



Compte rendu Atelier d'échanges : Lien agriculture tourisme

Mardi 6 octobre 2020 – 16h à 19h

Le domaine du Grand Saint-Bernard - Chemin du Grand Saint-Bernard, Clairmarais

Participants :

Virginie CARON – Agence d'Urbanisme du Pays de Saint-Omer – Flandre Intérieur

Anne-Marie FLANDRIN – Accueil paysan

Jean-Marie FLANDRIN – Ecoacteur : Gîtes Chtigite et Baptistin

Olivier PICQUENDAR – Ecoacteur : batellerie Au Bon Accueil

Maud KILHOFFER - Parc naturel régional des caps et marais d'Opale

Sylvie VANNEUVILLE – éleveuse – EARL VANNEUVILLE « Coin Perdu » Noordpeene

Thomas FROIDURE - Chambre d'agriculture

Joël ROLIN – Elu CAPSO délégué à l'agriculture

Hervé LELEU – Ecoacteur : batellerie et gîtes O'MARAIS by ISNOR

Loïc BOULIER – Maraîcher

Valentin HELLEBOID – Ecoacteur : Batellerie Faiseurs de bateaux

Frédéric LEGRIS – Greeter du Pas de Calais

Dorothee LENGAGNE – Office de tourisme et des congrès du Pays de Saint-Omer

Isabelle TREUTENAERE - Office de tourisme et des congrès du Pays de Saint-Omer et porteuse de projet agricole

Léa MARTINEZ – Conservatoire du littoral

Antoine BRUGE – porteur de projet agricole

René DEGUILLAGE – UFC que choisir

Sébastien ANSEL – Ecoacteur : Eden 62

Anaïs BAUDE SOARES – CAPSO (animation)

Coline ROZANES - CAPSO (animation)

La RBMA et le PMAZH

Cette démarche est à l'initiative de la Réserve de biosphère du marais Audomarois et est organisée dans le cadre du Programme d'action en faveur du Maintien de l'Agriculture en Zone Humide (PMAZH) piloté par la CAPSO avec le soutien financier de l'Agence de l'Eau Artois Picardie. Le PMAZH incite et accompagne l'expérimentation collective, le partage de connaissances entre acteurs, en maraîchage et en élevage mais également sur le milieu (eau/sol/biodiversité).

Objectif de la réunion :

Définir les enjeux du secteur agricole et du secteur touristique, les opportunités au développement de projets agri-touristiques et les objectifs pour le territoire.

Synthèse générale

De nombreux touristes parcourent chaque année la Réserve de biosphère du marais Audomarois à la découverte de ses patrimoines. Cette première rencontre thématique a permis de mettre en évidence les difficultés rencontrées par les acteurs du territoire pour faire du lien entre le secteur agricole et le secteur touristique. Différentes thématiques ont été discutées : Comment mieux valoriser les productions locales ? Comment mieux communiquer sur l'existant auprès des visiteurs ? Comment faciliter la mobilisation des maraîchers sur des événements touristiques ? Comment faire cohabiter les différentes activités ?

Des éléments de réponse ont été partagés, il s'agit désormais de travailler à la résolution de ces questions.

Retour sur la présentation : Elements de cadrage agriculture et tourisme RBMA

Maud KILHOFER a complété la présentation en présentant le rôle du PNR CMO comme celui d'un lanceur d'alerte sur l'impact de certaines pratiques, certaines activités sur le marais. L'enjeu est de sensibiliser les gens, qu'ils soient plus vigilants et responsables.

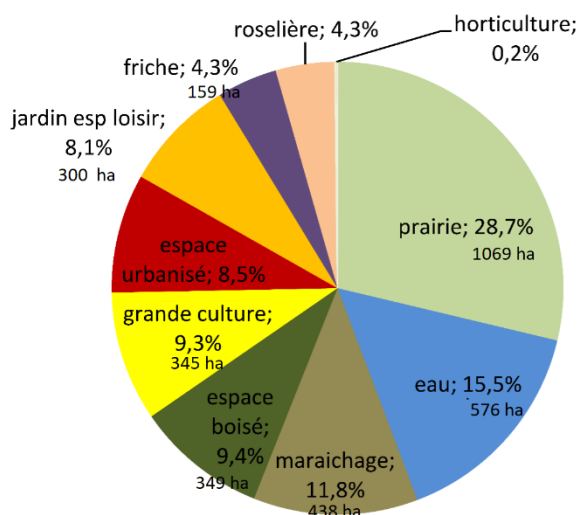
Différentes études ont été menées sur la flore aquatique, les poissons, les oiseaux et la qualité de l'eau. Pour chacune de ces études, les résultats montrent une dégradation de la qualité du milieu : disparition d'espèces, régression de la population de certaines, pollution de l'eau...

