



Dossier de presse



Sommaire

Communiqué de presse	p. 2
Le 3^{ème} congrès national Bienvenue à la ferme	
Le thème fil rouge : nos clients changent, anticipons avec notre marque	p. 4
Le programme.....	p. 5
Les intervenants.....	p. 8
Zoom sur les visites de fermes	p. 9
Zoom sur le projet marketing « Hébergement à la ferme »	p.11
Zoom sur le marché fermier	p.12
Le réseau Bienvenue à la ferme	
Bienvenue à la ferme, leader du tourisme à la ferme.....	p. 13
La notoriété de la marque Bienvenue à la ferme.....	p. 14
Bienvenue à la ferme en Rhône-Alpes	p. 15
Les chiffres clés du tourisme rural	
Quelques données sur le tourisme rural.....	p. 17
Zoom sur l'agritourisme.....	p. 17
La saison touristique 2009	p. 19
Contacts presse	p. 20

3^e Congrès national Bienvenue à la ferme : une dynamique, des ambitions et des adhérents engagés



Le 3^e congrès Bienvenue à la ferme vient de fermer ses portes après 3 jours de rencontres associant **850 congressistes** représentant la **diversité du réseau leader du tourisme rural** en Europe.

Cette marque, Bienvenue à la ferme, est une **"véritable pépite"** qui ne demande qu'à briller :

- Bienvenue à la ferme est au cœur des **enjeux sociétaux** actuels. Elle porte aujourd'hui des valeurs de modernité : l'authenticité, le rapport à la nature, le besoin de lien.
- Elle permet d'être au **contact direct des consommateurs**, au plus près de leurs attentes.
- Bienvenue à la ferme est la **marque fer de lance des filières de l'agritourisme et des "circuits courts"**.
- Bienvenue à la ferme est un élément essentiel de la dynamique des **territoires**.
- Bienvenue à la ferme permet, grâce au lien direct avec le client, de conserver la **valeur ajoutée** sur les exploitations.

Autour du thème fil rouge **"Nos clients changent, anticipons avec notre marque"**, ce congrès a été conçu pour donner aux adhérents des moyens concrets de penser clients et de se projeter vers l'avenir.

Ils ont poussé le rêve plus loin en décidant d'élargir le champ d'action de Bienvenue à la ferme, de se saisir des opportunités du Grenelle de l'environnement et des tendances de fond qui apparaissent autour des demandes de proximité, alimentaires et de loisirs :

- approvisionnement de la restauration collective Bienvenue à la ferme,
- création de magasins collectifs Bienvenue à la ferme,
- commercialisation de paniers Bienvenue à la ferme,
- e-commerce Bienvenue à la ferme.

Ils ont décidé de passer un cap :

- passer d'une activité de diversification au **développement de véritables filières** : agritourisme et circuits courts
- passer du réseau à la marque. Une **marque forte, reconnue, à l'avant garde des tendances** et du marché.

Pour y parvenir, les **Chambres d'agriculture se sont engagées** à soutenir le développement de Bienvenue à la ferme, à investir sur leur marque, pour mieux se positionner comme l'acteur principal des circuits courts.

Bienvenue à la ferme aujourd'hui

- un réseau rassemblant près de **6 000 agriculteurs et agricultrices**, fiers de leur métier, unis par une volonté commune d'accueillir des visiteurs au cœur de leur ferme.
- une marque, **connue par plus d'un français sur deux (54%)**, qui évoque de façon unanime un accueil chaleureux, des rapports humains authentiques, mais également un retour aux sources, et un endroit où l'on se sent bien (près de **90%** des consommateurs interrogés) ¹.

Cette forte adéquation entre les attentes de la clientèle d'aujourd'hui, et l'offre de Bienvenue à la ferme se confirme au regard du dernier bilan de saison touristique. Alors que la fréquentation hôtelière est en baisse de 2.6% par rapport à 2008, les gîtes et chambres d'hôtes enregistrent une

¹ Résultats de l'enquête de notoriété et d'évocation de la marque Bienvenue à la ferme, engagée auprès d'un panel de 1000 personnes représentatives des français – Juillet 2009 – *Didier Rayon Consultant / Terrain Omniway*

augmentation de 3%. Des indicateurs qui révèlent que Bienvenue à la ferme, qui privilégie un tourisme de proximité, à visage humain et à juste coût, résiste bien face à la crise.

Au-delà de l'offre de séjour, Bienvenue à la ferme présente de multiples visages : vacances d'enfants à la ferme, ferme pédagogique, accueil de camping-cars... Sans oublier la gastronomie, avec les fermes auberges, les goûters, et bien sûr la vente de produits fermiers.

Contact presse - Assemblée Permanente des Chambres d'agriculture

Marie Besson / Constance Bigourdan

T/ 01 53 57 11 44

marie.besson@apca.chambagri.fr - 06 88 75 96 56

constance.bigourdan@apca.chambagri.fr

Agence Albertine & Media - Bertrand de Tilleul

T / 01 48 24 04 50 – Port : 06 10 34 60 46

b.detilleul@albertine-media.fr

Le thème fil rouge :

Nos clients changent, anticipons avec notre marque !

Le réseau Bienvenue à la ferme s'est professionnalisé, la marque a gagné en notoriété, et Bienvenue à la ferme possède de nombreux atouts pour répondre aux aspirations des clients. Toutefois, l'évolution de la conjoncture économique oblige aujourd'hui à aller plus loin et à relever d'autres défis, liés aux exigences croissantes de qualité, de services... Le 3ème congrès Bienvenue à la ferme sera donc placé sous le signe de la marque, vecteur majeur pour séduire les clients par une promesse tenue, une offre attractive et de qualité. Mais aussi la marque comme motif de fierté et de solidarité pour les adhérents !

Les mutations de la demande touristique

Les études récentes² indiquent que la **pratique des vacances est maintenant bien ancrée** dans les comportements des Français. Par contre, les comportements d'achats et de consommation changent rapidement, dans le tourisme comme dans l'ensemble des secteurs d'activité.

