

L'innovation dans l'agritourisme du Gros-de-Vaud : analyse et méthode



Travail réalisé pour l'obtention du titre de Gestionnaire en Tourisme ES

Travail de diplôme réalisé par :

Karine Perrin

Rte du Pavement 19

1018 Lausanne

079 720 40 09

Directeur de mémoire :

Monsieur Rolf Wilk

Sierre, le 12 juin 2009

Résumé

L'agritourisme est une forme de tourisme en pleine expansion depuis quelques années. Les gens ont de plus en plus besoin de partir se ressourcer à la campagne pour supporter les journées stressantes de la vie de tous les jours. C'est pour cette raison que les offres agritouristiques se sont multipliées à travers le monde, la Suisse et le Gros-de-Vaud.

Le Gros-de-Vaud met actuellement en place un office de tourisme à Echallens. Son but sera de promouvoir l'agriculture et l'agritourisme de la région. Les agriculteurs auront donc la chance de pouvoir se faire aider et conseiller près de chez eux car c'est en collaborant que les deux parties pourront atteindre leur but commun, à savoir promouvoir la région du Gros-de-Vaud et attirer les touristes à venir la visiter.

Malgré cela, on ne peut pas dire que l'offre proposée aux touristes soit infinie. L'agritourisme s'est certes beaucoup développé mais il a cessé de croître et est aujourd'hui peu original la plupart du temps. Ce ne sont pas les chambres d'hôtes ou les promenades à cheval qui manquent. Cependant, très peu de nouveautés pointent leur nez alors que sans renouvellement, la branche n'aura plus de grand développement.

L'agritourisme a donc besoin de se renouveler. Le grand problème est que beaucoup d'agriculteurs ne savent pas pourquoi l'innovation est si importante ni comment s'y prendre pour innover. C'est pour cette raison qu'un cours pourrait les aider à comprendre la théorie et à l'appliquer à leur exploitation. Les points importants sont repris pour les aider et leur éviter des erreurs fatales. Les exercices vont ensuite les faire réfléchir et mettre en pratique la théorie inculquée durant le cours, le but final étant qu'ils soient capables de créer quelque chose de différent qui pourrait leur apporter plus de réussite et en même temps développer l'agritourisme dans leur région.

Zusammenfassung

Der Agrotourismus ist eine Tourismusart, welche in den vergangenen Jahren stark gewachsen ist. Um sich vom stressigen Alltag zu erholen, haben die Menschen heute vermehrt das Bedürfnis auf dem Land neue Energie zu tanken. Dies ist der Grund, wieso sich die Angebote im Agrotourismus weltweit, schweizweit aber auch in der Region des Gros-de-Vaud zugenommen haben.

Die Region Gros-de-Vaud baut zurzeit ein Tourismusbüro in Echallens auf. Ihr Ziel ist es, die Landwirtschaft und den Agrotourismus der Region erfolgreich zu vermarkten. Dies eröffnet den Landwirten die Chance kompetente Unterstützung und Beratung in ihrer Region zu erhalten. Jedoch bedarf es einer intensiven Zusammenarbeit beider Parteien, um die Region in Zukunft erfolgreich zu vermarkten und neue Touristen zu gewinnen.

Trotzdem kann man nicht sagen, dass die Angebote zahllos sind. Sicherlich ist der heutige Agrotourismus sehr entwickelt, jedoch stagniert das Wachstum und die gebotenen Angebote sind nur wenig originell. Es sind nicht die Gästebetten oder die Ausritte mit Pferden, die in den Angeboten fehlen. Vielmehr fehlen innovative Ideen in der Angebotsgestaltung, denn ohne eine stetige Erneuerung, hat die Branche keine grosse Zukunft.

Es bedarf einer Attraktivitätssteigerung des Agrotourismus. Das grösste Problem dabei ist, dass viel Bauern nicht wissen, wieso Innovationen wichtig sind und wie diese entwickelt werden können.

Ein Kurs könnte ihnen dabei helfen, die Theorie zu verstehen und das Gelernte in ihren Betrieben anzuwenden. Es werden dabei die wichtigsten Punkte behandelt, um ihnen zu helfen, mögliche Fehler zu vermeiden. In den anschliessenden Übungen soll die gelernte Theorie zum Nachdenken anregen und in die Praxis umgesetzt werden. Das Ziel des Kurses ist es, die Teilnehmer auszubilden, damit sie eigenständig Innovationen auszuarbeiten können, welche ihnen mehr Erfolg bringen und den Agrotourismus in der Region stärken.

Table des matières

Résumé.....	2
Zusammenfassung	3
Table des matières.....	4
Répertoire des tableaux et schémas.....	6
Introduction.....	7
1 Présentation de la région du Gros-de-Vaud.....	9
1.1 Un peu d'histoire	9
1.2 Situation et chiffres	9
1.3 L'association de la Région du Gros-de-Vaud	11
1.3.1 Un office de tourisme à Echallens.....	12
2 Le tourisme rural	13
2.1 Définitions de l'agritourisme.....	14
2.2 Le public cible principal et ses attentes	14
2.3 Offres agritouristiques actuelles.....	16
2.3.1 En Suisse	16
2.3.2 Dans le Gros-de-Vaud	17
2.4 Création d'un produit	19
3 Les aides à disposition de l'agritourisme	19
3.1 Aide financière	19
3.2 Agridea.....	20
3.3 Tourisme-rural.ch	21
3.4 Innotour	21
4 Cours théorique	21
4.1 L'innovation dans le tourisme	22
4.1.1 Définition	22
4.1.2 Introduction	22
4.1.3 Créativité / innovation.....	22
4.1.4 Changements d'attente au fil des ans.....	23

4.1.5	<i>Risques et contraintes</i>	24
4.1.6	<i>Innovation pour tout le monde !</i>	25
4.1.6.1	<i>Agrilogie</i>	25
4.1.6.2	<i>Visibilité plus grande</i>	26
4.2	Pourquoi être innovant ?	26
4.2.1	<i>Distancer la concurrence</i>	27
4.2.2	<i>Garder ses clients</i>	27
4.3	Comment être innovant ?	28
4.3.1	<i>Les phases de l'innovation</i>	28
4.3.2	<i>Les questions clés</i>	29
4.3.3	<i>Faire du neuf avec du vieux !</i>	30
4.3.4	<i>Utiliser les atouts de la région</i>	31
4.3.5	<i>Une journée ne compte que 24 heures</i>	33
4.3.6	<i>Améliorer son offre</i>	34
4.3.7	<i>Innovant pour sa propre région</i>	34
4.3.8	<i>Prestations adaptées à un public existant</i>	35
4.3.9	<i>Faire le tri des idées</i>	36
5	Exemple concret	38
5.1	Avantages et inconvénients de mon offre	39
5.2	Collaborer, la meilleure stratégie	40
5.3	Laisser le touriste respirer	41
5.4	Exercices	41
5.4.1	<i>Solutions</i>	43
5.4.2	<i>Explications</i>	45
5.5	Cas pratiques	45
	Conclusion	48
	Bibliographie	50
	Illustrations	52
	Annexe	53
	Déclaration de l'auteur	56

Répertoire des tableaux et schémas

Figure 1	Carte des dix districts du canton de Vaud	10
Figure 2	Carte des communes du Gros-de-Vaud.....	11
Figure 3	Hébergement chez l'agriculteur.....	16
Figure 4	Activités et loisirs agritouristiques	17
Figure 5	Productivité et profitabilité.....	19
Figure 6	Trois questions pour innover	29
Figure 7	Grille d'aide à l'évaluation de nouvelles idées	37

Introduction

Je voulais faire un travail sur le canton de Vaud et j'ai recherché ce qui pouvait être intéressant à développer. J'ai finalement décidé de me baser sur le Gros-de-Vaud, puisqu'une partie de ma famille y habite et que je connais et apprécie cette région.

J'ai pris contact avec Monsieur Mercier qui est en train de mettre sur pied l'office de tourisme du Gros-de-Vaud à Echallens et c'est en discutant avec lui que je suis partie sur l'idée de développer le thème de l'agritourisme. Après avoir analysé les réponses au questionnaire qu'il avait envoyé aux agriculteurs de la région, j'ai réalisé qu'il y avait peu d'originalité dans les offres agritouristiques et ai donc décidé de partir sur l'innovation.

Mon but principal en écrivant ce travail est de faire comprendre aux agriculteurs qu'il ne suffit pas de créer un produit pour qu'il marche. Mais qu'il faut faire preuve d'originalité et de nouveauté pour se distinguer des autres prestataires touristiques. J'aimerais que mon travail aide les paysans grâce à sa théorie et puisse aussi leur donner des idées sur comment procéder et leur donner envie d'innover.

Pour commencer, j'ai recherché des informations sur le Gros-de-Vaud puisque j'y consacre la première partie de mon travail. Je voulais que tout le monde puisse situer la région et comprendre rapidement l'environnement qui l'entoure. Grâce à internet et plusieurs livres, j'ai réuni des informations sur son histoire ainsi que quelques chiffres clés.

Je me suis ensuite basée sur l'agritourisme, puisqu'il est la base de mon travail. Pour ce faire, il fallait déjà que je comprenne précisément ce qu'était cette sorte de tourisme et à quel point elle était présente en Suisse. Puis, quand le décor a été posé, j'ai pu partir sur le thème principal, qui est l'innovation.

Deux questions devaient être analysées : 1. pourquoi l'innovation est-elle importante, 2. comment faire preuve d'innovation. Des réponses devaient ensuite être données. N'étant pas une professionnelle de ce thème, j'ai dû faire beaucoup de recherches. J'ai également reçu l'aide de Monsieur Steiner,

qui donne des cours sur l'innovation dans le tourisme. Avec toutes ces informations, j'ai fait un tri et une marche à suivre avec des points importants dont il faut tenir compte.

Pour aider à la compréhension, j'ai également créé des exercices. Les personnes qui lisent la théorie peuvent alors vérifier leurs connaissances et mieux développer leurs idées. Quatre exercices différents sont à disposition et chacun reprend un thème qui a été traité dans mon travail pour que toutes les informations importantes soient claires.

Je remercie Monsieur Wilk, mon directeur de mémoire, qui m'a aidée à trouver un sujet final et qui, durant toute la durée du travail, est resté attentif aux informations autour de lui qui concernaient mon thème. Je remercie également Monsieur Mercier pour sa disponibilité et sa capacité à me donner les informations souhaitées.

J'espère que mon travail sera utile aux personnes qui désirent se lancer dans l'agritourisme et que les informations qui suivent leur seront profitables.

1 Présentation de la région du Gros-de-Vaud

1.1 Un peu d'histoire¹

En 1476, les territoires d'Echallens, Orbe et Grandson sont adjugés aux villes de Berne et Fribourg. Dès 1536, Echallens et Orbe s'unissent pour former un bailliage mixte, toujours sous la souveraineté des deux villes susmentionnées, qui se partagent le pouvoir. Malheureusement, de nombreux conflits entre catholiques et protestants naissent de cette double souveraineté. Ce n'est qu'à la fin du 19^{ème} siècle que la paix confessionnelle devient une réalité. On peut d'ailleurs l'observer dans les églises d'Assens et de Villars-le-Terroir, où deux chaires (une pour le curé et l'autre pour le pasteur) symbolisent la coexistence des deux religions.

Nous devons la mention attestée « Gros-de-Vaud » à l'historien Louis Vulliemin, qui en 1857 dans son « Manuel du voyageur dans le canton de Vaud » décrit le Gros-de-Vaud comme étant la partie la plus centrale du canton.

1.2 Situation et chiffres²

Le Gros-de-Vaud se situe sur le plateau du canton de Vaud, à l'ouest de la rivière la Venoge, entre les deux villes lacustres de Lausanne et Yverdon. Ses terres sont essentiellement agricoles dont le 45% est cultivé en céréales. Une des meilleures régions à blé de Suisse se trouve dans le Gros-de-Vaud.

