

**RAADGEVENDE
INTERPARLEMENTAIRE
BENELUXRAAD**

15 januari 2008

**Conferentie over Plattelandstoerisme
Clervaux, 16 en 17 februari 2007**

VERSLAG

NAMENS DE COMMISSIES
VOOR ECONOMISCHE AANGELEGENHEDEN, LANDBOUW EN VISSERIJ,
VOOR FINANCIËLE EN SOCIALE AANGELEGENHEDEN
EN VOOR RUIMTELIJKE ORDENING EN INFRASTRUCTUUR
UITGEBRACHT DOOR DE HEREN EMILE CALMES, JEAN-MARIE HAPPART
EN LUUK BLOM

Programma

Vrijdag 16 februari 2007 Plattelandstoerisme in de Benelux

Voormiddag

- Voorzitter: de heer Emile Calmes, voorzitter van de commissie voor Economische Aangelegenheden, Landbouw en Visserij
- 11 uur: opening van de conferentie
welkom door de heer Roger Negri, voorzitter van de Raadgevende Interparlementaire Beneluxraad
- 11.10 uur: inleiding door de Emile Calmes, voorzitter van de commissie voor Economische Aangelegenheden, Landbouw en Visserij
- 11.20 uur: uiteenzetting door de heer Vincent Nijs van Toerisme Vlaanderen, over de economische aspecten van de ontwikkeling van het plattelandstoerisme in Vlaanderen, België
- 11.40 uur: uiteenzetting door de heer Joseph Mathay, voorzitter van de Association pour la promotion du tourisme rural, Luxemburg
- 12 uur: vraagstelling - debat
- 12.30 uur: lunch in het Hôtel International
- Namiddag
- Voorzitter: de heer Jean-Marie Happart, voorzitter van de commissie voor Financiële en Sociale Aangelegenheden
- 14.30 uur: inleiding door de heer Jean-Marie Happart, voorzitter van de commissie voor Financiële en Sociale Aangelegenheden
- 14.40 uur: uiteenzetting door mevrouw Kyra Kuitert, Europees Centrum voor Eco en Agro Toerisme, ECEAT-Projects, Nederland
- 15 uur: uiteenzetting door de heer Arno Frising, directieraad bij het ministerie van Landbouw (Développement intégré des zones rurales), Luxemburg
- 15.30 uur: uiteenzetting de heer Eric Jurdant, directeur van de Hébergements touristiques pour la Wallonie, België
- 15.45 uur: uiteenzetting door de heer Robert L. Philippart, directeur van het Office national du Tourisme, Luxemburg
- 16 uur: vraagstelling– debat – conclusies
- 16.30 uur: persconferentie

- 18 uur: receptie aangeboden door het stadsbestuur van Clervaux en bezoek aan de tentoonstelling «Family of Man» van Edward Steichen
- 19.45 uur: diner in de «Robbescheier» in Munshausen

Zaterdag 17 februari 2007
Plattelandstoerisme in de Baltische Staten

- Voorzitter: de heer Luuk Blom, voorzitter van de commissie voor Ruimtelijke Ordening en Infrastructuur
- 9.30 uur: welkom
inleiding door de heer Luuk Blom, voorzitter van de commissie voor Ruimtelijke Ordening en Infrastructuur
- 9.40 uur: uiteenzetting door mevrouw Antra Damberga, Project Specialist of the Country Holidays, Letland
- 10 uur: uiteenzetting door de heer Sven Sester, ondervoorzitter van de commissie voor Economische Aangelegenheden, Communicatie en Informatie van de Baltic Assembly, Estland
- 10.10 uur: uiteenzetting door mevrouw Regina Sirusiene, voorzitter van de Lithuanian Countryside Tourism Association, Litouwen
- 10.20 uur – 11 uur: vraagstelling – debat – sluiting van de conferentie

Deelnemerslijst**Benelux parlement***Leden*

Roger Negri, voorzitter
Jos Hessels, ondervoorzitter
Bart Tommelein, ondervoorzitter
Luuk Blom, voorzitter van de commissie voor Ruimtelijke Ordening en Infrastructuur
Emile Calmes, voorzitter van de commissie voor Economische Aangelegenheden, Landbouw en Visserij
Jean-Marie Happart, voorzitter van de commissie voor Financiële en Sociale Aangelegenheden
Sylvie Andrich-Duval
Gilbert Bossuyt
Pierrette Cahay-André
Dick Dees
Hilde Dierickx
Ton Doesburg
Nihat Eski
Michel Lebrun
Lydia Mutsch
Marcel Oberweis
Daniël Senesael
Luc Sevenhans
Louis Siquet
Paula Swenker
Fauzaya Talhaoui
Simon Van Driel
Christian Verougstraete
Frans Weekers
Luc Willems

Staf

Ludy Michiels, secretaris-generaal
Emile Clement, adjunct secretaris-generaal
Leo Bellekom, nationaal secretaris
Pierre Dillenburg, nationaal secretaris
Christine Bogaert, commissiesecretaris
Hugo Hondequin, commissiesecretaris
Myriam Marchand, directieassistente
Nicole Barbar, tolk
Karel Rampelberg, tolk
Oleg Dodon, tolk
Svetlana Vogelee, tolk
E. Dernicourt, tolk
J. Deloof, tolk
T. Tennina, medewerker
P. Bisenius, medewerker,
Nicole Voss, verantwoordelijke internet en fotografie

J. Smet
 W. Desmet
 D. Jamoul
 D. Christians
 Y. Hubert

Baltische Raad

Leden

Andres Taimla, Vice President of the Baltic Assembly, Estland
 Vents Armands Krauklis, Chairman of the Economic Affairs, Communications and Informatics Committee of the Baltic Assembly, Letland
 Sven Sester, Vice Chairman of the Economic Affairs, Communications and Informatics Committee of the Baltic Assembly, Estland
 Bronius Pauza, Vice Chairman of the Economic Affairs, Communications and Informatics Committee of the Baltic Assembly, Chairman of the Seimas Commission for Maritime and Fishery Affairs, Litouwen
 Uldis Ivars Grava, Member of the Economic Affairs, Communications and Informatics Committee of the Baltic Assembly, Letland
 Raimundas Palaitis, Member of the Economic Affairs, Communications and Informatics Committee of the Baltic Assembly, Deputy Chairman of the Seimas Commission for Maritime and Fishery Affairs, Litouwen

Staf

Renata Jankauskaite, Secretary of the Lithuanian delegation to the Baltic Assembly
 Ingrida Putnina, Secretary of the BA Latvian delegation
 Ene Rongelep, Secretary of the BA Estonian delegation
 Marika Laizane-Jurkane, Head of the BA Secretariat

Benelux Economische Unie

Peter Janssens, afdelingshoofd
 Marc Naessens, bestuurder
 Sonja Van Rossem, coördinator

Sprekers

Vincent Nijs, Toerisme Vlaanderen, België
 Joseph Mathay, voorzitter van de Association pour la promotion du tourisme rural, Luxemburg
 Kyra Kuitert, Europees Centrum voor Eco en Agro Toerisme, ECEAT-Projects, Nederland
 Arno Frising, directieraad bij het ministerie van Landbouw (Développement intégré des zones rurales), Luxemburg
 Eric Jurdant, directeur van de Hébergements touristiques pour la Wallonie, België
 Robert L. Philippart, directeur van het Office national du Tourisme, Luxemburg
 Antra Damberga, Project Specialist of the Country Holidays, Letland
 Regina Sirusiene, voorzitter van de Lithuanian Countryside Tourism Association, Litouwen

*
 * * *

WERKZAAMHEDEN VAN VRIJDAG 16 FEBRUARI 2007

I. — Plattelandstoerisme in de Benelux Rapporteur: de heer Emile Calmes

Welkom door de heer Roger Negri, voorzitter van de Raadgevende Interparlementaire Beneluxraad

De heer Negri, voorzitter van de Raadgevende Interparlementaire Beneluxraad, opent de conferentie om 11 uur.

Hij verwelkomt de aanwezigen. Hij hoopt dat de deelnemers aan de conferentie een aangename reis naar Clervaux hebben gehad en wenst iedereen vruchtbare werkzaamheden toe en een aangenaam verblijf in de prachtige stad Clervaux en haar omgeving.

De heer Negri verleent het woord aan de heer Calmes, voorzitter van de commissie voor Economische Aangelegenheden, Landbouw en Visserij van de Raadgevende Interparlementaire Beneluxraad.

Inleiding door de heer Emile Calmes, voorzitter van de commissie voor Economische Aangelegenheden, Landbouw en Visserij

De heer Calmes sluit zich namens zijn commissie en de commissies voor Financiële en Sociale Aangelegenheden en voor Ruimtelijke Ordening en Infrastructuur aan bij de welkomstwoorden van de heer Negri.

Het plattelandstoerisme is een belangrijke en groeiende economische activiteit in de Benelux en allicht ook in de Baltische staten.

Onze landen kennen een ander soort toerisme dan de landen met veel zon die grote massa's zonneklopers aantrekken. Er zijn allerlei soorten toerisme, het zakentoerisme, het stedentoerisme, het cultureel toerisme, maar ook het blauw, balneaire toerisme, het wit toerisme of de sneeuwbestemmingen, en het groen toerisme.

Het groen toerisme is het onderwerp van deze tweedaagse conferentie. Het kan worden gedefinieerd door het tegen te stellen aan het toerisme in een stedelijk of verstedelijk gebied. Het gaat om toerisme en activiteiten in niet stedelijk, dus landelijk gebied, in de natuur of tussen de landbouwers en de boeren.

Het wordt ook omschreven als zacht toerisme, natuurtoerisme, geïntegreerd toerisme, duurzaam toerisme (tourisme doux, de nature, intégré, durable). Het gaat om een toerisme dat draait om ontmoeten en delen (tourisme de partage et de rencontre), om gastvrijheid (tourisme de convivialité). Het is een prachtige formule voor korte verblijven van een paar dagen, met een grote waaier van mogelijke activiteiten, een formule waarbij men van de positieve kant van het platteland kan genieten, ver van de pollutie en de constraintes van het stedelijk milieu.

Bij toerisme gaat het aan de ene kant om de toeristen, aan de andere kant gaat het ook om allen die instaan voor het aanbod en het welzijn van de toeristen op het vlak van accommodatie, maaltijden, streekproducten, toeristische diensten, enz.

Het is dan ook aangewezen nu het woord te geven aan de specialisten die vanuit verschillende invalshoeken de kenmerken, het economische belang, de sterke kanten en de uitdagingen van het plattelandstoerisme zullen behandelen.

Uiteenzetting door de heer Vincent Nijs, Toerisme Vlaanderen, over de economische aspecten van de ontwikkeling van het plattelandstoerisme in Vlaanderen, België

Toerisme Vlaanderen staat in voor de bevordering van het vrijetijds- en zakentoerisme naar en in Vlaanderen en voor de kwaliteitsvolle ontwikkeling van het toeristisch aanbod.

Toerisme Vlaanderen is een intern verzelfstandigd agentschap met rechtspersoonlijkheid van de Vlaamse gemeenschap. Dit stukje Vlaamse overheid staat in voor de bevordering van het vrijetijds- en zakentoerisme naar en in Vlaanderen. Dat gebeurt binnen het beleid van de Vlaamse regering en in samenwerking met de hele Vlaamse toeristische sector.

Toerisme Vlaanderen heeft als opdracht het toerisme, de toeristische recreatie en de vrijetijdsbesteding in het kader van het toerisme te bevorderen.

Een belangrijke taak voor Toerisme Vlaanderen bestaat uit de ondersteuning en uitbouw van het toeristisch aanbod. Toerisme Vlaanderen steunt de Vlaamse toeristische sector met raad en daad: door onderzoek inzake toerisme en vrije tijd uit te voeren; door te helpen bij het ontwikkelen van nieuwe toeristische producten en ideeën; door kwaliteitszorg aan te moedigen; door toeristische investeringen te cofinancieren; door zelf proefprojecten op te zetten; door vorming te organiseren; door duurzaam toerisme aan te moedigen; door nieuwe technologieën te ontwikkelen voor de toeristische sector.

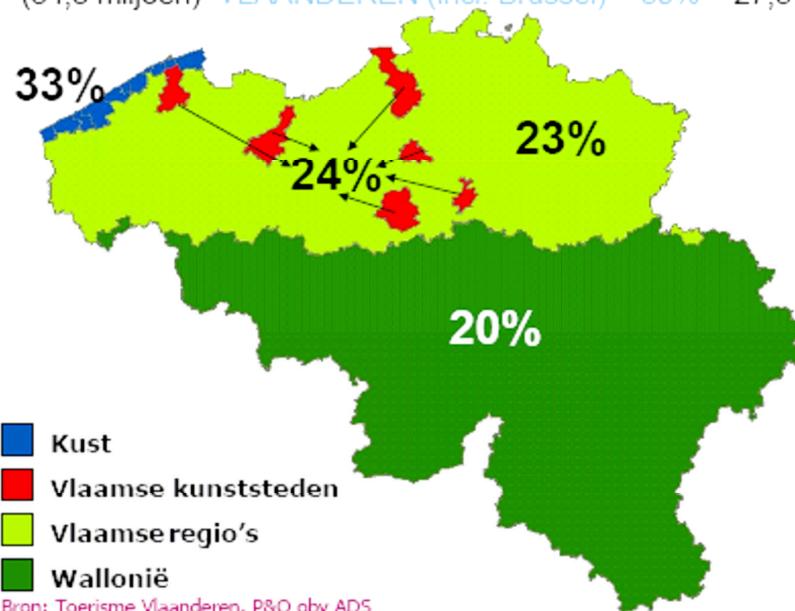
Een andere kerntaak van Toerisme Vlaanderen is de promotie en marketing van Vlaanderen als toeristische bestemming. Onze kunststeden, de kust en de groene Vlaamse regio's krijgen van Toerisme Vlaanderen elk een aangepaste promotie. Het grootste werk gebeurt in het buitenland, via onze bureaus in Den Haag, Keulen, Parijs, Londen, Kopenhagen, Milaan, Wenen, Praag, Barcelona, New York en Tokyo. Toerisme Vlaanderen maakt ook reclame voor 'vakantie in eigen land'. Meest bekend is de catalogus 'Vlaanderen Vakantieland'. Hiervoor wordt nauw samengewerkt met de provinciale diensten voor toerisme.

Door onderzoek, planning, vorming, communicatie en initiatieven rond duurzaam toerisme werkt Toerisme Vlaanderen aan de professionalisering van de toeristische sector.

De omvang van het toerisme in Vlaanderen

Binnen België

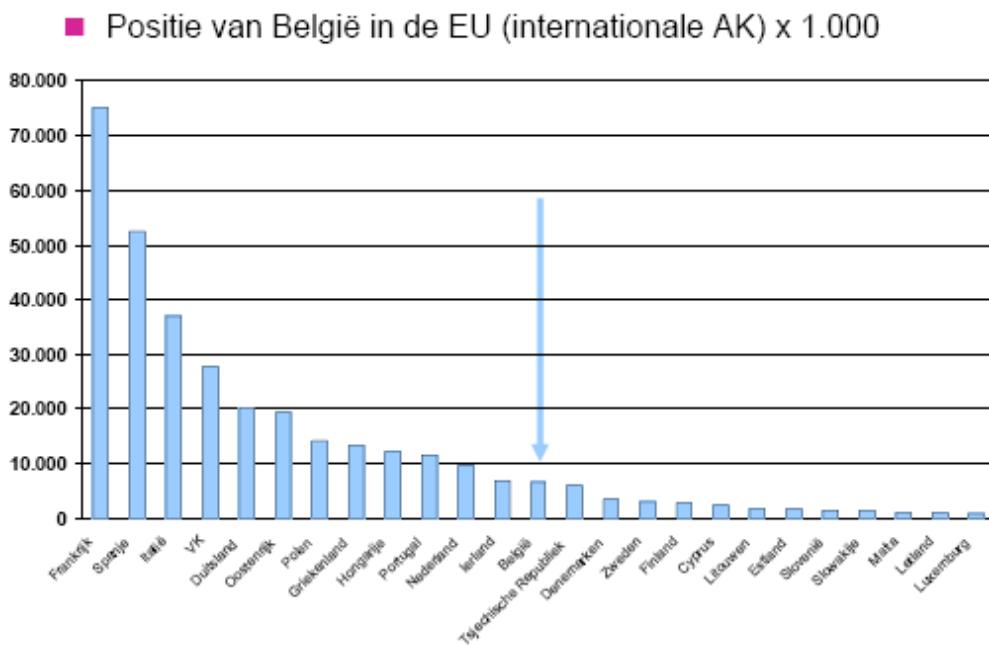
- Toeristische instroom: binnen- en buitenlandse overnachtingen
(34,3 miljoen) **VLAANDEREN (incl. Brussel)** = 80% = 27,5 miljoen



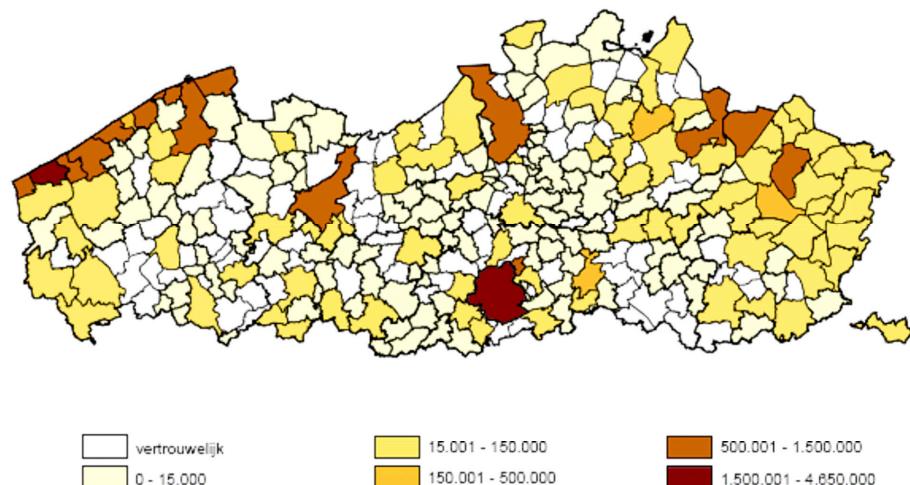
Bovenstaande figuur leert dat de toeristische instroom (binnen- en buitenlandse overnachtingen) 34,3 miljoen bedraagt. Voor Vlaanderen, waarbij ook Brussel is inbegrepen, is dit 27,5 miljoen en dus 80 % van de totale instroom. Voor Wallonië is dat dan 20 %.

In Europese context is de positie van België mediaan.

Europese context



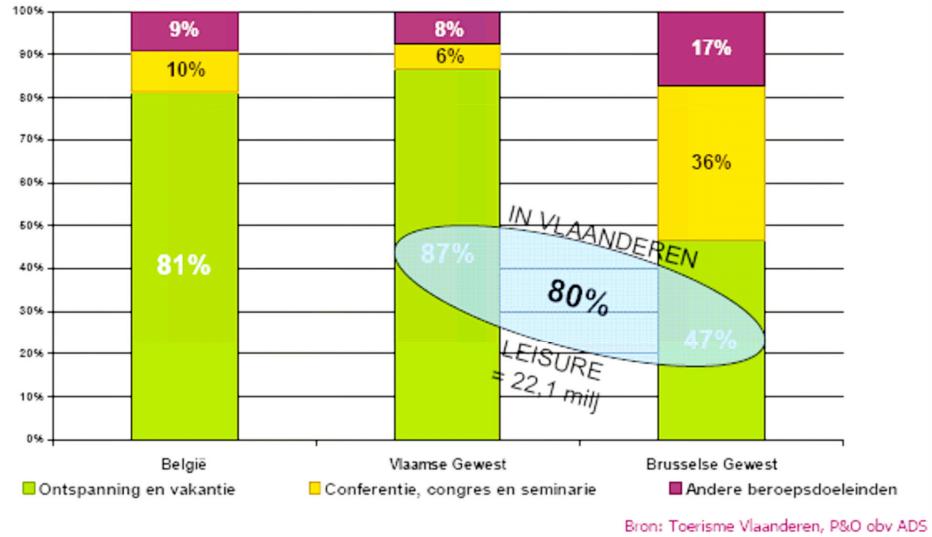
De overnachtingen in Vlaanderen vinden vooral plaats in de Vlaamse kuststeden en de vakantieparken, maar ook veel in allerlei gemeenten (zie onderstaande figuur).



Binnen Vlaanderen – naar motief

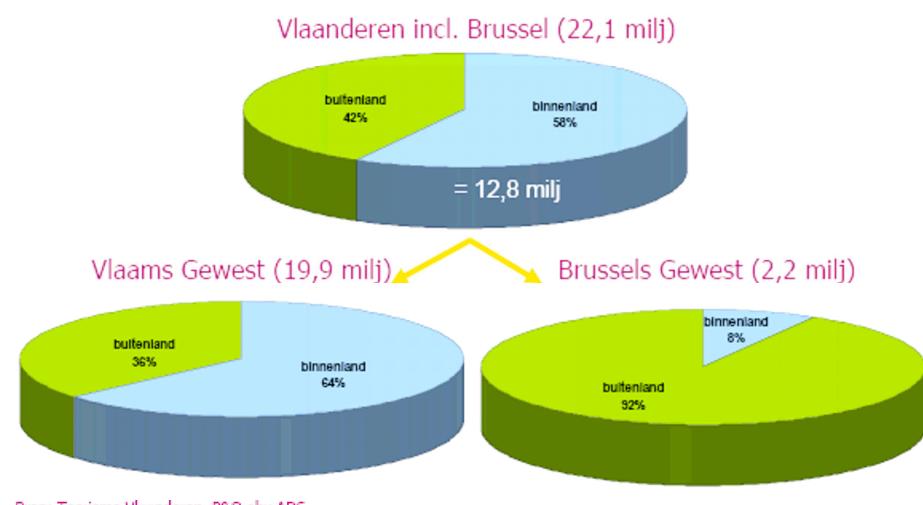


■ Niet alle overnachtingen zijn recreatief!

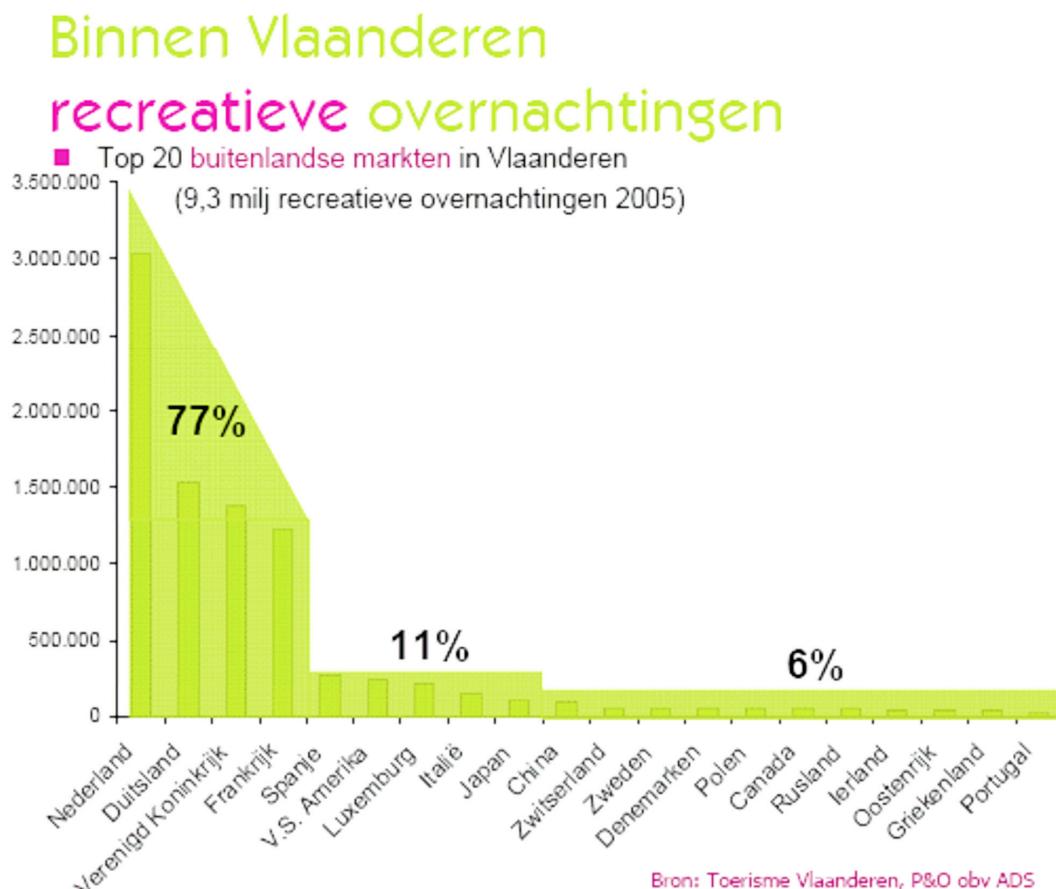


In het Vlaamse gewest (+ Brussel) gebeuren ongeveer 80 % van de overnachtingen vanuit het toerisme en 20 % ervan hebben een andere oorzaak (beroep, conferentie, congres, enz.). In het Brusselse gewest gebeuren slechts 47 % van de overnachtingen vanuit het toerisme (zie bovenstaande figuur).

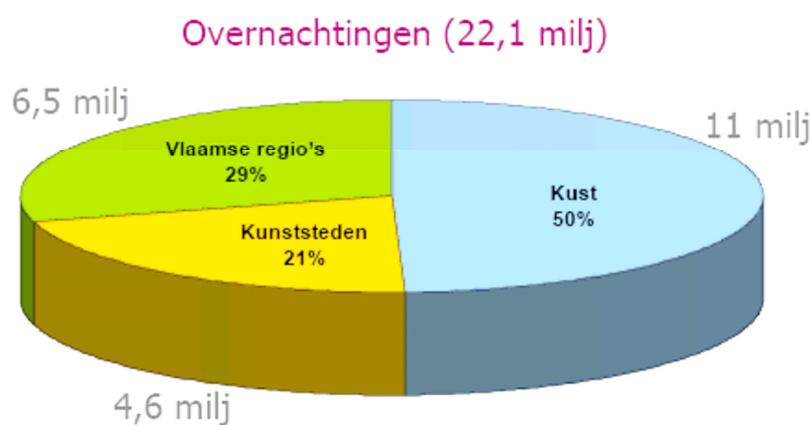
Binnen Vlaanderen recreatieve overnachtingen



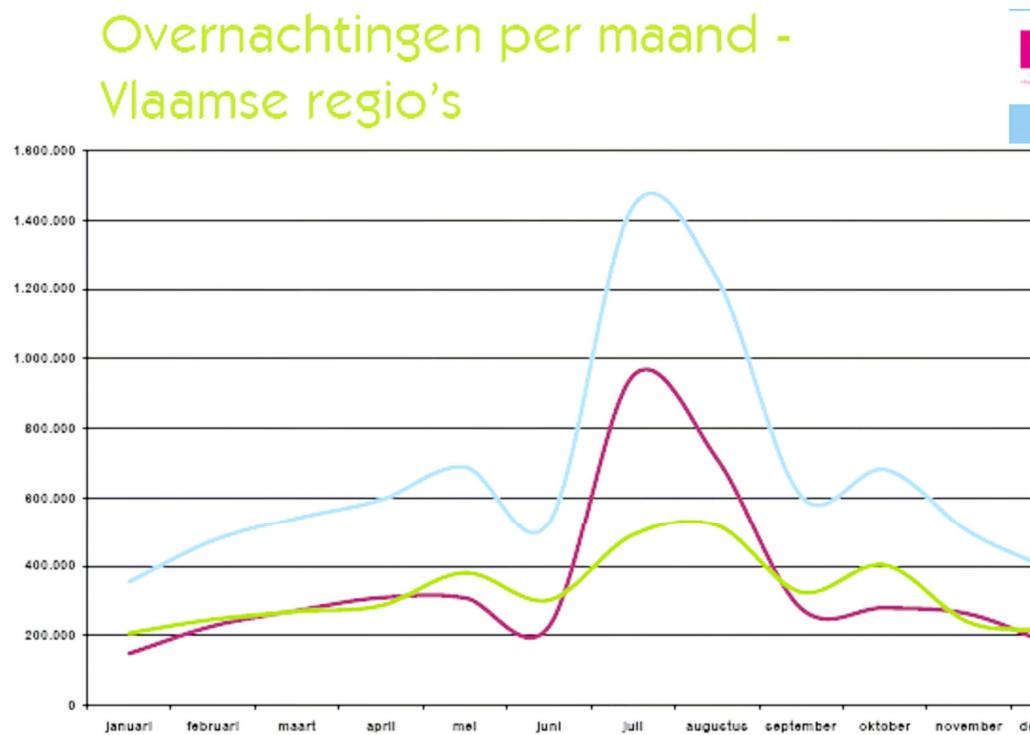
In Vlaanderen en Brussel komen 6 op de 10 toeristen uit het binnenland, terwijl in het Brusselse gewest 90 % van de toeristen uit het buitenland komt (zie bovenstaande figuur). Onderstaande figuur laat zien dat van deze 90 % buitenlanders er ongeveer 80 % uit de grote buurlanden komen.



De macroproducten recreatieve overnachtingen



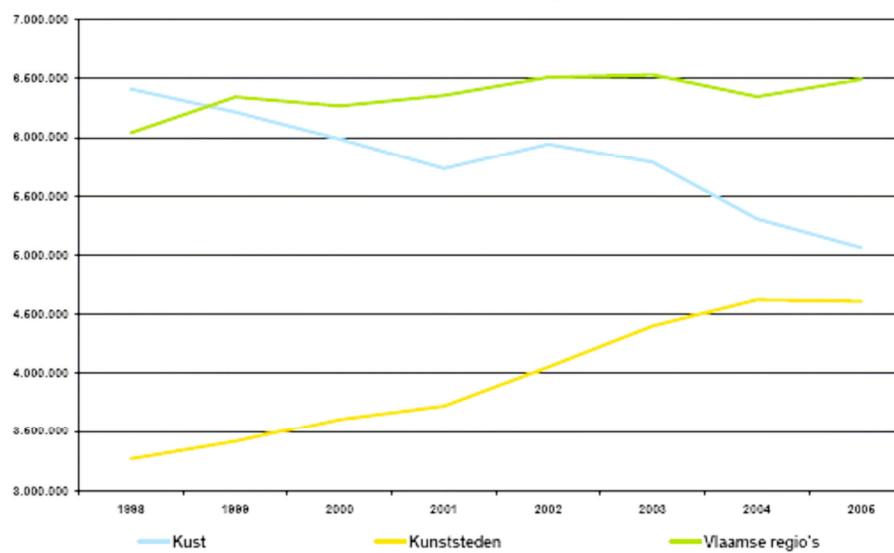
De recreatieve overnachtingen gebeuren vooral aan de kust (50 %), daarop volgen de Vlaamse regio's (29 %) en de Vlaamse kunststeden (21 %).



Er is wel sprake van een evolutie. Het aandeel van de kust neemt af maar is nog altijd het grootste terwijl het toerisme in de Vlaamse regio's en de kunststeden toeneemt.

Trends

- Evolutie van de recreatieve overnachtingen naar macroproduct



De omvang van het plattelandstoerisme in Vlaanderen

De Vlaamse Federatie voor Hoeve- en Plattelandstoerisme werd opgericht in 1989, telde toen 23 leden en in 2006 reeds 312 leden.