Dans le cadre de la préparation de leurs vacances, les Français mettent en oeuvre des **"stratégies" d'optimisation de leurs dépenses**, en adoptant des pratiques "d'achats malins". Parmi les techniques à leur disposition, ils privilégient le choix d'une période de départ "hors saison" et la réservation d'un voyage longtemps à l'avance, mais ne négligent pas de recourir à des formules "tout compris", de raccourcir éventuellement la durée de leurs séjours, de voyager en "low-cost", ou d'acheter un billet de transport en "dernière minute" à prix réduit. Au total, plus de la moitié des Français interrogés ont adopté au moins une de ces pratiques en 2008.

Mais la période est également favorable aux **mutations de la clientèle**, marquée par l'arrivée des jeunes générations. Ces **"générations Internet"** influencent progressivement l'ensemble des consommateurs : exigences de liberté, de qualité, d'immédiateté, de réactivité, d'interactivité, en phase avec les outils numériques...

Par ailleurs, d'après les études de Francoscopie, il apparaît que la clientèle recherche un **séjour typé plutôt qu'une destination précise** (type d'environnement, type d'activité, type d'ambiance).

² Etude du Crédoc : « 2008 : les vacances des Français s'ajustent à leur pouvoir d'achat »

Le programme

Nous aurons le plaisir et l'honneur d'accueillir :

Monsieur Michel MERCIER, Ministre de l'espace rural et de l'aménagement du territoire
Monsieur Hervé NOVELLI, Secrétaire d'Etat chargé du commerce, de l'artisanat, des PME, du tourisme, des services et de la consommation

(sous réserve de leur disponibilité)

Lundi 5 octobre

- A partir de 17h00 : **Accueil des congressistes sur le site d'Alpes Congrès**
- 18h00 : **Ouverture du congrès par les élus locaux**
Gérard SEIGLE-VATTE, Président de la Chambre d'agriculture de l'Isère et de la Chambre d'agriculture de Rhône-Alpes
Jean-Jack QUEYRANNE, Président du Conseil régional de Rhône-Alpes
Christian NUCCI, Vice-Président du Conseil général de l'Isère
Michel DESTOT, Maire de Grenoble
- 18h30 : **Agritourisme et circuits courts : atouts et enjeux pour la dynamique des territoires**
La vision de Michel MERCIER, Ministre de l'espace rural et de l'aménagement du territoire
- 19h00 : **Les enjeux du congrès : quel réseau, quelle marque pour demain ?**
Bernard ARTIGUE, Président national de Bienvenue à la ferme
- 19h15 – 20h00 : **Du contexte à la marque**
Crise mais aussi sensibilité au développement durable, soif de vérité, d'authenticité... : quels impacts sur les comportements de consommation et quelles conséquences pour les marques ?
Guillaume ERNER, enseignant en sociologie à l'Université de Columbia et à la Sorbonne-Paris V et maître de conférences en sociologie à l'Institut d'Etudes Politiques de Paris
Echanges avec la salle
- A partir de 20h00 : **Cocktail dînatoire offert par la Ville de Grenoble**

Mardi 6 octobre

- 8h30 : **Le chemin parcouru depuis la création de Bienvenue à la ferme**
par l'équipe nationale Bienvenue à la ferme

- 9h00 : **Impact de la réforme "Terres d'avenir" des Chambres d'Agriculture pour Bienvenue à la Ferme**
Luc GUYAU, Président des Chambres d'agriculture
Echanges avec la salle

- 9h30 : **La marque Bienvenue à la ferme, concrètement**
Un nouveau concept marketing pour l'hébergement et un nouveau cahier des charges pour les produits de la ferme
Jean-Pierre CARNET, responsable national "Hébergement"
Jean-Claude GALLAND, responsable national "Produits de la ferme"
Marie BERGEREAU, Cabinet marketing Lancéa Développement

- 11h10 : **Ruche "Faire vivre la Marque Bienvenue à la ferme" **Nouveauté****
Réflexion en groupe de 8-10 personnes : vos idées, vos attentes, votre engagement pour la marque Bienvenue à la ferme

- 12h10 : **Départ pour les visites de fermes**

- 14h00 : **Visites d'exploitations**
20 exploitations du réseau Bienvenue à la Ferme de Rhône-Alpes qui ont su adapter leur activité aux enjeux liés à leur clientèle et à leur territoire

- 17h30 : **Forum des entreprises partenaires **Nouveauté****

- 19h30 : **Apéro des régions **Nouveauté****

- A partir de 20h30 : **Soirée de gala**
Remise du prix du concours Cité du design

Mercredi 7 octobre

- 8h30 – 10h30 : **Ateliers d'échanges et conférences débat en alternance**
- 10h30 – 12h30 : **Ateliers d'échanges** - Echanges sur des éclairages opérationnels précis : *Choix de 2 thèmes parmi les 10 proposés.*

- Conférences débat**
 - **Qualité de service** : Dans vos activités, comment transformer un prospect en client et un client en client fidèle ?
Thierry LEPROU, agence Partenaires d'Avenir
 - **Les partenariats locaux** : Quels partenariats pour mieux se faire connaître localement et mieux satisfaire le client ?
Chantal GUYOT, consultante Tourisme TER'avenir

- 12h30 : **Déjeuner - Buffet des terroirs de Rhône –Alpes**
Marché fermier organisé par les producteurs de Rhône-Alpes, avec 2 régions à l'honneur : la Bretagne et l'Aquitaine
Forum des entreprises partenaires
- 14h30 : **Et ailleurs.... l'exemple autrichien**
Récit d'un voyage d'étude
Marie-Eveline DUVAL, responsable nationale "Accueil d'enfants"
Didier RAGOT, responsable national "Ferme auberge" et "Gastronomie"
Echanges avec la salle
- 15h10 : **Restitution de la ruche "Faire vivre la Marque Bienvenue à la ferme"**
- 15h40 : **Feuille de route 2010 – 2011 et perspectives**
par l'équipe nationale Bienvenue à la ferme
- 16h10 – 16h30 : **Remise des Trophées Bienvenue à la ferme et clôture du congrès**

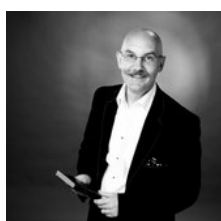
Les intervenants



Guillaume Erner est maître de conférences en sociologie à l'Institut d'Etudes Politiques de Paris. Il travaille par ailleurs depuis une dizaine d'années dans le domaine de la mode, où il a contribué au développement de différentes marques.