Le district du Gros-de-Vaud a été créé le 1^{er} janvier 2008 lors de la réorganisation cantonale. Il est aujourd'hui l'un des dix districts que compte le canton de Vaud et regroupe 53 communes (la commune de Malapalud ayant fusionné avec celle d'Assens le 1^{er} janvier 2009). Son chef-lieu est Echallens.

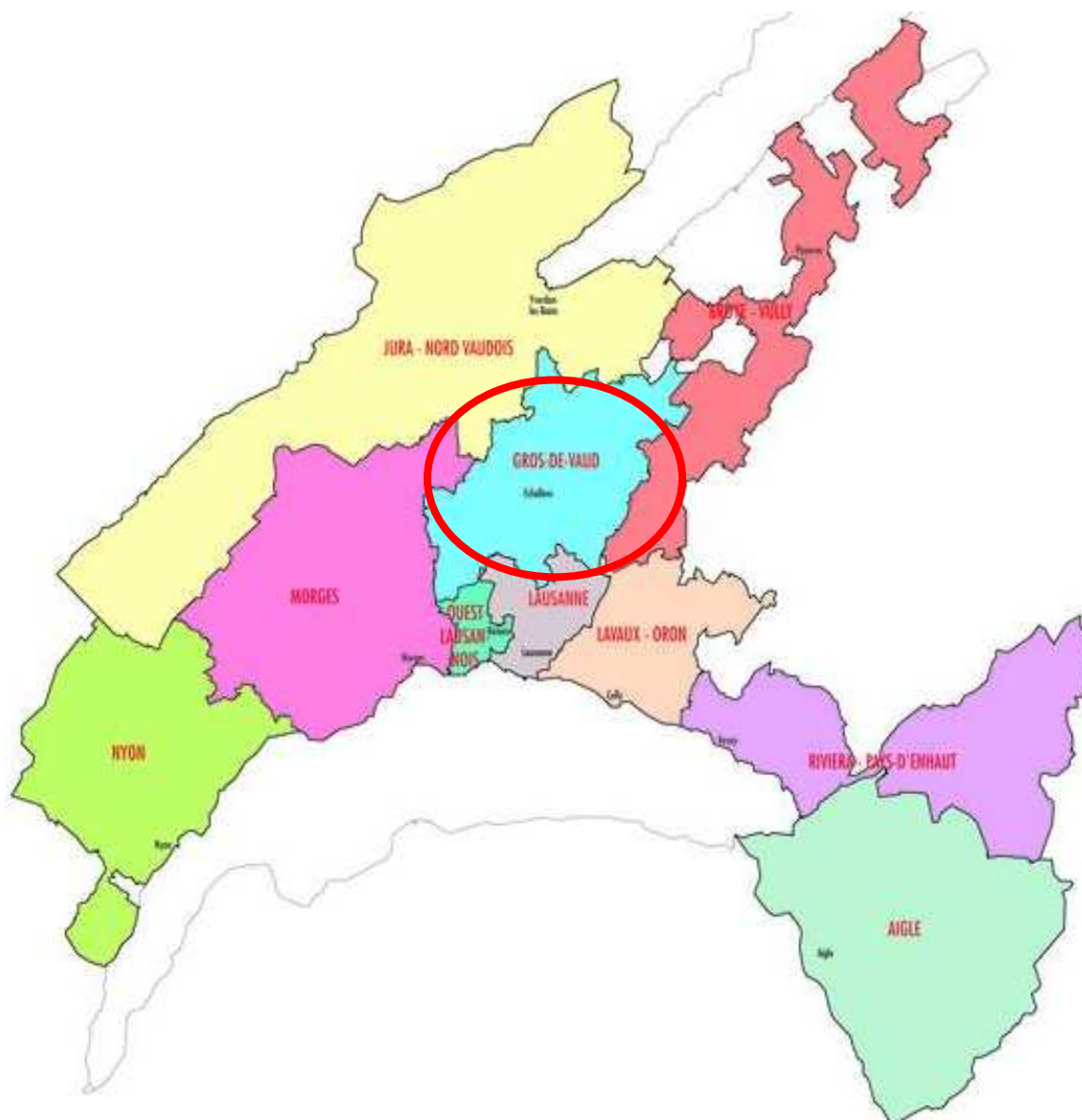
Au 31 décembre 2007, le Gros-de-Vaud comptait 35'036 résidents suisses et étrangers et entre 2008 et 2009, la population a augmenté de 2.7%. La région est donc plutôt en train de s'agrandir, ce qui est une bonne

¹ <http://www.gros-de-vaud.ch>

² <http://www.scris.vd.ch>

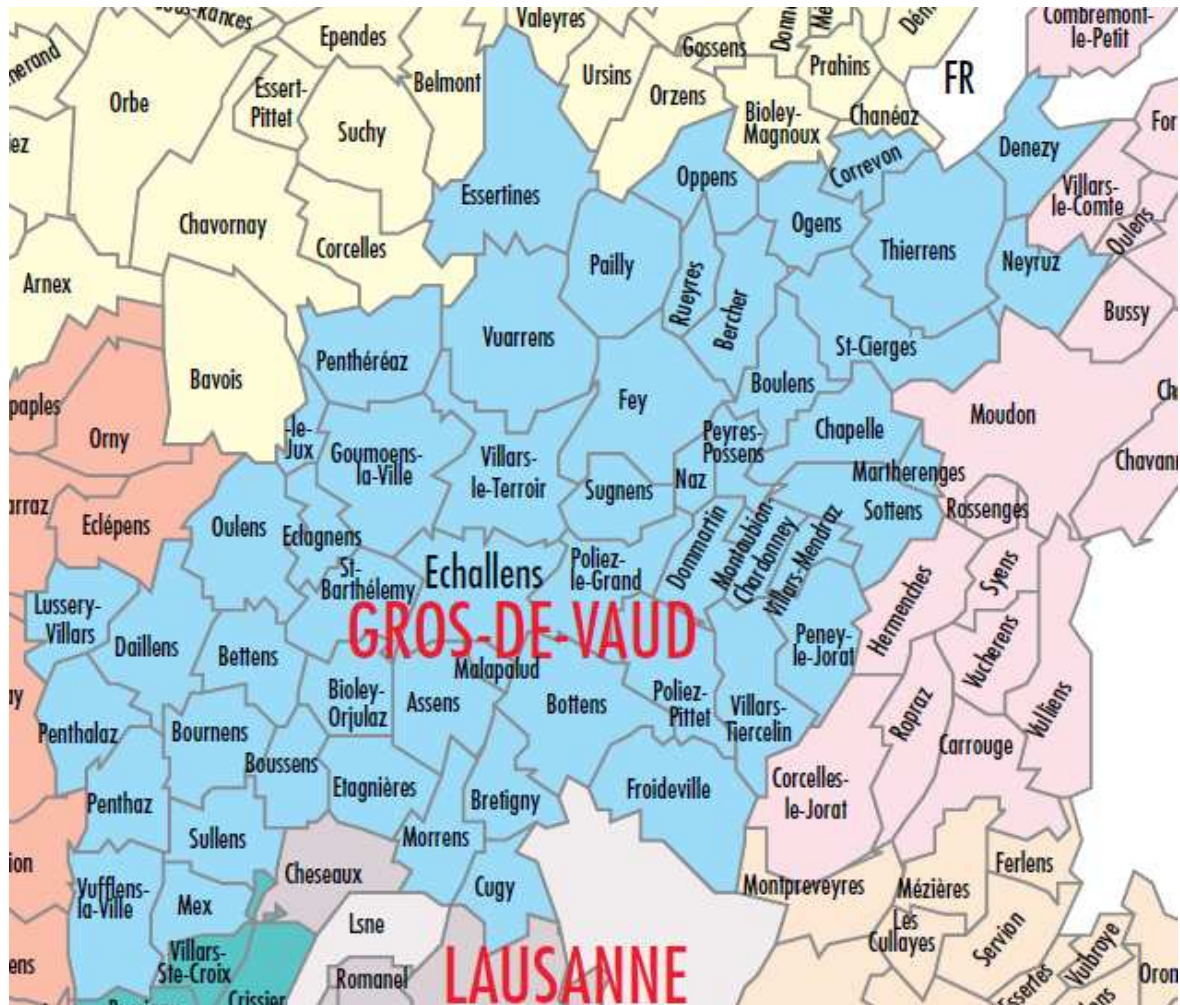
choses pour son économie. Il y a cependant une densité de population raisonnable de 156 habitants par km² en 2008. En comparaison avec Lausanne (2207 hab/km²), nous pouvons voir que le secteur primaire est particulièrement important dans le Gros-de-Vaud, puisqu'il représentait, en 2005, 16.4% du total des emplois dans le district, la plus grande proportion du canton.¹ Le taux de chômage du Gros-de-Vaud s'élève à 3.3%. C'est l'un des districts du canton, avec celui du Lavaux-Oron, à avoir un taux si bas.

Figure 1 Carte des dix districts du canton de Vaud



Source : <http://www.vd.ch>

¹<http://www.vd.ch>

Figure 2 Carte des communes du Gros-de-Vaud

Source : <http://www.vd.ch>

1.3 L'association de la Région du Gros-de-Vaud

Les communes du district et d'autres privés sont membres de l'association du Gros-de-Vaud. Cet organisme de développement régional a pour but principal de renforcer l'identité régionale en développant les activités touristiques, économiques, culturelles et également les infrastructures et les services. Elle reste aussi à disposition des entreprises et habitants du district en cas de besoins et coordonne les actions intercommunales.

En observant le site web de l'association, on peut constater que le tourisme est une part importante des activités de la région. Une grande quantité d'information est mise à disposition des visiteurs, qui seront souvent redirigés sur les sites officiels des activités, lieux touristiques, transports, etc. La promotion du tourisme et plus particulièrement du tourisme rural est très importante pour la région.

1.3.1 Un office de tourisme à Echallens

L'association a mandaté Vincent Mercier pour préparer l'ouverture d'un office de tourisme du Gros-de-Vaud à Echallens pour 2010. Celui-ci s'appellera Echallens Région Tourisme étant donné que le nom « Gros-de-Vaud » ne figure pas sur les cartes géographiques. Le but de l'ouverture d'un



office de tourisme est de positionner le Gros-de-Vaud comme la région rurale du canton et de développer l'agritourisme. Cet office de tourisme sera le lien avec les agriculteurs. Une collaboration a déjà commencé entre eux et l'office de tourisme. L'objectif est de réussir à travailler ensemble pour mieux développer l'agritourisme dans la région. Les agriculteurs recevront ainsi de l'aide avec, par exemple, de nouvelles idées d'activités ou des événements organisés par l'office de tourisme pour promouvoir la région et son tourisme et eux pourront à leur tour proposer de meilleurs produits et services aux touristes.

L'office de tourisme ne peut bien évidemment pas obliger les agriculteurs à développer leurs offres ou même à commencer l'agritourisme dans leur domaine. Cela doit venir d'eux et là encore, ils n'ont peut-être pas envie de collaborer avec l'office de tourisme. C'est pour cela que Vincent Mercier a pris contact avec eux pour savoir quel engouement ils avaient et dans quelle mesure ils pourraient collaborer.

L'ouverture de cet office de tourisme est une excellente chose pour les agriculteurs de la région. Ils auront à disposition une aide précieuse au cas où ils auraient besoin de conseils ou d'aide pour le développement d'offres agritouristiques. Ils pourront compter sur cette nouvelle infrastructure pour également faire la promotion du Gros-de-Vaud, ce qui pourra amener plus de visiteurs à l'avenir. Ils bénéficieront donc d'un plus qui ne leur coûtera rien ou seulement leur collaboration.

2 Le tourisme rural

On voit apparaître réellement le tourisme rural dans la moitié du 20^{ème} siècle en Europe. En Suisse, il ne sera reconnu que vers la fin des années septante et une fédération du tourisme rural sera créée au début des années huitante.