Les résultats sont mauvais au niveau de la santé du marais, en revanche, nous avons de bons résultats au niveau de la prise de conscience, il y a une **volonté forte de voir les choses évoluer** dans les différents domaines, et de travailler ensemble pour trouver et mettre en place des solutions. L'enjeu est de travailler sur différents plans (agriculture, tourisme...)

Monsieur Leleu et Monsieur Picquendar ont également souligné que de nombreux liens ont été créés, et sont toujours présents, entre le secteur touristique et le secteur agricole afin de faire découvrir aux touristes tous les aspects du marais ainsi que l'importance du respect du milieu, de sa faune et de sa flore.

On ne part pas de rien, de nombreux acteurs sont déjà engagés et beaucoup de projets existent. L'enjeu est de pouvoir accompagner, compléter et développer les projets existants.

On a vu que l'agriculture occupait 1 500 ha du marais sur 3 720 ha, quel est le détail de l'occupation du sol ?



Occupation du sol du marais Audomarois en 2012

Source : « schéma directeur agri-environnemental du Marais Audomarois » 2014 et Agence de l'Eau Artois Picardie

Débat mouvant :



Les participants ont pu échauffer leur réflexion en se positionnant sur les affirmations suivantes (« d'accord » / « pas d'accord ») :

- Le marais audomarois est un territoire d'exception à préserver
- Il y a trop de touristes dans le marais Audomarois
- L'agriculture n'est pas reconnue à sa juste valeur
- Relier le tourisme et les activités agricoles pourrait être un levier économique intéressant

Puis ils ont été amenés à se positionner sur la question suivante (« positif » / « négatif ») :

- Quelle est votre vision de l'avenir du marais ?

Groupes d'échanges : Synthèse par thématique





VALORISATION / COMMUNICATION PRODUCTION LOCALE

Problème :

Le manque de visibilité des produits locaux pour les touristes. Il y a de nombreux points de vente où le local n'est pas mis en valeur, le touriste a du mal à s'y retrouver, peut se sentir largué, confus et déçu. Il est difficile pour le prestataire d'envoyer les touristes à tel ou tel endroit, car il n'y a pas de distinction établie et reconnue.

Causes :

- Manque de communication entre les activités
- Manque de communication sur les points de ventes (informer de la provenance de tous les produits)
- Absence de labellisation / marque / outils d'identification des produits du marais

Opportunités :

- Il y a une demande de transparence de la part du consommateur et notamment des touristes pour trouver des produits locaux et être informés sur leur mode de production.
- Des initiatives de valorisation existent déjà sur le territoire (ex : la ville de Saint-Omer a regroupé les producteurs bio place Victor Hugo / Panneaux du PNR / Marché Flottant).
- Des structures existantes sur le territoire pourraient servir de support à la communication sous réserve qu'elles soient volontaires (SIPEMA, Confrérie du CF, légumerie...).



Exemple de panneau créé par le Parc

Idées :

Créer des outils de communication sur les produits locaux : il faudrait convaincre les commerçants et producteurs en vente directe que c'est dans leur intérêt de bien communiquer sur leurs produits et les accompagner dans cette valorisation, cette promotion des productions locales.

FAIRE SES COURSES SUR LE TERRITOIRE LORSQU'ON EST TOURISTE

Problème :

Il est difficile pour le touriste d'acheter des produits locaux sur le territoire.

Causes :

- Absence d'outils de valorisation / communication sur les productions locales
- Les touristes sont souvent là du samedi au samedi et en été, le marché de Saint-Omer est peu accessible aux touristes
- En vacances, certains touristes ne veulent pas s'embêter à chercher où faire leurs courses

Opportunité :

Demande forte des touristes de découvrir le territoire au travers de produits locaux.

Idées d'actions :

- Vos courses locales à l'arrivée
- Organiser un réseau en local pour permettre la collecte de différents produits locaux (pain, lait, miel, jus, fruits, légumes, bière) et proposer ces paniers dans les gîtes. Possible organisation avec l'Office de Tourisme ?



Attention : au prix tout compris (qui monte vite) / au temps pour le prestataire de tourisme. Il faut trouver les niches et que ce soit ficelé.

→ Monsieur Flandrin propose déjà des produits à l'arrivée – ce genre d'initiative devrait être communiquée pour donner envie à d'autres gîtes de le faire.

