

JOURNEE NATIONALE AGRITOURISME

COMPT E R E N D U

Le 13 mai 2025

9 Avenue George V - Chambres d'agriculture France



Journée Nationale agritourisme - Compte Rendu - mai 2025

Avec la contribution financière du compte d'affectation spéciale développement agricole et rural CASDAR



MINISTÈRE
DE L'AGRICULTURE
ET DE LA SOUVERAINETÉ
ALIMENTAIRE

Liberté
Égalité
Fraternité



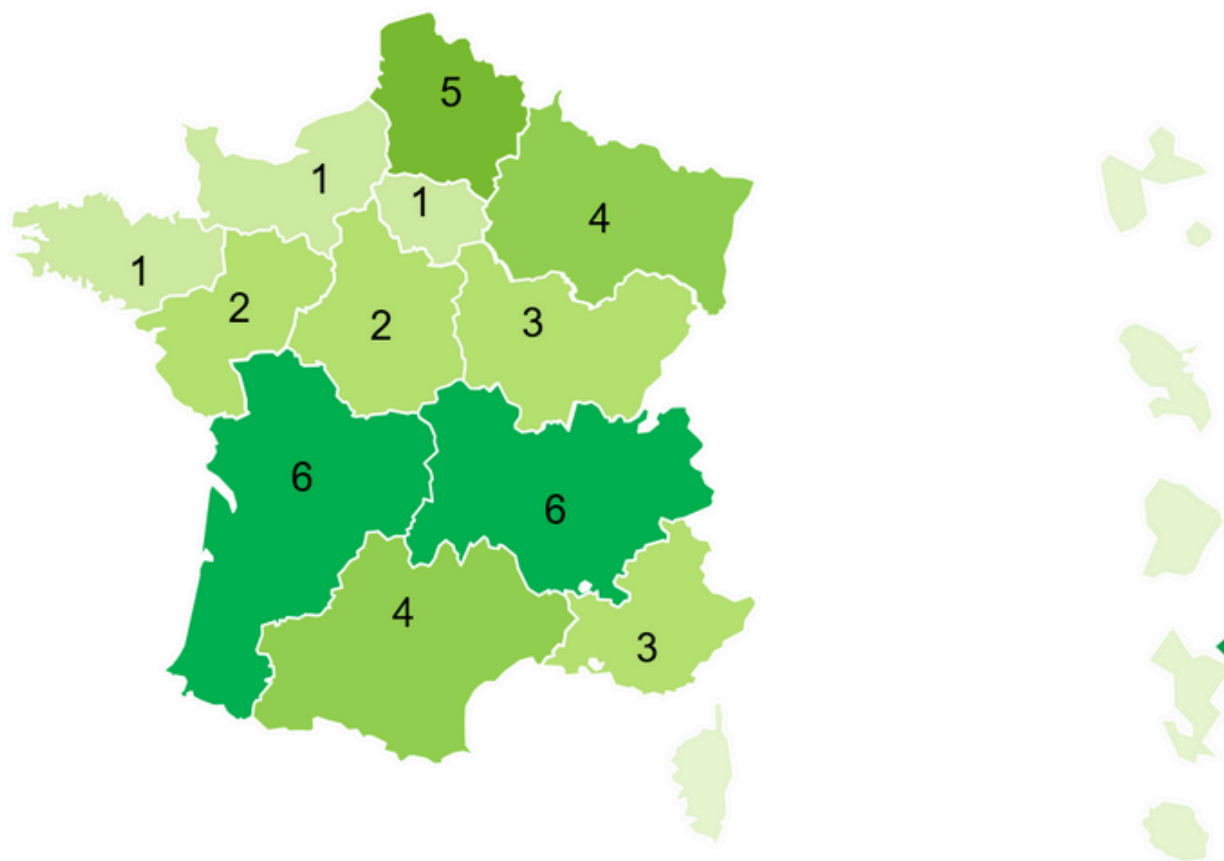
CHAMBRES
D'AGRICULTURE
FRANCE

Sommaire

1	RESUMÉ EN QUELQUES CHIFFRES	-----	p.03
3	RETOUR SUR LA MATINÉE	-----	p.04
4	RETOUR SUR LES ATELIERS	-----	p.09



QUELQUES CHIFFRES



1 journée



2 intervenants externe



38 conseiller.e.s



5 élus



12 régions représentées



45 sacs isothermes offerts



5 ateliers participatifs

OBJECTIFS DE L'ÉVÉNEMENT

Pour cette troisième édition de la Journée Nationale Agritourisme, l'objectif était de **réunir les conseillers** et conseillères agritourisme présents sur tout le territoire afin de leur offrir un **moment de partage**, de leur présenter la **feuille de route 2025** et d'**aborder des thématiques actuelles**, inhérentes à l'agritourisme.