« Le tourisme rural comprend l'idée d'un accueil personnalisé et d'un échange avec les populations rurales. Il s'agit d'un tourisme voulu et maîtrisé par les gens du pays qui doit profiter essentiellement à l'économie locale. »¹

La notion de tourisme rural est très vaste et englobe diverses formes de tourisme, tel que l'agritourisme, l'oénotourisme, l'écotourisme, etc. Pour ce travail, je vais donc me baser principalement sur l'agritourisme.

¹ Nicod Pascale, Organisation et financement du tourisme rural : quel moyen pour la Suisse ?, Lausanne : SRVA, 1999

2.1 Définitions de l'agritourisme

« Ensemble des activités développées à l'intention des touristes dans les exploitations agricoles. »¹

« L'agritourisme regroupe les offres touristiques dans l'espace rural assurées par les exploitations agricoles reconnues selon la législation. Ces exploitations offrent des prestations liées à leurs activités ainsi que la découverte d'un savoir faire et des produits de qualité.

Séjours, Saveurs et Découvertes sont les trois piliers de l'agritourisme qui se caractérisent par les particularités suivantes:

- Un cadre authentique en harmonie avec la nature et les valeurs traditionnelles
- Des contacts humains personnels et conviviaux
- Des produits typiques et une gastronomie régionale
- Un accueil et des prestations de qualité. »²

L'agritourisme doit donc obligatoirement offrir des prestations (hébergement, activités, etc.) en lien avec l'exploitation agricole. C'est une opportunité de développement pour les agriculteurs qui auraient besoin d'un revenu supplémentaire.

2.2 Le public cible principal et ses attentes

Le principal public cible des séjours agritouristiques sont les familles avec enfants. Celles-ci associent ces séjours à la ferme avec les animaux, la détente et la nature. Cette forme de tourisme est également souvent bon marché et entre donc dans le budget des familles.

Les amateurs d'agritourisme aiment la campagne et le dépaysement mais, comme tout le monde, ils ont des attentes précises lors de leurs séjours. Ils ne veulent pas se contenter d'un banal séjour à la ferme mais veulent

¹ Définition du Petit Larousse Illustré 2007

² Définition d'Agrivalais <http://www.agrivalais.ch>

expérimenter de nouvelles choses et en garder de bons souvenirs. L'accueil de la famille paysanne est aussi très important. Il sera également une raison de renouvellement du séjour si les personnes se sentent comme chez eux et ont du plaisir à partager des moments avec les agriculteurs.

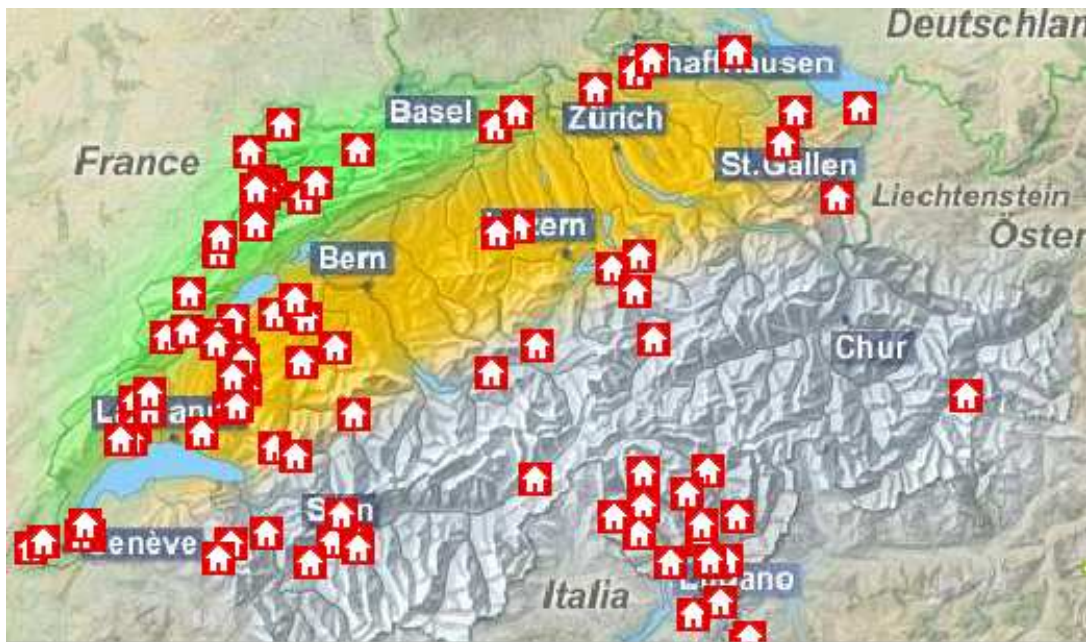
Aujourd'hui, personne ne part en vacances sans espérer quelque chose et se réjouir de le vivre. Avant, les visiteurs se contentaient du bon air de la campagne, se reposaient et faisaient des balades. Mais tout cela n'est aujourd'hui plus suffisant ! Que ce soit dans l'agritourisme ou dans le tourisme de masse, les gens payent et attendent en retour des prestations de qualité et d'intérêt. Ils aiment aller se balader mais veulent que leur promenade ait un but qui peut être soit d'apprendre quelque chose ou simplement de se divertir. Car, dans le cas contraire, ils rentreront déçus de leur séjour, ne reviendront pas dans cet endroit et au pire, feront de la mauvaise publicité autour d'eux. C'est pour cette raison qu'il faut absolument se renouveler en tant que prestataires de services car il en va de la rentabilité des infrastructures mises en place.

2.3 Offres agritouristiques actuelles

2.3.1 En Suisse

Un grand choix d'hébergements et de loisirs est proposé dans tout le pays. Cependant, l'agritourisme est plus présent dans certains endroits que dans d'autres. Je me suis basée sur le site de l'association www.tourisme-rural.ch pour observer où se trouvent les zones les plus agritouristiques.

Figure 3 Hébergement chez l'agriculteur



On peut voir que dans certains cantons, seulement peu ou pas d'agriculteurs proposent un hébergement à la ferme, comme dans les Grisons ou au centre de la Suisse. En Romandie, chaque canton propose plusieurs offres aux touristes intéressés. Ce n'est évidemment pas exhaustif car seuls les membres de l'association figurent sur le site. Mais cela nous donne une bonne idée des endroits où l'agritourisme est le plus présent. Il faut cependant être conscient que, pour qu'il y ait agritourisme, il doit y avoir des zones rurales avec des exploitations agricoles. Il est donc normal qu'il y ait peu d'activités agritouristiques dans les zones citadines ou dans les zones de montagnes.

Figure 4 Activités et loisirs agritouristiques

Malgré l'icône qui représente un cheval, ce ne sont pas les endroits hippiques qui sont visibles sur la carte mais bien les différentes possibilités de loisirs. En Suisse, les activités et loisirs agritouristiques sont moins nombreux et moins étalés que l'hébergement. On en trouve quasiment uniquement en Suisse Romande et au Tessin, là où le plus grand nombre d'hébergement se trouvait sur la carte précédente. Mais encore une fois, cette carte n'est pas exhaustive. Il existe certainement encore d'autres offres agritouristiques en Suisse mais la diversité ne s'élargira pas pour autant. On trouve énormément de similitudes et malheureusement peu de prestataires agritouristiques qui se démarquent avec leur produit ou leur manière de présenter les choses.

2.3.2 Dans le Gros-de-Vaud

Monsieur Mercier, qui s'occupe de l'ouverture d'Echallens Région Tourisme, a envoyé un questionnaire à environ 500 agriculteurs du Gros-de-Vaud pour se renseigner sur leurs activités hors exploitation agricole et pour savoir s'ils souhaitaient développer l'agritourisme si cela n'était pas déjà fait. Une septantaine de personnes ont répondu à toutes ou à seulement certaines questions et quasiment la totalité des personnes ont répondu oui à la question « est-ce utile que l'office de tourisme fasse de la promotion pour l'agritourisme ? ». Nous pouvons donc constater que les paysans du Gros-de-Vaud qui sont intéressés par l'agritourisme voient d'un bon œil le fait que l'OT les aide à promouvoir cette forme de tourisme. Ils sont souvent motivés à développer de nouvelles offres mais n'ont personne pour les soutenir ou les

conseiller dans leur entourage. Ils peuvent évidemment demander de l'aide aux associations ou sociétés mises en place pour cela, mais ce n'est pas pareil. Avec un office de tourisme proche des exploitations, il est plus facile d'entretenir des contacts. Et étant donné que le but premier de cet OT est de promouvoir l'agritourisme dans cette partie du canton de Vaud, plus de temps et d'attention seront accordés aux agriculteurs intéressés. C'est le début d'une collaboration profitable aux deux parties.

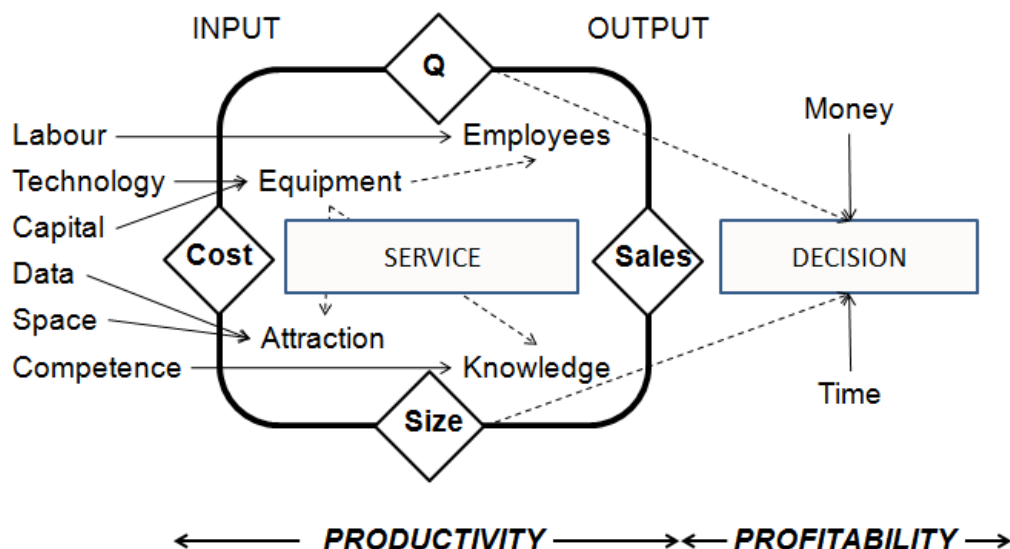
Dans les réponses du questionnaire, quatre agriculteurs écrivent qu'ils proposent déjà un hébergement pour les touristes. Leurs offres sont plutôt banales puisqu'ils proposent des chambres d'hôtes, bed&breakfast ou dortoirs. Deux autres agriculteurs offrent de dormir sur la paille et un troisième de dormir dans un tipi. Ce sont les seules propositions relativement originales qui existent jusqu'à maintenant. Elles ne sont pas non plus exceptionnelles puisque cette sorte d'hébergement existe depuis déjà plusieurs années. Cela ne peut donc plus être considéré comme de l'innovation.

En ce qui concerne les diverses activités proposées aux touristes, on trouve des agriculteurs qui font visiter leur domaine aux écoles, des dégustations, ventes ou fabrication de produits du terroir et des balades avec des animaux (ânes, chevaux, etc). C'est certes un bon début mais hélas, ce genre d'activités peut être retrouvé n'importe où en Suisse ou même ailleurs. Elles ne constituent donc pas un atout spécial pour la région.