Het geraamd totaal aantal logiesbedrijven bedraagt al meer dan 1.028 met 1,5 miljoen overnachtingen (in 2004) waarvan

1,1 miljoen in gastenkamers

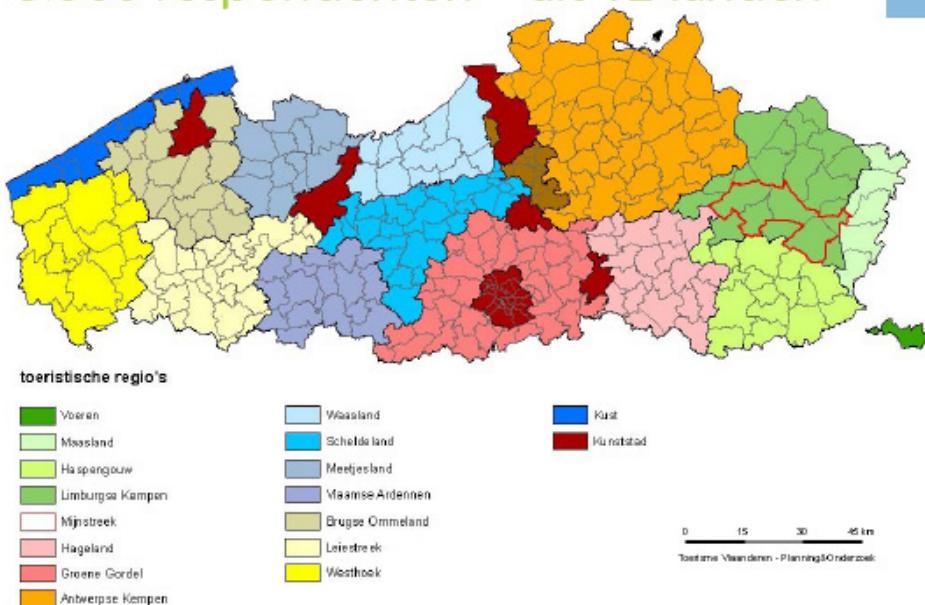
0,4 miljoen in vakantiewoningen

De Federatie werd in 2004 omgevormd tot de vzw Plattelandstoerisme in Vlaanderen.

Het profiel van de vakantieganger

Om vast te stellen of het plattelandstoerisme in Vlaanderen een groeisector is en het profiel van de toerist vast te stellen werden drie grote onderzoeken (aan de kust, in de kunststeden en in de «grote Vlaamse regio's» uitgevoerd.

Grootschalig marktonderzoek 2005 8.500 respondenten – uit 12 landen



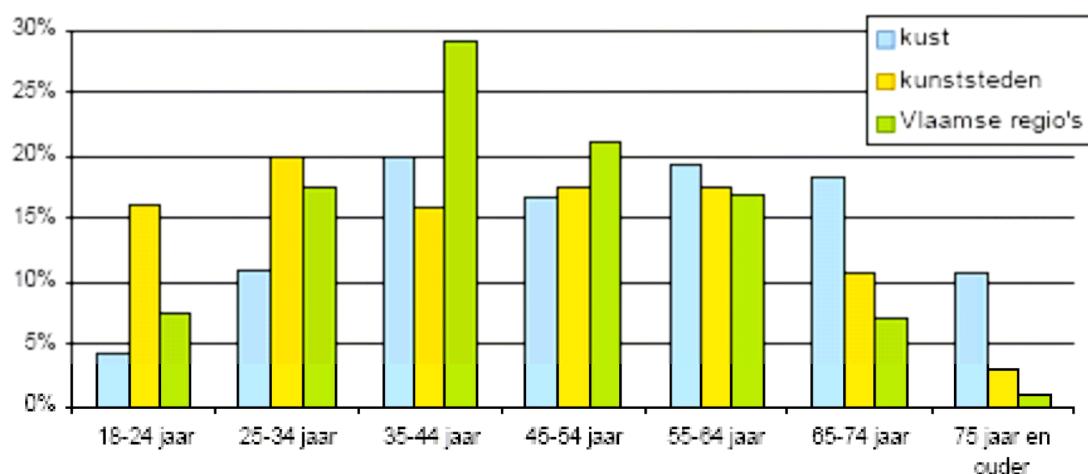
Methodologie van de Vlaamse regio's

- Actueel aanwezige recreatieve verblijfstoeristen
- Uit Vlaanderen, Nederland, Duitsland
- In specifieke logiesvormen
 - hotels
 - campings
 - doelgroepen
 - vakantieparken
 - gastenkamers
 - huurvakantiewoningen
- Minstens 18 jaar zijn
- 2.848 enquêtes waarvan 800 in gastenkamers en huurvakantiewoningen

Resultaten van het marktonderzoek

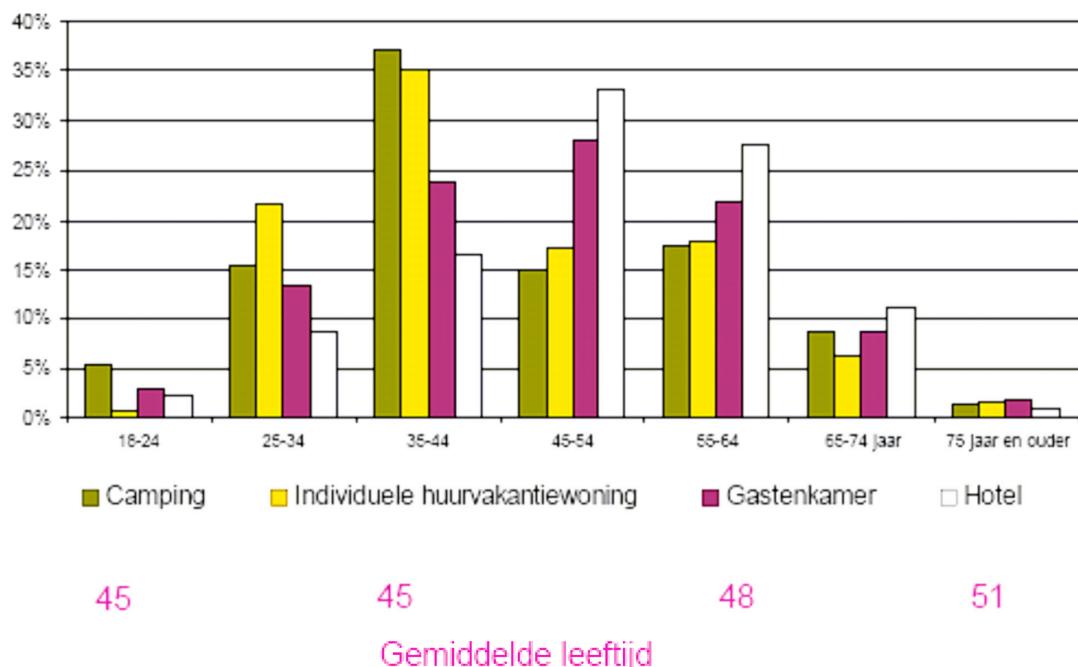
Socio-economische profiel

■ Leeftijd

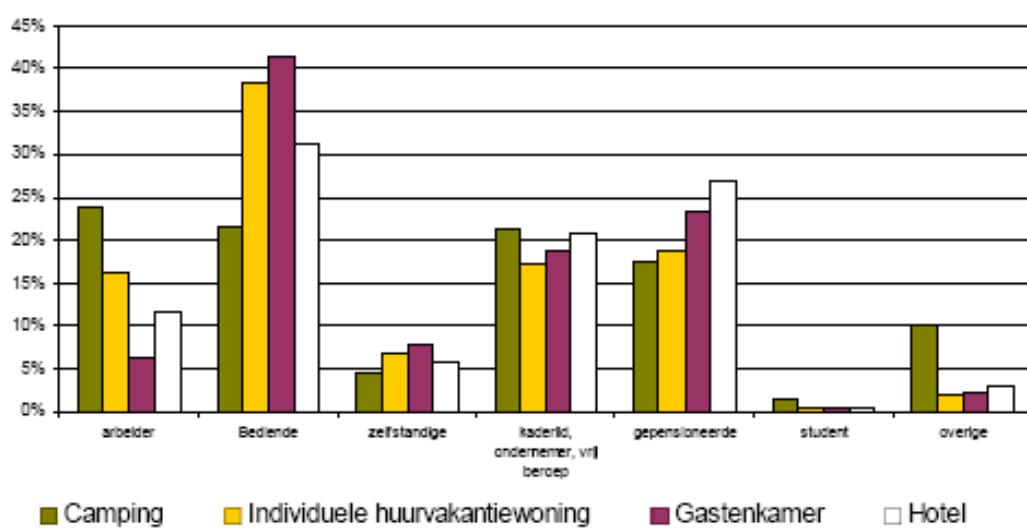


Gemiddelde leeftijd:
 53 jaar kust
 44 jaar kunststeden
 42 jaar Vlaamse regio's

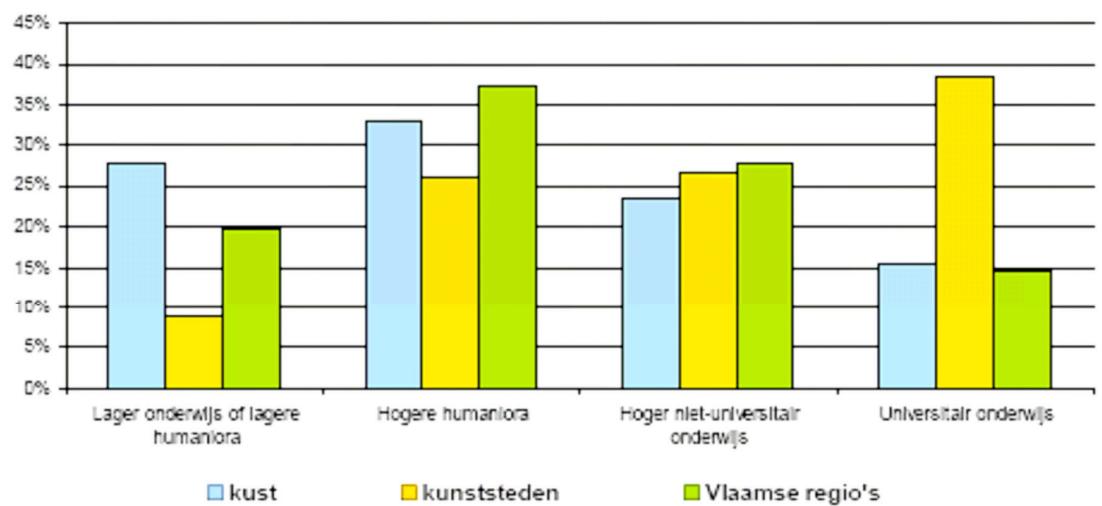
■ Leeftijd in de Vlaamse regio's naar logiesvorm



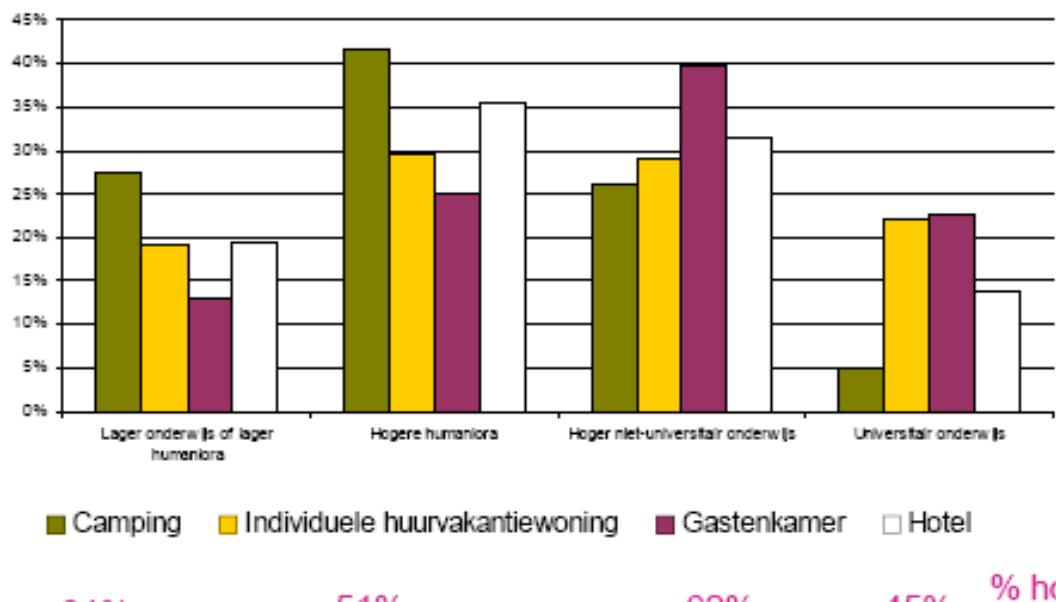
■ Beroep gezinshoofd in de Vlaamse regio's naar logiesvorm



■ Opleidingsniveau gezinshoofd



■ Opleidingsniveau gezinshoofd in de Vlaamse regio's naar logiesvorm



Uit deze statistieken kunnen we onder meer afleiden dat de kust een relatief ouder publiek aantrekt, de kunststeden een jonger publiek en de groene regio's vooral de groep van gezinnen met kinderen aantrekken.

Wat de logies betreft maken vooral de iets jongere toeristen gebruik van huurvakantiewoningen en de iets oudere toeristen van gastenkamers. De hotelgangers zijn nog iets ouder.

Als we kijken naar het beroep kunnen we zien dat er erg veel bedienden bij zijn en minder arbeiders. Deze laatste maken meer gebruik van campings, huurverblijven en gastenkamers.

De kunststeden trekken vooral hoogopgeleide toeristen aan (universiteit) die vooral gebruik maken van hotels; de Vlaamse regio's worden meer bezocht door beter opgeleiden (hoge school).

Kenmerken van de huidige vakantie

Verblijfsduur (nachten)		
Plaats	2000	2005
Kust	10,2	9,0
Kunststeden	3,0	2,9
Vlaamse regio's	5,2	4,5

Vlaamse regio's			
Hotel	Gastenkamer	Huurvakantiewoning	Camping
2,5	2,5	5,7	8,6

Reizend gezin / gezelschap			
	Kust	Kunststeden	Vlaamse regio's
Gezin/gezelschap met kinderen	38 %	10 %	49 %
Gezin/gezelschap zonder kinderen	62 %	90 %	51 %
Totaal	100 %	100 %	100 %

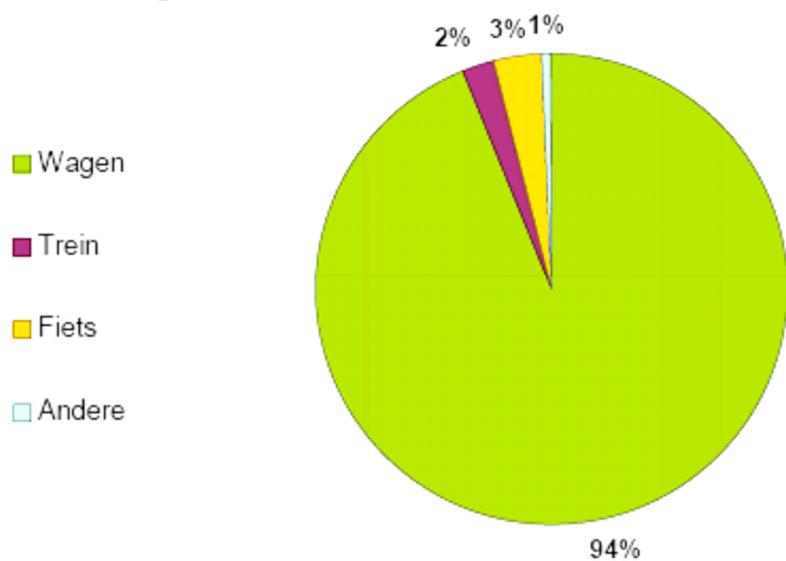
Vlaamse regio's: grote verschillen naar logiesvorm			
Hotel	Gastenkamer	Huurvakantiewoning	Camping
11 %	18 %	62 %	62 % met kinderen

Een gemiddeld verblijf duurt 3,5 nachten (aan de kust is het verblijf langer en in de kunststeden korter), maar er is een dalende trend. Meer en meer mensen gaan vaker op vakantie voor een kortere periode.

Van de vakantiegangers met kinderen gaat slechts 1 op 10 naar de kunststeden; 1 op 2 gaat naar de groene regio's.

Vakantiegangers met kinderen gebruiken ook veel meer huurvakantiewoningen dan een andere logiesvorm.

Transportmiddel Vlaamse regio's

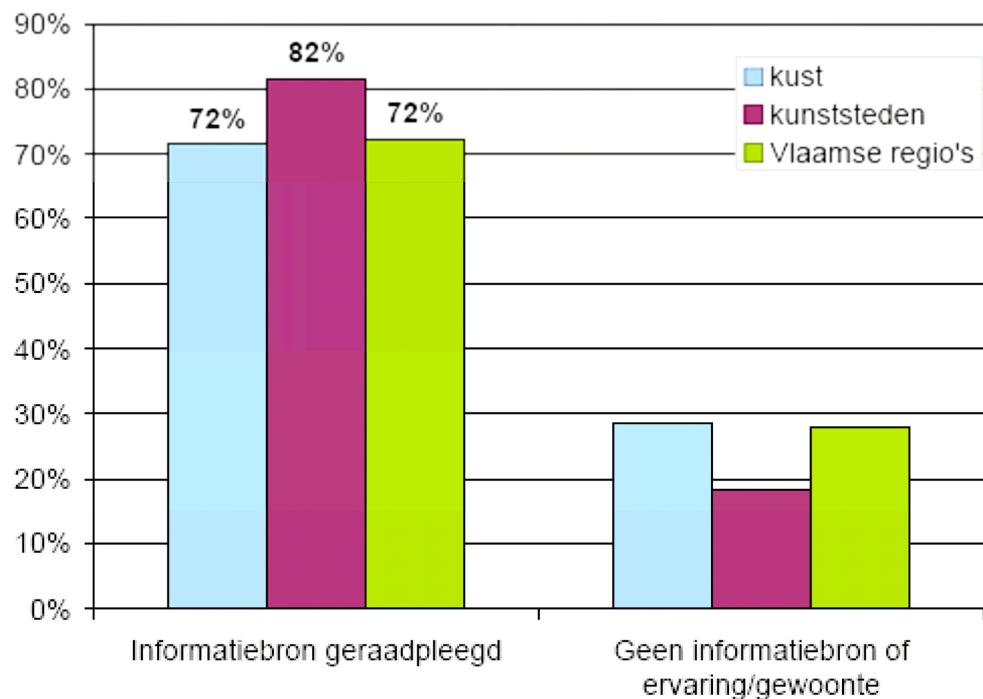


In 2000: 96% met de wagen
2005: gastenkamers 8,5% fiets

Bijna iedereen komt met de auto, wat enigszins normaal is gelet op de situatie. De fiets wint echter terrein.

Informatiebehoeften van de vakantiegangers

Nood aan voorafgaande informatie?

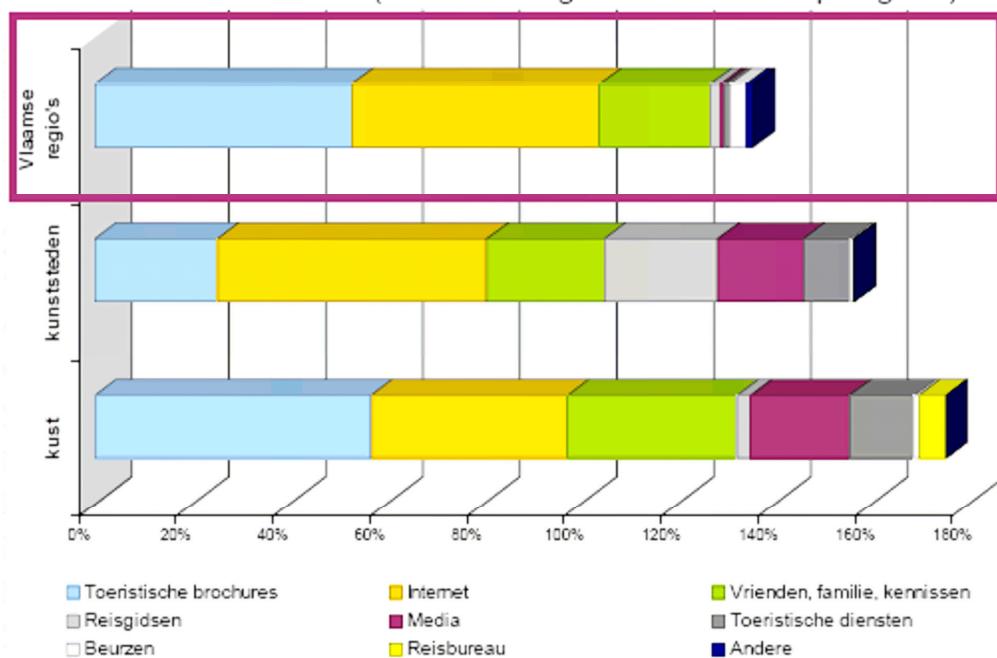


Op 10 vakantiegangers zoeken er 7 à 8 vooraf informatie over hun bestemming (dit geldt in mindere mate voor de regio's en in meerdere mate voor de kunststeden).

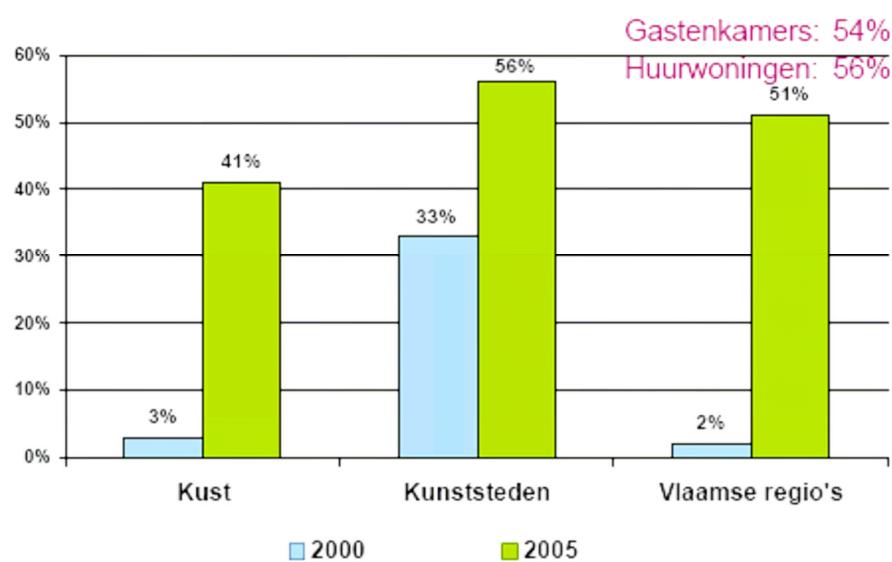
Men zoekt informatie in toeristische brochures en op het internet. Dat geldt nu ook voor de groene regio's en voor gastverblijven en huurwoningen.

Geraadpleegde informatiebronnen

Welke informatiebron (in % van diegene die info raadpleegden)



Evolutie internet als informatiebron
(in % van diegenen die een informatiebron raadpleegden)



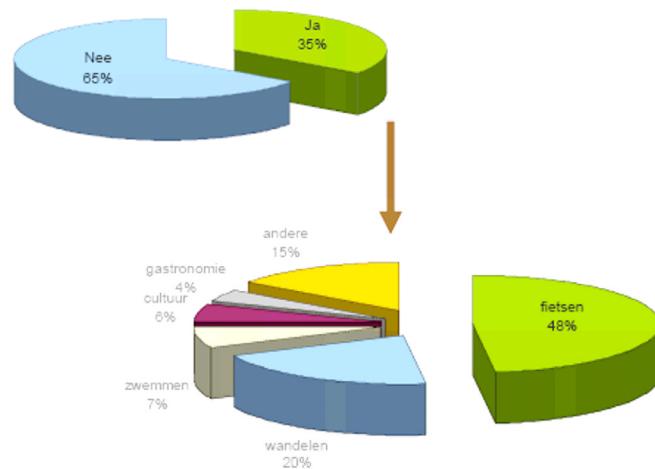
Tijdsbesteding van de vakantiegangers

Vlaamse regio's: Activiteiten

Activiteit	%
Wandelen (recreatief)	70
Bezoeken terras, café	56
Uitrusten, relaxen, niets doen	54
Fietsen (recreatief)	53
Zwemmen	42
Shoppen	38
Bezoeken van bezienswaardigheden	28
Streekgastronomie	26
Natuurbeleving	17
Bezoek van markten	14

Themavakantie: 35 % van alle vakanties in een gastenkamer is een themavakantie fietsen !

Vlaamse regio's: THEMAVAKANTIE

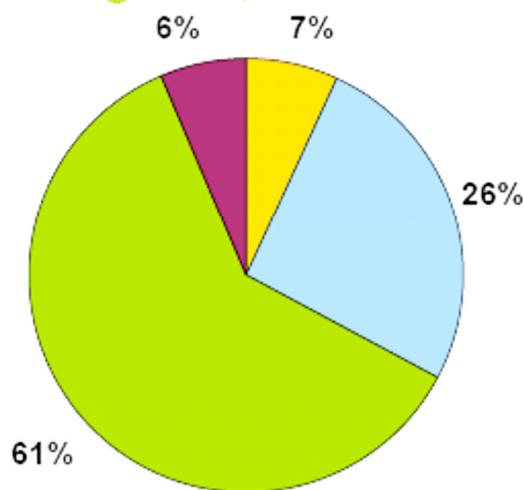


De recreatieve verblijfstoerist

	■ Themavakantie	Vlaamse regio's						
		Hotel	Camp- ping	Doel- groepen	Gasten- kamer	Vak. woning	Vak. park	Totaal
Ja		55%	23%	51%	53%	36%	/	35%
Nee		45%	77%	49%	48%	64%	/	65%
Welk thema?								
Fietsen		59%	67%	55%	67%	44%	/	48%
Wandelen		18%	13%	34%	8%	33%	/	20%
Andere		22%	20%	11%	25%	23%	/	32%
Totaal		100%	100%	100%	100%	100%	/	100%
↓ Ten opzichte van alle vakantiegangers per logiesvorm:								
Fietsen		32%	16%	28%	35%	16%	/	17%

Appreciatie van (toeristisch) Vlaanderen

Beantwoorden aan de verwachtingen (Vlaamse regio's)



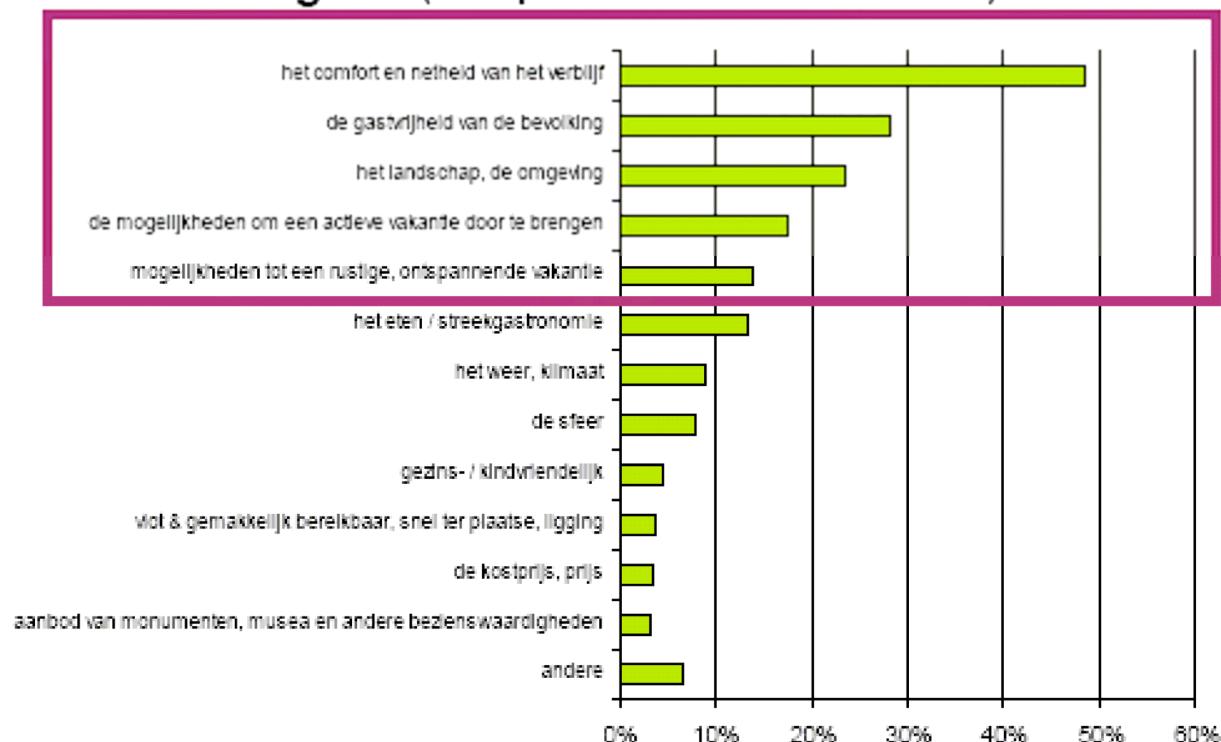
- Veel beter dan verwacht
- Beter dan verwacht
- Zoals verwacht
- (Veel) Minder goed dan verwacht

Beantwoorden aan de verwachtingen (Vlaamse regio's)	
Veel beter dan verwacht	7 %
Beter dan verwacht	26 %
Zoals verwacht	61 %
(Veel) Minder goed dan verwacht	6 %

Zes procent van de vakantiegangers is niet tevreden vooral door het gebrek aan comfort van hun verblijf en de slechte gastvrijheid van de bevolking.

Waarom beter dan verwacht?

