

La clientèle du tourisme rural

<http://www.slideshare.net/MOPA/etude-des-clientles-de-lagritourisme-conclusions-expansial-lors-de-la-commission-rgionale-du-tourisme-rural> (2006)

L'évocation que se font les français de l'idée des vacances « agritouristiques » « campagne » :

- le calme,
- l'authenticité
- l'enracinement,
- de belles maisons authentiques,
- patrimoine
- un type de relation
- convivialité
- un accueil et des échanges,
- une ouverture à une autre vie,
- un environnement sécurisant,
- un univers de sociabilité,
- un retour aux sources en matière d'alimentation...

Comportement et profils de la clientèle

Très peu d'individus ont un comportement exclusif au cours d'une année :

Les touristes qui vont à la campagne fréquentent aussi le littoral, la montagne ou la ville.

Près d'1/3 des estivants qui sont déjà allés à la campagne pour les vacances d'été sont fidèles à cet espace (source CREDOC).

Les clients français de la campagne sont :

- des urbains, notamment issus de la région parisienne.
- des retraités, des professions intermédiaires, une forte progression des cadres ces dernières années
- des personnes de 25 à 44 ans qui font près de 45% des séjours. Les séjours longs sont plutôt le fait des retraités.
- plutôt des groupes avec enfants (36% des séjours contre 33% tous espaces confondus)

→ C'est-à-dire, une clientèle large.

Une clientèle naturelle qui joue la carte de la proximité : proximité affective et géographique.

▪ La proximité affective

→ On peut constater un lien affectif fort avec la campagne

- ✓ Chez les français, il provient d'une histoire familiale et globale qui favorise un « retour aux sources »
- ✓ Chez les clientèles étrangères, la proximité affective est également présente avec des personnes francophiles qui n'hésitent pas à venir et revenir en France, à la campagne, plusieurs fois dans l'année et même pour de courtes durées.

▪ La proximité géographique

→ L'espace rural est tout autant une destination d'urbains que de personnes habitant des zones rurales et visitant les territoires ou départements proches.

→ L'espace rural est donc une destination privilégiée de courts séjours répétés, à la frontière entre loisirs et vacances, pour laquelle l'accessibilité joue un rôle clef.

L'agritourisme idéal

- Concept : accueil informel et au contrat tacite entre les partenaires : un espace moins commercial où le « touriste » n'est pas standardisé.

- Le respect de l'hôte et l'ouverture au pays : présence d'offre territoriale
- Les activités à proposer : plein air, patrimoine, fêtes...

Les problématiques de l'agritourisme

Souvent présenté comme la panacée, l'agritourisme doit cependant tenir compte de :

- une concurrence et un déficit de communication
- les campagnes sont elles-mêmes en compétition
- un manque de professionnalisme en matière de commercialisation touristique