Il n'y a donc que peu d'offres agritouristiques, tant pour l'hébergement que pour les loisirs, dans le Gros-de-Vaud. Le grand problème est que ces offres ne sont pas attractives. Beaucoup d'agriculteurs offrent les mêmes prestations et n'ont rien de plus à offrir que les autres. Ils ne se démarquent pas de leurs concurrents et ne donnent donc pas de raison aux visiteurs d'aller chez eux plutôt qu'ailleurs. Et si rien n'attire l'attention du public, l'agriculteur doit au simple hasard le fait que les touristes viennent chez lui et le hasard ne fait pas bon ménage avec la rentabilité des infrastructures mises en place pour l'agritourisme.

2.4 Création d'un produit

Figure 5 Productivité et profitabilité



Le schéma ci-dessus montre tout ce qui entre en compte dans l'élaboration d'un produit ou service et ce qui en découle. Evidemment, il y a beaucoup de facteurs qui agissent sur la productivité, tel que les compétences, le capital, la modernité des équipements, etc. On peut plus ou moins contrôler ces éléments mais ce n'est que le début du processus et malheureusement, on ne peut pas tout gérer. Dès que le produit ou service arrive sur le marché, c'est le public qui décide de son avenir. Il faut donc être sûr d'avoir pensé à tout et de ne pas avoir fait d'erreur fatale car le public ne pardonne pas. Ensuite, le produit rapportera peut-être de l'argent mais il aura de toute façon coûté du temps et du capital.

3 Les aides à disposition de l'agritourisme

3.1 Aide financière¹

L'office de crédit agricole met à disposition un prêt qui est destiné à la création ou à la transformation de logements pour le tourisme rural. Dans ce cas-là, il n'est pas nécessaire que le logement se trouve directement chez l'agriculteur mais c'est évidemment une possibilité.

¹ <http://www.prometerre.ch>

L'argent est prêté avec un taux de 0% mais sous certaines conditions :

- Pas d'intervention conjointe avec les prêts à la création et à l'amélioration de logements en milieu rural
- La charge financière après l'investissement doit être supportable
- Garantie réelle (hypothèque légale) exigée
- Le prêt ne doit pas dépasser les 50% des coûts admis
- Le prêt doit être amortissable en pratique sur 16 ans
- Le logement doit être destiné au tourisme rural minimum 4 mois par année

3.2 Agridea

En Suisse, il y a plusieurs possibilités de recevoir des conseils ou de se former. La Confédération et les cantons travaillent en étroite collaboration avec diverses organisations et associations pour soutenir le tourisme rural en Suisse.

Agridea est gérée par l'Association suisse pour le développement de l'agriculture et de l'espace rural et bénéficie du soutien financier de la Confédération et de ses membres. Elle soutient l'espace rural en apportant les connaissances, les outils et les compétences nécessaires pour améliorer la vie et le travail des agriculteurs et les personnes du monde rural. Agridea est surtout basé sur l'agriculture mais, de plus en plus de demandes arrivent pour de l'aide au développement de l'espace rural, que ce soit pour les régions alpestres ou pour le tourisme rural. Ils ont donc dû s'adapter et coordonner les formations pour le tourisme rural au niveau national. Un des points de la formation mise en place est « les produits novateurs ». L'innovation prend petit à petit une place dans le développement du tourisme rural mais ce n'est pas gagné.

3.3 Tourisme-rural.ch

L'association tourisme-rural.ch aide à regrouper les forces du tourisme rural en Suisse puisqu'elle regroupe sur son site des personnes qui proposent de l'hébergement, des activités ou de la restauration. Le but est que toutes les offres concernant le tourisme rural dans notre pays soient centralisées sur ce site. Les personnes intéressées à mettre leur offre sur le site doivent devenir membre et payer une cotisation de 100 CHF par année (150 CHF la 1^{ère} année). Le prix est vraiment peu élevé si l'on considère que la personne n'a plus rien à faire et que la promotion de son offre se fait sur le site durant douze mois.

3.4 Innotour

Innotour est un instrument de la Confédération qui encourage et promeut l'innovation dans le tourisme suisse. Les demandes d'aide financière doivent être soumises aux autorités fédérales et plus précisément au Secrétariat d'Etat à l'économie (SECO). La priorité est donnée aux projets d'innovation et de coopération pour que cela soit également profitable au tourisme suisse. De nombreuses autres exigences juridiques doivent être remplies pour avoir une chance de recevoir cette aide. Il y a également des critères de sélection qui, s'ils sont remplis, aideront à apprécier les projets. Des directives financières selon la loi sur les subventions et l'ordonnance doivent être appliquées par le demandeur si son projet est choisi. Par exemple, un décompte intermédiaire annuel et un décompte final lorsque les travaux sont terminés doivent être présentés au SECO.

4 Cours théorique

Ce qui suit est un cours sur l'innovation dans l'agritourisme. Il n'est pas toujours évident de savoir pourquoi ni comment innover. C'est pour cela que j'ai décidé de créer un document avec de la théorie et des points importants à ne pas oublier lorsque l'on crée un nouveau produit. J'ai rassemblé ce qui me semblait utile à l'élaboration d'une offre et ce à quoi il fallait faire attention pour ne pas tomber dans les pièges habituels.

4.1 L'innovation dans le tourisme

4.1.1 Définition¹

Innovation : « Action d'innover, d'inventer, de créer qqch de nouveau. »

Innover : « Introduire qqch de nouveau dans un domaine particulier. »

L'innovation est originale car son succès n'est pas assuré.

4.1.2 Introduction

Lorsqu'une personne revient de vacances, elle garde des souvenirs en mémoire pendant un certain temps. Si cette personne a encore des rêves de voyages et de découvertes quand elle rentre chez elle, le tourisme a alors un avenir. Cette personne repartira dès qu'elle en aura l'occasion car son envie d'évasion sera la plus forte. Par contre, si ses souvenirs de vacances prennent le dessus sur ses rêves et qu'elle n'attend plus rien de nouveau de ses séjours, ce sera la fin. Si plus personne ne se réjouissait de partir en vacances, alors ce serait la mort du tourisme.

C'est là que l'innovation entre en jeu. Si l'on ajoute l'innovation au tourisme, le rêve persiste car il y aura toujours quelque chose de nouveau à découvrir et l'envie de repartir sera continuellement présente. L'innovation aide donc à maintenir le rêve après les vacances car les rêves d'aujourd'hui sont la réalité de demain. Il est donc plus que nécessaire de continuer à innover.

4.1.3 Créativité / innovation

La créativité est essentielle pour développer l'innovation dans un domaine. Il faut bien que les idées naissent d'abord avant de pouvoir les exploiter. Cependant, la créativité à elle seule n'a rien à voir avec l'innovation car avoir des idées ne suffit pas. On peut inventer une quantité de nouvelles choses qui sont extrêmement intéressantes et auraient probablement un succès énorme mais tant qu'on ne les met pas en pratique, l'innovation n'existe pas.

¹ Définition du Petit Larousse Illustré 2007

L'innovation a donc besoin de personnes qui imaginent, inventent et créent de nouvelles choses mais il faut ensuite qu'un processus s'enclenche pour les concrétiser et pouvoir ensuite les commercialiser. Une valeur ajoutée pour l'entreprise et également pour le consommateur doit être générée, ce qui signifie qu'une valeur économique en plus doit être créée. La valeur ajoutée est ce qui ressort d'une action spécifique lorsque l'on en a déduit les investissements effectués. L'entreprise devrait à long terme observer par exemple une optimisation au niveau de la production, et le consommateur devrait être prêt à consommer plus ou à payer plus cher.

4.1.4 Changements d'attente au fil des ans

Au fil du temps, notre environnement évolue et nous connaissons et comprenons de plus en plus de choses. Nous voulons donc évidemment que les services et produits qui nous sont offerts évoluent parallèlement. Il est normal que, dans le tourisme, la même règle s'applique. Avec internet par exemple, les touristes sont au courant de ce qui est proposé, des nouveautés qui sortent à l'autre bout du monde, des rapports qualité/prix. Non seulement le touriste ne peut plus être trompé aussi facilement, mais il peut également utiliser ses meilleures connaissances pour exiger mieux. Les prestataires du tourisme doivent donc s'adapter et se battre pour se faire une place au soleil. Pour cela, ils doivent sans cesse se renouveler tout en gardant en tête les attentes et les besoins du public qu'ils veulent toucher.

Aujourd'hui, il n'est pratiquement plus possible de laisser les touristes sans les seconder. Lorsque ceux-ci arrivent dans un endroit inconnu, ils aimeraient recevoir des conseils, se faire proposer des idées d'activités et d'hébergement et qu'on les accompagne en quelque sorte durant leur séjour. Ils préfèrent recevoir les informations sur un plateau plutôt que de devoir perdre du temps à les chercher, car pendant ce temps-là, ils ne profitent pas de leurs vacances. Voilà pourquoi il faut être préparé et penser à ce que pourraient demander les touristes pour ne pas être pris de court et faire mauvaise impression.

4.1.5 Risques et contraintes

Lorsque l'on innove dans un secteur, on prend un grand risque puisque personne ne l'a fait auparavant. Il n'y a aucune assurance que cela fonctionne et ait du succès par la suite. Il faut y aller au flair et aimer le goût du risque car cela peut rapporter gros mais également mal tourner. C'est un peu comme jouer à la bourse à l'exception que l'on peut agir sur la promotion d'un nouveau produit et essayer d'améliorer les choses en cours de route. Il faut donc avoir du courage pour lancer un nouveau produit sur un marché. Il faut avoir confiance en son succès et pour cela, il faut bien évidemment avoir analysé toutes les possibilités et être plus ou moins sûr de son coup.

Cependant, ne pas innover est également risqué pour la survie d'une entreprise ou, dans le cas de l'agritourisme, d'une exploitation. On ne peut pas évoluer et accroître son succès et donc ses rentrées d'argent sans changer les choses qui ne fonctionnent pas, sans améliorer les offres proposées et sans créer de nouveaux produits. C'est une logique qui est obligatoire et si on ne veut pas la suivre, il est peu probable que l'entreprise croisse correctement. Elle sera simplement sur le marché, à essayer de garder la tête hors de l'eau.

L'innovation est malheureusement facile à copier. Une personne crée un produit nouveau sur le marché, elle est fière de celui-ci car il commence à se faire connaître et à avoir du succès. Du jour au lendemain, elle doit faire face à la concurrence qui a décidé d'utiliser la même idée. C'est la loi de la jungle et personne n'y peut rien. C'est pour cette raison qu'il faut toujours être à la recherche de nouvelles choses, même si c'est peut-être plus facile de copier ce qui a déjà été fait. Mais en faisant ça, on n'a pas la satisfaction d'avoir contribué à rendre l'agritourisme plus attrayant et d'avoir accompli quelque chose de nouveau.

Il ne faut pas s'attendre à ce qu'un nouveau produit ait du succès du jour au lendemain et que les gens se précipitent pour le voir. Il faut être patient et ne pas être pressé de récupérer l'argent investi car cela va prendre plus ou moins de temps. Toutefois, faire de la publicité ou simplement en parler autour de soi peut accélérer le processus. Tout est bon pour se faire connaître.

4.1.6 Innovation pour tout le monde !

Il n'y a cependant pas que les agriculteurs qui doivent faire preuve d'innovation. L'agritourisme est freiné par un certains nombres de contraintes qui pourraient être améliorées pour faciliter la mise en place d'infrastructures. Entre autres, la promotion et la formation devraient être plus développées pour mieux soutenir l'agritourisme du canton de Vaud.

4.1.6.1 Agrilogie

Dans le canton de Vaud, il y a deux écoles d'agriculture Agrilogie, une à Moudon et l'autre à Morges. Je pensais que l'agritourisme serait sans aucun doute assimilé au programme annuel des cours mais j'ai été surprise de constater que ce n'était pas le cas. Un cours par année, organisé par une personne externe, est proposé aux intéressés et si trop peu de personnes s'inscrivent, il peut même être supprimé.

