : auteurs)

ORIGINE DES CLIENTELES

Les répondants sont majoritairement (les 3/4) des français qui résident hors de Corse. Sur l'ensemble des deux terrains et de la saison, **les étrangers ne représentent que 12% des effectifs**⁴². Ils viennent quasiment exclusivement d'Europe du Nord⁴³, notamment de la zone BENELUX, de Suisse et d'Italie pour les plus nombreux d'entre eux. Les étrangers sont proportionnellement plus nombreux en avant-saison, notamment au mois de mai. En Centre Corse, les visiteurs locaux sont deux fois moins nombreux qu'en Cap/Nebbiu alors que les visiteurs étrangers le sont deux fois plus.

Lieu de résidence des répondants

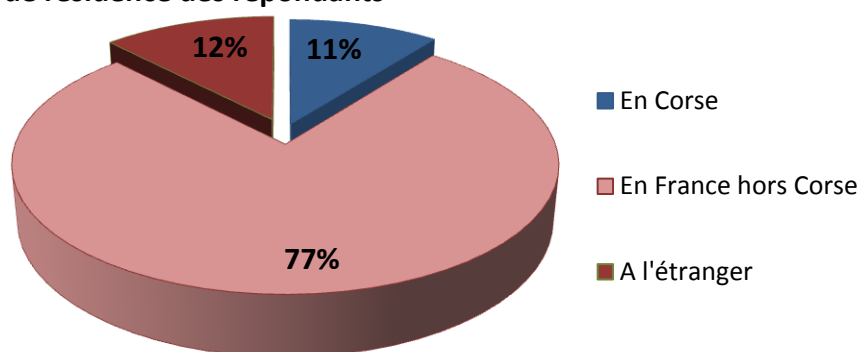


Figure 26 : diagramme des lieux de résidence des répondants (source: auteurs)

Les résidents corses interrogés représentent 1/10^{ème} des répondants : il peut s'agir de simples excursionnistes mais parfois aussi de véritables touristes comme l'illustrent les données suivantes.

ii. Pratiques et motivations des visiteurs

DUREE DU SEJOUR

97% des répondants disent visiter la région pour les loisirs et les vacances. Mis à part les résidents locaux qui sont surtout des excursionnistes - même s'il convient de relever que malgré tout 35% d'entre eux disent avoir séjourné au moins 7 jours sur le territoire enquêté, hors de leur lieu de résidence habituel - **les séjours des touristes sont plutôt longs (7 jours et plus⁴⁴), d'autant plus longs en haute-saison.**

⁴² Ces résultats vont dans le même sens que ceux des enquêtes lourdes ATC.

⁴³ Quelques touristes du Canada et des U.S.A. mais c'est marginal.

⁴⁴ A noter que les enquêtes lourdes aux frontières font état d'une durée moyenne de séjour de 10 jours, ce qui correspond à notre analyse.

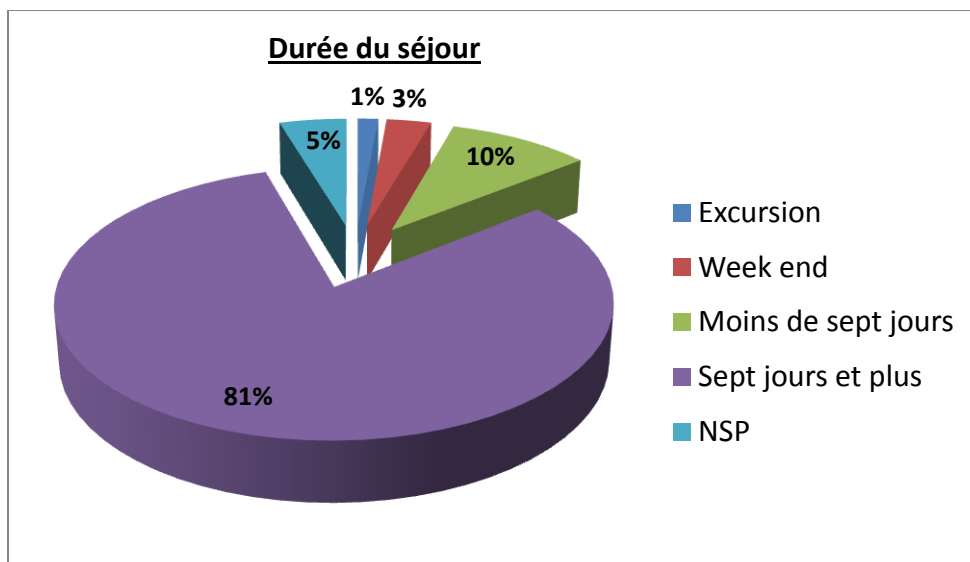


Figure 27 : diagramme des durées de séjour (source : auteurs)

Les français (hors résidents corses) restent en moyenne plus longtemps que les étrangers et sont également plus nombreux à venir pour des week-ends.

Tableau 7 : les durées de séjour (source: auteurs)

	vous résidez ?	
	en France (hors Corse)	à l'étranger
Excursion	0,5%	0,0%
Week end	2,9%	1,9%
Moins de sept jours	9,3%	15,5%
Sept jours et plus	87,3%	82,5%
Ne sait pas.	0,0%	0,0%

Les touristes⁴⁵ restent visiblement plus longtemps (séjours de 7 jours et plus) sur le territoire du Cap Corse/Nebbiu.

⁴⁵ Hors résidents corses.

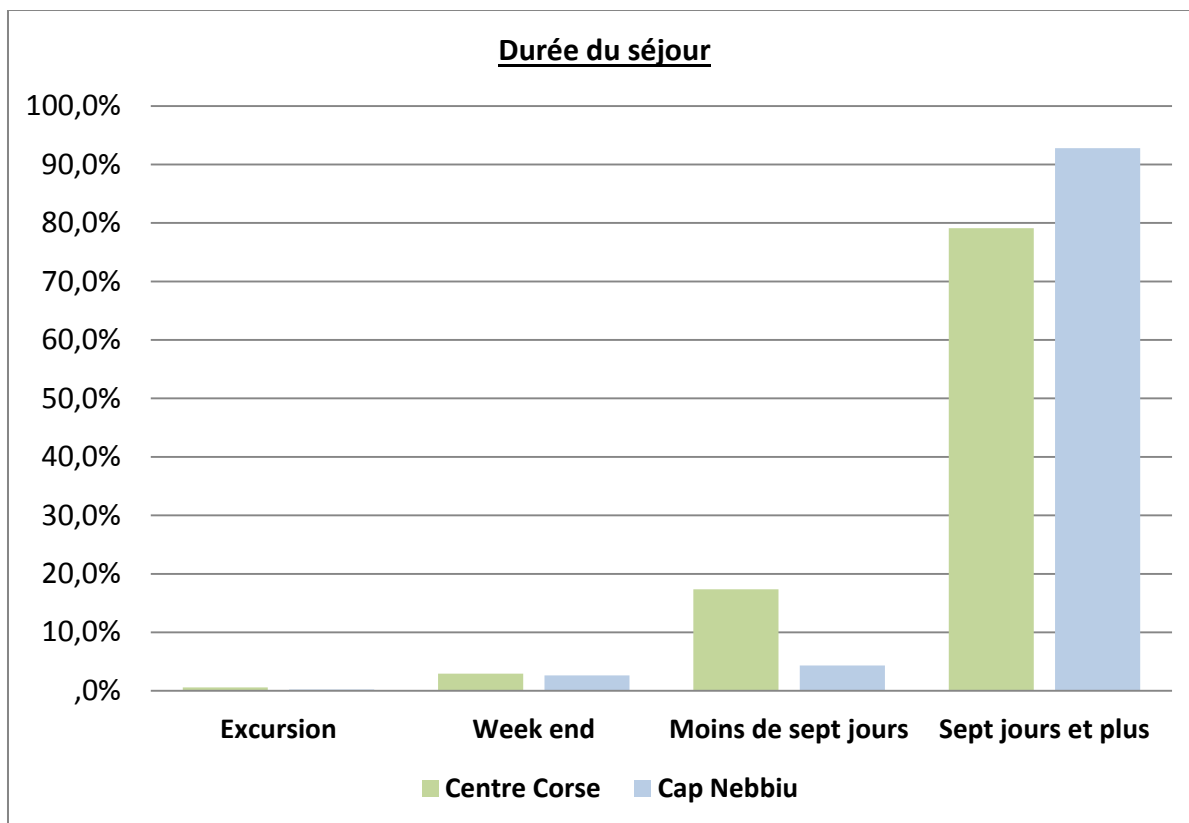


Figure 28 : diagramme des durées de séjour dans le Centre Corse et dans le Nebbiu-Cap Corse (source: auteurs)

PRATIQUES D'ACHAT DE LA DESTINATION

97% des répondants (hors résidents corses) disent passer par un canal de réservation ; les quelques 3% restants passent par des amis. **Les réservations via internet sont privilégiées** : elles représentent 55% des répondants ainsi qu'une partie des répondants disant réserver par téléphone (26%) et qui ont pris les coordonnées téléphoniques sur internet. Les réservations par le biais des voyagistes représentent 18% des répondants en moyenne, et jusqu'à 28% en Centre Corse et seulement 10% en Cap/Nebbiu où les réservations internet sont largement privilégiées (60%). Une part marginale des répondants indique être passée par un office de tourisme, ou un comité d'entreprise, ou une association sportive pour réserver son séjour.

Interrogés sur la façon dont ils ont eu connaissance de la destination, les répondants signalent s'être renseignés par internet, notamment les étrangers, en avoir eu vent en discutant avec des connaissances (bouche-à-oreille), avoir lu des guides touristiques (en particulier les étrangers).

D'ailleurs, en moyenne, pour 59% des répondants (hors résidents corses), ce n'est pas la première fois qu'ils viennent en Corse : **la clientèle semble donc plutôt fidélisée**, surtout en « pleine saison » comme l'indique le graphe ci-dessous.

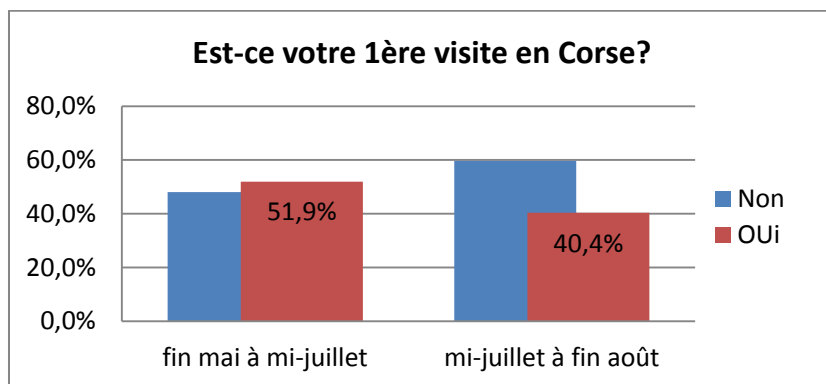


Figure 29 : diagramme des pourcentages de 1ères visites en Corse ? (source: auteurs)

Les touristes sont en moyenne plus fidèles au territoire du Cap/Nebbiu (49% étaient déjà venus), et ce surtout durant le pic estival, qu'au Centre Corse (seuls 37% d'entre eux étaient déjà venus) qui fidélise un peu plus en avant-saison.

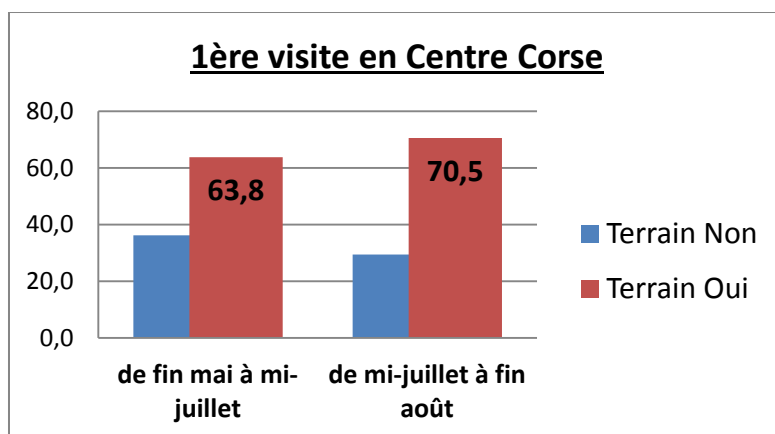
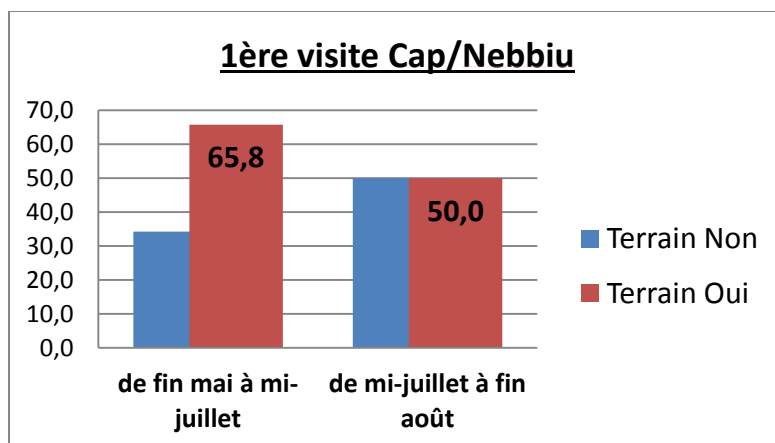


Figure 30 : diagramme des pourcentages de 1ères visites en Centre Corse et Cap/Nebbiu (source: auteurs)

Lorsqu'on interroge les touristes sur les raisons qui les incitent à être fidèles à la destination, ils répondent avant tout qu'ils reviennent pour **revivre l'expérience et les sensations que leur a procurés la destination** (45%⁴⁶), ensuite parce qu'ils avaient envie de revoir la Corse, soit autrement pour 22% d'entre eux (une autre microrégion en général, ou *via* d'autres pratiques : par exemple, la Corse à moto), soit pour le plaisir de revenir (13,5%), ou encore parce qu'ils ont un lien familial sur le territoire (8,5%). Exceptionnellement rares (0,6%) sont ceux qui disent avoir eu un tarif préférentiel qui leur aurait donné envie de partir sur l'instant...

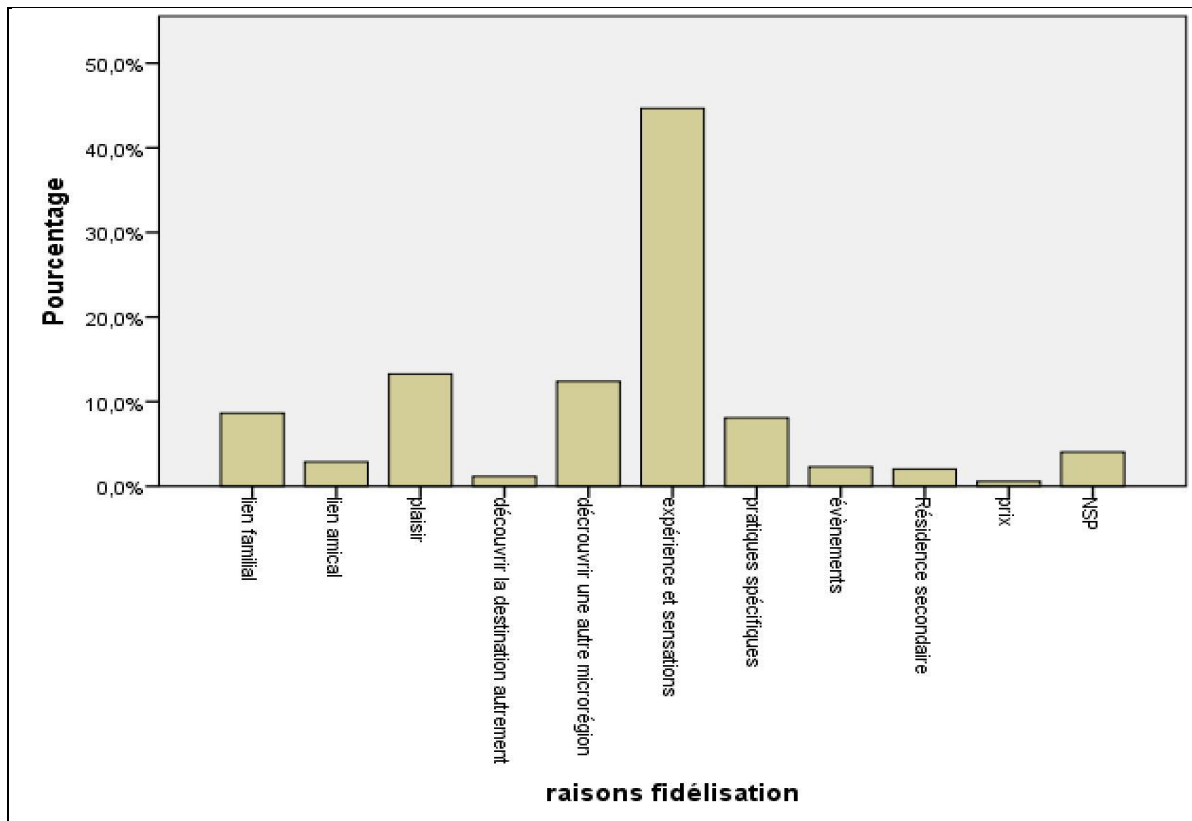


Figure 31: diagramme des raisons de fidélisation des clients (source : auteurs)

Dans chaque territoire d'enquête, **les motifs évoqués par les touristes se confondent avec l'évocation de la destination Corse dans sa globalité**. Il convient de souligner que les « consommateurs d'agritourisme » sont presque deux fois plus nombreux que la moyenne à dire venir en Corse et/ou sur le territoire visité pour l'« expérience et les sensations » mais aussi, ils viennent beaucoup moins fréquemment pour des pratiques spécifiques (randonnées sportives, motos par exemple). Il semblerait donc que **la consommation de produits agritouristiques fassent partie intégrante du panier de biens composites des touristes pour ces territoires** (et pour la Corse plus largement).

⁴⁶ 45% des personnes ayant répondu à cette question.

On notera également que dans le champ de l'expérience touristique et des sensations éprouvées, les registres lexicaux utilisés renvoient à la plénitude des sens, à la rupture et au ressourcement, et à l'authenticité :

« J'**adore** ce pays », « on est tombés **amoureux** de la corse », « nous **aimons** la Corse », « on s'y plaît », « c'est **beau**, c'est **bon** et on en redemande », « quand on goûte la Corse, on y revient », « on **adore** l'île de beauté », « par **pur plaisir** » « on est devenu **accros** » « la Corse nous manquait » « par **amour** pour la Corse » « pour la **beauté** de l'île » « pour la **beauté des paysages** », « la Corse est **belle** », « pour le souvenir du lieu », « c'est tellement **agréable** », « pour les paysages **magnifiques** » « pour le cadre **sauvage** », « en Corse on n'est jamais déçus », « pour **le calme et la tranquillité** » ; « pour l'accueil et l'**authenticité** », « c'est **magique** » « la Corse est **incomparable** », « l'accueil et la **nature préservée** » « l'ambiance et le caractère », « pour l'**authenticité** », la Corse c'est « mer et montagne », « mer et soleil », « la culture et la cuisine »...

La Corse apparaît comme une destination sublimée, une véritable invitation au voyage...

iii. Pratiques des touristes

LES AGRI-TOURISTES ET LES PRODUITS CONSOMMÉS

Près de 83% des personnes ayant répondu aux questionnaires ont consommé un produit agritouristique. Il semble donc que l'offre d'activités et de services agritouristiques constitue un élément fondamental du panier de biens que consomment les clientèles touristiques ; c'est un élément central et indissociable de l'image des territoires et de la Corse en général. Cette proportion s'élève à plus de 86% pour le Cap/Nebbiu et descend à 77% en Centre Corse⁴⁷. Les français résidant hors de Corse sont proportionnellement les plus nombreux à favoriser ces pratiques.

⁴⁷ A noter qu'on ne peut tirer de conclusions génériques puisque ces valeurs sont directement corrélées aux choix des lieux de dépôt des questionnaires. Une interprétation des résultats serait en quelque sorte tautologique... Cependant, ils sont présentés ici à titre indicatif et montrent que les lieux de dépôt ont été bien sélectionnés pour cibler la clientèle agritouristique.

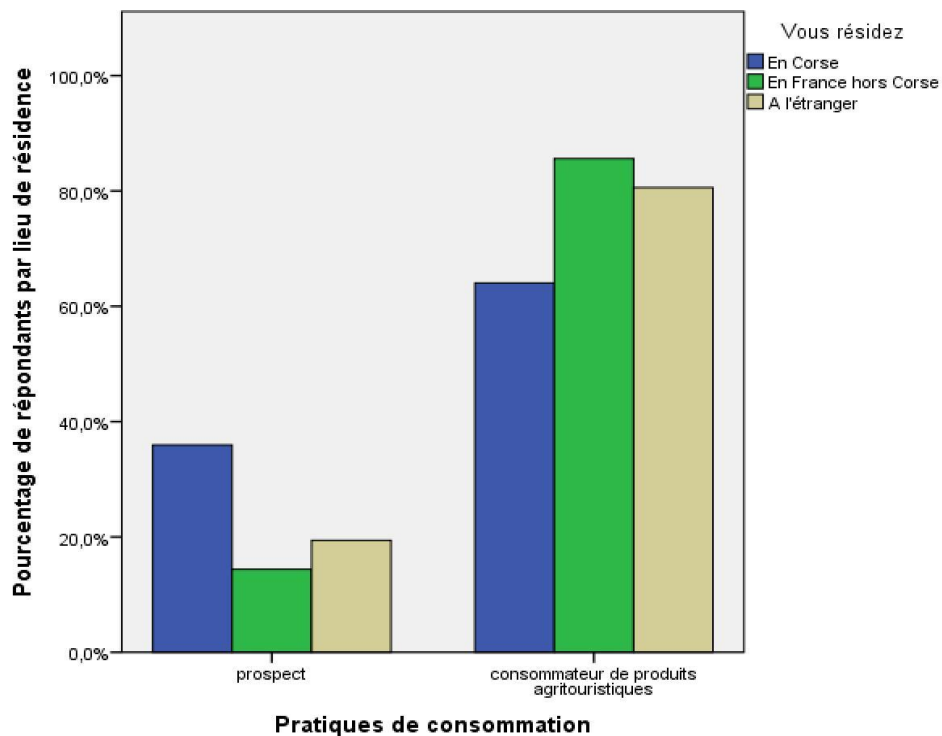


Figure 32 : diagramme des pratiques de consommation (source: auteurs)

Sur l'ensemble des agri-touristes, ils ne sont que 21% à consommer un produit agritouristique complet, combinant hébergement, restauration et loisirs à la ferme. Ce chiffre nous laisse penser que c'est plus généralement le cadre rural que les « agri-touristes » recherchent plutôt qu'un produit agritouristique au sens strict, directement lié au métier d'agriculteur... Cette proportion s'élève à 24% dans le territoire Cap/ Nebbiu et descend à 19,5% en Centre Corse. Ce sont surtout les étrangers qui consomment ces produits complets, quel que soit le territoire.

Sur l'ensemble des répondants par saison, la proportion de consommateurs d'agritourisme est supérieure en pleine saison. L'écart est d'autant plus important en ce qui concerne les activités de loisirs. Ceci est à mettre en perspective avec la durée des séjours qui s'allonge en pleine saison.

