



MASTER TOURISME

Parcours « Tourisme et Développement »

MÉMOIRE DE PREMIÈRE ANNÉE

L'agritourisme comme vecteur d'identité et de valorisation territoriale.

Présenté par :

Clémence PRIEU

Année universitaire : **2024 – 2025** Sous la direction de : **Sébastien RAYSSAC**

L'agritourisme comme vecteur d'identité et de valorisation territoriale.

L'ISTHIA de l'Université Toulouse - Jean Jaurès n'entend donner aucune approbation, ni improbation dans les projets tuteurés et mémoires de recherche. Les opinions qui y sont développées doivent être considérées comme propre à leur auteur(e).

Remerciements

Je remercie mon maître de mémoire pour le soutien qu'il m'a apporté tout au long de la rédaction de ce mémoire.

Sommaire	
Remerciements	4
Sommaire	5
Introduction générale	7
Partie 1 : Le développement social en espace rural par l'agritourisme, d'après la littérature.	9
Chapitre 1 : Des territoires ruraux en constante évolution, avec un intérêt grandissant pour les ressources alimentaires	11
Chapitre 2 : L'agritourisme, une solution ?.....	17
Chapitre 3 : L'impact de l'agritourisme sur le développement social en espace rural.....	24
Partie 2 : La place des femmes, la structuration de l'activité et la valorisation des ressources alimentaires locales par l'agritourisme.....	30
Chapitre 1 : Les femmes jouent un rôle central dans le monde agricole, tant par leur implication croissante dans les exploitations que par leur contribution au développement de l'agritourisme. Leur engagement participe également à une redéfinition de leur place dans la société rurale.	32
Chapitre 2 : La structuration de l'agritourisme à l'échelle territoriale est fortement influencée par des facteurs économiques et culturels. Cette activité devient un levier du développement local, en lien avec les spécificités socio-économiques et culturelles des territoires.	39
Chapitre 3 : L'identité des territoires ruraux se construit et se renforce par la valorisation des ressources alimentaires locales,	

notamment à travers l'agritourisme, qui contribue à la préservation du patrimoine culturel et à la transmission des savoir-faire..... 46

Partie 3 : Cadre méthodologique et préparation de l'étude de terrain54

Chapitre 1 : Présentation du terrain d'étude et de la population cible..... 56

Chapitre 2 : La méthodologie et les outils utilisés pour la collecte des données..... 61

Chapitre 3 : La mise en place de la collecte de données 66

Conclusion générale..... 71

Bibliographie..... 73

Table des Annexes..... 76

Table des matières 96

Introduction générale

Selon Atout France, près de 20 % de l'activité touristique est concentrée dans les espaces ruraux. Le tourisme devient alors un moyen de développement pour les campagnes françaises. Le développement des territoires ruraux peut se faire par l'agritourisme, et plus précisément par la valorisation des ressources alimentaires locales.

Ce mémoire s'inscrit au cœur des territoires ruraux, des espaces souvent caractérisés par une faible densité de population, une forte présence agricole et une identité culturelle affirmée. La réflexion se concentre particulièrement sur la place des femmes dans ces espaces ruraux : longtemps restées discrètes, elles occupent aujourd'hui un rôle essentiel, notamment dans la diversification des activités agricoles, en impulsant de nouvelles formes d'initiatives telles que l'agritourisme. La valorisation des ressources alimentaires locales est également au centre de ce travail, car elle participe à la fois au développement économique et à la préservation du patrimoine culturel. Les produits agricoles, les savoir-faire traditionnels et les pratiques culinaires deviennent alors des atouts majeurs pour renforcer l'attractivité de ces territoires. L'agritourisme constitue enfin un moyen privilégié pour mettre en valeur l'identité locale, en créant un lien direct entre les agriculteurs, les visiteurs et les ressources du territoire.

Notre champ d'étude est au croisement entre tourisme, agriculture, développement local et ruralité, avec une approche en sciences sociales appliquées au territoire. Nous avons choisi ce sujet, car nous voulions allier les domaines du tourisme et de l'agriculture. Ces deux axes nous tiennent à cœur en raison de leur importance pour les territoires ruraux et leur impact sur les populations. L'agritourisme en est alors le point central et apporte un regard nouveau sur ces deux mondes.

Les espaces ruraux français sont majoritairement utilisés dans des activités agricoles. Néanmoins, ces territoires doivent s'adapter à de nouveaux enjeux sociaux, économiques et identitaires. En effet, un fort besoin de redynamisation apparaît pour ces espaces, dans le but d'attirer plus d'habitants et de visiteurs. Aussi, la reconnaissance et la valorisation du patrimoine alimentaire et agricole devient un axe de développement majeur, pour faire perdurer des savoir-faire

parfois centenaires. À cela s'ajoute la difficulté des agricultrices à se faire une place dans un monde agricole encore très masculinisé. Enfin, la demande des touristes évolue vers des attentes plus importantes concernant les pratiques durables et les circuits courts notamment.

Afin de débiter notre réflexion autour de ce sujet, nous avons élaboré une question de départ. Celle-ci représente le fil rouge de notre pensée. Dans notre cas, la question de départ est : **Quels sont les moyens mis en place par les espaces ruraux pour développer l'agritourisme sur leur territoire ?**

Cette question est un moyen de mettre en exergue des notions majeures du sujet. En effet, les dimensions d'espace rural, d'agritourisme et de développement territorial apparaissent.

Pour structurer notre réflexion, ce mémoire est divisé en trois parties. La première consiste en une revue de littérature, à propos de l'évolution des territoires ruraux, les enjeux du monde agricole et de rôle de l'agritourisme dans le développement social. Il se poursuit par une partie traitant des hypothèses élaborées selon la problématique, concernant la place des femmes dans l'agritourisme, la structuration économique et culturelle de cette activité, et son impact identitaire. Enfin, ce mémoire s'achève sur une partie relative à la présentation de la méthodologie d'enquête, de la préparation du terrain et des outils mobilisés pour confirmer ou infirmer les hypothèses.

Partie 1 : Le développement social en espace rural par l'agritourisme, d'après la littérature.

La revue de la littérature est une étape majeure dans la rédaction de ce mémoire, car elle permet d'établir une base théorique solide et de situer le sujet dans un cadre scientifique plus large. Elle offre un regard approfondi sur les travaux réalisés précédemment, en mettant en évidence les principales approches développées, les orientations méthodologiques choisies, mais aussi les débats qui structurent le champ d'étude.

L'objectif de cette partie est de découvrir les principaux concepts qui ont été mobilisés par les chercheurs, de comprendre les courants de pensée dominants et d'identifier les questionnements qui ont émergé au fil du temps. Cette analyse critique permettra de mieux cerner les fondements théoriques sur lesquels repose ce travail.

Enfin, cette analyse des travaux antérieurs est indispensable pour affiner la problématique et structurer le cadre théorique. Elle permet de prendre appui sur des connaissances établies tout en s'interrogeant sur leurs apports et leurs limites. Cette démarche rigoureuse permet une meilleure articulation des hypothèses et aide à construire une réflexion argumentée et ancrée dans une approche scientifique cohérente.

Ainsi, en confrontant les différentes perspectives théoriques et méthodologiques, cette revue de littérature constitue le socle indispensable sur lequel s'appuie ce mémoire. Elle permet de mieux comprendre les dynamiques qui façonnent le champ d'analyse et de poser des bases solides pour la suite de cette recherche.

Concernant la méthodologie adoptée pour rédiger cette partie, nous avons commencé par lire des articles scientifiques, puis des ouvrages, mais également des sites internet, nous permettant déjà de structurer notre pensée. Étant donné que l'agritourisme et le développement territorial constituent des champs particulièrement vastes, il a été nécessaire, dès cette étape, d'opérer des choix thématiques. Il nous était, en effet, impossible d'aborder de manière exhaustive l'ensemble des dimensions que recouvrent ces notions.

Chapitre 1 : Des territoires ruraux en constante évolution, avec un intérêt grandissant pour les ressources alimentaires

1. Définition de ce qu'est le rural, l'espace rural et l'évolution des rapports villes-campagnes

En France, selon l'INSEE, les territoires ruraux comprennent 88% des communes du pays. Les territoires ruraux se modifient au fil des activités humaines.

En effet, on a souvent tendance à voir dans le rural seulement son aspect naturel, sauvage. Or, tout un système économique et social s'y trouve. La ruralité est parfois expliquée comme étant « *tout ce qui touche à la campagne, aux exploitations agricoles et globalement aux territoires ruraux¹* ».

Avant 2019, l'Insee définissait les communes rurales comme étant celles qui n'appartenaient pas à une unité urbaine. Pourtant, leur importance à l'échelle nationale et européenne a permis le développement d'une nouvelle définition. Un territoire rural se définit par leur diversité, leur faible densité de population mais aussi de services (Reveyaz et Poulot 2018), leur proximité avec un centre urbain, l'ancrage au territoire, la diversification de ses activités et ses ressources naturelles variées (D'Alessandro, Levy et Regnier 2021). Ce n'est pas seulement un espace naturel géographique mais bien un espace d'activités, se modifiant au gré des activités humaines.

Historiquement, les rapports entre villes et campagnes étaient fondés sur une relation de dépendance économique : les campagnes fournissaient les ressources alimentaires nécessaires aux villes, tandis que les villes offraient des biens manufacturés et des services (Talandier, 2023). L'industrialisation de l'agriculture et l'urbanisation ont modifié les relations villes-campagnes. Les espaces ruraux ne sont plus seulement des lieux de production agricole, mais deviennent également des espaces résidentiels pour des populations urbaines en quête de qualité de vie (Talandier, 2023). L'espace rural devient alors un espace de vie à part entière, et non pas uniquement ce qui entoure l'espace urbain.

¹ Simonet Azélie et Curveur Léa, « Agritourisme, gastronomie et acteurs de nos campagnes », (coll. « Patrimoine, culture et tourisme durable »).

L'ensemble de ces définitions nous permet d'avoir une vision globale de l'aspect multidimensionnel de nos espaces ruraux. Ils se transforment selon nos besoins et nos activités. L'attractivité des espaces ruraux augmente de plus en plus. En effet, ces territoires abritaient seulement 18% de la population en 2006 (Talandier, 2012), pour atteindre les 33% aujourd'hui selon l'INSEE. Ce phénomène peut s'expliquer par le développement de la périurbanisation, mais aussi l'arrivée de citadins en espace rural. Il semble que de plus en plus de français décident de quitter la ville pour vivre dans les grands espaces verts et naturels de la campagne qu'ils imaginent. Pour Jean-Didier Urbain, « *socialement et écologiquement, la campagne, espace pur, s'oppose désormais aux tumultes, périls et pollutions que recèle la ville* » (Urbain 1991, p. 158 cité dans Talandier 2012). Cet exode urbain fait suite à un exode rural massif qui a eu lieu entre le XIXe et le XXe siècle². Ces nouveaux habitants des espaces ruraux cherchent un nouveau mode de vie, qui leur correspondrait mieux. La campagne apparaît alors comme le lieu idéal pour commencer cette nouvelle vie.

Le phénomène de néoruralité, défini comme « *l'installation, ou la réinstallation, en zone rurale, de populations dont le quotidien comme l'activité professionnelle se déroulaient jusqu'alors en milieu urbain.* » (Gris 2023, p. 189) est observé dès les années 1960. Ce mouvement s'est accentué au fil des décennies, notamment sous l'effet des crises économiques et environnementales, qui ont conduit une partie de la population à rechercher un mode de vie plus alternatif, loin de la pollution urbaine.

La majorité des néoruraux n'avait aucun lien avec le monde rural. Leur quête d'un mode de vie plus proche de la nature, de l'autonomie alimentaire ou encore d'une économie plus locale, les a conduits à s'installer en espace rural³. Certains investissent dans des exploitations agricoles diversifiées, où l'agriculture biologique, les circuits courts et l'agritourisme prennent une place prépondérante (Bessière et Annes, 2018). Ces nouveaux acteurs du monde rural participent ainsi au renouveau des territoires par leurs initiatives et leur engagement dans des projets collectifs et

² Hautefort Laurianne, « *Les collectifs de néoruraux : une incarnation de l'alternative en milieu rural : Entre invisibilité institutionnelle et médiatisation croissante* », *Pour*, 29 avril 2021, vol. 239, no 1, p. 151-166.

³ Hautefort Laurianne, « *Les collectifs de néoruraux : une incarnation de l'alternative en milieu rural : Entre invisibilité institutionnelle et médiatisation croissante* », *Pour*, 29 avril 2021, vol. 239, no 1, p. 151-166.

participatifs⁴. Ceci permet aux territoires en espace rural de se renouveler et de se modifier.

Les néoruraux ne se contentent pas de reproduire les modèles agricoles traditionnels ; ils cherchent à innover en intégrant des pratiques plus durables et en favorisant les interactions entre les populations locales et les nouveaux arrivants. Ce renouvellement démographique et économique des espaces ruraux s'inscrit dans une dynamique plus large de redéfinition du rural en tant qu'espace de vie et de production multifonctionnelle (D'Alessandro, Levy et Regnier 2021). Les échanges entre locaux et néoruraux favorisent alors de nouvelles activités au cœur des espaces ruraux.

Toutefois, l'intégration des néoruraux dans les territoires n'est pas toujours évidente. En effet, des tensions peuvent exister entre les anciens habitants et ces nouveaux venus, dont les attentes et les pratiques diffèrent parfois des traditions locales (Gris, 2023). De plus, l'accès au foncier reste un enjeu majeur pour ces nouveaux habitants, les terres étant souvent accaparées par des exploitations agricoles installées de longue date⁵. Ces réticences ne permettent par conséquent qu'un éloignement entre ces deux populations.

Ainsi, la néoruralité apparaît comme un facteur de transformation des territoires ruraux, oscillant entre opportunités et défis. En favorisant la diversification des activités et en contribuant au dynamisme local, ces nouveaux habitants participent ainsi à la restructuration des espaces ruraux.

Les profils des néoruraux sont assez variés. Ils peuvent être des retraités, se rendre en espace rural pour des raisons professionnelles, ou encore pour reprendre ou créer une activité (Talandier 2012). Ils transportent des valeurs assez fortes au niveau politique, militant voire parfois poétique, avec une forte opposition au modèle agricole intensif et mécanisé (Gris 2023). Ces différences de profils apportent une richesse et une variété nécessaires à l'évolution de ces territoires aujourd'hui.

⁴ Hautefort Laurianne, « Les collectifs de néoruraux : une incarnation de l'alternative en milieu rural : Entre invisibilité institutionnelle et médiatisation croissante », *Pour*, 29 avril 2021, vol. 239, no 1, p. 151-166.

⁵ Hautefort Laurianne, « Les collectifs de néoruraux : une incarnation de l'alternative en milieu rural : Entre invisibilité institutionnelle et médiatisation croissante », *Pour*, 29 avril 2021, vol. 239, no 1, p. 151-166.

2. Les territoires ruraux et la question des ressources alimentaires

La France n'est pas uniquement marquée par le grand nombre d'espaces ruraux qui structurent ses paysages. En effet, sa gastronomie en fait sa renommée mondiale. La gastronomie française a été classée Patrimoine Culturel Immatériel de l'Humanité par l'UNESCO en 2010. Par conséquent, les ressources alimentaires sont un aspect essentiel dans la culture de notre pays. En France, les recettes traditionnelles et les produits du terroir font partie intégrante de l'héritage et de l'histoire d'un territoire, on parle même parfois d'une constitution d'identité (Ferréol, Robert et Traumat 2010). La notion de terroir est difficile à définir. Au XVIIIe siècle, l'Académie française définissait le terroir comme étant la terre considérée par rapport à l'agriculture. Par la suite, la notion de qualité s'ajoute à la notion d'agriculture, jusqu'à déboucher sur la création des Appellations d'Origine Contrôlée, puis Protégées, et les Indications Géographiques Protégées. Ces indications permettent d'améliorer la dégustation et l'image que se fait le consommateur du produit et de la région. Le terroir est une « *construction d'une identité spécifiquement française* » (Parker 2017, p. 1). C'est une notion que l'on retrouve très peu à l'étranger, ce qui appuie l'importance de la gastronomie et la production alimentaire dans notre pays. Ceci renforce également la fierté des habitants de chaque région même si la diversité des productions alimentaires et des cuisines régionales amène une certaine difficulté à créer une unité au niveau national.

L'approvisionnement en produit alimentaires peut également s'avérer parfois difficile en espace rural. En effet, les marchés sont le principal moyen d'acquérir des ressources alimentaires⁶. Les habitants sont par conséquent habitués à consommer des produits locaux et à faire vivre leur territoire. Néanmoins, le développement des infrastructures routières pousse les consommateurs à se rendre dans des structures éloignées de leur domicile pour se procurer ce dont ils ont besoin, sans penser que les retombées économiques de leurs achats ne bénéficieront pas au territoire (Sabatier, 2009). Les consommateurs ne sont pas les seuls à avoir un rôle à jouer dans la consommation alimentaire. En effet, les industriels peuvent développer une

⁶ Néel Claire, Soulard Christophe-Toussaint et Perrin Coline, « Quel rôle pour l'action publique dans le déploiement des épiceries sociales ? Étude de cas dans un territoire rural de l'Hérault », *Géocarrefour*, 9 février 2023, vol. 97, n° 4.

façon de travailler qui profite autant aux producteurs qu'aux consommateurs. C'est notamment le cas pour des producteurs de Roquefort, qui ont choisi de valoriser les exploitations en milieu difficile dans le but de mettre en évidence le travail des éleveurs sans lésiner ce patrimoine qui leur tient à cœur⁷. C'est alors un moyen de mettre en évidence la qualité de leur travail face aux consommateurs, tout en faisant perpétuer ce métier qui leur tient tant à cœur.

La région Occitanie regorge de terroirs et de ressources alimentaires riches. Beaucoup d'institutions de la région mesurent l'impact et l'importance de ces ressources pour leur territoire et les mettent en lumière dans le but de les faire connaître au plus grand nombre. Cela permet également d'accroître les retombées économiques sur un territoire. Aussi, il faut que les visiteurs passent le plus de temps possible sur place, car cela permet d'augmenter le poids de leur consommation. Certaines destinations utilisent leurs ressources alimentaires pour donner envie aux visiteurs de rester plus longtemps. C'est notamment le cas pour Millau avec le projet du Viaduc Village, qui consiste en la « *visite d'un lieu mis en tourisme par la consommation, au moyen d'une thématisation « occitane » en l'occurrence* » (Sabatier, 2009, p. 4). Dans ce cas, les territoires profitent de leur ressource alimentaire et identitaire pour accentuer leur attractivité touristique auprès de prospects.

L'approvisionnement des habitants en ressource alimentaire est un système à part entière ; on parle de système agro-alimentaire. Malassis définit ce système comme « *l'ensemble des activités qui concourent à la fonction alimentation dans une société donnée, à un moment donné, ainsi que les mécanismes de régulation de ce système* »⁸. Les épiceries solidaires se développent de plus en plus sur les territoires ruraux. Ce phénomène, existant depuis les années 1990, s'explique par les multiples dysfonctionnements présents dans le système d'aide alimentaire français⁹. Renforcé par la crise du Covid-19, la difficulté de certaines personnes à accéder à la ressource alimentaire a permis une mise en lumière et un intérêt plus

⁷ M. S, agriculteur, Aveyron, extrait d'entretien du 19 décembre 2024.

⁸ Malassis Louis, « Économie agricole, agro-alimentaire et rurale », *Économie rurale*, 1979, vol. 131, n° 1, p. 3-10 cité par Malassis Louis, « Histoire de l'agriculture, histoire de l'alimentation, histoire générale », *Économie rurale*, 1988, vol. 184, n° 1, p. 192-198.

⁹ Néel Claire, Soulard Christophe-Toussaint et Perrin Coline, « Quel rôle pour l'action publique dans le déploiement des épiceries sociales ? Étude de cas dans un territoire rural de l'Hérault », *Géocarrefour*, 9 février 2023, vol. 97, no 4.

fort de la part des collectivités territoriales à la mise en place de ces projets. L'un d'eux est par ailleurs mis en valeur par Néel, Soulard et Perrin dans un territoire reculé de l'Hérault. Ce projet, motivé par le Département de l'Hérault, a connu des difficultés pour s'intégrer auprès des populations locales pour au final connaître une grande amélioration dans les rapports¹⁰.

Les habitudes alimentaires des ménages varient selon les périodes, les décennies. Cela peut s'expliquer par les inspirations, les normes sociales ou encore les tendances en vogue¹¹. Ces variations ont une incidence sur les productions agricoles. À la fin du XIXe siècle, la baisse des prix des ressources alimentaires implique une diminution de revenus pour les producteurs. Ceci pousse certains d'entre eux à se diversifier vers des cultures et à développer l'élevage (Malassis 1988). La diversification des activités agricoles apparaît alors comme un dénouement afin de faire perdurer les exploitations en difficulté.

¹⁰ Néel Claire, Soulard Christophe-Toussaint et Perrin Coline, « Quel rôle pour l'action publique dans le déploiement des épiceries sociales ? Étude de cas dans un territoire rural de l'Hérault », *Géocarrefour*, 9 février 2023, vol. 97, no 4.

¹¹ Malassis Louis, « Histoire de l'agriculture, histoire de l'alimentation, histoire générale », *Économie rurale*, 1988, vol. 184, n° 1, p. 192-198.

Chapitre 2 : L'agritourisme, une solution ?

1. Un monde agricole en difficulté

Le monde agricole est souvent touché par diverse crise, rendant son économie fragile. Cela peut s'expliquer par de différentes raisons. La première problématique se présente lorsque peu d'exploitants possèdent la majorité des terres d'un espace rural, faisant ainsi augmenter leur valeur¹². Dans ce cas, de nouvelles personnes ont du mal à s'installer, ce qui peut porter défaut au territoire et à son développement.

Ensuite, après la Deuxième Guerre Mondiale, la France rentre dans une période de reconstruction ; l'objectif est de produire énormément de ressources alimentaires pour pouvoir nourrir la population. Pour y parvenir, on constate une modernisation et une mécanisation de l'agriculture et de la production, pour atteindre une capacité de rendement idéale (Boussard 1988). Néanmoins, cette modernisation n'est pas au goût de tous, ce qui divise le secteur agricole en deux. Parmi les raisons qui poussent certains à être contre, on retrouve une forte crainte que ceci ne détruise l'agriculture (Boussard 1988), qu'il y ait moins de travail en espace rural, ce qui entraînerait un plus fort exode rural, mais aussi que l'identité paysanne ne disparaisse (Allaire 1988). Un paysan peut se définir comme « *je crois que c'est un peu la base de l'humanité. [...] Il est en contact avec la terre.* »¹³. Ils s'opposent à « *l'agriculture intensive mécanisée et obsédée par la productivité* » (Gris 2023, p. 201). A ces problématiques s'ajoutent les inquiétudes concernant les revenus agricoles, déjà évoqué dans les années 1970 (Allaire 1988), mais qui reste toujours d'actualité. Pour pallier ces difficultés, certains décident de mettre en place une activité de diversification sur leur ferme (Ferréol, Robert et Traumat, 2010). Ce peut être la vente de leur production d'énergie ou bien le travail à façon. Parfois, on retrouve une activité touristique ; on parle d'agritourisme¹⁴.