MATINÉE

- 1 PRÉSENTATION DES PROJETS LIÉS À L'AGRITOURISME À CDAF
- 2 AGRITOURISME DURABLE
- 3 AGRITOURISME D'AFFAIRES



PROJETS AGRITOURISME

OBJECTIFS DE LA MATINÉE

- Partage d'informations
- Apport de connaissances sur des thématiques clés du tourisme.

Les actions de CDAF liées à l'agritourisme :

Nous avons commencé la journée par une présentation des actions menées au sein de CDAF pour le développement de l'agritourisme.

Vous retrouverez tous les sujets abordés via [cette présentation](#).

Voici le panorama des sujets abordés :

• GUIDE AGRITOURISME :

Une mise à jour du [guide agritourisme](#) est en cours. Cette dernière sera publiée durant l'été.

• FRANCE PASSION :

Le partenariat jusque-là informel entre [France Passion](#) et Bienvenue à la ferme se concrétise avec la signature d'une convention de partenariat.

Nous nous engageons à **ne pas mentionner directement dans les guides et cartes départementales ainsi que sur les fiches fermes les adhérents France Passion**. Cela irait à l'encontre de leur modèle économique qui repose sur l'achat du guide.

• AU DOMAINE :

À la suite d'un premier webinar de présentation du projet nous avons formé un groupe de travail pour avancer sur cette thématique. Nous souhaiterions, à l'instar du forum des fermes pédagogiques, créer une suite de webinar sur des thématiques liées à l'oenotourisme.

Un premier webinar de lancement sera proposé aux adhérents [le 26/06/2025](#) de 12h à 13h. Voici [le lien](#) à communiquer pour s'inscrire à l'évènement.

• FICHES SUPPORTS / FICHES TECHNIQUES :

Suite à la demande de nombreuses personnes nous allons créer des fiches supports à destination des porteurs de projets. L'objectif est d'avoir un support à donner aux porteurs de projets qui ferait office d'accroche pour les mener vers d'autres prestations. Certain.e.s conseiller.e.s ont déjà en leur possession des fiches de ce type. Un atelier a également été mené l'après midi sur ce sujet. L'idée est donc de mutualiser et formaliser l'existant afin que le plus grand nombre puisse s'en saisir.

PROJETS AGRITOURISME

OBJECTIFS DE LA MATINÉE

- Partage d'information
- Apport de connaissances sur des thématiques clés du tourisme.

• OBSERVATOIRE BIENVENUE À LA FERME

Voir présentation (Slide 9)

• RECENSEMENT DE L'OFFRE AGRITOURISTIQUE X ATOUT FRANCE :

Nous avons l'opportunité d'appuyer Atout France dans le recensement des offres agritouristiques présentes sur notre territoire. Atout France propose par la suite de faire apparaître sur sa plateforme www.france.fr le top des offres qui seront recensées.

Merci de bien vouloir faire remonter les offres de vos départements, répondant aux critères suivants **avant le 15 juin** :

- 📍 Ancré dans une démarche de durabilité
- 📍 Ayant un bon taux de réservation
- 📍 Qui privilégie les agriculteurs qui travaillent en synergie avec d'autres acteurs du territoire
- 📍 Offre In situ ou en itinérance.
- 📍 Avec au moins une nuit.

Pour contribuer, merci de remplir [ce formulaire](#).

Pour toutes questions vous pouvez contacter Coline MARTIN - coline.martin@apca.chambagri.fr

• PARTENARIAT ELLOHA :

Elloha est une solution de réservation en ligne que les agriculteurs peuvent mettre en place pour gérer leurs réservations et calendriers. Vous pouvez retrouver les détails de notre partenariat sur la présentation.