Il anime parallèlement des émissions de radios (« Esprit critique » sur France Inter) et de télévision (« la matinale » sur Canal +). Il est l'auteur de nombreux ouvrages (*Sociologie des tendances, la sociétés des victimes...*)

Marie Bergereau est consultante marketing chez Lancéa Développement. Elle intervient en conseil marketing et stratégique auprès de nombreuses destinations, marques et labels touristiques. Préalablement directrice marketing d'un CRT puis directrice e-marketing de Maison de la France, elle dispose d'une expertise particulière en marketing de la demande, marketing en ligne et commercialisation, ainsi qu'en mise en réseau de partenaires privés et publics.



Thierry Leprou est formateur et consultant en communication. Journaliste de formation (diplômé d'une école de journalisme : IPJ - Paris), il est également titulaire d'une spécialité en Marketing (Essec – Paris). Journaliste pendant 7 ans (Radio France...), puis rédacteur concepteur chez Publicis, il est aujourd'hui directeur de l'agence Partenaires d'Avenir.

Chantal Guyot a créé en 2002 TER'avenir. De formation supérieure Ingénieur Agronome, spécialisée dans le développement agricole et rural (Diplômée INA PG 1983), elle a acquis au cours des années une formation complémentaire en gestion, management, ressources humaines, marketing touristique, informatique...



...Les visites de fermes

20 fermes situées dans la région grenobloise (département de l'Isère, mais également Savoie et Drôme) recevront les congressistes venus découvrir des exploitations illustrant le thème du congrès « *Nos clients changent, anticipons avec notre marque !* ».

Ces témoignages d'agriculteurs permettront aux congressistes qu'ils reçoivent de « faire le plein » en matière d'innovation et d'idées qu'ils pourront ensuite mettre en œuvre chez eux.

La plupart de ces exploitations agissent, au quotidien, sur des domaines en prise directe avec le développement durable : agriculture biologique, circuits courts et vente directe, énergies renouvelables, écoconstruction, valorisation du patrimoine rural bâti, fermes péri-urbaines à l'emprise foncière limitée, qualité de vie, approvisionnement de la restauration hors foyer...

Exemple de visite de ferme avec la ferme *Les colibris*, à Méaudre, dans l'Isère.



Les 3 frères Rochas ont repris en 1987 la ferme de leurs parents, située au cœur du Massif du Vercors, exploitation qui, à l'époque, permettait tout juste à une seule personne de vivre.

Aujourd'hui, installés en agriculture biologique, ils proposent un système de vente directe en circuit ultra-court, avec 80% des ventes qui se font directement à la ferme, sans aucun intermédiaire donc !

Leur objectif est de réussir à produire des aliments de qualité avec des méthodes de production traditionnelles. Preuve qu'ils ont réussi dans leur entreprise, 6 personnes sont aujourd'hui présentes sur la ferme et vivent grâce à elle.

Ces chiffres démontrent qu'une exploitation agricole, comme tout autre activité économique, nécessite une gestion rigoureuse, mais dispose d'un réel potentiel de développement économique, et permet de créer des emplois.

Parce que la maîtrise des consommations d'énergies comprend à la fois la production d'énergies renouvelables et les économies d'énergies et parce qu'ils l'ont jugé pertinent, les frères Rochas ont mis en place progressivement sur leur ferme de nombreuses installations pour faire de cette maîtrise des consommations d'énergies une réalité. Les trois réalisations principales sont :

- 220 m² de toiture de panneaux photovoltaïques,
- 220 m² de surface au sol d'aire de séchage en grange (200 tonnes de foin en bottes carrées/an),
- un approvisionnement en bois local de la chaudière à bois déchiqueté.

Pourquoi ce choix ?

- par une volonté de produire propre (AB), d'utiliser et de valoriser les ressources locales et renouvelables, de maîtriser les consommations d'énergies
- par des préoccupations croissantes liées à l'environnement et au mode de vie
- à cause d'un coût grandissant de l'énergie
- pour les aides départementales et régionales pour l'investissement

Les résultats

Humain :

- Espoir de trouver un équilibre quant à la consommation d'énergies
- Prise de conscience
- « Se sentent bien dans leur tête »

Économique :

- Commencer par amortir les investissements
- Retombées économiques sur le long terme

Environnement/Territoire :

- Limitation considérable de la consommation d'énergies
- Production d'énergies renouvelables
- Diminution de l'empreinte écologique de l'exploitation



Contact :

Eric, Yannis et Sébastien Rochas -
Les Arnauds - 38112 Méaudre
Tél : 04 76 94 29 18 ou 06 08 89 09 29
Fax : 04 76 94 29 21
Mail : lafermedescolibris@orange.fr

Site : <http://www.bienvenue-a-la-ferme.com/ferme-ferme-les-colibris-320561>

...Le projet marketing « hébergement à la ferme »

Les premières offres pilotes en Bretagne et Normandie

Le nouveau concept marketing « Hébergement à la ferme » est né de la nécessité de mieux valoriser la spécificité « ferme » de l'offre d'hébergement Bienvenue à la ferme, et de la volonté d'accompagner les hébergeurs du réseau vers une plus grande personnalisation de leurs offres.