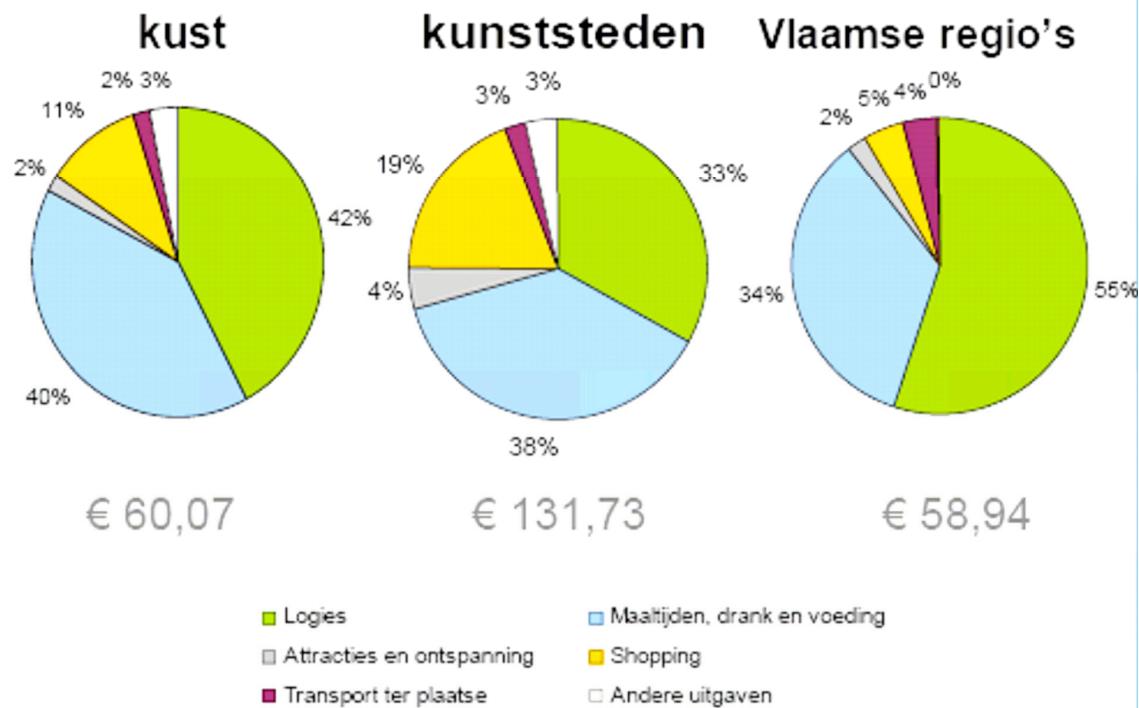
Vlaamse regio's (% respondenten beter dan verwacht)



Bestedingen van de vakantiegangers

Gemiddelde bestedingen per persoon en per nacht (euro)		
	2000	2005
Kust	42,58	60,07
Kunststeden	132,36	131,73
Vlaamse regio's	36,08	58,94

Gemiddelde bestedingen per persoon en per nacht



Gemiddelde bestedingen (euro) per persoon en per nacht – regio's

Bestedingen (euro)	Camping	Gastenkamer	Hotel	Huur-vakantiewoning
Logies	12	30	52	16
Maaltijden, drank en voeding	13	29	26	15
Attracties en ontspanning	1	2	1	1
Shopping	3	4	4	2
Verplaatsingen ter plaatse	3	3	3	2
Andere uitgaven	0	0	0	0
Totaal (in EUR)	31	68	87	36

Raming van de omzet (in miljoen EUR)				
	Kust	Kunststeden	Vlaamse regio's	Vlaanderen
Logies	343	195	183	721
Maaltijden, drank en voeding	388	186	115	689
Attracties en ontspanning	22	23	8	53
Shopping	89	111	16	216
Verplaatsingen ter plaatse	16	14	13	43
Andere uitgaven	28	13	1	41
Totaal	886	542	336	1 763

Omzet plattelandstoerisme in de Vlaamse regio's	
Gastenkamers	76 miljoen euro
Vakantiewoningen	15 miljoen euro
Totaal plattelandstoerisme	91 miljoen euro

Uiteenzetting door de heer Joseph Mathay, voorzitter van de «Association pour la promotion du tourisme rural», Luxembourg

Dames en heren,

In de vijftiger jaren herstelde het noorden van Luxemburg zich snel van de diepe wonden die het offensief van generaal Von Rundstett had geslagen. Het toerisme speelde een belangrijke rol in het herstel van die regio die zozeer was getroffen.

Mijn eerste contacten met het plattelandstoerisme dateren van die moeilijke periode voor ons land. Voor ons kinderen was zakgeld destijds een zeer zeldzaam iets en de zondagstoeristen waren voor ons een uitstekende gelegenheid om centen te verdienen.

Michelau, mijn geboortedorp aan de rand van de Sûre, met zijn station en de hotels van Bourscheid Plage op twee kilometer, verwelkomde elke zondag honderden toeristen uit de hoofdstad Luxemburg en de smederijen in het zuiden. 's Avonds wanneer de toeristen naar huis terugkeerden was het onze beurt: wij boden de voorbijgangers meiklokjes aan in ruil voor enkele centen en een glimlach.

Mijn eerste herinneringen aan het hoevetoerisme dateren eveneens van deze naoorlogse periode. Mijn moeder hielp geregeld haar broer die een hotel bezat in Bourscheid Plage. Telkens wanneer het hotel Weekend was volgeboekt, waren Belgische of Nederlandse klanten te gast op onze hoeve. De mooiste kamer van ons huis werd dan ingenomen door onbekenden die 's avonds laat toekwamen en in de late ochtend vertrokken. We waren met vijf kinderen op de hoeve en omwille van die «beau monde» mochten wij niet langer in het huis spelen, er rond lopen of roepen.

«Stil, er zijn toeristen». Vandaag nog, vijftig jaar later, hoor ik de stem van mijn geïrriteerde moeder. De toestand was toen niet rooskleurig en veel geld hadden we niet. Het inkomen dat de toeristen verschaften was welkom en moeder maakte van de gelegenheid gebruik. Zij zorgde voor de streekeigen producten voor het hotel: verse melk, eieren, de befaamde Ardense ham en grote hoeveelheden van onze Luxemburgse specialiteit, namelijk de beruchte gekookte kaas die elke boerin kon bereiden.

Bepaalde regio's, vooral die van de Sûre en van de Mullerthal, ook «la petite Suisse luxembourgeoise» genaamd, profiteerden meer dan andere streken van het beginnend plattelandstoerisme. Vele eigenaars boden buitenlandse toeristen kamers of zelfs appartementen aan. Met een eenvoudig bord « chambre à louer» of «kamers te huur» werd duidelijk gemaakt dat men er kon overnachten. Van een label, een organisatie die de eigenaars groepeerde, een classificatie, criteria inzake hygiëne en het comfort van de accommodatie was geen sprake. En al evenmin van lobbying of staatssteun om particulieren van het platteland ertoe aan te zetten zich in deze sector van de economie te vervolmaken.

De oprichting van de Vereniging voor de bevordering van het Plattelandstoerisme in Luxemburg (APTR)

1. De pioniers

Het heeft tot de jaren tachtig geduurd. Bepaalde landbouwers hadden op dat ogenblik al geïnvesteerd in logies voor toeristen. Over het algemeen ging het om landbouwers die, in het kader van investeringen in hun hoeve, financieel werden aangemoedigt (45% van de investering) die weg in te slaan om de doelstelling van het verbeteringsplan van hun hoeve te bereiken, met andere woorden een verbetering of een op peil houden van het inkomen uit landbouw en een verbetering van de arbeids- en levensvoorwaarden van de landbouwers. Die verbeteringsprojecten bereikten echter vaak niet het nagestreefde doel. Het ging dus simpelweg om een rekentruc die op papier rendabel laak maar dat in werkelijkheid niet was.

Naast de steun aan de landbouwers in het kader van de verbeteringsplannen, had het Ministerie van Toerisme de mogelijkheid particulieren bij het inrichten van plattelandgîtes in andere gebouwen dan een hoeve, te subsidiëren. Die steun die aanvankelijk 15% bedroeg, vervolgens op 20% werd gebracht en die nu opnieuw 15% bedraagt, had toch tot gevolg dat in alle rurale gebieden van het Groothertogdom Luxemburg verscheidene plattelandgîtes werden ingericht.

2. De oprichting van een vereniging ter bevordering van het plattelandstoerisme.

In het begin van de jaren negentig, kwamen een twaalftal actoren op het gebied van het plattelandstoerisme bijeen om over de inrichting en de werking van plattelandgîtes en hoevegîtes van gedachten te wisselen. Uit deze besprekingen groeide het voornemen om een eigen verenigingen van exploitanten op het gebied van het plattelandstoerisme op te richten. Toch moet worden opgemerkt dat, achteraf bekeken, niet iedereen dat initiatief gunstig was gezind. De twee betrokken ministeries (het ministerie van Toerisme en het ministerie van Landbouw en Plattelandsontwikkeling) waren bereid zo'n demarche te steunen, maar het Nationaal Bureau voor Toerisme (ONT) dat tot doel had het toerisme op nationaal niveau en dus ook het plattelandstoerisme te bevorderen, zag niet meteen het nut in van een dergelijke groepering. De initiatiefnemers zijn uiteindelijk op 24 april 1991 op een stichtingsvergadering bijeengekomen.

Vooraf werden verscheidene studiereizen georganiseerd, vooral bij onze Belgische vrienden die al een vereniging, «Gîtes de Wallonie» genaamd, hadden opgericht. Datzelfde jaar werd een Europese vereniging, «EUROGITES» genaamd, opgericht waaraan onze vereniging actief heeft meegeworkt om de nodige know how op te bouwen.

3) De doelstellingen van de vereniging:

De doelstellingen van onze vereniging waren:

- het bevorderen van het plattelandstoerisme in al zijn facetten;
- de vertegenwoordiging van de leden bij de openbare instanties;
- het definiëren en het toekennen van een kwaliteitslabel voor de producten inzake logies;
- informatie en voortgezette vorming van de leden (landbouwers en andere eigenaars van het platteland alsook rurale musea);
- het verstrekken van advies aan de leden bij het plannen van hun infrastructuur;
- acties ter animatie van het netwerk.

4) Realisatie van de doelstellingen

Wegens de relatief beperkte middelen hebben de leden van de raad van bestuur heel wat werk moeten verzetten. Uiteraard ging het om vrijwilligerswerk dat voor elke vereniging van levensbelang is.

De vormingsmaatregelen werden ondersteund door het ministerie dat verantwoordelijk is voor de plattelandsontwikkeling, in het kader van het ontwikkelingsplan voor de plattelandsgebieden dat ook door Europese Fondsen werd gesubsidieerd.

Hetzelfde geldt voor de invoering van de classificatie- en labelcriteria. In het kader van het communautair initiatief LEADER I werd aan die studies steun verleend. Vandaag zijn die criteria nog altijd geldig. Estland heeft zich trouwens voor zijn classificatiecriteria door onze criteria laten leiden. Idem dito voor de criteria op het gebied van het ecotoerisme

Naast die acties hebben de leden van de APTR voordeel gehaald uit de samenwerking met soortgelijke verenigingen in Wallonië en Duitsland.

5) Staatssteun en steun van de EU

Zoals u hebt kunnen vaststellen kreeg de beweging van het plattelandstoerisme die haar eigen imago had gecreëerd financiële steun van de twee betrokken ministeries en de Europese Unie via programma's voor plattelandsontwikkeling.

Wat de investeringssteun betreft, dient te worden aangestipt dat de vereniging op een bepaald ogenblik de ministeries heeft aanbevolen niet langer de oprichting van gîtes, maar enkel nog de verbetering aan de infrastructuur en het in de handel brengen van producten, te subsidiëren. De beleidsmensen van APTR hadden immers vastgesteld dat de gedane investeringen niet al te rendabel waren.

Naast de steun voor de maatregelen op het gebied van de infrastructuur, dienen ook de inspanningen inzake vorming van de leden en de investeringen van het ONT inzake promotie te worden vermeld. Het ONT aarzelde aanvankelijk, maar bleek dan toch bereid onze vereniging, meer bepaald op toeristische beurzen in de buurlanden, te steunen.

6) De voorbeelden en de partners in Europa

De uitwisseling met onze onderscheiden Europese partners heeft ertoe geleid dat onze vereniging heel wat van hun goede en slechte ervaring heeft geleerd.

Op conferenties georganiseerd door de Raad van Europa, de Europese Unie of door Eurogîtes hebben wij geleerd hoe een project op het gebied van plattelandstoerisme moet worden opgezet en beheerd. Wij hadden het voordeel in vergelijking met andere landen die voor ons deze demarche hadden gedaan, over een enkele vereniging te beschikken. In de andere landen, zoals in België bijvoorbeeld, hadden de landbouwers al hun lobby en werd voor de andere rurale actoren een afzonderlijke vereniging opgericht,

7) De toekomst van de APTR?

Het is vandaag een feit dat ook het plattelandstoerisme, net zoals alle andere vormen van toerisme, moet evolueren. Die evolutie doet zich voor op diverse niveaus.

De infrastructuur moet beter worden aangepast aan de eisen van de toerist die inzake comfort en animatie steeds veeleisender wordt.

De marketing verloopt meer en meer via internet. Maar we hebben vastgesteld dat de papieren versies niet door internet worden vervangen. Er moet dus via de beide kanalen promotie worden gemaakt (nieuwe technologieën en papieren versie).

Aanvankelijk gaf de APTR zijn eigen gids uit die verdeeld werd op gespecialiseerde beurzen in de buurlanden en door de nationale verenigingen voor vreemdelingenverkeer. In 2001 werd, nadat met het ONT een akkoord was bereikt, een enkele promotiegids uitgegeven. In die gids is het geklasseerd logies van de leden van de APTR en het niet geklasseerd logies opgenomen.

Vanaf 2002 beschikt de APRT over zijn eigen webstek www.gites.lu. met een degelijke zoekmachine waar tevens kan worden geboekt. Het vroegere boekingssysteem per fax of per telefoon werd immers nagenoeg volledig vervangen door een boeking via internet en e mails.

Een professionalisering van de eigenaars inzake marketing, onthaal van de gasten en presentatie van hun gîtes is noodzakelijk. De initiërende vorming en de voortgezette vorming blijven zeer belangrijk.

Het aanleren van talen zal aan belang winnen naarmate Europa zich uitbreidt.

Ook de opvolging is belangrijk. Veel particuliere bedrijven uit het plattelandstoerisme moeten denken aan de overdracht van hun bedrijf aan de volgende generatie. Dat ligt niet voor de hand aangezien de jongere generatie niet echt bereid is de activiteiten van hun ouders over te nemen.

De jongste drie jaar stellen we immers vast dat, om diverse redenen, een groot aantal leden de vereniging de rug toekeert. Zoals ik al heb gezegd speelt de leeftijd van de eigenaars daarbij een rol. Wat me erger lijkt, en dat geldt niet enkel voor het plattelandstoerisme, is de mentaliteitsverandering.

Als het plattelandstoerisme een bron van inkomen voor de eigenaar wil zijn, zijn de tevredenheid en het inkomen nauw verbonden met de kwaliteit van de geleverde dienst. Het is precies in de beschikbaarheid en de dienstverlening dat de mentaliteit momenteel grote leemtes vertoont. De jongeren die de leeftijd hebben bereikt om de infrastructuur van hun ouders over te nemen of een nieuwe infrastructuur op te zetten, voelen zich niet langer aangetrokken door het beheer van een hoevegîte of een plattelandgîte.

Wanneer de eigenaar tijdens het seizoen niet op vakantie vertrekt omdat hij toeristen in zijn gîte, op zijn hoeve of zijn gemeubelde vakantiewoning ontvangt, biedt hij zijn gast een ontmoetingsmogelijkheid aan die geen enkele andere vorm van toerisme te bieden heeft. Wanneer wij gasten op onze hoeve of in onze gîte ontvangen, zijn wij de ambassadeurs van ons land, van onze streek, van ons beroep. Voorwaar een nobele taak.

Het aanbod van het plattelandstoerisme is veel meer dan een cheque of de euro's die de klant bij zijn vertrek betaalt. Het contact tussen mensen is de echte beloning voor ons werk en onze aanwezigheid. Het is precies die filosofie die aan het plattelandstoerisme een heel eigen dynamiek geeft. Het zou een verlies zijn voor onze maatschappij mochten vooral de inwoners van de grote steden en de agglomeraties niet langer op het platteland kunnen verblijven.

Momenteel beleeft het platteland een sterke opmars in het kader van een geheel aan uiteenlopende acties die worden ondernomen. Ik ben er zeker van, ondanks bepaalde moeilijkheden inzake de overname van de bedrijven, dat het plattelandstoerisme zal blijven bestaan en de uitdagingen die de verwachtingen van de klanten doen ontstaan, zal weten te beantwoorden. De kwaliteit van de dienstverlening en de moed om te vernieuwen blijven onze troeven voor de toekomst van het plattelandstoerisme.

Ik hoop dat deze twee ontmoetingsdagen tot nieuwe partnerships voor de actoren en de beleidsmensen van onze respectieve landen zal leiden.

Dames en heren, ik dank u voor uw aandacht.

Debat

Mevrouw Cahay vraagt of er bepaalde steunmaatregelen bestaan bij overname van hoeves, om de jongeren aan te zetten de activiteiten van hoevetoerisme voort te zetten.

De heer Mathay antwoordt dat er slechts weinig jonge mensen gites uitbaten. De heer Calmes voegt eraan toe dat er in Luxemburg geen specifieke subsidies bestaan voor overname van dergelijke activiteiten. Bovendien rijst het algemeen probleem, net als bij de exploitatie van een landbouwbedrijf, dat jongeren geen belangstelling meer vertonen voor zeer arbeidsintensieve activiteiten zonder vast uurrooster.

De heer Mathay geeft aan dat bij jonge landbouwers de vrouw meestal ook buitenhuis werkt wat het nog moeilijker maakt de activiteiten te combineren. De heer Calmes besluit dat er bijgevolg weinig reden is tot optimisme wat de toekomst van het plattelandstoerisme betreft.

De heer Pauza vraagt in welk seizoen het hoevetoerisme plaatsvindt. Wat is het percentage van uitbaters van gites die lid zijn van de vereniging?

De heer Mathay antwoordt dat het plattelandstoerisme zich voornamelijk concentreert van Pasen tot september, met een hoogtepunt in de maanden juni, juli en augustus.

Wat de leden van de vereniging betreft stipt spreker aan dat er twee soorten gites bestaan, namelijk de geklasseerde en de niet geklasseerde. Beiden zijn gesubsidieerd door het ministerie van Ruimtelijke Ordening en Infrastructuur. Bij de niet geklasseerde gites heeft men uiteraard geen enkele garantie op het vlak van kwaliteit.

De heer Nijs oppert dat er in Vlaanderen een discussie op gang is gebracht over het aantal kamers dat een landelijke gite mag hebben. Buiten het woongebied heeft men het maximum aantal kamers vastgesteld op vier, voor maximum 14 personen. Hoe is de normering in de andere landen?

De heer Mathay antwoordt dat er in Luxemburg geen beperking bestaat.

Een lid van de Baltic Assembly vraagt of de activiteit van uitbating van gites specifiek wordt belast.

De heer Mathay antwoordt van niet; de inkomsten worden bij de beroepsinkomsten gevoegd.

De heer Nijs antwoordt dat er momenteel geen enkele taksverlaging bestaat; er is wel een discussie hierover aan de gang. De heer Happart wijst op de bijkomende moeilijkheid dat de taxatie in België tot de federale materies behoort. Meestal hebben de uitbaters van gites hiervoor een afzonderlijk handelsregister.

De heer Negri vraagt of er in het buitenland een informatienetwerk bestaat voor de promotie van het plattelandstoerisme in België.

De heer Nijs antwoordt dat Vlaanderen voor de promotie van het toerisme in het algemeen, over twaalf kantoren in het buitenland beschikt. Ook heeft Toerisme Vlaanderen een gedrukte brochure, waarin ook het plattelandstoerisme wordt gepromoot. Wat specifiek het plattelandstoerisme betreft wordt vooral gefocust op het binnenland en de buurlanden. Ook de federatie hoeve- en plattelandstoerisme (binnen de Boerenbond) geeft brochures uit.

De heer Siquet wijst erop dat er een verschil is tussen gites en overnachtingen op de hoeve. Gites worden ook soms gehuurd door immobilienkantoren, die deze dan verder verhuren. Als men over een grote hoeve beschikt, waar men overnachtingsmogelijkheid wil creëren, is dit fiscaal vaak een dure zaak. Het kadastraal inkomen zal hierdoor immers stijgen.

WERKZAAMHEDEN VAN DE NAMIDDAG

II. — Plattelandstoerisme in de Benelux Rapporteur: de heer Jean-Marie Happart

Inleiding door de heer Jean-Marie Happart, voorzitter van de commissie voor Financiële en Sociale Aangelegenheden

De heer Happart verwijst vooreerst naar de evolutie die man gedurende de laatste twee decennia in Wallonië heeft kunnen vaststellen op het vlak van de herwaardering van het platteland. Vanaf de jaren '60 verlieten de jongeren steeds meer hun platteland en zochten zij de steden op, meestal om sociale en arbeidsgerichte redenen. De laatste jaren heeft duidelijk een omgekeerde beweging plaats. De jongeren willen onthaasten en zoeken naar een bredere leefruimte. Het plattelandstoerisme speelt handig in op deze beweging.

Voorts verwijst spreker naar de herstructureringsplannen in de landbouwsector op het einde van de jaren '60-'70. Vele landbouwers werden hierdoor gedwongen hun landbouwactiviteiten stop te zetten en richtten hun bestaande leegstaande gebouwen in als gites. Vele landbouwers hebben zich dus gehore-oriënteerd en het hoevetoerisme kent aldus een opgang sinds de jaren '70.

Fiscaliteit blijft voor deze activiteiten problematisch. Helaas jagen de hoge taksen de komende generatie angst aan en aarzelen de jongeren om deze activiteiten over te nemen, ook gelet op de arbeidsintensiteit ervan. Misschien moet de fiscaliteit op dat vlak grondig worden onderzocht en herzien.

Uiteenzetting door mevrouw Kyra Kuitert, Europees Centrum voor Eco en Agro Toerisme ECEAT, ECEAT-Projects, Nederland, over het plattelandstoerisme en het eco-agrotoerisme

De sector van het internationaal toerisme vertegenwoordigt wereldwijd circa 700 miljard dollar en ongeveer 7 % van de wereldbevolking werkt in de toeristische sector.

Het ruraal toerisme vertegenwoordigt daar maar een beperkt gedeelte van, maar is toch goed voor meer dan 2 miljoen bedden op het niveau van de Europese Unie. Het agrotoerisme, zoals actief toerisme of cultuurtoerisme, is een van de vormen van het ruraal toerisme en het eco-agrotoerisme is op zijn beurt een nichemarkt binnen het agrotoerisme.

ECEAT, het Europees centrum voor eco-agrotoerisme, werd opgericht in 1993, na de val van het IJzeren Gordijn, als een project van de European Youth for Action organisatie. Een aantal personen binnen de organisatie was van oordeel dat een initiatief moest worden genomen om de arme Oost-Europese boeren te steunen.

Het oorspronkelijk concept besloeg nauwelijks een A4-tje en de organisatie werd opgestart met een subsidie van 100 000 euro. De organisatie werd gestuurd vanuit Nederland.

In de groeiperiode groepeerde de organisatie 45 boerderijen in Polen, Tsjechië en Hongarije. Nu vertegenwoordigt zij 1 800 accommodaties in 24 landen, waaronder logies, campings, vakantiehuisjes en groepsaccommodaties.

In de beginperiode verspreidde de organisatie jaarlijks 800 Groene Vakantiegidsen, nu ruim 23 000, en werkte zij met drie vrijwilligers. Nu telt zij 25 werknemers in heel Europa.

ECEAT werkt volgens drie krachtlijnen:

- de promotie van duurzaam kleinschalig toerisme op het Europese platteland via de Groene Vakantiegids, een gezamenlijke database en website voor alle accommodaties, een on-line boekingsysteem (voorlopig alleen in Tsjechië) en de uitwerking van circuits;
- op die wijze, het ondersteunen van de biologische boeren bij het behoud en onderhoud van de natuurlijke omgeving;
- het bewaken van de kwaliteit middels comfort- en duurzaamheidscriteria.

De duurzaamheidscriteria die gehanteerd worden betreffen milieuvriendelijke landbouw, efficiënt water- en energiegebruik, beperking van het afval, gebruik van ecologische bouwmaterialen, informatie en bewustmaking van bezoekers, soft mobility en openbaar vervoer, bescherming van landschap en bodemdiversiteit, respect voor het cultureel erfgoed, support voor de lokale autonomie en plannen voor verbetering.

ECEAT stelt zijn expertise ter beschikking via projecten en consultancy op diverse gebieden zoals duurzaam toerisme (Green Travel Market of GTM, Travelife, LIFE), plattelandsontwikkeling (Promote 1000, Altener), onderwijs (Rural Tourism International of RTI, Leonardo da Vinci), regionale ontwikkeling (Civil Link Slovakia, Buza), eco-keurmerken (VISIT, LIFE), enz.

Wat specifiek de Nederlandse situatie betreft stelt men vast dat het Nederlandse platteland sterk aan het veranderen is. De landbouw is weliswaar nog gezichtsbepalend, maar de verstedelijking, de industrie, het transport rukken op en de sector zelf verandert.

De sector van recreatie en toerisme groeit nochtans, door de behoefte aan rust, ruimte en natuur.

De «Agenda Vitaal Platteland» die in april 2004 samen met de Nota Ruimte werd bekendgemaakt, ziet recreatie als een nieuwe economische drager van het platteland. Recreatie en toerisme worden een belangrijke nevenactiviteit voor boeren, zowel op het vlak van de rendementsverbetering als van de sociale band tussen boer en burger.

Het aanbod op het vlak van het plattelandstoerisme is zeer groot en er zijn diverse invalshoeken. Een eenvoudige zoekopdracht op het internet levert meer dan 50 000 hits op. Het gaat zowel om slapen (logies, kamperen, vakantiehuisjes, groepsaccommodaties) als om eten (verse producten proeven, eten of kopen), amuseren (activiteiten zoals wandelen, fietsen, varen, vissen, paardrijden, plukken), leren (rondleidingen, demonstraties, meewerken) of genieten (van de rust, de ruimte, de natuur, de frisse lucht, de cultuur of de specifieke sfeer).

De organisatie van de sector is nochtans sterk versnipperd: ECEAT is lang niet de enige organisatie op het gebied. Andere organisaties zijn SVR (Stichting Vrije Recreatie), Vekabo (Vereniging Kampeerboeren), Gastvrije Landgoederen en Kastelen, Nivon (de Nederlandse Natuurvrienden), de Stichting Natuurkampeerterreinen en de Stichting Hoevelogies, regionale initiatieven zoals Hotel de Boerenkamer, de Pronkkamer of Bed & Brochje.

Daardoor is ook de promotie versnipperd. Naast de hiervoor vermelde organisaties wordt ook promotie gevoerd voor het plattelandstoerisme via sites als www.ontdekhetplatteland.nl of www.holland.com, of door de Nationale landschappen, de provincies, de regio's of de VVV's (verenigingen voor vreemdelingenverkeer).

De overheid en de gemeenten kunnen het ruraal toerisme op diverse wijzen ondersteunen: door het ondernemingsklimaat te verbeteren (procedures vereenvoudigen, creatief omgaan met de regels), door ondernemers te begeleiden bij het opstarten, door het landschap aantrekkelijker te maken, door de

recreatieve infrastructuur te verbeteren of door de promotie te financieren of te ondersteunen. Er is ook nog ruimte voor actie op het niveau van de nationale overheden, en eventueel voor de Europese Unie.

De doelstellingen worden wel ondersteund en er zijn al met al veel middelen beschikbaar, maar de coördinatie kan beter, de verschillende projecten overlappen elkaar dikwijls, er is te weinig kritisch vermogen. Er zijn bij voorbeeld circa 15 verschillende Leonardoprojecten voor plattelandstoerismetraining, er zijn meerdere projecten voor toeristische ecolabels, enz. Kwaliteit en marketing mogen best van bovenaf worden gestuurd.

Duurzaamheid heeft in deze aangelegenheid te maken met de drie V's: vervoer, verblijf en vermaak. Inzake vervoer gaat het om het stimuleren van het openbaar vervoer, de organisatie van een shuttle-dienst voor bagage en om CO₂-compensatieprogramma's. Inzake verblijf gaat het om accommodatie met een milieukekenmerk, aandacht voor gezond en biologisch eten en biologische landbouw en aandacht voor dierenwelzijn. Inzake vermaak gaat het om kleinschalige activiteiten, leren over lokale cultuur, authentieke ervaring en kennismaking met het platteland.

Duurzaam plattelandstoerisme staat nog in de kinderschoenen terwijl de marktvraag groter wordt. Daar ligt het specifieke werkterrein van ECEAT. Duurzaamheid is geen «unique selling proposition» maar biedt, als de kwaliteit en het onderscheidend vermogen zijn aangetoond, wel maatschappelijke meerwaarde.

Uiteenzetting door de heer Arno Frising, directieraad bij het ministerie van Landbouw, service Développement intégré des zones rurales, Luxemburg

Mijnheer de Voorzitter,
Waarde Collega's, Dames en heren,

Allereerst wens ik de organisator geluk met zijn initiatief een seminar over plattelandstoerisme te organiseren. Ik wens hem al het succes toe dat dit thema verdient. Tevens dank ik de beleidsmensen van de Raadgevende Interparlementaire Beneluxraad voor de uitnodiging hier te Clervaux.

Ter aanvulling van de aspecten die al vanochtend of deze namiddag werden toegelicht, zou ik mijn betoog rond volgend thema willen opbouwen: «De geïntegreerde ontwikkeling van de plattelandsgebieden in het Groothertogdom Luxemburg».

Dames en heren, sinds de hervorming van de Europese structurfondsen in 1989 en in een communautaire optiek, hebben de Europese Commissie – net zoals de Luxemburgse regering – de ontwikkeling van de plattelandsgebieden, niet enkel wat de landbouw, de wijnbouw, de tuinbouw en zelfs de bosbouw betreft, maar in een veel ruimer en polyvalent perspectief, voortgezet.

Een alomvattende en geïntegreerde benadering van plattelandsontwikkeling gaat uit van het Europees landbouwmodel van 1997: «de multifunctionele landbouw» die competitief, duurzaam en, vooral, goed verdeeld over het grondgebied is.

Die multifunctionele landbouw produceert gezonde, kwaliteitsvolle voedingsmiddelen waarbij productie- en distributiewijzen worden gehanteerd die oog hebben voor het leefmilieu en de natuurlijke hulpbronnen, voor biodiversiteit en voor het welzijn van de dieren. Tevens wordt ervoor gezorgd dat aan de typologie van de landschappen niet wordt geraakt en dat een doordacht beheer van de ruimte, waarbij de toeristische sector trouwens ook gebaat is, mogelijk blijft.

De Luxemburgse regering neemt zich voor, in het kader van een regelgeving van de plattelandsontwikkeling, een geïntegreerde aanpak van de multifunctionele landbouw te steunen. Die kan alleen blijven bestaan dank zij een harmonieuze en duurzame ontwikkeling over het hele grondgebied, maar vooral van de landelijke ruimte die meer dan 80% van ons grondgebied bestrijkt.

De kredieten uitgetrokken voor het Nationaal Plan voor Plattelandsontwikkeling – PDR 2000 - 2006 – bedroegen zowat 373 miljoen euro. Om de troeven en het potentieel van het platteland te valoriseren, beoogde de strategische krachtlijn 5 van het PDR een aanpassing en een versterking van de geïntegreerde ontwikkeling van de plattelandsgebieden, van hun diverse sociaal-economische activiteiten alsook van het leefklimaat van de plattelandsbevolking. Tegelijkertijd was het de bedoeling het algemeen imago van de landbouw en van het platteland in de Luxemburgse maatschappij te versterken. Een andere prioritaire doelstelling van deze PDR-krachtlijn was de gelijkheid tussen mannen en vrouwen, maar ook tussen de generaties: kinderen – jongeren – werkenden – generatie 60 plussers.

Deze programmatie heeft ertoe geleid dat tal van particuliere of openbare plattelandsactoren voordeel hebben gehaald uit het programma voor plattelandsontwikkeling. Het samengaan van de onderscheiden hoofdstukken van het PDR heeft bijgedragen tot een beter evenwicht tussen de plattelandsgebieden en de stedelijke gebieden van het land, waarbij de manifeste en positieve onderlinge afhankelijkheid tussen de stad en het platteland werd benut.

Die vaststelling geldt voor het sociaal- economische in het algemeen en a fortiori ook voor het toerisme.

Het Luxemburgs PDR is er dus in geslaagd, de synergie en het potentieel tussen diverse sociaal- economische sectoren en aanverwante functies, die op positieve wijze op het platteland naast elkaar bestaan of die ook de stedelijk ruimte beïnvloeden, te valoriseren.

Vandaag staan de strategische oriëntaties van de plattelandsontwikkeling nog altijd op genoemde principes, maar passen zij tevens in de doelstellingen van Göteborg 2001 en de nieuwe strategie van Lissabon 2003.