• FORMATIONS À VENIR :

Voir présentation (slide - 10)

ATTENTION : la formation *"Réussir l'accompagnement des fermes pédagogiques du 24 au 26/06 à Chauvigné (35)"* est **ANNULÉE FAUTE DE PARTICIPANTS**

INTERVENANTES:

- SEVERINE CAMBLONG LEFEVRE - ATOUT FRANCE
- ALEXANDRA ESTIVAL - CHAMBRE D'AGRICULTURE DU VAR

FRANCE TOURISME DURABLE

Séverine CAMBLONG LEFEVRE - Responsable du Pôle Culture, Patrimoine et Art de Vivre chez ATOUT France

Vous pouvez retrouver la présentation [ici](#).

Plus globalement, lors de cette intervention la plateforme France Tourisme Durable a été présentée. France Tourisme Durable est une plateforme dédiée aux professionnels du tourisme sur laquelle vous pouvez retrouver des outils et documents liés à la transition. Cette plateforme a été créée à l'initiative d'Atout France et est alimentée grâce à des contributions publiques et privées.

Concrètement France Tourisme Durable permet de :

- Gagner du temps pour répondre à vos besoins d'information en faveur de la transition durable
- Rendre des activités plus attractives et compétitives et faciliter des projets de développement
- Consulter les bonnes pratiques des professionnels qui vous ressemblent
- Un outil d'autodiagnostic est également présent sur la plateforme pour permettre aux professionnels de se situer vis-à-vis de leur transition.
- Avec France Tourisme Durable, vous avez également la possibilité de participer à l'enrichissement de la plateforme. Vous pouvez envoyer vos travaux, initiatives, retours d'expériences ou alors vos besoins par mail : [**francetourisme@atout-france.fr**](mailto:francetourisme@atout-france.fr)

ATOUT FRANCE X AGRITOURISME

Retour sur l'observatoire agritourisme d'Occitanie.
Vous pouvez retrouver les résultats [**ici**](#).

PRÉSENTATION DU PROJET FNMPP

Alexandra ESTIVAL - Chambre d'agriculture du Var

Vous pouvez retrouver la présentation du projet [**ici**](#).

L'outil d'autodiagnostic a vocation à être dupliqué dans le plus de départements possible - Si vous êtes intéressé pour l'obtenir, veuillez contacter Coline MARTIN - [**coline.martin@apca.chambagri.fr**](mailto:coline.martin@apca.chambagri.fr)

INTERVENANTS:

- BASTIEN DE SEZE - ATOUT FRANCE
- OLIVIER ROBERT - ELU BIENVENUE À LA FERME BRETAGNE

POURQUOI LE TOURISME D'AFFAIRES ?

Bastien DE SEZE - Responsable de projets chez ATOUT France

Retrouvez la présentation [ici](#) à laquelle il a été ajouté l'outil d'autodiagnostic mentionné en séance.

Vous pouvez [consulter ici](#) une fiche synthétique “ se lancer dans le tourisme d'affaires”.

MISE EN PRATIQUE

Intervention d'Olivier Robert - Producteur (porcs, volailles Label Rouge, céréales, huiles de Colza et tournesol et sapin de Noël) en Bretagne.

Cette section sur le tourisme d'affaires s'est clôturée par une intervention d'Olivier Robert, agriculteur ayant développé le tourisme d'affaires en parallèle de son activité agricole. Il possède 2 salles d'une capacité d'accueil de 80 et 110 personnes assises. Il nous a confié l'importance d'avoir un matériel professionnel de qualité : cuisines / plafond acoustiques...

Il met à disposition de ses clients, paperboard, vidéoprojecteur, écran de visio, Wifi, etc.

Ses conseils :

« Tout avoir en double, si un vidéoprojecteur s'arrête de fonctionner pendant une réunion, il faut avoir la capacité de le remplacer tout de suite. Le tourisme d'affaires demande une présence en permanence pour répondre rapidement à la demande des clients.»

« Faire marcher son réseau pour attirer de nouveaux clients. Faire connaître son activité par le bouche-à-oreille et adapter le prix de ses prestations chaque année car c'est un marché en constante évolution. »

Côté traiteur, Olivier laisse l'opportunité à ses clients de choisir leur propre traiteur, bien qu'il ait l'habitude de travailler avec certain prestataire.