La finalité : définir et valoriser le concept marketing d'hébergement à la ferme, qui répond mieux aux attentes des clients en termes d'authenticité, de ressourcement, d'exigences environnementales, d'expérimentation, ... pour in fine une meilleure promotion et une meilleure distribution de l'offre.

Un nouveau positionnement va donc voir le jour, centré autour de la valeur « être bien », qui exprime l'engagement de Bienvenue à la ferme auprès de ses clients. Ce positionnement s'accompagne d'une segmentation de l'offre, avec un détournage précis des produits pour que la promesse affichée soit une promesse tenue.

Découvrez les premiers segments et les premières fermes « pilotes » de Bretagne et de Normandie qui, durant l'année 2009, en feront l'expérience auprès des clients.

Z'anifermes - S'émerveiller !

Avec vos enfants, découvrez la vie de la ferme et des animaux. Traite des vaches, sortie des moutons, entretien des litières, soin aux cochons et distribution du foin... Caresses, chatouilles et langues râpeuses garanties, le bon goût du lait chaud et de la crème en prime ! Et si vous retrouviez votre âme d'enfant ?

Fermes gourmandes - Se régaler !

Réveillez vos papilles aux saveurs oubliées des légumes du jardin, des fruits frais du verger, des produits de terroirs, de nos caves et des recettes maison issues de la tradition régionale ou innovantes. Savourez les plats mitonnés à la ferme dans le cadre chaleureux de nos maisons d'hôtes. Et repartez avec les recettes et peut être votre panier de produits fermiers pour faire durer le plaisir et le partager avec vos amis !

Fermes tribus – Se retrouver !

Famille nombreuse ou recomposée, bande d'amis en quête d'espace, joyeuse équipée festive, grand rassemblement familial... quel genre de tribu êtes vous? Le temps d'un week-end ou d'un séjour, goûtez au plaisir de chaleureuses retrouvailles à la campagne, en partageant un moment privilégié, loin du quotidien, avec ceux que vous aimez !

Rando fermes - S'évader !

Faites étape ou dressez votre camp de base à la ferme. Randonnez sereinement le long des chemins creux et laissez-vous séduire par les paysages façonnés par des générations d'agriculteurs amoureux de leurs terroirs. Partez le matin avec le panier pique-nique du jour confectionné à la ferme... et revenez le soir partager votre moisson d'émotions avec vos hôtes.

Etik'fermes : S'impliquer !

Choix des énergies renouvelables, circulations douces, priorité à l'économie locale, volonté de promouvoir un tourisme plus responsable, plus solidaire... Partagez l'engagement quotidien de ceux et celles qui privilégient l'équilibre durable de nos ressources naturelles, culturelles et sociales au sein de leur territoire, afin qu'ensemble, nous préservions la vitalité de nos campagnes... pour notre plus grand plaisir !

...Le marché fermier

Le **mercredi 7 octobre 2009**, de 12h à 19h, le parvis d'Alpes Congrès à Grenoble se transforme en un petit coin de nature... où parents et enfants feront le plein de saveurs et goûteront aux plaisirs de la ferme !

30 producteurs fermiers, adhérents du réseau Bienvenue à la ferme, venus de toute la région Rhône Alpes et de Bretagne feront découvrir leurs produits lors d'un grand marché fermier. Les promeneurs pourront déguster vins, fromages, charcuteries, olives, fruits, miels, confitures, confiseries...

Sous le chapiteau, dont **l'entrée sera gratuite**, petits et grands découvriront les produits régionaux, la mini ferme et les animations présentant les activités d'accueil Bienvenue à la ferme.



L'espace « apéritif vigneron » mettra en avant la production viticole de la région autour d'une découverte conviviale mais modérée des vins accompagnés de produits fermiers.

Fermes pédagogiques, fermes auberges, toutes les activités Bienvenue à la ferme seront présentées lors d'un quizz où chaque participant sera récompensé !

Enfin, une visite de la **mini-ferme** ravira petits et grands avec la présence de lapins, canards, oies, poules, agneaux, moutons, chèvres et ânes.

Quelques producteurs rhonalpins qui seront présents lors du marché fermier :

- Henry Fusillet, à Belley dans l'Ain : vin du Bugey, jus de raisin
- Joël Billet, à Montrevel dans l'Ain : volaille de Bresse
- Philippe Fraisse, à Etables dans l'Ardèche : huiles essentielles, huiles aromatiques
- Françoise Lefort, Champis dans l'Ardèche : produits à base de châtaignes et de rhubarbe
- Christel Quaillet, à Montvendre dans la Drôme : escargots cuisinés en verrines stérilisées et en surgelés
- Serge Bompard, à Roussas dans la Drôme : miel, nougat, pain d'épices, écureuils
- Josée Argoud Puy, à Vaulnaveys Le Haut dans l'Isère : Charcuterie, verrines campagnardes, confiture, sirops, coulis, miel
- Thomas Nunge à La Batie Divisin dans l'Isère : fromages de chèvre
- Laurent Didier à Méaudre dans l'Isère : Bleu Vercors Sassenage AOC, raclette, gruyère, st marcellin, fromages blancs, confiture de lait
- Jean Paul Guilhermet, à Saint Hilaire Du Rosier dans l'Isère : jus de cerises, confitures, cerises au kirsh, aigre douces, ratafia de cerises, kirsh, crème
- Didier Girard, à Bourg d'Oisans dans l'Isère : bisons, ovins
- Franck Besson, à Jullie dans le Rhône : Juliéna - Rouge - La rosée de Jullie - Beaujolais Rosé - Gamay
- Philippe Durand, à Le NoyeR dans la Savoie: Infusions, apéritif aux plantes, vin chaud
- Agnès Vuillerme, à Saint Pierre De Soucy dans la Savoie : vin de pays allobrogie blanc, rouge, rosé, méthode traditionnelle, marc de Savoie, jus de raisin blanc et rouge
- Brigitte Chamot, à Menthonnex En Borne en Haute-Savoie : charcuteries, fromage, confiture
- Jean Paul Neyroud, à Frangy en Haute-Savoie : vin

Bienvenue à la ferme, leader du tourisme à la ferme

5 800 agriculteurs développent aujourd'hui l'accueil touristique sur leur exploitation et sont regroupés depuis 1988 au sein de « Bienvenue à la ferme », marque et réseau des Chambres d'Agriculture.