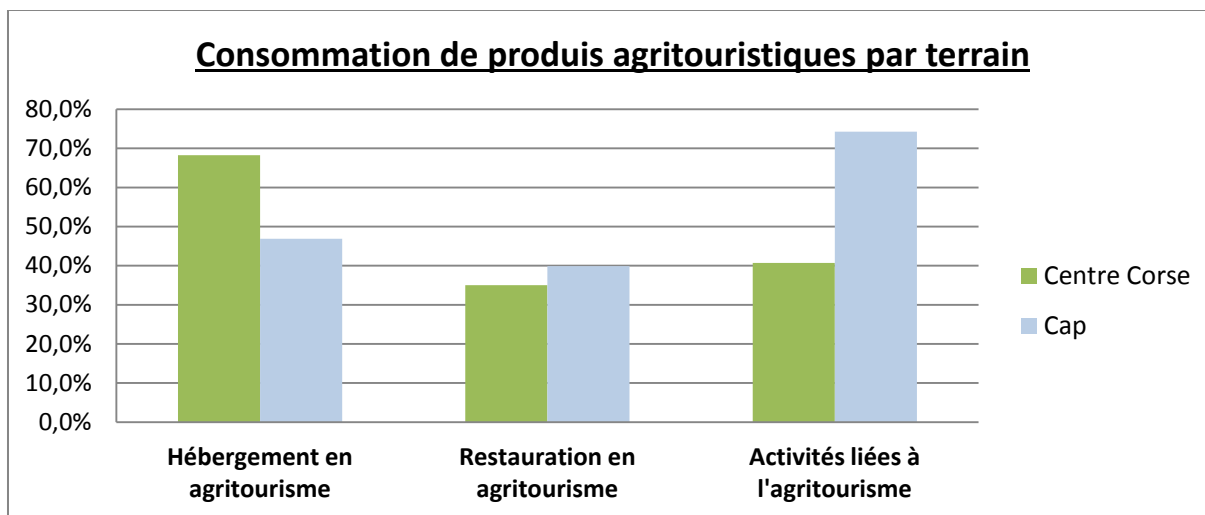


Figure 33 : diagramme de la consommation de produits agritouristiques par terrain (source : auteurs)

Par ailleurs, cet écart se creuse en fonction du terrain du répondant : les clientèles du Cap/Nebbiu consomment bien plus de loisirs dit agritouristiques mais moins d'hébergements en agritourisme (chambre d'hôtes, gîtes ruraux, campings à la ferme), que ce soit en début ou au cœur de la saison.

LES PRATIQUES D'HEBERGEMENT

En matière d'hébergements, les personnes interrogées se sont logées préférentiellement en hôtels, chambres d'hôtes ou dans un autre type d'hébergement, souvent non marchand (chez des amis et plus souvent, en résidences secondaires). Comme indiqué dans le graphe précédent, les consommateurs d'agritourisme sont proportionnellement deux fois moins nombreux que les prospects à choisir les hôtels comme hébergements touristiques mais aussi nombreux à préférer un type d'hébergement non marchand. En pleine saison, le choix des campings prévaut, en proportion, au détriment des hôtels. L'hébergement non marchand est également plus favorisé, surtout sur le terrain du Cap-Corse/Nebbiu.

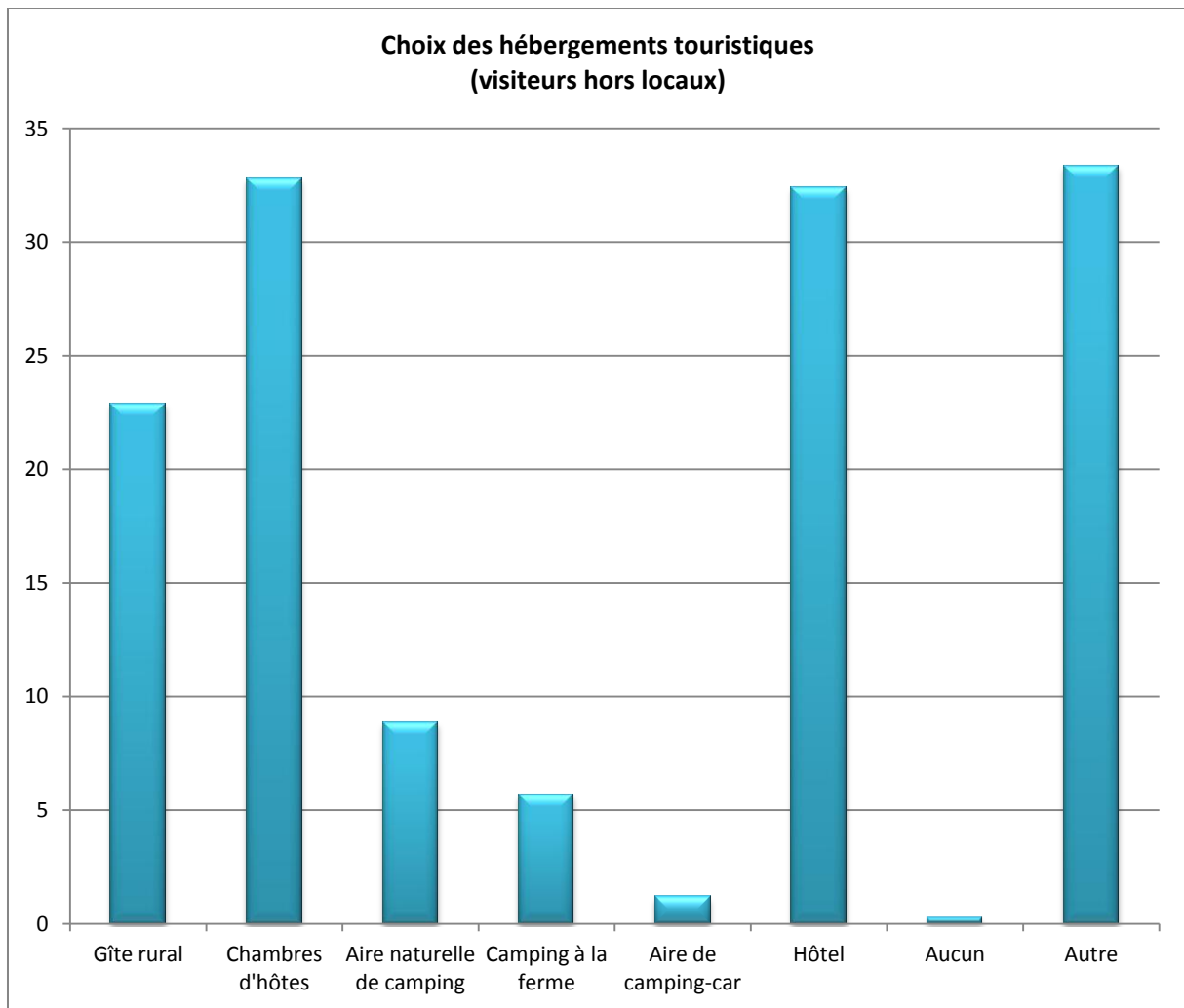


Figure 34 : diagramme du choix des hébergements touristiques (source: auteurs)

En matière d'hébergement agritouristique, les touristes optant pour une nuitée en gîte rural ou chambre d'hôtes sont proportionnellement plus nombreux. Ces chiffres correspondent d'ailleurs globalement à la structure de l'offre telle que nous l'avons décrite précédemment.

LES PRATIQUES DE RESTAURATION

77% des répondants disent avoir été au restaurant au moins une fois durant leur séjour. Ils sont également 60% à opter pour la petite restauration (pique-nique, panier repas, etc.) et 45 % à s'être restaurés « à la ferme » (en table d'hôtes ou en ferme-auberge). Les autres types de repas cités correspondent avant tout à de la restauration à domicile, qui devient proportionnellement plus importante en pleine saison. Au cœur de la saison, les repas en ferme-auberge sont préférés au repas au restaurant.

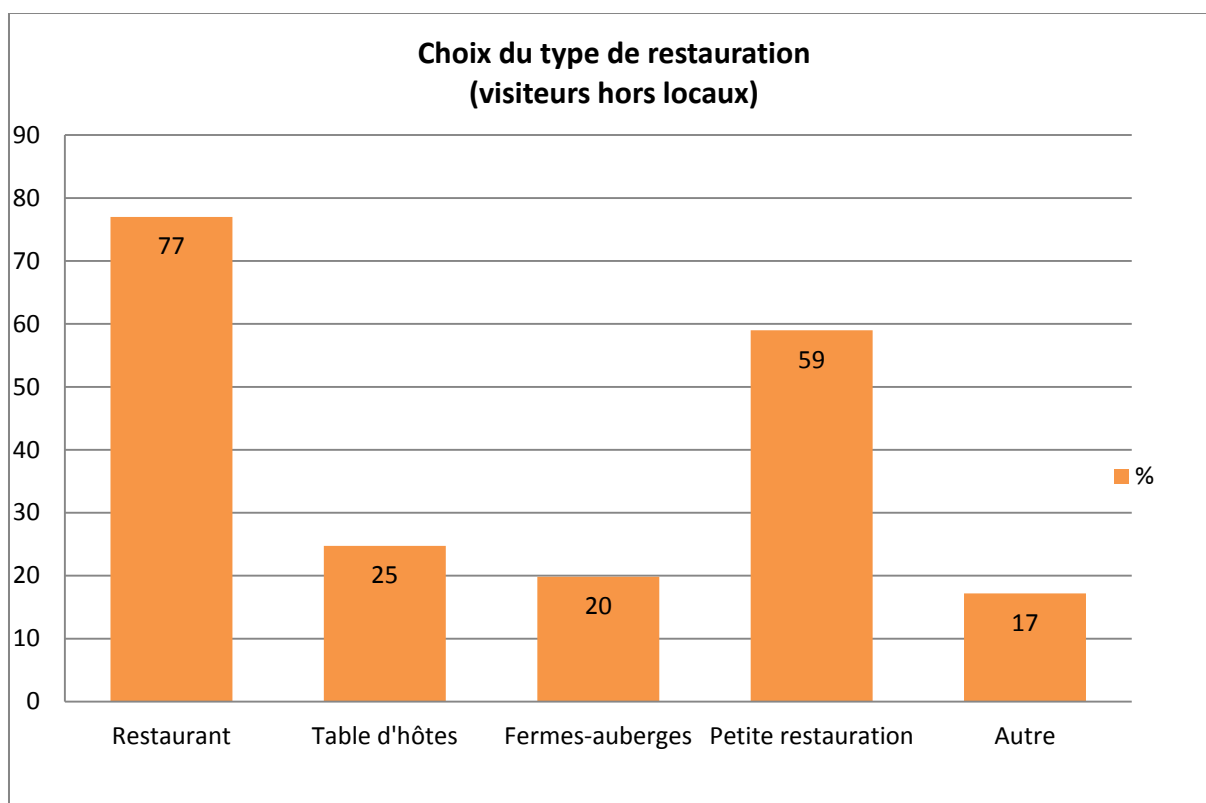


Figure 35 : diagramme du choix du type de restauration (source : auteurs)

La consommation de repas en ferme-auberge est deux fois plus importante sur le territoire du Cap-Corse/Nebbiu. On peut penser que cet écart s'explique à la fois par une offre qui est plus importante⁴⁸ et par la demande des touristes (et résidents secondaires) de catégories socioprofessionnelles supérieures fréquentant le bord de mer, ayant envie de faire une incursion dans la « Corse authentique ». La restauration à domicile est multipliée par trois dans ce territoire ; cette donnée est à mettre en perspective avec la forte proportion de résidences secondaires présentes.

LES ACTIVITES DE LOISIRS

100% des répondants pratiquent au moins une activité de loisirs durant son séjour. De manière générale, les visites de sites culturels (villes et villages typiques, musées, églises et autres sites historiques) sont privilégiées. Le *farniente* et les balades familiales font également partie des loisirs les plus fréquemment cités (plus de la moitié des répondants), surtout au cœur de la saison.

⁴⁸ Dans notre base de données, il y a autant de ferme-auberge référencées en Centre (4) que dans le territoire du Cap/Nebbiu (4). Cependant, notre connaissance du terrain nous incite à faire ce constat car dans le Nebbiu/Cap Corse beaucoup de restaurants s'affichent comme ferme-auberges, même lorsque le lien à une hypothétique exploitation agricole est ténue.

L'achat de produits du terroir, que ce soit directement à la ferme, au marché, en épicerie⁴⁹, voire en Grandes et Moyennes Surfaces, est pratiqué par environ un tiers des répondants tout comme la randonnée sportive (en début de saison surtout) et l'ensemble des autres activités sportives : randonnées équestres, sports d'eaux vives, acrobanches...

⁴⁹ Et pour une moindre part sur une foire.

Tableau 8 : activités pratiquées par les répondants (source : auteurs)

pourcentage des répondants

Visite des villes et villages		85,3
Visite des églises/musées		44,4
Visite des sites historiques		42,9
Repos farniente		53,2
Visite de ferme		14,3
Achat de produit du terroir	A la ferme	36,5
	Au marché	34,7
	Sur une foire	7,4
	En épicerie	37,4
	En GMS	24,5
	Autre	1,2
Activités sportives	Balades familiales	55,4
	Randonnées sportives	36

	Randonnées équestres	Depuis une exploitation agricole	NON	5,8
			OUI	2,4
	Acrobranche			5,3
	Autres activités sportives			12,8
Autres activités			10,6	

En définitive, **près de 60% des répondants déclarent avoir réalisé une activité agritouristique en lien avec une exploitation agricole⁵⁰** au cours de leur séjour. Ce pourcentage tombe à 40% en Centre Corse et s'élève à 71,5% en Cap-Nebbiu. Il s'agit surtout de consommation de produits du terroir et de visites de ferme (40%).

LES DEPENSES

Pour près de la moitié des répondants, la dépense moyenne se situe aux alentours de 400 € (hors hébergement et hors transport), mais en moyenne sur l'ensemble des répondants, cette dépense se situe plutôt entre 200 € et 400 €.

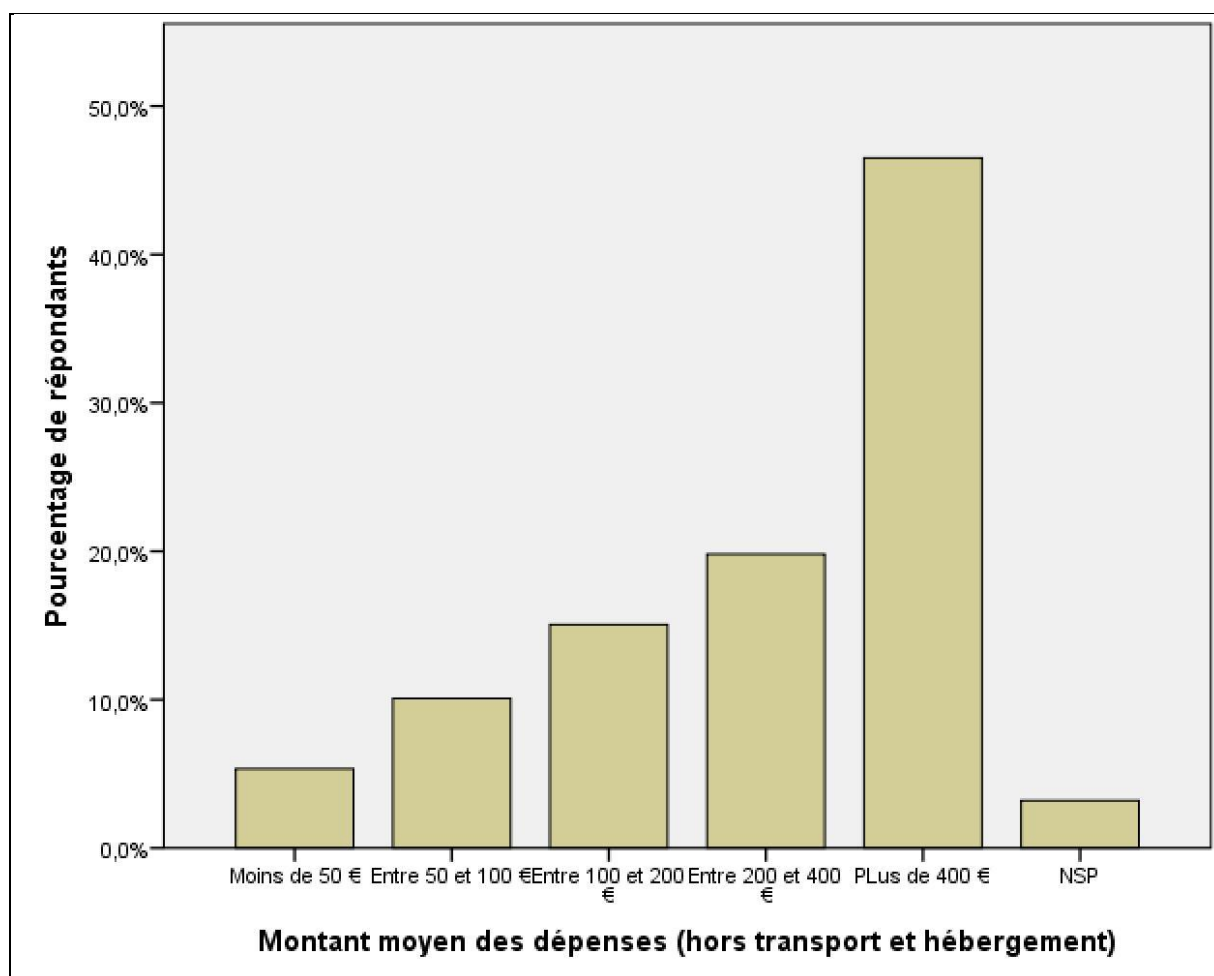


Figure 36: diagramme des montants moyens des dépenses (source: auteurs)

Il n'y a pas de différence significative en fonction du moment de la saison où sont interrogés les touristes. Par contre, l'écart entre les deux territoires expérimentaux est à noter : la dépense moyenne en Centre Corse se situe entre 200 € et 400 € et les répondants à dépenser moins de

⁵⁰ Visite de ferme, consommation de produit de la ferme, sur une foire ou randonnée (équestre) au départ d'une exploitation agricole.

200€ sont beaucoup plus fréquents qu'en Cap/Nebbiu, territoire où la dépense moyenne se situe à plus de 400 € (hors hébergement et hors transport).

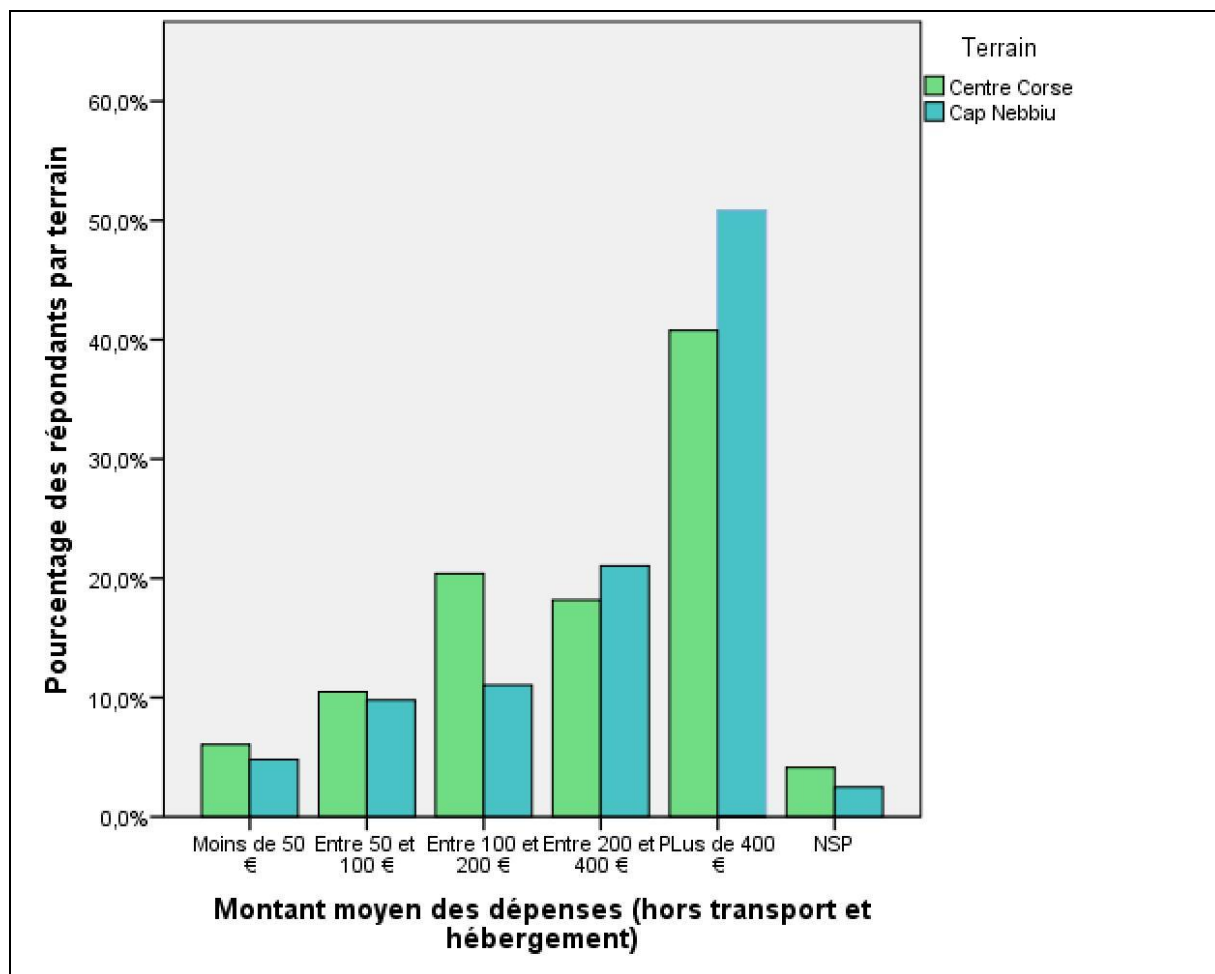


Figure 37 : diagramme des montants moyens des dépenses par terrain (source : auteurs)

Les consommateurs d'agritourisme dépensent plus : ils sont 71% à avoir dépensé plus de 200 € alors que les prospects ne sont que 58%. Pourtant ils ne sont pas plus nombreux à appartenir aux groupes des professions intermédiaires et supérieures, ce qui montre que **l'agritouriste a une propension à dépenser pour la valorisation du terroir qui est supérieure à celle d'un touriste « lambda ».**

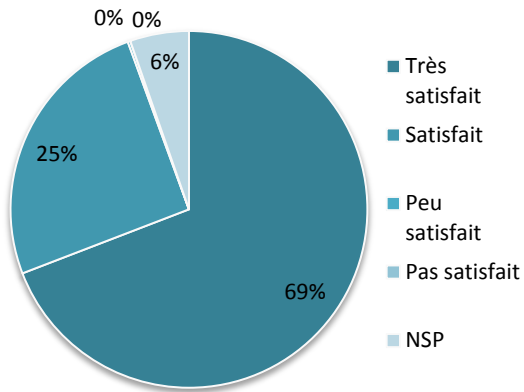
iv. *Satisfaction des clientèles*

99% des touristes se disent globalement satisfaits de leur séjour. Les quelques mécontents ont cité les griefs d'insatisfaction suivants : « mauvais accueil », « manque de propreté des plages », « rareté de l'offre culturelle », « trop de vélos et de gendarmes sur les routes »...

