

AGRICULTURE Covid oblige, les voyages à l'étranger ont fortement diminué à l'été 2020, au profit des destinations nationales, y compris en milieu rural. L'occasion ou jamais pour les producteurs de franchir le pas de l'agritourisme.

À la cave ou à la ferme, c'est le moment de se lancer dans le tourisme

Files de voitures devant un magasin à la ferme, camping sauvage, innombrables marcheurs dans les vignobles et sur les chemins ruraux: la Covid-19 aura eu un effet inattendu sur la relation entre le grand public et son environnement immédiat, à savoir la campagne romande: «En 2020, les gens ont exploré ce qu'ils avaient à portée de main, observe Andreas Allenspach, directeur d'Agritourisme Suisse. Résultat, les ventes directes ont explosé et les nuitées dans un cadre champêtre n'ont jamais eu autant de succès.» L'été à venir s'annonce sous les mêmes auspices, les restrictions empêchant les Suisses de voyager à l'étranger. Les vacances seront à nouveau locales et le secteur agricole aurait tort de ne pas en profiter.

Mais si l'intérêt du consommateur pour la production indigène s'est accéléré avec la crise, encore faut-il que les exploitants répondent efficacement à cette demande exponentielle, en proposant une offre adaptée aux besoins. Du côté de l'hébergement, tous les observateurs sont unanimes: les locations de maisons ou d'appartements à la ferme ont la cote. Par contre, les nuitées sur la paille sont en chute libre. «La rusticité recherchée dans les années nonante n'est plus à la mode, note Geneviève Favre, spécialiste des filières et projets chez Proconseil. Les hôtes ont désormais une attente claire en matière de standing: ils recherchent un cadre nature et agreste, mais souhaitent bénéficier d'un certain confort.» Le camping à la ferme bénéficie lui aussi d'un regain d'intérêt, et de nouveaux acteurs comme Nomady (voir encadré ci-dessous) apparaissent sur le marché.

Développer une vision globale

En outre, la ferme reste une destination choisie pour les activités annexes qu'on y trouve. «Il s'y passe toujours quelque chose et c'est là un atout évident pour l'accueil touristique», affirme Andreas Allenspach. Les exploitants ne doivent donc pas hésiter à étoffer leur menu et proposer des occupations – culturelles, gastronomiques, etc. – qui dépassent le cadre agricole ou viticole. «Des animations ludiques, comme un escape game, ou sportives, telle une balade dans les vignes à vélo électrique, n'ont plus forcément grand-chose à voir avec le travail essentiel du maître des lieux, mais rencontrent un



Si les attentes du public évoluent, c'est que son profil change également: les familles avec enfants font toujours partie de la clientèle de base, mais on recense de plus en plus de jeunes couples et de célibataires venus se ressourcer.

franc succès, remarque de son côté Yann Stucki, de Vaud (Enotourisme). Une simple dégustation à la cave ne suffit plus, mais doit être comprise dans une prestation globale et originale.»

Dès lors, le niveau de prix doit suivre: plus question de proposer des dégustations ou des visites de l'exploitation gratuites, affirmant en chœur nos interlocuteurs. «Les producteurs doivent être rémunérés pour le temps mis à disposition», souligne la conseillère en économie familiale Andrea Bory. Le calcul des coûts, même s'il est délicat, est un passage obligé pour assurer la pérennité du projet.

Autre impératif pour se faire une place au sein de ce marché en pleine croissance, le réseautage et la création de collaborations. «Le vigneron doit voir plus loin que son propre domaine, et se fondre dans l'offre existante», relève Yann Stucki. Les autres acteurs régionaux – restaurants, prestataires sportifs, mais aussi offices de

tourisme et parcs régionaux – ne doivent donc pas être considérés comme des concurrents, mais comme de véritables partenaires.

Se former et s'entourer

Aussi motivés que soient les paysans et les vigneronns à se lancer dans l'accueil de visiteurs, ils ne devraient pas faire l'économie d'une formation dédiée, poursuit Geneviève Favre. «L'accueil touristique appelle l'acquisition de nouvelles compétences, humaines et en marketing. Et il ne faut pas oublier que le contexte légal, en matière d'aménagement du territoire notamment, reste malheureusement défavorable à l'essor de l'agritourisme en Suisse.»