- Relancer la halle maraîchère de la maison du marais – emplacement visible des visiteurs avec le parking à proximité
- Distributeur de produits sur le parking des opérateurs touristiques (ne permet pas la création de lien avec les producteurs)

Les marchés du territoire :

- > SAINT-OMER – Samedi matin – place Joffre
place Victor Hugo (production locale et/ou bio)
- > SAINT-OMER - Le jeudi matin – place de la Ghière
- > SAINT-OMER – le mercredi matin – place de Perpignan
- > ARQUES - Le mardi matin – Arques
- > MOULE - le vendredi en été sur la route de Houlle de 14h à 19h ; en hiver sur le parking de la salle polyvalente
- > WATTEN – Le vendredi matin

Y-a-t-il des producteurs présents dans ces marchés ?

LA MOBILISATION DES MARAÎCHERS

Problème :

Il est difficile de mobiliser des maraîchers sur des événements, pour des visites etc.

Causes :

- Saisonnalité : la saison agricole et la saison touristique ne sont pas compatibles. Il y a plus de touristes l'été mais aussi plus de travail pour les agriculteurs.
- Avoir une activité de production et touristique c'est une spécialisation. Il faut pouvoir organiser son exploitation pour l'accueil.
- De nombreux circuits de commercialisation existent (vente directe sur l'exploitation, marché, coopérative), les maraîchers n'ont actuellement pas le besoin de développer un mode de commercialisation à destination des touristes.
- Evolution du secteur agricole : Aujourd'hui les exploitations agricoles sont tenues par 1 ou 2 personnes, il est difficile d'accorder du temps aux visiteurs.
- Un maraîcher cherche une régularité au niveau des ventes et une rentabilité économique
- Quelles reconnaissances/retombées (pas seulement économiques) pour les agriculteurs qui feront des offres touristiques pertinentes ?

Opportunités :

- Woofing/un réseau de bénévoles sur la ferme : Permet de libérer du temps. Mais il faut une organisation pour l'encadrement des stagiaires et des bénévoles.
- Les échanges entre les producteurs : Possibilités d'échanges mais l'ambiance du marais reste particulière.

Idées d'action :

- Création d'un magasin collectif de producteur : endroit choisi pour permettre d'aller visiter le marais et faire de la vente directe. C'est une idée qui a déjà été essayée sur le marais mais certains ont dû fermer (Difficultés : disponibilités, diversité des productions, travail en collectif).
- Réseau de guides : Créer un réseau de personnes (bénévoles ou non) capables d'emmener le visiteur chez le maraîcher. Ex : Dunkerque / Rosendael – la tente verte – visite du quartier horticole et maraîcher.



- Offre touristique hors saison. **Idée en débat** : « Un temps pour tout »
- Pas de réelle volonté d'accueillir l'hiver. « C'est une saison de repos et de préparation pour les agriculteurs ».

Facteurs de réussite des visites d'exploitations :

- o Organisation (plages horaires fixées préalablement)
- o Rémunération de l'agriculteur
- o Communication sur l'événement
- o Communication auprès du touriste

FACILITER L'INSTALLATION DE PORTEUR DE PROJETS

Problème :

Il existe des porteurs de projets agricoles voulant profiter de la présence de touristes pour développer leurs activités mais qui n'arrivent pas à s'installer dans le marais Audomarois.

Causes :

L'accès au foncier agricole est très difficile.

Opportunité :

Vieillessement et donc renouvellement de la population maraîchère → des terres devraient se libérer.

Solutions proposées :

- Faciliter l'accès au foncier aux porteurs de projets agricoles
- Travailler avec les futurs installés sur l'intégration de la dimension touristique dans leur projet agricole

Travail à mener :

Etude de marché pour connaître la demande sur cette offre touristique et sur l'offre de vente directe (est-elle suffisante ? visible ? adaptée en termes d'horaires ?). Cette étude permettrait de connaître les pistes d'actions pour le développement de nouveaux projets.

COMMUNICATION SUR LES DISPOSITIFS EXISTANTS

Problème :

Manque de communication sur les dispositifs existants. Les offres touristiques qui peuvent être développées par l'agriculture sont très diversifiées : gîtes, tables d'hôte, chambres d'hôte, camping à la ferme, visites de structure... Des organismes existent pour aider les agriculteurs à développer ces activités et les valoriser (accueil paysan, la chambre d'agriculture). Cependant, ces actions restent peu visibles. Parallèlement, sur le territoire, de nombreuses activités existent pour faire découvrir l'agriculture et les produits du marais (marché sur l'eau, Loïc et les faiseurs de bateaux ...).