Certes, faire de l'agritourisme n'est pas le premier métier de l'agriculteur mais aujourd'hui, il est de plus en plus important d'être formé pour plusieurs alternatives. Le revenu des agriculteurs n'a pas évolué aussi rapidement que le coût de la vie et il peut être difficile de survivre pour certains d'entre eux. Ils ont donc la possibilité d'obtenir un gain supplémentaire sans devoir renoncer à leur exploitation en contrepartie. Alors pourquoi ne pas les informer un peu plus sur les possibilités qui s'offrent à eux et les former un minimum pour saisir les occasions à venir.

Il est nécessaire d'incérer au programme un cours qui porte sur l'agritourisme. Il faut que les futurs agriculteurs et agricultrices puissent découvrir les aspects de l'agritourisme, ce que cela pourrait leur apporter, en plus d'un apport financier, ainsi que les offres déjà existantes sur le marché. Ils pourraient alors avoir une vue d'ensemble et être au courant, au cas où ils voudraient tenter l'expérience un jour.

Il ne faut pas oublier que l'agritourisme peut être la porte de secours à l'agriculture. Si un agriculteur ne gagne plus assez bien sa vie, il peut décider de tout arrêter et partir travailler dans un autre secteur. Avec l'agritourisme, il n'est plus obligé de tout abandonner mais peut développer d'autres offres qui compléteront son revenu.

4.1.6.2 Visibilité plus grande

De gros progrès sont encore à faire dans le canton de Vaud en matière de promotion de l'agritourisme. Il n'y a pas de site web qui répertorie tous les hébergements et activités de la région et même si au niveau national, l'association tourisme-rural.ch s'en charge, ce n'est pas suffisant. Si on prend le Valais comme référence, on peut voir que le développement de l'agritourisme est un sujet d'actualité et des actions concrètes sont effectuées. Par exemple, dès la fin du mois de juin, un site internet sera entièrement consacré à l'agritourisme et à sa promotion. Sur le site www.valais-terroir.ch, on pourra notamment trouver une présentation des prestataires agritouristiques locaux, un agenda des manifestations ainsi que les produits du terroir de saison. Le site d'Agrivalais met également en avant l'agritourisme, en plus de l'agriculture du canton. Il y a donc de grands progrès qui sont faits. Le canton de Vaud devrait prendre exemple sur le Valais car aujourd'hui, il n'est pas facile de trouver quelles prestations sont offertes dans le canton. Pour le Gros-de-Vaud, avec la mise en place du nouvel office de tourisme à Echallens, une amélioration de la promotion et du développement de l'agritourisme a déjà commencé. C'est sur cette voie qu'il faudrait que tous les districts s'engagent, car, même si les personnes concernées sont en concurrence, il en va de la survie de chacun de commencer à collaborer.

4.2 Pourquoi être innovant ?

Jusqu'à présent, nous avons principalement parlé de l'élaboration de l'offre car il est clair qu'il faut d'abord penser aux critères exposés ci-dessus avant même d'envisager d'être novateur. Puis, lorsque les idées viennent, il faut essayer de les améliorer, de penser plus loin, d'aller là où personne ou seulement peu de monde est allé. Voilà la clé du succès. Par contre, il est nécessaire de garder à l'esprit la faisabilité du projet car c'est bien beau de rêver, mais si l'on ne peut rien faire de concret avec ce rêve, ce n'est pas de l'innovation.

Il est donc nécessaire de réfléchir à quelque chose d'innovant et qui soit toujours destiné au public cible, qui puisse être réalisable mais peu coûteux pour que son prix reste dans le budget d'une famille mais qui soit tout de même rentable pour l'agriculteur.

4.2.1 Distancer la concurrence

La première réponse qui me vient à l'esprit à la question « pourquoi être innovant dans l'agritourisme ? » est pour être différent de son voisin. Mais pourquoi devoir être différent de son voisin ? A l'heure actuelle, la concurrence est rude dans tous les secteurs. Il faut sans cesse s'améliorer pour attirer les clients. Pour les agriculteurs, le problème n'est pas de se faire licencier, puisqu'ils sont généralement indépendants mais plutôt celui de perdre ou de gagner de l'argent. Ils dirigent leur propre entreprise et ne peuvent compter que sur eux-mêmes pour qu'elle soit rentable. C'est pour cette raison que l'innovation est des plus importantes dans l'agritourisme.

De nos jours, les gens ont énormément de choix lorsqu'ils décident de partir en vacances. Ils choisissent tout d'abord quel genre de vacances ils veulent faire : séjour balnéaire, à la montagne, à la campagne, etc. Si par chance, ils décident d'aller explorer la campagne, tout n'est pas encore gagné puisqu'il y a une quantité d'offres différentes qui feront envie ou pas aux personnes en question. Le but est donc de se différencier de cette masse d'offres pour que les touristes nous remarquent rapidement et soient tout de suite charmés par ce que nous proposons. Il faut être les premiers à offrir tel hébergement ou telle activité afin que les gens se précipitent pour vivre une expérience unique. Il n'est pas concevable d'attendre les clients assis sur une chaise, avec des offres qui sont identiques depuis 10 ans et de se demander pourquoi personne ne s'y intéresse.

4.2.2 Garder ses clients

Un client qui a apprécié son séjour à la campagne reviendra sûrement. Seulement, si, la seconde fois, il a moins de plaisir et/ou que l'offre s'est détériorée, il cherchera un autre lieu de vacances pour la fois suivante. C'est ce qu'il faut essayer d'éviter. Un client qui est reparti conquis est quasiment acquis et il y a bien des chances pour qu'il revienne. Il est nécessaire de penser aux clients fidèles, car ce sont eux les plus importants. Il faut faire attention de ne pas les perdre, car il est plus facile de garder un client que d'en chercher des nouveaux. Le client doit donc trouver de la diversité à chaque passage car s'il vient souvent, il finira par se lasser et ne reviendra plus.

L'accueil est des plus importants pour le visiteur. Il aime se sentir attendu et entretenir de bonnes relations avec ses hôtes. Le contact humain est primordial car c'est ce que le client recherche. Il faut d'une part qu'il sente qu'il est le bienvenu et d'autre part qu'il ait envie d'étendre des relations cordiales, à des relations plus chaleureuses. En devenant plus que de simples étrangers, l'envie de revenir passer quelques jours à la ferme peut devenir plus évidente.

4.3 Comment être innovant ?

Pour être capable d'innover, il faut déjà avoir de l'imagination et ne pas se restreindre à ce qui est « normal ». En effet, certaines fois, les choses qui paraissent irréalisables au premier abord peuvent être concrétisées plus facilement qu'on ne le croit. Il faut donc éviter de se mettre des barrières et imaginer plus loin, sortir de son environnement habituel et laisser les idées affluer. On doit cependant penser à une ligne à suivre et ne pas partir dans tous les sens. Il faut par exemple savoir si ce que l'on recherche est une activité et dans quel domaine est-ce qu'on aimerait innover, ou si c'est un hébergement insolite qu'on aimerait inventer. Tout est possible mais si l'on sait dans quel sens on veut partir, on aura moins de chance de se perdre et de n'arriver à rien.

Si les idées ont de la peine à venir, il est souvent utile de sortir de son milieu quotidien, de se balader en laissant libre cours à son imagination, de visiter des fermes qui proposent également de l'agritourisme pour voir de nouvelles choses. Sans pour autant les copier, elles pourraient être le déclic recherché. Il faut essayer de ne pas trop se focaliser là-dessus et les idées viendront d'elles-mêmes.

4.3.1 Les phases de l'innovation

Trouver une idée : le premier pas de l'innovation est évidemment la recherche d'une idée différente, qui pourrait correspondre à un manque ou à un besoin

Adapter cette idée : ensuite, il est nécessaire de l'adapter à l'environnement dans lequel elle va être plongée pour qu'elle trouve un public intéressé.

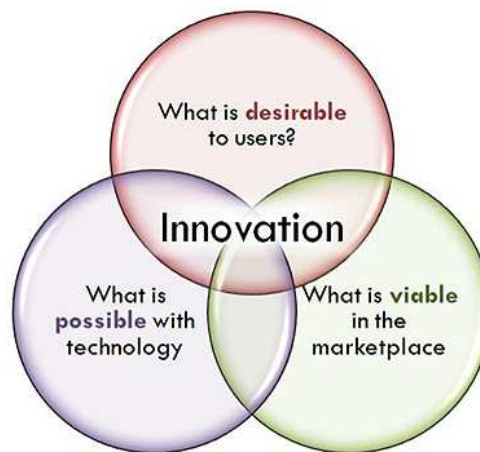
Attirer un public : il faut savoir à qui ce nouveau produit est destiné et faire ce qu'il faut pour attirer ce public, pour qu'il soit au courant de l'arrivée de ce produit.

Structurer le produit : le nouveau produit va être mis en place, tout doit être pensé pour que rien ne ralentisse son succès.

Mettre à exécution l'idée : c'est la dernière phase, celle où le produit va être mis sur le marché.

4.3.2 Les questions clés

Figure 6 Trois questions pour innover



Il y a tout d'abord trois questions principales qui sont importantes lorsque l'on est à la recherche d'innovation et auxquelles il faut se tenir, sous peine de créer un produit voué à l'échec.

Qu'est-ce que mon public désire ?

Qu'est-ce qu'il est possible de créer avec la technologie d'aujourd'hui ?

Qu'est-ce qui peut être viable sur ce marché ?

Ces questions sont la source de toutes recherches, même si ensuite, il faut approfondir les sujets. Il faut savoir ce que le public veut, ne pas inventer un produit qui ne survivrait pas à la concurrence et essayer de créer quelque chose qui soit réalisable avec ce que l'on a à disposition aujourd'hui. Mais l'équilibre entre les trois questions peut être différent d'un produit à l'autre.

Dans l'agritourisme, le côté technologique n'est pas obligatoirement présent lors de l'élaboration de l'offre. Il peut par contre être d'une grande aide pour la promotion, avec internet. Il a un effet indirect mais tout de même important.

Tout le monde est capable d'innover, il faut seulement savoir réfléchir et surtout se poser les bonnes questions. Si l'on veut par exemple trouver une forme d'hébergement qui soit totalement innovante, il faudrait tout d'abord penser aux formes habituelles d'hébergement et se demander :

- Pourquoi utilise-t-on cette forme d'hébergement ?
- Quelles sont les possibilités qui pourraient l'améliorer ?
- Comment cette forme d'hébergement pourrait-elle être plus attrayante et moins conventionnelle ?

Il y a deux possibilités : soit on améliore quelque chose qui existe déjà en le mettant sous un jour nouveau, soit on invente totalement quelque chose, ce qui est plus difficile mais néanmoins loin d'être impossible. Dans les deux cas, on peut s'aider de ces questions pour trouver des idées et dans les deux cas, les chances de réussite sont égales au départ.

Les mêmes questions peuvent être posées en ce qui concerne des activités existantes. Il est même plus facile de les rendre plus originales qu'elles ne le sont. Un hébergement est souvent moins modulable. Ce n'est cependant pas impossible de le rendre plus attractif mais la plupart du temps, les nouvelles offres que l'on peut voir proposent des hébergements totalement novateurs, sans grande relation avec ce qui existe déjà. Dans tous les cas, aucune barrière ne retient l'imagination de quiconque et avec beaucoup de volonté et un minimum de moyen tout est possible.

4.3.3 Faire du neuf avec du vieux !

Contrairement aux autres formes de tourisme, l'agritourisme peut se baser sur de l'ancien pour faire du nouveau. La campagne fait penser à l'ancien temps, quand les gens travaillaient dans les champs sans machine, aux repas rustiques qui étaient préparés et qui, aujourd'hui, ne se voient plus dans les villes et peu dans les campagnes. Passer un séjour à la campagne est une sorte de nostalgie du passé. Les parents veulent faire découvrir cette

époque à leurs enfants qui ne l'ont jamais connue, les personnes plus âgées aiment retrouver leur enfance lorsqu'ils habitaient encore dans une ferme. Dans l'agritourisme, les prestataires touristiques peuvent également jouer de cela. Il n'est pas toujours nécessaire de dépenser beaucoup pour faire des choses impressionnantes. Innovation ne veut pas forcément dire que tout doit être nouveau. Il faut simplement trouver comment innover avec d'anciennes choses et comment les rendre attractives alors qu'auparavant, elles étaient simplement utiles.