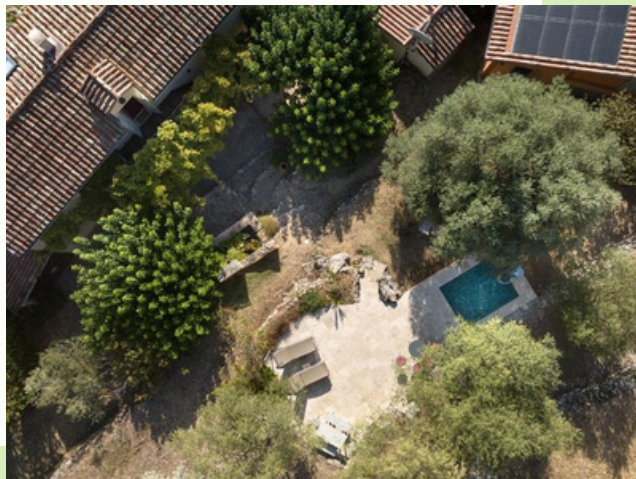
Il a un ETP sur la partie événementiel et concrétise environ 7 devis sur 10. Il appuie sur l'importance de rencontrer les clients avant chaque événement et de ne pas toujours « tout accepter ».

Pour en savoir plus sur le Clos du Chatelier et les prestations qu'Olivier propose : rendez-vous sur son [site internet](#).

Après-midi

LES ATELIERS :

- 1** DIGITALISATION : ACCOMPAGNER LES PORTEURS DE PROJETS À MIEUX COMMUNIQUER AUTOUR DE LEURS PRODUITS ET ACTIVITÉS.
- 2** PACKS AGRITOURISTIQUE : COMMENT LES COMMERCIALISER ?
- 3** ACCOMPAGNER LES PORTEURS DE PROJETS DANS LA DÉTERMINATION DU PRIX DE REVIENT DE LEUR PRESTATION
- 4** CONSTRUIRE DES FICHES TECHNIQUES À DESTINATION DES PORTEURS DE PROJETS
- 5** ATELIER ÉLUS



ANIMATRICES

- Tyfenn KERRAIN
- Bénédicte LAGORCE

DIGITALISATION : ACCOMPAGNER LES PORTEURS DE PROJETS À MIEUX COMMUNIQUER AUTOUR DE LEURS PRODUITS ET ACTIVITÉS.

La communication est un élément clé de la réussite d'un projet agritouristique. Sans elle, le produit ne pourra pas rayonner à sa juste valeur. Il est donc important que le réseau puisse accompagner les porteurs de projets dans leur éveil à une bonne communication et dans leur prise en main ou utilisation des outils digitaux.

Une hétérogénéité est remarquée chez les agriculteurs en terme de prise en main des outils de communication. Par exemple certains refusent d'être présent sur les réseaux sociaux, là où d'autres font appel à des prestataires externes afin de gagner de la visibilité tout en gagnant du temps. L'enjeu est donc de s'adapter à ce public divers.

OBJECTIF DE L'ATELIER :

- Partager les bonnes pratiques mises en place par le réseau
- Cibler les outils à disposition pour cet accompagnement.

Vous trouverez ci-après les travaux effectués dans cet atelier.

ANIMATRICES

- Tyfenn KERRAIN
- Bénédicte LAGORCE

Les bonnes pratiques existantes pour améliorer la communication des agriculteurs et leur accompagnement :
• Présence sur les réseaux sociaux • Formation / prestation accompagnement individuel et collectif, com 360°. • Intervention de prestataires externes • Formations et webinaires sur des outils de communication comme CANVA • Réunion avec les EPCI • Google My business • Êtres présents sur des plateforme de revente comme <i>Kidiklik</i> • Être présent sur les Systèmes d'Information Touristiques (souvent géré par les OT) comme <i>Apidae</i> ou <i>Tourinsoft</i> • Présence dans les Offices de tourisme • Présence sur les plateformes de réservation type Airbnb, Booking... • Mise en place de partenariat avec des guides touristiques comme <i>Petit Futé</i> afin d'être recensé dans leur éditions locales. • Présence sur le site BAF, Côté conseiller.e.s : Mise en place d'un point Com tous les lundi matin pour repartager les actus du réseau sur les Réseaux Sociaux comme LinkedIn
Les freins existants à la montée en compétence du réseau (porteurs de projets et conseillers) en terme de communication
Porteurs de projets : - Difficultés à les mobiliser pour les formations - La communication c'est chronophage - Volonté d'avoir un outil clé en main - Appétence/agilité pour le digital - Manque de moyens financier -Dans le cadre de Google my Business : manque d'autonomie de la part des porteurs de projets pour créer et mettre régulièrement à jour leurs fiches. -Ne savent pas quels outils / acteurs mobiliser car il y en a une multitude -Les conditions d'adhésions aux sites comme Kidiklic sont parfois prohibitives. -Réfractaires à l'idée d'être sur les Réseaux Sociaux.