¹² Findeiss Konrad Tyrakowski, 2011, « *Fincas mayores en la provincia de Jaén 1979: estructuras regionales y agrarias del mediano y gran latifundio en una fase de cambio radical en España* », *Estudios Geográficos*, 30 juin 2011, vol. 72, n° 270, p. 231-262.

¹³ M. A, agriculteur ayant une activité agritouristique, Aude, extrait d'entretien du 11 décembre 2024.

¹⁴ DRAAF Occitanie, 2022, RA2020 - Aveyron - Les productions de l'Aveyron concentrées sur les exploitations bovines et ovines - Agreste Études n°13 - Juillet 2022, <https://draaf.occitanie.agriculture.gouv.fr/ra2020-aveyron-les-productions-de-l-aveyron-concentrees-sur-les-exploitations-a7146.html>, 21 juillet 2022, consulté le 13 janvier 2025.

2. Définition de ce qu'est l'agritourisme

Pour commencer, nous avons décidé de considérer les termes « agrotourisme » et « agritourisme » comme étant des synonymes, même si le terme « agritourisme » sera le plus fréquemment utilisé. L'agritourisme est une forme de tourisme rural, car il s'effectue majoritairement au cœur des espaces ruraux (Marcotte, Bourdeau et Doyon 2006). L'agritourisme représente un intérêt plus important du monde agricole de la part des touristes (Gay 2023). Il peut se traduire par « *une expérience touristique réalisée dans le milieu agricole* » (Marcotte, Bourdeau et Doyon 2006). Pour une définition plus précise de ce qu'est l'agritourisme, on peut dire que c'est « *l'exercice d'au moins une activité touristique ou de loisirs au sein d'une exploitation agricole. L'exploitation agricole doit préexister* »¹⁵.

L'agritourisme peut également être défini comme :

« *Une expérience touristique réalisée dans le milieu agricole. Cette expérience repose sur la relation entre une organisation agricole, les services qui accompagnent le produit agricole et le touriste (excursionniste). La demande pour ce type de services est conçue dans une perspective d'agrément.* » (Marcotte, Bourdeau et Doyon 2006)

L'agritourisme est un moyen pour les touristes de se plonger totalement dans l'histoire d'un territoire, en découvrant les multiples étapes de production des produits que l'on consomme et en les dégustant différemment¹⁶. L'offre agritouristique est assez large, et comprend des produits tels que des visites de fermes, de la vente directe, de l'hébergement, mais également des dégustations¹⁷. Pour parler de produit agritouristique, il faut également un échange entre les touristes et leurs hôtes¹⁸.

¹⁵ Bouron Jean-Benoît, Agritourisme, agrotourisme, <https://geoconfluences.ens-lyon.fr/glossaire/agritourisme-agrotourisme>, juin 2021, consulté le 20 mars 2025.

¹⁶ Simonet Azélie et Curveur Léa, « Agritourisme, gastronomie et acteurs de nos campagnes », (coll. « Patrimoine, culture et tourisme durable »).

¹⁷ Bouron Jean-Benoît, Agritourisme, agrotourisme, <https://geoconfluences.ens-lyon.fr/glossaire/agritourisme-agrotourisme>, juin 2021, consulté le 20 mars 2025.

¹⁸ Bourdeau, L., P. Marcotte, et M. Doyon (2002), Révision de la méthodologie de recherche de l'étude sur les entreprises liées à l'agrotourisme, présenté au Groupe de concertation sur l'agrotourisme au Québec, avril cité par Marcotte Pascale, Bourdeau Laurent et Doyon Maurice, « Agrotourisme, agritourisme et tourisme à la ferme ? : Une analyse comparative », *Téoros: Revue de recherche en tourisme*, 2006, vol. 25, no 3, p. 59.

3. *Évolution de l'agritourisme en France*

Au fur et à mesure des décennies, l'agriculture s'est professionnalisée, offrant des formations plus poussées. Le développement de ces formations s'intensifie dans les années 1960, avec deux modèles : l'un pour former la relève paysanne, l'autre pour développer un encadrement para-agricole¹⁹. Elles représentent l'aboutissement d'une révolution agricole (Barral, 1978)²⁰. Aussi, les formations permettent aux jeunes diplômés d'accéder plus facilement aux subventions disponibles (Allaire 1988), un moyen de s'intégrer plus rapidement dans le système de production.

En France, l'agritourisme apparaît entre les années 1970 et 1980²¹. Cette croissance du nombre de fermes proposant des activités agritouristiques peut s'expliquer par le fait que les politiques agricoles aient motivé la diversification pour pallier les crises des années 1980 (Gay 2023). Le nombre d'exploitations agricoles développant une activité agritouristique est en augmentation. Le ministère de l'Agriculture comptabilise entre 15 000 et 20 000 exploitations agritouristiques en 2024, c'est-à-dire près de 5 % des exploitations en France²².

Parfois même, les touristes ne se rendent pas en espace rural pour aller dans une ferme, c'est la ferme qui vient à eux. C'est notamment le cas du Salon International de l'Agriculture, où nous nous sommes rendus pour observer ce phénomène. Les visiteurs peuvent découvrir toutes les facettes du monde agricole dont ils n'ont pas accès aussi facilement en temps normal. Ce n'est pas vraiment une forme d'agritourisme, car les touristes ne se retrouvent pas au cœur de l'exploitation, mais l'expérience qu'ils vivent s'en rapproche.

¹⁹ Allaire G., Vincq J.-L. (1985) *Formations des agriculteurs et reproduction de la diversité sociale. Contribution au colloque « Enseignements agricoles et formation des ruraux »*. INRA, Toulouse cité par Allaire Gilles, « Le modèle de développement agricole des années 1960 », *Économie rurale*, 1988, p. 171-181.

²⁰ Cité par Allaire Gilles, « Le modèle de développement agricole des années 1960 », *Économie rurale*, 1988, p. 171-181.

²¹ CocoLodge, *Comment l'agritourisme en France a évolué au fil des décennies*, <https://www.cocolodge.co/blog-cocolodge/comment-lagritourisme-en-france-a-volu-au-fil-des-dcennies>, 3 juin 2024, consulté le 8 décembre 2024.

²² Clerc Marie, *Agritourisme et valorisation des produits locaux : quand agriculture & tourisme se réinventent !*, <https://tourisme-en-transition.fr/agritourisme-agriculture-tourisme-se-reinventent/>, 1 octobre 2024, consulté le 22 mars 2025.

4. Acteurs de l'agritourisme

Les principaux acteurs de l'agritourisme sont tout d'abord les agriculteurs eux-mêmes. En effet, une activité d'agritourisme ne peut se pratiquer seulement sur une exploitation agricole, en présence des producteurs ou bien d'autres organisations comme des coopératives par exemple (Marcotte, Bourdeau et Doyon 2006). Néanmoins, le monde du tourisme est souvent inconnu des agriculteurs, c'est pourquoi certains décident de créer des réseaux de fermes, dans le but de s'entraider dans le développement et le maintien de leur activité. En Aveyron, la mise en place de ces réseaux a débuté dès les années 1990, avec plusieurs femmes qui se sont réunies dans une volonté de promouvoir au mieux leurs produits et leur métier²³.

Plus récemment, des réseaux plus professionnels se développent. Cela permet d'alléger les producteurs des tâches liées à la communication ou à la promotion de leur ferme, le tout dans une volonté de s'intégrer au cœur du système touristique du territoire²⁴. Des associations d'une plus grande envergure permettent également aux agriculteurs ayant une activité touristique sur leur exploitation d'avoir accès à des conseils professionnels et à un réseau national. Ces réseaux sont un moyen pour les visiteurs de vivre une expérience harmonisée et de qualité²⁵. Leur objectif est d'apporter un accompagnement individuel ou collectif aux agriculteurs²⁶.

Les collectivités territoriales sont également des acteurs majeurs de l'agritourisme. En effet, elles permettent de mettre en place des actions dans le but de valoriser cette offre touristique présente sur leur territoire. La région Occitanie propose des éductours destinés aux professionnels de l'agritourisme, et participe à des salons internationaux afin de promouvoir ce type de tourisme²⁷.

²³ Mme. R, agricultrice ayant une activité d'agritourisme, Aveyron, extrait d'entretien du 16 décembre 2024.

²⁴ Sabatier Simon, *Aqui ba pla !*, <https://www.aqui-ba-pla.fr/>, consulté le 8 décembre 2024.

²⁵ CocoLodge, *Comment l'agritourisme en France a évolué au fil des décennies*, <https://www.cocolodge.co/blog-cocolodge/comment-lagritourisme-en-france-a-volu-au-fil-des-dcennies>, 3 juin 2024, consulté le 8 décembre 2024.

²⁶ M.B, représentant d'un label, lieu, extrait d'entretien du 11 décembre 2024.

²⁷ Comité Régional du Tourisme et des Loisirs Occitanie, *Filière Agritourisme et Œnotourisme*, <https://pro.tourisme-occitanie.com/plateforme-de-services/filieres-prioritaires/filiere-agritourisme-et-oenotourisme/>, consulté le 7 février 2025.

5. Motivations des agriculteurs pour lancer une activité agritouristique

Il existe de nombreuses raisons différentes pour lesquelles ces professionnels ont décidé de développer une activité touristique sur leur ferme. L'une des motivations qui revient le plus souvent est la raison économique. En effet, une activité agritouristique peut être un moyen pour l'exploitation d'augmenter ses revenus (Dubois et Schmitz 2013). Cela peut même permettre de maintenir l'exploitation en place du fait de ses revenus, et dans d'autres cas, de créer de l'emploi (Disez 1999).

Au-delà de l'aspect financier, l'agritourisme permet de faire fonctionner un système économique dans les espaces ruraux. L'agriculture est un métier plutôt solitaire, et l'agritourisme est un moyen d'ajouter une dimension sociale à leur quotidien. C'est parfois l'unique motivation menant à la création de cette activité, principalement lorsqu'il s'agit d'une reconversion professionnelle et que les acteurs ressentaient un fort besoin de contact et d'échanges²⁸.

Ensuite, certains ont à cœur de partager ce qui leur est cher avec les visiteurs. L'agritourisme est un moyen de mettre en lumière ce que les touristes ne voient pas habituellement en se rendant sur un territoire. Effectivement, c'est au cœur des fermes que le patrimoine rural est encore très visible aujourd'hui (Gay 2023). Ce patrimoine se compose d'éléments matériels, comme des bâtiments, mais également immatériels avec les savoir-faire ou encore les coutumes²⁹. Parmi les savoir-faire, on retrouve les productions de l'exploitation, qui font la fierté des agriculteurs ; ils promeuvent leur produit avec passion auprès de leurs visiteurs, qui ne le dégusteront plus comme avant

Ces revenus supplémentaires servent parfois à entretenir le patrimoine bâti présent sur l'exploitation³⁰. Les ressources alimentaires font partie intégrante de l'héritage et de l'histoire d'un territoire (Ferréol, Robert et Traumat 2010). Ce patrimoine « *caractérise un héritage collectif territorial* » (Bessière 2001, p. 53) dont la préservation est l'un des enjeux importants pour les agriculteurs pratiquant une

²⁸ Mme. R, agricultrice ayant une activité d'agritourisme, Aveyron, extrait d'entretien du 16 décembre 2024 et M. A, agriculteur ayant une activité agritouristique, Aude, extrait d'entretien du 11 décembre 2024.

²⁹ Simonet Azélie et Curveur Léa, « Agritourisme, gastronomie et acteurs de nos campagnes », (coll. « Patrimoine, culture et tourisme durable »).

³⁰ Mme. R, agricultrice ayant une activité d'agritourisme, Aveyron, extrait d'entretien du 16 décembre 2024.

activité agritouristique sur leur ferme. L'agritourisme permet également de valoriser le métier d'agriculteur, souvent mis de côté, tout en présentant ses difficultés³¹. C'est également un moyen de protéger et sensibiliser à la fragilité de l'environnement car ce sont des acteurs impliqués au quotidien dans son entretien³².

Malgré ses nombreux avantages, tous les agriculteurs ne développent pas une forme d'agritourisme sur leur ferme. En effet, c'est une profession où les horaires de travail ne sont pas fixes, où il faut travailler tous les jours, ce qui laisse peu de temps pour développer une activité touristique. Aussi, la frontière entre l'aspect professionnel et l'aspect personnel est souvent poreuse avec l'agritourisme, ce qui peut être difficile à gérer pour les acteurs (Gris 2023). Enfin, pour développer au mieux l'agritourisme, il faut parfois investir financièrement pour mettre aux normes les locaux accueillant du public, ce qui représente également un frein pour les agriculteurs³³.

6. Attentes des visiteurs en quête d'agritourisme

L'agritourisme est une proposition touristique qui fonctionne plutôt bien auprès des ménages. En effet, il permet une réelle déconnexion avec le quotidien, au cœur de l'espace rural (Gay 2023). Cela leur permet également de découvrir le monde agricole, en se reconnectant aux lieux de productions³⁴, mais également de le comprendre et de retirer tout scepticisme possible³⁵. L'agritourisme est également un moyen de faire comprendre aux touristes le fonctionnement de la gestion des ressources naturelles³⁶. Il joue ainsi un rôle de médiation culturelle, permettant aux touristes de mieux comprendre les réalités du monde agricole, les contraintes liées à la production, mais aussi les enjeux environnementaux et sociaux qui en découlent (Bessière 2001). À travers des visites, des ateliers ou des

³¹ Bouron Jean-Benoît, *Agritourisme, agrotourisme*, <https://geoconfluences.ens-lyon.fr/glossaire/agritourisme-agrotourisme>, juin 2021, consulté le 20 mars 2025.

³² Région Occitanie, *L'agritourisme en Occitanie*, <https://www.laregion.fr/L-agritourisme-en-Occitanie>, consulté le 7 février 2025.

³³ M. S, *agriculteur, Aveyron*, extrait d'entretien du 19 décembre 2024.

³⁴ Gay Claudine, « L'agritourisme comme diversification régénératrice : de la multifonctionnalité aux approches culturelles et créatives », *Marché et organisations*, 16 mai 2023, vol. 47, no 2, p. 125-152.

³⁵ Mme. R, *agricultrice ayant une activité d'agritourisme, Aveyron*, extrait d'entretien du 16 décembre 2024.

³⁶ ANEFA, 2024, *Agritourisme et développement local : Un duo gagnant*, <https://www.anefa.org/blog/actualites/agritourisme-et-developpement-local-un-duo-gagnant/>, 30 août 2024, consulté le 8 décembre 2024.

échanges avec les agriculteurs, les visiteurs sont sensibilisés aux pratiques agricoles locales, à la saisonnalité et à la transformation des produits qui forment leur alimentation.

Cette fonction pédagogique est, par ailleurs, renforcée par l'intérêt croissant des consommateurs pour les circuits courts, la transparence, et la qualité des produits, comme le montre l'analyse de l'agritourisme en tant que support d'échanges entre producteurs et consommateurs (Bessière et Annes 2018). Ainsi, l'agritourisme contribue à renforcer les liens entre ville et campagne.

L'agritourisme répond également à une demande de tourisme plus durable, centré sur des expériences locales et respectueuses des territoires. Selon Atout France, la gastronomie et les produits du terroir représentent un levier fort d'attractivité, en lien avec des valeurs de qualité, d'authenticité et de proximité³⁷.

Dans cette logique, l'agritourisme devient alors une forme de tourisme responsable et expérientiel, en lien avec les nouvelles attentes des visiteurs, en vue de soutenir des pratiques agricoles éthiques et de limiter leur empreinte environnementale³⁸.

³⁷ Atout France, *Tourisme et gastronomie* | Atout France, <https://www.atout-france.fr/fr/informations/tourisme-et-gastronomie>, 9 janvier 2024, consulté le 23 février 2025.

³⁸ ANEFA, *Agritourisme et développement local: Un duo gagnant*, <https://www.anefa.org/blog/actualites/agritourisme-et-developpement-local-un-duo-gagnant/>, 30 août 2024, consulté le 8 décembre 2024.

Chapitre 3 : L'impact de l'agritourisme sur le développement social en espace rural

1. Images et représentations à propos du monde agricole

Nous avons souvent des images et des représentations positives ou négatives sur ce qui nous entoure. Même si elles ne dessinent pas la réalité, elles peuvent tout de même avoir une incidence majeure en société. En France, l'image de la société vis-à-vis des agriculteurs n'est pas au beau fixe. En effet, les autres catégories socio-professionnelles françaises ont une image plutôt négative du monde agricole. Cette mauvaise image est véhiculée dès le XIX^e siècle, où l'agriculteur est considéré comme étant « *cupide, avare, voleur, éventuellement assassin et surtout ignare* » (Boussard 2000, p. 21). Ils sont également pointés du doigt car considérés comme étant responsables de la pollution environnementale. Cette remarque est souvent soulignée par les agriculteurs et les touche particulièrement (Deffontaines 2014) ; « *on tire à boulet rouge sur l'agriculture, c'est des pollueurs* »³⁹. Ceci montre la difficulté des agriculteurs à s'insérer dans cette société, où ils sont souvent blâmés.

À cela s'ajoute les accusations de maltraitance animale, où ils doivent justifier de leurs actes et de leurs techniques à des visiteurs déjà septiques, ce qui ne les met seulement que dans une position peu confortable⁴⁰. Ce portrait négatif est vécu dès le plus jeune âge par le monde agricole. En effet, les professeurs humiliaient les enfants d'agriculteurs (Merle 2005)⁴¹. Cet exemple appuie le manque de compréhension entre le monde agricole et ce qui l'entoure.

Cette image fortement dégradée peut s'expliquer par de multiples raisons. Tout d'abord, au sortir de la Deuxième Guerre Mondiale, des élans de jalousie montent dans la société française. En effet, elle est envieuse des agriculteurs qui n'ont pas « *souffert de la faim durant l'Occupation* » (Boussard 2000), ils n'ont pas vécu cette période comme le reste des français. D'autres appuient ceci en ajoutant

³⁹ Mme. R, agricultrice ayant une activité d'agritourisme, Aveyron, extrait d'entretien du 16 décembre 2024.

⁴⁰ Mme. R, agricultrice ayant une activité d'agritourisme, Aveyron, extrait d'entretien du 16 décembre 2024.

⁴¹ Cité par Deffontaines Nicolas, « La souffrance sociale chez les agriculteurs », *Études rurales*, 1 janvier 2014, n° 193, p. 13-24.

qu'ils s'enrichissent au détriment des citoyens (Boussard 1981). C'est dans ce contexte social qu'on a évolué une bonne partie des agriculteurs. De plus, l'arrivée de la modernisation et de l'agriculture intensive n'a pas amélioré les relations entre ces différentes parties (Bodiguel 2001).

Heureusement, ces dernières années ont été meilleures pour l'image de l'agriculture face au reste de la société. En effet, un intérêt plus important pour l'espace rural et la montée de l'agritourisme a permis de valoriser ce métier. En effet, cette pratique touristique permet aux visiteurs de découvrir le monde agricole, par les agriculteurs eux-mêmes, un moyen de lever les questionnements ou stéréotypes possibles⁴². Cette meilleure coopération est également justifiée par la compréhension de leurs difficultés, mises en lumière par les différentes manifestations (Boussard 1981).

2. Représentation des femmes dans le monde agricole et son lien avec l'agritourisme

Les femmes sont peu représentées dans le monde agricole. En 2020, elles représentaient près de 26% des exploitants et co-exploitants agricoles⁴³. Malgré une féminisation de la profession, les agricultrices sont encore peu visibles dans la presse agricole (Comer 2016). Elles sont souvent peu désignées en tant qu'individu, mais plutôt en tant que conjointe (Comer 2016). Ce manque de représentativité freine leur légitimation en tant que décideuses et contribue à leur maintien en position secondaire au sein des exploitations agricoles.

Les femmes travaillant dans le monde agricole doivent donc parfois faire preuve de courage pour progresser au sein de la profession, car elles se heurtent encore à des freins dans l'accès à certaines opportunités. En effet, il faut « *surmonter le machisme ambiant au sein de la profession n'apparaît possible qu'au prix d'une force de caractère* »⁴⁴ afin de pouvoir poursuivre leur objectif. À ceci s'ajoute le fait que les tâches domestiques s'ajoutent à leur métier d'agricultrice, ce

⁴² Mme. R, agricultrice ayant une activité d'agritourisme, Aveyron, extrait d'entretien du 16 décembre 2024.

⁴³ Chambres d'Agriculture Françaises, « Les chiffres clés de l'agriculture en 2024 ».

⁴⁴ Zolesio Emmanuelle, « Des femmes dans un métier d'homme: l'apprentissage de la chirurgie », Travail, genre et sociétés, 2009, vol. 22, n° 2, p. 117-133 citée par Comer Clémentine, « Ne Pas Faire Mauvais Genre » : Les Timides Mutations De La Représentation Des Femmes Dans La Presse Agricole Bretonne », Études rurales, 2016, p. 86, n° 198, p. 77-96.

qui n'est pas autant le cas des hommes de la profession (Rieu 2004). Cette différence entre les genres appuie la difficulté des femmes à imposer leur place et leur importance dans cette profession.

Des Écoles Ménagères Agricoles se développent, dans le but d'aider les jeunes filles à devenir de bonnes épouses et mères (Pelletier 2016). Avec la loi du 2 août 1918 :

« les EMA (écoles ménagères agricoles) doivent être un « foyer privilégié de diffusion de l'idéologie agrarienne » et « un lieu de défense [...] de la société rurale traditionnelle » » (Caniou 1983).

Ces écoles devraient limiter l'exode dont sont victimes les espaces ruraux. Pourtant, et malgré ces avancées, une forte réticence à envoyer les jeunes filles à l'école persiste, ce qui ne permet pas une valorisation de leur mérite.