Une partie d'un champ de blé pourrait par exemple être laissée pour les touristes et ceux-ci auraient la possibilité de le faucher de la même manière qu'au début du 20^{ème} siècle. Ce serait une expérience intéressante et peu commune pour découvrir l'histoire de l'agriculture. Il y aurait certainement des adeptes impatients de voir comment leurs grands-parents ou leurs arrière-grands-parents travaillaient.



Il ne faut pas oublier que le côté sentimental des touristes a une très grande influence. Les gens aiment beaucoup vivre des choses qui leur tiennent à cœur ou qui leur rappellent des souvenirs. Ils se laissent souvent plus aller lorsque leurs sentiments sont en jeu et ont plus de plaisir. Ils aiment revivre des expériences qu'ils n'avaient pas connues depuis des années. Cela les touchera beaucoup plus si leurs facteurs émotionnels sont mis à contribution et celui qui les aura aidés à réitérer ces moments privilégiés changera tout de suite de statut. Il sera dans ce cas-là beaucoup plus facile pour le prestataire d'attendre de la bonne publicité en retour.

4.3.4 Utiliser les atouts de la région

Pour être innovant, il faut savoir ce qui pourrait fonctionner ou pas. La meilleure chance de réussir est d'utiliser les choses qui sont à disposition dans les alentours tout en restant dans l'ambiance. Le Gros-de-Vaud a beaucoup d'activités à proposer en ce qui concerne le tourisme rural, la culture campagnarde, les fêtes traditionnelles, etc. Il a déjà son environnement assez

bien défini. Des marchés sont organisés régulièrement, de même que des soirées de diverses sociétés des villages. Le tourisme pédestre est également mis en avant; beaucoup de circuits existent pour se promener dans cette région et profiter de la nature.

La particularité des villages par rapport aux villes est surtout qu'il y règne un certain esprit de convivialité. Les gens se connaissent. Ils se rencontrent souvent lors de manifestations. C'est cette ambiance qu'il faut garder à l'esprit et utiliser pour créer de nouvelles activités. Cette convivialité représente ce que les gens veulent vivre quand ils viennent passer un séjour à la campagne. Les prestataires touristiques doivent donc tout faire pour qu'ils le ressentent. Ils doivent leur faire un accueil chaleureux et leur faire sentir qu'ils sont les bienvenus. C'est cette ambiance qui doit tout d'abord ressortir et qui est attendue par le public.



Un autre atout de la région est évidemment l'éclat de sa nature. Suivant les saisons, les couleurs des champs évoluent, la beauté des arbres et des prairies s'accroît. Un paysage magnifique d'une grande diversité s'offre aux promeneurs. Il serait idiot de ne pas en profiter. Auparavant, il a été dit que le public, en venant à la campagne, recherchait à profiter de la nature, à se ressourcer. Il faut donc penser à cela lors de l'élaboration des offres touristiques, essayer de penser soi-même à ce qui nous rend plus paisible, l'innover et le retranscrire pour que ce soit adapté aux touristes.

Sans oublier les produits du terroir dont les touristes raffolent ! Les taillés aux greubons, la charcuterie de campagne, le pain du Gros-de-Vaud et j'en passe, font saliver plus d'un visiteur. Ils aiment, lorsqu'ils sont dans des endroits ruraux, goûter aux produits locaux et ne pas manger comme à la maison. Alors pourquoi ne pas en profiter et leur inculquer les secrets de ces mets délicieux ? Essayer d'inventer une nouvelle



manière de leur apprendre, plus ludique, pour que ce soit plus amusant qu'un simple cours de cuisine. Même si à la fin, le résultat est le même, ce qui importe est la manière dont on y est arrivé ainsi que ce que l'on en retiendra, car c'est ce qui fera la notoriété de l'offre.

4.3.5 Une journée ne compte que 24 heures

Il est clair que le métier d'agriculteur prend plus ou moins de temps pendant la journée suivant la grandeur de l'exploitation. Il faudra donc forcément adapter les offres agritouristiques au temps qui reste à disposition chaque jour, car négliger l'exploitation est très mauvais et négliger les clients n'est pas bon pour la réputation. Il faut être sûr de pouvoir offrir les prestations promises aux touristes à n'importe quel moment ou alors il faut préciser quand l'offre est à disposition. Dans le cas contraire, être innovant ne sauvera rien car les clients mécontents mettront peu de temps à faire de la mauvaise publicité.

Tout d'abord, il faut essayer d'évaluer combien de temps on va pouvoir consacrer à l'agritourisme dans une journée et ensuite définir la durée de telle ou telle activité. Il faut être conscient du travail que tout cela peut engendrer suivant l'activité ou l'hébergement. Il faut bien préciser les prestations offertes pour qu'il n'y ait pas de malentendus avec les clients.

Les agriculteurs ont généralement un emploi du temps irrégulier sur une journée. Ils peuvent commencer très tôt s'ils ont des animaux dont ils doivent s'occuper, puis avoir plus de temps dans la journée. Chaque personne connaît son emploi du temps et doit savoir le gérer. L'agriculteur qui a envie de développer une offre agritouristique sur son domaine doit donc pouvoir dire à quel moment il a du temps libre et pendant combien de temps dans une journée. Faire un tableau pourrait être utile pour bien visualiser à quel moment de l'année il est possible de proposer de l'agritourisme chez soi et à quel moment les journées sont déjà beaucoup trop chargées. Il sera ensuite plus facile de choisir l'offre la plus adaptée à proposer aux clients.

4.3.6 Améliorer son offre

Innovar ne veut pas toujours dire tout recommencer à zéro. On peut être innovant en améliorant ce que l'on propose déjà. Un agriculteur qui fait déjà de l'agritourisme peut être amené à renouveler ce qu'il propose à cause de la baisse d'intérêt que les visiteurs ont pour son offre. Il proposait peut-être quelque chose d'innovant il y a quelques années, mais depuis, d'autres concurrents l'ont rattrapé, beaucoup de gens sont déjà venus plusieurs fois et commencent à se lasser. C'est la sonnette d'alarme qui fait comprendre que le moment est venu de renouveler son offre agritouristique.

Pour pouvoir rester parmi les meilleurs, il faut toujours être attentif à ce qui se passe autour de soi. Si l'on ne se tient pas au courant régulièrement, le temps passe, nos offres ne sont plus au goût du jour et les gens ne s'y intéressent plus. C'est la vie, et effectivement, c'est le cours logique des choses si on ne réagit pas. Chaque prestataire touristique devrait donc s'informer des nouveautés, des changements, etc, pour garder le cap et ne pas se perdre en route.

4.3.7 Innovant pour sa propre région

Un produit est également considéré comme innovant s'il est le premier dans la région. Il apporte un plus à cet endroit et peut donc être considéré comme une innovation même s'il existe ailleurs. Il faut donc s'informer un maximum de ce qui se passe autour de nous, dans un rayon plus large que notre région. En Suisse, ce qui se fait dans le canton des Grisons peut être totalement nouveau pour le canton de Vaud. Puisque rien ne correspond à cette offre dans les environs, ce sera une valeur ajoutée. Avec internet, il est aujourd'hui plus simple de s'informer, pas uniquement sur son pays, mais sur le monde entier. Peut-être qu'un prestataire agritouristique italien a développé une idée vraiment intéressante chez lui et qu'en l'adaptant, elle pourrait aussi devenir populaire chez nous. Il faut juste réussir à voir ce qui pourrait marcher chez nous ou pas, car, suivant l'origine de l'idée et à quel public elle est destinée, il n'y aura aucune chance pour que cela fonctionne ici. Les différences de mentalité, de perception des choses et d'attente du public peuvent tout changer. Il est donc bon de chercher des idées ailleurs mais il faut faire attention à les adapter à son public.

4.3.8 Prestations adaptées à un public existant

Comme mentionné précédemment, le public cible principal des séjours agritouristiques sont les familles avec enfants. L'hébergement et les activités devraient donc être adaptés à ces personnes car ce sont elles qui décideront de venir ou non dans l'exploitation.

Il est nécessaire de toujours garder en tête les besoins des personnes qui pourraient s'intéresser à l'offre proposée et essayer de répondre aux questions suivantes :

- Pour quelles raisons les touristes viennent-ils à la campagne ?
- Qu'attendent-ils de leur séjour ?
- Quels souvenirs aimeraient-ils garder ?
- Qu'aimeraient-ils apprendre ou découvrir lors de leur séjour ?
- Quelles expériences aimeraient-ils vivre ?
- Quel budget ont-ils ?

Ce sont des éléments clés qui peuvent fortement aider à l'élaboration des prestations. Il faut pouvoir répondre à ces questions. Si une question paraît difficile, le meilleur moyen pour y répondre est de regarder un peu autour de soi pour voir ce que proposent les autres agriculteurs et avoir une idée de la direction à prendre.

Pour les deux premières questions, les mêmes réponses reviennent à chaque fois. Les touristes viennent à la campagne pour se reposer, se ressourcer, fuir la ville, se rapprocher de la nature, découvrir de nouvelles choses, etc. Ils attendent de leur séjour qu'il soit apaisant, qu'il leur fasse oublier leurs soucis quotidiens afin qu'ils rentrent chez eux avec de bons souvenirs et l'impression d'avoir fait quelque chose de nouveau.

Les touristes aimeraient toujours garder de très bons souvenirs de leurs vacances mais cela dépend de beaucoup de facteurs. Il faut donc définir quels souvenirs nous voulons qu'ils ramènent dans leurs bagages et travailler pour y arriver.

En ce qui concerne les expériences, tout dépend du public défini et de ce que l'on veut leur faire vivre. Plus ce sera hors du commun, plus les expériences pourront être inoubliables. Mais attention, le terme inoubliable peut être tant positif que négatif. Il faut donc essayer que rien ne tourne à la catastrophe, même si pour cela, il faut limiter l'originalité.

Le budget peut varier selon le public et selon la conjoncture. Durant les temps de crise, il va chuter. Par contre, si le pouvoir d'achat augmente, il sera également plus élevé. Il faut donc adapter ses prix à la conjoncture.

Tout produit a son public, mais lorsque l'on crée un nouveau produit, il faut être certain qu'il correspondra à un public là où on le propose. Si l'on ne se pose pas la question et qu'on envoie une nouvelle idée sur un marché, il est probable que tout tombe à l'eau car elle ne sera conçue pour aucune cible précise. Il est donc nécessaire de vérifier que l'idée que l'on veut mettre sur pied, avant même de le faire, ait la possibilité d'être reçue. Pour l'agritourisme, le public sera normalement au rendez-vous mais il faut tout de même s'assurer que celui-ci sera au courant de la mise en place du nouveau produit et que tout sera fait pour lui plaire et lui faciliter la vie.

4.3.9 Faire le tri des idées

Après avoir bien réfléchi sur les possibilités d'innovation qui pourraient être faites dans une certaine exploitation, il peut être compliqué de définir quelles seraient les meilleures idées et celles qui pourraient être laissées de côté. Pour aider à y voir plus clair, voici un tableau qui pourrait accompagner une prise de décision.

Dans la colonne de gauche figurent les différentes idées que l'on pourrait développer par la suite et sur la ligne du haut, il faut définir des critères importants pour soi. Ceux-ci doivent correspondre à ce que peut attendre le public cible et également à ce que le prestataire touristique attend de l'offre. Des critères tels que « ludique », « intéressant », « rentable », « innovant » ou « réalisable » peuvent être par exemple choisis. Tout dépend de ce que l'on espère. Il faut ensuite choisir quelle importance ont ces critères et leur imputer un multiplicateur suivant cette importance. Au final, chaque idée recevra un nombre de points et celle qui en aura le plus sera, par

définition, la plus apte à être développée. Les critères sont donc très importants et il faut les choisir avec attention car ils définiront ensuite quel produit sera développé.