ANIMATRICES

- Tyfenn KERRAIN
- Bénédicte LAGORCE

Conseillers :

- Hébergeurs : qu'est-ce que l'on peut apporter VS Gites de France
- Stratégie de la chambre sur les hébergeurs
- Positionnement de certaines structures vis à vis de la chambre (cas GDF)

Pistes pour paliers à ces difficultés :

Au National :

- Création de tutoriels / formation pour apprendre à utiliser Google My Business
- Benchmark des plateformes de référencement de l'offre agritouristique sur lesquelles apparaitre lorsque l'on fait de l'agritourisme. Voir document Écosystème de l'agritourisme en France.
- Prévoir des webinaires pour déclencher des inscriptions aux formations
- Mise en place de partenariats nationales avec des entreprises comme Kidiklic pour réduire le montant de l'adhésion
- Créer un outil pour convaincre les porteurs de projets de se lancer sur les Réseaux Sociaux.
- Mettre en place à l'échelle nationale des partenariats avec des guides comme Petit Futé, Lonely planet, etc.
- Lister les bonnes pratiques d'utilisation du site BAF (langage, photos, charte de communication, rédaction des textes sur les fiches fermes, storrtelling,etc)

Au départemental :

- Créer une relation de confiance avec l'agriculteur
- S'adapter aux besoins de l'agriculteur pour un accompagnement personnalisé
- Les aider à exprimer leurs besoins
- Construire leur cahier des charges avec eux (ajouter doc Axelle sur Teams et mettre le lien)
- Organiser des échanges/retours d'expériences entre agriculteurs

Pour les adhérents Bienvenue à la ferme :

- Profiter de la refonte du Back Office Bienvenue à la ferme pour réécrire leurs fiches ferme
- Externaliser la gestion des réseaux sociaux

ANIMATRICES

- Coline MARTIN
- Delphine DENISSEL

INTERVENTION : Lisiane LACANAL

PACKS AGRITOURISTIQUES : COMMENT LES COMMERCIALISER SUR SON TERRITOIRE ?

Un projet FNMPP a été mené en 2023 sur la construction de packs agritouristiques par les chambres. Suite à ce projet une problématique subsiste. Il s'agit de celle de la commercialisation. Du fait de son statut, le réseau peine à commercialiser ces produits et donc à les faire vivre.

Les chambres ayant participé à ce projet sont : Ardèche, Ile de France, Aude, Gers, Corse du Sud, Hérault.

Vous pouvez retrouver les livrables de ce projet en cliquant sur [ce lien](#).

OBJECTIFS DE CET ATELIER :

- Présentation du projet FNMPP
- Échanger entre conseillers sur les expériences et outils existants.
- Chercher des compléments aux initiatives déjà en place.

Vous trouverez ci-dessous la synthèse de cet atelier :

Présentation du projet FNMPP – Lisiane LACANAL CA Cantal

L'objectif de ce projet était d'établir une méthodologie de développement de packs agritouristiques en collaboration avec des collectivités locales.

Il est inspiré du projet Européen VALSIPAM (Interreg- FEADER)

Le projet présente une méthodologie en 3 étapes :

1. Le diagnostic territorial

- Utilisation d'un outil excel
- Analyse du potentiel agricole et patrimonial
- Implication des OT et acteurs touristique dès cette étape

2. La construction des packs

- Ateliers avec agriculteurs et partenaires locaux
- Grilles d'autoévaluation, scénarios de packs modulables avec accompagnement
- Etude de marché (quelle cible)
- Retour d'expérience : Dans le Cantal, 10 agriculteurs fermiers étaient ouvert à la visite.

PACKS AGRITOURISTIQUES : COMMENT LES COMMERCIALISER SUR SON TERRITOIRE ?

ANIMATRICES

- Coline MARTIN
- Delphine DENISSEL

INTERVENTION : Lisiane LACANAL

Présentation du projet FNMPP – Lisiane LACANAL CA Cantal (suite)

3. La promotion / commercialisation et le financement des packs

- Difficultés initiales dues à l'absence de convention avec les OT
- L'OT prend une commission de 10% sur les ventes

Retour d'expérience : il est important de penser un modèle économique et un partenariat dès le début du projet.