Ce réseau a structuré un ensemble de prestations sous quatre thématiques : gastronomie, hébergement, loisirs-découverte et services. « Bienvenue à la ferme » regroupe, notamment, des points de vente de produits fermiers (légumes, fruits, foie gras, produits carnés...), des fermes pédagogiques, des chambres d'hôtes...

Les adhérents respectent et développent les valeurs suivantes :

- offrir un accueil personnalisé, dans un environnement soigné, avec visite de l'exploitation, et transparence sur les pratiques agricoles
- être l'ambassadeur d'une agriculture durable et responsable, enracinée dans le territoire, en préservant le patrimoine agricole et rural
- satisfaire les attentes du consommateur
- promouvoir le métier d'agriculteur
- valoriser les produits de l'exploitation et les savoir-faire

« BIENVENUE A LA FERME » EN CHIFFRES :

120 collaborateurs sur le territoire français accompagnent

5 800 adhérents vous proposant :

4 thématiques et **16** formules d'accueil ou de services

des loisirs variés :



217 Fermes équestres



542 Fermes de découverte



376 Fermes pédagogiques



97 Vacances d'enfants à la ferme



9 Chasses à la ferme

des saveurs du terroir :



412 Fermes auberges



3 197 Points de vente "produits de la ferme "



33 Apéritifs fermier chez le vigneron



160 Goûters/casse-croûte à la ferme



28 Sacs pique-nique



24 Activités Traiteur

des sites où séjourner :



775 Chambres d'hôtes à la ferme



900 Gîtes à la ferme



386 Campings à la ferme

des services en plus :



101 Points d'accueil de camping car



57 Locations de salles

Les obligations à remplir pour garantir l'authenticité :

- produire sur la ferme le service ou le produit proposé,
- garder la responsabilité totale des produits-services,
- proposer la visite de l'exploitation, par souci de transparence,
- inscrire les noms, adresse, date de production sur les produits.

Le respect et le suivi de ces engagements sont contrôlés par les services décentralisés de l'État et par les Chambres d'Agriculture.

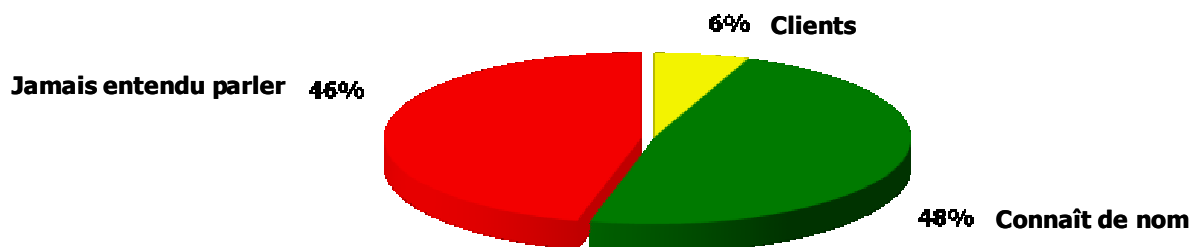
Pour les agriculteurs adhérents, « Bienvenue à la ferme » a mis en place :

- des formations à destination des agriculteurs concernant : l'accueil, l'apprentissage des langues, la connaissance du réseau, mais aussi sur la commercialisation, l'hygiène, et sur les dispositifs de qualité,
- un réseau d'information sur toute la France,
- une signalétique commune,
- des guides de promotion par thématique,

et apporte tout le conseil nécessaire à la promotion de l'agritourisme.

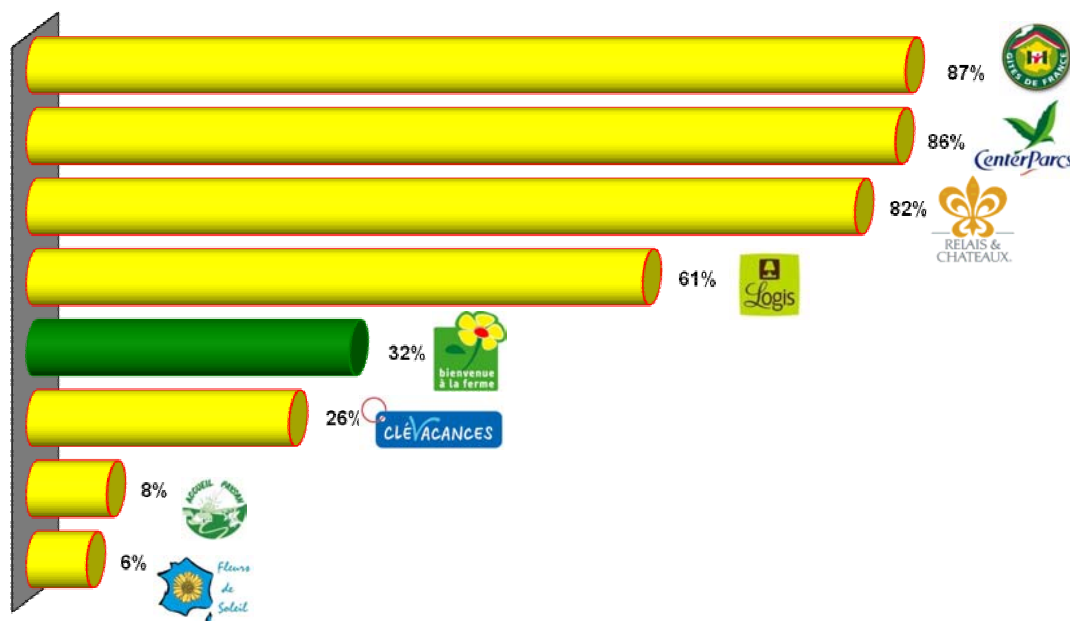
La notoriété de la marque Bienvenue à la ferme

Q° - Avez-vous déjà été client, et connaissez-vous au moins, de nom, la marque Bienvenue à la ferme ?