Figure 7 Grille d'aide à l'évaluation de nouvelles idées

Critères Idées	Critère principal <i>note multipliée par 3</i>	Critère secondaire <i>note multipliée par 2</i>	Critère annexe <i>note multipliée par 1</i>
Idée n°1			
Idée n°2			
Idée n°3			

Source : <http://www.jinnove.com>

5 Exemple concret

Une femme de paysan a envie de développer l'agritourisme chez elle. Elle aimerait cependant proposer une activité hors du commun avec laquelle elle puisse faire découvrir des originalités à ses visiteurs. Il n'est pas facile de trouver une idée innovante. Pour s'aider, elle répertorie toutes les activités agritouristiques qui sont déjà proposées; cours de cuisine du terroir, promenades à cheval, marché, cueillette, etc. Elle décide alors d'en choisir une et de la rendre plus attractive.

Elle possède des arbres fruitiers et un jardin avec de nombreux légumes. Ce doit être suffisant pour pouvoir exploiter ce créneau. Il faut maintenant développer une offre agritouristique intéressante et puisse être exploitable. Le but serait que les gens puissent cueillir les fruits selon la saison mais que cela aille plus loin. Ils pourraient également cuisiner ce qu'ils auraient cueilli. Ce serait déjà une idée innovante puisque ce n'est pas courant mais ce n'est pas encore totalement satisfaisant. Il paraît facile de trouver de nouvelles activités de prime abord mais en fait, c'est beaucoup plus difficile. Aujourd'hui, avec la saturation du marché, il faut faire preuve de plus d'imagination.

Après avoir longuement réfléchi, une idée lui vint à l'esprit. Des milk-shakes pourraient être proposés aux touristes. Ils pourraient cueillir les fruits qui leur plairaient dans le jardin, puis ils iraient traire à la main un peu de lait et ils pourraient fabriquer leur propre milk-shake. Et l'avantage de cette activité est qu'elle est familiale et que tout le monde peut participer.

Comme pour les fruits, les touristes pourraient cueillir leurs légumes, les cuire et les déguster sur place. Ils auraient aussi la possibilité de transformer le lait en crème pour ensuite pouvoir faire une crème de courgettes, de tomates, etc. Ce serait un régal et en même temps un divertissement.

Pour le surplus des fruits et légumes, un marché à la ferme serait également organisé quelques jours par semaine. Les touristes auront aussi la possibilité de dormir sur place durant l'été, puisque un dortoir pourra être aménagé dans une vieille grange inutilisée.

5.1 Avantages et inconvénients de mon offre

Les gens recherchent l'authenticité en venant se promener à la campagne. C'est donc ce que mon activité leur offre. Les fruits et légumes sont frais puisqu'ils les cueillent eux-mêmes directement sur l'arbre ou au jardin et le lait sort des tétines de la vache. Tout est donc authentique, de bonne qualité et les visiteurs voient, pour une fois, d'où proviennent les aliments.

C'est aussi une activité familiale et éducative. Tout d'abord, la cueillette permet aux plus petits de découvrir les fruits et légumes et de comprendre où ceux-ci poussent et comment. Je serai bien entendu là pour les informer et leur montrer ce qu'il y a à voir. Puis, la traite, qui est souvent une première pour bien des gens, est une expérience ludique. Grâce à cela, les enfants pourront voir d'où provient le lait qu'ils ont en brique à la maison. Et enfin, la partie culinaire, où les parents peuvent faire participer leurs enfants, pour finir par déguster un milk-shake aux fruits ou une crème de légumes !

Le gros problème de cette activité est qu'elle dépend entièrement de la pousse des fruits et légumes. Elle ne peut pas avoir lieu toute l'année, surtout pas en hiver. Elle doit donc rester accessoire au revenu quotidien. Il faut tout d'abord évaluer si l'activité doit rapporter ou si, comme ici, c'est juste un plaisir de pouvoir accueillir des gens et partager des moments de découverte avec eux.

Le dernier avantage est que les gens peuvent dormir sur place. En effet, cela augmente les possibilités d'attirer les touristes dans l'exploitation. Les visiteurs peuvent venir passer un jour et une nuit, ce qui est bien pour les courts séjours durant le week-end par exemple. C'est une opportunité de s'évader, sans aller trop loin et sans dépenser trop. On reste dans le budget et on vit une expérience hors du commun. Les attentes du public sont donc atteintes.

5.2 Collaborer, la meilleure stratégie

On peut constater qu'il n'est pas facile pour un agriculteur de développer un agritourisme original. Il est occupé avec son travail à la ferme chaque jour de l'année. Il ne peut pas toujours créer une offre agritouristique qui lui conviendrait parce qu'il n'a pas le temps nécessaire ou parce que son emploi du temps est relativement complexe. C'est donc compliqué d'intégrer l'innovation à l'agritourisme. L'agriculteur doit vraiment avoir envie de s'impliquer pour que ce soit possible et ce n'est pas toujours évident de continuer à s'impliquer après une journée de travail.

C'est pour cela que la collaboration pourrait être une des clés à l'amélioration de l'offre agritouristique. Tout d'abord, une collaboration entre les agriculteurs intéressés pourrait être mise en place. Ils travailleraient ensemble à une offre précise et uniraient leurs efforts pour la rendre attractive et novatrice pour la région. Cela leur prendrait moins de temps et ils pourraient tout de même accueillir les touristes et leur proposer une offre qui soit intéressante.

Ce serait par exemple bien d'avoir quelques chevaux à disposition et de pouvoir les proposer aux visiteurs ou d'imaginer un parcours qui traverserait les fermes en question et chacun aurait une activité à proposer. Les touristes pourraient alors se balader tout en profitant de plusieurs activités rapides sur le chemin. Ils seraient libre de découvrir la nature mais en même temps il y aurait une structure divertissante.

La collaboration peut également se faire entre plusieurs paysans et l'office de tourisme de la région. Les premiers bénéficieraient d'une meilleure structure pour développer l'agritourisme et le second pourrait compter sur la collaboration des agriculteurs lors d'événements ou par exemple lors de la mise en place d'un circuit dans la campagne. Chacun apporterait son expérience et son savoir-faire avec lui ce qui leur permettrait de ne pas travailler seuls.

5.3 Laisser le touriste respirer

C'est important d'avoir des activités annexes à proposer aux touristes. Ils aiment découvrir de nouvelles activités et vivre des expériences uniques. Cependant, ils veulent aussi avoir des moments de liberté ou ils peuvent simplement se laisser vivre et ne pas devoir suivre un programme. Il faut donc pouvoir leur proposer des activités qu'ils peuvent effectuer seuls, comme de la marche, du vélo ou simplement de la chaise longue. Connaître également les activités de la région est nécessaire. Les touristes vont certainement demander des informations et pouvoir y répondre fait tout de même plus sérieux. C'est en même temps une sorte de collaboration avec les autres prestataires touristiques. Si chacun s'informe sur ce qui se fait chez soi, ce sera profitable à tout le monde.

5.4 Exercices

Voici des exercices qui ont pour but de se remémorer la théorie vue jusqu'à maintenant et de la mettre en pratique.

Le premier exercice reprend en quelque sorte la définition de l'agritourisme et ses particularités. Le but est de pouvoir compléter les espaces en blanc avec les bons mots pour que les phrases aient un sens. Il faut donc se souvenir de la théorie abordée précédemment car ceci est la base de la compréhension des activités agritouristiques.

1. Compléter les mots manquants

L'_____ est une des nombreuses formes du tourisme _____. Sa principale caractéristique est que ses _____ (hébergement, activités, etc) doivent être liées à une _____. Dans le cas contraire, cela serait simplement assimilé à du _____ rural.

Le principal public cible de l'agritourisme sont les _____. Celles-ci viennent à la campagne pour se _____ car la vie de tous les jours est souvent stressante. Elles aiment profiter de la _____ et de l'_____ de ces endroits apaisants mais espèrent cependant bénéficier de prestations qui soient à la hauteur de leurs _____.

L'exercice numéro deux reprend le thème principal, qui est celui de l'innovation. Le but est, encore une fois, de faire comprendre aux gens qu'innover est à la portée de tous. Il faut bien analyser les attentes des clients et étudier la mise en place du produit. C'est la seule règle, mais à part cela, chacun est capable de créer de nouveaux produits.

2. Cocher l'affirmation qui convient

1)

- Aujourd'hui, les touristes sont encore peu informés sur ce qui est proposé dans le monde.
- Les touristes attendent un rapport qualité/prix qui soit bon et même très bon pour leurs vacances.
- Les touristes n'ont pas d'attentes particulières lorsqu'ils partent en vacances. Ils se laissent porter par les événements.

2)

- L'innovation est possible uniquement si on a une imagination débordante.
- L'innovation est utile seulement dans les grandes villes, où il y a beaucoup de concurrence.
- L'innovation est aujourd'hui obligatoire si on veut se démarquer sur le marché.

3)

- Pour être innovant, il faut pouvoir créer quelque chose de nouveau ou améliorer quelque chose qui existe déjà.
- Pour être innovant, il faut avoir fait de hautes études.
- Pour être innovant, il faut avoir beaucoup de moyens car rien ne se fait sans argent.

4)

- ❑ Les anciens objets et méthodes peuvent être utilisés pour attirer les touristes.
- ❑ Les gens s'intéressent uniquement aux nouveautés et n'ont aucun intérêt pour ce qui date d'avant leur naissance.
- ❑ Aujourd'hui, tout ce qui n'est pas lié à internet ou aux nouvelles technologies ne devraient plus exister.

L'exercice trois va faire travailler l'imagination. Pour chaque activité banale de l'agritourisme, il va falloir rechercher ce qui pourrait la rendre beaucoup plus intéressante et amusante en innovant. Il y a évidemment plus d'une réponse correcte. La seule consigne est que les solutions proposées doivent être originales.

3. Innover les activités suivantes

- 1) Balade à cheval
- 2) Visite d'une exploitation (machines, animaux, champs, etc)

5.4.1 Solutions**Question n°1**

L'**agritourisme** est une des nombreuses formes du tourisme **rural**. Sa principale caractéristique est que ses **prestations** (hébergement, activités, etc) doivent être liées à une **exploitation agricole**. Dans le cas contraire, cela serait simplement assimilé à du **tourisme** rural.

Le principal public cible de l'agritourisme sont les **familles**. Celles-ci viennent à la campagne pour se **ressourcer/reposer/détendre** car la vie de tous les jours est souvent stressante. Elles aiment profiter de la **nature** et de l'**authenticité** de ces endroits apaisants mais espèrent cependant bénéficier de prestations qui soient à la hauteur de leurs **attentes**.

Question n°2**1)**

- Les touristes attendent un rapport qualité/prix qui soit bon et même très bon pour leurs vacances.

2)

- L'innovation est aujourd'hui obligatoire si on veut se démarquer sur le marché.

3)

- Pour être innovant, il faut pouvoir créer quelque chose de nouveau ou améliorer quelque chose qui existe déjà.

4)

- Les anciens objets et méthodes peuvent être utilisés pour attirer les touristes.

Question n°3

- 1) Au lieu de simplement promener les gens dans les environs, il peut être intéressant d'allier la promenade avec une autre activité, récréative ou éducative au choix. Par exemple, avant la promenade, une feuille est distribuée à tous les participants avec les images d'une dizaine de feuilles d'arbres différentes et leur nom. Le but serait que les gens arrivent à en rassembler un maximum au cours de la balade. Le gagnant recevrait une petite récompense telle qu'une barre de chocolat. Ce serait amusant puisqu'il y a une compétition qui s'installe et en même temps, les gens apprennent quelque chose. Cette activité est bien évidemment destinée principalement aux familles.
- 2) La visite d'une exploitation peut être intéressante mais également lassante au bout d'un certain temps. Il serait donc bien de la rendre également amusante pour que personne ne s'ennuie. Pour cela, pourquoi ne pas y ajouter une touche ludique. Un questionnaire pourrait être une bonne idée. Les gens trouveraient les réponses en observant autour d'eux lors de la visite et en écoutant les

explications attentivement. Ce serait un concept qui pourrait garder l'attention des gens pendant la visite.