Plus tard, les études permettront de mettre en lumière le métier d'agricultrice. En effet, le rôle de la femme est souvent minimisé sur les exploitations, alors qu'il est indispensable⁴⁵. Pour cela, elles mettent en place des actions, comme hôtesse, animatrice ou encore cuisinière, un moyen d'acquiescer leur propre statut social (Gautrat 2004). Ce sont souvent les femmes qui sont à l'origine de projets de diversification au sein des exploitations, car cela leur permet de sortir de leur invisibilité : *« les agricultrices peuvent passer d'une position d'invisibilité sociale à des rôles reconnus et prometteurs pour leur empowerment personnel. »* (Annes et Wright 2017), tout en occupant une activité qui leur correspond au sein même de l'exploitation⁴⁶. Leur objectif est d'éduquer les gens, tout en présentant leur produit et leur métier (Annes et Wright 2017). La femme est alors vue comme une actrice agricole à part entière.

L'agritourisme est également un moyen pour les agricultrices d'échanger avec les touristes, sans rentrer dans une artificialisation de la pratique : *« au travers d'initiatives agritouristiques, les agricultrices construisent des ponts et encouragent*

⁴⁵ Françoise Marseault, nouvelle responsable des jeunes agricultrices du département. L'ALC n° 350, 26/III 1960 citée par Pelletier Jérôme, « Pour une histoire de l'enseignement agricole féminin durant les années 1950-60 : les écoles ménagères agricoles du Loir-et-Cher ou l'éducation contrariée au rôle de femme d'exploitant », *Genre & Histoire*, 21 novembre 2016, n° 18.

⁴⁶Mme. R, agricultrice ayant une activité d'agritourisme, Aveyron, extrait d'entretien du 16 décembre 2024.

le dialogue avec les touristes »⁴⁷. Aussi, cette mise en place d'une activité de diversification apporte un sentiment d'accomplissement aux agricultrices, car « elles possèdent une activité qui leur appartient et pour laquelle elles se sentent légitimes » (Annes et Wright 2017).

3. La problématique de l'emplois

En espace rural, l'agriculture est l'un des piliers de l'économie locale. L'Aveyron en est un bon exemple puisque en 2020, 12 % des exploitations agricoles d'Occitanie y sont implantées, soit plus de 7 600 exploitations⁴⁸. Pourtant, malgré son importance, on constate une chute du nombre d'exploitations en 10 ans, à hauteur de 18% en Occitanie et 16% en Aveyron⁴⁹. À cela s'ajoute le vieillissement des chefs d'exploitations, dont la moyenne d'âge est passée de 49 à 51 ans en une dizaine d'années, avec une perte de main d'œuvre⁵⁰.

Ce phénomène peut s'expliquer par le fait que l'agriculture n'est pas un domaine attractif professionnellement parlant (Boussard 1981), principalement à cause des difficultés de ce secteur, évoquées plus tôt. Aussi, le renouvellement et l'installation des jeunes sur les exploitations est difficile. Lors d'un recensement agricole, « 737 agriculteurs ont répondu ne pas savoir quel sera le devenir de leur ferme » parmi les interrogés⁵¹. Les exploitations en GAEC sont celles ayant le plus de mal à trouver un repreneur, car elles sont souvent trop importantes pour un jeune seul, car les financements nécessaires représentent un frein majeur⁵². et les

⁴⁷ Annes Alexis et Wright Wynne, « Agricultrices et diversification agricole : l'empowerment pour comprendre l'évolution des rapports de pouvoir sur les exploitations en France et aux États-Unis », *Cahiers du Genre*, 24 novembre 2017, vol. 63, n° 2, p. 99-120 cités par Bessière Jacinthe et Annes Alexis, « L'alimentation au cœur des sociabilités ville-campagne. L'exemple des marchés fermiers comme formes d'interactions entre populations agricoles et touristiques », p. 6, *Anthropology of Food*, 2018, n° 13, (coll. « Tourism and Gastronomy »).

⁴⁸ DRAAF Occitanie, RA2020 - Aveyron - Les productions de l'Aveyron concentrées sur les exploitations bovines et ovines - Agreste Études n°13 - Juillet 2022, <https://draaf.occitanie.agriculture.gouv.fr/ra2020-aveyron-les-productions-de-l-aveyron-concentrees-sur-les-exploitations-a7146.html>, 21 juillet 2022, consulté le 13 janvier 2025.

⁴⁹ DRAAF Occitanie, RA2020 - Aveyron - Les productions de l'Aveyron concentrées sur les exploitations bovines et ovines - Agreste Études n°13 - Juillet 2022, <https://draaf.occitanie.agriculture.gouv.fr/ra2020-aveyron-les-productions-de-l-aveyron-concentrees-sur-les-exploitations-a7146.html>, 21 juillet 2022, consulté le 13 janvier 2025

⁵⁰ DRAAF Occitanie, RA2020 - Aveyron - Les productions de l'Aveyron concentrées sur les exploitations bovines et ovines - Agreste Études n°13 - Juillet 2022, <https://draaf.occitanie.agriculture.gouv.fr/ra2020-aveyron-les-productions-de-l-aveyron-concentrees-sur-les-exploitations-a7146.html>, 21 juillet 2022, consulté le 13 janvier 2025

⁵¹ HENRY Philippe, *En dix ans, l'Aveyron a perdu 1 500 exploitations agricoles*, <https://www.centrepresseaveyron.fr/2021/12/14/en-dix-ans-laveyron-a-perdu-1-500-exploitations-agricoles-9992241.php>, 14 décembre 2021, consulté le 13 janvier 2025.

⁵² M. S, agriculteur, Aveyron, extrait d'entretien du 19 décembre 2024.

financements nécessaires à la reprise représentent un frein important, notamment en début d'activité.

Ce contexte fragilise fortement la dynamique économique des territoires ruraux, en lien direct avec la baisse de l'emploi agricole. Au-delà de la production, c'est tout un réseau d'emplois indirects, c'est-à-dire la transformation, la vente ou encore l'entretien, qui est concerné. La disparition progressive des exploitations peut également affecter la vie sociale locale, les paysages, et les services de proximité, renforçant la tendance à la désertification.

Dans ce sens, certaines initiatives comme l'agritourisme, en pleine croissance, sont perçues comme des solutions permettant le maintien de l'activité et de diversification des revenus⁵³. La diversification des revenus peut être un moyen pour pérenniser l'exploitation, notamment pour faire face aux incertitudes économiques touchant le domaine agricole⁵⁴. Elles peuvent contribuer à rendre les fermes plus attractives pour une reprise, notamment en apportant une stabilité économique complémentaire. Cette activité motive également une reconnaissance sociale de l'agriculteur, à travers le regard de visiteurs découvrant cette profession et ses enjeux. L'agritourisme possède alors une fonction sociale et territoriale pour ses acteurs (Gautrat 2004). À cela s'ajoute l'ancrage territorial que permet l'agritourisme sur son territoire (Gay 2023). L'agritourisme devient alors une activité de soutien, autant pour l'exploitation, que pour le territoire et ses acteurs. Ses enjeux deviennent alors plus conséquents.

⁵³ ANEFA, *Agritourisme et développement local : Un duo gagnant*, <https://www.anefa.org/blog/actualites/agritourisme-et-developpement-local-un-duo-gagnant/>, 30 août 2024, consulté le 8 décembre 2024.

⁵⁴ ANEFA, *Agritourisme et développement local : Un duo gagnant*, <https://www.anefa.org/blog/actualites/agritourisme-et-developpement-local-un-duo-gagnant/>, 30 août 2024, consulté le 8 décembre 2024.

Pour conclure, la revue littérature nous a permis de mieux comprendre les grandes orientations qui ont structuré les recherches sur cette thématique. À travers l'analyse des différentes contributions académiques, nous avons pu identifier les concepts-clés, les approches méthodologiques les plus fréquemment utilisées et les débats qui animent ce champ d'étude.

Cette synthèse a mis en évidence la richesse des perspectives développées, mais elle a également révélé des limites et des questionnements encore ouverts. Certains modèles offrent des explications pertinentes, mais ne prennent pas toujours en compte l'ensemble des dimensions du phénomène étudié. D'autres approches, bien que nouvelles, présentent des limites méthodologiques qui réduisent leur portée. Cette réflexion critique nous a permis de mieux situer notre propre démarche et de justifier les choix opérés dans la suite de ce mémoire.

Ainsi, cette revue de la littérature a révélé des tendances récurrentes et des points de divergence entre les auteurs. Certaines études insistent sur des aspects spécifiques du sujet, tandis que d'autres privilégient une approche plus globale. Cette diversité d'interprétations nous a permis d'enrichir notre réflexion et d'affiner notre propre cadre d'analyse.

Cette première étape nous conduit vers la problématisation de notre travail. Nous allons maintenant pouvoir apporter des hypothèses dans le but de nourrir la problématique suivante : **en quoi la démarche de soutien à l'agritourisme intégrant la valorisation des ressources alimentaires locales peut-elle favoriser le développement territorial ?**

Partie 2 : La place des femmes, la structuration de l'activité et la valorisation des ressources alimentaires locales par l'agritourisme.

Après avoir présenté l'espace rural, l'agritourisme et leur impact sur le développement social dans la première partie, cette seconde partie a pour but d'approfondir l'analyse à partir de trois hypothèses. Ces hypothèses permettent de structurer la réflexion autour de l'agritourisme sur les espaces ruraux, en lien avec les dimensions sociales, culturelles et identitaires.

Cette partie constitue une étape charnière dans la construction du travail de recherche. Elle consiste en la formulation de pistes d'analyse à partir de la revue de littérature existante, tout en préparant le cadre méthodologique de l'enquête de terrain. Les hypothèses énoncées dans ce mémoire serviront de fil conducteur à l'observation et à l'interprétation des données récoltées. L'objectif est alors d'articuler des éléments théoriques avec des enjeux concrets, afin de mieux comprendre les logiques mise en place dans le développement de l'agritourisme en espace rural.

Chaque hypothèse représente un aspect différent du développement territorial par la valorisation des ressources alimentaires locales grâce à la mise en place d'une activité agritouristique sur les exploitations agricoles. La première interroge la place des femmes dans le monde agricole, en mettant en lumière leur rôle croissant dans la diversification des activités, notamment à travers l'agritourisme. La deuxième se penche sur la structuration de cette activité à l'échelle territoriale, influencée par des logiques économiques et culturelles, et sur sa contribution au développement local. Enfin, la troisième hypothèse porte sur le lien entre agritourisme, alimentation locale et identité des territoires, en insistant sur le rôle de ce type de tourisme dans la transmission des savoir-faire et la préservation du patrimoine auprès des visiteurs, mais aussi des locaux.

Chapitre 1 : Les femmes jouent un rôle central dans le monde agricole, tant par leur implication croissante dans les exploitations que par leur contribution au développement de l'agritourisme. Leur engagement participe également à une redéfinition de leur place dans la société rurale.

1. Introduction du chapitre

Ce premier chapitre s'appuie sur l'hypothèse selon laquelle les femmes occupent une place importante dans le monde agricole, notamment à travers leur rôle dans le développement d'une activité agritouristique au cœur de l'exploitation, et cette implication contribue à définir leur statut dans la société.

Cette réflexion s'inscrit dans un contexte plus large de redéfinition des rapports sociaux de genre dans les espaces ruraux. L'histoire agricole a longtemps été pensée au masculin, occultant le travail des femmes. Ce n'est qu'à partir des années 1980 que les recherches ont commencé à mettre en lumière leur rôle essentiel dans les productions et les territoires. Aujourd'hui, le genre est devenu un axe central pour interroger les transformations du monde agricole, notamment à travers les formes de diversification comme l'agritourisme, où les femmes occupent une place de plus en plus importante.

La question du genre en agriculture est aujourd'hui au cœur de nombreuses recherches, qui interrogent la division sexuée du travail, la reconnaissance sociale des femmes agricultrices et leur rôle au sein des exploitations. Longtemps restées dans l'ombre des exploitants masculins, les femmes s'imposent de plus en plus comme actrices à part entière, principalement dans les activités de diversification, comme notamment l'agritourisme. Ce phénomène soulève de multiples enjeux économiques mais aussi sociaux et culturels, car il amène vers une transformation des rôles et des représentations dans les espaces ruraux.

Ce chapitre s'organise en trois temps. Nous allons commencer par nous intéresser à la position actuelle et aux évolutions de la place des femmes dans le monde agricole. Ensuite, nous aborderons le fait que l'agritourisme est un espace d'initiatives pour les femmes. Enfin, nous proposerons une réflexion sur la reconnaissance du rôle de ces femmes, en interrogeant la visibilité de leur activité.

2. Les femmes dans le monde agricole : position actuelle et évolutions

L'agriculture est un domaine se féminisant de plus en plus ces dernières décennies. C'est pourquoi il est intéressant de se demander quelle est la place de la femme dans le monde agricole actuel et comment celle-ci a évolué. Le rôle des femmes au sein des exploitations s'est transformé progressivement, passant d'un statut souvent informel à une reconnaissance plus affirmée de leur travail. Longtemps perçues comme des « aides familiales », leur contribution réelle aux tâches agricoles, à la gestion, et même aux décisions stratégiques de l'exploitation est désormais mieux identifiée.

Elles passent de moins en moins au second plan et sont actrices à part entière sur la ferme, jusqu'à être parfois associées ou cheffes d'exploitation. Cette évolution montre l'affirmation progressive des femmes dans le monde agricole, même si elles restent encore aujourd'hui sous-représentées à l'échelle nationale. En 2020, elles représentaient environ 26 % des chefs ou co-chefes d'exploitation, ce qui reste faible au regard de leur implication réelle sur le terrain. L'instauration du GAEC entre époux en 2011 marque un tournant dans leur reconnaissance : elle leur permet d'accéder à un statut juridique et social propre, ce qui facilite l'accès aux droits, aux aides, et à la visibilité professionnelle.

Cependant, malgré ces avancées, certaines représentations sociales restent ancrées. L'image de la femme d'agriculteur « simple aide familiale », centrée sur les tâches domestiques ou administratives, perdure encore dans certaines régions ou générations. Cette invisibilisation est parfois renforcée par le manque de médiatisation des femmes dans les sphères agricoles : elles sont peu présentes dans les syndicats, les instances décisionnelles ou encore dans la presse professionnelle. Certaines témoignent même de difficultés à être prises au sérieux, notamment lors de relations avec des fournisseurs, des techniciens ou des institutions. Elles rencontrent alors des difficultés pour faire entendre leur voix, notamment dans les sphères décisionnelles. Ce manque de représentativité dans les syndicats, les chambres d'agriculture, ou les collectifs d'agriculteurs limite leur capacité à faire évoluer les politiques agricoles. Cet isolement peut également renforcer le sentiment de ne pas être légitimes ou de ne pas être écoutées, même lorsqu'elles proposent des idées innovantes.

Pourtant, leur rôle est essentiel à la vitalité du monde agricole. Elles s'engagent souvent dans des activités de diversification, apportent une sensibilité particulière aux questions de durabilité, de lien social ou encore de valorisation du patrimoine. Leur vision, parfois différente de celle de leurs homologues masculins, enrichit profondément les dynamiques agricoles contemporaines. Cette évolution de la place des femmes ne se limite donc pas à l'obtention d'un statut, mais touche à une redéfinition plus large des rôles, des valeurs et des pratiques dans les espaces ruraux.

La montée en visibilité des femmes dans les fermes contribue également à transformer l'image du métier d'agriculteur. À travers leurs récits et leur présence sur les réseaux sociaux ou dans les médias locaux, elles participent à renouveler l'attrait du monde agricole, en montrant une agriculture plus diversifiée et plus ouverte. Cela peut encourager d'autres femmes à envisager une installation sur une exploitation et à penser le métier différemment, en innovant par exemple.

Cette transformation progressive de la place des femmes dans le monde agricole ne se manifeste pas uniquement par un changement de statut. Elle se fait également dans les types d'activités qu'elles initient, comme l'agritourisme. En tant que moteur de diversification, l'agritourisme représente non seulement une opportunité économique, mais aussi un terrain d'expression privilégié pour les femmes, qui y trouvent un espace à leur image, souvent plus proche de leurs valeurs et de leurs aspirations. Il devient alors un révélateur des évolutions dans les rapports de genre au sein des exploitations.

3. L'agritourisme comme espace d'initiative pour les femmes

L'agritourisme offre aux agricultrices une véritable opportunité d'émancipation, à la fois professionnelle et personnelle. Très souvent, ce sont elles qui initient les projets d'agritourisme au sein des exploitations, portées par l'envie de développer une activité qui leur ressemble et qui les passionne. Leurs motivations principales sont de transmettre une histoire familiale, de valoriser leur cadre de vie, d'avoir plus de contact social, ou encore de créer une activité plus en lien avec leurs compétences, qu'elles soient relationnelles ou éducatives. L'accueil du public, les visites pédagogiques, l'hébergement à la ferme ou encore la restauration sont des activités de diversification dans lesquelles les femmes

s'investissent pleinement, en mettant en avant leur savoir-faire et leur sens de la transmission au cœur de l'exploitation agricole.

Cette implication leur permet de prendre une place plus visible dans la gestion et l'évolution de l'exploitation. Elles possèdent des responsabilités bien identifiées, qui renforcent leur autonomie et leur reconnaissance dans le cadre professionnel, sans se limiter aux tâches, souvent invisibles du travail agricole ou domestique. Ces tâches, telles que la gestion des repas, l'administratif ou le soin aux animaux restent rarement reconnues comme un véritable travail, même si elles sont essentielles. En développant une activité spécifique, elles affirment leur rôle au sein de la ferme, tout en contribuant à son activité.

L'agritourisme permet également de redéfinir la frontière entre vie privée et vie professionnelle. En effet, c'est une difficulté récurrente dans la mise en place d'une activité agritouristique, notamment dans l'organisation de la maison et des horaires de travail. En créant leur propre activité, avec son rythme, ses visiteurs et son organisation, elles sortent du cadre de l'aide familiale pour entrer dans une démarche plus claire et assumée. Cela peut aussi leur offrir un revenu personnel, valorisant leur travail de manière plus concrète, et leur donnant un sentiment de légitimité accru dans le monde agricole.

Enfin, ces initiatives jouent un rôle essentiel dans la relation entre agriculture et touristes. Les agricultrices deviennent des interlocutrices directes des visiteurs, qu'elles accueillent, informent et accompagnent. À travers cette rencontre, elles partagent leur quotidien, leurs valeurs mais aussi leur lien au territoire. Elles transmettent leur vision du métier, fondée sur l'attachement à la terre, le respect des saisons et la fierté d'un héritage agricole, souvent transmis sur plusieurs générations. Elles participent complètement à la déconstruction de certains clichés sur le monde agricole, en mettant en lumière leur propre réalité. Ce sont elles qui rendent visible une autre image de l'agriculture, plus humaine et plus proche du reste de la société. Ainsi, l'agritourisme devient un espace d'expression pour ces femmes, leur permettant de prendre la parole et d'être reconnues comme actrices à part entière du monde agricole.

4. La reconnaissance du rôle des femmes : un enjeu de visibilité sociale et territoriale

Malgré une implication de plus en plus marquée dans le monde agricole, les femmes ne sont pas toujours reconnues comme des professionnelles à part entière. Leur légitimité peut encore être remise en question, que ce soit dans les discours, dans les représentations sociales ou même dans certains actes du quotidien. Il n'est pas rare que les visiteurs ou les partenaires extérieurs s'adressent d'abord à l'homme, même lorsque la femme est la gérante de l'activité touristique ou commerciale de la ferme. Cette attitude, souvent inconsciente, traduit un réflexe social encore profondément ancré, qui tend à considérer les hommes comme seuls représentants de l'autorité agricole. Les femmes peuvent alors développer un sentiment de mise à l'écart, malgré leur implication réelle et quotidienne dans leur activité. Cette forme d'invisibilisation appuie le fait que les mentalités évoluent lentement et que la reconnaissance passe autant par des actions concrètes que par un changement des regards.

La reconnaissance institutionnelle reste aussi inégale. Bien que des avancées aient été faites, les femmes restent peu présentes dans les syndicats agricoles, les chambres d'agriculture ou les postes à responsabilités. Cela limite leur capacité à s'exprimer lors de décisions collectives et à faire entendre leurs besoins. De plus, les dispositifs d'aide ou de valorisation des initiatives agricoles ne mettent pas toujours en avant les projets portés par des femmes, alors même qu'elles sont souvent à l'origine d'activités innovantes, notamment dans le domaine de la diversification.

Pourtant, leur rôle est essentiel dans la vitalité des territoires ruraux. À travers l'agritourisme, elles contribuent directement à amplifier l'attractivité des campagnes, le maintien du lien social et la valorisation du patrimoine local. Elles accueillent, racontent et transmettent leur savoir, leur savoir-faire et par-dessus tout, leur passion. Leur engagement dépasse souvent le cadre strict de l'exploitation. En effet, elles participent à des événements, s'impliquent dans des réseaux locaux, collaborent avec des écoles, des associations ou des offices de tourisme. Leur présence dans ces événements permet également de créer des liens entre monde agricole et touristes, ce qui favorise une meilleure compréhension mutuelle. Grâce

à leurs actions, elles renforcent l'identité du territoire et participent pleinement à son développement. Les femmes sont alors des actrices accomplies du monde agricole.

5. Conclusion du chapitre

Les agricultrices occupent aujourd'hui une place centrale dans le monde agricole, notamment à travers leur engagement dans les activités de diversification de l'exploitation, et plus particulièrement dans le développement de l'agritourisme. Cette implication leur permet non seulement de valoriser leur exploitation, mais aussi d'affirmer pleinement leur rôle dans la société. Par le biais de leurs projets, elles participent au renouvellement des formes de production et de transmission agricole, tout en contribuant à restructurer un monde agricole plus diversifié. Longtemps restées dans l'ombre, elles parviennent progressivement à se rendre visibles, en créant une activité qui leur est propre, et dans laquelle elles s'investissent avec passion. Cette mise en évidence de l'agricultrice est possible grâce à la persévérance et l'innovation de nombreuses femmes.

Pour autant, cette reconnaissance n'est pas encore totale. Des freins persistent, qu'ils soient d'ordre juridique, institutionnel ou culturel. Certains dispositifs d'accompagnement restent peu accessibles et leur faible représentation dans les espaces de décision limite leur capacité à faire évoluer les politiques agricoles. Les représentations traditionnelles continuent parfois de limiter leur légitimité. Cela montre que, malgré les avancées, une égalité réelle entre agriculteurs et agricultrices reste encore à construire.

Les femmes ne sont plus seulement des actrices secondaires, elles deviennent des figures actives et visibles du monde agricole. Leur pleine reconnaissance se fait désormais par une transformation des regards, mais aussi par une meilleure prise en compte de leurs apports dans les politiques agricoles, les représentations collectives et les dispositifs de soutien.

Cette volonté féminine, bien qu'encore entravée par de nombreux obstacles, interroge en profondeur les changements du monde agricole. Elle permet de repenser les modèles d'exploitation et les politiques publiques pour une meilleure inclusion des genres. Le chapitre suivant viendra élargir cette réflexion en s'intéressant à la manière dont les ressources territoriales et culturelles, mobilisées

à travers l'agritourisme, participent à la construction d'une identité locale renouvelée.