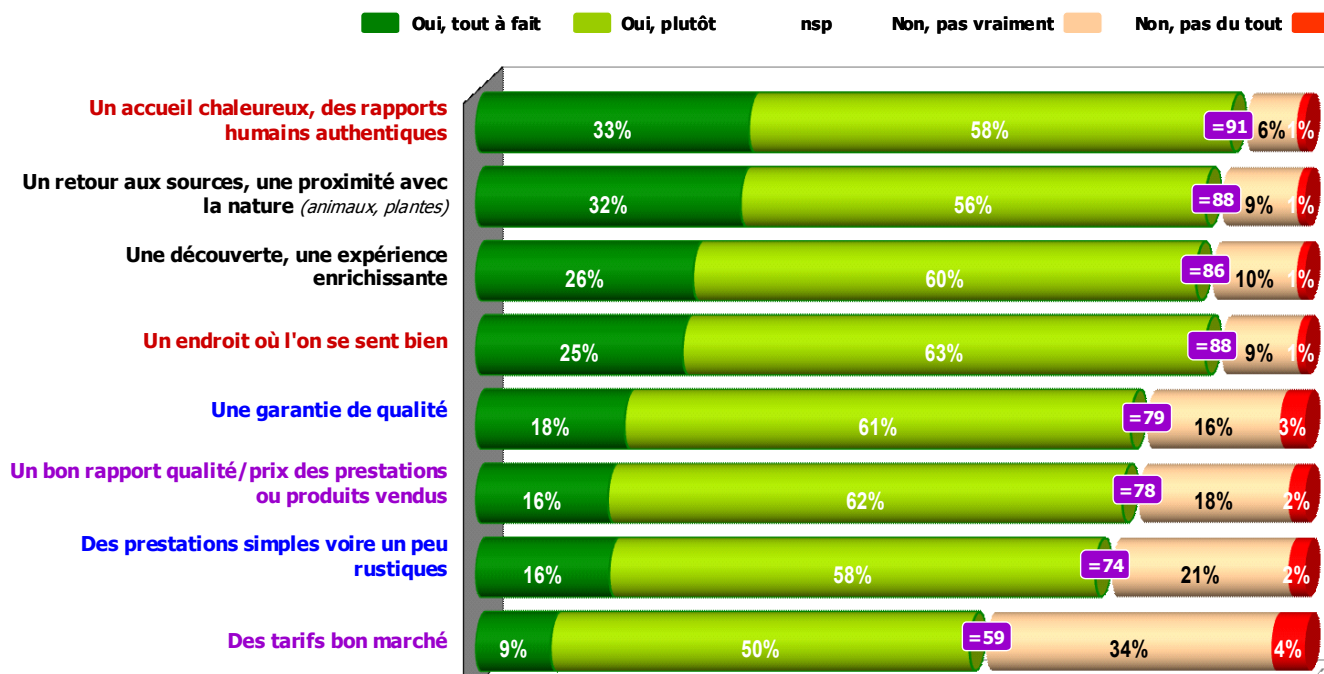
- Plus d'un adulte sur deux (54%) déclare connaître la marque "Bienvenue à la ferme " au moins de nom.
- Parmi ceux qui connaissent le nom, un sur neuf a déjà été client.

Q° - Parmi les logos suivants, cochez ceux que vous avez déjà vus :



→ Une personne sur trois (32%) déclare connaître le logo "Bienvenue à la ferme".

Q° - La marque Bienvenue à la ferme évoque-t-elle pour vous :