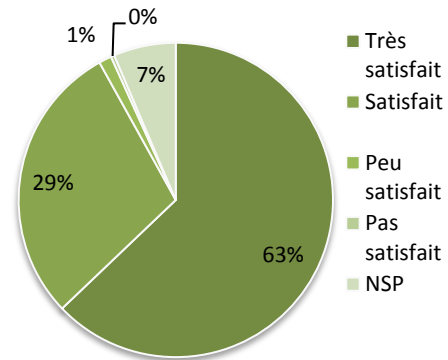
Environ 88% des touristes se disent prêts à revenir en séjour en Corse⁵¹. Ils sont en majorité très satisfaits de leur lieu de séjour, de l'environnement de leur séjour et de l'accueil qui leur est fait. En ce qui concerne la signalisation routière, la signalétique touristique et le rapport qualité/prix, les réponses sont plus modérées comme l'indiquent les graphes suivants (plus de répondants se disant « satisfaits » et surtout beaucoup plus de personnes se signalent comme étant mécontentes) :

⁵¹ 1,2% d'entre eux sont certains que « non », les autres ne savent pas (10,5%).

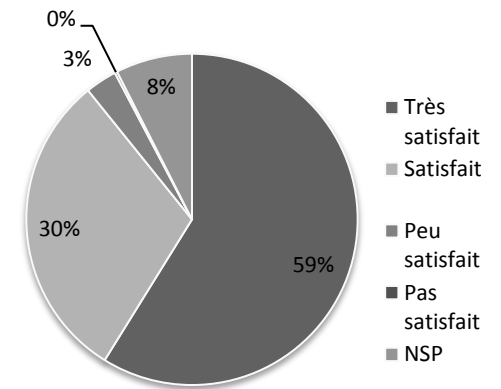
Localisation du séjour



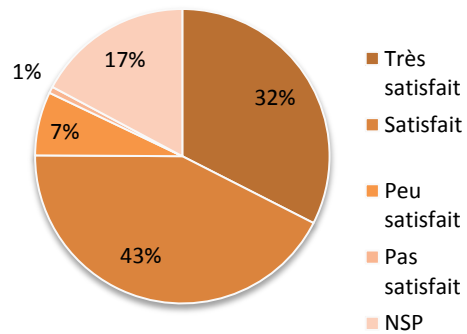
Environnement



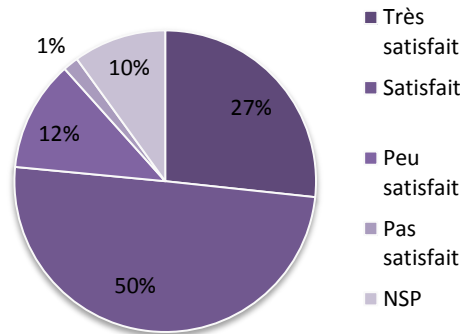
Accueil



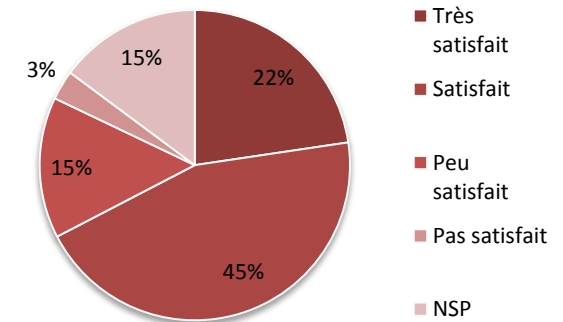
information touristique



Rapport qualité/prix



Signalétique routière



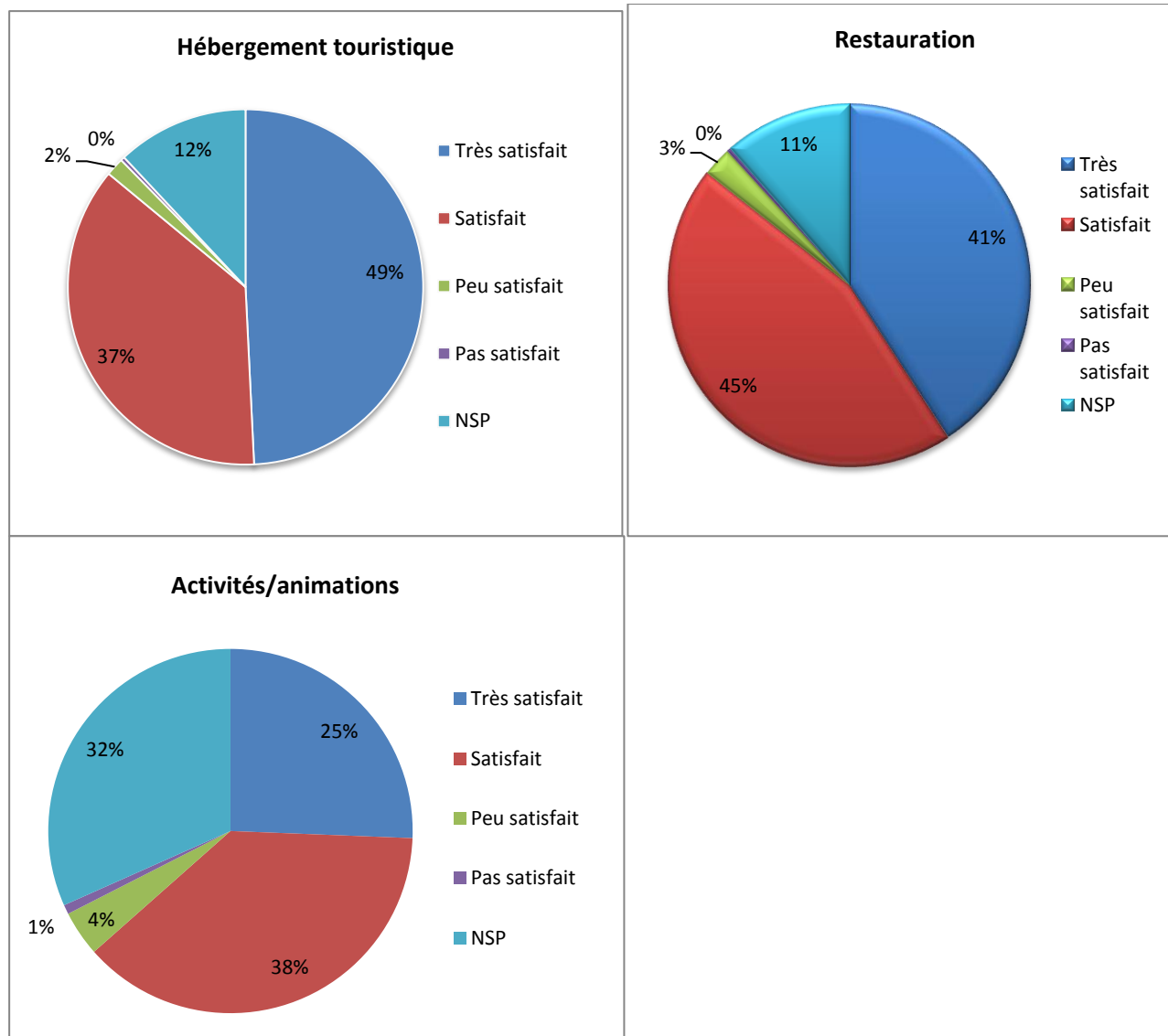


Figure 38 : diagrammes de la satisfaction des répondants (source : auteurs)

Si l'on s'intéresse à la satisfaction des clientèles par type de prestations, on remarque que les touristes se disent plutôt satisfaits en ce qui concerne l'hébergement et la restauration. Mais en matière de loisirs, ils sont nombreux à n'avoir pas su répondre, ce qui laisse penser que s'ils pratiquent des activités, pour une grande partie d'entre eux, ces **loisirs ne sont pas encadrés** et ne donnent pas lieu à l'opportunité de juger d'un service rendu puisqu'il n'y a **pas eu de transaction commerciale...**

Afin d'améliorer leur propre satisfaction, les touristes interrogés suggèrent de travailler les éléments suivants :

Suggestion évoquées pour améliorer la satisfaction des clientèles :	
(7.7% des répondants)	
	En % du total des personnes interrogées
améliorer l'accueil et la qualité des prestations	1,5
autre	1,2
améliorer le réseau routier et l'accessibilité	1,3
améliorer la signalétique touristique	2,0
améliorer le balisage et l'entretien des sentiers de randonnées	1,3
développer les transports en commun	,4

En dépit d'une satisfaction globale particulièrement élevée, certainement due à la qualité « naturelle » de la destination Corse (voir motifs de la fidélisation) et à son image de jardin d'éden, la signalétique et l'accueil ressortent effectivement comme étant les points noirs à améliorer, ce qui renvoie malgré tout à la nécessité d'améliorer la structuration et la qualité de service.

7.4 Synthèse clientèles

Qui sont les agri-touristes ? Quelles sont leurs motivations ? Que consomment-ils ?

En conclusion, il faut retenir des éléments précédents que la ruralité semble véritablement constitutive de l'image des destinations étudiées, et plus largement de la Corse : presque toutes les personnes interrogées ont consommé de l'agritourisme au sens large, et ces activités et services représentent des éléments fondamentaux du panier de biens composites recherchés par ces clientèles, qui sont avant tout familiales. L'agritourisme n'est pas l'apanage d'une catégorie socioprofessionnelle particulière mais il convient de souligner que l'agri-touriste a une propension à consommer qui est supérieure au touriste *lambda*. Comme tous les touristes interrogés, il a de nombreux loisirs durant son séjour et, en plus des activités libres, non encadrées (balades, randonnées, baignade...), il consomme surtout des produits du terroir qu'il achète à la ferme, au

marché ou en GMS, ou qu'il va déguster en ferme-auberge. En matière d'hébergement, l'agri-touriste ne semble pas privilégier de type de structure d'accueil en particulier si ce n'est l'hébergement individuel marchand (hôtels et chambres d'hôtes) et non marchand (résidence secondaire). Au-delà de ce profil très général de l'agri-touriste au sens large, on peut identifier quatre profils distincts de touristes ayant des pratiques de l'agritourisme diverses, de celles les plus « proches du monde agricole » à celles ayant pour cadre les paysages agrestes, « sauvages et naturels ».

<p>L'agri-touriste : « au plus près du monde agricole »</p> <p>Il vient en vacances en couple, pour un court séjour. C'est en général sa 1^{ère} visite en Corse.</p> <p>Il consomme un produit agritouristique complet combinant hébergement, restauration et loisirs à la ferme.</p> <p>Il est souvent artisan et/ou commerçant, d'âge compris entre 35 et 44 ans. Il est français (hors Corse) ou étranger (plus fréquent que pour les autres types)</p> <p>Il dépense très majoritairement plus de 400€ durant son séjour (hors transport, hors hébergement) et a réservé et acheté en ligne son séjour.</p> <p><i>Occurrence</i> : environ 1/4 des agritouristes</p>	<p>Le touriste fidélisé en immersion : « à la recherche de l'authenticité »</p> <p>Il est français (hors résident corse) et vient en vacances surtout en haute-saison. En activité (de CSP+) ou retraité, il vient en famille de façon récurrente en Corse pour des séjours de sept jours et plus. Résident secondaire ou touriste habitué de la destination, il dépense en général plus de 400€ et est un gros consommateur de produits du terroir, achetés surtout à la ferme ou sur les marchés, mais aussi en GMS. Il apprécie les repas « du terroir » des ferme-auberges et les rencontres avec les gens du pays.</p> <p><i>Occurrence</i> : 15 à 20% des agritouristes</p>
<p>Le touriste sportif : « des sensations fortes au cœur des paysages »</p> <p>Il vient seul ou en couple, plutôt en pleine saison pour pratiquer des sports de nature (randonnées sportives essentiellement). Plutôt d'âge compris entre 25 et 34 ans, il est employé ou cadre sup et reste en général au moins 7 jours. C'est un client assez fidèle à la destination Corse qui aime découvrir d'autres microrégions de l'île quand il revient. Il consacre véritablement peu de son temps à l'agritourisme : rien à part l'achat de produits du terroir (souvenir) en GMS.</p> <p>Cependant, il fait partie du groupe des agritouristes car il dort en gîte rural pour des raisons de coût ou d'accessibilité.</p> <p>Même au cœur de la nature, il dépense souvent plus de 400€.</p> <p><i>Occurrence</i> : environ 1/3 des agritouristes</p>	<p>Le sénior en voyage organisé : « un passage obligé par le rural »</p> <p>Il est âgé de plus de 55 ans et est retraité. Il vient surtout en avant-saison et visite souvent la Corse pour la 1^{ère} fois au cours d'un séjour d'une durée de plus de 7 jours. Venant en groupe <i>via</i> un Tour Operator, il dort plus fréquemment que la moyenne en gîte rural et déjeune aussi plus fréquemment en table d'hôtes pour partager des repas collectifs et goûter à la cuisine du terroir tout en rencontrant le producteur, et parfois, en visitant la ferme.</p> <p>Moins fortuné et/ou moins dépensier (entre 100 et 200€ en majorité), il consacre malgré tout une partie de son budget vacances à l'achat de produits du terroir, en GMS essentiellement.</p> <p><i>Occurrence</i> : environ 1/10^{ème} des agritouristes</p>

Les clientèles se distinguent-elles d'un territoire à l'autre ?

Il ressort en effet de l'analyse précédente que les clientèles du Centre Corse et du terrain Cap/Nebbiu se distinguent en quelques points (voir tableau de synthèse ci-dessous).

<u>Centre Corse</u>	<u>Cap Corse / Nebbiu</u>
clientèle majoritaire: 45-65 ans	
-65 ans et + plus nombreux	-Surtout 45-65 ans
- retraités	- Cadres Sup
clientèle familiale	
- groupes : voyages organisés vendus par TO pour retraités	-Résidents secondaires plus nombreux
¾ de français (Hors Corse)	
-plus d'étrangers	-Plus de locaux (tourisme intérieur?)
durée du séjour : 7 jours et plus séjour plus long en saison	
- achats par voyagistes plus fréquents	-Séjours plus longs
	-Réservations autonomes
clientèle fidélisée, surtout en pleine saison	
	-Clientèle plus fidélisée
La ruralité au cœur de l'image touristique de la destination	
	-Plus d'agri-touristes surtout en Haute-saison
Des produits agritouristiques complets rares	
- plus d'hébergements agritouristiques	-Plus de loisirs agritouristiques en lien avec une exploitation agricole (produits du terroir)
- plus de loisirs en autonomie	- dépenses : plus de 400€
- dépenses : 200€ - 400€	

Ces différences nous conduisent à identifier deux profils territoriaux :

- Le Cap/Nebbiu, territoire « mer-montagne » où la ruralité fait figure d'arrière-plan au cadre balnéaire mais est indissociable de l'image globale du territoire ; l'agritourisme renvoie ici plutôt à des pratiques de tourisme rural : c'est une activité qui n'est pas véritablement alternative au balnéaire, comme on a coutume de la présenter, mais plutôt

articulée et qui est très pratiquée par des clientèles familiales fidélisées, touristes et résidents secondaires, de CSP+ qui ont une propension à consommer élevée et qui cherchent à consommer « local et authentique ». Ils consomment surtout des produits du terroir, en achetant en vente directe ou en ferme-auberge (tendance qui correspond effectivement à la structure de l'offre en la matière). Les produits complets représentent malgré tout 1/4 des pratiques (jusqu'à 33% pour les étrangers) ;

- Le Centre Corse, territoire « vert » à l'agritourisme plus balbutiant. Les touristes consomment moins de façon générale, et moins de produits agritouristiques également. Ils privilégient les activités de pleine nature, non encadrées. Cependant, ils sont plus nombreux à opter pour un hébergement agritouristique (gîte ou chambre d'hôtes) qui souffre certainement moins directement de la concurrence d'une offre « hôtelière » plus classique (plus rare sur le territoire et gamme de prix différente) et d'un moindre impact, des résidences secondaires. Les produits complets représentent moins de 1/5^{ème} des consommations (tandis qu'ils sont proportionnellement plus fréquents que dans le Cap) et sont également préférés par des étrangers.

Enfin, les personnes interrogées se sont montrées relativement sensibles à la nécessité de soutenir et développer les produits agritouristiques. Interrogés à propos de ce qui devrait être fait pour renforcer le développement de ces activités et produits, ils ont souligné le fait que la communication était encore insuffisante en la matière, en dépit des efforts importants réalisés ces dernières années et qu'il leur semblait nécessaire de créer et commercialiser des produits spécifiques, bien identifiables.

Suggestion évoquées pour le développement de l'agritourisme :
(15% des répondants)

En % du total des personnes interrogées

renforcer la communication autour de l'agritourisme	9,7
créer des produits spécifiques et améliorer la commercialisation	3,3
développer l'offre d'hébergements ruraux	,7
soutenir et valoriser la production agricole	1,3

8. L'organisation des acteurs autour de l'agritourisme

Introduction

L'étude établie en 2001 par le CEMAGREF à la demande du ministère de l'agriculture mettait l'accent sur l'image de marque positive dont bénéficie l'agritourisme auprès de la population comme des médias. Les auteurs notaient déjà *que les valeurs patrimoniales liées à la campagne, aux terroirs et à leurs produits prennent une ampleur sans précédent*. Cet intérêt, que l'on retrouve dans bon nombre de stratégies touristiques et autres opérations de marketing territorial, tant en France (et notamment en région Corse) qu'en Europe (Baléares et Toscane) suscitait déjà un double questionnement : celui de la reconnaissance⁵² et de la connaissance de l'activité agritouristique⁵³ et donc de la mesure de l'impact des politiques mises en œuvre pour soutenir cette filière. On peut encore s'interroger sur le fait qu'une activité somme toute marginale bénéficie d'un tel engouement.

Cette partie du rapport est constituée à partir d'un corpus de documents officiels, de recueils de données et d'entretiens auprès des acteurs publics et privés tant en Corse que sur les terrains précédemment cités. Elle rentre dans le cadre du contrat de recherche passé entre l'UCPP, l'ATC et l'ODARC et s'efforce de faire la somme des différentes politiques mises en œuvre en Corse autour du concept d'agritourisme et de tourisme rural et de les mettre en perspective avec deux exemples étrangers. L'action locale (financement, aides diverses, formation) généralement orientée sur le tourisme rural, plus que sur l'agritourisme, est donc soumise à une double contrainte :

- i. Contrainte européenne tout d'abord :

Compte tenu de la diversité des situations, on ne retrouve pas ici une volonté de normalisation juridique et donc de définition de l'agritourisme permettant d'orienter les aides et d'en mesurer l'impact. Fort de la diversité des situations, le tourisme rural, élément clé de la politique de développement local, est visé par le règlement de développement rural détaillant les mesures qui peuvent être financées au titre du FEADER. Ces mesures sont mises en place au travers du

⁵² Légalement, l'agritourisme est défini par l'article 2 de la loi du 30.12.88 : sont réputées agricoles « toutes les activités correspondant à la maîtrise et à l'exploitation d'un cycle biologique, végétal ou animal et constituant une ou plusieurs étapes nécessaires au déroulement de ce cycle ainsi que les activités exercées par un exploitant qui sont dans le prolongement de l'acte de production ou qui ont pour support l'exploitation. » En l'absence de lien avec l'agriculture, il y a obligation d'une immatriculation au registre du commerce.

⁵³ Le rapport de 2001 faisait état d'une pratique agritouristique touchant simplement 2,8% des exploitations recensées au niveau national.

PDRH affiné par 5 programmes de développement rural régional (Corse et départements d'outre mer). On retrouve deux types de mesure :

- La mesure 311 qui concerne la diversification vers des activités non agricoles. Elle s'adresse uniquement aux exploitants agricoles et peut concerner l'acquisition ou la réhabilitation de bâtiments des travaux paysagers, l'aménagement d'infrastructures de loisirs et même des études de marché, de faisabilité ou des opérations de communication. Ce dispositif bénéficiait sur la période 2007/2013, d'une enveloppe de 30 millions d'euros, bonifiée par 30 millions d'euros des collectivités.
- La mesure 312 est plus généraliste puisqu'elle s'adresse aux collectivités territoriales, associations, entreprises, organismes consulaires et exploitants agricoles. Elle vise à aménager l'hébergement de petite capacité ne dépassant pas 30 chambres, l'hôtellerie familiale, les campings ruraux... Les opérations spécialement visées recouvrent les catégories précédentes auxquelles peuvent s'ajouter les efforts en matière de construction de bâtiment, la conception et l'animation de routes thématiques. Cette mesure bénéficie d'un financement de 52 millions d'euros pour la période 2007/2013 auxquels s'ajoutent 52 millions de cofinancement des collectivités locales

ii. Contrainte nationale ensuite :

L'agritourisme est, en France, directement lié à l'activité agricole. Faire de l'agritourisme signifie pour un agriculteur offrir des produits ou des services commerciaux et donc avoir une activité commerciale. Même s'il est aujourd'hui admis que « ces fournitures extérieures ou même l'activité gardent un caractère accessoire si elles se situent dans le prolongement de l'activité agricole », le risque est grand de devenir commerçant, de changer de statut et donc de perdre les avantages du statut d'agriculteur (aides...). L'action publique se situe dans le droit fil de cette vision, s'efforçant d'améliorer le niveau de vie de l'agriculteur en contribuant à la qualité d'activités qui doivent rester accessoires.

Les destinations touristiques voisines semblent s'être dégagées de cette approche politique et statutaire pour s'en tenir à une vision simplement géographique : on parle en effet alors de « tourisme en espace rural » et on occulte souvent toute référence à la terre et à la production.

Nous montrerons d'abord dans la première partie que, bien que la CTC au travers de la loi du 22 janvier 2002 dispose de compétences élargies pour conduire sa politique, le cadre d'analyse n'a pas évolué. En effet, la CTC, par l'intermédiaire de ses offices et agences dont les deux chefs de

file restent en ce domaine l'ATC et l'ODARC, va intervenir comme revitalisatrice ou gardienne de l'espace rural en instillant une politique de soutien financier et d'orientation de l'offre (Partie 1.), plutôt que comme catalyseur d'une politique qui risquerait de bousculer de fragiles équilibres politiques et sociaux. Pourtant l'Agence du Tourisme de la Corse, dans la feuille de route signée par sa présidente en 2011, faisait du rapprochement entre l'agriculture et l'activité touristique l'un des axes majeurs de sa politique future. Au-delà de la conception *d'un agritourisme original et adapté à nos spécificités, il s'agit de concevoir l'agriculture comme une activité indispensable au développement d'un tourisme de qualité et le tourisme comme une activité indispensable au maintien et à l'installation d'agriculteurs sur leurs terres.* Le même souci dicte aussi en la matière le cadre d'action de l'ODARC qui, dans le PDRC couvrant la période 2007/2013, *se fixait aussi comme objectif d'exploiter le potentiel de valeur ajoutée notamment un environnement de qualité mais surtout pour ce qui nous concerne ici des potentialités touristiques.* Les autres acteurs publics (OEC, PNRC), qui disposent généralement de peu de moyens financiers, s'en tiennent à des actions de valorisation et de préservation du patrimoine rural. La question du développement réel de l'activité agritouristique incombe donc aux acteurs privés qui, seuls ou en s'organisant, doivent bien souvent assurer leur survie ou initier des politiques nouvelles.

Les exemples étrangers, des îles Baléares et de la Toscane, analysés dans la deuxième partie ont été choisis pour leur proximité avec la Corse, leur caractère emblématique et la place laissée aux entrepreneurs dans la construction de la filière. La force du marketing territorial d'un côté, l'industrialisation d'une activité de l'autre, vont fortement contribuer à dégager l'agritourisme de son image rurale, de son rattachement à une terre productive pour en faire un produit souvent « rurbain » mais toujours orienté vers le bien-être et un certain esthétisme haut de gamme.

