

« Aujourd'hui, les touristes ont besoin de découvrir le territoire »

ÉVOLUTION

À la quête d'expériences, les personnes se tournent de plus en plus vers un tourisme plus vert. De nouvelles tendances qui ont obligé les agriculteurs et vignerons à s'adapter.

Emeline Andreani
eandreani@midilibre.com

L'agrotourisme, l'agritourisme et l'œnotourisme consistent à découvrir un territoire à travers le savoir-faire des producteurs. Une tendance loin d'être nouvelle, puisqu'elle est née dans les années 70. Mais ces dernières années, notamment avec la crise sanitaire, elle s'est intensifiée comme en témoignent les chiffres du Comité régional du tourisme et des loisirs Occitanie : « En 2022, notre région a été classée première région touristique de France. Et si l'on a vu une forte évolution des demandes de la clientèle, on a la chance en Occitanie, sur l'ensemble du territoire, d'être capable de s'adapter. Nous avons bien sûr

le littoral, mais il ne représente qu'un tiers des nuitées. C'est en campagne qu'il y a le plus de fréquentation, avec 45 % des nuitées. Et la campagne, c'est l'agriculture, la viticulture, des produits de qualité, l'accueil à la ferme, précise son président, Vincent Garel. Aujourd'hui, les touristes ont besoin de découvrir le territoire : comment les gens vivent, aller rencontrer les producteurs, savoir d'où viennent les produits. »

Une volonté de revenir à un tourisme d'expériences, qui a poussé les producteurs et viticulteurs à s'adapter, en diversifiant leur profession. En plus de leur travail aux champs ou dans les vignes, ils ont donc développé des activités comme le gîte à la ferme, la dégustation de vins, les balades gourmandes... Une dé-

marche qui représente deux avantages pour les producteurs selon Elise Ribes, animatrice du réseau Bienvenue à la ferme et membre de la Chambre d'agriculture du Gard. « Les agriculteurs ont à la fois cette volonté d'échanger autour de leur métier, pour revaloriser leur profession. Mais c'est aussi rémunérateur pour eux, car ça leur permet de vendre en circuit extrêmement court », explique-t-elle.

Développer du lien

David Baron, vigneron et vice-président des Collines de Bourdie a ainsi misé sur l'œnotourisme pour répondre aux nouvelles demandes des consommateurs, mais surtout humaniser son caveau. « En cave coopérative, il n'y a pas un seul vigneron, mais plusieurs acteurs. Donc là, quand on fait une visite de chais par exemple, il y a à chaque fois un vigneron, pour avoir ce lien humain », précise-t-il.

Sentier découverte, randonnée accompagnée d'un vigneron et



Les intervenants ont abordé la mutation de la société et, avec elle, celle du tourisme.

M.E.

suivie d'une dégustation... « L'idée, c'est de démontrer que dans nos structures, dans notre département, dans notre région, on est capable de faire des vins de qualité et de les promouvoir à travers nos caveaux. Mais il y a aussi le fait, qu'une fois que

les touristes rentrent chez eux, ils vont continuer à acheter du Pays d'Oc ou d'autres IGP de chez nous », ajoute-t-il. Stéphane Roques, directeur chez Florès, les vignerons de Florenzac, l'a lui aussi bien compris. En plus d'une restructuration de son

magasin pour rendre le lieu plus accueillant et encourager la dégustation, il projette, en concertation avec les agglomérations, la création de box, avec des partenaires locaux. « L'enjeu est de travailler en synergie pour structurer l'offre », conclut-il.