Il y a une multitude d'autres exemples qu'on pourrait donner. Si vous avez trouvé une innovation différente, il faut juste essayer de l'évaluer pour savoir si elle est vraiment innovante et si elle pourrait être intéressante. C'est peut-être une bonne idée pour votre exploitation !

5.4.2 Explications

Ces exercices ont été conçus pour aider les agriculteurs à comprendre les raisons pour lesquelles il est important d'être innovant, même dans l'agritourisme, et à vulgariser ce thème. L'agritourisme est une forme de tourisme souvent encore très limitée. Ceux qui la développent n'ont pas une grande formation dans ce domaine et se débrouillent comme ils le peuvent pour mettre une offre sur pied avec peu ou pas d'aide extérieure. Ils n'ont donc pas forcément toutes les clés en main pour avoir du succès. Ces exercices sont donc utiles à une meilleure compréhension des choses.

5.5 Cas pratiques

Le but est tout de même que les apprenants utilisent leur imagination et leur créativité. Ils doivent pouvoir s'imaginer des situations et en ressortir le meilleur comme le moins bon. Voici donc quelques cas pour lesquels il faut plus réfléchir et pouvoir défendre ses idées.

1. Inventer, créer, imaginer

Chaque personne doit créer un projet agritouristique lui correspondant et doit ensuite être capable de le défendre. Aidez-vous des points suivants :

- Type de projet
- Public cible
- Temps à disposition de l'agritourisme
- Infrastructure
- Budget

2. Analyser une situation

Monsieur X aimerait développer une offre agritouristique sur son domaine. Il habite avec sa femme, qui l'aide souvent au travail de la ferme. Il aime le contact humain et aimerait profiter de l'agritourisme pour connaître de nouvelles personnes et partager des moments qu'il trouve trop rares. C'est pour cette raison qu'il décide d'aménager deux chambres d'hôtes dans sa maison et de proposer des balades à poney dans les bois à côté de chez lui. Il sait que c'est en été que l'agritourisme est le plus demandé. Il met donc ses offres à disposition du mois de juillet au mois de septembre, 5 jours sur 7, du jeudi au lundi.

Analyser la situation présente en répondant aux questions suivantes :

Quelles sont les forces et les faiblesses de cette offre ?

Qu'est-ce qui pourrait être amélioré ?

Y a-t-il des offres plus adaptées à proposer dans cette situation ?

Solutions

Forces	Faiblesses
Ouvert durant la bonne période (vacances scolaires)	Difficile de s'occuper de l'exploitation et en même temps 5 jours/semaine des touristes
Il propose une activité et un hébergement sur le même site	Peu de monde pour l'aider (seulement sa femme)
Activité qui attire les enfants	Il doit obligatoirement être présent lors des balades en poney

L'agriculteur devrait d'abord évaluer le temps qu'il a à disposition à côté de son exploitation. Il n'a pas d'employé qui l'aide et a donc peu de temps à consacrer à l'agritourisme. En été, les paysans passent beaucoup de temps à s'occuper des cultures. Ce n'est donc pas forcément la bonne saison à choisir.

Ou alors il devrait diminuer le nombre de jours par semaine s'il désire quand même proposer une activité durant la saison estivale.

Une activité où il n'aurait pas nécessairement besoin d'être présent pourrait également être une bonne solution. Il pourrait accueillir les gens et tout de même avoir de bons contacts avec eux le soir et le matin et être libre pour son travail à la ferme durant la journée. Pour le côté relationnel, il pourra partager des repas avec ses visiteurs.

Il pourrait également proposer ses chambres d'hôtes à l'année et réfléchir à une autre activité divertissante pour la saison hivernale. Il y aura peut-être un public moins large mais ce n'est pas impossible. Et il peut toujours essayer de voir ce qui fonctionne le mieux et adapter des offres après la première saison.

Conclusion

L'agritourisme est une forme de tourisme de plus en plus populaire mais qui connaît peu de progression. La cause de cela est que les agriculteurs ne peuvent pas se concentrer pleinement sur les prestations qu'ils proposent, étant donné qu'ils travaillent à plein temps sur leur exploitation. Il est donc difficile de rendre les offres plus attractives sans y consacrer du temps, de l'envie et quelques moyens.

L'innovation est très importante dans la vie d'une entreprise. Cette dernière ne croît pas correctement si elle n'essaie pas sans cesse de s'améliorant en trouvant de nouveaux produits à proposer. C'est le même problème dans l'agritourisme. La seule différence à noter est que chacun a sa propre exploitation, ce qui rend l'agritourisme beaucoup plus individualiste. C'est pour cette raison que la collaboration des paysans entre eux et avec un office du tourisme est primordiale pour élargir l'offre et réduire les coûts.

Dans le Gros-de-Vaud, un office du tourisme ouvrira dès 2010 à Echallens. Il est déjà prêt à collaborer avec les agriculteurs intéressés pour que la région devienne plus attractive. Il soutiendra des projets et donnera de précieux conseils à ceux qui aimeraient développer l'agritourisme d'une manière plus originale. Car la région du Gros-de-Vaud, autant que toute la Suisse, a besoin d'une offre plus diversifiée, qui puissent attirer les touristes. C'est donc une chance pour les agriculteurs de la région de pouvoir bénéficier de personnes formées pour les aider.

L'originalité d'un produit ou d'une série de produits agritouristiques peut faire le succès d'une région. Les touristes choisissent l'endroit où ils pensent avoir le plus de plaisir et découvrir le plus de choses. De plus, si les produits proposés sont originaux, pour la région, ce sera forcément une expérience nouvelle pour les visiteurs et donc une raison de plus de venir à cet endroit plutôt qu'ailleurs.

Ce cours a pour but de faire comprendre tout cela aux agriculteurs de la région du Gros-de-Vaud, pour qu'ils réussissent à unir leurs forces et à s'investir d'avantage, dans la mesure du possible évidemment. La région a besoin d'eux pour se développer et collaborer à de nouveaux projets. L'office du tourisme sera d'une grande aide dès 2010 à l'amélioration de l'offre agritouristique mais sans l'aide des intéressés, elle ne pourra pas faire grand-chose.

Bibliographie

Livres

Le Petit Larousse Illustré 2007, Larousse, Paris, 2006

Encyclopédie Illustrée du Pays de Vaud, *Tome 2 : Pays de Vaud : Une terre, une histoire*, 1996, Renens

Guignard Laetitia, *Dynamiser le tourisme dans le Gros-de-Vaud à travers des circuits touristiques*, 2008, Sierre, 67 pages

Nicod Pascale, *Organisation et financement du tourisme rural : quel moyen pour la Suisse ?*, Lausanne : SRVA, 1999

Keller Peter, *Innovation in tourism – Creating customer value*, AIEST, St-Gallen, 384 pages

Meyer-Santschi Geneviève, *Le tourisme rural en Suisse Romande*, Cahier de géographie no 10, 1984, 87 pages

Cacomo Jean-Louis, Solonandrasana Bernardin, *L'innovation dans l'industrie touristique*, L'Harmattan, 2006, 179 pages

Eichenberger Virginie, *L'agritourisme : une réelle opportunité pour la famille paysanne ?*, Lausanne, 86 pages

Cours

Tschopp Alexis, Module 712 – Tourisme : Economie & Industrie, Offre touristique INCOMING, *Tourisme et Innovation*, Cours 2007

Steiner Thomas, *A conceptual framework for the Swiss tourism innovation milieu*

Documents

Steiner Thomas, *Framing the Swiss tourism innovation milieu*, AIEST, 2005, 10 pages

Dubuis Benoît, *J'innove*, Les clés du savoir, 97 pages

Egger Thomas, Favre Geneviève, Passagia Marsilio, *L'agritourisme en Suisse*, SAB, septembre 2008, no 194

Articles

Dana Marc, *Comment développer un projet d'entreprise innovant*, 19/09/2007, Le Journal du Net - www.journaldunet.com

Berkun Scott, *Comment innover dès à présent*, 12/09/2008, E-journal USA - www.america.gov

Fauchère Pascale, *L'agritourisme en un clic de...*, 28/05/2009, Le Nouvelliste

Sites internet

Le site du canton de Vaud	www.vd.ch
Le site des statistiques du canton de Vaud	www.scris.vd.ch
Le site de l'association de la région du Gros-de-Vaud	www.gros-de-vaud.ch
Le site d'Agridea	www.srva.ch
Le site de Prometerre	www.prometerre.ch
Le site des écoles Agrilogie du canton de Vaud	www.agrilogie.ch
Le site d'Agrivalais	www.agrivalais.ch
Le site de l'association du tourisme rural en Suisse	www.tourisme-rural.ch
Le site de Wikipédia	http://fr.wikipedia.org
Le site du salon suisse des goûts et terroirs	www.gouts-et-terroirs.ch
Le site d'Innovation Tourism	www.inno-tour.ch
Le site de Club Innovation	www.club-innovation.info
Le site de J'Innove	www.jinnove.com
Le site du réseau de veille en tourisme	http://veilletourisme.ca

Illustrations

Les photographies et schéma qui figurent dans ce travail sans source ont été pris sur les sites internet suivants :

www.museumburgrain.ch

<http://strategies4innovation.files.wordpress.com/2008/07/innovation.png>

www.gros-de-vaud.ch

Annexe



Enquête sur l'agrotourisme

Exploitation agricole de :

Mme/M :

Rue :

NPA Localité :

Tél : Fax :

E-mail :

1. Organisez-vous des visites à la ferme (enfants, classes d'école)

non

oui régulièrement ponctuellement avec brunch avec goûter

Commentaires

2. Organisez-vous des marchés à la ferme – vente directe

non

oui vente de fruits et légumes vente de produits carnés autres produits
(à détailler) _____

régulièrement. Quelle fréquence :

ponctuellement. Quelle fréquence :

3. Disposez-vous d'un hébergement dans l'exploitation pour accueillir des touristes de passage ?

non oui.

Type d'hébergement :

Nombre de chambre :

Niveau de confort :

Taux d'occupation en moyenne sur l'année (en %)

4. Offrez-vous la possibilité de dormir sur la paille ?

non oui.

5. Avez-vous d'autres possibilités de logement (tipis, camping à la ferme etc.)

non oui (à préciser ci-dessous)

6. Offrez-vous d'autres prestations liées à l'agrotourisme ?

non oui. tables d'hôtes buvette autres (à préciser ci-dessous)

7. Avez-vous des projets en cours liés à l'agrotourisme ?

non oui. (à préciser ci-dessous)

8. Seriez-vous intéressés à faire visiter votre exploitation agricole (machines, techniques actuelles utilisées, travaux de l'exploitant etc. à des groupes?

non oui.

9. Jugez-vous utile que le futur Office du Tourisme fasse la promotion de l'agrotourisme ?

non oui.

10. Jugez-vous utile que la commission agriculture mette sur pied un projet d'évènement annuel ayant pour objectif de promouvoir l'agriculture et les produits de la région du Gros-de-Vaud ?

non oui.

FAX : 021 881 53 55

E-MAIL : region@gros-de-vaud.ch

Déclaration de l'auteur

Ce travail de diplôme a été réalisé pour l'obtention du titre de Gestionnaire en Tourisme ES. Il résulte d'une recherche et d'une rédaction personnelles, à partir des sources mentionnées dans le travail.

Le contenu tant théorique que pratique n'engage que ma responsabilité et en aucun cas celle de l'Ecole Suisse de Tourisme.

Karine Perrin