Cause :

- Les deux secteurs agriculture et tourisme ne se connaissent pas.

Opportunités :

- Des projets liant l'agriculture et le tourisme existant
- De nombreuses activités dans le marais et une volonté forte de créer des projets communs et transversaux

Solution proposée :



- Un animateur territorial permettrait d'informer les acteurs du territoire sur les dispositifs existants et les mettre en lien.

COHABITATION DES ACTIVITES, USAGES ET ATTENTES DES ACTEURS

Problèmes :

Entre agriculteurs, gestionnaires et visiteurs la cohabitation des usages et le respect du travail mené n'est pas toujours facile. Cette difficile cohabitation a été également évoquée avec l'exemple de l'érosion des berges liée à une fréquentation touristique importante et au non-respect des sites. Un autre exemple évoqué est celui des appareils utilisés pour faire fuir les nuisibles qui sont des nuisances sonores pour les touristes et habitants.

Causes :

- Manque d'échange entre les acteurs du territoire (gestionnaires, visiteurs, agriculteurs, prestataires ...) ex : Est-ce que l'émetteur sonore est un outil efficace pour faire fuir les nuisibles ? Si oui, cela justifie la nuisance et le prestataire peut communiquer dessus
- Manque de communication sur ce que le touriste peut faire ou non
- Mauvaise communication sur ce qu'est réellement le marais
- Les touristes ont une vision « idéalisée » de la vie dans le marais. Problème de respect/connaissance du travail des gens – les touristes veulent voir les agriculteurs travailler sans se rendre compte qu'ils les dérangent dans leur travail. « Ils rentrent à la ferme, viennent dans les étables comme si c'était un parc d'attraction, sans nous avoir demandé la permission »

Solution proposée :

- Adaptation du tourisme – tourisme plus proche des gens qui travaillent et qui vivent le marais. Tourisme expérientiel, respectueux du milieu.
- Un animateur territorial permettrait de faire le lien entre les acteurs pour permettre la connexion entre les activités et faciliter la création de projets communs.

Données demandées :

Une étude présentant l'impact du tourisme sur les milieux (qualité de l'eau, biodiversité, berges...)

Autres thématiques évoquées :

AVOIR UNE COHERENCE GLOBALE DANS LES ACTIONS

On peut valoriser les productions locales mais il faut veiller à l'impact environnemental global des solutions proposées. Il ne s'agit pas de valoriser une production qui dégraderait l'environnement du marais ou de favoriser la voiture dans le marais. Il s'agit alors de mener des actions parallèles comme le développement de la mobilité douce ou l'accompagnement des agriculteurs dans leurs pratiques.

ELEVAGE :

On a beaucoup parlé du maraîchage et peu de l'élevage or cela représente 1/3 de la surface du marais et il y a aussi de la vente directe (exemples cités : La ferme du Milou – Fromage le Batistin)

L'HABITANT :

L'habitant est aussi un visiteur, il peut être également un guide et c'est le premier consommateur local. Il y a peut-être aussi des opportunités à saisir auprès des habitants. Il s'agit de pouvoir sensibiliser et informer les habitants de Saint-Omer sur ce qu'est le marais Audomarois et ses enjeux de préservation.



LES SCOLAIRES :

Peu de scolaires de l'Audomarois vont visiter le marais.
Existant – projet pédagogique de ISNOR + Maison du marais...

RESTAURATEURS :

Les restaurateurs ont aussi un rôle important pour valoriser les acteurs locaux.
Opportunités : ils sont très nombreux à Saint-Omer et certains y travaillent déjà.



CONCLUSION ET SUITES

Le travail effectué a permis de mettre en évidence les enjeux pour lier le secteur agricole et le secteur touristique sur le territoire du marais Audomarois. Différents problèmes ont été soulevés et ont été développés, des opportunités pour le territoire ainsi que des idées d'actions ont pu également émerger des discussions. Un nouveau temps d'échanges sera organisé pour le mois de janvier ou février si la situation sanitaire le permet.

L'objectif de ce temps sera de travailler plus précisément sur les défis pour le marais Audomarois de demain et les actions à mener pour relever ces défis. L'enjeu sera de pouvoir porter ensemble des projets liant le secteur agricole et le secteur touristique.

Dans l'attente de cette prochaine rencontre, il a été proposé aux invités de participer à une visite touristique du marais. Nous connaissons le marais, parce que nous y vivons ou travaillons, mais connaissons-nous le marais touristique ? Cette visite sera l'occasion d'être touriste dans le marais Audomarois.