Chapitre 2 : La structuration de l'agritourisme à l'échelle territoriale est fortement influencée par des facteurs économiques et culturels. Cette activité devient un levier du développement local, en lien avec les spécificités socio-économiques et culturelles des territoires.

1. Introduction du chapitre

Ce second chapitre se base sur l'hypothèse selon laquelle la structuration de l'agritourisme à l'échelle territoriale est influencée par des facteurs économiques et culturels, ce qui en fait un levier de développement local. Il participe à la transformation des espaces ruraux et à leur valorisation.

L'agritourisme est souvent présenté comme une solution face aux difficultés rencontrées par le monde agricole. Néanmoins, il est également un outil pour les territoires ruraux, en lien avec les nouvelles attentes des visiteurs, comme la recherche des circuits courts et la valorisation du patrimoine local. L'agritourisme ne peut donc pas être étudié uniquement à l'échelle de l'exploitation, car il implique de multiples acteurs, que ce soit des agriculteurs, des institutionnels, des touristes, mais aussi des habitants) et des logiques de coopération et de mise en réseau qui structurent l'offre et orientent son développement.

L'agritourisme s'inscrit dans une dynamique territoriale, en s'appuyant sur les spécificités locales, les ressources mobilisées, les partenariats, mais aussi les motivations des porteurs de projets. Dans un premier temps, nous aborderons les tensions alimentées par les différentes logiques à adopter dans la mise en place d'agritourisme. Nous nous intéresserons ensuite à l'influence des ressources culturelles et identitaires des territoires. Enfin, nous verrons comment l'agritourisme se structure à l'échelle locale, à travers des coopérations, des réseaux d'agriculteurs et des initiatives collectives mises en place dans des territoires.

Ce chapitre porte alors sur les dynamiques territoriales, où l'agritourisme peut devenir un outil de transition, en réponse aux enjeux de désertification, de diversification des revenus agricoles, mais aussi d'attractivité de l'espace rural. Il permet de lier production agricole, culture locale et accueil touristique au sein d'une même structure.

2. Entre logiques agricoles et logiques touristiques : des tensions dans la structuration de l'agritourisme

Les porteurs de projet agritouristique sont partagés entre deux logiques de développement. Tout d'abord, la logique agricole, avec les productions de l'exploitation, est l'activité majoritaire. Néanmoins, elle est parfois soumise à une certaine saisonnalité et aux contraintes climatiques et réglementaires. Ces contraintes peuvent être liées à la volatilité des prix, aux normes sanitaires, aux aléas climatiques ou encore à la complexité croissante des démarches administratives, qui mobilisent du temps et de l'énergie. Ceci représente le cœur de métier des agriculteurs, ce sont des obstacles auxquels ils ont l'habitude d'être confrontés.

En revanche, la logique touristique leur est bien plus inconnue et est pourtant une notion essentielle dans le développement de l'agritourisme. L'accueil, la communication, l'adaptation à la demande des clients et la mise en scène du cadre de vie sont autant d'éléments qui permettent d'améliorer l'expérience des visiteurs et de faire perdurer l'activité sur l'exploitation. Ce sont des actions qui relèvent plutôt des métiers du tourisme, auxquelles les agriculteurs ne sont pas toujours préparés. Elles demandent un certain sens du relationnel, une capacité à anticiper les besoins des clients, et une attention permanente à la qualité de l'expérience proposée.

Ces logiques peuvent parfois entrer en contradiction. En effet, l'agriculture et le tourisme doivent toutes deux être des activités rentables pour l'exploitation, ce qui peut mettre en péril la qualité de vie des acteurs, de par l'exigence temporelle qu'elles demandent, mais aussi de par la fatigue qu'elles produisent. La gestion du temps est l'un des aspects les plus difficile à organiser, car les saisons touristiques et agricoles se chevauchent parfois, limitant les externalités positives pour l'une ou l'autre. La nécessité de répondre aux impératifs agricoles, notamment pendant les périodes de traite, de récolte, de soins aux animaux ou encore de mise-bas, peut difficilement se concilier avec les rythmes et exigences de l'accueil touristique, qui demandent disponibilité, convivialité, et parfois une mobilisation le week-end ou en soirée. Aussi, il arrive que les attentes des visiteurs soient éloignées de la réalité du monde agricole, créant un décalage qui peut entacher l'expérience des touristes, mais également des agriculteurs.

Cette dualité peut également générer des conflits internes au sein des exploitations ou des familles, lorsque les priorités divergent entre le déroulement des activités agricoles et la nécessité de répondre aux attentes des visiteurs. Ainsi, la gestion de ces tensions demande des ajustements permanents, voire parfois une redéfinition des rôles au sein de la ferme.

L'objectif est alors de trouver un équilibre entre ces deux activités, pour n'en négliger aucune et optimiser leurs bénéfices respectifs. Pour ce faire, les porteurs de projet doivent développer de nouvelles compétences, parfois bien éloignées de leur formation initiale. Ils peuvent alors se former aux techniques d'accueil, de médiation, de promotion touristique ou encore de gestion d'hébergement ou d'activités de loisirs. Cet apprentissage peut se faire par des stages en développement touristique, des formations en communication ou en marketing territorial, ou encore par de l'autoformation par le biais de structures institutionnelles ou associatives. Ces compétences, bien que nouvelles, deviennent indispensables pour assurer la viabilité du projet agritouristique. Cela suppose également une capacité d'adaptation constante, notamment face à l'évolution des attentes des touristes, qui recherchent de plus en plus des expériences authentiques, immersives, voire participatives.

Par ailleurs, la conciliation de ces deux logiques nécessite un véritable travail d'anticipation et d'organisation. Certains agriculteurs choisissent de déléguer certaines tâches touristiques à des membres de la famille ou à des partenaires extérieurs, ce qui permet une meilleure répartition des charges de travail, tout en garantissant une certaine qualité de service. D'autres, au contraire, préfèrent conserver une maîtrise complète du projet, quitte à limiter la taille ou la fréquence des activités touristiques proposées. Ce choix dépend souvent de la taille de l'exploitation mais également des ressources humaines disponibles. Tandis que le fait de déléguer permet une flexibilité et un allègement de la charge mentale, la gestion directe garantit une cohérence plus forte entre l'identité de la ferme et l'expérience touristique proposée aux visiteurs.

Ces tensions ne sont pas isolées. En effet, elles se situent dans une réalité plus vaste ; celle du rapport entre le territoire et son image. Le développement de l'agritourisme repose également sur les ressources culturelles, sociales et paysagères du territoire, qui participent à donner du sens à l'expérience touristique.

Ce lien entre espace vécu et espace mis en valeur sera analysé dans la partie suivante.

3. *L'influence des ressources culturelles et identitaires des territoires*

Les ressources culturelles appuient le développement de l'agritourisme sur les territoires ruraux. En effet, les visiteurs pratiquant ce type de tourisme sont souvent à la recherche d'une expérience unique, à la découverte des richesses locales, telles que le patrimoine culinaire, les traditions ou encore les paysages. Ils cherchent à vivre une expérience différente de celle proposée par les autres acteurs du tourisme, en découvrant des pratiques agricoles réelles, des produits issus du territoire et en échangeant directement avec celles et ceux qui les produisent.

Cette démarche les amène à s'intéresser à des histoires de vie, à des pratiques ancrées dans un environnement, et à une forme de proximité avec le monde agricole. Ces atouts sont d'autant plus mis en lumière grâce à l'agritourisme, car les agriculteurs et agricultrices sont les plus à même de valoriser leur production auprès des visiteurs. Par leurs activités quotidiennes, ils deviennent des transmetteurs de savoirs, avec leurs techniques agricoles ou encore leurs recettes traditionnelles.

Néanmoins, ceci peut également amener à une forme de mise en scène du territoire pour correspondre aux envies des visiteurs. Effectivement, pour éviter une déception, les acteurs tendent parfois à modifier leurs habitudes pour s'adapter à l'imaginaire de leurs touristes, ce qui réduit la véracité des ressources culturelles et identitaires qu'ils vivent. Cela peut passer par la sélection de certaines activités plus faciles à montrer, la simplification des discours pour les rendre accessibles, ou la valorisation d'actions perçues comme plus attractives par les visiteurs. Pourtant, si le récit proposé aux visiteurs s'éloigne trop de la réalité, il peut engendrer une forme de folklorisation ou de standardisation des pratiques locales. À long terme, cela peut affaiblir la richesse culturelle du territoire, en effaçant certaines particularités au profit d'une image plus uniforme, voire stéréotypée.

Ainsi, l'agritourisme peut contribuer à renforcer la fierté des habitants envers leur culture locale, tout en participant à sa préservation et à son rayonnement. Il devient alors un vecteur de revalorisation de l'espace rural, en opposition à un imaginaire souvent dévalorisant pour la profession. En valorisant leur production,

les agriculteurs et agricultrices redonnent une visibilité positive à leurs territoires, et leur métier, souvent associés à des représentations figées. L'agritourisme contribue ainsi à montrer un espace rural vivant et porteur de projets, loin de l'image négative parfois véhiculée.

4. Structuration agritourisme à l'échelle locale

Le développement de l'agritourisme en espace rural permet une structuration de la pratique à l'échelle locale, mais également au sein même de l'exploitation. En effet, les porteurs de projet peuvent mobiliser de multiples ressources pour organiser leur activité. Tout d'abord, ils peuvent utiliser leurs compétences préalablement acquises, ou bien se former, mais également leurs expériences précédentes. Ces compétences peuvent être issues de parcours variés, qu'ils soient agricoles, commerciaux, ou liés à l'accueil et à l'hôtellerie, ce qui donne une grande diversité de profils parmi les touristes pratiquant l'agritourisme. Certains porteurs de projet sont issus du monde agricole et souhaitent valoriser leur production autrement, tandis que d'autres proviennent d'univers très différents, apportant des savoir-faire complémentaires utiles à la mise en place d'une activité agritouristique sur l'exploitation.

Ils disposent également d'un soutien familial ou local, mais aussi institutionnel, avec des aides financières, des labellisations ou de l'accompagnement. Ces soutiens peuvent prendre la forme de subventions à l'investissement, de formations à la création d'entreprise, ou encore de labellisations reconnues, qui garantissent la qualité de l'accueil ou la mise en valeur des produits locaux. Ces dispositifs permettent d'aider les porteurs de projet, de les professionnaliser et de valoriser leur offre auprès des prospects.

Aussi, une coopération entre plusieurs acteurs peut se mettre en place, dans un but de structuration collective. Ces réseaux sont des éléments majeurs pour offrir une visibilité importante à leur offre touristique. Il peut s'agir de groupements de producteurs, mais aussi de circuits courts organisés, qui permettent une mutualisation des moyens pour mettre en valeur l'agritourisme sur leur exploitation. Ces réseaux peuvent mettre en place des outils partagés, comme des plateformes de communication, des cartes touristiques, ou des labels communs, qui facilitent le référencement de l'offre pour les visiteurs et renforcent la cohérence du message

au niveau local. Ces formes de collaboration favorisent le partage d'expériences, la co-construction d'événements ou d'itinéraires touristiques, et contribuent à ancrer l'agritourisme dans une dynamique territoriale forte. Ceci permet aux agriculteurs de mutualiser leurs pratiques efficaces, de s'entraider sur les aspects logistiques ou réglementaires, et de s'adapter ensemble aux attentes des visiteurs. Cette logique collective donne du sens à leur action, en les inscrivant dans une dynamique qui dépasse l'échelle individuelle.

Ces collaborations sont des exemples d'ancrage territorial et de collaboration locale. Ils traduisent une volonté commune de faire du territoire un espace vivant, attractif, et résilient, où l'économie locale peut se diversifier tout en préservant ses spécificités culturelles et agricoles. L'agritourisme devient ainsi un moyen d'allier développement économique, préservation des ressources locales, et renforcement des échanges entre producteurs et habitants. Il propose une nouvelle opportunité touristique, loin de la standardisation de l'offre et valorise les spécificités de chaque territoire.

5. Conclusion du chapitre

La structuration de l'agritourisme sur les territoires ruraux est nécessaire pour valoriser cette offre touristique et améliorer sa qualité. En effet, l'association des activités agricoles et touristiques peut s'avérer difficile si les agriculteurs et agricultrices manquent de compétences ou d'accompagnement dans la réalisation de leur projet. Un encadrement adapté, des formations ciblées et un soutien institutionnel sont donc indispensables pour garantir la viabilité de ces initiatives, mais aussi leur pérennité.

L'aspect culturel et identitaire des territoires est également un axe majeur dans la structuration de l'agritourisme. Les visiteurs souhaitent découvrir ces richesses uniques, et l'agritourisme permet d'y accéder en plein cœur du monde rural, tout en renforçant la fierté de ses habitants. Il participe ainsi à la transmission des savoir-faire, à la préservation des traditions locales et à la valorisation des paysages façonnés par l'activité agricole. Cette forme de tourisme contribue à redonner une image positive et dynamique aux espaces ruraux.

Enfin, les réseaux de fermes agritouristiques sont un bon moyen de structuration du territoire et de l'offre agritouristique, car ils permettent une entraide

entre les acteurs, mais aussi une meilleure visibilité à l'échelle locale. Ils favorisent la mutualisation des ressources, la création d'itinéraires thématiques, et le développement d'une communication commune plus efficace. Ces réseaux renforcent la cohérence de l'offre et facilitent l'accès des visiteurs à une diversité d'expériences, tout en consolidant l'ancrage territorial des exploitations.

En somme, une structuration collective, intégrée et respectueuse des identités locales apparaît comme un levier essentiel pour faire de l'agritourisme un moteur de développement durable, équilibré et attractif pour les territoires ruraux.

À travers cette structuration, c'est aussi une nouvelle manière de concevoir le développement rural qui se dessine. Un développement plus horizontal, fondé sur la coopération, le respect des ressources locales, et l'implication des acteurs dans la gouvernance des projets. L'agritourisme devient ainsi un indicateur pertinent pour observer les mutations en cours dans les campagnes françaises.

Chapitre 3 : L'identité des territoires ruraux se construit et se renforce par la valorisation des ressources alimentaires locales, notamment à travers l'agritourisme, qui contribue à la préservation du patrimoine culturel et à la transmission des savoir-faire.

1. Introduction du chapitre

Ce troisième chapitre s'appuie sur l'hypothèse selon laquelle la valorisation des ressources alimentaires locales par l'agritourisme renforce l'aspect identitaire des territoires ruraux, et contribue à la préservation du patrimoine culturel et des savoir-faire.

Dans un monde globalisé, où l'agriculture intensive et la standardisation des produits alimentaires ont tendance à uniformiser les pratiques agricoles, l'agritourisme représente un retour à la terre et à la diversité culturelle des territoires. En valorisant les ressources alimentaires locales, il contribue à préserver des savoir-faire ancestraux et des pratiques agricoles durables. Ces ressources sont essentielles à la fois pour la préservation du patrimoine, mais aussi pour répondre aux attentes de consommateurs, de plus en plus conscients des enjeux environnementaux.

En mettant en lumière des produits emblématiques, des savoir-faire traditionnels et des pratiques agricoles ancrées dans l'histoire locale, l'agritourisme devient un vecteur essentiel de préservation du patrimoine culturel. Il permet non seulement de maintenir des traditions vivantes, mais aussi de les transmettre à un public extérieur, tout en contribuant à la fierté et à la reconnaissance des acteurs locaux. Ainsi, la nourriture, bien au-delà de sa fonction nourricière, devient un support d'expression identitaire, de narration du territoire, et un levier de développement rural durable.

Ce chapitre s'organise en trois sous-parties, en commençant par la ressource alimentaire étant un patrimoine culturel à part entière. Ensuite, nous aborderons le rôle de l'agritourisme dans la transmission de l'identité locale. Enfin, nous nous intéresserons à l'innovation autour des ressources alimentaires locales, pour renouveler l'identité des espaces ruraux.

2. La ressource alimentaire comme patrimoine culturel

La ressource alimentaire fait partie du patrimoine immatériel du territoire. En effet, elle représente les savoir-faire et la culture des habitants, à travers des traditions uniques et une forte transmission. On parle alors de patrimoine alimentaire, une notion qui englobe non seulement les produits agricoles eux-mêmes, mais aussi les pratiques, les récits, les gestes et les modes de consommation qui y sont associés. Ces éléments sont porteurs d'une mémoire collective, même si les acteurs ont l'impression qu'ils font seulement partie d'un quotidien ordinaire. Ils racontent comment un territoire s'est construit à travers ses ressources, ses savoirs paysans, ses fêtes locales ou ses manières de cuisiner, qui varient selon les saisons et les contextes familiaux ou sociaux.

Ce patrimoine met en valeur la diversité des produits agricoles du territoire. Il se retrouve dans de nombreux produits, tels que les fromages, les charcuteries, les vins ou encore les recettes locales, souvent élaborés selon des méthodes anciennes et transmises de génération en génération. Ces produits incarnent souvent une identité locale forte. Ils ne sont pas déplaçables, car chacun est lié à un terroir, une façon de faire, voire un mode de vie. Par exemple, la fabrication d'un fromage peut être entièrement liée au climat, à une race animale spécifique, à une méthode d'affinage propre à une vallée ou un plateau précis.

Souvent, ces produits sont reconnus et protégés à l'échelle nationale et internationale, par le biais de labels ou de certifications, tels que l'Appellation d'Origine Protégée (AOP) ou l'Indication Géographique Protégée (IGP). Ces signes de qualité garantissent non seulement l'authenticité du produit, mais assurent également la préservation d'un savoir-faire traditionnel. Ils contribuent à la reconnaissance des spécificités locales, tout en renforçant l'attractivité touristique du territoire. Ils ont également un effet structurant sur les filières locales, en encourageant les producteurs à maintenir des méthodes traditionnelles et en leur offrant une meilleure visibilité. Le label devient alors un repère pour les consommateurs, mais aussi un outil de transmission pour les producteurs.

Ces signes motivent les visiteurs à se rendre sur place pour profiter de ces savoir-faire exceptionnels, mais aussi pour mieux comprendre les liens entre production, culture et environnement. L'expérience gastronomique devient alors

une porte d'entrée vers une découverte plus profonde du territoire. Les sites touristiques en espace rural peuvent ainsi profiter de cet attrait pour développer une offre qui correspond à l'attente des visiteurs, comme des dégustations, des visites de fermes, des fêtes de produits locaux, des marchés, ou encore des visites de lieux de production. Les visiteurs découvrent alors, par l'odorat, le toucher et le goût des produits exceptionnels, vecteurs d'une histoire propre au territoire. L'ensemble de leurs sens leur permettent de comprendre le monde agricole dans sa globalité, tout en profitant d'un savoir-faire unique au monde. La ressource alimentaire devient donc un outil de médiation culturelle, renforçant le lien entre habitants, producteurs et visiteurs.

3. Le rôle de l'agritourisme dans la transmission de l'identité locale

Les agriculteurs jouent un rôle majeur dans la transmission des savoir-faire, c'est pourquoi l'agritourisme constitue un vecteur essentiel du partage de l'identité locale, que ce soit auprès des visiteurs, mais également auprès des habitants du territoire. En plus de leur rôle de producteurs, les agriculteurs sont souvent perçus comme des gardiens du patrimoine naturel et culturel de leurs territoires. À travers des pratiques respectueuses de l'environnement, telles que l'agriculture biologique ou les circuits courts, ils préservent non seulement la terre, mais aussi une culture et un savoir-faire qui se transmettent au-delà des générations. Les agriculteurs incarnent une mémoire vivante du territoire et sont également garants d'une culture agricole souvent transmise de génération en génération.

Les agriculteurs deviennent également des acteurs clés lors d'événements locaux, comme des festivals gastronomiques, des foires agricoles ou des journées portes ouvertes. Ces moments de rencontre permettent de renforcer les liens entre producteurs, habitants et visiteurs, tout en enrichissant la perception de l'identité locale. La participation des visiteurs à ces événements appuie la découverte de la culture et du patrimoine local, notamment à travers la dégustation des produits du terroir ou la participation à des ateliers artisanaux.

Cette transmission s'effectue notamment à travers les visites à la ferme, où les touristes découvrent le processus d'élaboration des produits, de la production à la transformation, en passant par les techniques utilisées et l'histoire des pratiques.

Ces moments d'échange direct permettent aux visiteurs de comprendre la réalité du métier agricole, tout en renforçant le lien entre producteur et consommateur.

Elle passe également par le développement des circuits courts, qui permettent une mise en lumière de ces produits locaux, en réaffirmant leur ancrage territorial. Ces circuits favorisent la traçabilité, la transparence et la mise en valeur des pratiques respectueuses de l'environnement et du patrimoine local, tout en réduisant les intermédiaires. Au-delà de la transmission des savoir-faire agricoles, l'agritourisme contribue également à la redynamisation de territoires en crise. En effet, en attirant des visiteurs, il favorise l'économie locale et crée des emplois dans des secteurs souvent délaissés, comme l'hébergement rural, la restauration ou l'artisanat.

Les activités agritouristiques, qu'il s'agisse de visites, de dégustations ou encore d'ateliers de transformation, restent parmi les meilleurs vecteurs de partage d'une identité locale. Elles créent une immersion totale, souvent marquée par des souvenirs sensoriels forts. Le goût, l'odorat et le contact direct avec la terre deviennent des atouts puissants dans la transmission de l'identité locale. Elles offrent une expérience sensorielle et immersive qui engage les visiteurs dans un rapport plus intime au territoire. En participant activement à la fabrication d'un fromage, à une cueillette, ou encore à un atelier de cuisine paysanne, les touristes deviennent les témoins et parfois même les ambassadeurs d'un patrimoine rural vivant. Ce type de médiation culturelle contribue aussi à renforcer la fierté des habitants vis-à-vis de leurs savoir-faire et à raviver un sentiment d'appartenance collective.

4. L'innovation autour des ressources alimentaires locales : un renouvellement de l'identité rurale

L'agritourisme repose sur la valorisation des traditions et des savoir-faire, mais il s'inscrit également dans une innovation, venant enrichir et renouveler les pratiques locales. Les agriculteurs proposant une activité d'agritourisme sur leur exploitation participent à une redéfinition de l'identité rurale, en plus de préserver leur patrimoine et s'adapter aux attentes des touristes. En participant à ces initiatives, les agriculteurs ancrent leurs pratiques agricoles dans un contexte moderne tout en restant fidèles à une histoire mais également à un patrimoine

implantés sur leur territoire. Ce processus de réinvention de l'identité rurale se manifeste dans des pratiques qui respectent la tradition tout en intégrant les innovations nécessaires à la durabilité des exploitations.