Difficultés soulevées lors de cet atelier

Absence d'engagement des agriculteurs dans la durée

- Temps de phoning nécessaire pour mobiliser les partenaires.
- Faible implication initiale des OT, peu habitués à considérer les agriculteurs comme des acteurs touristiques.
- Hétérogénéité des pratiques entre régions (CDT/CRT autonomes) à difficulté à trouver une solution harmonisée pour tous les territoires.

Échanges sur les solutions existantes pour la commercialisation des packs

- Trouver une agence partenaire (ex : MOOVERT, autocaristes, clubs seniors).
- Intégration dans les dynamiques d'OT, CRT, CDT via conventions ou envois de catalogues.
- Educ'Tours comme levier pour mieux sensibiliser les acteurs.
- Mix patrimoine/agritourisme comme offre personnalisable pour les individuels.

PACKS AGRITOURISTIQUES : COMMENT LES COMMERCIALISER SUR SON TERRITOIRE ?

ANIMATRICES

- Coline MARTIN
- Delphine DENISSEL

INTERVENTION : Lisiane LACANAL - Chambre du Cantal

Pratiques existantes dans les régions

- Hauts de France : Grâce à la plateforme Week-end Hauts de France les visiteurs ont la possibilité de composer leur propre pack librement.
- Vaucluse : Mise à disposition de catalogues mais pas de commercialisation directe
- Utilisation d'un questionnaire pour sonder le public via les OT
- Gers : a monté des circuits agritourisme dans le cadre de l'évènement Fermes en fête. La commercialisation passe par la centrale de réservations du département.

Informations clés

Le public cible :

- Groupes constitués (clubs, autocaristes, tourisme d'affaires).
- Individuels plus autonomes, cherchent des offres à la carte.
- Importance des études de marché (combien les gens sont-ils prêts à payer ?).
- Manque d'homogénéité nationale (chaque CRT/CDT a ses pratiques).
- ADN Tourisme et salons B2B comme pistes d'appui.

Conseils à suivre

- La réussite d'un projet agritouristique repose sur une dynamique collective avec l'ensemble des partenaires du territoire.
- Les financements sont cruciaux pour la mise en œuvre, l'animation et la coordination.
- La structuration de l'offre, sa commercialisation et sa pérennisation nécessitent une convention claire avec les OT et des ressources dédiées.
- Axé les packs sur le mix entre patrimoine et agriculture et l'implication active des agriculteurs.
- La modularité des packs et aspect de personnalisation seraient recherché par le consommateur

ANIMATRICES

- Tyfenn KERRAIN
- Delphine DENISSEL

Accompagner les porteurs de projets dans la détermination du prix de leur prestation

Le manque d'outils harmonisés, de données fiables et de référentiels adaptés empêche les porteurs de projets agritouristiques de déterminer efficacement leur prix de revient. Ce flou complique leur capacité à se positionner sur le marché et à assurer la rentabilité de leurs offres (hébergement, restauration, animations, etc.). Lorsque l'on parle de prix de revient nous parlons du seuil de rentabilité, soit le prix auquel une prestation doit être vendue pour ne pas perdre d'argent.

Objectifs de l'atelier :

- Partage de pratiques déjà mises en place dans le réseau concernant le prix de revient
- Mutualisation d'outils
- Elaboration d'une méthodologie pour aider à l'accompagnement

Les outils existants

- Rentadiv, Mon projet agricole : outils pour le calcul du prix de revient.
- Tableau Excel – CRA Normandie Doriane SENEAL : étude de rentabilité + information sur les prix standard du marché.
- Outil CDA 17 sur les produits fermier : adaptable à l'agritourisme.
- Guest Strategy – Agence de Conseil et de formation tourisme : outil pour calculer le prix de revient pour l'hébergement.
- RDNA (base de données payante, alimentée par des OTA, utilisée par certains CRT ou ADT qui permet d'avoir une étude concurrentielle)
- Études de fréquentation/ observatoire, ADN Tourisme pour les prix moyens nuitée.
- Fiche Etude de faisabilité – Guide Agritourisme

ANIMATRICES

- Tyfenn KERRAIN
- Delphine DENISSEL

Méthodologie à suivre pour établir le prix de revient

- 1.Calcul des coûts directs/intermédiaires
- 2.Intégration du temps passé (souvent oublié)
- 3.Analyse concurrentielle (tarifs similaires dans la zone)
- 4.Prix psychologique acceptable pour la clientèle

Remarques :

- Importance d'accompagner les porteurs de projets dans la définition précise de leur offre avant d'aborder la tarification
- Les accompagner dans leur positionnement (entrée de gamme/ moyen de gamme / haut de gamme) : vers quelle clientèle ils souhaitent se tourner
- Les accompagner dans leur positionnement vis-à-vis de la concurrence.