8.1 L'agritourisme en Corse

Conformément à la réglementation en vigueur, la politique publique en la matière devrait être envisagée à partir du socle agricole et donc simplement conçue comme une diversification par rapport à une situation principale d'agriculteur. Les interventions devraient donc se situer au croisement des compétences « tourisme et agriculture ». Avec la réduction du rôle et de la présence de l'Etat, les fonctions⁵⁴ en ce domaine sont essentiellement exercées au niveau régional par l'ATC et l'ODARC. Mais, le caractère extensif de la notion, l'importance de l'ancrage territorial et l'omniprésence en toile de fond du tourisme rural nous conduisent à intégrer dans ce champ, l'action de l'OEC et du PNRC, mais aussi les projets portés par certaines associations qui œuvrent généralement dans le cadre de programmes européens ou de stratégies territoriales.

8.1.1 Une diversité d'acteurs ?

Elle découle de l'extension des champs d'intervention, du chevauchement des prérogatives et compétences, mais aussi d'une définition de l'agritourisme qui ne correspond peut être plus aux réalités du terrain.

i. Les acteurs institutionnels

Ils sont porteurs d'une mission générale de service public, généralement fixée par le législateur (Loi du 3/01/1924 pour les chambres d'agriculture, loi de 2002 pour les institutions régionales, ATC, ODARC et OEC) et qui leurs sont dévolues dans le cadre de processus électoraux classiques. Ils n'ont donc pas de véritable possibilité d'adaptation et doivent souvent négocier certaines de leurs actions dans le cadre de compétences transversales.

Au niveau de l'activité agritouristique, certains vont intervenir directement en soutenant l'action d'agriculteurs, d'autres, au regard des compétences qu'ils assument, vont avoir une action indirecte au travers de la protection du paysage, du patrimoine, ou parce qu'ils interviennent sur le développement rural dont l'un des volets importants reste le tourisme.

⁵⁴ Les organismes consulaires (Chambre d'agriculture 2A et 2B) où les représentants du monde agricole sont élus par leurs pairs ont pour l'essentiel un rôle de formation et d'aide aux agriculteurs.

Tableau 9 : les acteurs institutionnels de l'agritourisme (source : auteurs)

Structures	Statuts	Fonction/ agritourisme / tourisme rural	Type d'actions
ATC	EPIC	Coordonne l'ensemble des actions concernant le développement touristique de l'île	Aide à la modernisation des structures Aide à l'élaboration de produits
ODARC	EPIC	Mener des actions de mise en valeur en vue du développement de l'agriculture, et en milieu rural du tourisme et de l'artisanat	Aide financière, assistance technique coopération
OEC	EPIC	Protection et gestion des espaces et équilibres naturels, protection des espaces sensibles. Contribue à l'élaboration des plans de développement micros régionaux	
Chambre d'agriculture		Amélioration de l'environnement et du paysage, l'amélioration de la qualité de vie et la diversification de l'économie en milieu rural, Agritourisme	Formation labellisation

ii. Les acteurs contractuels

Leur domaine de compétence est fixé par le législateur (décret du 1^{er} mars 1967 et loi du 8 janvier 1993 pour le PNRC et programme leader + pour les GAL⁵⁵), mais ils conservent une grande marge d'autonomie provenant de la contractualisation de leurs actions, que celle-ci découle d'une charte (PNRC) ou de la définition de leur stratégie (GAL et Pôle d'Excellence Rural). Si cette possibilité suppose normalement une meilleure adaptation aux besoins du territoire, elle n'est pas sans risque puisqu'elle peut, dans certains cas, conduire à la multiplication de structures et de projets simplement conçus dans une vision micro territoriale.

⁵⁵ Un Groupe d'Action Locale (GAL) correspond à un ensemble de partenaires composé d'acteurs publics (élus des collectivités locales ou représentants d'autres établissements publics...) et d'acteurs privés (entreprises et leurs structures représentatives, chambres consulaires, coopératives, associations...).

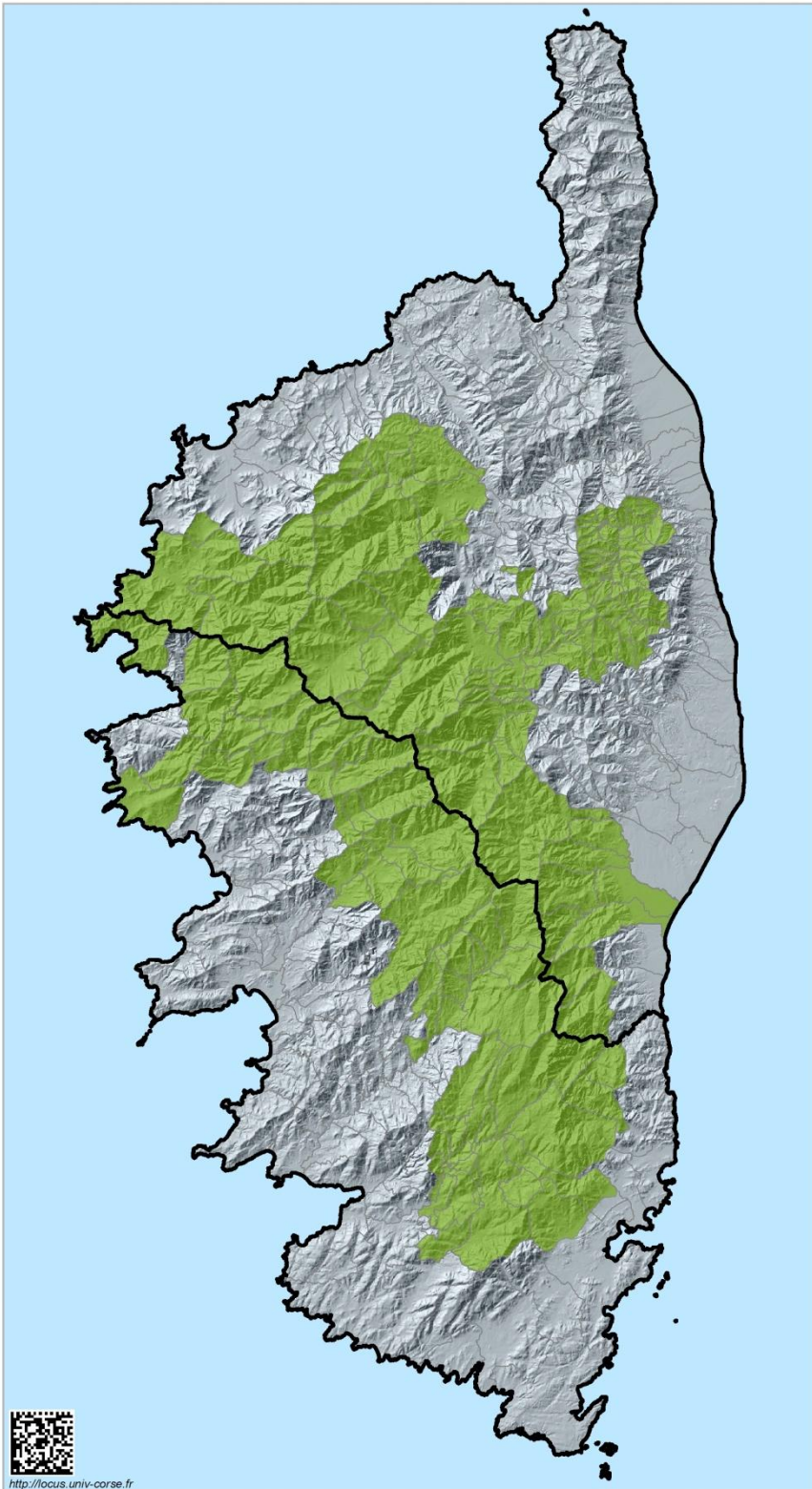
Tableau 10 : Les acteurs « contractuels » (source : auteurs).

Structures	Statuts	Fonction /agritourisme/tourisme rural	Types actions
Gal Pays de Balagne	association	Bâtir une économie du tourisme patrimonial	Création de sentiers du patrimoine, création de séjours racine
Gal Sud Corse	association	Préparer et adapter le territoire à la compétitivité des activités économiques du territoire	Investissement, création et aménagement de locaux
Gal des Deux Massifs	association	Promotion des activités de pleine nature en zone rurale	
Gal Centre Corse	association	Promouvoir valoriser et transmettre les patrimoines vivants et les savoir-faire traditionnels	Création de sentiers de découverte
Gal I 'Tre Vaddi (2000-2006)	association	Valorisation des produits locaux. Organisation des flux touristiques vers l'intérieur	
PNRC	Syndicat mixte	Revitalisation de l'espace rural Développement des activités de randonnée	Opération d'amélioration de l'habitat Restauration et valorisation du patrimoine bâti Recueil des savoirs et savoir-faire populaires



Parc Naturel Régional de Corse

juillet 1, 2014



Légende :

- Autres communes
- PNRC

Source : ©IGN 2012



UMR CNRS LISA 6240 - Cellule SIG



<http://locus.univ-corse.fr>

Figure 39 : carte du territoire du Parc Naturel Régional de Corse (source : UMR LISA, cellule SIG)



GAL en Corse

juillet 1, 2014

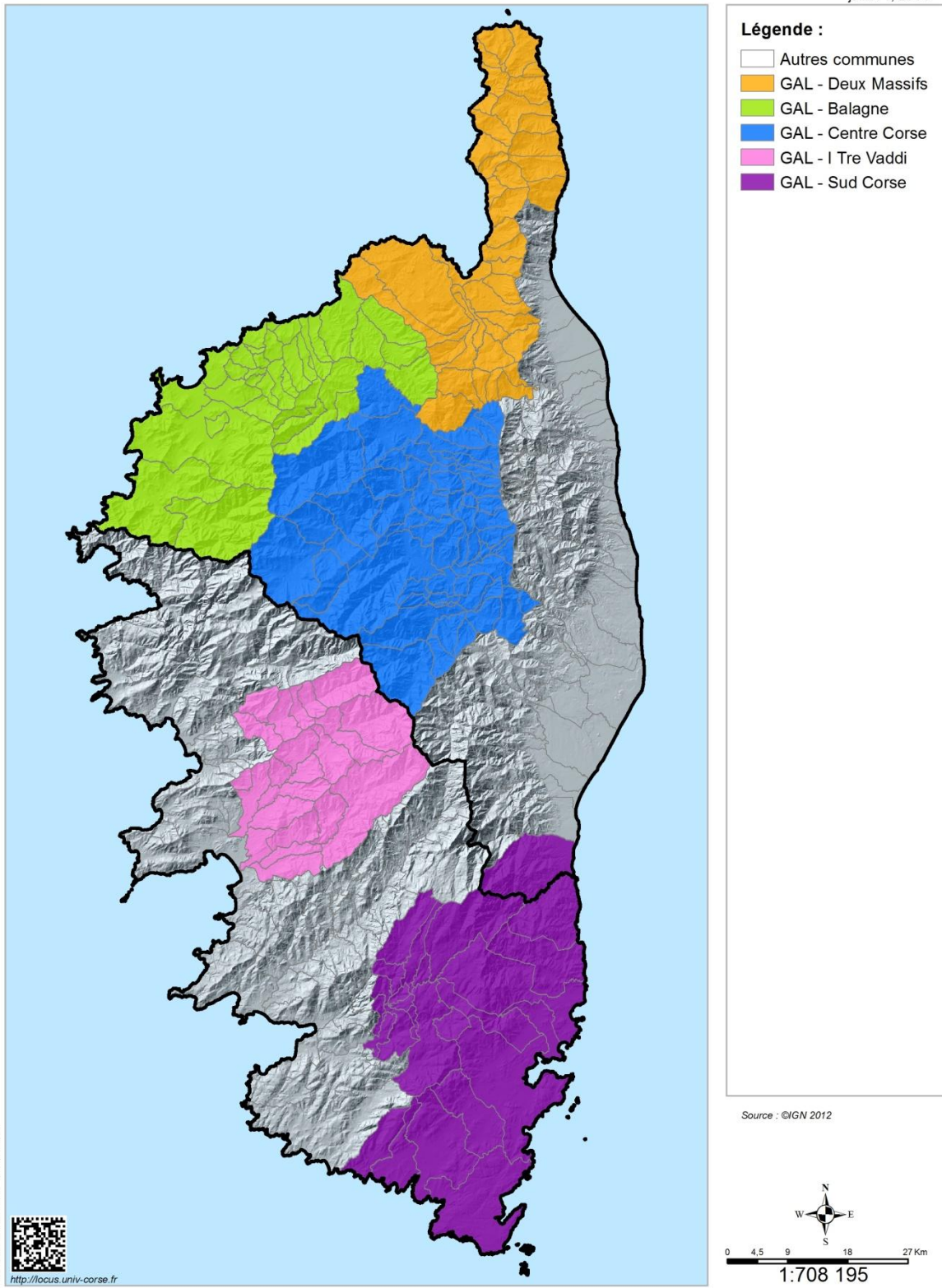


Figure 40 : carte des territoires des GAL en Corse (source : UMR LISA, cellule SIG)

L'action de ces différents acteurs et les stratégies territoriales qu'ils développent croisent parfois des opérations plus ponctuelles mises en œuvre par :

- Les communes ou communautés de communes qui généralement, sous l'égide et grâce au financement de l'ADEC, proposent des stratégies de territoires dans lesquelles le tourisme rural a une large place (stratégie de territoire de la communauté de communes de Casinca, stratégie de développement de la communauté de communes de l'Oriente ; projet de Pays Castagniccia Mare e Monti...). Pour avoir une chance d'aboutir et de trouver une issue concrète, les axes établis doivent recouper les champs d'intervention précédents ;
- Les Offices de tourisme, qui peuvent proposer, dans le cadre d'une évolution de leurs compétences et d'un élargissement de leur base financière, la commercialisation des produits touristiques qui pour beaucoup trouvent leur source dans le patrimoine rural (ex. produit « balladines » à Bastia) ;
- Des opérateurs mixtes (associations, communes et communautés de communes, entreprises privées) peuvent encore se retrouver dans le cadre d'un pôle d'excellence rural. Lors du lancement de la première génération de projets, la Corse avait bénéficié de 5 projets portés par la commune de Patrimonio, le PNRC, le Conseil Général de Corse du Sud, l'OMT de Calvi et la Communauté de Communes de l'Aghja Nova. La plupart de ces projets, qui doivent s'inscrire dans le cadre du développement rural, portaient sur le volet patrimonial. Ils ont contribué à construire un cadre ludique, récréatif, sportif permettant une « mise en tourisme » de l'espace rural qui dans la tradition française doit contribuer au développement de l'agritourisme *stricto sensu*. A l'heure actuelle, dans le cadre de la 2^e génération de projets, aucune des réponses présentées en Corse n'a été labellisée.

8.1.2 Un champ d'intervention très large

Quels que soient les structures et les organismes porteurs, on retrouve ici les schémas classiques divisant les actions en trois grandes catégories :

- celles concernant le montage et l'ingénierie de projet (elles sont très réduites) ;
- celles qui concernent l'agritourisme (elles sont aussi très réduites, faute d'acteurs potentiels, mais aussi d'un système de financement qui oblige les porteurs de projets à avancer les fonds) ;

- enfin, les mesures les plus nombreuses visent à la création ou à la recréation d'un environnement et au maintien d'un cadre environnemental et paysager propice au développement touristique. Ce sont les plus ouvertes et les mieux financées. Ces dernières sont donc accessibles à tous les acteurs.

Pour une plus grande clarté, nous avons choisi de présenter ces différentes mesures en distinguant celles mises en œuvre à travers l'action de structures privées (GAL) et celles proposées par des organismes publics.

i. L'action privée

Tableau 11 : les actions prévues par les différents GAL (sources : auteurs)

1. LES ACTIONS A PORTEE AGRITOURISTIQUE DIRECTE (hors hébergement)			
Proposées par	Type	Bénéficiaire	financement
GAL SUD CORSE	Construction ou aménagement de locaux Création d'ateliers	agriculteurs	80% 200 000 €/ 3 ans
2. LES ACTIONS DE DEVELOPPEMENT D'UN TOURISME RURAL			
2.1 Par la création d'entreprise			
GAL SUD CORSE	Création et modernisation d'entreprises artisanales Soutien à la création d'entreprise de restauration du patrimoine	Artisans, agriculteurs, créateurs	30% 600 000 € 60% 200 000 €/3 ans
GAL BALAGNE	Soutien à la création d'ateliers vitrine artisanaux		60% 200 000 €/3 ans
2.2 Par le financement d'une politique d'aménagement de l'espace			
GAL DES 2 MASSIFS	Promotion et équipement des espaces naturels	Association, entreprises, Collectivité locale	100% pour le public, 80% pour le privé montant max 200 000€ / 3 ans
GAL BALAGNE	Restauration des jardins en terrasse aux abords des villages Aide la restauration traditionnelle du bâti ancien Création d'un réseau de sentiers du patrimoine		80% 200 000 €/3 ans 100% 200 000 €/3 ans 80%
PNRC	Publication d'un guide de bonnes pratiques, architecturales, urbanistiques et patrimoniales Développement des activités de randonnée Préservation et valorisation du patrimoine		100% 200 000 €/3 ans
2.3 Par le soutien à la commercialisation			
GAL BALAGNE	Soutien à la mise en produit de séjours racines Professionnalisation et accompagnement des pratiques et prestations		60% 200 000 €/3 ans 100% 200 000 €/3 ans
2.4 Par un travail d'ingénierie et une politique de formation			
GAL BALAGNE	Réalisation d'études historiques et toponymiques Développement d'un service d'architecture conseil Formation aux techniques de restauration traditionnelle		100% 200 000 €/3 ans 100% 200 000 €/3 ans 100% 200 000 €/3 ans

ii. L'action publique

Elle est principalement assurée par l'ATC et l'ODARC, dans le cadre du contrat de plan sur la base de financements FEDER. On retrouve, là encore, la dichotomie classique entre les actions et financements qui peuvent être attribués à l'agriculteur, en cas de diversification de son activité et celles, touchant directement (en général au travers de l'ingénierie ou de l'aide à la création d'entreprise) ou indirectement (par l'aménagement de sites ou la structuration des acteurs) les opérateurs installés dans le monde rural.

Tableau 12 : les actions des acteurs publics en lien avec l'agritourisme (source: auteurs)

1. LES ACTIONS A PORTEE AGRITOURISTIQUE DIRECTE			
Proposées par	Type	Bénéficiaires	financement
ODARC	Diversification vers des activités non agricoles (accueil artisanat, activités équestres)	agriculteurs	30 à 60 % plafond 200 000 €
2. LES ACTIONS DE DEVELOPPEMENT D'UN TOURISME RURAL			
2.1 Par la création et l'aide au développement d'entreprises			
ODARC	Financement de la création ou du développement d'entreprises en milieu rural	Personnes privées	Mobilisable dans le cadre d'un GAL - 40% plafond
ATC	Soutien aux entreprises hôtelières en zone rurale fortement dévitalisées ¹	Personnes privées (commune	300 000 €
	Soutien à la création d'une offre d'hébergement typique ¹ en zone rurale fortement dévitalisées	communauté de communes)	40% plafond 300 000 €
	Création et développement d'activités de pleine nature		30% plafond 150 000 €
			50% / 100 000 euros
2.2 Par le financement d'une politique d'aménagement de l'espace			
ATC	Aménagement des sites et espaces naturels	Communes, communautés de	40% /100 000 euros
OEC	Création de sentiers du patrimoine	communes Communes et communauté de communes	

2.3 Par le soutien à la commercialisation			
ATC	Soutien aux actions collectives de la filière activités de loisirs physiques et de pleine nature	Groupement de professionnels	50% /300 000 euros
ODARC	Reprise et développement du réseau d'opérateurs touristiques, d'artisans, d'agriculteurs (route des sens)	Groupements de professionnels	
2.4 Par un travail d'ingénierie et une politique de formation			
ATC	Aide au conseil pour les porteurs de projets privés ou publics		Montant de l'aide 75000 à 150 000 euros
ODARC	Aide à la création d'emploi dans les zones à faible densité démographique		150 000 euros sur 2 ans
	Formation et information en soutien aux acteurs du milieu rural		70% plafond 200 000€/3 ans

8.1.3 Une politique agritouristique ?

Au delà des stratégies annoncées qui peuvent prêter à confusion, l'analyse de la politique des engagements et des aides présentée *supra* démontre la faiblesse de la politique agritouristique.

Au niveau institutionnel déjà, l'action de l'Etat qui intervient par le biais de la mission de service public des chambres d'agriculture se réduit :

- à l'accompagnement et l'information des agriculteurs ;
- à la mise en place d'actions de formation⁵⁶ qui reste une des conditions d'obtention des aides de l'ODARC (mais qui ne sont apparemment suivies que par une vingtaine de personnes par an sur l'ensemble de la région). La faiblesse de ce chiffre est souvent expliquée par la difficulté à bénéficier d'engagements bancaires ou l'impossibilité d'obtenir des permis de construire sur des terrains agricoles. Elle peut encore provenir d'un choix personnel de recourir à l'autofinancement et à un développement plus personnalisé au regard des contraintes réglementaires, financières, fiscales qui pourraient peser sur le porteur de projet ;

⁵⁶ Professionnalisation en Tourisme Rural (2 jours), Hygiène alimentaire des Fermes Auberges (2 jours), Formation à l'Obtention du Permis d'Exploitation « Licence Petite Restauration » (3 jours), Vente Directe sur les Marchés (1 jour).

- à la gestion du label « Bienvenue à la Ferme » qui ne rassemblait en 2013 que 65 agriculteurs corses. L'obtention du label exige que 50% de la production provienne de la ferme, ce qui est une garantie pour les touristes, mais qui peut sembler une exigence difficile à mettre en œuvre. Les agriculteurs lui reprochent en outre son coût mais aussi apparemment l'absence de véritable retour sur investissement.

Au niveau local, la répartition des compétences (tourisme/ATC et agriculture/ODARC) est difficilement compatible avec les exigences transversales d'une telle filière. L'agritourisme, en tant qu'élément de diversification d'une activité agricole qui doit rester principale, est « noyé » dans un train de mesures visant plus principalement les territoires ruraux. S'il est difficile de faire un bilan des politiques suivies par l'ATC, puisque la stratégie actuellement affichée diffère de la précédente ; en revanche, l'action de l'ODARC en la matière peut être suivie au travers des différentes programmations tant sur le fond que sur la méthode.

i. Sur le fond tout d'abord :

Le PDRC se situe en ce domaine dans la lignée de la programmation précédente (2000/2006). Tant au niveau du FEADER dont la mesure 6.3 « rénover le cœur des villages » était dédiée à l'économie rurale et a permis notamment la création d'hébergements touristiques sur les exploitations agricoles, qu'au niveau du CPER et du DOCUP Corse.⁵⁷ Dans ces documents, en effet, la diversification vers des activités non agricoles faisait déjà partie des priorités stratégiques qui ont notamment abouti à la création du GAL I Tre Valli.

La programmation actuelle (2007/2013), qui nous intéresse essentiellement dans son axe 3, est dotée de 8,9 M€. Les mesures proposées dans ce cadre visent au maintien et au développement de l'attractivité économique de territoires ruraux pour les positionner comme pôle de développement en s'appuyant sur la diversité des ressources, des activités et des acteurs. Mais

⁵⁷ Tome 1 du PDRC, p.46 : Chapitre 3.4 Impact de la programmation 2000-2006 et autre information

1. analyse des moyens financiers alloués au développement rural : « En ce qui concerne le FEADER, seule la mesure 6.3 « rénover le cœur des villages » était dédiée au milieu rural. L'évaluation finale du DOCUP 2000-2006 met en avant les mesures d'infrastructures ayant bénéficié au milieu rural. En revanche, assez peu d'éléments étaient donnés sur les mesures de soutien au développement économique local en milieu rural. Il est donc difficile d'extraire des montants mobilisés pour le tourisme ou pour les aides aux entreprises en milieu rural. »

cette déclaration de principe reste tempérée par la modicité de l'allocation affectée⁵⁸. De plus, les mesures les plus fortement dotées restent celles concernant la diversification des activités rurales (que ce soit par diversification de l'activité des exploitants dont la principale activité reste l'agriculture ou par l'appui aux TPE non agricoles) traduisant ainsi la volonté de donner une dimension rurale, et pas seulement agricole, au PDRC »⁵⁹.

ii. Sur le plan de la méthode ensuite :

Dans le cadre du précédent contrat de plan, l'ATC avait initié une territorialisation de sa politique aboutissant à la création de 9 territoires d'intervention. Cette démarche visant à se rapprocher des acteurs, mais aussi à construire un territoire de destination, est essentielle en matière de développement touristique et plus généralement de développement local. Elle passe :

- par la création d'un axe particulier (axe 4) doté d'un budget de 3,1 M d'euros qui sera consacré à la mise en œuvre de l'approche Leader au travers des stratégies de développement des territoires locaux.
- par le soutien des projets d'économie rurale (axe 3, mesure 312) qui depuis 2007⁶⁰ fait l'objet d'**appels à projets (AAP) territorialisés**⁶¹ afin de favoriser un développement harmonieux des différentes zones géographiques.

Les AAP 2011-2012 sont divisés en 3 thématiques principales:

- commerces et services de proximités (produits de première nécessité, services à la personne, etc.) ;
- offre de produits touristiques (hébergement et loisirs) ;
- activités productives (industries manufacturière et production de services).

Au-delà des ces critères classiques, les cahiers des charges des appels à projets déclinent des critères qualitatifs définissant une véritable orientation stratégique :

- Les projets d'hébergement doivent être de type gites ruraux ou maisons d'hôtes,
- Ils doivent être d'une capacité maximale de 15 chambres,

⁵⁸ L'axe 1 qui concerne l'amélioration de la compétitivité de l'agriculture et de la sylviculture est doté de 16,3 M d'euros et l'axe 2 qui concerne la préservation d'un espace agricole varié et de qualité est doté de 50,7 millions d'euros.

⁵⁹ *Evaluation à mi-parcours du PDRC – Rapport final*, octobre 2010, EDATER, Préfecture de région Corse, CTC, p. 26.

⁶⁰ Ils ont été mis en place progressivement à partir de cette date, mais le mesure a fait l'objet d'un démarrage très lent.

⁶¹ Les différents territoires qui correspondent au découpage touristique e l'ATC sont : Pays de Balagne, Centre Corse (inclus la Castagniccia intérieure), Casinca/Castagniccia (maritime) /Costa Verde, Extrême Sud, Pays Bastiais (inclus Nebbiu, Cap Corse), Ouest Corse, Pays Ajaccien, Plaine Orientale, Taravo/Valinco/Sartenais.

- Ils doivent valoriser le bâti ancien (maison de maître, corps de ferme...).

A partir de là, les modalités d'intervention sont définies en fonction des spécificités territoriales (en règle générale, l'aide est plafonnée à 200 000 euros avec un taux de subvention maximal de 40% pour les projets localisés sur les communes de moins de 500 habitants et de 30% pour les projets situés sur les communes de + 500 habitants⁶²).

La nécessité d'une approche plus qualitative se retrouve dans les différentes évaluations du PDRC et semble dicter certaines évolutions futures.

iii. Sur les résultats et les évolutions prévisibles enfin :

L'évaluation à mi-parcours réalisée en octobre 2010 révélait un faible taux d'engagement sur l'axe 3⁶³ du PDRC (18% par rapport à un taux global de 38%) dû notamment à une capacité d'autofinancement relativement limitée. Les données du dernier rapport d'exécution (octobre 2012), réalisé avant l'évaluation finale, font apparaître une évolution positive qui prépare les orientations de la période 2014/2020. En effet, comme le montre le tableau ci-dessous et au moins pour les mesures 311 (diversification vers les activités non agricoles) et 312 (aides à la création et au développement des activités rurales) le nombre de projet est relativement limité et le taux d'engagement des crédits n'est pas maximal.

Tableau 13 : synthèse des principales actions de l'axe 3 (source : auteurs)

Mesures	Nbre d'opérations programmées 2010	Nbre d'opérations programmées 2013	Nbre d'opérations réalisées
311	NC	41 (dont 25 créations de gites ruraux)	31 (1,55 M euros = 66,78% des sommes engagées)
312	NC	230	169 (4,65 M euros et 73% des sommes engagées)

Les opérations programmées dans le cadre de la mesure 311 concernent directement notre étude. Au-delà des contraintes habituellement avancées (capacité d'autofinancement, retard de programmation), il semble aussi que les choix qualitatifs (label 3 étoiles du gîte) et la nécessaire professionnalisation des acteurs soient pour le moment rédhibitoires.

⁶² Voir en annexe les fiches Nord Corse et Centre Corse

⁶³ Maintien et développement de l'activité économique des territoires ruraux

Les mesures qui recueillent le plus de succès concernent l'aide à l'investissement des TPE surtout si l'on considère que 58% des opérations se sont traduites par de la création d'entreprises. En revanche, l'aspect directement touristique n'apparaît que dans 12% des opérations. L'ODARC est bien consciente des problèmes. Allant plus loin que les habituelles remarques (difficulté d'accès au crédit, maîtrise foncière, absence de formation...), certains responsables font deux critiques majeures à ce dispositif :

1. la première est d'ordre réglementaire :

Ils considèrent que le droit de la concurrence est un carcan ne permettant qu'une intervention marginale réduite au choix du bénéficiaire et au montage du projet. Cet aspect est exacerbé par l'absence d'un véritable statut pour l'agritourisme qui conduit les opérateurs à faire des choix qui peuvent s'avérer risqués (statut du conjoint, dissimulation...).

2. la deuxième est plus centrée sur le produit et sa commercialisation :

L'ODARC souhaiterait pouvoir davantage moduler les aides en fonction de l'origine géographique du projet, mais aussi encourager les démarches qualités, les circuits courts et donc mieux répondre à une demande touristique trop souvent ignorée (et notamment la demande locale).

Certaines de ces réflexions figurent dans le diagnostic territorial stratégique (2012) qui doit permettre d'établir la future programmation (2014/2020). Celui-ci fait de l'agritourisme une opportunité de développement et prône:

- d'investir la **recherche et l'innovation au service des enjeux de développement durable des territoires ruraux**, notamment : (...) agritourisme, circuits courts des produits agricoles... Importance +++
- de soutenir la **diversification des agriculteurs vers des activités non agricoles** (commercialisation, agritourisme, services, artisanat, activités de centre équestre, ...). Importance ++

Il reste une nouvelle fois à déterminer ce qui sera développé sous ce vocable.

8.2 L'agritourisme dans les destinations voisines

Dans certaines régions⁶⁴ touristiques voisines et concurrentes de la France, notamment en Italie (Sardaigne et Toscane) ou en Espagne (Baléares) le tourisme rural et l'agritourisme semblent en plein essor. Cette évolution peut être porteuse d'enjeux forts en termes de développement économique, tout autant que de maintien du lien social. On pourrait donc penser trouver des approches communes. Pourtant, l'état des lieux de l'offre agritouristique dans chacune de ces destinations met en évidence des situations contrastées. Comme nous avons pu l'entrevoir avec la situation Corse, les choix règlementaires, les classifications révèlent des stratégies bien différentes.

Ces différents espaces ont en commun d'être des régions méditerranéennes très touristiques qui ont été confrontées (et le sont encore) aux externalités négatives d'un tourisme de masse, qu'il soit culturel ou balnéaire. Depuis quelques années, les choix de développement touristique convergent désormais vers la valorisation des atouts naturels et culturels locaux, objets d'une réappropriation tant identitaire que marchande. En particulier, l'inscription des lieux et des paysages dans l'imaginaire des voyageurs est une opportunité pour diversifier les clientèles, allonger la saison et décongestionner les lieux d'attraction habituels. S'inscrivant dans le mouvement de patrimonialisation du rural amorcé au tournant de la décennie 1980, la pratique agritouristique, pleinement ancrée dans le développement du tourisme vert, permet alors au touriste d'apprécier un panel d'aménités rurales, des paysages agraires aux produits du terroir et de qualité. Ce « retour à la nature » sublime la quintessence d'une vie agro-pastorale ancestrale mythifiée qui renvoie à des valeurs d'authenticité, de simplicité et de naturalité. C'est dans ce contexte que se sont développés les services touristiques offerts sur les exploitations agricoles : hébergement, restauration, vente directe, ou encore activités récréatives. Dans chacune de ces destinations, l'offre agritouristique est en constante augmentation et structuration, depuis une vingtaine d'années aux Baléares et dans différentes régions italiennes, depuis les années 2000 en Corse.

Nous ferons un état des lieux de la situation des l'agritourisme dans ces différentes destinations pour terminer ensuite par une comparaison avec la situation française.

⁶⁴L'approche insulaire permet de réduire les disparités et donc de justifier les comparaisons, mais aussi d'insister sur l'importance de la législation régionale.

8.2.1 L'agritourisme aux Baléares

i. Présentation générale

En Espagne d'une manière générale, le tourisme rural et l'agritourisme sont présentés comme des formes alternatives au tourisme de masse. Ils doivent permettre :

- de récupérer les bâtiments traditionnels et éviter la détérioration du patrimoine architectural,
- de développer un tourisme de nature respectueux de l'environnement,
- d'offrir un revenu complémentaire aux exploitants agricoles, de freiner l'exode rural en créant des emplois directs ou indirects.

Aux Baléares, région autonome depuis 1978, le tourisme en espace rural recouvre les notions de tourisme rural, tourisme d'intérieur, agrotourisme, écotourisme. Son développement correspond à une volonté de s'adapter à la demande dont l'évolution a plus généralement suscité aux Baléares le tournant environnemental des années 1990 (Colombram Mestre, 2007). On peut retrouver à quelques nuances près ces explications « marketing » dans beaucoup de destinations touristiques. En revanche, l'analyse politique et sociale diffère grandement de la situation française. En France en effet, l'agritourisme est toujours présentée comme une activité accessoire permettant le maintien de l'agriculteur dans son identité originelle. Aux Baléares, il est reconnu que le tourisme transforme l'espace rural entraînant une diminution de la population agricole et l'abandon des exploitations, mais les pouvoirs publics affirment que l'archipel ne peut renoncer au tourisme, ajoutant aussi que l'extinction de certaines activités est compensée par le développement d'autres secteurs (construction notamment).

Cette affirmation très libérale se retrouve dans les différents plans stratégiques qui ont, dès le tournant des années 1990, privilégié la notion de tourisme rural ou d'intérieur assimilé à un tourisme durable qui commençait à faire recette. Aujourd'hui encore, *el plan integral de turismo de las islas baleares 2012-2015* est placé sous le signe du *turismo responsable* et parmi les 11 principaux produits qui constituent les fondements stratégiques de l'offre de cette destination, le tourisme rural n'apparaît pas en tant que tel, matérialisant encore, s'il en était besoin, la faiblesse de son impact commercial au regard des clientèles cibles.

Cette priorité donnée au secteur tertiaire, et notamment au tourisme au détriment de l'activité agricole, se retrouve dans la réglementation du tourisme rural telle qu'elle découle des décrets n°30 du 4 avril 1991, n°44 du 8 juillet 1992 et n°2 du 13 janvier 1995.

ii. La réglementation applicable aux Baléares

L'autonomie très poussée des différentes provinces rend le système espagnol très complexe, fragmentant la législation et la classification des hébergements en 17 approches très territorialisées (la catégorie « agroturismo » n'apparaît d'ailleurs que dans trois provinces, Extremadura, Pays Basque, Baléares). Nous nous focaliserons sur l'organisation mise en place aux îles Baléares. Sur cet archipel, où chaque île dispose d'un Plan de Développement Territorial permettant des adaptations locales (par exemple, alors qu'à Majorque, un établissement classé en *agroturismo* doit disposer d'une superficie de 25 000 m², cette surface est réduite à 20 000 m² à Formentera et le PTI de Minorque n'impose aucun minimum), nous nous intéresserons plus particulièrement à la situation de Majorque qui accueille la grande majorité des 13 millions de visiteurs reçus chaque année. Pour le gouvernement des îles Baléares, le tourisme en espace rural se définit avant tout au travers de l'hébergement⁶⁵. Celui-ci est divisé⁶⁶ en *hotel rural*, *agroturisme* et *tourisme de intérieur*. Chacun de ces modes d'hébergement est régi par le décret de 1995, complété et adapté par une ordonnance régionale⁶⁷ qui précisent tout à la fois les conditions d'exploitation, ainsi que les rapports entre l'hébergement, la restauration et l'activité agricole.

Le tableau ci-dessous résume ces principales caractéristiques :

Tableau 14 : classification de l'hébergement touristique en milieu rural à Majorque (source : auteurs d'après INESTUR – CITTIB, *El turismo en el medio rural en las Illes Balears*, 2007, 270p.)

Hôtel rural	Agroturismo	Turismo de interior
Construction antérieure à 1940 Pas d'accroissement de superficie	Construction antérieure à 1960 Pas d'accroissement de superficie	Construction antérieure à 1940 Pas d'accroissement de superficie
50 000 m ² affectées à l'activité, pas d'obligation de production agricole	25 000 m ² affectés à l'activité Coexistence permanente avec une activité agricole ou forestière productive (principe de 50% de l'activité)	Doit être situé à plus de 500 m d'une zone touristique
Maximum 50 lits	Maximum 24 lits	Maximum 16 lits
Petit déjeuner et demi-pension obligatoires	Petit déjeuner obligatoire	Petit déjeuner obligatoire

⁶⁵ On reste ici sur les définitions posées par la Conférence d'Ottawa en 1991.

⁶⁶ Dans d'autres destinations (les Asturies par exemple), les distinctions sont encore plus importantes.

⁶⁷ Blasco Esteve A. Fuster F., Clar P., *Legislacion turistica*, Institut d'estudis Autonomics, 2007.

Les catégories *hôtel rural* et *turismo de interior* font simplement référence à du tourisme rural et n'ont plus de lien avec l'activité agricole. Celle-ci reste présente au niveau de *l'agroturismo*, plus ouvert que la classification française, puisqu'il délaisse cette vision d'une activité accessoire en abandonnant toute référence à la qualité d'agriculteur et à l'activité agricole au profit d'une fonction d'aménageur, et d'une fonction d'entretien du paysage au profit du développement touristique.

iii. La stratégie touristique de Majorque

Le développement du tourisme rural s'est inscrit à partir des années 1990 dans un objectif de diversification des produits et d'un renouvellement de l'image de la destination. A la différence de la situation française, il ne s'agissait pas de sauver l'activité agricole en jouant sur la diversification touristique, mais bien au contraire d'ouvrir de nouveaux horizons à un tourisme arrivé en phase de maturité. Cette stratégie d'abandon complètement assumée s'est traduite par le développement d'un tourisme rural haut de gamme, offrant des services diversifiés (sauna, piscine...). Elle a effectivement très souvent permis la sauvegarde du patrimoine bâti par l'action d'entrepreneurs ruraux qui n'ont plus grand-chose à voir avec le paysan majorquin.

Cette évolution a été accompagnée par l'action du gouvernement autonome qui dans les années 1990 soutenait les travaux de réhabilitation des fermes et du patrimoine existant⁶⁸. Elle s'est traduite par une diminution de l'activité agricole (Volle et Barthes) mais aussi par une augmentation du nombre d'établissements classés en agriturismo. En effet, partant des 19 établissements existants en 1992, le tableau ci-dessous donne un aperçu quantitatif de l'évolution :

Tableau 15 : Evolution des hébergements de tourisme rural (source : auteurs d'après INESTUR www.inestur.es)

Etablissements	2001	2007	2012
Hôtel rural	14	25	32
Agriturismo	94	149	176
Turismo de intérieur	14	45	66
TOTAL			

L'augmentation indéniable du nombre de lits (un quasi doublement en 10 ans) n'a pourtant pas permis de recomposer l'image de la destination à la différence de ce que l'on peut voir dans certaines régions italiennes.

⁶⁸ 40% des travaux à engager dans la limite de 45 735 euros.

8.2.2 L'agritourisme en Italie

La situation est très contrastée suivant les provinces. Entre les 775 exploitations agrotouristiques de Sardaigne (recensées en 2009) et les 50 650 lits offerts par la région Toscane, nous sommes, au regard de la stratégie provinciale et de l'organisation des acteurs, dans deux mondes complètement différents (le premier se rapprochant le plus de la situation Corse). En tout état de cause, ces différentes destinations trouvent dans l'agritourisme une voie de diversification et de désengorgement (littoral/villes d'art) tout en essayant d'organiser un développement harmonieux des territoires. Nous nous sommes intéressés ici à l'exemple Toscan (réduit par endroit et notamment en ce qui concerne l'organisation des acteurs, à la province de Sienne)

i. Présentation générale

L'agritourisme en Italie s'est longtemps exercé dans le cadre de la Loi du 5 décembre 1985. Ce cadre d'action devait, de manière classique permettre :

- Le développement des territoires ruraux et l'amélioration des conditions de vie des habitants ;
- Une meilleure utilisation du patrimoine rural et une valorisation des produits locaux ;
- La promotion des traditions.

Mais il a aussi pour objectif de développer le tourisme social et le tourisme des jeunes et enfin de favoriser la relation ville campagne.

Pour ce faire et éviter certaines dérives, l'activité agritouristique était d'emblée limitée à la réception et à l'hospitalité exercée en complémentarité et en connexion avec la culture de la terre, la sylviculture ou l'élevage. A ce niveau d'analyse, nous pouvons noter une première différence avec la réglementation française qui n'établit pas une liste des activités agricoles compatibles avec le tourisme et apparaît donc comme un système plus ouvert. En revanche, le cadre italien semble plus souple lorsqu'il exige simplement un lien de complémentarité et de connexité avec l'activité agricole (la loi de 2006 supprimera d'ailleurs cette notion de complémentarité en exigeant simplement un lien de connexité).

Mais, à la différence du système espagnol, nous retrouvons au travers de la loi toscane sur l'agritourisme (loi de 2003), la nécessité de maintenir une activité agricole principale. Le système de calcul de ce caractère principal, basé sur le chiffre d'affaires et le temps de travail, est d'ailleurs relativement sophistiqué. Il repose sur des évaluations forfaitaires du temps de travail (calculé par rapport à l'activité, culture ou commercialisation par rapport au type de culture). A partir de là on

établit une évaluation forfaitaire du CA à l'hectare complétée par l'activité d'hébergement ou de restauration (par ex, une activité d'hébergement de moins de 8 lits « doit rapporter » 1000 euros par an et par lit).

Ce système relativement rigide, n'a pourtant pas empêché un développement important de l'activité.

ii. La stratégie agritouristique de la Toscane

La Toscane bénéficie d'une très forte image en matière d'agritourisme. La communication essentiellement fondée sur la culture (villes, habitants, paysages) a permis de construire l'identité d'un produit qui est maintenant une référence mondiale. L'offre est en effet importante : 50 650 lits pour la Toscane, 13 750 lits pour la province de Sienne pour 1050 structures. Cela vient très certainement de la qualité des produits agricoles (vin, huile, fromage) mais pas seulement, car beaucoup de régions agricoles n'ont pas su ou pas voulu prendre cette orientation. Cela peut encore s'expliquer par une certaine continuité entre une offre culturelle conséquente et une construction territoriale fondée sur l'harmonie, l'identité paysagère, un certain esthétisme et l'impression parfois d'être hors du temps. Mais l'argument principal, à notre sens, reste l'organisation des acteurs. Le projet Terre de Sienne, né en 2003, est un bon exemple de cette structuration. A partir de différents forums impliquant les acteurs locaux mais aussi les visiteurs, l'agence du tourisme de Sienne (aujourd'hui office de tourisme provincial) a développé un concept alliant qualité (donc une approche assez classique) et tourisme durable (donc une vision assez innovante). L'originalité tient très certainement à l'adhésion des acteurs gravitant autour du tourisme (agriculteurs, artisans, restaurateurs, guides, entreprises de location...) qui vont œuvrer dans le même sens en délaissant les attitudes individuelles et corporatistes. Cette coopération est le ferment d'un véritable système économique qui fonctionne et dépasse donc les habituelles annonces marketing. Si l'agritourisme n'est pas directement visé, le rappel incessant aux notions d'identité et d'authenticité et le pacte passé entre la communauté locale et les visiteurs⁶⁹ (qui pourront revendiquer le titre de citoyen des terres de Sienne) induit un besoin de vérité et donc la nécessité d'un rapprochement des producteurs locaux.

Les grandes lignes de ce pacte sont retracées dans le tableau ci-dessous :

⁶⁹ On retrouve cette démarche dans de nombreux plans de développement qui reste souvent à l'état de campagne de communication.

Tableau 16 : Charte des terres de Sienne. Source : auteur d'après www.terresienna.it

Engagement des communautés locales	Engagement du citoyen des terres de Sienne
Soutenir et promouvoir la qualité de la vie	Empreindre son séjour des principes du tourisme responsable et durable
Conserver et préserver l'environnement, le patrimoine	Respecter, préserver et sauvegarder l'environnement, le patrimoine culturel, artistique
Contribuer au développement des économies locales	S'efforcer de s'intégrer aux communautés locales
Promouvoir une politique correcte des prix Sienne	
Favoriser l'échange, les rencontres et l'intégration entre citoyens des terres de Sienne	

Ce type de démarche a été utilisé dans bon nombre de régions françaises et notamment en Corse au travers du programme « Qualité Corse ». L'échec d'un côté, et ce qui apparait comme une réussite de l'autre, tient bien sûr à une différence de moyens financiers mais peut être aussi à la présence « d'entrepreneurs entreprenants » en capacité de construire une coordination d'acteurs.

Enfin, en matière de politiques publiques, il est incontournable de s'intéresser au droit de l'urbanisme qui, par les règles de constructibilité qu'il va définir, aura des conséquences sur les possibilités de développement des produits agritouristiques.

9. Droit de l'urbanisme et agritourisme

Toute stratégie touristique fondée sur le terroir, l'authenticité, l'identité - donc fortement en prise avec les territoires ruraux- devra nécessairement tenir compte des capacités limitées d'évolution de l'offre. L'agritourisme est une bonne illustration de ces interrogations. En effet, la valorisation touristique de l'activité agricole suppose souvent le développement d'une offre annexe qui se traduira généralement par des investissements matériels servant au développement d'activités (surélévation de bâtiments, agrandissement de l'existant), voire de constructions nouvelles. Or ces projets souvent nécessaires risquent de se heurter aux règles d'un droit de l'urbanisme bâti pour s'appliquer sur l'ensemble du territoire français et qui de fait, ne laisse que peu de place aux particularismes et aux besoins locaux. Révélatrice des enjeux et des évolutions récentes, la jurisprudence du Conseil d'Etat (CE) s'en tient à une interprétation stricte des textes. Bien qu'en définitive les solutions préconisées se rejoignent, on distinguera dans cette application juridique deux situations.

9.1 Lorsque la commune ne dispose pas de document d'urbanisme

Elle n'a donc élaboré ni PLU, ni de carte communale, ce qui sera le cas dans beaucoup de communes de Corse⁷⁰. Dans ce cadre, les projets (qui pourraient concerner du bâti à usage agritouristique) sont régis par **un principe de constructibilité limitée** (art 111-1-2 du code de l'urbanisme) applicable notamment aux terrains situés hors des parties actuellement urbanisées ; les constructions nouvelles y sont strictement limitées à :

1. L'adaptation, le changement de destination (article 34 de la loi du 2 juillet 2003), la réfection, l'extension des constructions existantes ou la construction de bâtiments nouveaux à usage d'habitation à l'intérieur du périmètre regroupant les bâtiments d'une ancienne exploitation agricole, dans le respect des traditions architecturales locales (loi du 25 mars 2009) ;
2. Des constructions et installations nécessaires à l'exploitation agricole, à des équipements collectifs dès lors qu'elles ne sont pas incompatibles avec l'exercice d'une activité agricole, pastorale ou forestière sur le terrain sur lequel elles sont implantées, à la réalisation d'aires

⁷⁰ Cf carte en annexe

d'accueil ou de terrains de passage des gens du voyage, à la mise en valeur des ressources naturelles et à la réalisation d'opérations d'intérêt national ;

3. Des constructions et installations incompatibles avec le voisinage des zones habitées et l'extension mesurée des constructions et installations existantes ;
4. Des constructions ou installations, sur délibération motivée du conseil municipal, si celui-ci considère que l'intérêt de la commune, en particulier pour éviter une diminution de la population communale, le justifie dès lors qu'elles ne portent pas atteinte à la sauvegarde des espaces naturels et des paysages, à la salubrité et à la sécurité publiques, qu'elles n'entraînent pas un surcroît important de dépenses publiques (notamment en matière d'installations de réseaux).

Le texte, malgré une approche gouvernée par l'exception, paraît tout de même ouvrir quelques opportunités, notamment à la lumière des assouplissements prévus par les lois de 2003 et de 2009. L'application jurisprudentielle est, elle, bien plus drastique.

- Le Conseil d'Etat dans un arrêt du 13/05/1992 constate qu'un projet de reconstruction de bâtiments désaffectés et inexploités ne peut ***être assimilé à une opération d'adaptation ou de réfection du bâti existant.***
- Concernant l'application de l'alinéa 2 de l'art 111-1-2, le CE, plus récemment, considère dans un arrêt du 14 février 2007 que la construction d'un gîte rural (qualifié en l'espèce d'édifice hôtelier) ***ne peut être regardée comme nécessaire à l'exploitation agricole.***

Ces interprétations rigides, sans doute justifiées par la volonté d'éviter une spéculation effrénée ou des dérapages abusifs tant sur le plan patrimonial que sociétal, rendent inapplicables les évolutions du texte (changement de destination), a fortiori lorsque le CE relie des dispositions entre elles (par exemple : le changement de destination prévue dans l'alinéa 1 ne devrait pas être examiné au regard d'une nécessité par rapport à l'exploitation agricole).

Il reste à examiner si l'intermédiation des élus et leur responsabilisation dans le cadre d'un document d'urbanisme peut aider à la mise en place d'une nouvelle stratégie.

9.2 Lorsque la commune dispose d'un document d'urbanisme

Ces documents sont élaborés par la commune :

- Le PLU⁷¹ (art 123- 1 du code de l'urbanisme) délimite les zones urbaines (U) ou à urbaniser (AU) et les zones naturelles (N) ou agricoles (A) à protéger (environ 13% des communes de Corse);
- La carte communale (art 124-1 du code de l'urbanisme) délimite les secteurs où les constructions sont autorisées (environ 15% des communes de Corse).

Les élus locaux peuvent donc prendre la responsabilité d'établir des documents autorisant les seules constructions liées à l'activité agricole ou **autoriser dans certains cas les constructions liées à des activités para-agricoles**. Mais l'arrêt précité du 14 février 2007 (bien que prononcé dans le cadre d'une commune dépourvue de document d'urbanisme) sert encore de jurisprudence de référence. Les juridictions administratives des lors qu'elles sont saisies vont contrôler :




- L'importance des caractéristiques de l'exploitation agricole ;
- La localisation des constructions (proximité de l'exploitation) ;
- Et surtout la nature des activités envisagées (lien avec l'activité agricole).

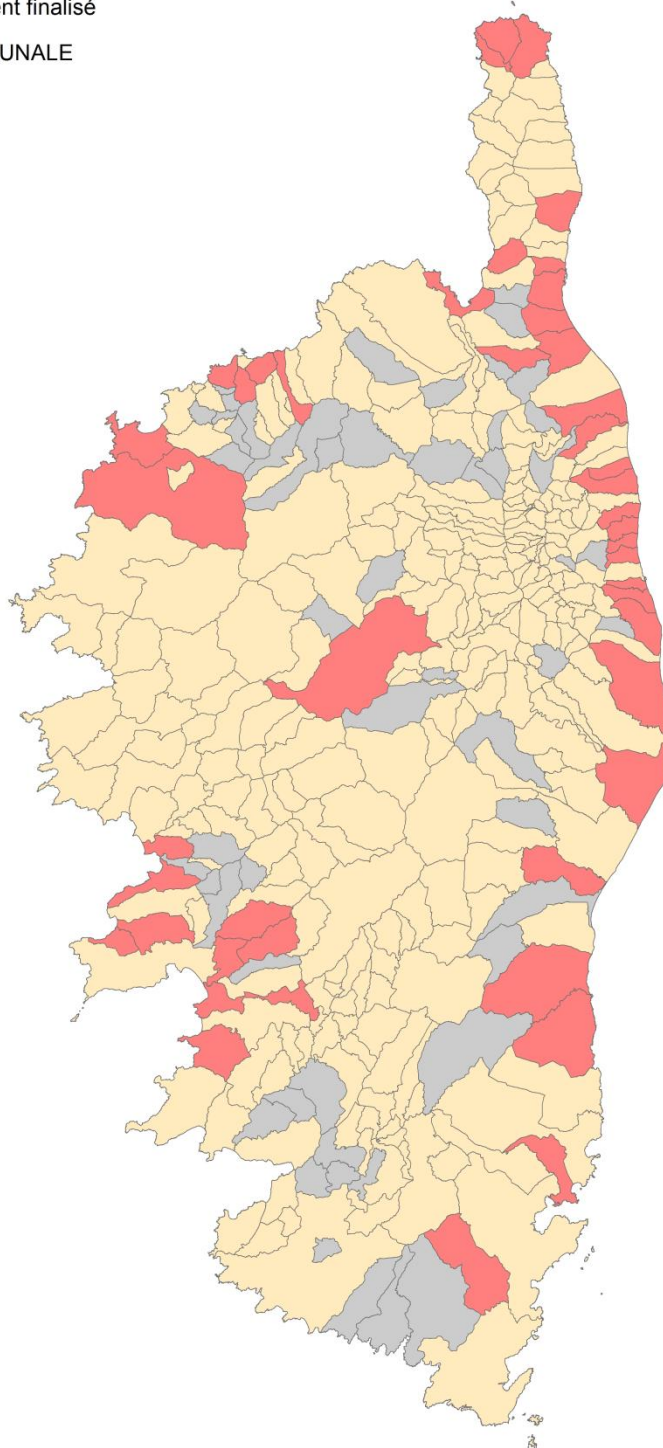
Ce contrôle et cette recherche peuvent dans ce cas paraître abusifs. Mais en l'état, cette situation nous conduit à nous interroger sur « la valeur » des PLU prévoyant la possibilité de construire dans les zones A pour des activités agritouristiques. La multiplication des zones N, un temps envisagée comme parade, semble illégale car leur généralisation doit correspondre aux objectifs de protection de milieux naturels et paysagers.

Si la stratégie est envisagée à une échelle réduite (communale, par exemple) le développement semble toujours possible. En revanche si l'objectif est de construire une destination avec une forte image agritouristique synonyme d'authenticité et d'art de vivre (souvent d'ailleurs plus *touristique qu'agri*), l'encadrement juridique actuel peut apparaître comme un carcan.

⁷¹ Ou le POS qui lui était antérieur.

Légende :

-  Pas de document finalisé
-  CARTE COMMUNALE
-  POS - PLU



UMR CNRS LISA 6240 - Cellule SIG



<http://locus.univ-corse.fr>

Source : DREAL Corse
IGN 2014



Figure 41 : Les documents d'urbanisme en Corse en 2014

10. Conclusions : scénarios prospectifs

Sur la base des éléments de discussion présentés précédemment, mais aussi compte tenu du contexte de l'action territoriale en Corse (dernières évolutions en matière de planification territoriale avec l'élaboration et le vote du PADDUC), une série de scénarios prospectifs caractérisant l'évolution de l'agritourisme insulaire à moyen-terme peut être proposée. Si le champ des possibles peut être vaste tant les paramètres du système territorial sont multiples, nous faisons le choix de le recentrer autour de trois scénarios, trois futurs proches qui nous semblent être les plus probables. Ces trajectoires d'évolution possibles sont des esquisses tracées dans les grandes lignes que les acteurs de la « filière » agritouristique peuvent appréhender comme étant autant de pistes de réflexion pour penser le développement à venir, mais elles ne sauraient être les seules et uniques options envisageables.

Dans la droite ligne des analyses conduites ci-avant, le statut des prestataires d'agritourisme, l'articulation entre les activités productives relatives à l'agropastoralisme et les services touristiques et l'organisation des acteurs représentent les variables discriminantes principales entre les trois hypothèses envisagées : ce sont là en effet les principales clés de lecture que nous avons retenues pour décrypter la situation actuelle. Nous identifions donc trois trajectoires d'évolution :

- i. Une consolidation des structures productives et du développement agricole, le tourisme sur les exploitations restant une activité accessoire à l'agriculture ;
- ii. Une situation de statut quo en référence à la situation actuelle ;
- iii. Une évolution vers une autre organisation des acteurs et une spécialisation de certains d'entre eux dans un tourisme rural labellisé.

10.1 Un agritourisme agricole : la prestation touristique dans la continuité de l'acte productif

Statut des prestataires d'agritourisme et articulation agriculture/tourisme	<ul style="list-style-type: none"> - Exploitants agricoles proposant des prestations touristiques - Le tourisme doit rester une activité accessoire aux activités productives de l'agriculture
Politiques publiques et organisation des acteurs	<p>La politique agritouristique est portée par les acteurs du monde agricole (l'agritourisme comme voie privilégiée d'écoulement et de valorisation des produits du terroir)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Renforcement de l'accès au foncier et des installations en agriculture - Soutien aux filières agro-alimentaires et à la certification des produits du terroir - Soutien à la promotion et à la commercialisation des produits agro-alimentaires <i>via</i> des circuits courts - Protection du foncier agricole à quelques exceptions près très encadrées
Les produits agritouristiques	<p>Produits du terroir et hébergements « alternatifs »</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vente de produits du terroir via des circuits courts de commercialisation (vente directe, foires, restaurateurs, épicerie...) - Activités d'accueil à la ferme (notamment hébergement) comme complément d'activités et de revenus

10.2 Le statut quo : un agritourisme diffus et peu lisible

Statut des prestataires d'agritourisme et articulation agriculture/tourisme	<ul style="list-style-type: none"> - Exploitants agricoles proposant des prestations touristiques - Selon le cadre normatif, le tourisme doit rester une activité accessoire aux activités productives de l'agriculture
Politiques publiques et organisation des acteurs	<ul style="list-style-type: none"> - En matière de développement agricole : continuité dans le soutien aux filières agro-alimentaires et à la certification des produits du terroir - En matière de développement touristique : <ul style="list-style-type: none"> * communication et marketing / positionnement image de la destination Corse (authenticité et qualité) * Pas de ciblage précis des critères d'attribution des aides à l'agritourisme ventilées par type de produit
Les produits agritouristiques	<p>Incursion à l'intérieur des terres en haute-saison Courts séjours thématiques hors pic estival Produits de niche très haut-de-gamme</p> <ul style="list-style-type: none"> - Produit de type tourisme rural (lien +/- ténu à l'agriculture) - Quelques rares produits complets articulant véritablement agriculture et tourisme - Quelques rares produits « insolites » - Hébergement touristique opportuniste proposé par des agriculteurs rétro-littoraux pour absorber la demande littorale - Vente de produits du terroir, sans véritable investissement dans la construction d'une destination touristique territorialisée

10.3 De l'agritourisme au tourisme rural

Statut des prestataires d'agritourisme et articulation agriculture/tourisme	<ul style="list-style-type: none"> - Exploitants agricoles ou autres acteurs de la ruralité (restaurateurs, hébergeurs, etc.) - Le tourisme est articulé plus ou moins directement à l'agriculture ; pas d'obligation de justification du lien entre les deux activités
Politiques publiques et organisation des acteurs	<p>La politique agritouristique est portée avant tout par les politiques touristiques (le tourisme rural pour enrichir l'offre de la destination Corse et valoriser l'image de qualité)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Investissement en faveur des hébergements de typiques et de caractère inscrits dans des « paysages ruraux » avec labellisation à la clé - Labellisation de produits tourisme rural type « assiettes de pays », « bistrot de pays », etc. - Soutien à la commercialisation des produits tourisme rural : ciblage de clientèles et marchés touristiques prioritaires - Révision et adaptation du droit de l'urbanisme en faveur du développement de produits de tourisme rural
Les produits agritouristiques	<p>Différents segments de clientèles cibles</p> <ul style="list-style-type: none"> - Séjours thématiques (gastronomique, patrimonial, vert...) - Séjours éducatifs - Produit inscrit dans un package « expérientiel » multi-loisirs (agritourisme, golf, baignade, balnéo...) - Produits de niche très haut-de-gamme

11. Bibliographie

11.1 Articles et ouvrages

Acquaviva J.-F., 2003, « Constats et recommandations pour une politique de développement touristique durable dans le Centre Corse », *Colloque international Le Tourisme durable*, Université Cadi-Ayyad, Marrakech, 22-23 mai 2003.

Bérard L., Marchenay P. et Delfosse C., 2004, « Les produits du terroir : de la recherche à l'expertise », *Ethnologie française* tome XXXVII(2), pp. 591-600.

Di Méo G., 2007, *Processus de patrimonialisation et construction des territoires* (eds) Colloque « Patrimoine et industrie en Poitou-Charentes : connaître pour valoriser », Poitiers-Châtelleraut, France.

Disez N., Agritourisme. Logiques d'acteurs ou logiques de territoires ? *Economie rurale*, v.250, 1999.

François H., Hirczak M. et Senil N., 2006, « Territoire et patrimoine : la co-construction d'une dynamique et de ses ressources », *Revue d'Economie Régionale et Urbaine* n°5, pp. 683-700.

Furt J.-M., Tafani C., 2011 : « Le développement de l'agritourisme : une question de normalisation ? », *JurisTourisme*, pp. 24-26.

Gerbaux F., 1997, « Entrepreneurs et créateurs d'activités en milieu rural », *Economie Rurale*, vol. 238 n°1, pp. 24-27.

Gerbaux F., 1997, Entrepreneurs et créateurs d'activités en milieu rural, *Economie rurale*, v.238.

Givernaud E., 2013, *L'agritourisme en Corse, étude sur la demande agritouristique en Centre Corse*, Mémoire de Master 1, dir. Caroline Tafani, Université de Corse UMR CNRS LISA 6240.

Goncalves A.M., 2013, *Agritourisme: comment la connaissance de la demande agritouristique peut nous permettre de développer ce nouveau tourisme*, Mémoire de Master 1, dir. Caroline Tafani et Jean-Marie Furt, Université de Corse UMR CNRS LISA 6240.

Guérin M., Steilein P., 2005, *Le tourisme outil de revitalisation des territoires ruraux et de développement durable ?* La documentation française, Ministère délégué au tourisme, Conseil national du tourisme, 284 p.

- Hirczak M., Moalla M., Mollard A., Pecqueur B., Mbolatiana R. et Vollet D., 2008, « Le modèle du panier de biens : grille d'analyse et observations de terrain », *Economie rurale* n°308, pp. 55-70.
- Hjalager, 1996, "Agricultural diversification into tourism. Evidence of European Community development program" in *Tourism Management*.
- Hugues F., 2004, « Le tourisme durable, une organisation du tourisme rural en France », *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, 2004/1, pp. 57-80.
- Hugues F., 2008, « Durabilité des ressources territoriales et tourisme durable : vers quelle convergence ? », *Géographie, Economie, Société*, 2008/1, vol.10, pp. 133-152.
- Lequin M., 2002 : « L'écotourisme. Expérience d'une interaction nature-culture », *Téoros*, Vol. 21, n°3, pp. 38-42.
- Lignon-Darmaillac S., 2009, L'oenotourisme en France nouvelle valorisation des vignobles. Analyse et bilan, Peret.
- Louzzani Y., 2013, « Role déterminant des ressources immatérielles dans le création de valeur dans une PME agroalimentaire de terroir », *RIPME*, V26-2.
- Marchesnay M., 2001, Les PME de terroir entre « geo » et « clio » stratégies, *Entreprises et histoire*.
- Marchesnay M., 2001, « les PME de terroir entre geo et clio strategies », *Entreprises et histoire* 2001/2 volume 28.
- Marcotte P., Bourdeau L., Doyon M., 2002, « *Revue de littérature : les définitions de l'agrotourisme* », Rapport présenté au groupe de concertation sur l'agrotourisme au Québec, septembre 2002, 25 p.
- Marcotte P., Bourdeau L., Doyon M., 2006, « Agrotourisme, agritourisme et tourisme à la ferme ? Une analyse comparative », *Téoros* [En ligne], 25-3 | 2006, mis en ligne le 01 mai 2011: <http://teoros.revues.org/1091>
- Micoud A., 2004, « Des patrimoines aux territoires durables. Ethnologie et écologie dans les campagnes françaises », *Ethnologie française* Tome XXXVII(2), pp. 13-22.
- Mollard A., Pecqueur B. et Moalla M., 2005, « Offre de produits, services territorialisés et demande de biens combinés », In *Proximités et changements socio-économiques dans les mondes ruraux*. A. Torre et M. Filippi (ed.), INRA éditions, pp. 73-93.

Pecqueur B., 2006, « Le tournant territorial de l'économie globale », *Espaces et sociétés*, 2006/2-3, pp. 17-32.

Perret J et Marcelpoil E., 2001, L'agritourisme en 2011. La diversité des territoires et des acteurs : entre témoignage et commerce, CEMAGREF, rapport au ministère de l'agriculture.

Perrin C., 2009, Construire les campagnes méditerranéennes, Usages, aménagement et valorisations du foncier agricole périurbain en Provence et en Toscane (1950-2010), thèse de Doctorat, Université d'Aix Marseille, Università degli Studi di Firenze.

Phillip S., Hunter C., Blackstock K., 2010, "A typology for defining agritourism", in *Tourism Management* n°31, 754- 758.

Polge M., 2003, Petite entreprise et stratégie de terroir, *RFG*.

Rastoin L.L. et Vissac-Charles V., 1999, « Le groupe stratégique des entreprises de terroir », *Revue internationale PME* vol.12 n°1-2, pp.193-200.

Sidali K-L., Spiller A., Schulze B., 2011, *Food, agriculture and tourism*, Springer ed., 197 p.

Torre A., Filippi M. (dir.), 2005, Proximités et changements socio-économiques dans les mondes ruraux, INRA, 322 p.

Varennes, Guide juridique et fiscal du tourisme rural 2010, éditions ipso facto.

Veschambre V., 2007, « Le processus de patrimonialisation : revalorisation, appropriation et marquage de l'espace », *Café Géo*, document n°1180 : http://www.cafe-geo.net/article.php3?id_article=1180

AFIT, 1998, « L'agritourisme » in *Les cahiers de l'AFIT*, 85 pages.

GMV Conseil, 2013, *Destination Campagnes. Etat des lieux et évaluation des attentes des clientèles potentielles*, Travaux n°18 des Etudes de le DATAR, DATAR- La documentation française, 128 p.

Revue de l'APCA, 2008, L'agritourisme ; un outil de développement économique et d'attractivité des territoires.

« Golf et environnement : une relation délicate. Rencontre avec Antoine Orsini, enseignant et hydrobiologiste à l'Université de Corse », *La Corse votre Hebdo*, site Internet de l'Observatoire du Développement Durable en Corse, OEC, 18 octobre 2013.

11.2 Tableau de la littérature grise

Documents officiels		
Agence du Tourisme de la Corse	Guide des aides au tourisme 2008-2013 : version amendée approuvée par le Conseil d'Administration du 4 juillet 2012 (60 pages)	2012
Agence du Tourisme de la Corse	Guide des aides au tourisme 2008-2013: version en ligne	2010
Agence du Tourisme de la Corse	Guide des aides 2008-2013 - fiches Rural : Soutien différencié aux entreprises hôtelières existantes dans des zones rurales en forte déprise (5 pages)/ soutien différencié à la création d'une offre d'hébergement typique dans des zones rurales en situation de forte déprise (5 pages)	2013
Agence du Tourisme de la Corse	Feuille de route, Les grandes orientations du tourisme corse à l'horizon 2014 (18 pages)	2011
Agence du Tourisme de la Corse	Observation et stratégie touristique 2013 (58 pages)	2013
Agence du Tourisme de la Corse	Corsica Made, Pour une stratégie touristique ambitieuse (75 pages)	2011
Agence du Tourisme de la Corse	Diapositifs visuels campagne promotionnelle 2013 (9 pages)	2013
Atc - Atout France	Convention d'objectifs Agence du Tourisme de la Corse - Atout France (5 pages)	2011
Assemblée de Corse	Délibération n°08/122 portant adoption du guide des aides au tourisme 2008-2013 (48 pages)	2008
Chambre Régionale des Comptes de Corse	Rapport d'observations définitives de la Chambre régionale des comptes de Corse - Agence du Tourisme de la Corse - Exercices 2005 et suivants (96 pages)	2012

Agence du Tourisme de la Corse	Rapport d'activité 2012 (68 pages)	2013
Agence du Tourisme de la Corse	Rapport d'activité 2011 (présentation par chapitres thématiques, 72 pages)	2012
Agence du Tourisme de la Corse	Chiffres clés de l'activité touristique 2013, Assises du Tourisme Corse, Palais des congrès d'Ajaccio, jeudi 13 février 2014 (diapo 33 pages)	2014
Agence du Tourisme de la Corse	Chiffres clés de l'économie touristique 2013, Commission Promotion-Développement, 20 novembre 2013 (diapo 42 pages)	2013
Agence du Tourisme de la Corse	Chiffres clés du tourisme 2007 : Données générales du tourisme Corse Année 2007	2007
Opinion Way - Agence du Tourisme de la Corse	Bilan socioprofessionnels 2013: Saison touristique 2013 auprès des socioprofessionnels, bilan haute saison et prévisions arrière saison, octobre 2013 (diapo 66 pages)	2013
Opinion Way - Agence du Tourisme de la Corse	Bilan socioprofessionnels 2012: Saison touristique 2012 auprès des socioprofessionnels, novembre 2012 (diapo 42 pages)	2012
Opinion Way - Agence du Tourisme de la Corse	Bilan socioprofessionnels 2011: Saison touristique 2011 auprès des socioprofessionnels, mars 2011 (diapo 48 pages)	2011
Agence du Tourisme de la Corse	Bilan saison INSEE 2011	2011
Agence du Tourisme de la Corse	Bilan enquête lourde 2010 : enquête de fréquentation touristique en Corse, Actualisation de l'enquête lourde, Rapport sur l'année touristique novembre 2009 - octobre 2010 (diapo 72 pages)	2010
Agence du Tourisme de la Corse	Bilan enquête lourde 2009 : enquête de fréquentation touristique en Corse, Actualisation de l'enquête lourde, Rapport sur l'année touristique novembre 2008 - octobre 2009 (diapo 66 pages)	2009

Agence du Tourisme de la Corse - INSEE	2013 - L'emploi saisonnier en Corse: 18 200 emplois salariés liés au tourisme en Corse, Quant'île n°25, lettre d'information de l'INSEE, avril 2013 (10 pages)	2013
Agence du Tourisme de la Corse	2012 - Etude Marketing hôtellerie: Etude marketing et économique sur l'hôtellerie corse relative à l'année 2012, Commission Observation ATC 24 juin 2013 (diapo 51 pages)	2013
Agence du Tourisme de la Corse - Gecodia SARL	2012 - retombées économiques du tourisme: Evaluation des retombées économiques directes du tourisme en Corse, novembre 2012 (22 pages)	2012
Agence du Tourisme de la Corse	2012 - Etude impact saisonnalité: Impact économiques et sociaux de la saisonnalité en Corse, rapport d'étude, UMR CNRS 6240 LISA (130 pages)	2012
Assemblée de Corse	Rapport d° 2012/O2/146, rapport du Président du Conseil Exécutif, <i>Contribution de la Corse aux projets de règlements européens relatifs à la future politique agricole commune (PAC) 2014-2020</i> , 2 ^{ème} session ordinaire de 2012, réunion des 27 et 28 septembre	2012
CTC ODARC	Orientations stratégiques agriculture, développement rural et forêt, Rapport à l'Assemblée de Corse, octobre 2013, ODARC	2013
Assemblée de Corse	Délibération n°12/132 portant définition d'un modèle de développement pour la Corse arrêtant les grandes orientations et la stratégie d'élaboration du PADDUC - séance du 12 juillet 2012 + annexe PADDUC Rapport du Conseil Executif	2012
Assemblée de Corse	PADD Projet d'aménagement et de développement durable (571 pages)	2014
CIADT Comité interministériel d'aménagement et de développement du territoire	Rapport. Labellisation de nouveaux pôles de compétitivité dans le domaine des éco-technologies. Adoption d'un plan d'action en faveur des territoires ruraux, résultant des Assises des territoires ruraux	11-mai-10

CIADT interministeriel d'aménagement et de développement du territoire	Comité	Quelle France rurale pour 2020 ? Contribution à une nouvelle politique de développement rural durable - Etude prospective de la DATAR - 3 septembre 2003 (64 pages)	2003
DATAR		Territoires en mouvement n°7, dossier : la nouvelle typologie des campagnes françaises, des littoraux et de la montagne	hiver 2012
DATAR - Mohamed Hilal, Aleksandra Barczak, François-Pierre Tourneux, Yves Schaeffer, Marie Houdart et Dominik Cremer-Schulte		Travaux en ligne n°12, Typologie des campagnes françaises et des espaces à enjeux spécifiques (littoral, montagne et DOM), synthèse	hiver 2012
CTC		Programme de Développement Rural de la Corse 2007-2013	2007- 2013
CTC		Programme de Développement Rural de la Corse 2007-2013, Guide des aides, version consolidée Janvier 2013	janv-13
CTC ODARC		Appel à Projet 2011-2012 n°34, <i>Projet territorial Nord Corse</i>	2011
CTC ODARC		Appel à Projet 2011-2012 n°30, <i>Projet territorial du Pays de Balagne</i>	2011
CTC ODARC		Appel à Projet 2011-2012 n°33, <i>Projet territorial Extrême Sud</i>	2011
CTC ODARC		Appel à Projet 2011-2012 n°35, <i>Projet territorial Ouest Corse</i>	2011
CTC ODARC		Appel à Projet 2011-2012 n°36, <i>Projet territorial du Pays Ajaccien</i>	2011
CTC ODARC		Appel à Projet 2011-2012 n°37, <i>Projet territorial de la Plaine Orientale</i>	2011
CTC ODARC		Appel à Projet 2011-2012 n°38, <i>Projet territorial du Taravo-</i>	2011

	Valinco-Sartenais	
Préfecture CTC	Programme de Développement Rural de la Corse, <i>Rapport d'évaluation ex ante FEADER 2007-2013</i> , rapport final	mars-07
Préfecture CTC	Programme de Développement Rural de la Corse, <i>Rapport d'évaluation ex ante FEADER 2007-2013</i> , synthèse	mars-07
Préfecture CTC	Programme Opérationnel Objectif Compétitivité et emploi FEDER Région Corse 2007-2013, <i>Rapport d'évaluation ex ante</i> , Rapport final	juil-07
Préfecture CTC	Programme Opérationnel Objectif Compétitivité et emploi FEDER Région Corse 2007-2013, <i>Rapport d'évaluation ex ante</i> , synthèse	juil-07
Préfecture CTC	Evaluation ex ante de la stratégie 2007-2013, <i>Note méthodologique explicative</i>	2007
Préfecture CTC	Evaluation stratégique environnementale, Evaluation ex ante, Programmation globale 2007-2013, <i>Analyse globale de la programmation 2007-2013</i>	oct-07
Préfecture CTC	Evaluation à mi-parcours pluri-fonds (CPER, PO FEDER, PDRC) Corse 2007-2013, <i>Evaluation à mi-parcours du PDRC</i> , Rapport final	oct-10
Préfecture CTC	Evaluation à mi-parcours pluri-fonds Corse 2007-2013, <i>Volume 1 : PO FEDER (et sa contrepartie financière CPER)</i> , rapport final - 31 juillet 2010	juil-10
Préfecture CTC	Evaluation des trois dimensions de PO 2007-2013 : impact sur l'emploi des opérations cofinancées au titre du PO FEDER, FSE, FEADER, Italie-France et IFM ; prise en compte du développement durable dans les PO FEDER, PDRC et IFM ; stratégie régionale de l'innovation et stratégie intelligente de spécialisation et Diagnostic Territorial Stratégique – Version du 10 mars 2013	2013

Préfecture CTC	Plan de Développement Rural de la Corse 2007-2013, <i>Evaluation environnementale</i> , mars 2007	mars-07
Préfecture CTC	Programme Opérationnel Objectif Compétitivité et emploi FEDER Région Corse 2007-2013, <i>Evaluation environnementale</i>	juil-07
Préfecture CTC	Evaluation environnementale Programmations 2007-2013 Région Corse : PDRC, PO FEDER, PO FSE, Contrat de Projets, PEI, octobre 2007	oct-07
Préfecture CTC - Diagnostic territorial stratégique	DST Programmes européens 2014-2020 Région Corse – <i>Fiche territoriale : Territoires ruraux (montagne)</i>	2014-2020
CTC ODARC	<i>Rapport annuel d'exécution année 2012</i> , Programme de Développement Rural de la Corse 2007-2013	2012
CTC ODARC	<i>Comité de suivi du 17 octobre 2013</i> , livret relatif au Programme de Développement Rural de la Corse 2007-2013	2013
CTC	Comité de suivi - fonds européens 25-26-27 mars 2013	2013
Préfecture - Secrétariat Général pour les Affaires de Corse	Focus sur... le FEDER	janv-13
Préfecture CTC	Document unique de programmation pour la Corse 2000-2006 (162 pages)	2000
Préfecture CTC	Document unique de programmation pour la Corse 2000-2006 (185 pages)	2005
ODARC	Guide des aides : diversification (11 pages)	2002
SGAC	Poid des mesures favorables à l'environnement	2000
Réseau Rural	Document de présentation - Réunion de lancement du Réseau rural Corse 29 mai 2013	2013
Réseau Rural	Document de présentation – Séminaire de lancement du Réseau	2013

	rural Corse 29 avril 2013	
Chambre d'Agriculture Haute-Corse	Catalogue des Formations 2013, Agriculture et Territoires	2013
Lycée Agricole de Sartène	Plaquette du CS Tourisme, Certificat de Spécialisation <i>Tourisme Vert, Accueil et Animation en Milieu Rural</i>	2013
APCA Assemblée permanente des Chambres d'Agricultures	Dossier L'Agrotourisme, Un outil de développement économique et d'attractivité du territoire	2008
Parc Naturel Régional Corse	Statuts du Syndicat Mixte du Parc Naturel Régional de Corse (8 pages)	1999
Parc Naturel Régional Corse	Charte du Parc Naturel Régional de Corse (159 pages)	1998-2008
Parc Naturel Régional Corse	Rapport d° 2010/E3/070, rapport du Président du Conseil Exécutif, Révision de la charte du Parc Naturel Régional de Corse et renouvellement du classement en parc naturel du Parc Naturel Régional de Corse, 3ème session extraordinaire de 2010, 24 et 25 juin 2010 (8 pages)	2010
Parcs Naturels Régionaux de France	Argumentaire 50 questions-réponses sur les Parcs naturels régionaux (66 pages)	2008
Parcs Naturels Régionaux de France	La gouvernance des Parcs naturels régionaux (1 page)	
Parcs Naturels Régionaux de France	Les Parcs naturels régionaux: 40 ans d'histoire... (12 pages)	2007
Parcs Naturels Régionaux de France	Mosaïque des milieux et paysages dans les Parcs naturels régionaux (1 page)	2005

Parcs Naturels Régionaux de France	Le positionnement des Parcs naturels régionaux (5 pages)	2001
CTC	Fiche de présentation LEADER : Le programme LEADER 2004-2013 : Liaisons Entre Actions de Développement de l'Economie Rurale	2004-2013
CTC	Fiches dispositifs LEADER /conventions et statuts des 4 GAL (144 p)	2009
CTC - LEADER 2007-2013, Axe 4 du PDRC	<i>Guide des aides, Groupe d'Action Locale Pays de Balagne</i> , version du 26 mai 2011 - délibération n°11/107 de l'Assemblée de Corse	2011
CTC - LEADER 2007-2013, Axe 4 du PDRC	<i>Guide des aides, Groupe d'Action Locale Centre Corse</i> , version du 26 mai 2011 - délibération n°11/107 de l'Assemblée de Corse	2011
CTC - LEADER 2007-2013, Axe 4 du PDRC	<i>Guide des aides, Groupe d'Action Locale des Deux Massifs</i> , version du 26 mai 2011 - délibération n°11/107 de l'Assemblée de Corse	2011
CTC - LEADER 2007-2013, Axe 4 du PDRC	<i>Guide des aides, Groupe d'Action Locale Sud Corse</i> , version du 26 mai 2011 - délibération n°11/107 de l'Assemblée de Corse	2011
CTC ODARC	PDRC 2007-2013, <i>Convention relative à la mise en œuvre de l'axe IV (Leader)</i> entre le Syndicat Mixte Pays de Balagne et la Collectivité Territoriale de Corse ODARC	30 août 2010
GAL LEADER Pays de Balagne	Les projets validés dans le cadre du programme Leader Balagne	2011-2013
GAL LEADER Pays de Balagne	Les projets en cours du programme Leader Balagne	2011-2015
GAL LEADER Pays de Balagne	PV des réunions du comité de Programmation de 2010 à 2013	2010-2013
GAL LEADER Pays de Balagne	Dossier de candidature de la Balagne en Groupe d'Action Locale - Appel à projet LEADER	2008
GAL LEADER Pays de Balagne	Dossier de candidature de la Balagne en Groupe d'Action Locale	2008

de Balagne	- Appel à projet LEADER - Annexes	
Pays de Balagne	Cahier de recommandations architecturales et paysagères, construire et réhabiliter en Pays de Balagne, Syndicat Mixte de Balagne, LEADER 2007-2013.	2007-2013
Pays de Balagne	schéma territorial de randonnée, rapport final janvier 2005	2005
OMT de Calvi -Pays Touristique Balagne (EPIC)	document de projet du Pole d'Excellence Rural Pays Touristique BALAGNE, La Balagne Scène offerte à l'excellence	2006
Pays de Balagne	Charte de territoire du Pays de Balagne - Document n°2: stratégie et mise en œuvre - version du 4 décembre 2002	2002
Pays de Balagne	Charte de territoire du Pays de Balagne - Document n°1: diagnostic de synthèse - décembre 2002	2002
Pays de Balagne	Charte de territoire du Pays de Balagne - Diagnostic économique prospective - 2004	2004
UMR LISA - Caroline Tafani, M.A. Maupertuis, J. Jouve et L. Costanzo	Chronogramme de la programmation du SCoT Balagne - travail réalisé dans le cadre de la convention du 23 mars 2011 liant l'UCPP, le CNRS et le Syndicat Mixte du Pays de Balagne - 8 novembre 2011	2011
Pays de Balagne	La Balagne dans le Modèle de Développement de la Corse - Préambule au Schéma de Cohérence Territoriale du Pays de Balagne	2012
Pays de Balagne	Charte paysagère du Pays de Balagne - Volet paysager d'un Schéma de Cohérence Territoriale (SCoT), diagnostic et orientations - février 2008	2008
Pays de Balagne	Charte paysagère du Pays de Balagne - Guide des bonnes pratiques architecturales, urbanistiques et patrimoniales	2008
Pays de Balagne	Charte paysagère du Pays de Balagne - Programme d'orientations environnementales, juin 2008	2008

Pays de Balagne	Statuts du Syndicat Mixte du Pays de Balagne	2009
Pays de Balagne	PV des réunions du comité syndical du Pays de Balagne de 2010 à 2014	2010-2014
Pays de Balagne	Convention Cadre Agenda 21 micro-régional entre l'Office de l'Environnement de la Corse et le Syndicat Mixte du Pays de Balagne	2012
Conseil de développement du Pays de Balagne	Statuts de l'association	2010
Conseil de développement du Pays de Balagne	Rencontres balanines du développement durable: Villages et rivages de Balagne, Ensemble pour un développement durable de la Balagne et sa cohésion territoriale - Premières orientations	2012
Conseil de développement du Pays de Balagne	PV réunion du 25 janvier 2012: commission "Population résidente, qualité de vie et habitat"	2012
Conseil de développement du Pays de Balagne	PV réunion du 01 février 2012: commission "Activités de Service" Transports, commerce, santé, services de proximité, culture, loisirs	2012
Conseil de développement du Pays de Balagne	PV des réunions de 2010 à 2012	2010-2012
Office de l'Environnement Corse	plaquette L'architecture rurale et les sentiers du patrimoine. Itinéraire touristique, témoignage des savoir-faire traditionnels (français)	2007
Office de l'Environnement Corse	Règlement fixant les conditions d'attribution de l'aide de l'office de l'environnement de la Corse aux collectivités locales, établissements publics locaux et personnes morales de droit public et privé	2007

Office de l'Environnement Corse	plaquette du programme Corse-Italie de formation <i>Savoir-faire traditionnels et métiers d'avenir...</i>	2007
Office de l'Environnement Corse	Plaquette du programme REPS Réseau Européen de la Pierre Seche : 1. Inventaire et protection du patrimoine en pierre sèche.	2007
Office de l'Environnement Corse	Plaquette du programme REPS Réseau Européen de la Pierre Seche : 2. la formation des constructeurs en pierre sèche.	2007
Office de l'Environnement Corse	Plaquette du programme REPS Réseau Européen de la Pierre Seche : 3. Développement local et patrimoine en pierre sèche.	2007
Office de l'Environnement Corse	Programme Corse-Italie INTRA Innovation Tradition Artisanat 2005-2007: compte-rendu des 4 meetings ; plaquette sentier du patrimoine Lumio-Occi	2007
Office de l'Environnement Corse	« REVPAR-MEDOCC : Réseau de Valorisation du Patrimoine Rural en Méditerranée Occidentale » (travaux sur les sentiers du patrimoine; charte "des pays du patrimoine")	2002-2004 +suites
CTC - service Formation	le contrat territorial d'objectifs et de progrès "Patrimoine – Environnement – Agritourisme" signé le 25 mai 2000 (arrêté n°00-1186, avenant n°1 en date du 04 Juillet 2000)	2000
GAL LEADER Centre Corse	Stratégie LEADER Centre Corse - Associu per u sviluppu di i territorii di u centru di Corsica " <i>Promouvoir, Valoriser et Transmettre les patrimoines vivants et les savoirs faire traditionnels des Territoires du Centre Corse</i> " GAL Centru di Corsica LEADER 2007-2013.	2007-2013
GAL LEADER Centre Corse	Fiches dispositifs	2011
GAL LEADER Centre Corse	Bilan d'activité Exercice 2013 (projets des années 2011, 2012 et 2013) (19 pages)	2014
GAL LEADER Centre Corse	Décembre 2011 Bilan d'étape	2011
GAL LEADER Centre	plaquette de présentation	

Corse		
GAL LEADER Centre Corse	Projet I Mercati Muntagnoli : circuits courts de commercialisation	2012
GAL LEADER Centre Corse	Projet Strade Suprane: sentiers touristiques et culturels	2012
GAL LEADER Centre Corse	Projet A Spiga : réhabilitation de céréales locales	2011
GAL LEADER Centre Corse	Projet l'Orma di u Corsinu : l'empreinte du chien corse	2011
GAL LEADER Centre Corse	Descriptif projet de centre de ressources documentaires et d'aide au montage de projet / liste des revues en libre accès sur Internet	2013
GAL LEADER Centre Corse	plaquette formation pierre sèche	
GAL LEADER Centre Corse	Projet de coopération Corse/Haut Bearn/Montagne basque "Des races locales de brebis laitières, des territoires pastoraux et des produits de qualité: comment gérer les évolutions des systèmes d'élevage sans perdre sa spécificité ? "	2014
GAL LEADER Centre Corse	Plaquette Fiera di a Caccia e di a Pesca 2013 Ponte Novu	2013
GAL LEADER Centre Corse	Plaquette Comité Corse de cyclisme: justification stratégique en relation avec l'organisation de la première édition du forum "sport, santé, environnement et développement territorial en Centre Corse"	2013
GAL LEADER Centre Corse - Association des étudiants en Tourisme	Présentation projet tuteuré de la filière Tourisme et Loisirs : label accueil vélo tourisme en Centre Corse / voyage pédagogique (porté par l'Association des étudiants en Tourisme)	2013-2014
GAL LEADER Centre Corse -organisme de	Race ovine corse: gestion d'un système d'élevage spécifique (dispositif "de l'idée au projet")	2013

sélection de la race ovine		
GAL LEADER Centre Corse - mairie de Riventosa	Descriptif projet Aménagement d'une table d'orientation au Belvedere de Punta Curnachjola	2013
GAL LEADER Centre Corse - Association U Cavallu Corsu	Descriptif projet Brevet sellier harnacheur	2013
GAL LEADER Centre Corse	Descriptif projet supports promotionnels à l'occasion du passage du Tour de France en Centre Corse	2013
GAL LEADER Centre Corse - mairie de Sermanu	Descriptif projet Sentier du Patrimoine "Chjassu di u cantu in paghjella" et refection de la chapelle Sant'Alesiu	2013
GAL LEADER Centre Corse - Association U Cavallu Corsu	Descriptif projet Formation d'un bourrelier sellier	2012
GAL LEADER Centre Corse	Descriptif projet Campus Européen sur la valorisation des productions locales "I Mercati Muntagnoli : circuits courts de commercialisation"	2012
GAL LEADER Centre Corse	Descriptif projet de coopération transnationale sur le gout et la valorisation des produits locaux - organisation d'un Campus Euro-méditerranéen	2012
GAL LEADER Centre Corse - mairie de Valle di Rustinu	Descriptif projet Restauration du sentier pédestre San Cisario/Ponte Novu. Découverte du patrimoine de la commune de Valle di Rustinu	2012
GAL LEADER Centre Corse	Descriptif projet Implantation d'une base VTT sur la commune de Moltifao et aménagement du tronçon Ponte-Leccia /Morosaglia	2012

GAL LEADER Centre Corse - mairie de Bustanico	Descriptif projet d'implantation d'une aire de repos touristique avec table d'indications patrimoniales et historiques	2011
GAL LEADER Centre Corse - mairie de Castello-di-Rostino	Descriptif sentier de découverte touristique et culturel	2011
GAL LEADER Centre Corse - CPIE A Rinascita	Descriptif Recensement du petit patrimoine bâti traditionnel lié à l'eau en Centre Corse	2011
GAL LEADER Centre Corse - PNRC et Mairie de Morosaglia	Descriptif des projets: Implantation d'une base VTT sur le secteur Castagniccia du Parc Naturel Régional de Corse (PNRC); Strade Suprane - sentier VTT (Mairie de Morosaglia)	2011
GAL LEADER Centre Corse - PNRC	Descriptif du projet Orma di u Corsinu	2011
GAL LEADER Sud Corse	Carte périmètre LEADER	2012
GAL LEADER Sud Corse	plaquette de présentation	2012
GAL LEADER Sud Corse	circuit dossier de demande de subvention	2012
GAL LEADER Les Deux Massifs	Compte-rendu de l'Assemblée Générale de la communauté des Communes du Cap Corse 25 juillet 2011 (cf. fin de doc)	2011
GAL LEADER I Tre Vaddi	Fiche de présentation GAL Les Trois Vallées: Prunelli, Gravoni, Cruzini	2007
FRESC Fiderazioni di u Riacquistu	Rapport d'activité 2008-2010	2010
FRESC Fiderazioni di u Riacquistu	Rapport d'activité 2012, programme prévisionnel 2013	2012

11.3 Sites Internet consultés

Sites Internet	
DOCUP Document Unique de Programmation pour la Corse	www.docup.corse.fr
DATAR	www.datar.gouv.fr
Office de l'Environnement Corse	www.oec.fr
OEC Plateforme de diffusion d'informations géographiques	http://carto.oec.fr/oec/authent.inc.php
Parc Naturel Régional Corse	www.parc-corse.org
Intranet Parc Naturel Régional Corse (rubrique visiteur)	www.sitecwebdev.org/WD90AWP/WD90Awp.exe/CTX_2216-2-IgHyRFgBbQ/MENU_VISITEURS/SYNC_-1052606757
ODARC	www.odarc.fr
L'Europe s'engage en Corse – chapitre sur le PDRC	www.corse.eu/Le-Programme-de-developpement-rural-de-la-Corse-2007-2013_a37.html
L'Europe s'engage en Corse – chapitre sur la programmation 2000-2006	http://www.corse.eu/L-agriculture_a42.html
Agence du Tourisme de la Corse	www.visit-corsica.com
Agence du Tourisme de la Corse - site professionnel du tourisme Corse	www.corsica-pro.com
Observatoire du Développement Durable en Corse, OEC	http://observatoire.oec.fr
GAL Sud Corse	www.galsudcorse.fr
GAL les Deux Massifs	www.lentu.com/leader/leader.html

GAL Centru	www.wmaker.net/galcentru/
GAL I Tre Vaddi	www.itrevaddi.fr
Comité de développement du Pays Ajaccien I Tre Vaddi	http://comitrevalli.fr
Pays de Balagne	www.pays-de-balagne.fr
cadre Européen de réglementation du Développement Durable 2	http://ec.europa.eu/agriculture/rurdev/index_fr.htm
Réseau Rural Français, Centre de ressources portail du développement rural	www.reseaurural.fr
Réseau rural Corse	www.reseaurural.fr/region/corse
Réseau Rural Corse - Enquête en ligne	https://docs.google.com/spreadsheet/viewform?formEmail=true&formkey=dEZuNm9PNUJzM2hqc3ZuYk9vQll6RHc6MQ
CTC – chapitre sur la politique agricole	http://www.corse.fr/Politique-agricole_a466.html
Chambre d'Agriculture de la Haute-Corse	www.chambragri2b.fr
Chambre d'agriculture - service Agritourisme	www.chambragri2b.fr/agritourisme/service.php
Jeunes Agriculteurs de Corse du Sud (JA2A)	www.ja2a.fr
Jeunes Agriculteurs de Corse du Sud (JA2A) - formation " <i>Agri-tourisme: diversifier son activité agricole</i> "	www.ja2a.fr/Formation-Agri-tourisme-diversifier-son-activite-agricole_a230.html
Blog du PADDUC	www.corse.fr/padduc/
Association Agriturist Sienna	Portail Internet : www.agriturist.it ; www.agrituristsiena.com
Province de Sienna - Archives en ligne - données statistiques du tourisme	http://www.provincia.siena.it/Aree-tematiche/Turismo/Osservatorio-turistico http://www.provincia.siena.it/Aree-tematiche/Turismo/Osservatorio-

	turistico/Archivio-storico
livret de l'Osservatorio nazionale dell'agriturismo (<i>Observatoire national de l'agritourisme</i>), <u>Strategie di marketing per l'azienda agrituristica : linee guide</u> (<i>stratégies de marketing pour l'entreprise agritouristique : guide pratique</i>), mars 2012.	Disponibile en ligne : http://www.ismea.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/8003
Portail Terre di Siena – Province de Sienne	www.terresiena.it