Tout d'abord, l'agritourisme permet d'ancrer l'alimentation locale dans des logiques actuelles, en répondant aux préoccupations des consommateurs, comme les circuits courts, l'alimentation durable, l'agriculture biologique ou encore la lutte contre le gaspillage. Ceci répond à une demande croissante de transparence sur la provenance des produits alimentaires, avec des consommateurs de plus en plus soucieux de leur impact environnemental. Les fermes impliquées dans des activités agritouristiques deviennent des lieux où l'on peut observer les pratiques agricoles de manière concrète et directe, renforçant ainsi la confiance entre le producteur et le consommateur. Ces pratiques contribuent à renforcer l'attractivité des espaces ruraux tout en respectant leur identité propre. Les fermes deviennent alors des exemples de modèles agricoles innovants, alliant production locale, respect de l'environnement et ouverture au public.

L'expérience touristique évolue également. Les visiteurs sont invités à participer activement à des expériences sensorielles et pratiques. Ces ateliers culinaires, artisanaux ou agricoles, permettent une immersion totale dans les pratiques du territoire, offrant une dimension éducative et ludique au voyage. Ce type d'activités renforce la compréhension des produits locaux et des méthodes de production, tout en permettant aux visiteurs de ressentir un sentiment d'appartenance, voire d'identification à la culture locale. Les touristes ne sont plus de simples consommateurs de paysages ou de produits, mais deviennent des acteurs dans la découverte et la valorisation du territoire. Ils peuvent même être invités à prendre part à des ateliers ou à des activités immersives, tels que la fabrication de fromage, la cueillette de fruits, ou encore la préparation de plats traditionnels auprès des producteurs. Cette participation favorise une forme de co-construction de l'identité territoriale, dans laquelle le visiteur s'implique, apprend, et parfois devient lui-même relais de cette culture auprès d'un public plus large.

L'innovation dans le domaine de l'agritourisme ne se limite pas aux pratiques agricoles elles-mêmes ; elle peut s'étendre aux nouvelles technologies. En effet, l'utilisation d'applications mobiles pour la promotion des circuits courts ou de plateformes de réservation d'activités touristiques, participe à la diffusion d'une

identité rurale modernisée. Ce mélange entre innovation et tradition enrichit l'expérience de l'agritourisme et modernise l'identité des territoires ruraux aux yeux des visiteurs.

Ainsi, l'agritourisme devient un moyen d'innovation sociale et culturelle, où les ressources alimentaires locales ne sont pas seulement conservées, mais réinventées, adaptées et partagées. Cet aspect de l'agritourisme permet de renouveler le regard porté sur le monde agricole, souvent perçu comme figé dans la tradition. En alliant celle-ci à la modernité, l'agritourisme renforce l'attractivité des espaces ruraux tout en respectant leur histoire et leur patrimoine.

5. Conclusion du chapitre

La valorisation des ressources alimentaires locales à travers l'agritourisme apparaît comme un levier essentiel de renforcement de l'identité des territoires ruraux. En mettant en lumière les produits du terroir, les savoir-faire agricoles et les traditions locales, cette forme de tourisme contribue à la préservation du patrimoine immatériel tout en favorisant sa transmission, tant auprès des visiteurs que des habitants. La nourriture devient ainsi bien plus qu'un produit : elle devient un vecteur culturel, une clé de lecture du territoire et un outil de médiation entre acteurs locaux et publics extérieurs.

Par ailleurs, l'agritourisme permet non seulement de conserver les traditions, mais aussi de les adapter aux enjeux actuels. En s'inscrivant dans des dynamiques d'innovation, qu'il s'agisse de pratiques agricoles durables, de nouvelles formes de consommation ou d'expériences immersives, il participe à un renouvellement de l'identité rurale, plus ouverte, inclusive et participative. Ce processus de co-construction entre producteurs et visiteurs contribue à faire émerger une ruralité vivante, en phase avec les attentes sociétales actuelles.

L'agritourisme constitue un pilier de la valorisation des ressources alimentaires locales et de la construction de l'identité des territoires ruraux. Ce phénomène n'est pas seulement un vecteur économique ; il joue également un rôle fondamental dans la préservation du patrimoine culturel, la transmission des savoir-faire et l'adaptation des pratiques agricoles aux nouveaux défis.

Ainsi, l'agritourisme s'affirme comme un moteur de valorisation, de transmission et de transformation du patrimoine alimentaire local, tout en renforçant

l'ancrage territorial des exploitations agricoles et le sentiment d'appartenance des communautés rurales.

Pour conclure, cette deuxième partie nous a permis d'explorer trois grands axes de réflexion qui permettront d'orienter les recherches de terrain. L'agritourisme apparaît comme une dimension complexe et multifacettes, porteuse de transformations profondes dans les espaces ruraux.

La première hypothèse a mis en lumière le rôle central joué par les femmes dans le développement de l'agritourisme au sein des exploitations, porteuses de nouvelles dynamiques sociales, culturelles et identitaires. Leur implication dans ces activités de diversification contribue à redéfinir leur place dans le monde agricole.

La deuxième hypothèse a souligné que la structuration de l'agritourisme sur les territoires est fortement influencée par les ressources dont ils disposent, la coopération entre l'ensemble des acteurs, et les enjeux économiques et culturels locaux. L'agritourisme participe à la réorganisation des territoires ruraux et à leur attractivité touristique.

Enfin, la troisième hypothèse a mis en avant le rôle majeur de l'agritourisme dans la valorisation des ressources alimentaires locales, et plus largement dans la transmission d'une identité territoriale. Cette forme de tourisme contribue à appuyer l'attractivité et l'évolution des espaces ruraux, notamment par l'ancrage des savoir-faire et du patrimoine, mais également par l'innovation et la participation des visiteurs à des activités de valorisation de ces patrimoines uniques.

Ces hypothèses constituent ainsi une base pour l'analyse de terrain, qui permettra de les confronter à la réalité des pratiques, des discours et des expériences vécues par les acteurs de l'agritourisme en espace rural.

Partie 3 : Cadre méthodologique et préparation de l'étude de terrain

Les hypothèses élaborées précédemment se doivent d'être vérifiées sur le terrain. Ce chapitre porte sur la méthodologie qui pourrait être mise en place dans l'objectif de confirmer ou d'infirmer de ces hypothèses. L'enquête de terrain est primordiale en sciences sociales pour confronter les hypothèses aux réalités du terrain. Elle représente également une étape essentielle pour affiner l'analyse, en confrontant les concepts théoriques aux réalités observées sur le territoire étudié. L'étude de terrain permet de mieux comprendre la complexité des acteurs.

Pour mener cette étude de terrain, les approches qualitatives et quantitatives seront les méthodes adoptées. La méthode qualitative permettra d'approfondir les représentations et les pratiques des acteurs locaux, grâce à des entretiens et des observations. Quant à la méthode quantitative, elle permettra de recueillir des données plus générales sur les comportements des visiteurs et leur perception du territoire, notamment grâce à l'administration de questionnaires. Ces deux méthodes renforceront la solidité de l'analyse, en liant des tendances individuelles et plus globales.

Le terrain choisi est l'Aveyron, un territoire rural situé en région Occitanie, avec une grande variété de profils à interroger. Ce département est particulièrement pertinent, car il allie une forte tradition agricole et un patrimoine gastronomique reconnu avec un développement croissant de l'agritourisme. De plus, la présence d'acteurs variés permet de confronter les différents regards et d'enrichir la réflexion.

Cette partie s'organise en trois chapitres, en commençant par une présentation du terrain et de la population cible. Ce premier chapitre définira les caractéristiques géographiques, économiques et sociales du territoire, ainsi que les critères de sélection des acteurs interrogés. Elle se poursuit par la description des méthodes et outils utilisés pour collecter les données, en détaillant notamment l'élaboration des guides d'entretien, des questionnaires et des grilles d'observation, ainsi que les réflexions éthiques associées. Enfin, elle s'achève par la mise en œuvre pratique de la collecte, avec ses limites méthodologiques, en abordant l'organisation temporelle, les stratégies d'accès au terrain et les ajustements envisageables en fonction des contraintes rencontrées.

Cette préparation rigoureuse nous permet de poser les bases d'une enquête de terrain adaptée aux objectifs des hypothèses posées dans la partie précédente.

Chapitre 1 : Présentation du terrain d'étude et de la population cible

1. *Le terrain d'étude*

Le futur terrain d'enquête hypothétique serait l'Aveyron. Ce département se situe dans la région Occitanie, au sud du Massif Central. Il se caractérise par une faible densité de population, dont la majorité vit dans l'espace rural, et possède une grande diversité de paysages, tels que des plateaux, des vallées, des causses, mais également des monts. Le département de l'Aveyron se structure autour de petites villes, comme Rodez, Villefranche-de-Rouergue et Millau, mais aussi autour de nombreux villages à forte identité locale. Trois grands ensembles naturels le composent : les Grands Causses au sud, l'Aubrac au nord, et le Ségala à l'ouest, chacun marqué par des pratiques agricoles, des traditions et des produits qui leur sont propres. Cette diversité géographique offre des paysages façonnés par l'élevage et l'agriculture, jouant un rôle majeur dans l'expérience proposée aux visiteurs.

Du fait de sa ruralité, l'Aveyron voit son économie reposer principalement sur l'agriculture, l'agroalimentaire, l'artisanat et le tourisme rural. Le tourisme aveyronnais s'oriente plutôt vers les espaces naturels, les édifices faisant partie de son patrimoine bâti, avec de nombreux villages classés, abbayes ou encore bastides, mais aussi et surtout vers la gastronomie, largement reconnue au-delà des frontières du département. Des sites tels que Conques, classé au patrimoine mondial de l'UNESCO, ou les cités médiévales de Najac et Sauveterre-de-Rouergue, attirent chaque année des milliers de visiteurs, renforçant l'attractivité de ces espaces ruraux. Cette spécificité permet à l'Aveyron d'avoir une capacité d'accueil touristique basée sur la culture, la nature et la tranquillité. Par ailleurs, les traditions locales restent très ancrées dans le quotidien des habitants, ce qui renforce l'intérêt du département en tant que terrain pour observer la cohabitation entre les pratiques agricoles et les dynamiques culturelles.

L'agriculture occupe une place prépondérante dans l'économie de l'Aveyron, avec une spécialisation dans l'élevage, notamment bovin et ovin. Ceci s'explique particulièrement par la production de lait servant à l'élaboration de fromages renommés comme le Roquefort ou le Laguiole. En plus de l'élevage, on retrouve

également des productions végétales, qu'il s'agisse de céréales, fourrages ou maraîchage.

La place importante de l'agriculture sur son territoire fait de l'Aveyron un espace parfait pour développer des activités d'agritourisme. Celles-ci peuvent se traduire par des hébergements à la ferme, des tables d'hôtes, de la vente directe ou encore des visites pédagogiques.

Avec ses caractéristiques géographiques, économiques et démographiques, l'Aveyron nous semble être un terrain d'étude privilégié pour mener les enquêtes qui permettraient de confirmer ou d'infirmer les hypothèses. En effet, sa forte ruralité, la place de l'agriculture et le développement de l'agritourisme sur le territoire sont des éléments qui permettraient de répondre aux hypothèses proposées.

2. La population cible

Pour récolter les données recherchées, il est préférable de sélectionner une population cible. L'objectif est d'obtenir le panel le plus représentatif possible de cette population. Pour cela, nous avons axé notre réflexion sur des portraits types de personnes interrogées. En effet, selon les différentes méthodes de collecte de données, nous aurons besoin de plus types de répondants. Pour répondre à ces hypothèses, il faudrait prendre contact avec des agricultrices ayant une activité agritouristique sur leur exploitation. Aussi, il serait pertinent d'interroger des locaux, plutôt des retraités et des jeunes, afin d'avoir leur point de vue sur leur attachement au territoire. Ces publics distincts peuvent être un atout pour l'enquête, car leur culture et leurs habitudes diffèrent et ceci permettrait des points de vue complémentaires qui couvriraient l'ensemble de la notion. Les retraités peuvent témoigner de l'évolution du monde agricole et touristique, tandis que les jeunes offrent un nouveau regard sur les attentes du territoire, leur désir ou non de s'y installer, ou leur attachement aux atouts culturels.

Enfin, il pourrait être bénéfique pour l'étude de prendre également contact avec des acteurs du tourisme, comme des agents d'Office de Tourisme ou bien des membres d'association de valorisation ou de protection du patrimoine qui permettraient un regard nouveau sur le sujet et qui apporteraient de nouvelles informations importantes concernant le contexte du territoire. Ces professionnels disposent d'une connaissance profonde du domaine du tourisme, de la structuration

de l'offre aux attentes des visiteurs. Leur vision permet d'accéder à une échelle plus institutionnelle.

Ce choix de diversité permettrait d'obtenir des regards croisés sur la question de l'identité rurale, de sa transmission et de ses évolutions. Chaque profil interrogé pourrait ainsi faire émerger des éléments complémentaires, liés à la mémoire du territoire, à la perception des changements agricoles ou à l'évolution du lien entre producteurs et consommateurs.

L'ensemble de ces acteurs doit se trouver sur notre terrain d'étude, c'est-à-dire l'Aveyron. Néanmoins, ils peuvent être localisés dans différentes zones, notamment pour les exploitations, comme les montagnes, les vallées, ou les zones plus urbanisées, afin d'avoir une certaine variation dans les résultats, et par conséquent plus de représentativité. Il faudra également veiller à répartir ces entretiens de manière équilibrée entre les différents types de profils retenus, dans le but de ne pas biaiser l'analyse.

Les apports attendus lors de l'enquête concernent la recherche d'une meilleure compréhension du rôle des femmes dans les exploitations agricoles et dans la diversification des activités, de la façon dont les acteurs mobilisent les ressources territoriales dont ils disposent mais également de la manière dont l'identité locale est mise en valeur à travers l'agritourisme sur le territoire.

3. Un terrain adapté aux hypothèses

L'objectif dans le choix du terrain d'étude est de sélectionner un territoire pertinent et cohérent avec les hypothèses posées précédemment dans ce mémoire. La cohérence entre le terrain et les hypothèses constitue un des fondements méthodologiques de cette recherche. En effet, sélectionner un espace qui répond aux trois axes explorés, c'est-à-dire le rôle des femmes, la structuration territoriale et la valorisation des ressources alimentaires, garantit une meilleure pertinence des données récoltées et une capacité à éclairer les problématiques soulevées.

Dans ce cas, le territoire doit présenter une présence significative de femmes pleinement investies dans des projets agritouristiques au sein même de l'exploitation agricole. Il serait également préférable d'obtenir des profils variés, autant au niveau de leur parcours, que de leur statut dans l'exploitation, de leur âge ou encore de leur degré d'implication dans la vie locale et territoriale. Cette diversité

de trajectoires permettrait d'interroger les conditions de mise en place de projets agritouristiques par des agricultrices, les freins rencontrés, mais également les moyens mis en place. Aussi, pour les besoins de l'étude, il faut également analyser leur rôle, la visibilité de leur structure agritouristique, mais aussi leur reconnaissance au sein du monde agricole, tant institutionnellement que socialement. L'ensemble de ces éléments permettrait de confirmer ou d'infirmer la première hypothèse, qui porte sur le rôle central des femmes dans le monde agricole, tant par leur implication dans les exploitations, que par leur contribution au développement de l'agritourisme sur leur territoire.

Concernant les besoins de la seconde hypothèse, l'enquête nécessite un espace rural structuré autour de ses ressources économiques et culturelles. En effet, l'importance des produits du terroir et du patrimoine culinaire doit être marquante dans son offre touristique. Il est également souhaitable que celui-ci dispose de réseaux organisés, de circuits courts, ou encore de coopérations entre acteurs locaux, entre producteurs, restaurateurs, artisans, ou encore institutions, autour de l'agritourisme, afin d'être un terrain d'étude pertinent. Enfin, ce terrain doit avoir un cadre propice à l'étude de la structuration territoriale de l'agritourisme, à travers des initiatives locales, des projets collectifs ou des dispositifs de soutien. L'existence de structures comme Accueil Paysan ou Bienvenue à la Ferme, déjà implantés dans le département, constituent un point d'appui important pour l'enquête, en offrant des exemples concrets de structuration et de valorisation des ressources alimentaires locales.

Enfin, le terrain d'étude doit être un territoire représentant une identité locale forte, valorisée par de nombreuses offres agritouristiques. Ceci signifie que l'espace sélectionné doit disposer de ressources alimentaires singulières, qui participent pleinement à son image et à son attractivité. Ces produits nécessitent une mise en récit à travers des pratiques agritouristiques, comme des dégustations, des ateliers de transformation, ou des visites. Ces dispositifs participent à la transmission d'un savoir-faire, mais également à la construction d'un récit territorial fondé sur le lien entre agriculture, culture et tourisme.

L'Aveyron est alors apparue comme un département pertinent. Effectivement, ce département correspond à l'ensemble des besoins nécessaires au bon déroulement de l'enquête. De nombreuses femmes y sont porteuses de

projets agritouristiques. C'est également un territoire où les ressources alimentaires, essentielles à son développement, sont mises en valeur dans les offres touristiques, à travers de nombreux réseaux d'acteurs structurés et actifs, maillant l'ensemble du département. Ces ressources alimentaires permettent le rayonnement de l'Aveyron au niveau national, voire international. Il offre donc un cadre important pour l'observation du territoire, avec des acteurs engagés. Ce contexte en fait un support théorique pour tester les hypothèses formulées.

En somme, le choix du terrain d'enquête, tout comme celui des publics ciblés, repose sur une volonté de cohérence avec les problématiques du mémoire. L'Aveyron offre un cadre propice à l'analyse des activités agritouristiques dans une logique de développement local, tout en mettant en lumière des profils d'acteurs variés, engagés et représentatifs. Il constitue ainsi une base solide pour poursuivre la recherche.

Chapitre 2 : La méthodologie et les outils utilisés pour la collecte des données

1. *Choix des méthodes qualitatives et quantitatives*

Pour collecter des données afin d'infirmer ou de confirmer les hypothèses, il est possible d'utiliser plusieurs méthodes. La première est la méthode qualitative, elle sert à comprendre les comportements, les pratiques, ou les activités des acteurs. Elle se fait sur un échantillon concis, dans le but d'analyser en détail chaque cas. Cette méthode de collecte de données ne permet pas une généralisation d'informations, mais à l'inverse de mettre en lumière des particularités. C'est également un moyen de prendre en compte les spécificités culturelles de chaque profil. Ceci permet une approche compréhensive et exploratoire de l'enquête.

Afin de récolter des données qualitatives, il est possible d'utiliser plusieurs techniques. Pour notre enquête de terrain, deux d'entre elles ont été retenues. Tout d'abord, l'entretien semi-directif, qui est une méthode non-standardisée, semble pertinent pour l'analyse du terrain, car il permet d'échanger avec un enquêté sur un certain nombre de thèmes sélectionnés au préalable. Dans ce cas, les personnes sont libres de s'exprimer, sans contraintes de temps. Les entretiens semi-directifs pourront être utilisés à deux reprises au cours de notre collecte de données. Premièrement, auprès d'agricultrices proposant des activités d'agritourisme. L'objectif est de recueillir des récits de vie, des perceptions du territoire, des représentations du rôle des femmes, mais également leurs motivations et obstacles liés à l'agritourisme. Aussi, ils pourront être fait auprès de locaux retraités et jeunes, responsables de réseaux, institutionnels, pour découvrir leur attachement au territoire et la perception de son patrimoine.

Ensuite, la deuxième technique qualitative possible pour cette enquête est l'observation. Celle-ci est également non-standardisée, et consiste à observer les comportements, les pratiques, les activités et les interactions des acteurs. Dans le cadre de cette collecte de données, il est possible de se rendre au cœur de fermes ayant une offre agritouristique, afin de comprendre l'organisation des activités, les interactions avec les visiteurs, son intégration dans le système touristique local, mais aussi la mise en valeur des ressources alimentaires et culturelles. Ceci

permettrait éventuellement une comparaison avec d'autres sites touristiques du territoire, afin de déterminer les points communs ainsi que les différences.

La seconde méthode est la méthode quantitative. Cette méthode est particulièrement utile lorsqu'on cherche à mesurer des tendances, à identifier des corrélations ou à produire des résultats généralisables à une population plus large. Elle repose sur la rigueur des outils utilisés et sur l'interprétation statistique des réponses obtenues. C'est une méthode standardisée, où les questions sont les mêmes pour chaque interrogé. Elles peuvent être ouvertes ou fermées et les réponses sont analysées statistiquement. L'objectif est d'uniformiser les résultats afin d'obtenir un bénéfice chiffré, en faisant ressortir l'essentiel, et ce même s'il est nécessaire de supprimer certaines données. Cela signifie que les données jugées non exploitables, comme les réponses incomplètes ou incohérentes, peuvent être écartées de l'analyse. Cette étape, bien qu'indispensable, doit être menée avec prudence pour ne pas biaiser les résultats finaux.

Dans le cas de notre enquête, cette méthode serait mobilisée par le biais d'un questionnaire, distribué à un échantillon de visiteurs rencontrés lors de leur séjour agritouristique. Les questions porteraient sur différents aspects de leur expérience, comme leur connaissance préalable du territoire, leur perception de l'offre locale, ou encore l'importance qu'ils accordent aux produits du terroir dans leur choix de destination. Ce questionnaire permettrait de mieux cerner l'influence des ressources culturelles et alimentaires sur l'image du territoire, et ainsi de mieux comprendre si ces éléments participent à la construction d'une expérience touristique spécifique. Les données recueillies pourraient mettre en lumière les attentes des visiteurs, mais aussi leur perception de l'identité locale.

2. Les outils mobilisés

Pour mener à bien les entretiens semi-directifs, l'élaboration de guides d'entretien est indispensable. Ces guides permettent de structurer l'entretien, tout en comportant l'ensemble des questions nécessaires à l'enquête. L'élaboration du guide d'entretien nécessite un travail préparatoire rigoureux. Les questions doivent être formulées de manière claire, ouverte, et non suggestive, afin de favoriser la spontanéité des réponses tout en maintenant une cohérence avec les hypothèses posées. Il convient également de classer les questions par thématique ou par ordre

de complexité, en commençant par les plus générales pour progressivement aller vers des sujets plus ciblés. Celles-ci doivent être identiques entre les entretiens afin de faciliter la comparaison entre eux lors de l'analyse. Dans le cadre de notre enquête, deux guides d'entretiens seront requis, un pour chaque grande thématique abordée. Le premier portera sur le rôle des femmes dans les projets agritouristiques, et le second sur la structuration de l'agritourisme à l'échelle territoriale. Cette séparation permettra de mieux cibler les réponses selon les profils interrogés, tout en prévoyant une meilleure organisation des données lors de l'analyse.