Points de sortie (au national)

- Mutualisation des outils déjà existants
- Élaborer une fiche méthodologique standardisée :
 - Distinguer les types d'activités (hébergement, restauration, événementiel, ferme pédagogique...)
 - Intégrer temps, concurrence, acceptabilité client
 - Sensibiliser à la notion de prix psychologique
- Création d'une formation spécifique
- Utiliser les données de nos plateformes (BAF, Elloha,etc) pour recueillir de la data.

ANIMATRICE

- Coline MARTIN

CONSTRUIRE DES FICHES TECHNIQUES À DESTINATION DES PORTEURS DE PROJETS

Le **Guide à l'accompagnement de projets agritouristiques** est un élément essentiel de l'accompagnement des porteurs de projet à destination des conseillers. Il permet d'obtenir les informations réglementaires et juridique nécessaire au montage des projets. Cependant, il ne permet pas d'avoir des supports pratiques et synthétiques à transmettre directement lors des visites chez les porteurs de projets.

Les objectifs de l'atelier :

- Échanger sur les outils déjà existants ou à créer.
- Partager des idées pour construire des outils facilement mobilisables.
- Identifier des thématiques prioritaires

Retrouvez ci-dessous la synthèse du travail effectué lors de cet atelier :

Thématiques prioritaires

- ERP
- Urbanisme
- Fermes Pédagogiques
- Accueil à la ferme
- Les différents types d'hébergements
- Qu'est-ce que l'agritourisme
- Comment travailler en réseau sur son territoire et communiquer sur les offres présentes autour de soi

Contenu des fiches

- Thématique abordée
- Quelles sont les premières démarches administratives à effectuer
- Si la fiche concerne une activité :
 - Les premières questions à se poser (ex : sur quel marché je me situe ?)
 - Combien de temps prend cette activité ?
 - Quels sont les différents « rôles » que l'exploitant aura
- Organisation liée à la charge de travail
- Communication

ANIMATRICE

- Coline MARTIN

Modélisation des fiches

- Importance du visuel : il faut que les fiches soient « belles », qu'elles donnent envie d'être lue
- Il faut que les informations présentes ne soient pas trop poussées, c'est un premier niveau d'information qu'on leur donne avant d'aller faire un accompagnement plus approfondi
- Vulgariser le contenu

Pourrait prendre la forme d'un « guide agritourisme » mais à destination des porteurs de projets – Cf le document : « Construire et Développer une activité en vente directe – De la réflexion à la mise en place » des Pays de la Loire

Ressources existantes sur lesquelles capitaliser

- Fiches techniques d'autres Chambres d'Agriculture (Normandie, PDL...).
- Mini-webinaires CA 17-79 (base de présentation + professionnalisation des producteurs).
- Fiches Agrilexia
- Guide Agritourisme
- Fiches Vignerons indépendants (ex. œnotourisme).
- Fiches du CERD

Points de sortie (au national)

- Lancer un sondage pour identifier les besoins précis des conseillers.
- Constituer un groupe volontaire pour relire, structurer et enrichir les fiches.
- Envisager la création d'un guide dédié.

ANIMATRICE

• Camille MOULENE

Les axes prioritaires :

- Travailler sur une définition de l'agritourisme qui :
 - reconnaît l'agritourisme comme activité agricole,
 - met en avant le fait que l'agritourisme permet de développer le tourisme de proximité, positionne l'agritourisme comme levier de développement local en plus d'être une vitrine pour l'agriculture.
 - permet une meilleure lisibilité de l'offre qui est extrêmement variée
- Besoin qu'il y ait un portage politique : que les élus et les chambres se saisissent du sujet afin de faire rayonner les thématiques liées à l'agritourisme.
- Développer les liens avec les Offices de Tourisme
- Créer une dynamique d'échange et de partage au sein du réseau entre les régions.
- promouvoir de manière plus intense Elloha
- Favoriser la création de boucles vélo, accessibilité via des itinéraires cyclables.
- Travailler autour des problématiques de signalétiques.

JOURNÉE NATIONALE AGRITOURISME

RETOUR EN IMAGES:

