



2020

contact@capen71.fr

LE TOURISME RURAL EN TRANSITION

Une autre conception du tourisme rural devant bénéficier de soutiens et d'investissements publics car relevant de l'intérêt général

La Bourgogne attire surtout un tourisme de passage, pour lequel elle est relativement mal équipée. Elle offre pourtant, à côté de ses paysages, de son patrimoine architectural, historique et religieux exceptionnel, d'un patrimoine naturel qui ne l'est pas moins, une multitude d'initiatives culturelles, artistiques très dispersées, peu relayées et fragiles. Il serait donc cohérent d'orienter préférentiellement les investissements pour l'attractivité touristique vers un tourisme éco-responsable qui réponde aux besoins et attentes d'un public large.

Cette orientation aurait pour avantages :

- De participer à la préservation des espaces naturels et leurs ressources déjà inscrites dans les projets régionaux (Schéma régional de cohérence écologique et trame verte et bleue ; Schéma régional biodiversité..)
- De convenir au marché naturel du tourisme de passage et régional qui recherche plutôt la découverte « bon marché » (marchés régionaux, nationaux, européens..)
- De constituer pour la région un vivier de projets territoriaux répondant à des évolutions récentes : randonnée, sports nature, découverte patrimoniale...

Comment ? Propositions :

- ✓ Un tourisme respectueux de l'environnement et des « identités » locales
La qualité environnementale d'un territoire doit être préservée, améliorée si l'on veut pérenniser l'apport économique et social du tourisme. Les professions liées à l'écotourisme nécessitent une main d'œuvre qualifiée, formée au développement durable, grâce à des dispositifs de formation territorialisés qui doivent muter rapidement. Une **charte de l'écotourisme** et un **label de tourisme durable** seront mis en œuvre par les com.com (SCOT) pour améliorer les comportements des professionnels et des touristes (ex : sports de nature, éducation au tourisme responsable..). Les collectivités mènent une stratégie commune de promotion mettant en valeur l'environnement naturel et ses acteurs locaux (ex : l'initiative du Conseil Général sur les sentiers de découverte, voies vertes et bleues..). L'environnement est une valeur ajoutée pour le tourisme s'il n'est pas considéré comme du « green-washing ».
- ✓ Une offre touristique et culturelle diversifiée et mieux répartie, protégeant ses acteurs