In de nieuwe strategie van het PDR 2007-2013 worden volgende prioriteiten gehanteerd:

- concurrentievermogen en duurzame economische diversificatie in de plattelandsgebieden;
- behoud van het milieu, de biodiversiteit en de natuurlijke hulpbronnen;
- doordacht beheer van de ruimte;
- behoud en aantrekkracht van plaatselijke/gewestelijke jobs;
- veiligstellen van de sociale cohesie.

Dames en heren, laten we het nog even hebben over de relatie stad-platteland, alsook over de typologie van de Luxemburgse rurale ruimte die nagenoeg het hele grondgebied van het land bestrijkt. Slechts twee van de twaalf kantons zijn overwegend stedelijk of randstedelijk, namelijk, het kanton Luxemburg met de hoofdstad en zijn dichtbevolkte agglomeratie, en het kanton Esch/Alzette met de grootste gemeenten en steden in het zuiden. De tien andere kantons, of meer dan 80% van de oppervlakte van het land, zijn rural.

Volgens het PDAT (2003) zijn 105 van de 116 Luxemburgse gemeenten «plattelandsgemeenten», meestal dorpen. Op een totaal van 190 000 inwoners woont ongeveer 42% in dorpen op het platteland. De hoofdplaatsen van de rurale kantons zijn kleine steden. Zij zijn gelegen in een rurale omgeving en vormen ontwikkelings- en attractiecentra (CDA) voor de gemeenten en de dorpen in het omliggende rurale gebied. Volgens het PDAT zijn er 15 CDA in het land; zij vormen een nationaal netwerk en een

coherent systeem van ruimtelijke organisatie met het hinterland naar gelang van hun centrale ligging en hun toegankelijkheid, hun niveau wat de verstrekte openbare en privé-diensten betreft en hun capaciteit inzake proviandering.

In Luxemburg en in andere regio's van Europa blijkt tussen de stad en het platteland een groeiend gebied te zijn dat fungeert als een brug tussen de stedelijke ruimte en de rurale ruimte. Die dunbevolkte ruimte die op weg is naar verstedelijking (rurbanisation) wordt vooral gekenmerkt door haar monolithische verblijf- en woonfunctie verspreid over het rurale landschap.

Hier zou ik even willen stilstaan bij de evolutie van onze dorpen. Zowel in eigen land als in onze buurlanden, is het beeld van de dorpen de jongste vijftig jaar, maar nog meer de jongste twintig jaar, gevoelig veranderd.

Tot in de jaren vijftig was het «dorp» het leefkader van de plattelandsbewoners. Het was hun «wereld»! Hun geboortedorp was vaak de plaats waar ze leefden, een opleiding volgden en werkten, kortom hun referentiekanaal. Het dorp was de plaats waar ze zich bevoorraadden en waar ze alles bij de hand hadden. Nagenoeg heel hun leven speelde zich af in het dorp, rond de haard.

In de 21e eeuw, in het derde millennium, veranderen onze plaatselijke gemeenschappen voortdurend. We zoeken allemaal een optimale mobiliteit en toegankelijkheid. De afstanden worden dus kleiner, de ruimte heeft geen duidelijke grenzen, de naties ontmoeten elkaar, de culturen vloeien in elkaar over en de identiteiten raken op elkaar afgestemd.

Vandaag is het voor iedereen duidelijk: de «hele wereld» is herleid tot een «global village» waarover wij het vaak hebben in de context van een «global world», een multiculturele samenleving, een multidisciplinaire kennismismaatschappij met een uiterst divers en een uiterst complex verloop en waar de afstanden van gisteren de plaats ruimen voor de mobiliteit van morgen.

Waarde genodigden, ik schets u zo'n «village image» om duidelijk te maken dat het verschijnsel van de globalisering, met zijn positieve en zijn negatieve gevolgen, vandaag niet langer beperkt blijft tot de wereldsteden, maar ook –en a fortiori – het platteland en de dorpen treft. Met dat bijkomend belangrijk gegeven moet, in de context van de identiteit van een ruraal gebied wat de benadering van het toerisme betreft, rekening worden gehouden.

Dat is precies een cruciaal argument dat pleit voor een geïntegreerde planning in de landelijke gebieden en in de optiek van een duurzame ontwikkeling op plaatselijk/gemeentelijk vlak. De beleidsmensen en mandatarissen van de gemeenten hebben, samen met hun diensten, er alle belang bij een oriëntatiekader en een geïntegreerd richtplan uit te stippen waarin de perspectieven en de oriëntaties van een duurzame ontwikkeling van hun dorp en van het platteland worden uitgezet.

In Luxemburg streeft het departement Plattelandsontwikkeling van het Ministerie van Landbouw, in partnerschap met de plattelandsgemeenten, al sinds 1990 zo'n geïntegreerde planning na aan de hand van Plannen voor Gemeentelijke ontwikkeling (PDC). De PDC-planning en concepten worden momenteel bijgestuurd en geoptimaliseerd in het kader van de nieuwe wetgeving over de ordening van de gemeenten en de stedelijke ontwikkeling van 2004. Elke gemeente is verplicht, in het kader van de regelmatige updating van de algemene plannen van aanleg (PAG) van de gemeenten, vooraf een voorbereidende PAG-studie uit te voeren die als basis dient voor de opties en de oriëntaties van de toekomstige gemeentelijke ontwikkeling.

De PDC-planning omvat alle aspecten van een geïntegreerde gemeentelijke ontwikkeling, die rond vier gelijkwaardige krachtlijnen zijn gegroepeerd:

- het woonmilieu, de demografische evolutie en de mobiliteit;
- de regionale context, de sociaal-economische structuren en de collectieve voorzieningen;
- het natuurlijk en menselijk milieu, de ecologie en de biodiversiteit in het woonmilieu;
- de sociaal-culturele activiteiten, de plaatselijke identiteit en de ontmoetingsplaatsen.

De uitvoering van dit planningsproces in meer dan 75 plattelandsgemeenten van het land, en medegefinancierd voor 50% door ons departement, heeft vijf duidelijke troeven van zo'n gezamenlijke demarche blootgelegd en bevestigd:

- het PDC is niet enkel een geïntegreerd richtplan of een leiddraad voor de ontwikkeling van de gemeente ten behoeve van de beleidsmensen bij hun contacten met hun diensten;
- maar ook een concreet coördinatiemiddel voor de gemeente;
- het PDC is een proactief participatiemiddel voor de burgers van het maatschappelijk middenveld, en dus voor alle betrokken rurale actoren;
- het PDC zorgt trouwens voor een geordende demarche en een geordend verloop, aan de hand van prioriteiten in de tijd en in de ruimte;
- het PDC omvat een meerjarenprogramma voor keuzes en acties met het oog op een duurzame ontwikkeling dat door alle betrokken belangengroepen van de gemeente wordt gedragen.

Dames en heren, laten we terugkeren naar de evolutie van de plattelandsgebieden en de dorpen waar de grote veranderingen vooral het sociaal-economisch niveau en het sociaal-cultureel niveau en dus ook de toeristische activiteiten hebben beïnvloed.

De landbouw, de wijnbouw de bosbouw, die destijds belangrijke economische en sociaal-culturele factoren van de dorpen en van het platteland waren, spelen niet meer dezelfde doorslaggevende rol, noch in de rurale economie, noch in de dorpsgemeenschap.

De primaire economische sector verliest fors aan belang sinds de jaren vijftig toen zijn aandeel in de werkende bevolking in Luxemburg nog ongeveer 20% bedroeg. In 1981 vertegenwoordigden de landbouw en de wijnbouw nog 5% van de totale beroepsbevolking, en in 2006 bedroeg dat aandeel nog 1,2%. In absolute cijfers spreekt men vandaag van ongeveer 2300 landbouw- en wijnbouwbedrijven die in 2006 in Luxemburg 3920 arbeidskrachten op jaarbasis tewerkstelden

De diepgaande wijzigingen in de dorpsgemeenschap komen ook in het leefkader van de plattelandsbevolking tot uiting. Meer en meer dorpen worden woon- en recreatieoorden die geleidelijk hun andere functies, zoals werk, bedrijvigheid, bevoorrading of gemeenschap, verliezen.

Deze economische veranderingen, met andere woorden de achteruitgang van de primaire sector ten voordele van de sterk groeiende tertiaire sector van openbare en privédiensten, hebben ertoe geleid dat het merendeel van de werkende bevolking van het platteland dagelijks pendelt naar zijn werk dat zich vaak in de stedelijke centra rond de hoofdstad of althans in een gewestelijk CDA bevindt.

Deze groeiende mobiliteitsstromen worden trouwens versterkt door de dagelijkse komst van zowat 118 000 pendelaars uit de grote Frans-Belgisch-Duitse regio die in de onderscheiden sectoren van de Luxemburgse economie zijn tewerkgesteld.

Wat Luxemburg betreft, beïnvloeden deze twee mobiliteitsaspecten - pendelaars van en naar Luxemburg - niet enkel de demografische spreiding in de ruimte, althans tussen 7 uur 's ochtends en 19 uur

's avonds, maar hebben zij ook gevolgen voor het leefklimaat, het verenigingsleven en de identiteit van de dorpsbewoners.

Toch kan onze plattelandsbevolking niet vergeleken worden met die van echte rurale gebieden in andere Europese regio's, zoals Scandinavië of aan de Middellandse Zee.

De Luxemburgse rurale wereld moet, gelet op zijn grootte en de afstanden in Luxemburg, eerder beschouwd worden als een geïntegreerde rurale wereld met een uitgesproken onderlinge afhankelijkheid tussen het platteland, het dorp en de kleine stad.

Dat is ook de verklaring waarom de recente demografische evolutie in Luxemburg gekenmerkt wordt door wat ik een uittocht van de stad naar het platteland zou durven noemen. Deze migratie is vooral toe te schrijven aan een beperkte beschikbaarheid van grond en aan een ontsporing van de prijzen in de stad.

De huidige tendens van «rurbanisation» - met andere woorden de stad die zich op het platteland vestigt» - dreigt tot ernstige problemen te leiden die nu al gevolgen hebben voor de plattelandsgebieden en de vrijheden van de betrokkenen. Dat is de reden waarom de prioritaire bekommernissen van de rurale gebieden die in het nieuw PDR in de verf worden gezet, nog meer toegespitst zijn op:

- de kwaliteit van het leefkader van de plattelandbewoners;
- de voorzieningen, de proviandering en de mobiliteit in de dorpen en de rurale ruimte,
- het behoud van het leefmilieu, de natuurlijke hulpbronnen en de landschappen,
- een doordacht beheer en een doordachte toewijzing van de ruimte,
- een billijke ontwikkeling van de onderscheiden sociaal-economische sectoren, onder meer het toerisme en last but not least,
- de culturele uitstraling van de dorpen en hun bevolking.

Zowel de nationale strategie als de maatregelen van het PDR 2007-2013 werden in die optiek uitgewerkt voor een totaal investeringskrediet van 510, 65 miljoen euro voor Luxemburg over de komende zeven jaar.

Onder de vier thematische krachtlijnen van het nieuw Luxemburgs PDR worden in krachtlijn 3 «Verbetering van het leefklimaat in de rurale gebieden en Bevordering van de diversificatie van de rurale economie» de nieuwe geïntegreerde demarche en de maatregelen voor een plattelandsontwikkeling omschreven.

Krachtlijn vier: «LEADER-benadering» is nauw verbonden met krachtlijn drie van het nieuw PDR. LEADER dat deel uitmaakt van het programma voor plattelandsontwikkeling beoogt de vorming van plaatselijke partnerschapcapaciteiten (regionale GAL) alsook het ten uitvoer leggen van plaatselijke ontwikkelingsstrategieën ter bevordering van de werkgelegenheid en de diversificatie.

In principe zal de LEADER-benadering dus geïmplementeerd en geconcretiseerd worden aan de hand van de maatregelen van krachtlijn 3. Deze twee thematische krachtlijnen ter bevordering van de geïntegreerde plattelandsontwikkeling zijn dus complementair. Samen vertegenwoordigen zij in totaal 53,75 miljoen euro, of 12,5 % van het nationaal PDR tussen 2007 en 2013.

Dames en heren, in het laatste deel van mijn betoog zal ik de concrete oriëntaties toelichten van de programmatiemaatrelen van de strategische krachtlijn 3 waarvoor in totaal ongeveer 40 miljoen euro werd uitgetrokken.

In krachtlijn drie worden met het oog op een sociaal-economische diversificatie en een sociaal-culturele heropleving – ten voordele van de plattelandsgebieden en in het belang van hun dorpsgemeenschappen – in totaal zeven convergerende maatregelen vastgelegd. Ik geef ze in willekeurige volgorde.

1. Diversificatie naar niet aan landbouw gebonden activiteiten

Met een totale investering van 1,2 miljoen €, beoogt dit strategisch deel, dat met overheidssteun (communautair en nationaal) voor 30% wordt medegefincierd, de ontwikkeling van producten en diensten die verband houden met activiteiten uit de landbouw/wijnbouw of bosbouw.

Eensdeels houden deze producten of diensten verband met het verfijnen en het in de handel brengen van kwaliteitsvolle landbouw-, wijnbouw-, bosbouw- of ambachtelijke producten die streekgebonden zijn en/of bestemd voor consumptie

Anderdeels vormen de omzetting, de valorisatie en de distributie van autochtone hernieuwbare bronnen uit de landbouw- en de bosbouwsector voor energiedoelen - bijvoorbeeld een valorisatie van de biomassa - een belangrijk ontwikkelingspotentieel zowel inzake energie, leefmilieu als economische bedrijvigheid.

De onontbeerlijke multifunctionaliteit van de landbouw- en de bosbouwsectoren gaat niet enkel op voor de valorisatie van de voedingsmiddelen van de hoeve of voor de levering van energie, maar ook voor een geïntegreerd beheer van de hulpbronnen, de ruimte en het landschap. Een uitbreiding naar de oprichting van onthaalhoeves, herberghoeves of nog andere sociaal-economische of recreatieve diensten, in het belang van de autochtone bevolking en een kwaliteitsvol plattelandstoerisme, is ook mogelijk.

Met zo'n maatregel wordt uiteraard in de eerste plaats een diversificatie van de landbouwsector beoogd. Wie steun ontvangt dient dus een privéproject te dragen, in een landbouw-/bosbouwuitbating, in de hoedanigheid van landbouwer/wijnbouwer/tuinder of bosbouwer, ofwel op individuele basis ofwel verenigd of gegroepeerd in een coöperatie of een syndicaat.

2. Steun aan de oprichting en de ontwikkeling van microbedrijven.

Deze maatregel voor een totale investering van 1,6 miljoen euro is bedoeld voor de dragers van openbare projecten of plaatselijke of gewestelijke autoriteiten – zoals gemeentes, verenigingen van gemeentes, natuurparken – en dragers van privéprojecten – belangengroepen, handelaars, landbouwers of andere particulieren – en staat enkel open voor Kleine en Middelgrote Ondernemingen die in een communautaire aanbeveling nader worden bepaald.

De overheidssteun van 40% strekt ertoe het ondernemerschap aan te moedigen, de oprichting van nieuwe bedrijven op het platteland in de hand te werken en bijgevolg de diversificatie van het economisch plattelandweefsel te versterken.

Het gaat hier om proactieve structuren op plaatselijk niveau zoals buurtloketten of wachtdiensten, ruilbeurzen die een innoverende vorming, een logistieke bijstand of een coaching aan de ondernemers uit de wereld van de KMO's in de regio zelf aanbieden.

De potentiële gebruiker beschikt dank zij de rechtstreekse bijstand in het veld, over alle nodige informatie over de oprichting en het beheer van zijn bedrijf.

Deze begeleiding verbetert tevens de levensvatbaarheid van de KMO's, vergemakkelijkt voor jongeren en vrouwen de toegang tot jobs in eigen streek en draagt ook bij tot een versterking van de rurale identiteit.

3. Aanmoediging van de toeristische activiteiten

Om het toeristisch aanbod in Luxemburg te diversifiëren, het verblijf op het platteland te verlengen en de klanten aan zich te binden, is het zaak de aanwezige troeven, specifieke en potentiële eigenschappen van onze plattelandsgebieden ten bate van een kwaliteitsvol toerisme te valoriseren. Deze duurzame

demarche past in een optimalisering van het natuurlijk, bebouwd en cultureel erfgoed van de unterscheiden streken en dorpen.

Dergelijke toeristische activiteiten worden ontwikkeld in een aangepast infrastructurnetwerk dat is aangepast aan de regionale dimensie om aldus dynamische klanten van alle leeftijden warm te maken voor het plattelandstoerisme of zelfs aan zich te binden. Enkele realisaties waaraan wordt gedacht: rurale documentatiecentra en musea, interculturele wandelpaden en gerichte toegang tot natuurlijke ruimtes en culturele sites, toeristische producten aangeboden door de landbouwer, de ambachtsman of de inwoner, recreatie- en wellnessdiensten aan de hand van autochtone hulpmiddelen die op de hoeve worden aangeboden, professionalisering van de toeristische competenties en van de plaatselijke actoren. Ten slotte is het bevorderen van een toerisme van hoog niveau op het platteland eveneens een niet te onderschatten motor om de regio's, de dorpen en de plaatselijke economie nieuw leven in te blazen en komt het het inkomen van de plattelandsbevolking ten goede.

Deze maatregel waarin in totaal meer dan 2 miljoen € zal worden geïnvesteerd, is voorbehouden voor dragers van openbare projecten, namelijk de gemeenten, de verenigingen van gemeenten, natuurstuinen, en de dragers van privéprojecten, zoals particulieren, handelaars, landbouwers, ondernemingen of verenigingen die ijveren voor het plattelandstoerisme. De steun van de overheid bedraagt 30%. Wat de verrichtingen betreft die in aanmerking komen voor steun, zal het niet gaan om logiesinfrastructuur zonder meer aangezien het nationaal netwerk aan gîtes en gastenkamers al goed ontwikkeld en zelfs oververzadigd is.

4. Basisdiensten voor de economie en de plattelandsbevolking

In het belang van de vitaliteit van de dorpen en van het platteland dienen de basisdiensten voor de economie en de plaatselijke bevolking zoveel mogelijk te worden behouden, gediversifieerd of hersteld.

Dat geldt niet enkel voor de plaatselijke handelsactiviteiten of proviandering maar ook voor het plaatselijk openbaar vervoer en de mobiliteitsdiensten, de sociale onthaalstructuren, de begeleiding en de oppas alsmede de culturele en recreatieve structuren.

Dergelijke initiatieven inzake bijstand en gebruiksvriendelijkheid verbeteren niet enkel het leefklimaat, maar vergroten ook de actiemogelijkheden en de vrijheid van handelen voor de plattelandsbewoners. Het aanbod van dergelijke essentiële diensten leidt tot jobs in de buurt, en de aanwezigheid van dergelijke diensten in het dorp, zoals kinderopvang, oppas en begeleiding van personen die niet langer zelfredzaam zijn, werkt de tewerkstelling van vrouwen op het platteland, evenals het aanbod van buurtjobs voor werkenden van het platteland in de hand.

Anderdeels draagt het bevorderen van materiële diensten aangeboden door regionale (kunst)ambachters in grote mate bij tot een heropleving van de plaatselijke handel en de aantrekkracht van de plaatselijke, intrinsieke hulpmiddelen waardoor voor de betrokken circuits en markten een meerwaarde ontstaat. Met deze maatregelen, waarvoor een krediet van niet minder dan 14 miljoen euro is uitgetrokken met een overheidssteun van 45% - wordt dus niet enkel een duurzame ontwikkeling op economisch en sociaal-cultureel gebied in de regio beoogd, maar wordt er tevens naar gestreefd verlaten gebouwen op een doordachte wijze opnieuw in gebruik te nemen en het bebouwd erfgoed in de dorpen te vrijwaren.

Net zoals voor de laatste twee doelstellingen, kunnen zowel openbare instellingen als privépersonen, verenigingen of belangengroepen aanspraak maken op deze steun.

5. Restaureren en ontwikkelen van de dorpen

De projecten inzake het restaureren en het ontwikkelen van de dorpen stoelen op geïntegreerde en participatieve gemeentelijke ontwikkelingsconcepten en dus op de PDC-planning die ik zopas heb toegelicht.

In overleg met de openbare instanties en in samenwerking met de rurale actoren van het maatschappelijk middenveld, zetten de plattelandsgemeenten zich in om diverse geïntegreerde gemeentelijke projecten, zoals het behoud, de revalorisatie en het herdefiniëren van een rurale typologie, het behoud en de heraanwending van het bebouwd cultureel erfgoed, het bevorderen van de identiteit van het dorp aan de hand van de idee «, geef het dorp opnieuw een hart» uit te werken en ten uitvoer te leggen.

Deze maatregel inzake gemeentelijke of regionale ontwikkeling, waarvoor een investeringskrediet van 10 miljoen is uitgetrokken, richt zich in de eerste plaats tot de dragers van openbare projecten zoals de gemeenten, de intercommunales of natuurparken, maar ook particulieren en privaatrechtelijke belangengroepen kunnen er aanspraak op maken. De meerwaarde van een geïntegreerde en participatieve aanpak, met andere woorden de win-win situatie, zal bepalend zijn voor de prioritaire toekenning van een overheidssteun van 50%.

6. Behoud en valorisatie van het ruraal erfgoed

De doelstellingen van deze maatregel, waarvoor in totaal 8 miljoen euro is uitgetrokken, zijn eveneens geworteld in de geïntegreerde planning van de PDC (gemeentelijke ontwikkelingsplannen).

Voor de desbetreffende projecten, beoogt de proactieve samenwerking tussen plaatselijke autoriteiten, openbare instanties en plaatselijke actoren van het maatschappelijk middenveld vooral het in stand houden en de valorisatie van het natuurlijk en ruraal erfgoed, meer bepaald diverse projecten inzake bescherming, restauratie en duurzaam beheer of «biomonitoring» van natuurlijke hulpbronnen en ruimtes binnen en/of aan de rand van de dorpen, zoals bosjes, boomgaarden, hagen en lanen, waterlopen, vijvers, weiden en gazons.

Vallen hier eveneens onder het restaureren of het in zijn natuurlijke staat herstellen van overgangszones tussen de bebouwde ruimte en de open ruimte alsook van openbare groene ruimtes in het licht van de autochtone eigenheid en de plaatselijke/regionale typologie.

Een ander oogmerk van deze thematiek heeft betrekking op het restaureren en het valoriseren van secundaire sites en structuren van het dorpsweefsel of nog documentatie over getuigen van vroegere culturele gewoontes zoals gestapelde muren, holle wegen, terraswijngaarden, geulen, panden of irrigatievijvers.

De diverse openbare of privé-actoren uit de rurale wereld kunnen aanspraak maken op een steun van 25% toegekend aan projecten die de bescherming en de valorisatie van het ruraal erfgoed beogen.

7. Vorming en informatie van de economische actoren op de gebieden gedekt door Krachtlijn 3

Economische diversiteit en het waarborgen van diensten voor de burgers leiden tot nieuwe buurtjobs. Tegelijkertijd wordt het platteland geconfronteerd met een stijgende intrinsieke vraag naar geschoold personeel dat in de diverse sociaal-economische sectoren is gespecialiseerd.

Om voordeel te kunnen halen uit de huidige evolutie naar een kennismaatschappij in een rurale milieu en in de algemene optiek van «lifelong learning», is deze maatregel vooral toegespitst op voortgezette vorming, gespecialiseerde informatie en professionele begeleiding van de betrokken rurale actoren in de regio zelf. Voor die maatregel werd ongeveer 3,2 miljoen euro uitgetrokken.

Voor die gespecialiseerde vormings- en begeleidingsprojecten zal een beroep worden gedaan op ITC-technologieën die van cruciaal belang zijn en die de toegang tot de kennismaatschappij vergemakkelijken. Een aantrekkelijk vormings- en begeleidingsaanbod ter plaatse zal er tevens toe bijdragen de vereiste beroepsprofielen aan de aangeboden of gezochte jobs in de regio aan te passen.

De toegekende overheidssteun van 40% is bedoeld voor de economische actoren die actief zijn op de onderscheiden thematische domeinen van krachtlijn 3: leefklimaat en economische diversificatie van het ruraal milie. De steun kan gaan naar dragers van openbare projecten en van privéprojecten.

Tot zover dames en heren, een hele reeks voorgestelde opties en maatregelen die een geïntegreerde en duurzame ontwikkeling in de landelijke gebieden de komende jaren moeten stimuleren of zelfs ondersteunen. Nu is het zaak de diverse rurale actoren aan te moedigen en te begeleiden bij het maken van een doordachte keuze van de te nemen initiatieven alsook bij het doordacht realiseren van hun projecten.

Ik dank u voor uw belangstelling en uw aandacht. Uiteraard antwoord ik graag op uw vragen of opmerkingen.

Uiteenzetting door de heer Eric Jurdant, directeur van de «Hébergements touristiques pour la Wallonie», België

Het plattelandstoerisme en het hoevetoerisme in Wallonië: de sleutels van het succes

1. 88 % van het Waals grondgebied is landelijk.

Het plattelandstoerisme kan op twee manieren worden benaderd. Ten eerste kan men uitgaan van elke vorm van toeristische activiteit in een ruraal gebied. Aangezien 88% van het Waals grondgebied als platteland wordt beschouwd, kunnen we ervan uitgaan dat het Waals toerisme in hoofdzaak ruraal is. Dat is grotendeels waar. Dat is waarschijnlijk de reden waarom het concept «plattelandstoerisme» zich voor de toeristische autoriteiten beperkt heeft tot een tweede zeer pragmatische benadering, namelijk de ontwikkeling van ruraal toeristisch logies en hoevetoerisme.

2. De verschillen cultiveren, het authentiek authentieke valoriseren

De term «landelijk» doet meteen denken aan vredige dorpen, kastelen, hoeves en schattige huizen te midden van een tuin, maar ook aan velden vol gewassen en bossen, weiden en panorama's, fauna en flora. Men denkt ook meteen aan streekproducten waarin de kenmerken en de gewoontes van de streek tot uiting komen. Kortom, de ruimte, de mensen en ... de tijd. Deze elementen geven de plaats de identiteit die voor elke toeristische activiteit onmisbaar is. Zou u een streek bezoeken die geen ziel, geen identiteit heeft? Mensen gaan in de eerste plaats op reis omdat ze de cultuur van de ander willen leren kennen.

Nu de toerist meer en meer aan het zappen gaat, moet de banalisering van onze levenswijze een troef zijn voor de sector van het plattelandstoerisme: het komt erop aan onze verschillen en onze echte specifieke kenmerken te cultiveren. Wij zijn daar de voorbije kwart eeuw in geslaagd.

3. Een dienst «Tourisme de terroir et meublés de vacances» (streektoerisme en gemeubelde vakantiewoningen).

De dienst «Direction des hébergements touristiques» die ik al negen jaar leid, heeft dus niet enkel dit algemeen beleid, maar ook een specifiek beleid «Plattelandstoerisme et hoevetoerisme» ten uitvoer gelegd. Die dienst heet voortaan «Tourisme de terroir et Meublés de vacances» (streektoerisme en gemeubelde vakantiewoningen).

4. Verblijfsaccommodaties in het Waals plattelandstoerisme: een netwerk van meer dan 3000 erkende logiesverblijven.

De jongste 26 jaar, na de goedkeuring van het decreet van de Franse Gemeenschap over de plattelandgîtes en de gastenkamers, is de belangstelling voor het zogenaamd plattelandstoerisme in Wallonië toegenomen. De groei bereikte een nooit geziene exponentiële hoogte zodat van een Waalse success story kan worden gewaagd.

Hoe kan die belangstelling voor logies op het platteland, het groen toerisme in het algemeen, zowel van uit het standpunt van de producent (eigenaar) als van de consument (toerist) worden verklaard? Er zijn diverse verklaringen:

a) Ten eerste, de ontevredenheid over het klassiek hotelproduct. Twintig jaar geleden was het Waalse hotelwezen verouderd, vervallen, niet veilig, duur en vaak gekoppeld aan een maaltijd in het restaurant, volgens de geïgende formule «pension» of half pension». Met andere woorden een prijs/kwaliteit verhouding die de klanten afschrikt.

b) De stress van het stadsleven heeft de belangstelling voor groene, kalme en stille ruimtes, voor eenvoudige, speelse activiteiten (fietsen, wandelen, een avond rond het haardvuur in gezinsverband...) doen toenemen. Het platteland is een nuttig maatschappelijk tegengif geworden dat drijft op een rijke verbeelding die leeft in het geheugen van elk gezin: de afkomst of de opgedane ervaring (een kamp van de scouts bijvoorbeeld). Er is ook de terugkeer naar het platteland, de natuur, de oude waarden, de traditie...

c) Het toenemend belang dat wordt gehecht aan het milieubehoud (de media, de verenigingen die opkomen voor het leefmilieu, de ecologisten...) en het bebouwd erfgoed (dag van het erfgoed groeiende belangstelling van de overheid voor het inheems erfgoed en het «klein erfgoed»...) hebben geleid tot een bewustwording van het Waals potentieel dat moet worden ontwikkeld.

d) De onvermijdelijke achteruitgang van het aantal actoren en bedrijven in de landbouwsector, waardoor de landbouwsyndicaten verplicht waren een nieuwe vorm van diversificatie van het inkomen door het verblijf van toeristen op de hoeve te ontwikkelen

e) Ten slotte, het vertrouwen van de toerist in de formidabele organisatie die in Wallonië voor de toeristische verhuur werd gerealiseerd. Dat vertrouwen werd mogelijk gemaakt dank zij een coherente driepoot: regelgeving, advies en begeleiding, boekingscentrale.

5.Een succesvolle driepoot: een wettelijk kader, een dynamische bedrijfssector, een degelijke verspreiding

– een wettelijk kader: dat het niveau van de voorzieningen en van het comfort van het logies waarborgt, dankzij de beschermden benamingen zoals «Gîte rural» of «Chambres d'hôtes», een klassering in «aren» die gratis worden uitgereikt door het Commissariaat-generaal voor het Toerisme, en een periodieke controle van het logies; voor alle inlichtingen (in het Frans): <http://commissariat.tourisme.wallonie.be>.

– een dynamische bedrijfssector: een (niet al te uitgesproken) professionalisering van de eigenaars dankzij de begeleiding door twee verenigingen: de «Gîtes de Wallonie» voor de rurale eigenaars, die veruit het talrijkst zijn, en «Accueil champêtre en Wallonie» voor de landbouwers. Deze verenigingen van eigenaars adviseren hun leden, begeleiden en verdedigen hen; zij vertegenwoordigen hun leden in tal van adviesorganen (Conseil d'administration de l'Office de Promotion du Tourisme Wallonie-Bruxelles, Comité Technique des Hébergements de Terroir et Meublés de vacances, Commission Sécurité-Incendie, Commission Consultative de Recours, Conseil Supérieur du Tourisme, enz.). Bezoek hun sites: www.gitesdewallonie.net en www.accueilchampetre.be.

– een actieve en degelijke verspreiding: «BELSUD». Het gaat hier om een meertalige webstek in zes talen (meer dan 11.300.000 bezoekers in 2006, waarvan 20% raadplegingen voor streeklogies), een papieren gids in drie edities (grote publiek, vakmensen en commercieel) en in drie talen (Frans, Nederlands, Engels) op 85.000 exemplaren, een informatie- en boekingscentrale, die werd opgericht om de toenmalige leemte die de privésector destijds liet, op te vullen. In 2006 werden meer dan 360.400 Guides

Belsud gedownload. Bezoek onze site, naar keuze: www.belgique-tourisme.be, www.opt.be, www.wallonie.be, www.belsud.be.

6. Elke succesformule heeft haar grenzen: banalisering en kwalijke gevolgen

Maar elke succesformule heeft haar grenzen die door de beleidsmensen tijdig moeten worden onderkend: naarmate de sector zijn echte positieve waarden benutte (plaatselijke ontwikkeling, valorisatie van het erfgoed van de dorpen, betaalbare microkredieten, heropleven van bepaalde dorpen,...) kwamen meer en meer negatieve verschijnselen aan het licht: een toenemende banalisering van het product «plattelandsgîtes», een daling van de verblijfsduur en de kwalijke gewoonte om op de laatste minuut te boeken. De banalisering van een product dat aanvankelijk de eigen streek weerspiegelde, is opmerkelijk: de verwijten aan het adres van het verouderd hotelwezen, gaan nu soms ook op voor de huursector: weinig smaakvol meubilair, klunzige decoratie, verwelkoming door een buurvrouw, twijfelachtig onderhoud. Het economische haalde de bovenhand op het intieme, het menselijke, het nabije, het kleinschalige. Het streekgebonden verwaterde. Tussen de verwachtingen van de toerist en de werkelijkheid dreigde de kloof te groot te worden. Er werden gîtes met een grote capaciteit aangeboden (XXL). De inwoners begonnen te «lijden» onder de kwalijke gevolgen. Een voorbeeld, drie jaar geleden heb ik in mijn dorp waar er soms wrijvingen zijn tussen toeristen die de kroegen afschuimen en enkele inwoners die er...permanent verblijven, een colloquium georganiseerd over «Toeristische bemiddeling». Het probleem beperkt zich kennelijk tot de groepen die steeds minder een verantwoordelijke chef hebben.

7. Van plattelandstoerisme (tourisme rural) naar streektoerisme (tourisme de terroir) in Wallonië

Het nieuw decreet van 2003 over toeristische logiesverblijven heeft dan ook, via de invoering van een nieuwe categorie «Hébergement de tourisme de terroir» genaamd, een nieuwe strategie ingevoerd.

- Op de klant afgestemd onthaal

Het was zaak het typisch logies waar de klanten nog werden verwelkomd door de eigenaar zelf of door een lid van zijn gezin dat onder hetzelfde dak leeft, te herwaarderen.

Naast zijn rol van ambassadeur van zijn streek fungeert de eigenaar die instaat voor de ontvangst ook als persoon tussen het actieve leven van het soms lawaaiiger platteland - het mechanisch oogsten en de groeven waar tot 's avonds laat wordt gewerkt, de jeugdkampen en de talrijke bals in open lucht die tot in de vroege uurtjes uitlopen - en de gasten die er verblijven. We moeten aandacht hebben voor het verschil tussen, enerzijds, het ideaalbeeld dat de toerist heeft van zijn verblijfplaats, de plattelandstreek en, anderzijds, de realiteit. Professor Daniel Bodson (UCL-LLN), heeft aangetoond dat de plattelandbewoners, ongewild, een gedrag en een stedelijk tempo hebben aangenomen ook al is hun onmiddellijke omgeving het platteland. Of zoals Dean MacCannell stelt «Het echte leven is elders lijkt het toeristisch gedrag impliciet te zeggen. De «anderen» worden verondersteld «in de realiteit» te leven, in tegenstelling tot het gejaagd en gekunsteld leven van de moderne wereld. Vandaar de belangstelling voor andere culturen waarvan men denkt dat ze in de realiteit van de dingen, in het echte leven staan». Vandaar de belangstelling voor het platteland...

Maar de nostalgie voor het dorp waar iedereen iedereen kent, waar de markt, de fiets, de wandelpaden en de bossen een belangrijke plaats bekleden, heeft nog een mooie toekomst: zolang het gejaagd en kunstmatig leven van het midden of hoger kader (50% van de klanten) blijft wat het is, zal zijn gezin er welkom zijn....

De verhuur in de stad valoriseren

Het was ook nodig de ontwikkeling van de toeristische verhuur in de stad, een verschijnsel, dat in het zuiden van het land sterk ontwikkeld is, mogelijk te maken. Als bindend element werd gekozen voor de term «terroir» en bijgevolg «Hébergement de terroir» die een authentiek, weliswaar door de toerist geïdealiseerd beeld oproept.

Economische steun enkel voor «hébergement de terroir»

Voortaan wordt enkel de inrichting van de «Hébergement de terroir» gesubsidieerd. Voor de andere logiesvormen, «Meublés de vacance» (gemeubelde kamers) blijven wel een benaming en een klassement met «sleutels» (cf. Clévacances in Frankrijk) gelden. De «Zwitserse chalets», de appartementen, de huizen die door woningbureaus worden verhuurd, de banale woningen, enz. zullen geleidelijk in die categorie worden opgenomen.

Objectieve architecturale criteria specifiek voor het «terroir wallon»

Samen met de dienst voor stedenbouw (DGATLP), werd een rooster eenvoudige architecturale criteria typisch voor het «terroir» uitgewerkt om een objectieve behandeling van de accommodaties mogelijk te maken.

Gîtes met een grote capaciteit voortaan respectvol

De benaming «Gîtes de grande capacité» zal voortaan enkel nog worden toegekend wanneer ten aanzien van de buren enkele strikte regels worden nageleefd (lokalisatie, minimum parking en recreatierruimte).

Vitrines voor streekgebonden producten

Een andere nieuwheid die het decreet heeft ingevoerd: het aanmoedigen en het subsidiëren van «vitrines» voor streekproducten in de logiesverblijven. Vooral de gastenkamers die de jongste jaren meer en meer succes kennen (+ 900 kamers), wellicht omdat zij met zekerheid tegemoetkomen aan een van de grootste wensen van de toerist, namelijk menselijk contact, komen hiervoor in aanmerking.

La table d'hôte (de gastentafel)

Ook hier heeft het decreet een belangrijke nieuwheid ingevoerd: het begrip «table d'hôte» (gastentafel) dat voortaan bij wet is beschermd. De gastentafel is voortaan de gezinstafel die uitsluitend wordt aangeboden in de erkende gastenkamers en alleen aan de gästen die daar verblijven. De maaltijd bestaat uit een enkele gezinsschotel, indien mogelijk met streekproducten. Het tweede «B & B»-salon zal trouwens op 17 en 18 maart doorgaan in het Tentoonstellingspark van Brussel. Het succes van de eerste uitgave verleden jaar heeft me persoonlijk verrast: het buitenland was zeer goed vertegenwoordigd en er was ook een nieuwheid: een stand met een Guide des chambres d'hôte die door Belgen in het buitenland worden aangeboden. Tal van wijnboeren, biologische hoeves en kaasboeren wisten er een onderleg publiek te overtuigen!

Onze nieuwe regelgeving zal pas over enkele jaren, wanneer een kritische massa logiesverblijven zich aan het nieuwe decreet zal hebben aangepast, een kruissnelheid bereiken.

8. Het Tourisme de Terroir (streektoerisme) in Wallonië: wat zijn de toekomstperspectieven?

De evolutie voor de komende jaren hangt samen met de kwaliteit, de recreatie en de wellness, de thematisering, de streektafels en -producten, de actieve vrijetijdsbesteding, het onthaal voor de minder-validen, het leven op de hoeve, de bijeenkomsten van families, groepen en seminars in een groene omgeving, de wandelingen en het cultureel aanbod. Verbeeldingskracht en creativiteit zijn hierbij van groot belang.

Thematisering

Door in te gaan op het verzoek van de verenigingen van het streektoerisme en een forse subsidie toe te kennen die een gerichte promotie van de thematische gastenkamers en gîtes in de hand moeten werken, heeft de Minister van Toerisme degelijk werk geleverd. Het gaat hier om logies dat een specifiek thema in de verf zet: visvangst, bionatuur, panda, tuin, erfgoed, enz. De eigenaar moet over een minimale vakbekwaamheid beschikken en het verblijf moet een ad hoc voorziening aanbieden. De toerist, die steeds hogere eisen stelt, zal er zich aan zijn hobby of zijn geliefkoosde vrijetijdsbesteding kunnen wijden.

De «toeristische illusie» voorkomen

De streek waar aan toerisme wordt gedaan dient te beschikken over degelijke troeven en een gamma producten dat steeds wordt vernieuwd men mag niet vervallen in een exogeen toerisme (dat floeert), de door de toerist gezochte authenticiteit mag niet worden bevroren om commerciële redenen en men dient een «mise en scène» van een bepaalde theatrale authenticiteit die decorateurs nastreven om in «Marie-Claire» of «Ma Maison» aan bod te komen, te vermijden.

Tijdig op de toekomst vooruitlopen

Het gaat hier om het voortbestaan: steeds moet men op de wensen van de klant vooruitlopen. Maar het komt er vooral op aan waarachtig en rendabel te blijven. Hiermee hebben we het gezegd: de marketing viert hoogtij. Maar dan een marketing waar de plaatselijke ontwikkeling, de duurzame ontwikkeling, de fierheid van het waarachtige, het andere leven, nog altijd uiterst origineel blijven. Bestaat het gevaar niet dat er een overvloed aan «terroir» ontstaat, met ander woorden is de «terroir» niet bedreigd? Gaat het hier om een modeverschijnsel dat we aandachtig moeten volgen? Persoonlijk denk ik dat het woord «terroir» in grotere mate is bedreigd dan de producten zelf. De sector van het toeristisch «terroirlogies» heeft momenteel een trap in zijn ontwikkeling bereikt wat het aantal bezoekers betreft. We maken waarschijnlijk een regeling van de markt mee: de eerste eigenaars verkopen hun zaak of stoppen ermee omdat ze te oud zijn. Maar er zullen zich andere projecten aandienen: ik verwijst graag naar de «Guide Vins et Cuisines du Terroir en Chambres d'Hôtes», een nieuwe publicatie van «Samedi Midi» te Lyon. Volgens de uitgever zijn de Belgen ten zeerste in die publicatie geïnteresseerd!

In afwachting raad ik u de Guide BELSUD , een volledige gids van het «Tourisme de terroir wallon», en de door de twee verenigingen gepubliceerde gidsen aan.

Wallonië? Waar het goed leven is!

Enkele nuttige adressen:

MINISTÈRE DE LA REGION WALLONNE, COMMISSARIAT GENERAL AU TOURISME Place de la Wallonie 1, bat III
5100 – NAMUR
Tel.: +32-81-33 40 23
e-mail: ejurdant@mrw.wallonie.be

OFFICE DE PROMOTION DU TOURISME WALLONIE-BRUXELLES
Rue Saint Bernard 30
1060 - Bruxelles
Tel: +32-504 02 80
e-mail: belsud@opt.be

GITES DE WALLONIE ASBL
Avenue Prince de Liège 1
5100 - NAMUR
Tél: +32-81-31 18 00
e-mail: gitesdewallonie@skynet.be

ACCUEIL CHAMPETRE EN WALLONIE
Chaussée de Namur 47
5030 - GEMBLOUX
Tel.: +32-81-60 00 60
e-mail:accueilchampetre@fwa.be

[Eric Jurdant, jurist van opleiding, was trouwens Voorzitter-Stichter van de vereniging «Gîtes de Wallonie» in 1989, en Voorzitter van 'Eurogîtes' van 1995 tot 1997. In zijn hoedanigheid van ambtenaar was hij gedurende 14 jaar directeur van een modelcentrum van het Tourisme rural te Villers-Sainte-Gertrude (Durbuy), een uniek gîtesdorp in Wallonië, met een capaciteit van 212 bedden. Hij heeft drie colloquia georganiseerd: «Créer son gîte ou sa chambre d'hôtes» (1989), «Tourisme et circulation en forêt, c'est possible» (1994), et «La médiation touristique: résoudre les relations touristes-habitants» (2004).]

Uiteenzetting door de heer Robert L. Philippart, directeur van het Office national du Tourisme, Luxembourg, over het plattelandstoerisme in het Groothertogdom Luxemburg

Het plattelandstoerisme kan niet los worden gezien van het toerisme in zijn geheel in het Groothertogdom Luxemburg. Men moet oog hebben voor de globaliteit.

Inzake toerisme kan men een onderscheid maken tussen stedelijke zones (zones urbains), zones die aan het verstedelijken zijn (in het jargon zones rurbains) en de rest, de rurale zones, die het grootste gedeelte van het grondgebied bestrijken.

Het Groothertogdom wordt verder ingedeeld in vijf toeristische regio's: Ardennes (in het noorden), Centre, Terres Rouges (in het zuiden), Mullerthal en Moselle.

Plattelandstoerisme mag evenmin worden verward met toerisme op de buiten of boerderijtoerisme. Beiden hebben een verschillend profiel dat beantwoordt aan onderscheiden karakteristieken.

Het toerisme in het algemeen, in aantal aankomsten, groeit, maar de vooruitgang in de stedelijke gebieden is beduidend sterker dan in de landelijke gebieden.

De verdeling over de vijf toeristische regio's vertoont ook grote ongelijkheden. De «stedelijke» regio's Centre en Terres Rouges vertegenwoordigen 62 % van de aankomsten, de «rurale» regio's Ardennes, Mullerthal en Moselle 38 %.

Dezelfde ongelijke verdeling vindt men terug wanneer men het aantal aankomsten verdeelt over de verschillende vormen van verblijfsaccommodatie. Van de 977 410 aankomsten in 2005 in het Groothertogdom waren er 696 089 hotelverblijven, 188 185 verblijven op een camping en 93 136 in andere types van verblijf zoals jeugdherbergen (+ 60 %), gastenkamers en vakantiewoningen.

Wanneer men evenwel rekening houdt met de verblijfsduur zien de cijfers er anders uit. Het totale aantal overnachtingen bedroeg 2 742 257, waarvan 1 385 181 op hotel, 1 045 862 op de camping en 338 214 in andere types van verblijf. De gemiddelde verblijfsduur is dus het kortst op hotel (2 nachten) en het langste op de camping (5,5 nachten). Het plattelandstoerisme is dus in grote mate een «openluchattoerisme» waarvan het uitzicht in grote mate bepaald wordt door de camping.

Alhoewel het plattelandstoerisme in het geheel dus minder sterk staat dan het toerisme in de stedelijke gebieden blijkt uit de hiervoor vermelde cijfers toch dat het ook een grote aantrekkingskracht heeft.

Op het vlak van het plattelandstoerisme stelt men vast dat het aantal aankomsten zoals gezegd groeit over de jaren, maar het totaal aantal overnachtingen stagneert sedert 1995. Het groeit nog licht op de campings, maar stagneert in de hotels en daalt eerder in de andere verblijfsvormen.

De bezettingsgraad ligt in algemene regel ook lager op het platteland dan in de stedelijke gebieden. Voor het gehele land bedroeg de bezettingsgraad in 2005 56,6 %.

In de regio's Centre en Terres Rouges, waar men meer met zakentoerisme te maken heeft, bedroeg hij respectievelijk 60,3 % en 47,3 %. In de landelijke regio's Ardennes en Mullerthal waar het meer om recreatief toerisme gaat bedroeg hij respectievelijk 37,5 % en 43,3 %. In de regio Moselle, waar het thermalisme belangrijk is, haalde men dan weer 61,4 %.

Het verschil in bezettingsgraad heeft enerzijds te maken met het seizoensgebonden karakter van het plattelandstoerisme en anderzijds met de capaciteit en de kwaliteit van de hotels.

De hotels van de regio Centre tellen gemiddeld 38,37 kamers, die van de regio Terres Rouges 26,55 kamers en die van de regio Moselle 21,61 kamers, tegen respectievelijk 17,06 en 18,17 kamers in de regio's Ardennes en Mullerthal. Het grootste hotel in Luxemburg telt 337 kamers, in de regio Moselle is dat 104 kamers, in de regio Ardennes 52 kamers en in het Mullerthal 60 kamers.

De hotels op het platteland zijn overwegend kleine familiale hotels. Hoe kleiner het hotel, hoe beperkter ook de mogelijkheden om groepen op te vangen. Daar staat dan weer tegenover dat de grotere hotels het moeilijker hebben om individuele klanten op te vangen. Maar in algemene regel zijn het de hotels die investeren die het beste presteren.

Wie zoekt nu het platteland op, en voor welke redenen? Een traditioneel publiek zijn de bejaarden, maar er is een sterke toename van kaders en groepen met kinderen. Voor een belangrijke groep gaat het in de eerste plaats om een terugkeer naar de bron. Het zijn mensen die nu in stedelijke of industriële regio's wonen, of zelfs in landelijke regio's, en die teruggaan naar hun «roots». Zij vormen de grootste groep, zowel in aantal als inzake het aantal nachten verblijf.

Ook de tendens naar meer maar kortere vakanties laat zich voelen. Het gaat in veel gevallen om een vakantie die tussen een echt kort verblijf en een traditionele langere vakantie in ligt.

De plattelandstoerist is vooral op zoek naar een bepaald levenskader, een vakantie «in familie» of «tussen vrienden» of «rust» en «herbronning», ver weg van het jachtige stadsleven. Hij is meer geïn-

teresseerd in lange wandelingen dan in sportieve activiteiten. Hij wenst te genieten van het landschap en de lokale cultuur.

Daarbij zijn ook wel wat verschillen. Nederlanders zijn meer op zoek naar sportieve activiteiten, Duitsers zijn eerder op zoek naar cultuur en de Belgen komen vooral voor de wandelmogelijkheden en de lokale gastronomie.

Maar in alle gevallen geldt dat de vakantieganger wat «kouwelijk» is. Hij wil zekerheid. Hij houdt niet van verrassingen, of het nu goede of slechte zijn.

Men moet ook rekening houden met de evolutie. De tendens naar meer maar kortere vakanties in alle seizoenen heeft tot gevolg dat de vakantieganger meer en meer op korte termijn beslist. Weliswaar raadpleegt hij daarbij ook meer en meer het internet, maar beslissen hoe hij zijn verblijf inricht doet hij ter plekke. Dat brengt mee dat de zekerheid en de kwaliteit van het aanbod een eerste prioriteit is. Voor de verhuurder is het ook belangrijk het «sociale aspect» te verzorgen en oog te hebben voor de vriendschapsband met de klanten en met de plaatselijke bevolking.

Wat zijn de toekomstperspectieven? Waarvan moet werk worden gemaakt? Men moet het aanbod valoriseren door het uitwerken van forfaits, de toegang vergemakkelijken zowel op het vlak van de verplaatsingen als inzake de informatie, de goed bewaarde natuur uitspelen als voornaamste verkoopargument, het verschil maken door de kwaliteit en zekerheid van het aanbod, dus de capaciteit en de dienstverlening verbeteren, en nicheproducten aanbieden die de grillen van het weer of het klimaat kunnen opvangen (themahotels en –campings, wandelmogelijkheden, wellness, kunsten, gastronomie, streekproducten, enz.).

Debat

De heer Happart dankt de sprekers voor de interessante uiteenzettingen. Hij verleent het woord aan de aanwezigen voor hun vragen en opmerkingen.

De heer Bossuyt verwijst naar de uiteenzetting van mevrouw Kuitert waaruit blijkt dat de situatie in Nederland wordt gekenmerkt door een grote diversiteit in aanbod en commercialisering. Worden er inspanningen geleverd om een lijn te krijgen in de toch wat chaotische toestand?

Mevrouw Kuitert bevestigt dat de situatie eerder versnipperd is en dat haar organisatie maar één van de kleintjes is die mee aan tafel zitten. Toch is het niet eenvoudig de zaken meer te structureren. Er zijn grote verschillen inzake aanpak, cultuur, enz. De politieke wereld gaat ervan uit dat de sector zelf wat orde moet scheppen, maar in de sector zelf zouden velen het niet erg vinden dat er wat sturing kwam van boven af.

Een Litouws lid van de Baltische Assemblee wijst erop dat de landbouwsector in Litouwen nogal wat gebruik maakt van chemische producten. In twee regio's wordt nu biologisch geproduceerd. De spreker is van oordeel dat het plattelandstoerisme de nadruk moet leggen op dat aspect. Een toerist die zijn vakantie doorbrengt in een dorpje moet er kunnen op rekenen dat hij te maken heeft met biologisch zuivere producten. De landbouwer die biologisch produceert moet wel rekening houden met een mindere opbrengst. Hij zou daarvoor moeten kunnen rekenen op financiële steun van de Europese Unie.

Mevrouw Kuitert deelt de mening dat wat men proeft en eet een belangrijk onderdeel is van het geheel, en dat men dat moet betrekken in de promotie. Het gaat niet alleen om de accommodatie en om wat er te doen valt, maar ook om wat men eet en drinkt.

De heer Jurdant bevestigt dat de toerist veel belangstelling heeft voor al wat met de natuur in ruime zin te maken heeft: ecologie, ecologisch bouwen, bionatuur, enz. Het toerisme heeft dus belangstelling voor dat type van product, en men heeft te lang gewacht om het te ontwikkelen.

De heer Lebrun merkt op dat er op een aantal vlakken toch grote inspanningen geleverd worden in Wallonië. Hij verwijst naar het voorbeeld van zijn gemeente die vooral op de economie en de industrie was gericht, maar deze laatste is volledig telenoeg gegaan in de jaren '70.

Men poogt nu het tij te keren door de natuurlijke rijkdommen uit te spelen, bijvoorbeeld door wandelwegen in te richten en door te streven naar een niet-seizoensgebonden toerisme. De gemeente heeft bijvoorbeeld geïnvesteerd in de heraanleg en opwaardering van de dorpskern, in de ontwikkeling van trekpleisters, enz. Er kon ook een beroep worden gedaan op Europese subsidies.

Men stelt vast dat de privésector nu ook begint te investeren. Er zijn initiatieven op het vlak van de herinrichting van het landschap, de reconstructie van het pre-industriële landschap, een goed onderhoud onder andere met schaapskuddes, enz. De ontwikkeling van het toerisme leidt nu langzaam maar zeker tot een lichte stijging van het levensniveau.

De plaatselijke besturen hebben dus een belangrijke rol te spelen op dat vlak, maar «one shots» volstaan niet; er is behoefte aan een voortgezette inspanning.

Mevrouw Talhaoui vraagt of de Beneluxlabels, die vroeger bestonden voor hotels, nog bestaan. Men ziet ze in elk geval niet veel meer.

De heer Jurdant preciseert dat het systeem van de Beneluxlabels op verzoek van Nederland werd opgeheven. Het bestond ook alleen voor hotels, wat dan nog de het gemakkelijkst te regelen sector was. De sector van het ruraal toerisme is daarnaast ook niet overal op dezelfde wijze gestructureerd. In Luxemburg is de zaak ook in handen van de privésector. In Wallonië is het ruraal toerisme gereglementeerd, in Vlaanderen is er bij zijn weten geen reglementering, althans niet voor kleine accommodaties.

De sector van het ruraal toerisme is trouwens niet uniform, gelet op de samenhang met de natuur, de lokale eigenheden en karakteristieken, enz.

Misschien moet men het minder zoeken op het vlak van een uniform label en eerder zorgen voor goede informatie en communicatie. Waar het in de eerste plaats op aankomt is te weten hoe men de verschillende classificaties moet lezen en vergelijken. Vier aren (épis) in Frankrijk stemt overeen met drie aren in Wallonië omdat de Waalse normen strenger zijn.

De heer Nijs preciseert dat in Vlaanderen ook voor accommodaties op het platteland vanaf vier kamers een hotelvergunning vereist is. De rest van de sector van het plattelandstoerisme is nog niet gereglementeerd, maar men werkt aan een globaal decreet.

Meerdere sprekers zijn van oordeel dat het toch nuttig zou zijn het Beneluxlabel opnieuw te ontwikkelen.

Einde van de werkzaamheden van vrijdag 19 mei 2007

De heer Negri bedankt de sprekers en de deelnemers en sluit de werkzaamheden van de eerste dag van de conferentie af om 17 uur.

WERKZAAMHEDEN VAN ZATERDAG 20 MEI 2006

I. — Plattelandstoerisme in de Baltische Staten Rapporteur: de heer Luuk Blom

Welkom door de heer Luuk Blom, voorzitter van de commissie voor Ruimtelijke Ordening en Infrastructuur

De heer Blom opent de werkzaamheden om 9.30 uur en verwelkomt de aanwezigen.

De heer Blom merkt op dat hij in zijn parlement partijwoordvoerder is voor recreatie en toerisme, maar dat het onderwerp – en zeker het plattelandstoerisme – niet zo vaak op de agenda van het parlement verschijnt. De bespreking blijft dan ook meestal beperkt tot de toeristische agenda en de vraag wat de politiek kan doen om toeristen aan te trekken en waarop de nadruk kan worden gelegd.

Men stelt daarbij ook vast dat Nederland een prachtig land is voor toeristen. Vooral Duitsers bezoeken in grote getale het land. In Zeeland maken zij 80 % van alle toeristen uit.

Inmiddels is het duidelijk dat het platteland en de taak van de agrarische sector verandert. De sector is nu in grote mate afhankelijk van (Europese) subsidiestromen, maar die zullen tegen 2011 of 2012 opdrogen.

Er ontstaan bijgevolg nieuwe concepten zoals minicampings op de boerderijen, met maximum 15 staanplaatsen, of landschapscampings. Een vergunning als landschapscamping kan maar worden bekomen als men ook aan landschapsontwikkeling doet. Men spreekt dan over een gebied van 10 tot 15 hectaren.

De agrarische sector moet op zoek naar nieuwe economische mogelijkheden. Toerisme in het algemeen en plattelandstoerisme in het bijzonder, is er een van.

De heer Blom verleent het woord aan mevrouw Damberga als eerste spreker van het compacte ochtendprogramma.

Uiteenzetting door mevrouw Antra Damberga, Project Specialist of the Country Holidays, Letland

De Letse vereniging voor het plattelandstoerisme is een niet gouvernementele vereniging van aanbieders van accommodatie voor plattelandstoerisme die formeel werd opgericht in 1993. Oorspronkelijk telde de vereniging, waarvoor de eerste afspraken teruggaan tot 1990, 33 leden. Thans zijn er 350 actieve leden en een staf van 14 personen. De kantoren zijn gevestigd in Riga. De drie Baltische Staten samen tellen een 1 000-tal accommodaties voor plattelandstoerisme.

Vanaf 1990, toen de Baltische Staten hun onafhankelijkheid herwonnen, viel het systeem van de collectieve boerderijen uiteen en begon de ontwikkeling van privéboerderijen. De overgang bracht mee dat de boeren ook op zoek gingen naar extra inkomsten, die zijn onder meer vonden in het verhuren van kamers aan toeristen. Het was echter allemaal zeer bescheiden.

In 1993 werd dan de vereniging opgericht, en werd de ontwikkeling van het plattelandstoerisme op georganiseerde wijze aangepakt, met een gegevensbank, een kwaliteitssysteem en –controles, promotie en een reservatielid.

De vereniging ontwikkelt nu activiteiten op het vlak van productontwikkeling inzake plattelandstoerisme,

kwaliteitscontrole en classificatie, training en consulting, promotie en marketing via brochures, kaarten en het internet, en lobbying in het belang van haar leden.

Tussen 60 en 80 % van de markt van het plattelandstoerisme is binnenlands toerisme.

In de eerste helft van de jaren 90, tot '96, onderscheidde men voornamelijk twee types van accommodatie: kamers met ontbijt, met gedeeld toilet en douche, en zeer beperkte investeringen in meubilair en uitrusting, waarbij de toeristen dus gewoon mee gebruik maakten van de familiefaciliteiten van de aanbieder, en self-catering vakantiehuisjes, die meestal enkel in de zomer dienden omdat ze niet verwarmd waren, en waarvan de bemeubeling bescheiden was. Een probleem met de eerste vorm van accommodatie was dat de klanten meer privacy wensten.

Vanaf 1997 werd Europese en nationale steun beschikbaar zodat het niveau van de vakantiewoningen kon worden verbeterd, met eigen faciliteiten, renovaties, nieuwbouw, enz.

Nu onderscheidt men vier categorieën van verblijven: landhuizen (bed and breakfast, maaltijden, activiteiten en diensten), self-catering vakantiehuisjes (afzonderlijke slaapkamer, living, goed uitgeruste keuken, wc en douche, beschikbaar per dag), guesthouses (meer dan vijf slaapkamers, sauna, ruimte voor feesten en seminars, activiteiten en ontspanning) en kastelen of manors (kamers of zalen voor banketten, seminars of conferenties).

Voor de kwaliteitsclassificatie gebruikt men 1 tot 4 vlinders en er is een specifiek ecolabel met 1 tot 4 blaadjes.

Het echte hoevetoerisme is in Letland uiteindelijk niet van de grond gekomen onder andere door een gebrek aan belangstelling van de boeren zelf en van de toeristen. De grotere guesthouses zijn meestal geen eigendom van plaatselijke inwoners, maar wel van stedelingen die ze bouwen als investering.

Het plattelandstoerisme in de Baltische Staten wordt thans onder meer gekenmerkt door een ruim aanbod van uitrusting en activiteiten, zoals sauna, boten, mogelijkheid tot paardrijden, allerlei sporten waaronder ook tennis en golf, het ter beschikking stellen van fietsen, skiverhuur, vissen, het aanbieden van maaltijden, enz.

Daarnaast worden ook actieve vakanties en circuits georganiseerd met een combinatie van verblijf in landelijke accommodaties, bezoeken aan sites en attracties, maaltijden en kaarten, en wandel-, ski- of kanocircuits, circuits voor paardrijden, of een combinatie van diverse mogelijkheden.

Enkele cijfers voor het jaar 2006 met betrekking tot het plattelandstoerisme. In totaal waren er 325 330 overnachtingen. Ongeveer 70 % van de toeristen kwam in de zomermaanden. De binnenlandse toeristen bleven gemiddeld 1,4 nachten, de buitenlandse 3,25. Zij spenderden ongeveer € 10 001 050 in de landelijke accommodaties. De gemiddelde bezettingsgraad ligt tussen 13 en 17 %.

De vereniging promoot het plattelandstoerisme door de uitgave van een catalogus van de accommodaties in de drie landen, door middel van kaarten voor natuurvakanties, circuits en rondritten, enz., door actieve vakanties te stimuleren. Er moet ook worden verwezen naar haar website www.countryholidays.lv.

Wat zijn de uitdagingen voor het plattelandstoerisme in de Baltische Staten?

Het is duidelijk dat het privé-initiatief niet volstaat en te zwak is om de ontwikkeling te dragen. Er is nood aan samenwerking op het policy-making niveau, en aan de beschikbaarheid van de nodige middelen om vervolgens de nodige stappen te nemen. Het gaat daarbij onder andere om gezamenlijke productont-

wikkeling, zoals fietsroutes, bewegwijzerde routes, producten voor natuurtoerisme, gemeenschappelijke infrastructuur (wegwijzers, enz.), gemeenschappelijke marketing en promotie via brochures, websites, informatiekanalen.

Men moet er ook voor waken dat bepaalde producten in het plattelandstoerisme hun eigenheid verliezen of verloren gaan door overregulering of een te strikte interpretatie van de regels.

De plaatselijke keuken met lokale producten is een van de meest gevraagde extradiensten maar de financiële investeringen in de keukens die daarvoor vereist zijn – onder meer in verband met de hygiëne - zijn niet in verhouding met de omvang van de zaak en dus onbetaalbaar als men het nog rendabel wil houden.

Veel toeristen komen speciaal voor de traditionele sauna's, maar de bouw- en uitrustingsvoorschriften, met douches, enz., gaan in tegen die traditionele vorm van sauna's. Nochtans is het dat laatste wat de markt vraagt. De groeiende populariteit van natuursites leidt tot een verhoging van het aantal bezoekers, en dus tot de nood aan aangepaste infrastructuur zoals parkings, wandelwegen, sanitair, en daardoor tot een groeiende bezorgdheid voor de mogelijke aantasting van de natuurwaarde en de biodiversiteit.

Eenzelfde probleem rijst met betrekking tot de selfcatering vakantiehuisjes. Hoe populairder die worden, hoe meer er gebouwd worden, maar dat botst met het gegeven dat de toerist die een dergelijk huisje huurt vooral op zoek is naar rust en privacy, terwijl de markt nog niet bereid is daarvoor te betalen.

Om aan die uitdagingen tegemoet te komen worden allerlei projecten geïnitieerd, onder andere in het kader van de Leonardo da Vinci, LIFE en Interreg programma's van de Europese Unie, het EEA *Financial Mechanism* en het *Norwegian Financial Mechanism*, naast nationale financiering.

Zo kan onder meer worden verwezen naar het project «*A new approach for quality in European rural tourism*» met kwaliteitscriteria voor de accommodaties voor plattelandstoerisme en een kwaliteitsinspectiehandboek, een webapplicatie voor kwaliteitsbeoordeling en een virtueel model voor de training van kwaliteitscontroleurs.

Het project «*A common Development Strategy of Rural Tourism in the Baltic Countries – an Open Source Information System for Small and Micro Enterprises in Rural Areas*» betreft een informaticasysteem voor accommodaties voor plattelandstoerisme in de Baltische Staten en een marketingstrategie voor dat toerisme.

Het project «*Agora - network sustainable tourism development in the Baltic Sea Region - www.agora-tourism.net*» is een netwerk van 44 partners in 10 landen van de regio van de Baltische Zee. Het verzamelt informatie over toeristische projecten om de ervaring en resultaten te bewaren voor de toekomst en beschikbaar te stellen voor geïnteresseerde gebruikers. Een pilootproject is het project «*Sustainability through common rural tourism quality aspects*» dat een overzicht biedt van ontwikkelingen op het gebied van duurzaam toerisme in Letland, met aanbevelingen en acties om negatieve gevolgen op het vlak van het leefmilieu of negatieve sociale of economische gevolgen van het toerisme te beperken of te voorkomen op het niveau van alle stakeholders. Duurzaamheidscriteria worden ingevoerd in de kwaliteitscriteria voor accommodaties voor plattelandstoerisme en er wordt gestreefd naar specialisatie op het vlak van het aanbod van duurzame producten van plattelandstoerisme.

Als besluit kan worden gesteld dat het plattelandstoerisme in de Baltische Staten een degelijk georganiseerde en gesstructureerde en groeiende sector vormt van de plattelandseconomie. Om plattelandstoerisme ook in de toekomst een rol te laten spelen in de ontwikkeling van het platteland moeten verplichte investeringen en maatregelen die niet in verhouding staan tot de omvang van kleine familiebedrijfjes op

relevante wijze financieel ondersteund kunnen worden, en is een adequate ondersteuning vereist voor de ontwikkeling en marketing van het Baltische plattelandstoerisme als product.

Tot slot. Waarom komt u niet eens op bezoek op het Baltische platteland? U vindt er natuur en biologische diversiteit op een schaal die uniek is in Europa, levende tradities, schitterend lokaal voedsel, en dat alles authentiek. Niets is in scène gezet. De Baltische Staten staan zeker open voor samenwerking.

Uiteenzetting door de heer Sven Sester, ondervoorzitter van de commissie voor Economische Aangelegenheden, Communicatie en Informatie van de Baltic Assembly, Estland

Decennialang was het plattelandstoerisme nagenoeg onbestaand in Estland. Tijdens de bezetting door de Sovjet-Unie mocht een buitenlandse toerist niet buiten Tallinn verblijven. De toegang tot bepaalde gebieden (de eilanden en het kustgebied) was zelfs beperkt voor de plaatselijke bevolking. Voor deze grensgebieden was een speciale vergunning vereist.

Vanaf de onafhankelijkheid van Estland in 1991 is de toestand snel veranderd en het plattelandstoerisme werd een zich snel ontwikkelende industrietak. Het aanbod omvat logies, visvangst, paardrijden, kanoën, trektochten, seminars in prachtige natuurlijke landschappen, enz.

Gelet op de stijging van het aantal overnachtingen van toeristen buiten de steden met 35% in Zuid-Estland, met 38% in West-Estland en met 49% in Noord-Estland, kan men stellen dat de markt van de toeristische diensten absoluut competitief is. Wilde en authentieke landschappen, sauna's, mogelijkheid om bessen en paddenstoelen te plukken, enz. verhogen ontegenzeglijk de aantrekkracht van hoeve-toerisme voor de internationale toeristen. De natuurlijke landschappen, de eilanden en de kustgebieden bieden immense mogelijkheden. Een goed doordachte marketing zou van Estland zeker een internationaal competitieve speler maken aangezien het land, in vergelijking met de rest van de wereld, over tal van goed bewaarde plekjes en streken beschikt die voor nieuwe indrukken kunnen zorgen.

De zwakke samenwerking tussen de toeristische sectoren en de ontoereikende activiteiten van de dienstverlening is echter een probleem.

Technische basisinformatie

Plattelandstoerisme kan als volgt worden omschreven:

- een toerisme in een (natuurlijke) plattelandsomgeving,
- een toerisme dat de nadruk legt op indrukken opgewekt door de natuur en
- een tak van het toerisme die de natuur voor businessdoeleinden gebruikt.

Het omvat:

- logies (gastenververblijf, motels-hotels, catering),
- visvangst en jacht
- paardrijden,
- ecotoerisme (kanoën en trektochten, uitstapjes naar prachtige plekjes om de natuur te bestuderen, enz.).

De potentiële output van de activiteiten is het aantal toeristen dat een logies heeft geboekt, de wandelpaden heeft gebruikt, een kano heeft gehuurd of heeft gevist. De output is ook het aantal mensen dat tevreden is over de dienstverlening, dat voor andere activiteiten zal terugkomen en dat andere mensen aanbeveelt hun voorbeeld te volgen.

De basisvereisten om de activiteiten te kunnen ontwikkelen zijn:

- panden die voor logies zijn geschikt;
- waterplassen- en lopen, vis, hengelroedes, mogelijkheid om vis te braden en te roken voor degenen die aan visvangstoerisme doen;
- paarden en de vereiste uitrusting voor degenen die dergelijke activiteiten aanbieden;
- de organisatoren van uitstapjes dienen over de vereiste uitrusting te beschikken (kano, fiets, mogelijkheden om te picknicken);
- de wandelpaden moeten worden gemarkeerd.

Tevens is personeel vereist (voor de kamers, koks, reisorganisatoren, gidsen, enz.) om activiteiten te ontplooien; de omvang van de middelen is afhankelijk van de aangeboden dienstverlening (de drie belangrijkste diensten zijn: logies, paardrijden, visvangst en jacht).

Een combinatie van de aangeboden diensten betekent een meerwaarde voor alle takken van de toeristische diensten. Er zijn toerismehoeven waar de gasten kunnen leren manden te vlechten, waar ze schapenham - een specialiteit die op de hoeve zelf wordt geproduceerd - kunnen proeven, bessen kunnen plukken, souvenirs en met de hand vervaardigde producten kunnen kopen, enz.

Nadere financiële gegevens

De investeringsbehoeften, de prijzen en de kosten- en batenstructuur verschillen sterk naar gelang van de onderscheiden toerismevormen.

Met betrekking tot de prijzen kan men over het algemeen stellen dat de prijzen van de diensten van het hoevetoerisme adequaat zijn en niet lager liggen dan elders in de wereld (prijs voor het logies tussen 150 en 1 500 EEK, of 10 tot 100 euro. De juiste prijs is afhankelijk van het seizoen en de bezetting. Een ontbijt kost 40 tot 60 EEK, of 3 tot 5 euro, een middagmaal 50 tot 150 EEK, of 4 tot 10 euro. Paardrijden kost 100 tot 200 EEK per uur, of 6 tot 13 euro; voor een kilo gevangen zalm wordt gemiddeld 120 EEK of 8 euro betaald.

Marktinformatie en mogelijkheden

De activiteiten van meer dan de helft van de inwoners van Zuid-Estland en de eilanden houden in min of meer grote mate verband met plattelandstoerisme (30 tot 35% volgens de ramingen).

Natuursites en landschappen vormen in Estland de rurale toeristische gebieden met de meeste mogelijkheden. In de toeristische informatiepunten (I points), die in de regionale steden zijn gevestigd, kan het management van het hoevetoerisme zijn nadere contactgegevens achterlaten. Die informatiepunten zijn dan ook belangrijk voor het verlenen van diensten inzake het plattelandstoerisme. Zij verdelen tevens brochures en folders die de toeristen inlichten over logies, recreatiemogelijkheden en het reizen.

De markt is fors gegroeid. Ook de reisagentschappen zijn begonnen met het verzamelen en het verspreiden van informatie over toeristische boerderijen die logies en recreatie aanbieden in de regio. Toch zouden die hoeves zelf meer reclame moeten maken. Cross-sale zou ook van groot nut kunnen zijn (de toeristische boerderijen zouden niet enkel hun eigen diensten maar ook de aanvullende diensten van nabijgelegen boerderijen moeten aanbieden).

Aangezien het hoevetoerisme meestal geëxploiteerd wordt door ondernemers is hun samenwerking van essentieel belang. Dat is de enige manier om een geheel – een toerismegemeenschap – uit te bouwen dat alle actoren ten goede komt. Uit de praktijk blijkt dat het plattelandstoerisme in Estland het best gedijt

in gebieden waar de samenwerking op plaatselijk niveau goed verloopt. Zo'n samenwerking is essentieel voor een efficiënt plattelandstoerisme.

Beknopte vooruitzichten voor 2007

Zowel de aanhoudende gezonde economische toestand in Estland als het aanbod van nieuwe locatiesmogelijkheden en toeristische attracties laten ook voor 2007 een stijgende vraag naar binnenlands toerisme verhopen.

Indien de uitzonderlijk warme winter ook in februari en maart aanhoudt, zullen de traditionele vakantieoordenvoor sneeuwvakantie in Zuid-Estland tijdens het eerste kwartaal tamelijk harde klappen krijgen.

Verwacht wordt dat het inkomend toerisme in 2007 matig zal stijgen. De opening van nieuwe hotels zou in zekere mate een positieve invloed op buitenlandse overnachtingen moeten hebben.

In 2007 zullen in Tallinn meer dan 2100 bijkomende bedden, vooral in vier sterren en vijf sterren hotels, beschikbaar zijn. In Tartu zal een nieuw hotel met 400 bedden de hotelcapaciteit met 30% doen toenemen.

De vervroegde heropening van de bootverbinding met Duitsland (via Helsinki) in 2007 zou ook het toerisme vanuit Duitsland doen toenemen.

De snelle ferryverbinding tussen Tallinn en Helsinki door Tallink's M/S Star die in april 2007 in gebruik zal worden genomen, zal het reizen tussen Estland en Finland in de hand werken.

Op regeringsniveau is het Ministerie van Economische Zaken en Communicatie bevoegd voor de ontwikkeling van het toeristisch beleid.

Op NGO-niveau is de ontwikkeling van het toerisme vooral zaak voor de »Estonian Association of Travel Agencies, de Estonian Hotel and Restaurant Association, de Estonian SPA Association, en de Estonian Rural Tourism Association«. Voor nadere gegevens over bestemmingen in Estland gelieve de site www.visitestonia.com te raadplegen.

Ik dank u voor uw aandacht.

Welkom in Estland!

Uiteenzetting door mevrouw Regina Sirusiene, voorzitter van de Lithuanian Countryside Tourism Association, Litouwen

Litouwen heeft een oppervlakte van 65 200 km² en een bevolking van 3 482 300 personen. De buurlanden zijn Letland, Witrusland, Polen en het district Kaliningrad. Het ligt zoals u weet aan de Baltische Zee

De natuur neemt nog een grote plaats in. Er zijn 722 waterlopen langer dan 10 km waarvan 21 langer dan 100 km. Het land telt ook meer dan 3 000 meren, die samen goed zijn voor 1,5 % van de totale oppervlakte van het grondgebied. De bossen beslaan 31,7 % van het grondgebied, en 12 % van het Litouwse grondgebied is beschermd gebied.

De ooievaar is het symbool van het Litouwse plattelandstoerisme. Hij verschijnt op de website www.countryside.lt en wordt gebruikt als icoon voor de verschillende kwaliteitsklassen (1 tot 4 ooievaars). Een specifieke wegwijzer wordt gebruikt om de weg naar verblijfsplaatsen van landelijk toerisme aan te geven.

Bij de opstart van de vereniging in 1997 werden slechts 17 accommodaties aangeboden, nu al ongeveer 600. Plattelandstoerisme wordt beschouwd als een alternatieve economische activiteit op het platteland.

Wettelijk gesproken mogen de accommodaties niet meer dan 20 kamers tellen. De accommodaties moeten voldoen aan wettelijke hygiënennormen. Er zijn vijf soorten normen: voor de accommodatie, het voedsel, het lawaai, de zwembaden en de sauna's. Het voedsel moet worden bereid overeenkomstig de regelgeving betreffende goede hygiënische praktijken voor accommodaties voor plattelandstoerisme.

Het aantal buitenlandse toeristen steeg van 2 % tot 13 % nadat Litouwen lid werd van de Europese Unie. De specificiteit van het land ontdekt men via het platteland, de tradities en gewoonten, het culinair erfgoed en de volkscultuur. De inrichting van ateliers voor artisanaal handwerk in de accommodaties voor landelijk toerisme wordt gestimuleerd.

Een traditionele Litouwse boerderij bestaat uit vier losse gebouwen rond een erf: de woning, een boerderijgebouw, schuur en dorsvloer en graanschuur.

Zoals gezegd worden de accommodaties ingedeeld in vier kwaliteitscategorieën in functie van het niveau van de boerderij. 10 % behoort tot de laagste categorie en heeft één ooievaar, 35 % heeft twee ooievaars, 42 % heeft drie ooievaars en 13 % heeft vier ooievaars.

Eén ooievaar betekent dat de bezoekers in het hooi slapen in de schuur of op een bescheiden boerderij verblijven en dat slechts minimale diensten worden aangeboden.

Twee ooievaars stemt overeen in een verblijf in een boerderij of een zomerhuisje, met gemeenschapselijk sanitair en douches. De kamers worden gekuist. Catering is volgens afspraak.

Drie ooievaars komt overeen met een verblijf in een boerderij maar onafhankelijk van de bewoners, in een dubbele kamer of een driepersoonskamer. Niet alle kamers beschikken over eigen sanitair of douches. Een keuken met servies en bestek en een sauna zijn ter beschikking van de gasten.

Vier ooievaars betekent een proper en gezellig verblijf, met enkele en dubbele kamers voorzien van alle gemakken en diensten, aanbod van diverse attracties, mogelijkheden, activiteiten, organisatie van feesten, seminars en conferenties.

De providers passen zich ook aan de evoluerende vraag aan door specifieke activiteiten of producten aan te bieden, zoals verblijven op stoeterijen, actieve recreatie, zakenverblijven, verblijven en activiteiten toegespitst op kinderen, op gezondheid en gezonde levenswijze, familiefestivals, ateliers allerhande, ceremonies zoals huwelijken.

Voor de ontwikkeling van het plattelandstoerisme kon een beroep worden gedaan op structurele Europese ondersteuning in het kader van de financiering van structurele maatregelen in landbouw en visserij (Single Programming Document, 4th priority, 2004-2006). De steun voor maatregelen voor de ontwikkeling van het plattelandstoerisme en –handwerk bedroeg in die periode 33,8 %, en vertegenwoordigde een globale som van 72 422 miljoen lit.

Debat

De heer Blom bedankt de sprekers voor hun uiteenzetting. Hij verleent het woord aan de zaal.

De heer Bossuyt stelt vast dat de Baltische Staten belangrijke inspanningen hebben geleverd en blijven leveren op het vlak van het plattelandstoerisme, en dat de Europese Unie daarin zou kunnen bijdragen. Wat is de stand van zaken op het vlak van de afstemming van de structuren en de aanpak tussen de drie landen?

Mevrouw Damberga, de heer Sester en mevrouw Sirusiene wijzen erop dat promotie en marketing zeer belangrijk zijn voor de drie landen, en dat dit een uniforme presentatie en distributie veronderstelt. Er is ook nood aan ondersteuning voor kleine providers die niet kunnen worden beschouwd en behandeld als «*big business*».

De drie landen werken zeer nauw samen inzake toerisme: wegen en spoorwegen en infrastructuur worden verbeterd zodat de toerist veilig en comfortabel kan reizen. De drie toeristische diensten werken ook samen om een stabiel en hoog niveau van de aangeboden diensten te verzekeren. Ze hebben een vergelijkbaar klimaat, naast andere gezamenlijke kenmerken. Zij hebben er dus belang bij zich voor te stellen als één entiteit.

De drie ministeries bevoegd voor toerisme nemen ook alle drie deel aan het hiervoor vermelde Euro-programma 2007-2013 dat onder meer gericht is op het plattelandstoerisme.

De heer Happart meent dat men wel degelijk de nadruk moet leggen op de eigen kenmerken van de drie landen en op de verschillen ertussen. De drie landen bezitten prachtige landschappen, maar toch ook eigen specifieke culturele kenmerken. Dat trekt de toerist ook aan.

II. — Einde van de werkzaamheden

De heer Blom bedankt de sprekers en de aanwezigen. Hij bedankt de voorzitter van de Beneluxraad voor de ontvangst in het prachtige Groothertogdom Luxemburg.

De heer Negri bedankt de Baltische sprekers van vandaag voor hun zeer interessante bijdragen. Hun uiteenzettingen en de doorgedreven kennis van zaken waarvan zij blijk geven vormt een goede aansporing om ter plaatse van het plattelandstoerisme te gaan proeven.

Hij spoort de betrokken commissies van de Beneluxraad aan conclusies te trekken uit de conferentie en de materie verder op te volgen. Ondanks het vele werk dat reeds werd gepresteerd blijft er nog veel ruimte voor initiatieven in verband met het plattelandstoerisme.

De werkzaamheden worden gesloten om 11 uur.

De voorzitters-rapporteurs,
Emile Calmes,
Jean-Marie Happart,
Luuk Blom.

**CONSEIL
INTERPARLEMENTAIRE
DE BENELUX**

15 janvier 2007

Conférence sur le Tourisme rural

Clervaux, 16 et 17 février 2007

RAPPORT

FAIT AU NOM DES COMMISSIONS
DES AFFAIRES ÉCONOMIQUES, DE L'AGRICULTURE ET DE LA PÊCHE,
DES QUESTIONS FINANCIÈRES ET SOCIALES
ET DE L'AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE ET DE L'INFRASTRUCTURE
PAR MESSIEURS EMILE CALMES, JEAN-MARIE HAPPART
ET LUUK BLOM

Programme

Vendredi 16 février 2007
Le tourisme rural au Benelux

MATINÉE

- Président:* M. Emile Calmes, président de la commission des Affaires économiques, de l'Agriculture et de la Pêche
- 11 h: ouverture de la conférence
mot de bienvenue de M. Roger Negri, président du Conseil Interparlementaire Consultatif de Benelux
- 11 h 10: introduction par M. Emile Calmes, président de la commission des Affaires économiques, de l'Agriculture et de la Pêche
- 11 h 20: exposé de M. Vincent Nijs (Toerisme Vlaanderen) sur les aspects économiques du développement du tourisme rural en Flandre, Belgique
- 11 h 40: exposé de M. Joseph Mathay, président de l'*Association pour la promotion du tourisme rural*, Luxembourg
- 12 h: questions - débat
- 12 h 30: déjeuner à l'*Hôtel International*

APRÈS-MIDI

- Président:* M. Jean-Marie Happart, président de la commission des Questions financières et sociales
- 14 h 30: introduction par M. Jean-Marie Happart, président de la commission des Questions financières et sociales
- 14 h 40: exposé de Mme Kyra Kuitert, European Centre for Eco Agro Tourism, ECEAT-Projects, Pays-Bas
- 15 h: exposé de M. Arno Frising, conseiller de direction au ministère de l'Agriculture (*Développement intégré des zones rurales*), Luxembourg
- 15 h 30: exposé de M. Eric Jurdant, directeur des *Hébergements touristiques pour la Wallonie*, Belgique
- 15 h 45: exposé de M. Robert L. Philippart, directeur de l'*Office national du Tourisme*, Luxembourg
- 16 h: questions – débat – conclusions
- 16 h 30: conférence de presse

- 18 h: réception offerte par le conseil municipal de Clervaux et visite de l'exposition «Family of Man» d'Edward Steichen
- 19 h 45: dîner au «Robbescheier» à Munshausen

Samedi 17 février 2007

Le tourisme rural dans les États baltes

Président: M. Luuk Blom, président de la commission de l'Aménagement du territoire et de l'Infrastructure

- 9 h 30: accueil
introduction par M. Luuk Blom, président de la commission de l'Aménagement du territoire et de l'Infrastructure
- 9 h 40: exposé de Mme Antra Damberga, *Project Specialist of the Country Holidays*, Lettonie
- 10 h: exposé de M. Sven Sester, vice-président de la commission de l'Assemblée balte des Affaires économiques, de la Communication et de l'Information, Estonie
- 10 h 10: exposé de Mme Regina Sirusiene, présidente de la *Lithuanian Countryside Tourism Association*, Lituanie
- 10 h 20 – 11 h: questions – débat – clôture de la conférence

Liste des Participants**parlement Benelux****Membres**

Roger Negri, président
Jos Hessels, vice-président
Bart Tommelein, vice-président
Luuk Blom, président de la commission de l'Aménagement du territoire et de l'Infrastructure
Emile Calmes, président de la commission des Affaires économiques, de l'Agriculture et de la Pêche
Jean-Marie Happart, président de la commission des Questions financières et sociales
Sylvie Andrich-Duval
Gilbert Bossuyt
Pierrette Cahay-André
Dick Dees
Hilde Dierickx
Ton Doesburg
Nihat Eski
Michel Lebrun
Lydia Mutsch
Marcel Oberweis
Daniël Senesael
Luc Sevenhans
Louis Siquet
Paula Swenker
Fauzaya Talhaoui
Simon Van Driel
Christian Verougstraete
Frans Weekers
Luc Willems

Staff

Ludy Michiels, secrétaire général
Emile Clement, secrétaire général adjoint
Leo Bellekom, secrétaire national
Pierre Dillenburg, secrétaire national
Christine Bogaert, secrétaire de commission
Hugo Hondequin, secrétaire de commission
Myriam Marchand, secrétaire de direction
Nicole Barbar, interprète
Karel Rampelberg, interprète
Oleg Dodon, interprète
Svetlana Vogeleer, interprète
E. Dernicourt, interprète
J. Deloof, interprète
T. Tennina, collaborateur
P. Bisenius, collaborateur
Nicole Voss, responsable internet et photographie

J. Smet
 W. Desmet
 D. Jamoul
 D. Christians
 Y. Hubert

Conseil Baltique

Membres

Andres Taimla, vice-président de l'Assemblée balte, Estonie
 Vents Armands Krauklis, président de la commission de l'Assemblée balte des Affaires économiques, de la Communication et de l'Informatique, Lettonie
 Sven Sester, vice-président de la commission de l'Assemblée balte des Affaires économiques, de la Communication et de l'Informatique, Estonie
 Bronius Pauza, vice-président de la commission de l'Assemblée balte des Affaires économiques, de la Communication et de l'Informatique, président de la commission du Seimas des Affaires maritimes et de la Pêche, Lituanie
 Uldis Ivars Grava, membre de la commission de l'Assemblée balte des Affaires économiques, de la Communication et de l'Informatique, Lettonie
 Raimundas Palaitis, membre de la commission de l'Assemblée balte des Affaires économiques, de la Communication et de l'Informatique, vice-président de la commission du Seimas des Affaires maritimes et de la Pêche, Lituanie

Staff

Renata Jankauskaite, secrétaire de la délégation lituanienne auprès de l'Assemblée balte
 Ingrida Putnina, secrétaire de la délégation lettone auprès de l'AB
 Ene Rongelep, secrétaire de la délégation estonienne auprès de l'AB
 Marika Laizane-Jurkane, directrice du secrétariat de l'AB

Union Économique Benelux

Peter Janssens, directeur de division
 Marc Naessens, administrateur
 Sonja Van Rossem, coordinatrice

Orateurs

Vincent Nijs, Toerisme Vlaanderen, Belgique
 Joseph Mathay, président de l'Association pour la promotion du tourisme rural, Luxembourg
 Kyra Kuitert, Europees Centrum voor Eco en Agro Toerisme, ECEAT-Projects, Pays-Bas
 Arno Frising, conseiller de direction auprès du ministère de l'Agriculture (Développement intégré des zones rurales), Luxembourg
 Eric Jurdant, directeur des Hébergements touristiques pour la Wallonie, Belgique
 Robert L. Philippart, directeur de l'Office national du Tourisme, Luxembourg
 Antra Damberga, Project Specialist of the Country Holidays, Lettonie
 Regina Sirusiene, présidente de la Lithuanian Countryside Tourism Association, Lituanie

*
 * *

TRAVAUX DU VENDREDI 16 FÉVRIER 2007

I. — Le tourisme rural au Benelux

Rapporteur: M. Emile Calmes

Accueil par M. Roger Negri, président du Conseil Interparlementaire Consultatif de Benelux

M. Negri, président du Conseil Interparlementaire Consultatif de Benelux, ouvre la conférence à 11 h.

Il accueille les participants, espérant qu'ils ont eu un agréable voyage. Il souhaite à tous les participants à la conférence de fructueux travaux à Clervaux et leur souhaite un agréable séjour dans cette magnifique ville et ses environs.

M. Negri donne la parole à M. Calmes, président de la commission du Conseil Interparlementaire Consultatif de Benelux des Affaires économiques, de l'Agriculture et de la Pêche.

Introduction, par M. Emile Calmes, président de la commission des Affaires économiques, de l'Agriculture et de la Pêche

S'exprimant au nom de sa commission, de la commission des Questions financières et sociales et de la commission de l'Aménagement du territoire et de l'Infrastructure, M. Calmes s'associe aux souhaits de bienvenue de M. Negri.

Le tourisme rural constitue une importante activité économique, en croissance tant au Benelux que, sans doute, dans les pays baltes.

Dans nos régions, le tourisme est d'un type différent de celui des pays dont le climat attire en masse les amateurs de soleil. S'il existe de nombreux types de tourisme, du tourisme d'affaires au tourisme urbain en passant par le tourisme culturel, celui-ci se décline aussi dans différentes nuances: le tourisme bleu, balnéaire, le tourisme blanc des destinations enneigées et le tourisme vert.

Durant ces deux jours, la conférence va se concentrer sur le tourisme vert. Celui-ci peut se définir par opposition avec le tourisme en milieu urbain ou urbanisé. Il s'agit en l'occurrence de tourisme et d'activités ayant pour cadre une zone rurale, non urbaine, au milieu de la nature, des agriculteurs et des fermiers.

Il est aussi qualifié de tourisme «doux», «de nature», «intégré», «durable». C'est un tourisme de partage et de rencontre, de convivialité. C'est une merveilleuse formule consistant en de courts séjours, de quelques jours, proposant un large éventail d'activités possibles, dans laquelle il s'agit de profiter des aspects positifs de la campagne, loin de la pollution et des contraintes de la ville.

Le tourisme concerne d'une part les touristes et, d'autre part, tous ceux qui s'investissent dans l'offre et pour le bien-être des touristes sur le plan de l'hébergement, des repas, des produits régionaux, des services touristiques, etc.

C'est pourquoi il s'indique à présent de céder la parole aux spécialistes, qui aborderont sous des angles différents les caractéristiques, l'importance économique, les atouts et les points faibles du tourisme rural.

Exposé de M. Vincent Nijls, Toerisme Vlaanderen, sur les aspects économiques du développement du tourisme rural en Flandre, Belgique

Toerisme Vlaanderen a pour objectifs la promotion du tourisme récréatif et d'affaires en Flandre et le développement qualitatif de l'offre touristique.

Toerisme Vlaanderen est une agence autonomisée interne avec personnalité juridique de la Communauté flamande. Elle assure la promotion du tourisme d'affaires et de loisirs à destination de la Flandre et au sein de celle-ci, dans le cadre de la politique du gouvernement flamand et en collaboration avec l'ensemble du secteur touristique flamand.

Toerisme Vlaanderen a pour mission de promouvoir le tourisme, la récréation touristique et l'organisation des loisirs dans le cadre du tourisme.

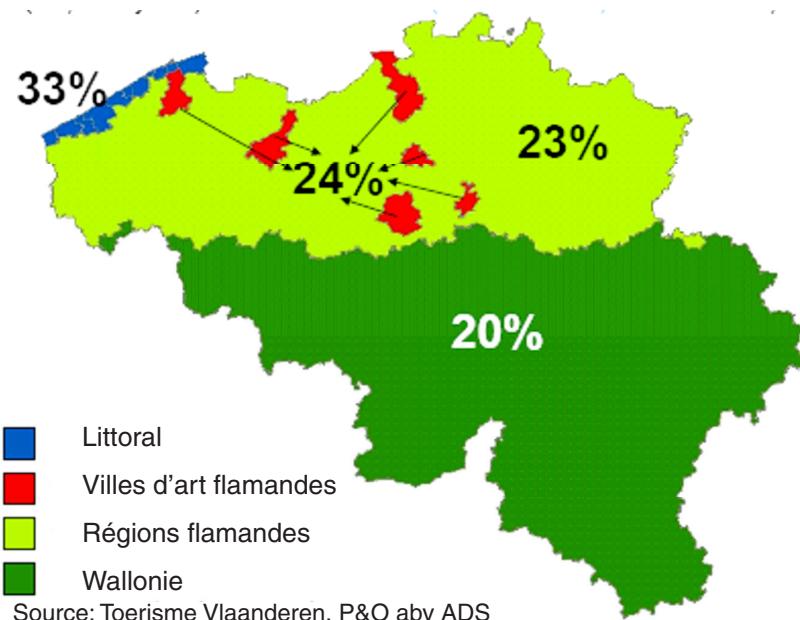
L'appui au développement de l'offre touristique constitue une tâche importante de Toerisme Vlaanderen. Toerisme Vlaanderen apporte aide et conseil au secteur touristique flamand par les initiatives suivantes: réalisation d'études relatives au tourisme et aux loisirs; appui au développement de nouvelles idées et de nouveaux produits touristiques; promotion de la qualité; cofinancement d'investissements touristiques; lancement de projets pilotes; organisation de formations; promotion du tourisme durable; développement de nouvelles technologies destinées au secteur touristique.

Le promotion et le marketing de la Flandre en tant que destination touristique constitue une autre mission centrale de Toerisme Vlaanderen. Nos villes d'art, le littoral et les régions rurales flamandes bénéficient d'une promotion adaptée. L'aspect majeur du travail s'effectue à l'étranger, par le biais de nos bureaux à La Haye, Cologne, Paris, Londres, Copenhague, Milan, Vienne, Prague, Barcelone, New York et Tokyo. Toerisme Vlaanderen mène également des campagnes publicitaires pour les 'vacances au pays'. Le catalogue 'Vlaanderen Vakantieland' en est l'illustration la plus connue. À cet effet, une coopération étroite est menée avec les services provinciaux en charge du tourisme.

Toerisme Vlaanderen participe à la professionnalisation du secteur du tourisme par le biais de la recherche, de la planification, de la formation, de la communication et d'initiatives centrées sur le tourisme durable.

EN BELGIQUE

- Afflux touristique: nuitées nationales et internationales
(34,3 millions) FLANDRE (Bruxelles incluse) = 80% = 27,5 millions

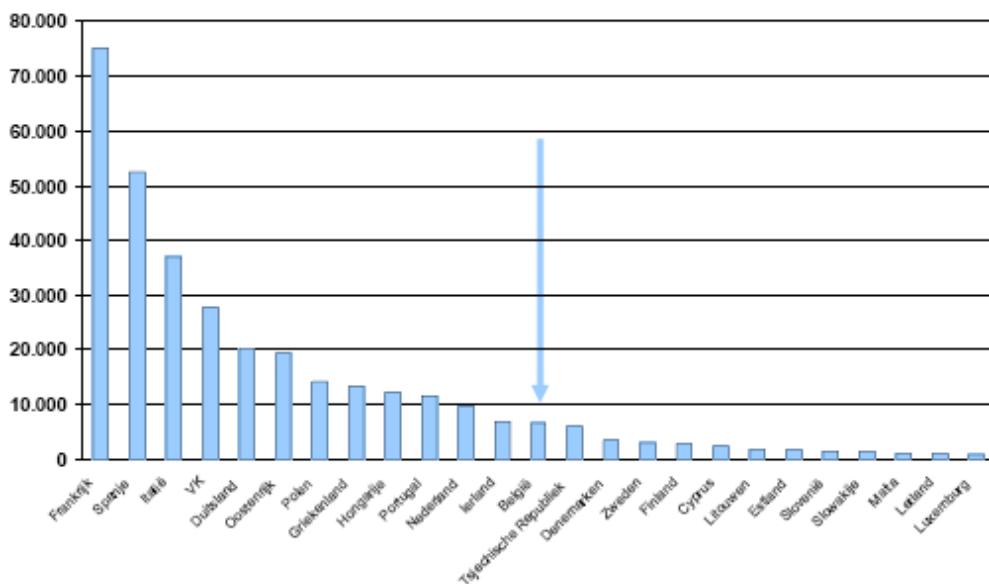


L'illustration ci-dessus révèle que l'afflux touristique (touristes étrangers et nationaux) se monte à 34,3 millions. Il s'agit pour la Flandre (dans laquelle Bruxelles est englobée) de 27,5 millions, ce qui représente 80 % de l'afflux total, et de 20% pour la Wallonie.

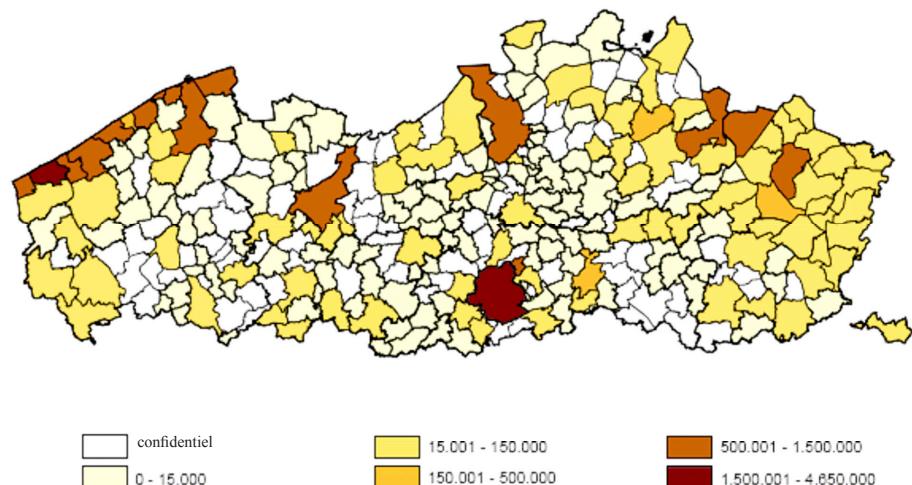
La Belgique occupe une position médiane dans le contexte européen.

CONTEXTE EUROPÉEN

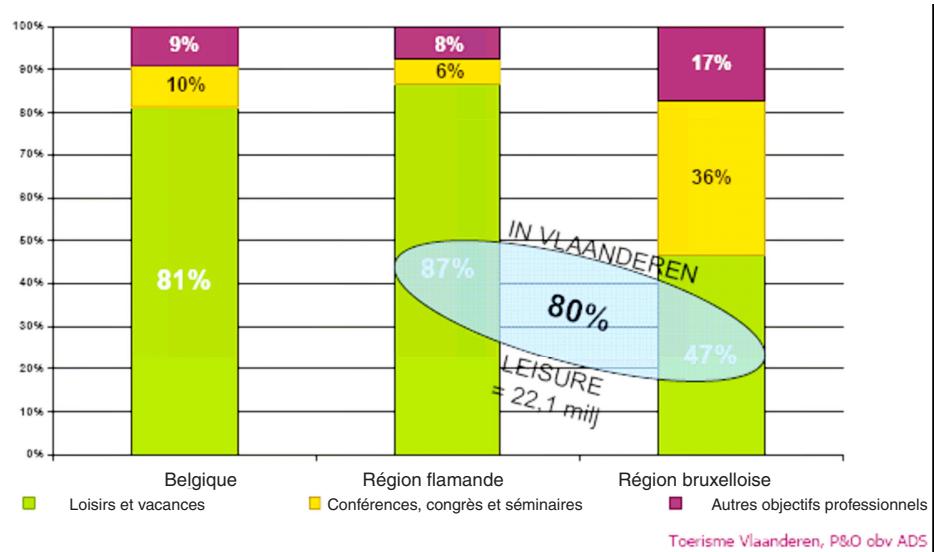
Position de la Belgique dans l'UE (AK internationaux) x 1.000



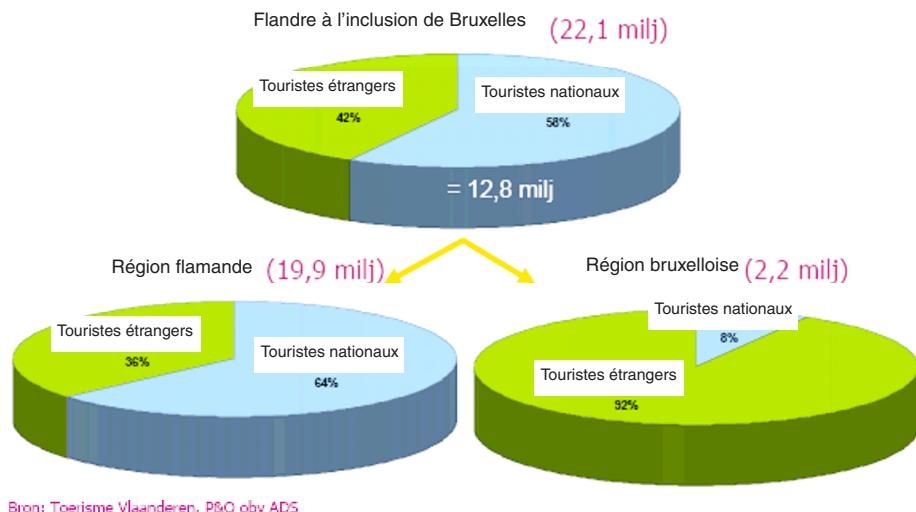
En Flandre, les nuitées sont enregistrées principalement dans les cités balnéaires et dans les parcs récréatifs, mais aussi dans diverses communes (voir l'illustration ci-dessous).



En Flandre – selon les objectifs
Tous les séjours ne sont pas récréatifs !

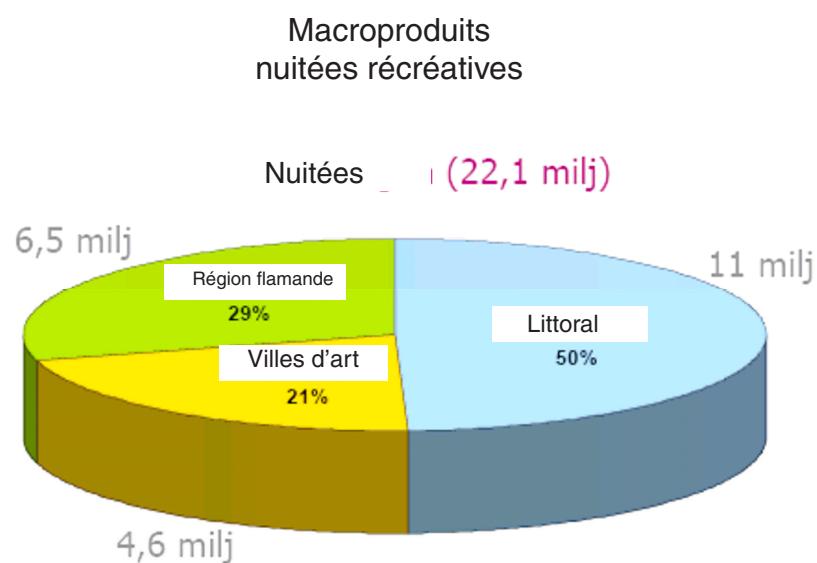
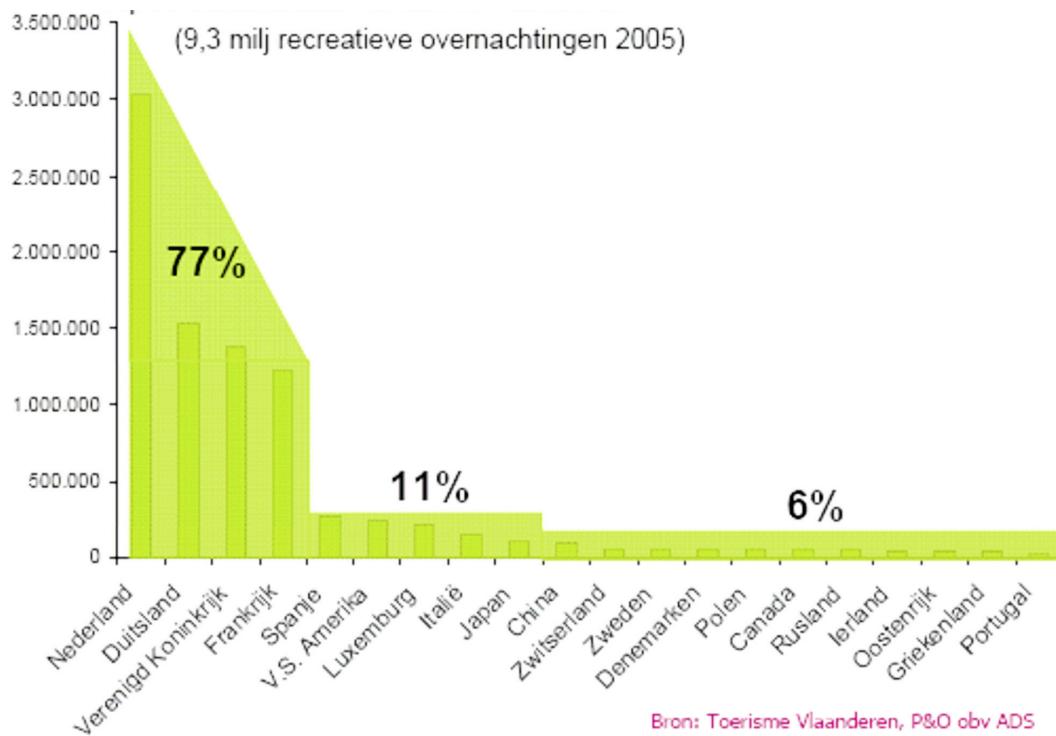


En Flandre
Séjours récréatifs

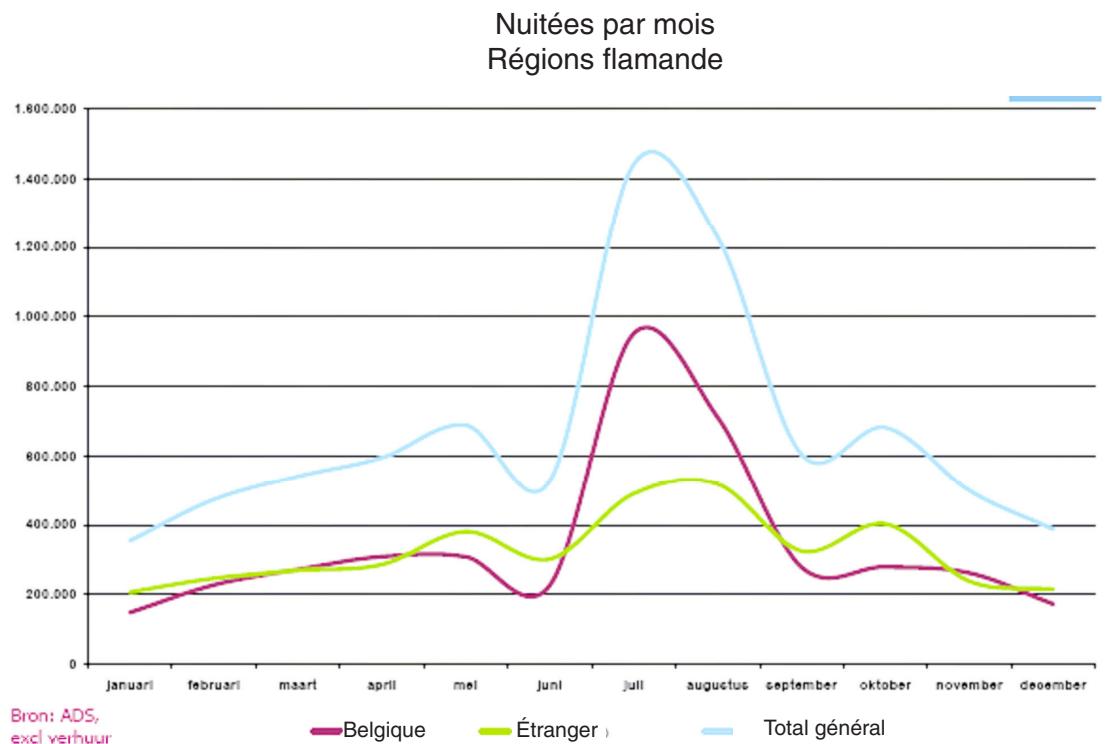


En Flandre et à Bruxelles, 6 touristes sur 10 viennent de l'étranger alors que c'est le cas de 90% des touristes pour la région bruxelloise considérée isolément (voir l'illustration ci-dessus). L'illustration suivante révèle que 80% environ des 90 % de touristes étrangers proviennent des grands pays qui nous entourent.

En Flandre
Séjours récréatifs
Top 20 des marchés étrangers en Flandre (9,3 millions de nuitées récréatives 2005)



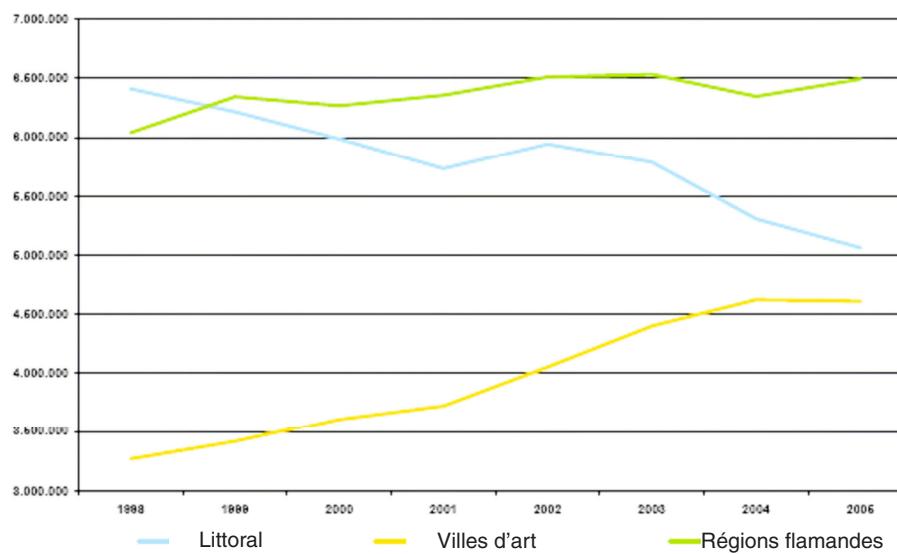
Les nuitées récréatives s'enregistrent surtout au littoral (50 %), suivie des régions flamandes (29%) et des villes d'art flamandes (21 %).



Une évolution se dessine. Même si elle reste prépondérante, la part du littoral diminue tandis que le tourisme croît dans les régions flamandes et dans les villes d'art.

Tendances

■ Evolution des nuitées récréatives par macroproduit



Importance du tourisme rural en Flandre

La Vlaamse Federatie voor Hoeve- en Plattelandstoerisme a été constituée en 1989. Elle comptait 23 affiliés, à l'époque; en 2006, ils étaient déjà 312.

En matière d'hébergements, le nombre d'opérateurs s'élève déjà à plus de 1.028 au total; en 2004, 1,5 million de nuitées (en 2004) furent enregistrées, dont

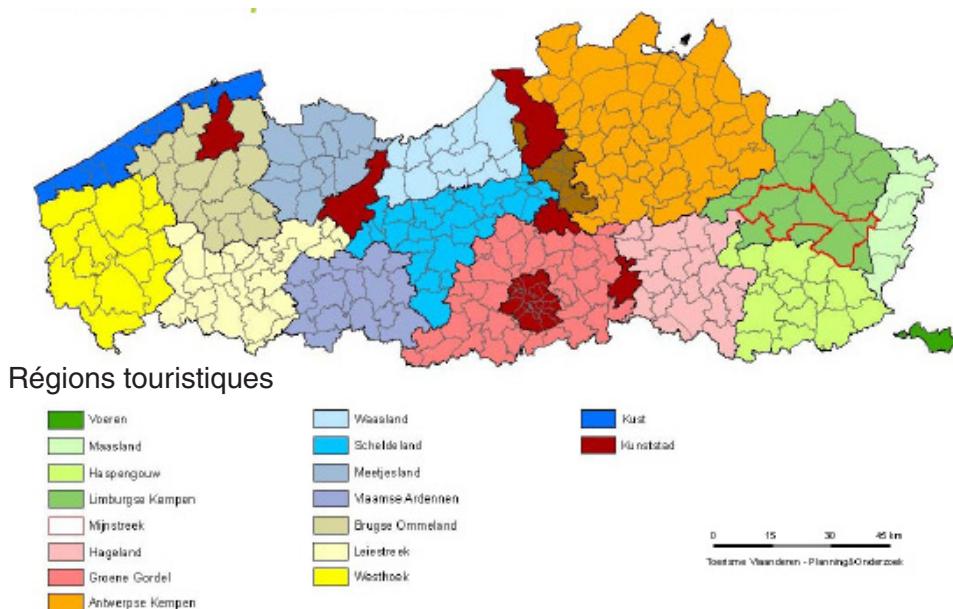
- 1,1 million en chambres d'hôte
- 0,4 million en résidences de vacances

En 2004, la Fédération est devenue l'ASBL Plattelandstoerisme in Vlaanderen.

Profil des vacanciers

Trois grandes enquêtes ont été menées (au littoral, dans les villes d'art et dans les «grandes régions flamandes») pour déterminer si le tourisme rural constitue un secteur en croissance, en Flandre, et pour définir le profil des touristes.

Étude de marché à grande échelle 2005 –
8.500 participants originaires de 12 pays

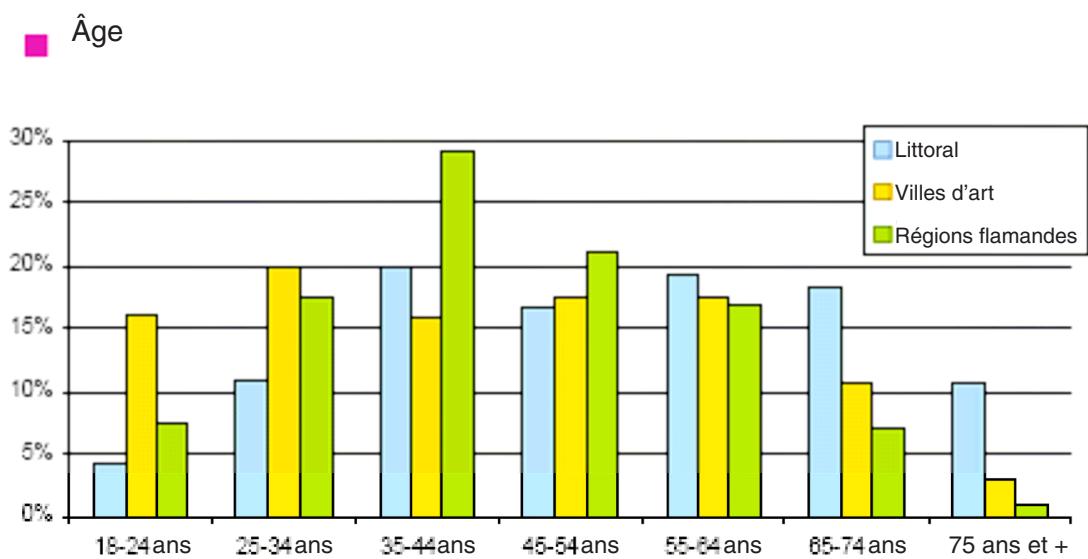


Méthodologie régions flamandes

- touristes en séjour récréatif présents sur place
- venant de Flandre, des Pays-Bas, d'Allemagne
- en formules d'hébergement spécifiques
- hôtels
- campings
- groupes cibles
- parcs de vacances
- chambres d'hôtes
- résidences locatives
- âgés de 18 ans au moins
- 2.848 enquêtes, dont 800 en chambres d'hôtes et en résidences locatives

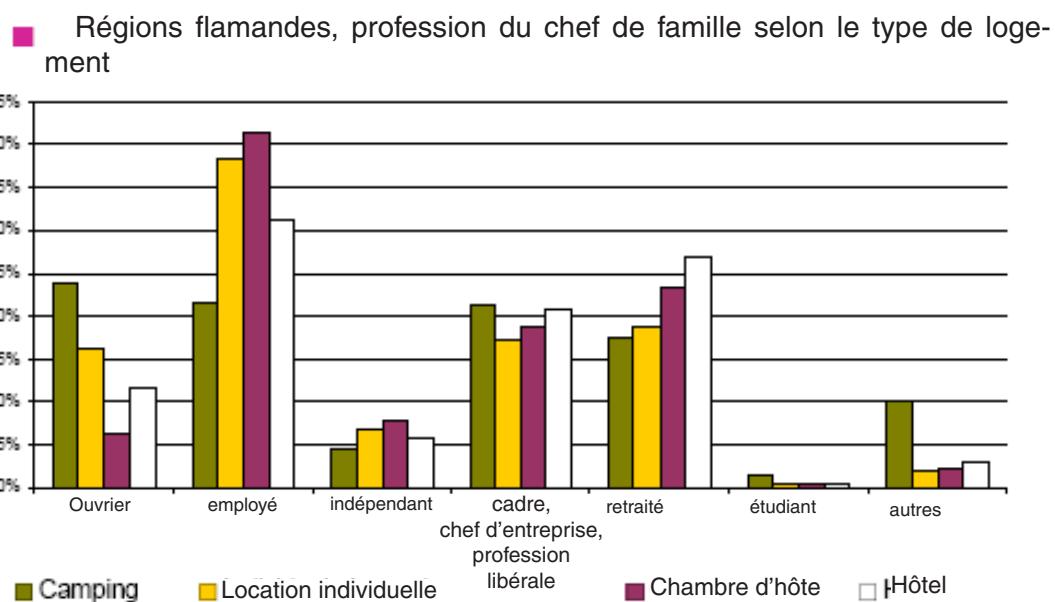
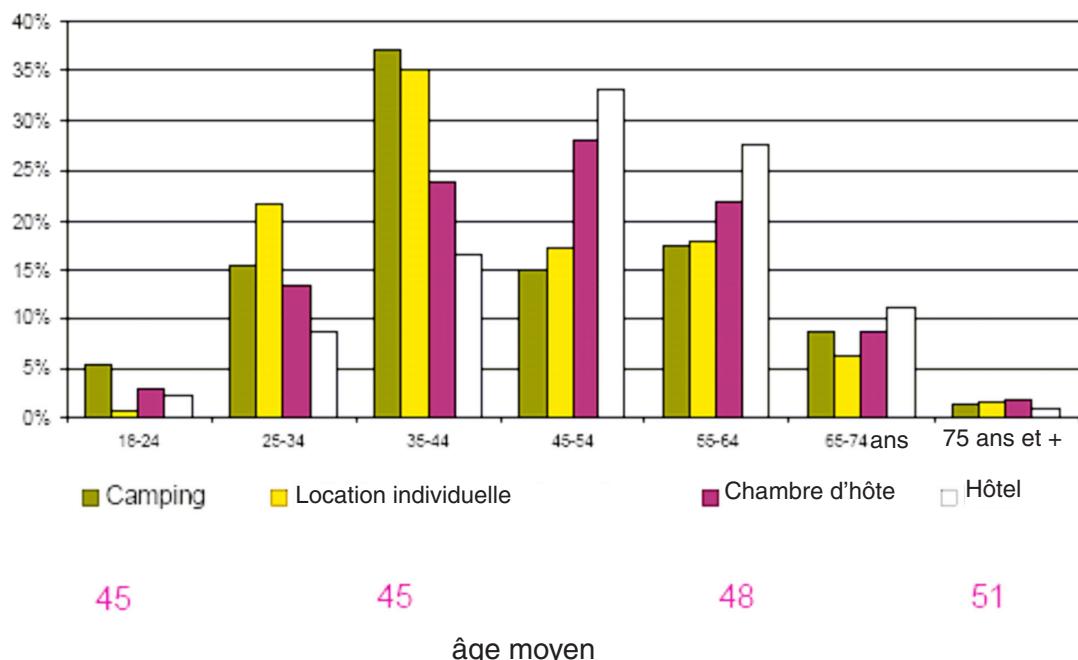
Résultats de l'étude de marché

Profil socioéconomique

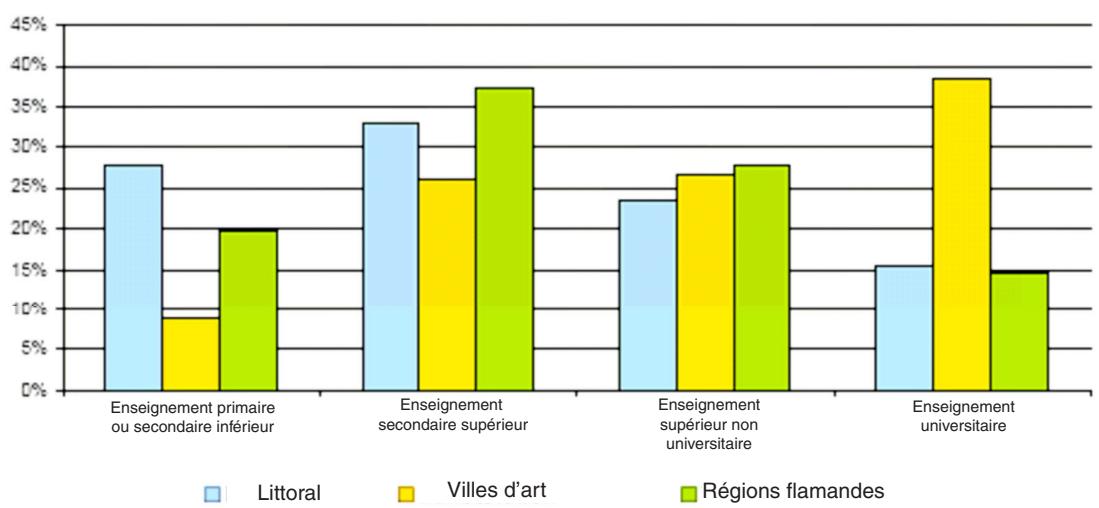


Âge moyen:
 53 ans littoral
 44 ans villes d'art
 42 ans régions flamandes

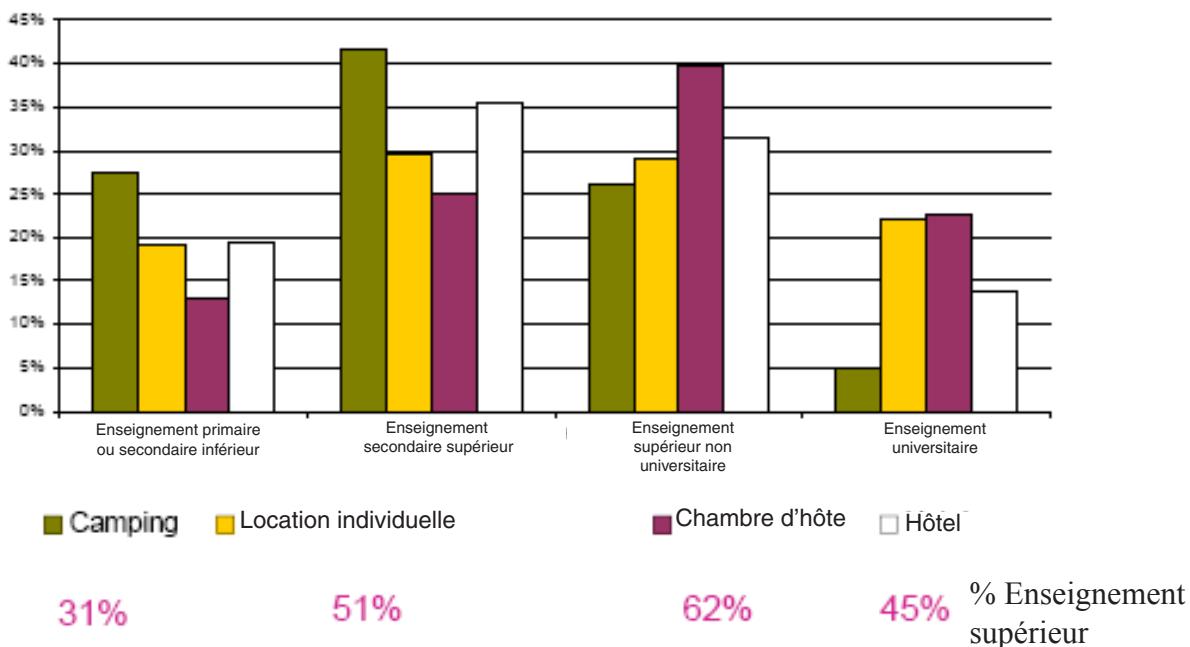
■ Régions flamandes, âge selon le type de logement



■ Niveau de formation du chef de famille



■ Régions flamandes, niveau de formation du chef de famille en fonction du logement



D'après ces résultats, le littoral attire un public relativement âgé, les villes d'art sont prisées par un public plus jeune et les régions vertes sont surtout recherchées par le groupe des ménages avec enfants.

En matière d'hébergement, les touristes plus jeunes, surtout, optent pour les locations individuelles et les plus âgés préfèrent les chambres d'hôte. Les clients des hôtels sont encore un peu plus âgés.

Au niveau des professions, on constate que les employés sont sensiblement plus nombreux et que les ouvriers sont peu représentés. Ces derniers se tournent davantage vers les campings, les locations et les chambres d'hôte.

Les villes d'art attirent principalement les touristes possédant une formation supérieure (universitaire), qui logent le plus souvent à l'hôtel; les régions flamandes sont surtout visitées par les personnes possédant un diplôme de l'enseignement supérieur non universitaire.