Concernant l'observation, il faudra au préalable lister les dimensions à étudier. Ce repérage permet de guider l'attention sur des éléments précis, tout en laissant une place à la spontanéité, Il faudra également adopter une posture adaptée à la prise de notes directement sur place, tout en veillant à ne pas influencer les comportements, pour restituer fidèlement les situations, en gardant une posture neutre et attentive. Des grilles ou fiches de suivi terrain peuvent également être élaborées en amont de l'observation. Ces grilles pourront inclure des critères précis tels que l'agencement des lieux d'accueil, les interactions entre hôtes et visiteurs, les références au patrimoine local dans les discours ou encore les supports visuels mobilisés. Elles assureront une certaine homogénéité dans la lecture des terrains, et faciliteront le repérage d'éléments récurrents.

Enfin, l'étude quantitative nécessite un questionnaire, comprenant des questions liées à l'étude mais aussi au profil de l'enquêté. Ce questionnaire devra contenir des questions fermées et semi-ouvertes, permettant de recueillir des données comparables d'un individu à l'autre. Il sera structuré en plusieurs parties : une première section ciblée sur les motivations de séjour, les attentes en matière d'agritourisme, la perception de l'identité locale, pour finir par une section consacrée aux caractéristiques sociodémographiques (âge, genre, lieu de résidence, profession...).

Une attention particulière devra être apporté à la formulation des questions pour éviter toute ambiguïté ou mauvaise interprétation. De plus, l'ordre des questions devra favoriser une progression logique, allant du général au plus spécifique, afin de maintenir l'intérêt de l'enquêté tout au long du questionnaire.

3. *Réflexion éthique et posture du chercheur*

Des réflexions éthiques sont importantes avant de débiter l'étude de terrain. L'éthique de la recherche représente un socle fondamental pour les enquêtes en sciences sociales. Elle engage la responsabilité du chercheur auprès des personnes interrogées, mais aussi dans la manière dont il analyse et diffuse les données recueillies. Cette démarche nécessite de la rigueur et du respect. En effet, les enquêtes qualitatives et quantitatives recueillent des informations personnelles des acteurs. Il apparaît alors primordial de veiller à la protection de ces données, afin de ne pas leur porter préjudice. Il faut donc s'assurer du consentement des interrogés, qui implique une information claire sur les objectifs de la recherche, la durée de l'entretien, la façon dont les données seront utilisées, et les droits de la personne interrogée. Ce cadre rassurant encourage une participation libre et sincère. Il faut également garantir leur anonymat et la confidentialité de ces données. Pour cela, il est possible d'enlever l'ensemble des éléments qui permettraient d'identifier la personne, comme les lieux, les noms, l'âge, les opinions ou les pratiques. Le Règlement Général de Protection des Données (RGPD) impose le respect de l'anonymat et de la confidentialité dans les travaux de recherche, c'est pourquoi il est obligatoire de le respecter. Afin de garantir cet anonymat, il est également possible d'utiliser des noms fictifs pour éviter toute identification indirecte des enquêtés. Enfin, les fichiers de notes, les enregistrements ou les transcriptions doivent être sécurisés et accessibles uniquement par le chercheur.

La position de l'enquêteur est également un point de vigilance lors de l'étude de terrain. En effet, il ne doit pas être ni trop distant, afin d'installer un climat de confiance, sans pour autant être trop impliquée, dans le but de ne pas perdre en neutralité. La confiance envers le chercheur est primordiale, notamment en espace rural, où le contact humain prime. En revanche, trop de proximité avec l'enquêté peut fausser les réponses, voire freiner une analyse critique des résultats. Il est également important de prendre conscience de son attitude lors des échanges, afin de vérifier qu'elle n'ait pas influencé l'interlocuteur dans ses réponses. Il peut être utile, après chaque entretien, de noter ses propres impressions et émotions dans un journal de terrain.

Il faut aussi veiller à ne pas mettre en difficulté les personnes interrogées, notamment dans les espaces ruraux, afin de ne pas freiner les interactions ou de créer des tensions involontaires entre les acteurs. Il ne faut pas non plus porter de jugement sur les pratiques observées ou sur les modes de vie, mais plutôt adopter une posture compréhensive et ouverte. Dans certains cas, les sujets sensibles peuvent être abordés, et nécessitent une grande prudence. L'écoute active, la reformulation et le respect du silence sont alors des outils indispensables pour avoir une relation d'enquête saine.

Chapitre 3 : La mise en place de la collecte de données

1. *Calendrier et organisation de l'enquête*

Pour mener cette étude de terrain, il est préférable d'élaborer en amont des recherches un cadre théorique ainsi que les hypothèses à confirmer ou infirmer. La préparation des outils méthodologiques, tels que les guides d'entretien, le questionnaire et les grilles d'observation, permettra de structurer l'organisation de l'enquête.

Suite à cela, il est important de planifier des temps de terrain. Ces temps comprendront à la fois les phases d'observation sur place et la réalisation des entretiens. Dans le cas de notre étude, si nous avons plus de temps à notre disposition, les enquêtes de terrain se dérouleraient entre les mois de mai et septembre 2025. En effet, c'est une période propice à l'activité agritouristique, en raison d'un plus grand nombre de touristes. Cela permettrait d'observer les pratiques touristiques à la meilleure période, d'avoir accès à de plus nombreuses interactions au cœur des fermes, et de recueillir des témoignages sur l'activité touristique.

Les différentes modalités de collecte seraient réparties sur l'ensemble de la période sélectionnée. En effet, l'administration des questionnaires pourrait se faire tout au long de la saison estivale, dans le but de toucher le plus de visiteurs possibles. Ceci serait possible par le biais d'un QR Code à scanner, qui serait disponible sur les exploitations proposant une activité agritouristique, mais également sur d'autres sites touristiques ouverts au public, comme des lieux de production ou de transformation de produits agricoles. Les observations de terrain au sein de fermes peuvent également se faire pendant cette période, afin d'étudier l'activité à son apogée. Ensuite, les entretiens semi-directifs auprès des agricultrices se feraient plutôt aux mois de mai, juin et septembre, c'est-à-dire avant et après la saison estivale, afin de ne pas accumuler une charge de travail supplémentaire. Les entretiens semi-directifs avec les habitants locaux pourraient, quant à eux, être réalisés pendant l'été, à une période où ces derniers disposeraient de plus de temps libre.

Néanmoins, des contraintes climatiques peuvent freiner l'enquête de terrain. En effet, des périodes de forte chaleur ou de pluie peuvent amener une certaine

réticence de la part des visiteurs à pratiquer de l'agritourisme, souvent une activité d'extérieur.

2. Prise de contact et accès au terrain

Lors de notre enquête de terrain, dans une situation hypothétique, il faudrait contacter des acteurs afin de récolter leur témoignage. Avant la prise de contact, il serait nécessaire de préparer une présentation claire et concise de notre étude de terrain, expliquant ses objectifs, son intérêt pour le territoire et les garanties apportées en termes d'anonymat et de confidentialité. Cette démarche vise à instaurer rapidement un climat de confiance avec les personnes sollicitées.

Pour cela, étant originaires de ce territoire, il nous serait possible d'utiliser nos contacts personnels et professionnels, qu'ils soient issus du domaine agricole ou du domaine touristique. Ces contacts pourraient jouer un rôle de "garants" en facilitant l'entrée sur le terrain : leur recommandation renforcerait notre légitimité auprès des exploitants, un aspect particulièrement important dans l'espace rural, où la confiance prime sur les démarches plus formelles. Ceci nous permettrait d'identifier les exploitations pratiquant l'agritourisme. Le bouche-à-oreille pourrait également être efficace pour étendre notre carnet d'adresse, tout en accroissant la confiance des agriculteurs. Le bouche-à-oreille pourrait nous permettre d'entrer en contact avec des exploitants qui ne sont pas référencés auprès des structures institutionnelles, mais qui développent des activités agritouristiques de manière plus discrète. Aussi, il serait possible de s'appuyer sur des structures institutionnelles, comme la Chambre d'Agriculture, les Office de Tourisme, ou des associations telles que Bienvenue à la Ferme ou Accueil Paysan. Ces structures peuvent proposer une liste d'exploitants ouverts à l'accueil touristique.

Lors d'entretiens avec les agriculteurs, l'organisation peut être variable. En effet, les entretiens peuvent être réalisés entre deux activités agricoles, sur l'exploitation, ou bien dans un espace un peu plus neutre. La flexibilité serait essentielle ? Certains entretiens pourraient être réalisés de manière formelle, en position assise, tandis que d'autres pourraient prendre une forme plus spontanée, par exemple sous forme de discussions lors d'une visite de l'exploitation. Il faudrait aussi veiller à respecter les contraintes horaires des agriculteurs, souvent tributaires des rythmes agricoles, comme la traite ou l'accueil de visiteurs. Adapter les

modalités de rencontre permettrait de faciliter les échanges et de limiter l'impact sur leur organisation quotidienne, tout en maximisant les informations récoltées.

Par ailleurs, il est important de préciser que des entretiens ont d'ores et déjà été réalisés lors de la phase exploratoire, afin de s'imprégner un peu plus du monde agricole, parfois complexe. Néanmoins, ces entretiens ne permettent pas de confirmer ou d'infirmer les hypothèses, mais ils ont été décisifs dans le choix des axes de recherche.

3. *Des limites méthodologiques*

La réalisation de cette enquête comporte néanmoins des freins. Tout d'abord, le rythme soutenu des activités agricoles peut rendre la réalisation d'entretiens difficile, surtout pour des entretiens longs. Les agriculteurs et agricultrices sont souvent mobilisés par des tâches urgentes et imprévisibles, telles que les soins aux animaux ou les travaux des champs, ce qui réduit leur disponibilité lors des périodes de forte activité. Il faudra alors veiller à axer le guide d'entretien vers les notions nécessaires à l'enquête, en priorisant les questions essentielles pour garantir l'obtention des informations principales dans un temps parfois limité. Tout en assurant une certaine flexibilité, il sera également utile d'ajouter des questions de relance un peu plus évasives en cas de besoin, afin de permettre aux enquêtés de développer librement leurs réponses sans se sentir contraints par un format trop rigide. L'objectif est de trouver un juste équilibre entre rigueur méthodologique et souplesse d'adaptation au terrain.

Il faut également prendre en compte le fait qu'un biais de désirabilité est possible. Ce biais, fréquent dans les enquêtes qualitatives, correspond à la tendance des personnes interrogées à ajuster leur discours pour répondre aux attentes supposées de l'enquêteur. Ceci signifie que certains enquêtés peuvent adopter un discours lissé, ou idéalisé, dans le but de donner une image valorisante de leur activité ou de leur territoire. Par exemple, ils peuvent minimiser les difficultés rencontrées dans la mise en place de l'agritourisme ou au contraire insister de manière exagérée sur les réussites, pour mieux valoriser leur exploitation. Ce phénomène est d'autant plus marqué lorsque les enquêtés perçoivent l'enquête comme une opportunité de communication positive pour leur ferme ou leur territoire.

Pour gérer ces biais, il est nécessaire de croiser plusieurs sources de données, c'est-à-dire combiner les entretiens avec les autres méthodes de recueil d'informations, comme l'observation ou les questionnaires auprès des visiteurs. Cela permet de confronter les discours déclaratifs à des pratiques observées, ou à d'autres regards extérieurs. Il est également essentiel de prendre du recul lors de l'analyse des données, en interrogeant non seulement ce qui est dit, mais aussi ce qui est laissé sous silence. Les hésitations, les contradictions, ou encore les non-dits constituent souvent des éléments précieux pour comprendre la réalité complexe des situations de terrain. Il faut alors adopter une posture réflexive tout au long de l'enquête pour limiter l'impact de ces biais sur les résultats finaux et proposer une interprétation nuancée. En étant conscient de ces limites dès la phase de préparation, il sera possible d'adapter progressivement la posture du chercheur et de renforcer la validité de l'analyse.

Cette enquête de terrain se doit être réalisée de façon rigoureuse, afin d'optimiser son lien et sa cohérence aux hypothèses posées précédemment. C'est pourquoi l'Aveyron est un choix pertinent, de par sa diversité géographique, agricole mais aussi touristique. La variété des paysages, la richesse des productions agricoles mais également la structuration de l'offre agritouristique, offrent un cadre d'observation adapté aux thématiques proposées.

Pour cette étude, la complémentarité des méthodes qualitatives et quantitatives permettrait de couvrir l'ensemble des notions nécessaires pour confirmer ou infirmer les hypothèses. Les approches qualitatives, par les entretiens et les observations, permettraient de saisir les réflexions d'acteurs, les représentations et les parcours individuels, tandis que l'approche quantitative apporterait une vision d'ensemble sur les tendances touristiques et la perception de l'identité locale par les visiteurs. Cette complémentarité est un moyen d'éviter une vision seulement partielle du sujet.

Néanmoins, il faut veiller à adapter sa posture afin de ne pas biaiser les résultats obtenus et rester parfaitement neutre. Elle devra être pensée tout au long de l'enquête, afin de préserver la qualité des échanges et la véracité des données recueillies. Il sera également nécessaire de rester vigilant face aux biais de désirabilité, fréquents dans les enquêtes sociales.

Cette préparation permet d'anticiper les futurs traitements de données. Elle permet une collecte d'informations plus fiable, facilitant ainsi l'interprétation des résultats. L'analyse permettra de comparer les différentes données recueillies pour confirmer, infirmer voire nuancer les hypothèses initiales. Elle ouvrira également des pistes de réflexion pour comprendre plus aisément les enjeux liés à la valorisation des ressources alimentaires locales, au rôle des femmes dans l'agritourisme et le monde agricole, et à la structuration territoriale de l'agritourisme en espace rural.

Conclusion générale

Ce mémoire portait sur l'agritourisme et son impact sur la place des femmes dans le monde agricole, la valorisation de la ressource alimentaire mais également sur la structuration de l'offre agritouristique au sein des espaces ruraux. Nous avons choisi de croiser les regards économiques, sociaux et identitaires, car ils représentent des enjeux majeurs auxquels sont confrontés les territoires ruraux, mais également les exploitations agricoles à l'échelle individuelle. Ce croisement d'approches s'est révélé pertinent pour comprendre les transformations actuelles des espaces ruraux, qui doivent conjuguer tradition, innovation et transition vers un développement plus durable.

Ce mémoire a permis d'explorer plusieurs axes de réflexion en lien avec les hypothèses posées. Tout d'abord, la question du rôle des femmes au sein des exploitations agricoles a mis en évidence une évolution importante de leur place. Longtemps invisibles, les femmes deviennent aujourd'hui des actrices majeures du monde agricole, initiant de nombreuses activités de diversification, notamment agritouristiques. Cette transformation contribue également à renforcer la reconnaissance professionnelle et sociale des agricultrices.

Ensuite, l'analyse de la structuration de l'agritourisme en espace rural autour des ressources locales a permis de montrer que cette activité ne constitue pas uniquement un complément économique pour les exploitations, mais est une véritable méthode de développement territorial. En mettant en avant les produits du terroir, les savoir-faire traditionnels et les paysages agricoles, l'agritourisme contribue à appuyer l'attractivité des campagnes, tout en soutenant les circuits courts. Il participe ainsi à la construction d'une identité territoriale forte.

Enfin, l'étude des ressources alimentaires comme vecteur de transmission culturelle a montré que l'alimentation devient un support de mémoire et de fierté. À travers des pratiques touristiques, comme des visites de fermes, des dégustations ou des ateliers de transformation, les visiteurs accèdent à une expérience enrichie du territoire, fondée sur les spécificités locales. L'agritourisme devient alors un outil pour renouveler l'image des territoires ruraux, en s'éloignant des représentations parfois négatives.

Néanmoins, il est important de rappeler que ce mémoire repose sur une démarche hypothétique. Cette limite méthodologique souligne l'importance de poursuivre ce travail par une étude de terrain effective. Une enquête permettrait de confronter les hypothèses aux réalités du terrain et d'observer plus précisément les acteurs au sein des exploitations et des territoires.

L'enquête de terrain pourrait également ouvrir de nouvelles perspectives de recherche. Par exemple, il serait possible d'étudier l'évolution de l'agritourisme face aux enjeux climatiques ou encore aux mutations économiques des espaces ruraux. La question de la transmission entre générations, ainsi que les stratégies de résilience des exploitations pourraient également constituer des prolongements intéressants à explorer.

L'agritourisme possède ainsi une place centrale en espace rural, tant par l'implication des agricultrices, que par la transmission culturelle et la structuration des territoires. Les acteurs, entre tradition et innovation, participent activement à la vie des terroirs français et à la transmission de patrimoines uniques. L'agritourisme apparaît ainsi comme un moyen pour atteindre un développement plus durable, plus solidaire et plus identitaire.

Bibliographie

- ALLAIRE Gilles, 1988, « Le modèle de développement agricole des années 1960 », *Économie rurale*, 1988, p. 171-181.
- ANNES Alexis et WRIGHT Wynne, 2017, « Agricultrices et diversification agricole : l'empowerment pour comprendre l'évolution des rapports de pouvoir sur les exploitations en France et aux États-Unis », *Cahiers du Genre*, 24 novembre 2017, vol. 63, n° 2, p. 99-120.
- BARRAL Pierre, 1978, *Les Sociétés rurales du XXe siècle*, s.l., A. Colin. Paris (coll. « Collection U ; Collection U. Série Histoire contemporaine »), 326 p.; couv. ill.; 23 cm p.
- BESSIÈRE Jacinthe, 2001, *Valorisation du patrimoine gastronomique et dynamiques de développement territorial: le haut plateau de l'Aubrac, le pays de Roquefort et le Périgord noir*, Lille, Diffusion/Distribution, (coll. « Lille-thèses »).
- BESSIÈRE Jacinthe et ANNES Alexis, 2018, « L'alimentation au coeur des sociabilités ville-campagne. L'exemple des marchés fermiers comme formes d'interactions entre populations agricoles et touristiques », *Anthropology of Food*, 2018, n° 13, (coll. « Tourism and Gastronomy »).
- BODIGUEL Maryvonne, 2001, « L'agriculteur et la société. Communication-Images-Médiations », *Ruralia. Sciences sociales et mondes ruraux contemporains*, 1 décembre 2001, n° 09.
- BOUSSARD Isabel, 2000, « Cinquante ans de sondages d'opinion: les agriculteurs vus par les autres Français et par eux-mêmes », 2000.
- BOUSSARD Isabel, 1988, « Les arguments économiques en faveur du retour à la terre dans le discours agrarien », 1988.
- BOUSSARD Isabel, 1981, « L'image socio-politique des agriculteurs dans l'opinion : évolution depuis 1945 », 1981.
- CANIOU Juliette, 1983, « Les fonctions sociales de l'enseignement agricole féminin », *Études rurales*, 1983, n° 92, p. 41-56.

- COMER Clémentine, 2016, « Ne Pas Faire Mauvais « Genre » : Les Timides Mutations De La Représentation Des Femmes Dans La Presse Agricole Bretonne », *Études rurales*, 2016, n° 198, p. 77-96.
- D'ALESSANDRO Cristina, LEVY David et REGNIER Théodore, 2021, *Une nouvelle définition du rural pour mieux rendre compte des réalités des territoires et de leurs transformations - La France et ses territoires | Insee*, <https://www.insee.fr/fr/statistiques/5039991?sommaire=5040030> , 29 avril 2021, consulté le 13 février 2025.
- DEFFONTAINES Nicolas, 2014, « La souffrance sociale chez les agriculteurs », *Études rurales*, 1 janvier 2014, n° 193, p. 13-24.
- DISEZ Nathalie, 1999, « Agritourisme. Logiques d'acteurs ou logiques de territoires ? », *Économie rurale*, 1999, n° 250.
- DUBOIS Charline et SCHMITZ Serge, 2013, « What is the Position of Agritourism on the Walloon Tourist Market », *European Countryside*, 16 novembre 2013, vol. 5, n° 4, p. 295-307.
- FERRÉOL Gilles, ROBERT Catherine et TRAUMAT Guy, 2010, *Tourisme & patrimoine*, Bruxelles, E.M.E (coll. « Proximités Sociologie »).
- GAUTRAT Jacques, 2004, « Agritourisme et économie solidaire », *Écologie & Politique*, 2004, vol. 28, n° 1, p. 81-91.
- GAY Claudine, 2023, « L'agritourisme comme diversification régénératrice : de la multifonctionnalité aux approches culturelles et créatives », *Marché et organisations*, 16 mai 2023, vol. 47, n° 2, p. 125-152.
- GRIS Fabien, 2023, « « On ne naît plus paysan, on le devient. » Sur quelques récits néoruraux français contemporains », *Revue des sciences humaines*, 21 mars 2023, n° 349, p. 189-202.
- MALASSIS Louis, 1988, « Histoire de l'agriculture, histoire de l'alimentation, histoire générale », *Économie rurale*, 1988, vol. 184, n° 1, p. 192-198.
- MARCOTTE Pascale, BOURDEAU Laurent et DOYON Maurice, 2006, « Agrotourisme, agritourisme et tourisme à la ferme ? : Une analyse comparative », *Téoros: Revue de recherche en tourisme*, 2006, vol. 25, n° 3, p. 59.

- MERLE Pierre 1955-..., 2005, *L'élève humilié : l'école, un espace de non-droit ?*, s.l., Paris : Presses Universitaires de France.
- PARKER Thomas, 2017, « Le terroir et les racines gastronomiques de l'identité française » dans *Le goût du terroir : Histoire d'une idée française*, Tours, Presses universitaires François-Rabelais (coll. « Tables des hommes »), p. 11-24.
- PELLETIER Jérôme, 2016, « Pour une histoire de l'enseignement agricole féminin durant les années 1950-60 : les écoles ménagères agricoles du Loir-et-Cher ou l'éducation contrariée au rôle de femme d'exploitant », *Genre & Histoire*, 21 novembre 2016, n° 18.
- REVEYAZ Nathalie et POULOT Monique, 2018, « Les espaces ruraux et périurbains en France : cadrage scientifique et pédagogique », *Géoconfluences*, mai 2018.
- RIEU Annie, 2004, « Agriculture et rapports sociaux de sexe : La « révolution silencieuse » des femmes en agriculture », *Cahiers du Genre*, 2004, vol. 37, n° 2, p. 115-130.
- SABATIER Bruno, 2009, « Les recompositions territoriales liées à la consommation en Midi-Pyrénées : un enjeu de développement régional », s.l.
- TALANDIER Magali, 2023, « Développement territorial. Repenser les relations villes-campagnes », *Armand Colin*, 4 août 2023.
- TALANDIER Magali, 2012, « Géographie et impacts socioéconomiques des migrations d'agrément dans les espaces ruraux français » dans , s.l., L'Harmattan, p. 181.
- URBAIN Jean-Didier, 1991, *L'idiot du voyage : histoires de touristes / Jean-Didier Urbain*, Paris, Plon.