Les experts appellent enfin à une professionnalisation de la branche. «Les aspects promotionnels et les systèmes de réservation peuvent ainsi être délégués à des structures dédiées et efficaces», illustre Andreas Allenspach, qui demeure convaincu du potentiel de développement de ce secteur. «En comparaison avec l'Autriche ou la France, la marge de progression est gigantesque! L'agritourisme est le grand vainqueur de la crise sanitaire.»

CLAIRE MULLER ■

+ D'INFOS Agritourisme: fixer son prix et se faire connaître, journée organisée par Proconseil, 27.04.2021, www.prometerre.ch – Publications Agridea: Agritourisme et rentabilité, Je me lance dans l'agritourisme et Restauration à la ferme – Formulaires. Retrouvez tous les liens avec notre article en ligne sur www.terrenature.ch.

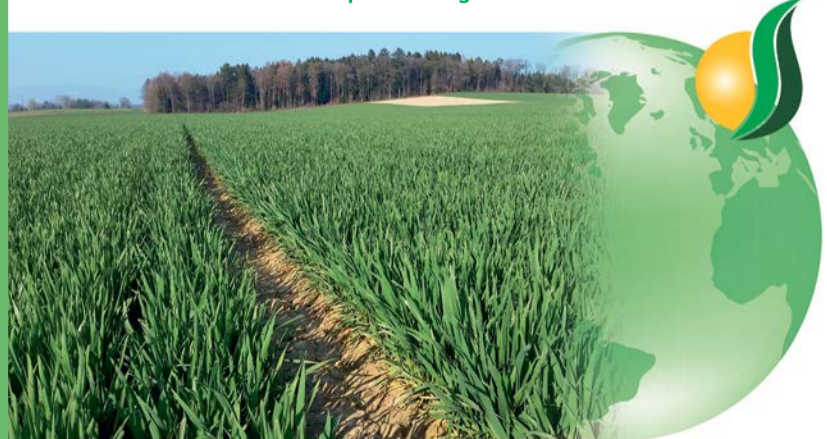
NOMADY RELIE CAMPEURS ET PAYSANS

Ceux qui possèdent un mobile home ou un van le savent. En Suisse, trouver un emplacement libre, avec une vue dégagée, sans autre voyageur aux alentours et sans enfreindre l'interdiction générale du camping sauvage relève de l'exploit. C'est en partant de ce constat qu'Oliver Huber et Paolo De Caro, deux Schwytzois passionnés de nature, ont créé la plateforme participative Nomady, qui recense les places de camping à proximité de fermes isolées ou bénéficiant d'un cadre de nature. Depuis un an, le site joue ainsi les intermédiaires entre touristes et agriculteurs disposés à mettre leur terrain à disposition. «Tout le monde est gagnant, souligne Barbara Pokorny, responsable pour la Romandie. Le campeur bénéficie d'une expérience en pleine nature, et le propriétaire du terrain obtient un revenu supplémentaire, n'ayant besoin d'investir dans aucune infrastructure, à l'exception de toilettes, d'une table et d'une place de grill!» La plateforme, qui gère les réservations, la facturation et le système d'évaluation réciproque, prélève une commission de 15% sur le chiffre d'affaires réalisé par l'exploitant. «Rien n'empêche celui-ci de proposer des prestations supplémentaires, panier déjeuner, visite de la ferme, apéritif, etc.» Nomady compte actuellement près de 160 offres, situées quasi exclusivement en Suisse alémanique. «Le potentiel en Romandie est énorme, assure Barbara Pokorny. C'est le moment pour les paysans de surfer sur la vague d'un tourisme durable!»

+ D'INFOS Le site www.nomady.ch sera bientôt disponible en français. Les exploitants intéressés peuvent s'adresser à Barbara Pokorny, barbara@nomady.ch

PUBLICITÉ

Le meilleur du monde pour l'agriculture suisse



Talis® + Concert SX®

- Très bonne action contre les graminées
- Souplesse d'application en mélange
- Efficacité sans pareille, vous gagnez du temps et de l'argent

Talis et Concert SX portent un numéro W et sont des produits phytosanitaires contrôlés. N'hésitez pas à consulter votre spécialiste suisse pour la protection de vos cultures.

Stähler
www.staehler.ch