12. Tables des illustrations

FIGURES

Figure 1 : Schéma simplifié d'identification du statut juridique du prestataire d'agritourisme	11
Figure 2 : Schéma simplifié d'identification du statut fiscal du prestataire d'agritourisme.....	12
Figure 3 : Schéma simplifié d'identification du statut social du prestataire d'agritourisme.....	13
Figure 4 : les prestations relevant de l'agritourisme (source: Bienvenue à la Ferme)	17
Figure 5 : méthodologie de l'étude.....	24
Figure 6 : Les terrains tests (source : UMR CNRS LISA, cellule SIG)	25
Figure 7 : carte de la répartition des prestataires agritouristiques en Corse (réponses à l'enquête)	28
Figure 8 : diagramme des produits issus des exploitations agricoles (source: auteurs)	31
Figure 9 : diagramme des circuits de commercialisation des produits agricoles (source: auteurs) .	33
Figure 10 : diagramme du détail des prestations agritouristiques (source: auteurs).....	35
Figure 11 : diagramme des prestations agritouristiques (source : auteurs).....	36
Figure 12 : schéma des produits agritouristiques en Corse	38
Figure 13 : cartes des prestataires agritouristiques proposant des hébergements seul et des produits complets (source: UMR LISA, cellule SIG)	39
Figure 14 : carte de l'offre agritouristique en Centre Corse et dans le Nebbiu-Cap Corse (source : UMR LISA, cellule SIG)	40
Figure 15 : diagramme de la saisonnalité en agritourisme (source: auteurs)	42
Figure 16 : diagramme des types de main d'œuvre dans les exploitations agritouristiques (source: auteurs).....	43
Figure 17 : diagramme du temps de travail dédié aux prestations agritouristiques (source: auteurs)	44
Figure 18 : diagramme des canaux de commercialisation des services agritouristiques (source : auteurs).....	45
Figure 19 : diagramme de la valeur ajoutée des prestations agritouristiques (source: auteurs)	46
Figure 20 : diagramme des années de démarrage des activités agritouristiques (source: auteurs) ..	47
Figure 21 : diagramme des motivations sous-tendant l'offre agritouristique (source: auteurs).....	48
Figure 22 : diagramme des classes d'âge des répondants (source: auteurs).....	65
Figure 23: diagramme des catégories socio-professionnelles des répondants (source: auteurs).....	66
Figure 24: diagramme des modalités de visite des répondants (source : auteurs).....	67
Figure 25 : diagramme des modalités de visite des répondants en fonction de la saison (source : auteurs).....	67

Figure 26 : diagramme des lieux de résidence des répondants (source: auteurs).....	68
Figure 27 : diagramme des durées de séjour (source : auteurs)	69
Figure 28 : diagramme des durées de séjour dans le Centre Corse et dans le Nebbiu-Cap Corse (source: auteurs).....	70
Figure 29 : diagramme des pourcentages de 1ères visites en Corse ? (source: auteurs).....	71
Figure 30 : diagramme des pourcentages de 1ères visites en Centre Corse et Cap/Nebbiu (source: auteurs).....	71
Figure 31: diagramme des raisons de fidélisation des clients (source : auteurs).....	72
Figure 32 : diagramme des pratiques de consommation (source: auteurs)	74
Figure 33 : diagramme de la consommation de produits agritouristiques par terrain (source : auteurs).....	75
Figure 34 : diagramme du choix des hébergements touristiques (source: auteurs).....	76
Figure 35 : diagramme du choix du type de restauration (source : auteurs)	77
Figure 36: diagramme des montants moyens des dépenses (source: auteurs).....	81
Figure 37 : diagramme des montants moyens des dépenses par terrain (source : auteurs)	82
Figure 38 : diagrammes de la satisfaction des répondants (source : auteurs)	85
Figure 39 : carte du territoire du Parc Naturel Régional de Corse (source : UMR LISA, cellule SIG).....	96
Figure 40 : carte des territoires des GAL en Corse (source : UMR LISA, cellule SIG)	97
Figure 41 : Les documents d’urbanisme en Corse en 2014.....	117

TABLEAUX

Tableau 1 : Quelques exemples de régimes légaux en agritourisme en France (source : à partir de Revue de l’APCA 2008).....	14
Tableau 2 : Diversification en agritourisme au sein des fermes de Corse (source données : AGRESTE - RGA).....	16
Tableau 3 : L’agritourisme en Corse selon les données du réseau « Bienvenue à la ferme ».....	17
Tableau 4 : Synthèse – les définitions de l’agritourisme	22
Tableau 5 : les types de prestations agritouristiques (source: auteurs).....	33
Tableau 6 : comparaison des types de prestations agritouristiques en Corse, dans le Centre Corse et dans le Nebbiu-Cap Corse (source: auteurs).....	41
Tableau 7 : les durées de séjour (source: auteurs).....	69
Tableau 8 : activités pratiquées par les répondants (source : auteurs)	79
Tableau 9 : les acteurs institutionnels de l’agritourisme (source : auteurs)	94
Tableau 10 : Les acteurs « contractuels » (source : auteurs).	95

Tableau 11 : les actions prévues par les différents GAL (sources : auteurs)	100
Tableau 12 : les actions des acteurs publics en lien avec l'agritourisme (source: auteurs)	101
Tableau 13 : synthèse des principales actions de l'axe 3 (source : auteurs).....	105
Tableau 14 : classification de l'hébergement touristique en milieu rural à Majorque (source : auteurs d'après INESTUR – CITTIB, <i>El turismo en el medio rural en las Illes Balears</i> , 2007, 270p.).	109
Tableau 15 : Evolution des hébergements de tourisme rural (source : auteurs d'après INESTUR www.inestur.es).....	110
Tableau 16 : Charte des terres de Sienne. Source : auteur d'après www.terresienna.it	113

13. Liste des personnes contactées

Nom	Organisme
Jean-Louis Moretti	Agence du Tourisme de la Corse
Marie-Pierre Bianchini	Office du Développement Agricole et Rural de la Corse
Michele Santini	Office du Développement Agricole et Rural de la Corse
Pasquin Cristofari	Office du Développement Agricole et Rural de la Corse
Patricia Soulard	Chambre d'Agriculture de la Haute-Corse
Daniel Papini	Chambre d'Agriculture de la Corse du Sud
Barbara Luccini	GAL 2 massifs
Marie-France Cervi	GAL Sud Corse
Audrey Fenocchi	GAL Centre Corse
Achille Martinetti	GAL 3 Vaddi/Mairie de Bocognano
Sandrine Carner	GAL Pays de Balagne
Livia Santoni	Parc Naturel Régional de Corse
Anna Maria Betti	Province de Sienne, Assessorato al Turismo, Agricoltura e Sviluppo Rurale
Paolo Bucelli	Province de Sienne, settore Sviluppo Rurale
Fabiola Materozzi	Union Provinciale des agriculteurs de Sienne Confagricoltura et association Agriturismo Siena
Maria Antonietta Peccianti	Office de Tourisme provincial Terre di Siena
Daniela Maccaferri	association Agriturismo Siena - domaine Rocca delle Macie
Federica et Umberto Fenzi	Fattoria San Donato (San Gimignano)
Katia Raggi	Agriturismo ristorante La Fonte (Pienza)
Margarita Picornell	Agence du tourisme des Îles Baléares
Madame Mar Suau	« hôtel rural » Son Brull de Pollença
Joan Vives	Association d'Agrotourisme des Baléares
	Musée archéologique de Son Fornes de Montuiri

14. ANNEXES

Annexe 1 : questionnaire – enquête téléphonique régionale auprès des prestataires

Annexe 2 : questionnaire – enquête clientèle de l'agritourisme

Questionnaire « Recensement de l'Offre Agritouristique en Corse »

Numéro Questionnaire

Enquêteur

 LC JDV

Nom Exploitant : Prénom Exploitant :
 Nom de la commune de l'exploitation :
 Nom Entreprise (1)* : Nom Entreprise (2) * :
 Marque * :

* Si la personne interrogée les nomme sinon laissez vierge

Bonjour, nous sommes chercheurs au CNRS à l'Université de Corse et nous réalisons une enquête, en partenariat avec l'Agence du Tourisme de la Corse et l'Office du Développement Agricole et Rural de Corse, sur la diversification des activités agricoles en Corse.

Pourriez-vous nous accorder quelques instants pour répondre à ce questionnaire.

Nous vous remercions de votre confiance et de votre collaboration.

Sachez que vos réponses demeureront confidentielles et anonymes.

Définition de l'agritourisme

L'agritourisme est une activité complémentaire à l'agriculture qui se base sur une exploitation agricole. Il met en relation des producteurs(rices) agricoles avec des touristes ou le public. L'agritourisme permet ainsi au public de découvrir le milieu agricole, l'agriculture et sa production à travers l'accueil et l'information que leur réserve leurs hôtes sur l'exploitation.

Thème 1 : Fiche signalétique de l'exploitant**1.1 Vous êtes :**

Un homme Une femme

1.2 Vous êtes :

- Le chef d'exploitation
 Le (la) conjoint(e) du chef d'exploitation
 Un membre de la famille du chef d'exploitation
 ☞ Si membre de la famille Lequel :
 Autre Précisez :

1.3 Quel est votre statut juridique :

- Chef d'exploitation
 Agriculteur indépendant
 Gérant société
 Autre Précisez :

1.4 Quel statut déclarez-vous à la Mutuelle Sociale Agricole (MSA) :

- Exploitant en activité principale
 Exploitant en activité secondaire
 Cotisant Solidaire
 Autre Précisez :

1.5 Quel âge avez-vous : _____ ans**1.6 Quel est votre niveau de formation :**

- CAP agricole
 BEPA
 BPREA
 BTS Agricole
 Bac Général
 Licence
 Master
 Autre

1.7 En quelle année vous êtes-vous installé : _____**1.8 Dans quelle(s) conditions vous êtes-vous installé :**

- Rachat d'une exploitation existante
 Création d'exploitation
 Succession d'exploitation

1.9 Etes-vous originaire de la commune sur laquelle se situe votre exploitation :

- OUI NON

↳ Si NON, quelle est votre commune d'origine :

Thème 2 : Fiche signalétique de l'exploitation agricole**2.1 Sur quelle commune se situe votre exploitation agricole :****2.2 Que produisez-vous sur votre exploitation :**

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Huiles essentielles | <input type="checkbox"/> Fromage de chèvre |
| <input type="checkbox"/> Fromage de brebis | <input type="checkbox"/> Fromage de chèvre et brebis |
| <input type="checkbox"/> Miel | <input type="checkbox"/> Charcuterie |
| <input type="checkbox"/> Maraîchage | <input type="checkbox"/> Vin |
| <input type="checkbox"/> Huile d'Olive | <input type="checkbox"/> Farine Châtaigne |
| <input type="checkbox"/> Elevage Porcin | <input type="checkbox"/> Elevage Bovin |
| <input type="checkbox"/> Elevage Caprin | <input type="checkbox"/> Autres Lequel : |

2.3 Votre production détient-elle un label de qualité (plusieurs réponses possibles) :

- OUI NON

↳ Si OUI, précisez le label et pour quelle production :

- AOC / AOP Précisez quelle production:
- IGP Précisez quelle production:
- LABEL ROUGE Précisez quelle production:
- BIO Précisez quelle production:
- STG Précisez quelle production:
- (Spécialité Traditionnelle Garantie)
- Autre Lequel : Précisez quelle production:

2.4 Quelle est la taille de votre exploitation (en hectares): (ha)**2.5 Etes-vous :**

- Propriétaire Locataire

2.5.1 Si vous êtes locataire, quel type de bail avez-vous :

- Bail à ferme ou emphytéotique ou CPP
- Bail verbal
- Mise à Disposition

Thème 3 : les services proposés par l'exploitation agricole**3.1 Quel(s) mode(s) de commercialisation utilisez-vous (exprimé en % et la somme = 100 %) :**

Vente directe sur l'exploitation	<input type="text"/> <input type="text"/> %
Marchés et/ou foires	<input type="text"/> <input type="text"/> %
Grandes et Moyennes Surfaces	<input type="text"/> <input type="text"/> %
Epicerie fine	<input type="text"/> <input type="text"/> %
Internet	<input type="text"/> <input type="text"/> %
CHR (Café Hôtel Restaurant)	<input type="text"/> <input type="text"/> %
Vente par correspondance (Expédition colis)	<input type="text"/> <input type="text"/> %

3.2 Exploitez-vous des races et/ou des variétés corses sur votre exploitation :

- OUI NON

SI AUCUNE RÉPONSE À LA Q° 3.3 MERCI DE PASSER DIRECTEMENT À LA Q° 3.5 (p.5)

**3.3 Parmi les activités suivantes, lesquelles proposez vous sur votre exploitation
(plusieurs réponses possibles):**

		Depuis quelle année	
<input type="checkbox"/>	Ferme-Auberge	Nombre de couverts :	_ _ _ _ _ _
<input type="checkbox"/>	Table d'hôte	Nombre de couverts :	_ _ _ _ _ _
<input type="checkbox"/>	Gouter à la ferme	Nombre de couverts :	_ _ _ _ _ _
<input type="checkbox"/>	Ferme pédagogique	Nombre de personnes :	_ _ _ _ _ _
<input type="checkbox"/>	Ferme découverte	Nombre de personnes :	_ _ _ _ _ _
<input type="checkbox"/>	Camping à la ferme	Nombre d'emplacements :	_ _ _ _ _ _
<input type="checkbox"/>	Gîte rural	Nombre de lits :	_ _ _ _ _ _
<input type="checkbox"/>	Chambres d'hôtes	Nombre de lits :	_ _ _ _ _ _
<input type="checkbox"/>	Randonnées équestres	Nombre de chevaux :	_ _ _ _ _ _
<input type="checkbox"/>	Chasse		_ _ _ _
<input type="checkbox"/>	Pêche		_ _ _ _
<input type="checkbox"/>	Randonnées pédestres	Nombre de personnes :	_ _ _ _ _ _
<input type="checkbox"/>	Autres :		_ _ _ _ _ _

3.3.1 Depuis quelle année proposez-vous des services touristiques : |_|_|_|_| année

3.3.2 Sur votre exploitation, qui s'occupe de l'activité touristique (année 2012 de référence):

<input type="checkbox"/>	Chef d'exploitation	Estimation temps dédié à l'activité (jour/an) :
<input type="checkbox"/>	Employés saisonniers	Estimation temps dédié à l'activité (jour/an) :
<input type="checkbox"/>	Conjoint(e) exploitant	Estimation temps dédié à l'activité (jour/an) :
<input type="checkbox"/>	Employés de l'exploitation	Estimation temps dédié à l'activité (jour/an) :

3.3.3 Quelles sont les périodes d'ouverture des services touristiques proposés sur l'exploitation :

- A. Vente directe
 janv fév mars avril mai juin juillet août sept oct nov déc
- B. Hébergement touristique
 janv fév mars avril mai juin juillet août sept oct nov déc
- C. Restauration
 janv fév mars avril mai juin juillet août sept oct nov déc
- D. Autre(s) activité(s) : La(es)quelle(s).....
 janv fév mars avril mai juin juillet août sept oct nov déc

3.3.4 Quel(s) mode(s) de commercialisation utilisez-vous concernant votre activité agritouristique (plusieurs réponses possibles) :

- Réseau Bienvenue à la ferme
- Réseau Gîte de France
- Réseau Accueil Paysan
- Offices de Tourisme
- Annonces privées via internet
- Réseau privé – Bouche à oreille
- Autre Lequel :

3.3.5 Faites-vous parti d'un circuit(s) touristique(s) ou agritouristique(s) :

- OUI NON
- ↳ Si OUI, le(s)quel(s) :

3.3.6 Quels outils publicitaires ou promotionnels utilisez-vous (plusieurs réponses possibles) :

- Affiches - Panneaux
- Signalisation touristique
- Dépliants
- Journaux locaux
- Guides touristiques
- Sites internet
- Foires / Evénements
- Autres Précisez :

3.3.7 Dans le cadre de votre activité agritouristique, bénéficiez-vous d'un soutien financier :

- OUI NON
- ↳ Si OUI, quel type de soutien : Public Nom de l'aide :
- Privé Nom de l'aide :

3.3.8 Quelle est la part de l'activité agritouristique dans le chiffre d'affaire total de l'exploitation :

_____ %

SI AUCUNE REPONSE A LA Q° 3.3 MERCI DE PASSER DIRECTEMENT A LA Q° 3.5 (p.5)

3.5 Envisagez-vous de développer des services agritouristiques sur votre exploitation :

- OUI NON
- ↳ Si OUI, Lesquels :
- Quand :
- ↳ Si NON, Pourquoi :

3.6 Quelles sont vos motivations à la pratique de l'agritourisme ? (Hiérarchisez vos réponses de la plus importante à la moins importante)

- Ecouler directement la production
- Promouvoir l'activité agricole, les produits et les savoir-faire
- Fidélisation de la clientèle
- Complément de revenu
- Développer l'intérieur
- Diversification de l'activité
- Aspect social et relationnel
- Autre : Précisez :

3.7 Selon vous, le soutien public au développement de l'agritourisme est-il une bonne chose ?

- OUI NON NE SAIT PAS

↳ Si NON, quelle forme devrait prendre ce soutien selon vous ?

.....

3.8 Avez-vous des remarques / suggestions / précisions à apporter ?

.....

Merci de votre collaboration.



Etude agritourisme en Corse

A remplir par l'enquêteur.

Id Quest : _____

Identification :

- Givernaud
 Miranda

Lieu :

Commune :

Mode d'administration:

Date de Dépôt :

Date de réception :

Bonjour, nous sommes stagiaires à l'UMR LISA à l'université de Corte et nous réalisons une enquête sur la demande agritouristique en Corse, en particulier sur les territoires du Centre Corse et du Cap Corse-Nebbiu.

Pourriez-vous nous accorder quelques instants pour répondre à ce questionnaire s'il vous plait. Nous vous remercions de votre confiance et de votre collaboration.

Définition : « L'Agritourisme recouvre l'ensemble des activités touristiques pratiquées sur une exploitation agricole en activité.

Les activités touristiques sur une exploitation peuvent être variées. On les classe généralement en trois champs: hébergement, restauration, et vente de produits ou de services (activités de loisirs, sportives ou culturelles). »

Profil

1. Vous êtes :

Un homme

Une femme

2. Vous résidez :

En Corse (préciser la ville et/ou code postal) : _____

En France hors Corse (préciser la ville et/ou code postal) : _____

Dans un pays étranger (préciser lequel) : _____

3. Votre âge :

Moins de 25ans

25 à 34 ans

35 à 44 ans

45 à 54 ans

55 à 64 ans

65 ans et plus

4. Quelle est votre profession ?

Etudiant

Sans activité

Retraité

Ouvrier

Employé

Artisan commerçant

Agriculteur

Profession intermédiaire

Cadre supérieur

Autre : _____

~ 1 ~

5. Vous êtes venus :

- | | |
|----------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Seul | <input type="checkbox"/> Famille |
| <input type="checkbox"/> Amis | <input type="checkbox"/> Groupes |
| <input type="checkbox"/> Couples | <input type="checkbox"/> Scolaire |

Séjour

6. Fidélisation :

- 1^{ère} visite
- | | | |
|--|------------------------------|------------------------------|
| - en Corse : | <input type="checkbox"/> Oui | <input type="checkbox"/> Non |
| - dans le territoire du Centre Corse : | <input type="checkbox"/> Oui | <input type="checkbox"/> Non |
| - dans la commune : | <input type="checkbox"/> Oui | <input type="checkbox"/> Non |
- Si ce n'est pas votre première visite, pourquoi êtes-vous revenu ?

7. Types de séjours :

- Professionnel
 Loisirs/vacances
 Santé

8. Durée du séjour en Corse:

- Excursion (1 journée)
 Weekend (3-4 jours)
 Moins de 7 jours
 7 jours et plus

9. Durée du séjour dans le territoire du Centre Corse:

- Excursion (1 journée)
 Weekend (3-4 jours)
 Moins de 7 jours
 7 jours et plus

10. Comment avez-vous réservé votre séjour ? (plusieurs choix possibles)

- Dans un office de tourisme
 Dans une agence de voyage
 Par Internet
 Par téléphone
 Autre : _____

11. Comment avez-vous eu connaissance du territoire de votre séjour ?(idem)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Internet | <input type="checkbox"/> Bouche à oreille |
| <input type="checkbox"/> TV, radio, presse | <input type="checkbox"/> Guides |
| <input type="checkbox"/> Événementiels (salons, festivals, foires) | <input type="checkbox"/> Autre : _____ |

~ 2 ~

12. Quel type d'hébergement utilisez- vous ? (plusieurs choix possibles)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Gîte rural | <input type="checkbox"/> Aire de camping-car |
| <input type="checkbox"/> Chambre d'hôtes | <input type="checkbox"/> Hôtel |
| <input type="checkbox"/> Aire naturelle de camping | <input type="checkbox"/> Autre : _____ |
| <input type="checkbox"/> Camping à la ferme | <input type="checkbox"/> Aucun |

Dans quelle commune est situé cet hébergement ? _____

13. Quel(s) type(s) de restauration utilisez-vous ? (plusieurs choix possibles)

- Restaurant
- Table d'hôtes
- Ferme-auberge
- Petite restauration (casse-croûte, goûters, sac pique-nique...)
- Autre : _____

14. Quelles activités pratiquez-vous ? (plusieurs choix possibles)

- Visite des villes/villages
- Visite des églises/musées
- Visite des sites historiques
- Repos/farniente
- Visite de ferme
- Achats des produits du terroir :
 - A la ferme
 - Au marché
 - Sur une foire
 - En épicerie
 - En Grandes et Moyennes Surfaces
 - Autre : _____
- Activités sportives :
 - Balades familiales
 - Randonnées sportives
 - Randonnées équestres : au départ d'une exploitation agricole ?
 Oui Non
 - Accro-branche
 - Autre : _____
- Autre : _____

15. Qu'est-ce qui a motivé votre choix pour cette destination ? (plusieurs réponses possibles)

16. Quel est le montant moyen de vos dépenses durant votre séjour (hors-transport et logement) ?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Moins de 50€ | <input type="checkbox"/> Entre 200 et 400€ |
| <input type="checkbox"/> Entre 50 et 100€ | <input type="checkbox"/> Plus de 400€ |
| <input type="checkbox"/> Entre 100 et 200€ | |

Satisfaction

17. Etes-vous satisfait de votre séjour ?

- Oui Ne sais pas
 Non (précisez pourquoi) :

18. Satisfaction des prestations (plusieurs réponses possibles) :

	Très satisfait	Satisfait	Peu satisfait	Pas satisfait	Ne sais pas
Situation géographique					
Signalisation					
Environnement					
Rapport qualité/prix					
Accueil					
Informations touristiques					
Hébergement					
Restauration					
Animations/Activités					

19. Envisagez-vous de revenir ?

- Oui Non Ne sais pas

20. Avez-vous des suggestions afin d'améliorer le développement de l'Agritourisme ?

Nous vous remercions pour votre participation.