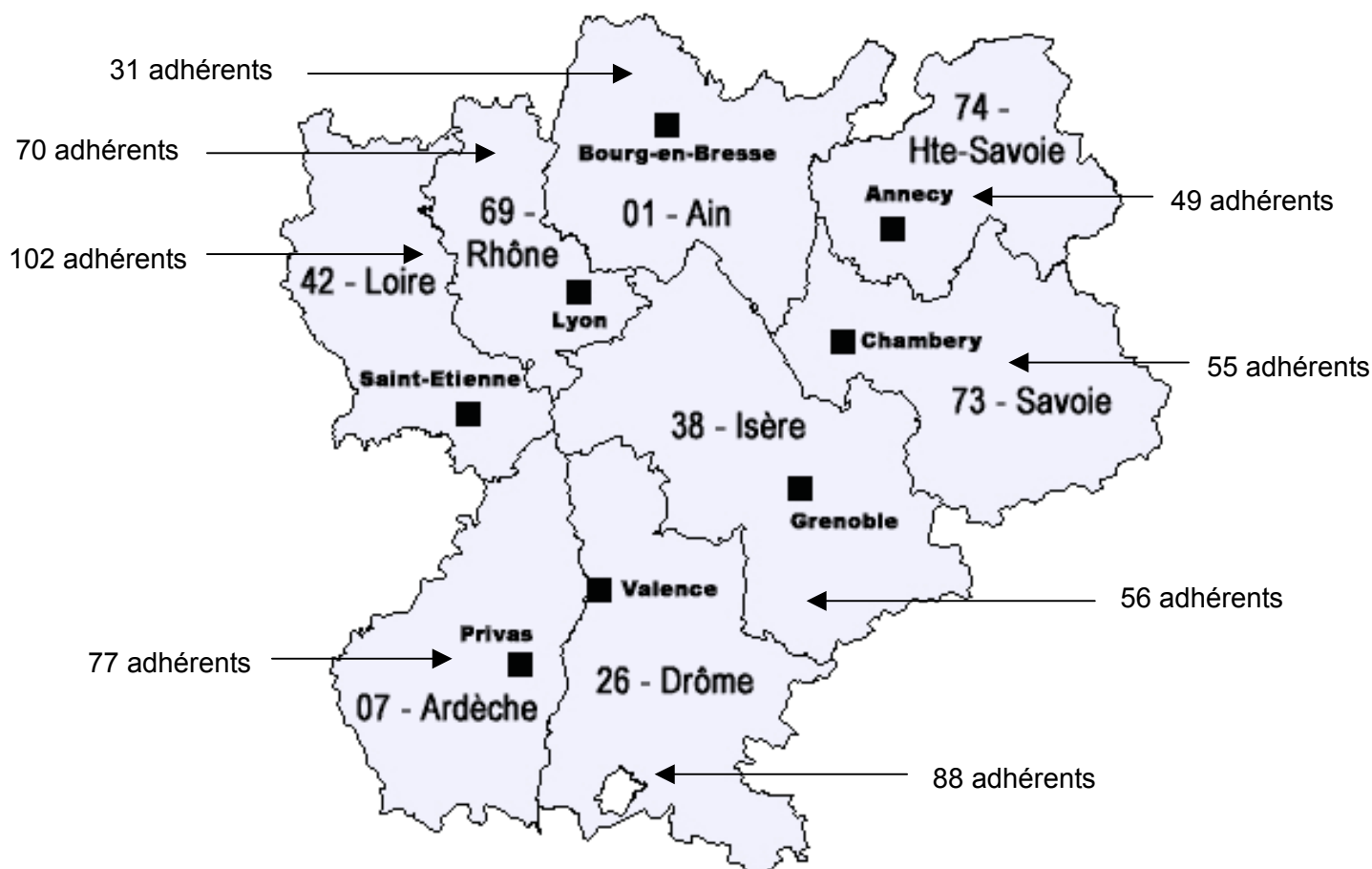


Résultats de l'enquête de notoriété et d'évocation de la marque Bienvenue à la ferme
Juillet 2009 - Didier Rayon / Terrain Omniway

Bienvenue à la ferme en Rhône-Alpes

Le réseau Bienvenue à la ferme compte en Rhône-Alpes 528 adhérents répartis de la façon suivante :

Le réseau Bienvenue à la ferme en Rhône-Alpes



Bienvenue à la ferme Rhône-Alpes, ce sont également 579 formules d'accueil :

- 221 producteurs fermiers
- 129 gîtes ruraux,
- 71 chambres d'hôtes,
- 37 fermes auberges,
- 62 fermes pédagogiques,
- 44 fermes de découverte,
- 15 accueils goûters/casse-croûtes à la ferme

Au total, le réseau Bienvenue à la ferme Rhône-Alpes concentre près de 10% de l'offre nationale Bienvenue à la ferme et représente la troisième région la plus importante en termes d'adhérents, après la région Midi-pyrénées (701 adhérents) et la région Aquitaine (605 adhérents)

Ainsi, ce réseau est une véritable vitrine de l'agritourisme en Rhône-Alpes.

Les chiffres clés du tourisme rural

Quelques données générales sur le tourisme rural

Le tourisme en France : une véritable économie

- 6,5 % du PIB
- Près d'1 million d'emploi

Le poids économique du tourisme rural

L'espace rural est le 1^{er} espace touristique fréquenté par les français :

- 35 % des séjours (à égalité avec la ville)
- 32 % des nuitées (2^{ème} espace touristique derrière le littoral)
- 20 milliards d'euros de CA (20 % de la consommation touristique)

La clientèle du tourisme rural

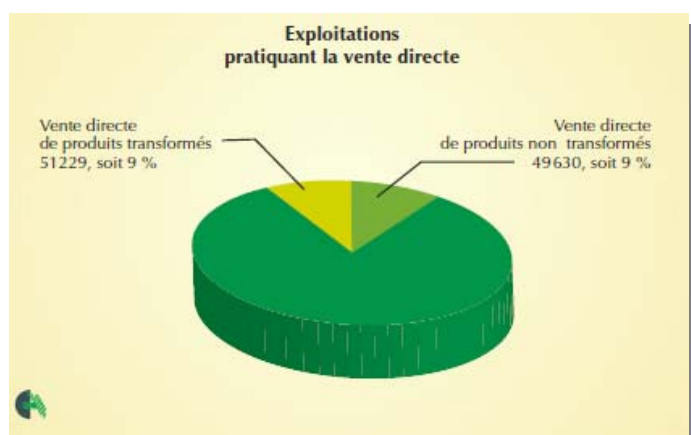
- 75 % de Français (dont 32 % de franciliens, les autres étant le plus souvent urbains)
- 25 % d'étrangers (dont 69 % provenant de 4 pays européens : Royaume Uni, Allemagne, Belgique et Pays Bas).

Source : Direction du tourisme – Chiffres clés 2006

Zoom sur l'agritourisme

18% des exploitations agricoles françaises pratiquent la vente directe de produits – transformés ou non – et plus de 3% exercent une activité liée au tourisme.

Les 2/3 des exploitations exerçant une activité touristique proposent un hébergement – sous forme de camping, gîte ou chambre d'hôtes – et près de 16% une activité de restauration – ferme auberge ou table d'hôtes.