Table des Annexes

Annexe A : Le guide d'entretien de la phase exploratoire	77
Annexe B : Retranscription de l'entretien de M. S.....	79
Annexe C : Retranscription de l'entretien de Mme R.....	86

Annexe A : Le guide d'entretien de la phase exploratoire

Guide d'entretien

1. Présentation de l'exploitant et de l'exploitation

- Pouvez-vous vous présenter ? (Parcours, motivations, expériences avant l'agriculture)
 - Êtes-vous natif.ve du territoire ? Êtes-vous attaché.e au territoire ?
- Quelle est l'histoire de votre structure ?
 - Origine et évolution.
 - Quel est votre rôle, quelles sont vos missions ?

Racontez-moi une journée type

2. Organisation de la structure

- Pouvez-vous décrire vos principales activités ?
- Quels sont les principaux défis de votre structure ?

3. Mise en place et motivations pour le développement territorial

- Comment la structure a voulu développer le territoire ? Pourquoi ? Quand ?
- Quelle est votre statut juridique actuel / l'organisation de la/des société(s)
- Accueillez-vous parfois des visiteurs/salons ?

4. Enjeux économiques et sociaux de l'agritourisme

- Quels défis spécifiques avez-vous rencontrés ?
- Quels bénéfices tirez-vous de cette activité, au-delà des aspects économiques ?
 - Liens sociaux, visibilité, valorisation de vos pratiques.
 - Valorisation de l'activité agricole / du métier d'agriculteur.

5. Relations territoriales et collaboration

- Travaillez-vous avec d'autres acteurs locaux ? Comment se passent les relations ?
- Quels sont vos principaux soutiens ? (financiers, techniques, organisationnels)
- Rencontrez-vous des obstacles dans ces collaborations ?

6. Perspectives et projets futurs

- Comment envisagez-vous le développement de votre activité ?
 - Avez-vous de nouveaux projets ou diversification ?

- Comment vous adaptez-vous aux attentes des clients ou aux contraintes locales ?

Finalité

- Avez-vous quelque chose à ajouter qui n'a pas été abordé ?
- Remerciements

Annexe B : Retranscription de l'entretien de M. S.

Date : 19 décembre 2024

Enquêté : M. S.

Numéro : 1

Lieu de l'enquête : Aveyron

Est-ce que tu peux te présenter, présenter ton parcours, ta motivation, tes expériences dans l'agriculture ?

Je m'appelle X, je suis éleveur en brebis laitière pour la production de lait de brebis Roquefort. Donc je suis fils d'agriculteur. J'ai fait un BEP agricole, ensuite un bac professionnel agricole, et ensuite le parcours d'installation avec 6 mois de stage en entreprise [...]. Voilà. Ensuite, on est installé ici en GAEC, c'est une ferme familiale. On s'est installé en GAEC avec mon frère. Et voilà, on est toujours en production de lait de brebis. À notre installation, on avait un petit troupeau de brebis viande qu'on a arrêté en 2014 quand mon papa a pris la retraite.

Et pourquoi vous avez des viandes et des laitières ?

Beh en fait au moment de l'installation, il a fallu développer un second atelier de production, parce qu'au niveau financier, c'était limite, si tu veux. Et donc avec la Chambre agriculture, il nous avait incité à créer ce petit atelier. Alors, ça soit c'était un atelier de brebis viande, ou alors c'était, système hors-sol et l'élevage de canards. Mais comme le canard, ça nous plaisait pas trop, on est resté à la brebis. Voilà.

Est-ce que tu peux me raconter une journée type quand tu es ici ?

Une journée type, la période hivernale, donc, c'est lever 6h. En gros, c'est la traite le matin pendant 1h. Ensuite, le temps qu'on travaille en deux, maintenant il y a Eloïse sur l'exploitation, soit c'est elle qui fait la traite, soit c'est moi. Donc, on alimente les brebis une fois par jour. Donc, on leur met une grosse quantité d'aliments. Et donc après, vers 8h30, 9h, on va déjeuner. Ensuite, une fois qu'on a déjeuné, on va pailler toute la bergerie, en fait. Pailler la bergerie, faire le soin aux animaux s'il y a besoin. Et après, Fabien, lui, il se spécialise plus dans le travail du

sol. Donc, s'il y a besoin, il est dans les champs. Moi, je continue de m'occuper de l'élevage. L'après-midi, ça, ça fera toute la matinée en principe. L'après-midi, l'après-midi, après, on recommence à donner aux petites agnelles l'alimentation. On recommence à alimenter en début d'après-midi, rien que les petites agnelles. Et ensuite, l'après-midi, on s'occupe du travail qu'il y a à faire sur l'exploitation. Et à 17h, on va traire de nouveau pour qu'à 18h30, 18h45, on ait fini la journée. Voilà. Ça, c'est une journée type, en gros, en moyenne, ce qu'on fait. Après, ça dépend des périodes, mais bon, les périodes où il y a... Parce que comme on est sur une traite saisonnière, en fait, il y a des périodes où on ne traite pas dans l'année. Donc, les périodes où on ne traite pas, on se lève un peu plus tard. Et après, en fonction de ça, on organise le travail dans les champs. Si c'est la période des foins, avec Fabien, on fait les foins. Si c'est la période des semis, on fait les semis. Ça dépend de la période où on est dans l'année. Mais en gros, c'est ça, quoi. En principe, c'est la traite le matin, deux fois par jour, et le soir, et voilà.

Donc, tu es acteur dans le Roquefort. Est-ce que tu peux nous expliquer un petit peu les activités ?

[..] On s'est attaché à toujours collecter du lait, même si les gens étaient loin, ou si les gens étaient dans des milieux un peu retirés, si tu veux. [...] Il y a en gros, à l'heure actuelle, 43% du lait qui est transformé en Roquefort, collecté. On collecte en gros 16,5 millions de litres de lait au niveau du rayon Roquefort sur l'ensemble de nos producteurs. Il y a 141 points de collecte. On collecte 16,5 millions de litres de lait et 43% sont transformés en Roquefort sur ce volume-là. Et le reste, c'est envoyé dans les usines de diverses classifications du groupe pour faire des fromages à pâte pressée, des fromages au mélange de chèvre et brebis, vache. Donc, l'essentiel de la production, nous, on est exclusivement en lait AOP, Appellation d'origine protégée.

Et pourquoi avoir choisi de continuer à prendre des agriculteurs qui étaient un peu plus éloignés ou pas forcément accessibles ?

[..] Alors, on siégeait à la Confédération générale de Roquefort. La Confédération générale de Roquefort, c'est une institution qui regroupe les industriels du bassin de Roquefort et les producteurs. Les producteurs et les industriels, jusqu'en 1996, négociaient un prix en commun. En fait, à la fin de l'année, on avait un compte mensuel. À la fin de l'année, les industriels se regroupaient tous ensemble et en fonction des valorisations qu'ils avaient eues, ils fixaient un prix du lait. [..] À partir de 1996, c'est la réforme du système Roquefort où il a fallu, si tu veux, absorber tous les excédents du rayon. Il y a des endroits où il y avait des excédents, des entreprises qui avaient des excédents de lait. Nous, on a participé à absorber ces excédents, puisqu'il nous manquait un peu de lait. Donc on s'est positionnés pour récupérer des producteurs. Le problème, si tu veux, c'est qu'on ne nous a pas donné les producteurs qui sont autour des usines de Saint-Affrique et des usines de Réquista. On nous a attribué les collectes qui sont un peu éloigné des usines de transformation. Nous, on a assumé notre partie de responsabilité, on laisserait pas tomber les éleveurs qui sont éloignés ou en dehors des rayons de collecte de certains industriels, de tournées de collecte. C'est pour ça qu'on s'est attachés à aller dans ces secteurs-là. En plus, c'est le but [..] de valoriser du lait dans des milieux difficiles aussi, et de s'attacher à ça, de ne pas laisser les gens en bord de route. [..]

Est-ce que vous accueillez des visiteurs sur les fermes, sur les salons ?

On a depuis 2021 un salarié qui a pour mission bien évidemment de développer la marque [..]. Donc, notre commercial participe à des salons, des foires gourmandes, des marchés de producteurs. Pour l'assister, bien évidemment, il fait appel à des producteurs qui sont là pour parler de notre produit, pour mettre en avant notre produit, mettre en avant notre façon de faire. Après, oui, on a quelques visites à la ferme, mais c'est tout à fait, si tu veux, anecdotique. Si tu veux, c'est des petites visites qui se font essentiellement les périodes estivales. Pareil, alors si tu veux, il y a petites visites à la ferme, et après, dégustation, du roquefort et vente à la ferme.

Est-ce que vous sentez que les visiteurs ou les gens dans les salons sont réceptifs ?

Oui, tout à fait. Alors là, on a fait le Miam à Alès, c'est un gros salon. On est parti à Nîmes il y a 15 jours, et là, on était au Régal à Toulouse le week-end dernier. Et les éleveurs ou même notre commercial qui participe, si tu veux, depuis le temps qu'on commence à en parler, ils sentent qu'il y a de bons retours, que les gens sont intéressés par la démarche. [..]

Et vous comptez un petit peu développer l'activité touristique ?

L'activité touristique, ça va être compliqué, parce qu'après, si tu veux, c'est beaucoup d'investissement au niveau personnel. Quand tu reçois des gens sur ton exploitation, il te faut prévoir. Alors au départ, on était parti sur 3 heures de visite, mais tu peux pas quoi. C'est souvent 4 heures, 5 heures de visite, parce que les gens, ils aiment discuter, tu peux pas t'arrêter à ça. Donc c'est vrai que souvent, il y a le manque de temps des éleveurs. Et après aussi, l'investissement financier, parce que quand tu reçois, il faut recevoir dans des locaux qui sont aux normes, qui sont sécurisés. Quand tu reçois du public, avec des toilettes, avec tout un tas de choses. Et après, même pour la vente du fromage, si tu veux, tu peux pas vendre du fromage au lait cru comme ça. Il te faut une banque réfrigérée, il te faut tout un truc. Enfin, toutes les normes qui sont nécessaires pour ça, quoi. [..]

Et donc vous travaillez aussi avec d'autres acteurs locaux ? Sur le niveau du coup, plusieurs roqueforts, la chambre d'agriculture, le département ?

Non, alors après nous au sein de la coopérative on fait appel à un technicien, il a son centre d'étude agricole [..]. Il nous fait un peu les grandes lignes pour le paiement du lait, pour le paiement de la qualité, voir quand il faut qu'on fasse évoluer nos règles, si tu veux c'est lui qui mouline un peu tout ça, et ensuite il fait de l'accompagnement aussi dans les exploitations, c'est-à-dire que s'il y a un projet d'installation, si y a quelqu'un qui souhaiterait admettons traire des brebis aujourd'hui et qu'il en trait pas, donc cette personne se déplace chez lui, collecte

toutes ses informations au niveau économique, c'est-à-dire comptables et il regarde ne fonction de la production qu'il souhaiterait mettre en place ou qu'il a déjà le volume de lait et savoir si ça correspond au cahier des charges de l'AOP, s'il rentre dans les clous. C'est cette partie d'accompagnement, si tu veux, qu'on propose aussi, parce que l'intérêt c'est que quand on va intégrer quelqu'un c'est que ce soit pérenne quoi. [...] Et après bon on travaille avec les Chambres d'Agriculture pas énormément non, après on a des techniciens qui peuvent intervenir, des choses comme ça. On a des conseillers laitiers, bien évidemment, on en a 4, qui assistent les éleveurs en cas de problème, s'il y a un problème de qualité, s'il y a n'importe quel problème. Ils interviennent chez les éleveurs pour faire des traites, pour faire des analyses, apporter du conseil, faire une visite sur l'exploitation si vraiment il y a un gros soucis ils viennent, ils prennent tout un tas de paramètres, regardent si la machine à traire se lave bien, si au niveau de l'alimentation il y a pas d'échauffement de l'ensilage, tout un tas de choses. C'est comme ça qu'on fonctionne quoi.

Au niveau du coup du futur, de l'exploitation ici, comment t'imagines ça ou vous imaginez ça ?

Au niveau de l'exploitation, beh je sais pas ! Nous on est en GAEC avec mon frère, on a encore 13 ou 14 ans à travailler avant d'avoir la retraite, il y a ma fille qui est intéressée, donc après ce sera à elle de voir ce qu'elle veut faire. C'est vrai qu'il faut être prudent parce que c'est pas évident tout seul de reprendre une structure. Il y a la charge de travail, la charge administrative, il y a tout un tas de choses et bon il faut continuer à vivre quand même normalement donc c'est pas facile. Ça va être, je pense, un des enjeux le renouvellement des générations, ça va être un des enjeux de demain quoi. Ça fait un moment que nous on essaie d'y travailler au en essayant de faciliter l'installation, en essayant de faire de l'accompagnement, mais après ce qu'il manque la visibilité. Au long terme, c'est pas évident de bien caler les choses. C'est vrai que à l'époque, le système coopératif qu'on avait mis en place, on avait basé l'attribution des volumes sur un volume à l'actif sur travaillait sur l'exploitation. Donc on a favorisé l'installation en GAEC par ce biais là et on a permis aux gens de travailler en commun, qu'ils soient pas tout seul sur une

exploitation, et maintenant on se trouve confronté à cette génération où il y a eu des associés entre frères et sœurs, entre beaux-frères, belles-sœurs, entre associés tiers qui sont pas forcément de la famille. Et quand tout ça arrive à la retraite, des fois c'est pas évident pour intégrer un jeune, intégrer quelqu'un avec des structures qui se sont développées, alors si sur la structure il y a rien que 2 fils ou rien qu'un fils d'associé qui serait intéressé pour reprendre la structure c'est très compliqué quand financièrement tu peux pas. Donc c'est un des gros enjeux pour les années à venir, la transmission de nos exploitations quoi, c'est ça le gros problème quoi. On essaie d'y remédier, d'y palier, parce que c'est vrai que des fois on a pas donné suite à certaines exploitations qui souhaitaient se développer à outrance, parce qu'on savait très bien qu'à l'avenir ce serait pas viable quoi [...]. Alors là tu vois en quelques années, en 4 ans, on est passés de 185 points de collecte à 140 donc on a perdu, en gros, 10 points de collecte par an. Là on est dans une phase où encore on risque d'en perdre quelques-uns. Mais c'est difficile le fait de trouver des jeunes pour s'installer, c'est pas évident d'installer des jeunes avec des structures qu'on a quoi. Il y a tellement de finances à mettre que c'est compliqué quoi.

Parce que les jeunes s'installent quand même mais juste ils se tournent pas forcément vers la Coopérative ?

Si si, mais après c'est général à tous les systèmes agricoles quoi hein, tous les industriels sont confrontés à ça, [...] on se retrouve avec des structures qui ont tellement grossit, que pour reprendre c'est très compliqué. Voilà tu t'engages pour 25 ans, donc des fois c'est pas évident si tu es tout seul. Après tu as aussi le fait que maintenant il y a des gens qui font plus paysans jusqu'à la retraite. Au bout d'un moment, si un associé quitte la structure, beh l'exploitation s'arrête quoi. [...] On essaie de faire évoluer notre prix du lait pour redonner de l'attractivité, mais j'ai peur qu'on ait du mal quoi.

Les jeunes sont pas forcément motivés du coup pour se lancer ?

Si si, tu peux être motivé mais faut garder à l'esprit que quand tu as 1 500 000 à mettre sur la table, si tu veux, tu as beau mettre en place toute la mécanisation possible, mais à un moment le facteur humain c'est le facteur limitant. Parce que tu as l'astreinte tous les week-ends, si tu peux plus prendre du temps pour ta famille, pour tes loisirs, au bout d'un moment c'est plus viable. Il faut trouver le compromis, si tu veux, entre ton travail et d'un autre côté que tu puisses avoir une vie sociale. Nous on milite pour que les agriculteurs aient une vie comme les autres, qu'ils partent en vacances... C'est pour ça que des fois quand on voit certaines structures qui souhaitent se développer à outrance, bon après chacun fait comme il veut, on les accompagne du mieux qu'on peut. Mais il y a des fois où il nous arrive de dire stop parce qu'on sait très bien que ça va pas être durable quoi. Est-ce que tout le monde accepterait de faire, je sais pas, 70h par semaine et pas partir en vacances : non. Mais il faut mettre dans nos têtes que maintenant les jeunes il faut qu'ils puissent avoir un peu de repos. C'est comme ça, si tu veux, qu'on voit les choses.

[..]

Est-ce que tu as quelque chose à ajouter ?

Non, j'ai tout dit !!

Annexe C : Retranscription de l'entretien de Mme R.

Date : 16 décembre 2024

Enquêté : Mme R.

Numéro : 2

Lieu de l'enquête : Aveyron

Pour commencer, est-ce que déjà vous pouvez vous présenter ?

Oui, donc je m'appelle Y. Je suis agricultrice depuis, ça doit faire 50 ans. Je n'étais pas du tout le milieu agricole. Et c'est vrai que je me suis rapidement dirigée vers une activité touristique, en même temps que j'étais donc agricultrice. Maintenant c'est un de mes enfants qui a repris l'exploitation avec son épouse. Nous avons des brebis laitières, donc, et on traite pour Roquefort. Et moi, étant pas d'un milieu agricole, il me fallait à côté quelque chose qui me permette un peu de m'évader du monde agricole. Parce que j'étais secrétaire de direction avant de m'installer avec mon mari. L'exploitation appartient à mon mari en fait. Je n'avais jamais traité de brebis. Donc ça a été compliqué. C'est vrai que j'ai eu mes enfants rapidement. Et à partir de là, c'était en 1993, on a monté un réseau de visites de fermes avec d'autres agricultrices. Au départ, on était 7. [...] Ce réseau a continué jusque dans les années... Il y a 5 ans maintenant que ça s'est arrêté. Mais moi, j'ai continué. Et comme j'étais seule, on ne pouvait plus parler de réseau, donc je me suis joint aux fermes partenaires. Et ces visites de fermes, je les fais depuis 1993. Et je les fais encore. J'ai levé le pied, c'est vrai. Moi, c'était plus... Il ne faut pas croire que ça dégage un revenu. Parce qu'au temps passé, comme on le faisait nous, c'était plus pour promouvoir le produit, c'est-à-dire faire connaître le roquefort, au travers des visites de fermes, pour justement aménager nos salles d'accueil, puisqu'on a tous des vieilles bergeries, des anciennes bergeries. Alors, suivant là où on se trouve, les voûtes sont différentes [...]. Mais on a mis en valeur notre patrimoine. Donc, disons que ça nous permettait d'entretenir un peu ces bergeries, aménager chacune en fonction de ses envies. Donc, c'est vrai que c'était plus... Parce qu'au temps passé, souvent j'ai eu des jeunes comme ça qui venaient, qui me demandaient, oui, combien ça vous dégage ? Si on le ramène au temps passé et ce que ça représente, on perd pas d'argent, c'est pas ça. Je veux dire, on peut pas miser. Parce qu'il y a des jeunes qui viennent, et des agriculteurs qui s'installent, dont les épouses veulent... J'ai dit surtout, faites-le,

mais faites-le pour que ce soit un revenu. Moi, c'est pas un exemple, hein. Parce que, comme je vous dis, au temps passé... Voilà, on ne peut pas dégager un revenu. Il ne faut pas compter là-dessus pour dégager un revenu. Moi, c'était plus... Et mes collègues, c'est un peu pour ça aussi qu'on l'a fait, c'était pour promouvoir le produit. Parce qu'on s'était aperçu que les gens qui venaient à Roquefort, en juillet et août, ne voient pas de brebis dehors, parce qu'il fait très chaud. Donc où sont les brebis ? Et quand ils arrivent à la visite des caves, ce sont des fromages factices. Donc, ça crée une certaine suspicion. Et c'est plus par rapport à ça que ce réseau s'est monté. Alors après, c'est vrai qu'au fil des années, on a fait des formations. On avait demandé aussi, quand même, d'avoir une formation. Donc, on a fait une formation. [..]

Oui ! Mais pourquoi vous avez décidé de créer ce réseau-là ? Pourquoi vous avez décidé d'être ensemble ?

Et même parce que, bon, par rapport, comme je vous disais, aux gens qui arrivaient à Roquefort, il y avait cette suspicion. Alors, on a dit, bon, il faut trouver des exploitations qui veuillent... Parce que c'est contraignant. Il ne faut pas croire. Il faut être disponible. Il faut aimer le contact des gens. Donc, tout ça, on a dit, mais si on se crée un réseau... Donc, au départ, on ne pouvait pas se lancer comme ça. On a été aidés par une entreprise de Roquefort [..]. Donc, l'aide du Parc régional des Grands Causses, on a été labellisés Produit du Parc régional des Grands Causses. On a fait même des audits pour voir si vraiment c'était... Voilà. Mais c'était plus, comme je vous dis, on a créé ce réseau, de se regrouper plutôt que de partir seul et pour promouvoir, en fait, le produit, on est allés au salon de l'agriculture pendant 25 ans. J'ai fait les salons pour aller faire la promotion du produit. Voilà. Et puis, moi, j'avais besoin de ce contact avec des gens. Parce que moi, j'étais de Rodez. J'étais secrétaire de direction dans un grand magasin. Donc, le contact des gens, tout ça, je l'avais. Et ça me manquait. Et donc, je me suis tournée vers ça parce qu'à un moment donné, j'avais envisagé de faire une ferme auberge. [..] Et je trouvais que c'était bien et puis ça me plaisait, là aussi, le contact avec les gens. Mais comme les enfants étaient petits, on était seuls avec mon mari, c'était compliqué, quoi. Et alors, ce réseau, finalement,

c'était une opportunité de se regrouper. Mais on l'a jamais fait dans le but de... On fait ça pour récupérer de l'argent, quoi. Des fois, il y a des gens qui me disent mais vous avez été complètement... Je dis non, mais on ne perdait pas d'argent, on passait notre temps, d'accord. Mais les gens paient, c'est pas gratuit. Mais moi, les prix que je fais aujourd'hui, je les fais depuis 10 ans, j'ai pas augmenté, je fais pas ça pour. Mais un jeune qui veut monter, il faut qu'il le fasse différemment. Il y a de quoi faire, parce qu'il y en a qui le font. Mais il ne faut pas le faire comme nous, on le fait.

Donc après au niveau de l'offre agritouristique, vous avez la visite à la ferme et vous avez autre chose aussi, comme des accueils à la ferme ?