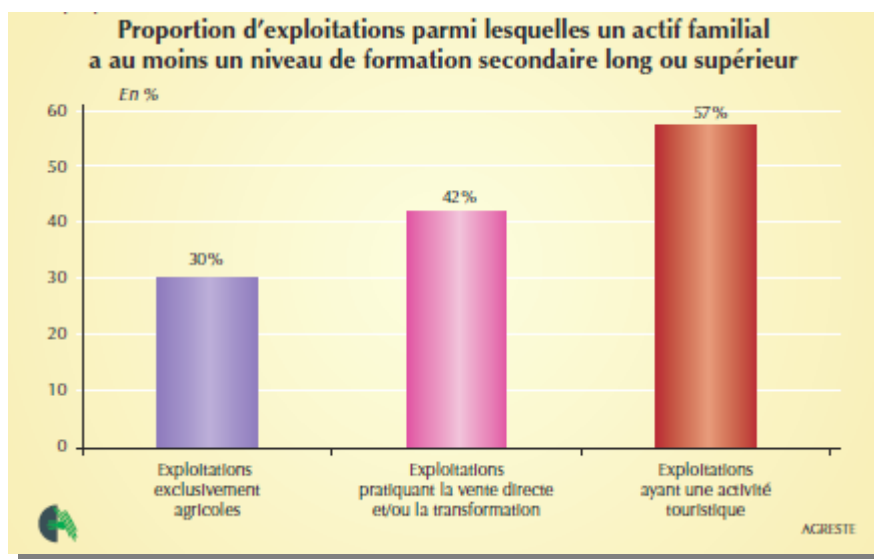
Une main d'œuvre plus importante

Comparées aux exploitations exclusivement agricoles, les exploitations diversifiées ont un contenu en emploi plus élevé : en 2000 elles généraient 2,1 UTA – unité de travail annuel – en moyenne par exploitation tandis que les autres conservaient un niveau moyen de 1,3 UTA par exploitation.

Par ailleurs, 14 % des exploitations diversifiées ont recours à au moins 1 salarié permanent contre seulement 4 % des exploitations exclusivement agricoles.

Un niveau de formation supérieur

57 % des exploitations diversifiées –en particulier les exploitants ayant une activité touristique – comptent au moins un actif bénéficiant d'un niveau de formation secondaire long ou supérieur, contre 30 % pour les exploitations exclusivement agricoles.



Source : Agreste – Recensement agricole 1988, 2000 et 2005

La saison touristique 2009

Une fréquentation touristique en hausse malgré la crise

D'après l'analyse conjointe des résultats provisoires des enquêtes INSEE hôtels/campings et du baromètre ATOUT FRANCE/TNS SOFRES, la fréquentation des hébergements touristiques marchands est en hausse de **+1% par rapport à 2008** avec une clientèle française qui sauve la saison et une clientèle étrangère qui résiste mieux dans les catégories à plus haut revenu.

D'après l'enquête de fréquentation des campings de l'INSEE, l'évolution de la fréquentation des campings sur la saison juillet-août serait de +1.2%. En juillet, le nombre de nuitées aurait progressé de +1.8% et de +0.7% en août (+2.3% pour les clientèles françaises et -4% pour les clientèles étrangères).

En ce qui concerne les locations individuelles (gîtes, chambres d'hôtes et meublés principalement), la fréquentation devrait être en hausse de +3.0% sur la saison juillet-août.

...en Rhône-Alpes

Les professionnels du tourisme en Rhône-Alpes tirent un **bilan très positif** de l'été 2009 : une majorité fait état d'une **bonne fréquentation** de juin à août 2009. Cette situation varie cependant selon le type d'établissement : les **établissements urbains et les hôtels** dressent un bilan beaucoup plus mitigé de l'été 2009.

En comparaison avec l'été dernier, l'activité s'est bien maintenue, voire développée cette année. La **fréquentation des touristes sur le mois d'août a été bonne**, notamment la part de la clientèle française, avec 77% des professionnels interrogés qui estiment que leur fréquentation a été bonne. 40% des professionnels constatent une stabilité de leur activité, 33% une hausse, et 25% une baisse

Le mois d'août 2009 a rempli les attentes de la majorité des professionnels en termes de fréquentation... mais pas forcément en termes de revenus par client : contexte de crise économique oblige, le ticket moyen par touriste a fortement baissé par rapport à l'année dernière.

Les professionnels les plus satisfaits sur la fréquentation durant l'été 2009 :

- Les établissements en zone de montagne (81% de bonne fréquentation), en bord de lac (79%) ou en zone rurale (78%),
- Les départements de Savoie / Haute Savoie (81%) et l'Ain (76%),
- Les offices de tourisme (90%), les hébergements collectifs (89%) et les structures d'activités / loisirs (81%).

Et à l'opposé :

- Les sites sur zone urbaine (62% de bonne fréquentation, dont seulement 8% de très bonne fréquentation), et plus particulièrement les hôtels (58%),
- Les départements du Rhône (66%) et de la Loire (67%).

En conclusion, l'implantation des structures Bienvenue à la ferme, situées en zone rurale, est tout à fait en phase avec la demande actuelle de la clientèle touristique qui séjourne en Rhône-Alpes. Cette tendance confirme le bien-fondé de l'investissement des chambres d'agriculture dans l'accompagnement du réseau Bienvenue à la ferme, gage d'opportunité de développement économique pour les entreprises agricoles de Rhône-Alpes.

Source : baromètre Rhône-Alpes Tourisme-Ipsos Bilan saison été 2009

Contacts presse

Pour l'Assemblée Permanente des Chambres d'agriculture

Marie Besson / Constance Bigourdan

Assemblée Permanente des Chambres d'agriculture
9, avenue George V
75008 Paris

T/ 01 53 57 11 44

marie.besson@apca.chambagri.fr - 06 88 75 96 56

constance.bigourdan@apca.chambagri.fr

Agence Albertine & Media - Bertrand de Tilleul

T / 01 48 24 04 50 – Port : 06 10 34 60 46

b.detilleul@albertine-media.fr

Pour la Chambre d'agriculture de Rhône-Alpes

Laurent Remillieux / Xavier Valette / Caroline Rose

Chambre Régionale d'agriculture Rhône-Alpes
23,rue Jean Baldassini
69364 LYON cedex 07

T/ 04 72 72 49 22

lr@rhone-alpes.chambagri.fr

Pour en savoir plus sur le 3^{ème} congrès Bienvenue à la ferme : www.congresbf09.com