Non, après, on n'a pas de gîte, on n'a pas tout ça. Déjà, la visite de la ferme, moi, je reçois beaucoup de groupes, de classe verte. [...] Et après, c'est le bouche-à-oreille qui a marché. J'ai reçu des blogueurs. Ça aussi, ça a apporté beaucoup. Ils étaient venus ici, dans la région. Ils étaient, je ne sais plus combien il y en avait, une quarantaine. Donc, ils ont été dispatchés un peu dans toutes les fermes, sur les activités, disons, touristiques de la région. Et moi, j'en avais reçu. Et c'est vrai qu'eux, ils ont été satisfaits. Alors, évidemment, quand ils mettent ça sur les réseaux, moi, j'ai dit moi, mais alors, voilà. Ça faisait beaucoup de monde. C'était l'année du viaduc. Ça a été compliqué, parce qu'il fallait être disponible. Mais bon, ça s'est super bien passé. Après, moi, le fait de la proximité de Roquefort, ils m'envoyaient souvent des journalistes pour les reportages, des émissions de télé, du style Échappée belle, C'est Pas Sorcier, Capital, je ne sais plus. Aujourd'hui, j'ai arrêté tout ça, tout ce qui est publicité. De recevoir les journalistes, c'est trop compliqué.

Pourquoi c'est trop compliqué ?

C'est compliqué parce qu'ils sont insidieux, parce qu'ils déforment les choses, parce que... Enfin, nous, on n'a jamais... [...] Et des fois on me dit, mais pourquoi avoir fait ça aussi ? Alors, comme je dis, pour déjà faire la connaissance du produit, mais aussi pour faire voir que, parce que l'agriculture, on tire à boulet

rouge sur l'agriculture, c'est des pollueurs, c'est ci, ils se plaignent tout le temps, ils vivent de subventions. Et pour cause, si on vit de subventions, c'est parce qu'on ne paye pas correctement nos produits. C'était aussi pour valoriser ce métier d'agriculteur. Moi, je n'étais pas, donc je me suis investie totalement dans ce métier, mais je voulais le valoriser, que quand les gens viennent sur l'exploitation, ils repartent avec une image... Quand ils rentrent sur les exploitations, l'année où on avait carrelé la salle de traite, quand les gens arrivaient, ils disaient, on dirait des laboratoires. J'ai dit, mais vous nous imaginez comment là ? Avec le béret ? Non ! On a évolué quand même. J'ai dit, non, voilà, et puis quand même, on a un produit qui est le roquefort. Je dis, mais il faut déjà, nous, dans nos exploitations, être exemplaires et pouvoir parler du produit, parce que ce n'est pas... Voilà, j'ai dit, on est dans un terroir avec une authenticité, même si on a évolué, heureusement. Un terroir, un savoir-faire, tout ça, il faut le mettre en valeur. Donc ça a été le but de ce réseau. Et de là, après, petit à petit, il y a d'autres exploitations et aujourd'hui, il y a des réseaux d'exploitation qui existent. [..]

Et donc, les clientèles majoritaires, vous m'avez parlé de groupes.

Alors, il y a beaucoup de groupes. Moi, longtemps, jusqu'à il y a deux ans, je prenais tout le monde. Les individuels, les groupes. Bon, maintenant, j'ai 76 ans, je lève un peu le pied, je continue encore, parce que c'est ma vie, tant que je peux le faire. Mais maintenant, je travaille essentiellement avec des groupes ou alors l'été. Alors, les groupes, c'est ouvert toute l'année ou alors l'été, c'est pour les individuels, mais que je regroupe. Mais si des gens m'appellent, on est 2 personnes j'avoue je ne fais pas. Donc, je les renvoie chez d'autres agriculteurs qui le font. Voilà. Il y a quand même... On n'est pas un réseau, mais on sait les exploitations qui font des visites aussi. Donc, je leur dis, appelez telle ou telle exploitation. Voilà. [..]

Et donc, au niveau de votre statut de femme dans l'agriculture, vous êtes passée par quoi ?

Moi, j'étais conjointe collaboratrice. Mais moi, quand j'avais travaillé à l'extérieur, c'est vrai que si j'avais eu que conjointe collaboratrice, ce n'est pas extraordinaire. À la retraite, il y a pas grand-chose. Mais comme j'avais travaillé à l'extérieur, et à cette époque-là, on ne pouvait pas se mettre en GAEC mari et femme. Ce qu'aujourd'hui, on peut faire. Mon fils, il est en GAEC avec son épouse. Et là, elle a un statut de salariée. Donc, elle cotise pleinement pour les retraites, pour tout.

Et est-ce que le regard des autres a changé du fait que vous faisiez de l'agritourisme en tant que femme ou est-ce que vous n'avez pas vu de changement ?

Alors, dans le village, ça a été bénéfique. Parce que dans le sens où quand je suis arrivée ici, c'était compliqué. Les gens avaient leur façon de vivre, leur façon de faire. Les fermes n'étaient pas comme elles sont aujourd'hui. Il n'y avait pas de fleurs. Moi, j'ai des fleurs, bon là, c'est rentré, vous aviez dû le voir quand vous êtes venus. J'ai des géraniums aux fenêtres de ma salle de traite. Moi, j'ai des fleurs partout. Pour aller à la salle d'accueil, c'est pareil. Et petit à petit, les gens l'ont fait. Dans le village, c'est devenu... Non, ça dérange. Moi, je trouve que c'est dommage parce que plus on fera connaître notre métier autrement que ce que les médias le perçoivent et ce que les gens aussi disent, je trouve que c'est plus valorisant pour notre métier. C'est dans ce sens-là que moi, je le voyais parce que ça m'énervait de toujours entendre gnagnagna. Je ne supportais plus ça. Même à Paris, quand on allait au salon, on faisait des animations. Les gens n'en revenaient pas. J'ai dit qu'il fallait venir en Aveyron, vous verrez ! Et voilà c'est cette image, moi, qui me dérange. C'est là-dessus que j'ai mis... C'est marrant parce que je me rends pas compte, tu vois, je ne m'arrête pas là, je parle, je parle. Je fais pareil avec les gens. Quand ils me mettent sur le livre d'or, ils mettent Mon Dieu mais vous êtes passionnée, ça se sent quand vous parlez, vous aimez. Voilà. Je ne me force pas. Je ne fais pas semblant.

Est-ce que l'image qu'ont les gens de l'agriculture a changé depuis le début ?

Ah oui, ah oui, ah oui. Les gens... Quand ils visitent les caves, quand vous faites la visite, vous avez un texte, vous l'apprenez par cœur, ils le voient. Ils viennent sur l'exploitation, ils disent mais ici, on sent que vous... Ne demandez pas à des jeunes qui travaillent deux mois pour se faire quatre sous d'avoir le même relationnel avec vous que moi je peux avoir. Ce n'est pas possible. « Oui, mais quand même et tout ». Et les gens, avant de repartir, ils disent, vous vous rendez compte de ce qu'on a appris aujourd'hui par rapport au roquefort et comment le déguster. Je reçois des mails des gens, mais je ne mange plus le roquefort de la même façon. J'ai dit, on a tout gagné quand on a ça. C'est tout. Et c'est important.

Et l'image de l'agriculteur aussi a évoluée ?

Oui. Et moi je le dis ça aux gens. Je dis, oui, ça peut vous paraître... Les laboratoires, c'est normal. On a un produit au lait cru. On peut pas avoir la toupie là avec le lait... Non. Il faut que le lait soit à température. Sitôt qu'il sort de la mamelle, il est refroidi dans le tank à lait. Le ramasseur, quand il vient, c'est pareil, dans sa cuve, il prend le lait, il est de suite acheminé. Et les gens sont étonnés, sont étonnés du parcours de... Je ne sais pas, moi. J'ai l'impression que les gens, des fois, je me dis, mais ils vivent dans quel monde ? Non, non, mais sérieux. Des fois, ils posent de ces questions. Mais je dis, non, mais je rêve. Et il y en a d'autres, non. Je vois sur le livre d'or, ils sont, comment dire, sensibles à ce que je leur dis. Bon, mais je dis, mes enfants, un de mes fils a repris. Alors, les gens disent, vous devez être contents. Oui, c'est une fierté, quand même, de voir que ça se perpétue. C'est la cinquième génération, quand même. Et c'est pas facile tous les jours. Quand on voit aujourd'hui tout ce qui se passe, le Mercosur, tout ça, bon, c'est quand même... Mais bon, moi, je me dis que c'est un métier qui est dur, mais c'est un métier qui est enrichissant, dans le sens où, voilà, on nourrit les gens. [...] Alors moi, quand ils mangent le roquefort je leur demande, vous vous rendez compte de ce que vous avez mangé ? Je ne sais pas, moi. Je fais des pains d'épices que je fais moi-même et des confitures. Et les gens le dégustent avec. Mais en plus, je leur donne des recettes. Arrêtez de manger vos cacahuètes, vos

chips, tout ça à l'apéritif. Faites des associations avec le roquefort. L'été avec du melon, avec de la pâte à tout douce, l'hiver, des kiwis. Je leur donne des recettes. Mais jamais de la vie, on n'aurait pensé associer. Et beh si le roquefort on peut l'associer avec plein, plein, plein de choses. Voilà. Et moi, je me régale. Quand je le dis. J'aurais dû travailler au marketing [rires]. Il y en a un, une fois, qui me l'a dit, parce que des fois, il m'amène des gens en visite. C'est un peu des visites privées, quoi. Et avec des directeurs de grades de surface. Ça va, je gère aussi. Il suffit que je sache qui c'est que j'ai en face. Et puis après, c'est pour ça qu'il me les envoie.

Est-ce que vous avez rencontré des difficultés aussi, des obstacles quand vous avez mis en place l'agritourisme ?

Non, non. Honnêtement, non. On n'a pas été... Non, non. C'était nouveau. C'était une demande, parce que quand les gens arrivaient, c'était pareil, quand ils allaient visiter les caves, ils disaient des fromages factices, mais c'est quoi ça ? Pas de brebis dehors, on nous dit que c'est fait avec du lait de brebis, il n'y a pas de brebis. Tout ça, ça cheminait dans la tête des gens. Et cette image-là, alors que là, on l'explique quand les gens viennent. Eh oui, mais les brebis sont dedans. Vous ne les sortez pas ? Mais si, quand je fais la visite, si, on les sort. C'est obligatoire, il y a le cahier des charges de l'AOP. Mais bon, pour le commun des mortels, ils ne cherchent pas. Ils se disent, mais à roquefort ils nous racontent des vapes là. Mais après nous on en a pas rencontré non, non, non. Sincèrement, il n'y a pas eu de... Mais c'est toujours pareil, c'était quelque chose d'innovant, c'était nouveau. Je pense qu'aujourd'hui, peut-être, c'est plus compliqué pour ceux qui le font. Là, je ne peux pas parler pour eux. Mais honnêtement, nous, quand on a démarré, non. Mais on était réglo aussi. On a eu des contrôles, il y avait un cahier des charges. Parce que pour être labélisé par le parc, il y avait tout un cahier des charges. Voilà, on se tenait au cahier des charges, et puis voilà. Puis on a fait des formations, on a fait beaucoup de choses qui ont fait que, voilà, on n'est pas partis comme ça. Sinon, ça n'aurait pas marché autant de temps.

Et vous avez fait des formations ?

C'était l'ADEFPAT qui nous le faisait, et on a travaillé avec une agence de Toulouse. Une super agence, et vraiment, on a fait ça sur deux ans, on a fait la formation. Non non c'était très intéressant. Mais moi, j'avais déjà l'approche du contact des gens, mais il y en a qui ne l'avaient pas. Alors, on en a pris aussi, c'était super. Puis pour les associations de vin avec le roquefort aussi, des dégustations, faire découvrir les arômes du roquefort. C'est comme quand vous allez visiter une cave à vin, il y a des arômes dans le vin, ça peut être du cassis, de la framboise, mais dans le roquefort, ce n'est pas cassis ni framboise, c'est des arômes de fruits secs, noisettes, du champignon, évidemment. Le champignon, c'est la girole, mais les gens le trouvaient. Quand je faisais déguster séparément, maintenant, pratiquement, je ne le fais plus, parce que c'est compliqué, il faut préparer, il faut faire la flaune, tout ça, donc j'ai réduit petit à petit. Mais c'était super intéressant. C'était rigolo parce qu'il devait y avoir 20 personnes autour de la table, et je mettais tout sur la table le roquefort, le pain d'épices, la confiture, le petit vin pour la dégustation, et les gens, surtout les messieurs, ils allaient vite vers le vin. Ah non non c'est interdit le vin ! De l'eau, vous buvez de l'eau, vous vous rincez bien la bouche, on commence la dégustation sans pain, sans rien, que le roquefort, et on va dissocier le blanc du bleu. Et déjà on commence par le blanc. Les papilles gustatives, on les a où ? Ça aussi on a fait la formation. Sur le bout de la langue. Donc vous prenez le morceau de Roquefort, vous laissez fondre sur le bout de la langue. Alors, qu'est-ce qui vous vient ? Quel arôme ? Et des fois, il mettait du temps, mais il y avait des gens qui avaient un palais extraordinaire, ils le trouvaient rapidement. Le plus dur, c'était le champignon. Mais je leur disais, c'est un champignon. Alors il y en avait qui disaient eh beh du pain moisi. Ah non non ça n'a pas d'arôme, ça. Non, on parle d'arôme, d'un fruit sec. Eh bien, il y a des gens, et c'est vrai, dans la formation, on l'avait trouvé aussi, des gens qui me disent, ça a goût à noisette ils le trouvent, noix, amandes, et chocolat. Dans la formation, suivant le roquefort, à quelle période on le déguste, voilà. Et ça, c'était très intéressant. Je leur disais : je vous avertis hein, il y a des groupes qui sont restés longtemps, et là, tant que vous n'avez pas trouvé, vous ne partez pas. Alors, on rigolait, c'est pour ça, ce rapport. Ah oui, les gens, c'est

marrant, des fois, je prends le livre là-bas, et quand je vais préparer la salle, je remonte en arrière et tout. [..]

Alors, donc, pour le futur, donc, vous dites que vous n'allez pas encore arrêter, mais du coup, le jour où vous allez arrêter, est-ce que ça va se reprendre l'activité touristique ?

Alors, ma belle-fille, elle n'est pas intéressée par les visites, parce que les visites, bon, elle reconnaît, mais elle dit, moi, je n'ai pas ce que vous avez, l'expérience. Je lui dis, mais tu l'auras, tu l'auras, tu verras, ça, ça, elle me dit, non, mais ça, non, elle me dit, ça ne m'intéresse pas. Par contre, elle fera de l'accueil différemment, elle veut créer des, je ne sais pas comment ça s'appelle. Des tiny-houses ! Alors, elle aimerait ça, voilà, faire l'accueil comme ça. Elle fera plutôt ça que moi, voilà. Bon, là, je pense qu'après, ça s'arrêtera. [..]

Est-ce que vous voulez rajouter quelque chose dont on a pas parlé ?

Je ne sais pas, qu'est-ce qui vous... Là, par contre, sur tout ce qu'on a dit, une fois que vous aurez fait votre... Si vous manquez ou si vous voulez d'autres, vous m'appelez, il n'y a pas de souci, hein. Il n'y a pas de souci. Moi, j'espère que, ben, il y aura... Parce que la conjoncture agricole n'est pas jojo, hein. Alors j'espère que, voilà, on a la chance d'avoir le Roquefort, quand même, qui est quand même relativement bien valorisé par rapport à d'autres productions agricoles, que ce soit en vache, tout ça. Donc, moi, je souhaite qu'il y ait encore des exploitations qui veuillent bien accueillir les gens, pour justement... Parce que nous, on a fait ça par passion. Quand on allait à Paris, c'est pareil, hein. On allait à Paris, c'est du bénévolat qu'on faisait. Moi, je partais dix jours de mon exploitation. Mais ça a été très enrichissant. Dans les salons, on a rencontré des gens que j'aurais jamais rencontrés. On a lié d'amitié avec des Basques, avec des Corses, on est allé en Corse, on est allé chez eux, on est... Enfin, voilà, quoi. Pour moi, ça m'a beaucoup, beaucoup apporté, et ça m'a beaucoup aidé dans ce métier d'agricultrice. Parce que je n'étais pas d'un milieu agricole.

Voilà, et c'est vrai que le fait de ces fermes, le fait d'avoir ouvert nos fermes, a beaucoup changé le regard des touristes qui viennent dans la région. Parce que rien que le truc de dire, on dirait des laboratoires, ça me choque pas, ça. Je dis, on travaille un lait cru, mais c'est normal. Je dis, mais vous imaginez pour l'image du produit ? Moi, je me régale de parler du roquefort. Je dis, mais nos brebis elle mange ça, mais nous on en mangerait en salade. Quand elle mange la luzerne, je dis, c'est le caviar qu'elle mange. Après, voilà, il faut... Mais sans en faire non plus, pas trop non plus. Mais je veux dire, c'est vrai, c'est pas inventé, c'est vrai. C'est ce qu'on me dit tous les jours. Et puis l'agnelage, je dis, c'est la période la plus difficile, c'est vrai, parce qu'il faut y être. Et la nuit, et faire les boucles, et le bouclage. [...] Alors là, les gens, après, on commence à discuter. Et ça crée, alors je me dis que quand même, les gens, après, ils repartent avec cette image quand même d'une agriculture qui a évolué sur les années, mais qui reste quand même, on va à la lavogne aussi, avec ce côté authentique.

Table des matières	
Remerciements	4
Sommaire	5
Introduction générale	7
Partie 1 : Le développement social en espace rural par l'agritourisme, d'après la littérature.	9
Chapitre 1 : Des territoires ruraux en constante évolution, avec un intérêt grandissant pour les ressources alimentaires	11
1. Définition de ce qu'est le rural, l'espace rural et l'évolution des rapports villes-campagnes	11
2. Les territoires ruraux et la question des ressources alimentaires	14
Chapitre 2 : L'agritourisme, une solution ?.....	17
1. Un monde agricole en difficulté	17
2. Définition de ce qu'est l'agritourisme	18
3. Évolution de l'agritourisme en France	19
4. Acteurs de l'agritourisme	20
5. Motivations des agriculteurs pour lancer une activité agritouristique	21
6. Attentes des visiteurs en quête d'agritourisme	22
Chapitre 3 : L'impact de l'agritourisme sur le développement social en espace rural.....	24
1. Images et représentations à propos du monde agricole.....	24
2. Représentation des femmes dans le monde agricole et son lien avec l'agritourisme	25
3. La problématique de l'emplois.....	27

Partie 2 : La place des femmes, la structuration de l'activité et la valorisation des ressources alimentaires locales par l'agritourisme.....30

Chapitre 1 : Les femmes jouent un rôle central dans le monde agricole, tant par leur implication croissante dans les exploitations que par leur contribution au développement de l'agritourisme. Leur engagement participe également à une redéfinition de leur place dans la société rurale. 32

1. Introduction du chapitre 32
2. Les femmes dans le monde agricole : position actuelle et évolutions
33
3. L'agritourisme comme espace d'initiative pour les femmes 34
4. La reconnaissance du rôle des femmes : un enjeu de visibilité sociale et territoriale 36
5. Conclusion du chapitre 37

Chapitre 2 : La structuration de l'agritourisme à l'échelle territoriale est fortement influencée par des facteurs économiques et culturels. Cette activité devient un levier du développement local, en lien avec les spécificités socio-économiques et culturelles des territoires. 39

1. Introduction du chapitre 39
2. Entre logiques agricoles et logiques touristiques : des tensions dans la structuration de l'agritourisme 40
3. L'influence des ressources culturelles et identitaires des territoires
42
4. Structuration agritourisme à l'échelle locale 43
5. Conclusion du chapitre 44

Chapitre 3 : L'identité des territoires ruraux se construit et se renforce par la valorisation des ressources alimentaires locales, notamment à travers l'agritourisme, qui contribue à la préservation du patrimoine culturel et à la transmission des savoir-faire.....	46
1. Introduction du chapitre.....	46
2. La ressource alimentaire comme patrimoine culturel	47
3. Le rôle de l'agritourisme dans la transmission de l'identité locale	48
4. L'innovation autour des ressources alimentaires locales : un renouvellement de l'identité rurale	49
5. Conclusion du chapitre.....	51
Partie 3 : Cadre méthodologique et préparation de l'étude de terrain	54
Chapitre 1 : Présentation du terrain d'étude et de la population cible.....	56
1. Le terrain d'étude	56
2. La population cible	57
3. Un terrain adapté aux hypothèses.....	58
Chapitre 2 : La méthodologie et les outils utilisés pour la collecte des données.....	61
1. Choix des méthodes qualitatives et quantitatives.....	61
2. Les outils mobilisés	62
3. Réflexion éthique et posture du chercheur.....	64
Chapitre 3 : La mise en place de la collecte de données	66
1. Calendrier et organisation de l'enquête.....	66
2. Prise de contact et accès au terrain	67
3. Des limites méthodologiques.....	68
Conclusion générale.....	71

Bibliographie.....	73
Table des Annexes.....	76
Table des matières	96

L'agritourisme comme vecteur d'identité et de valorisation territoriale.

Résumé

Ce mémoire traite de l'impact de l'agritourisme sur les espaces ruraux, notamment sur la place des femmes dans le monde agricole, la valorisation du patrimoine alimentaire du territoire, mais aussi sur l'identité locale. Ces sujets sont articulés autour de trois hypothèses avec le rôle majeur des femmes dans l'agriculture et leur implication dans l'agritourisme, la structuration de l'agritourisme sur le territoire grâce aux ressources économiques et culturelles locales et enfin, la valorisation des ressources alimentaires locales permettant de construire une identité et de préserver le patrimoine. Ceci nous a permis de comprendre l'émancipation féminine au cœur des exploitations, par le biais de l'agritourisme, de saisir le rôle produits locaux dans l'organisation touristique et territoriale, mais également d'aborder l'agritourisme comme un moyen de redynamisation des espaces ruraux, tant au niveau économique que social ou encore culturel.

Mots clés : espace rural, agritourisme, femmes, identité, patrimoine alimentaire.

Agritourism as a Vector of Identity and Territorial Valorization

Abstract

This thesis addresses the impact of agritourism on rural areas, particularly on the place of women in the agricultural world, the valorization of the region's food heritage, and on local identity. These topics are structured around three hypotheses: the major role of women in agriculture and their involvement in agritourism, the structuring of agritourism in the region through local economic and cultural resources, and finally, the valorization of local food resources to build an identity and preserve heritage. This allowed us to understand female emancipation at the heart of farms through agritourism, to grasp the role of local products in the organization of tourism and the region, and to approach agritourism as a means of revitalizing rural areas, both economically and socially, and culturally.

Keywords: rural areas, agritourism, women, identity, food heritage.