- Caractéristiques des vacances en cours

Durée du séjour (nuitées)		
Lieu	2000	2005
Littoral	10,2	9,0
Villes d'art	3,0	2,9
Régions flamandes	5,2	4,5

Régions flamandes			
Hôtel	Chambre d'hôte	Location	Camping
2,5	2,5	5,7	8,6

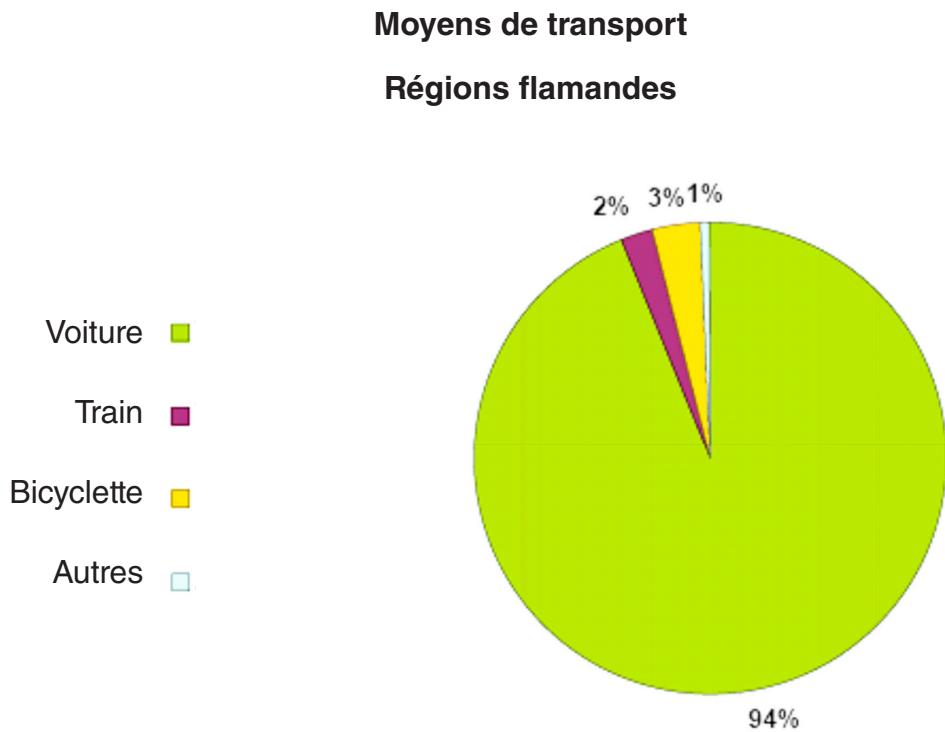
Famille / groupe			
	Littoral	Villes d'art	Régions flamandes
Avec enfants	38 %	10 %	49 %
Sans enfants	62 %	90 %	51 %
Total	100 %	100 %	100 %

Régions flamandes: d'importantes différences au niveau des formules de logement			
Hôtel	Chambre d'hôte	Location	Camping
11 %	18 %	62 %	62 % avec enfants

La durée moyenne par séjour est de 3,5 nuitées (les séjours sont plus longs à la côte et plus courts dans les villes d'art), mais elle tend à diminuer. De plus en plus de personnes partent plus souvent en vacances, mais pour de plus courtes périodes.

Parmi les vacanciers avec enfants, 1 sur 10 seulement visite les villes d'art; 1 sur 2 visite les régions vertes.

Les vacanciers avec enfants recourent beaucoup plus fréquemment aux locations qu'aux autres formules d'hébergement.

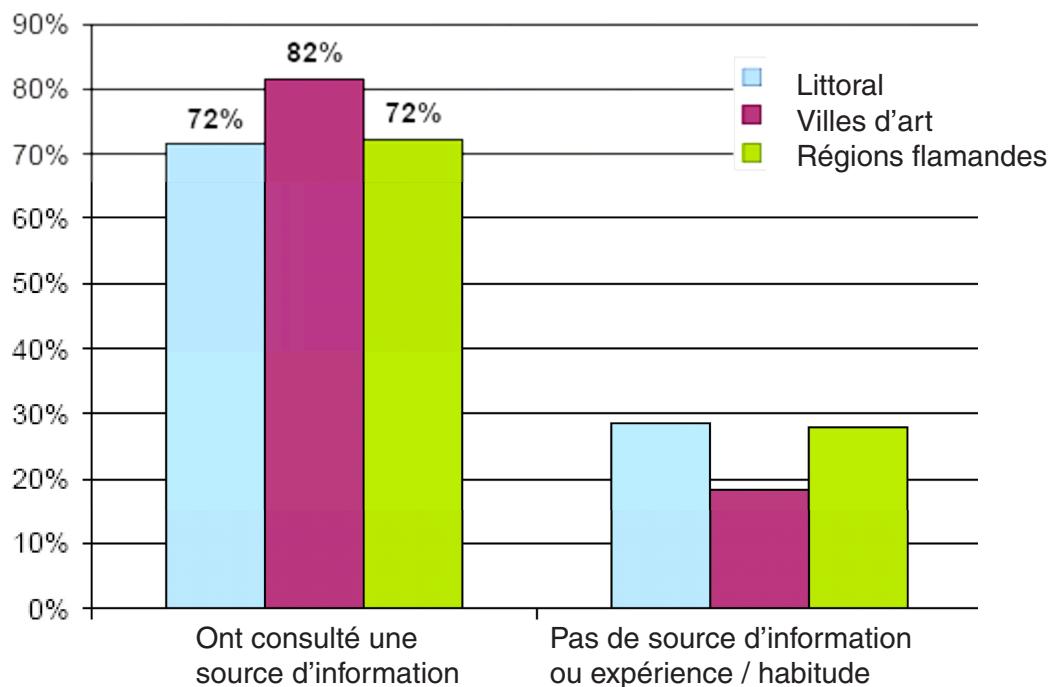


En 2000: 96% en voiture

2005: chambres d'hôte 8,5% à vélo

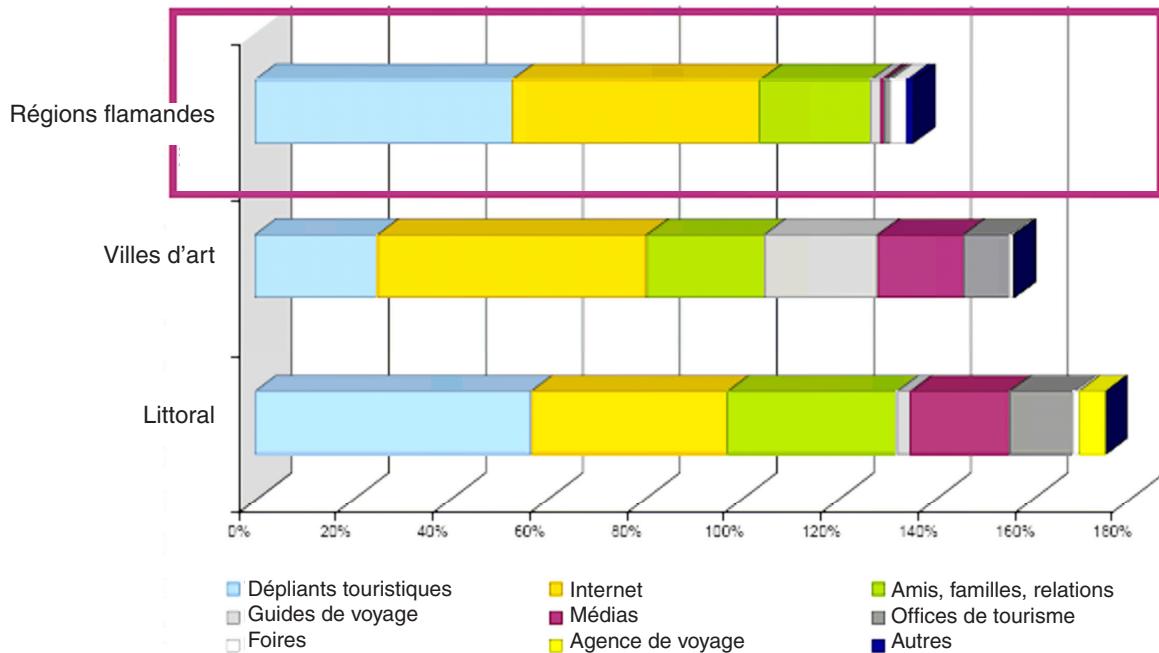
Presque tous les vacanciers voyagent en voiture, ce qui est logique compte tenu de la situation géographique. Cependant, le vélo gagne du terrain.

Besoins des vacanciers en matière d'information
Besoin d'informations préalables?

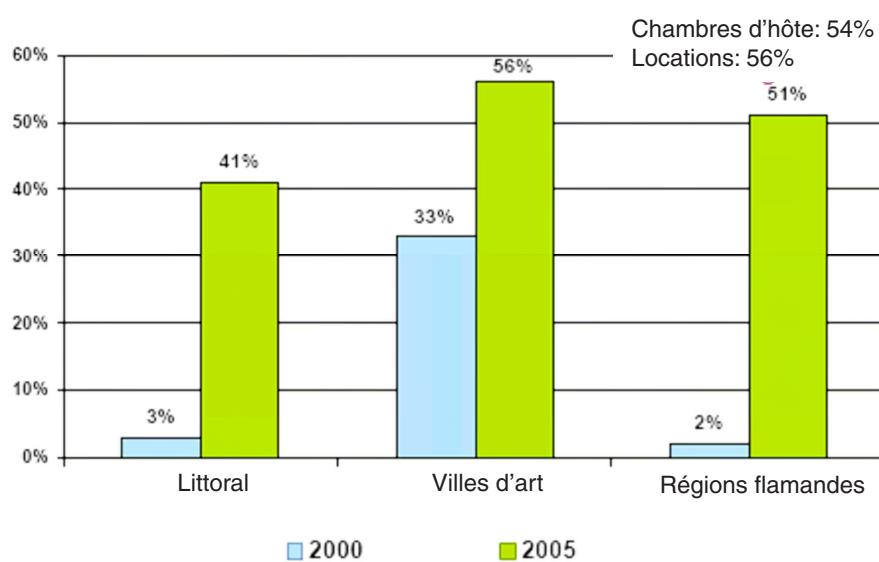


Sept à huit vacanciers sur 10 recherchent préalablement des informations concernant leur destination (ceci vaut davantage pour les villes d'art que pour les régions), dans les dépliants touristiques et sur l'internet. Cela vaut désormais aussi pour les régions vertes ainsi que pour les séjours en chambres d'hôte et en locations.

Sources d'informations consultées
Quelle source d'information (en% des personnes ayant consulté des informations)



Évolution de l'internet comme source d'information
(en% des personnes ayant consulté une source d'information)

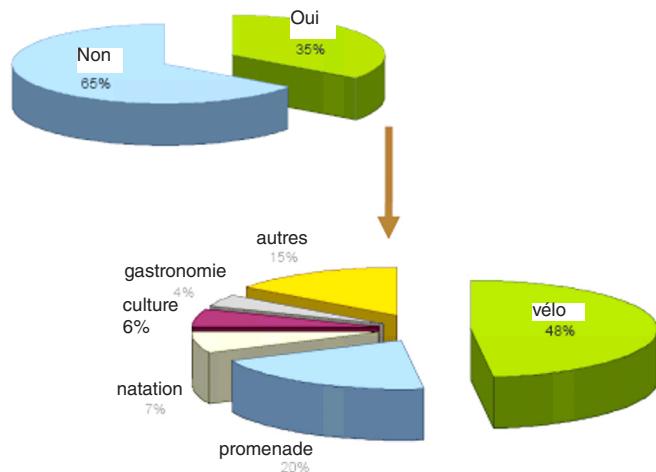


Emploi du temps des vacanciers Régions flamandes: activités

Activité	%
Promenade (récréative)	70
Terrasses, cafés	56
Repos, détente, farniente	54
Cyclisme (récréatif)	53
Natation	42
Shopping	38
Visites	28
Gastronomie locale	26
Activités nature	17
Visite de marchés	14

Vacances à thème: 35 % des séjours en chambre d'hôtes sont des vacances axées sur le thème «cyclisme» !

Régions flamandes: vacances à thème

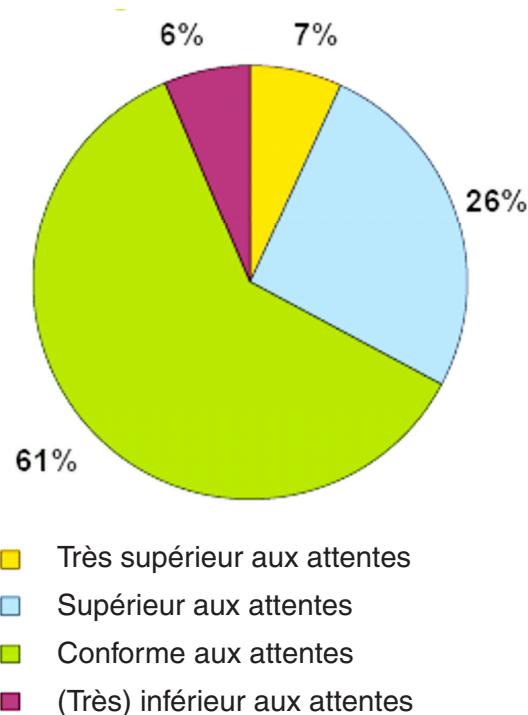


Le tourisme récréatif (séjours)

■ Vacances à thème Régions flamandes

	Hôtel	Camp- ping	Groupes cibles	Chambre d'hôte	Loca- tion	Parc de vacances	Total
Oui	55%	23%	51%	53%	36%	/	35%
Non	45%	77%	49%	48%	64%	/	65%
Quel thème?							
Vélo	59%	67%	55%	67%	44%	/	48%
Promenade	18%	13%	34%	8%	33%	/	20%
Autres	22%	20%	11%	25%	23%	/	32%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	/	100%
↓ Par rapport à tous les vacanciers par formule de logement							
Vélo	32%	16%	28%	35%	16%	/	17%

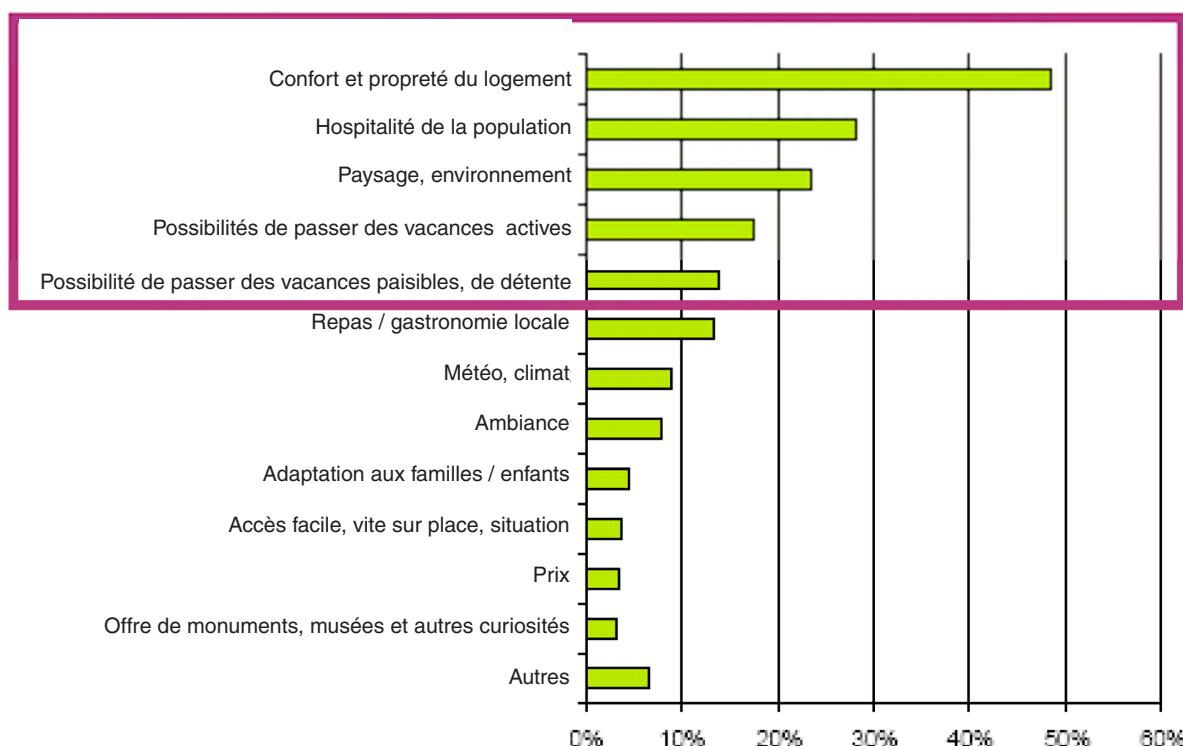
Appréciation de la Flandre (touristique)
Niveau de satisfaction (Régions flamandes)



Niveau de satisfaction (régions flamandes)	
Très supérieur aux attentes	7 %
Supérieur aux attentes	26 %
Conforme aux attentes	61 %
(Très) inférieur aux attentes	6 %

Six pour cent des vacanciers ne sont pas satisfaits, principalement en raison de l'inconfort de l'hébergement et du manque d'hospitalité de la population.

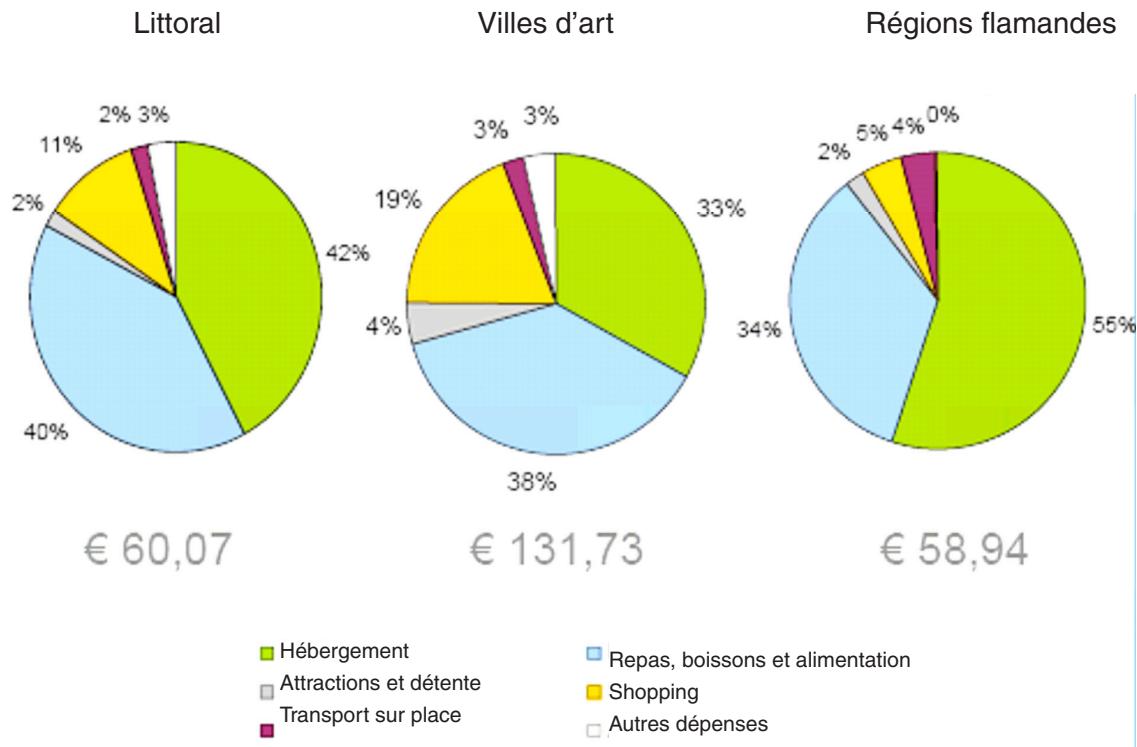
Motifs de satisfaction supérieure aux attentes?
Régions flamandes (% répondants supérieur aux attentes)



Dépenses des vacanciers

Dépenses moyennes par personne et par nuitée (euros)		
	2000	2005
Littoral	42,58	60,07
Villes d'art	132,36	131,73
Régions flamandes	36,08	58,94

Dépenses moyennes par personne et par nuitée (euros)



Dépenses moyennes (euros) par personne et par nuitée – régions				
Dépenses (euros)	Camping	Chambre d'hôte	Hôtel	Location
Hébergement	12	30	52	16
Repas, boissons et alimentation	13	29	26	15
Attractions et détente	1	2	1	1
Shopping	3	4	4	2
Déplacements sur place	3	3	3	2
Autres dépenses	0	0	0	0
Total (en EUR)	31	68	87	36
Estimation du chiffre d'affaires (en millions d'EUR)				
	Littoral	Villes d'art	Régions flamandes	Flandre
Hébergement	343	195	183	721
Repas, boissons et alimentation	388	186	115	689
Attractions et détente	22	23	8	53
Shopping	89	111	16	216
Déplacements sur place	16	14	13	43
Autres dépenses	28	13	1	41
Total	886	542	336	1 763

Chiffre d'affaires tourisme rural dans les régions flamandes	
Chambres d'hôte	76 millions d'euros
Locations	15 millions d'euros
Total tourisme rural	91 millions d'euros

Exposé de M. Mathay, président de l'«Association pour la promotion du tourisme rural», Luxembourg

Mesdames, Messieurs,

Dans les années cinquante, le Nord du Luxembourg se remettait rapidement des affreuses blessures de l'offensive du Général Von Rundstedt. Le tourisme jouait un rôle important dans la convalescence de cette région particulièrement éprouvée.

Mes relations avec le tourisme rural datent de cette période difficile de notre pays. Pour nous les enfants, l'argent de poche était à l'époque un article très très rare et les touristes du dimanche nous offraient une merveilleuse occasion de remplir nos poches.

Michelau, mon village natal au bord de la Sûre, avec sa station d'arrêt du chemin de fer et les hôtels de Bourscheid Plage à 2 km, accueillait chaque dimanche des centaines de touristes venant de la capitale Luxembourg et des villes des forges du Sud. Le soir, au retour, c'était notre tour: offrir des bouquets de muguet aux passants pour recueillir quelques sous et des sourires.

Mes premiers souvenirs du tourisme à la ferme datent également de cette période d'après-guerre. Ma mère dépannait régulièrement son frère, propriétaire d'un des hôtels de Bourscheid Plage. Chaque fois que toutes les chambres de l'hôtel Weekend étaient réservées, des clients belges ou hollandais descendaient dans notre ferme. La plus belle chambre de notre maison se voyait alors occupée par des inconnus qui apparaissaient tard dans la nuit et repartaient tard dans la matinée. Nous étions bien cinq enfants à la ferme et à cause de ce beau monde nous n'avions plus le droit de courir, de crier et de jouer dans la maison.

«Ssscht, il y a des touristes...». Encore aujourd'hui, 50 années plus tard, j'entends la voix énervée de maman. La situation d'autan n'était pas brillante et l'argent liquide était rare. Le revenu des touristes était bienvenu et maman savait profiter de la situation. Elle fournissait les premiers produits du terroir pour la cuisine de cet hôtel: du lait frais, des oeufs, le fameux jambon des Ardennes et des quantités de notre spécialité luxembourgeoise qu'était ce fameux fromage cuit que chaque paysanne savait préparer.

Certaines régions, surtout celles de la Sûre et du Mullerthal, nommée également «La Petite Suisse Luxembourgeoise», profitait plus que d'autres d'un premier tourisme rural. Nombreux étaient les personnes qui offraient des chambres ou même des appartements aux touristes étrangers. De simples pancartes «chambre à louer» ou bien «kamers te huur» indiquaient la disponibilité d'une accommodation aux passants. Il n'y avait pas de labels, pas d'organisation pour regrouper les propriétaires offrant, pas de classification, pas de critères pour définir l'hygiène et le confort des accommodations. Aucun lobbysme et aucune aide de la part de l'état pour encourager les particuliers en milieu rural de se perfectionner dans ce secteur de l'économie.

La création de l'Association pour la Promotion du Tourisme Rural au Luxembourg (APTR)

1. Les pionniers

Il fallait bien attendre les années 80. Un certain nombre d'agriculteurs avaient en ce moment déjà investi dans des logements pour touristes. Normalement il s'agissait d'agriculteurs, qui, dans le cadre d'investissements dans leur ferme, étaient encouragés financièrement (45 % de l'investissement), d'aller dans cette nouvelle direction en vue d'atteindre les objectifs du plan d'amélioration de leurs fermes, c'est-à-dire une augmentation ou stabilisation du revenu agricole et une amélioration des conditions de travail et de vie des agriculteurs. Or très souvent ces plans d'amélioration ne permettaient pas d'atteindre les objectifs économiques projetés. Il s'agissait donc simplement d'un artifice de calcul qui, sur papier, se montrait rentable, mais qui en réalité, ne l'était pas.

A côté des aides aux agriculteurs dans le cadre de plans d'amélioration, le Ministère du Tourisme avait la possibilité de subventionner des personnes privées dans l'aménagement . de gîtes ruraux dans des bâtisses autres que les fermes. Cette aide qui, au départ, s'élevait à 15 % pour passer à 20 % plus tard et pour revenir de nouveau à 15 % à l'heure actuelle, avait tout de même comme résultat la création de plusieurs gîtes ruraux dans toutes les régions rurales du Grand-Duché de Luxembourg.

2. La création d'une association pour la promotion du tourisme rural

Au début des années 90, une bonne douzaine d'opérateurs dans le domaine du tourisme rural se mettaient ensemble pour un échange d'expériences concernant l'aménagement et le fonctionnement des gîtes ruraux et des gîtes à la ferme. De ces discussions émanait la volonté de créer une association propre pour les exploitants dans le tourisme rural. Il faut tout de même dire, avec un certain recul dans le temps, que cette initiative n'était pas bien accueillie par tout le monde. Les deux ministères impliqués (le ministère du Tourisme et le ministère de l'Agriculture et du Développement rural) étaient prêts à soutenir une telle démarche tandis que le comité de l'Office national de Tourisme (ONT) ne voyait pas directement la nécessité d'un tel regroupement, vu que cette organisation avait comme but de promouvoir le tourisme au niveau national, donc également le tourisme dans les zones rurales. Finalement, les promoteurs de l'idée se sont réunis en Assemblée constituante le 24 avril 1991.

Avant cette date, plusieurs voyages d'étude furent entrepris, surtout chez nos voisins belges qui venaient alors de créer une association nommée «Gîtes de Wallonie». Au cours de cette même année, une association européenne, appelée «EUROGITES» fut créée, dans laquelle notre association a participé activement en vue d'emmener le know-how chez nous.

3. Les objectifs de l'association

Les objectifs de notre association étaient notamment:

- la promotion du tourisme rural sous tous ses aspects;
- la représentation des membres auprès des instances publiques;
- la définition et la labellisation des produits en matière d'hébergement;
- l'information et la formation continue des membres (agriculteurs et autres propriétaires du milieu rural, ainsi que les musées à vocation rurale);
- le conseil des membres lors de la planification de leurs infrastructures;
- les actions d'animation du réseau.

4. La mise en oeuvre des objectifs

Vu les ressources relativement faibles, un grand travail a dû être fait par les membres du conseil d'administration. C'était évidemment du travail bénévole, sans lequel l'association n'aurait pas pu survivre.

Les mesures de formation ont été soutenues par le ministère responsable du développement rural, dans le cadre d'un plan de développement de zones rurales, subventionné également par les Fonds européens.

Il en est de même en ce qui concerne la mise en place des critères de classification et de labellisation. Ces études ont pu être soutenues dans le cadre de l'initiative communautaire LEADER I. Ces critères sont toujours valables de nos jours. Ils ont même été à la base des critères de classification en Estonie. Cela vaut également pour les critères dans le domaine du tourisme écologique.

À côté de ces actions, les membres de l'APTR ont profité d'une collaboration avec les associations similaires en Wallonie et en Allemagne.

5. Les aides de la part de l'Etat et de l'UE

Comme vous avez pu constater, le mouvement du tourisme rural, qui avait créé sa propre image de marque, fut encouragé par des aides financières de la part des deux ministères concernés et par l'Union européenne et cela par le biais de programmes de développement rural.

En ce qui concerne les aides à l'investissement, il faut remarquer également qu'à un certain moment l'association a recommandé aux ministères de ne plus subventionner la création de nouveaux gîtes, mais de subventionner uniquement les améliorations des infrastructures et la commercialisation du produit. La raison pour cette attitude était que les responsables de l'APTR avaient remarqué que les investissements réalisés jusque là n'étaient pas trop rentables.

À côté des aides pour les mesures au niveau de l'infrastructure, il ne faut pas oublier les efforts pour la formation des membres et les investissements de l'ONT dans le domaine de la promotion. Après les premières hésitations, l'ONT était prêt à supporter notre association, notamment sur les foires touristiques dans les pays limitrophes.

6. Les exemples et les partenaires en Europe

Vu les échanges avec nos différents partenaires européens, il faut reconnaître que notre association a su tirer avantage de leurs bonnes et de leurs mauvaises expériences.

Lors des conférences initiées soit par le Conseil de l'Europe, soit par l'Union européenne ou par Eurogîtes, nous avons appris comment créer et gérer un projet de tourisme rural. La chance vis-à-vis d'autres pays, qui avaient fait la démarche avant nous, était de créer une seule association, au lieu d'en faire plusieurs, comme par exemple en Belgique où les agriculteurs avaient déjà leur lobby et où les autres opérateurs ruraux ont dû créer une association à part.

7. APTR, où vas-tu?

Aujourd'hui, nous devons constater que le tourisme rural doit aussi évoluer, comme tous les autres types de tourisme. Cette évolution se fait sur plusieurs plans.

Les infrastructures doivent s'adapter mieux à la demande des touristes, qui deviennent de plus en plus exigeants en ce qui concerne le confort et l'animation des hôtes.

Le marketing se fait de plus en plus par internet. Mais nous avons constaté que les médias imprimés ne sont pas remplacés par l'internet. Il est donc important de faire la promotion sur les deux bords (nouvelles technologies et imprimés).

Au départ, l'APTR édait son propre guide qui était distribué sur les foires spécialisées des pays limitrophes et dans les offices des syndicats d'initiatives nationaux. En 2001, suite à un accord avec l'ONT, un seul guide de promotion est édité. Ce guide regroupe les hébergements classés des membres de l'APTR ainsi que les hébergements non classés.

En 2002, l'APTR créait son propre site internet www.gites.lu avec un moteur de recherche performant, combiné avec un système de réservation. En fait, l'ancien système de réservation par téléphone et par fax est presque exclusivement remplacé par l'internet et les e-mails.

Les propriétaires de gîtes doivent se professionnaliser dans le marketing, dans l'accueil des hôtes et dans la présentation de leur gîtes. Les formations initiales et continues restent toujours très importantes.

L'apprentissage des langues va jouer un plus grand rôle au fur et à mesure où l'Europe s'élargit.

Il y a lieu de penser à la succession. Beaucoup d'entreprises privées du tourisme rural doivent penser à la passation des pouvoirs entre les générations. Ceci n'est pas évident, étant donné que la jeune génération n'est guère disposée à reprendre les activités de leurs parents.

En fait, depuis trois années, nous constatons un départ assez élevé de membres au sein de l'association. Les raisons sont diverses. Comme je viens de le mentionner, l'âge des propriétaires joue un rôle. Or ce qui me semble bien plus grave, et cela ne joue pas seulement pour le tourisme rural, un changement de mentalité apparaît.

Si le tourisme rural veut être une source de revenu pour le propriétaire, la satisfaction et le revenu sont intimement liés avec la qualité du service offert. Or c'est dans la disponibilité et le service que la mentalité actuelle accuse un manque grave. Les jeunes, en âge de reprendre les infrastructures de leurs parents ou en situation de créer de nouvelles infrastructures, ne se sentent plus attirés par la gérance d'un gîte à la ferme ou d'un gîte rural.

Si le propriétaire ne peut partir en vacances pendant la saison parce qu'il reçoit des touristes chez lui dans son gîte, dans sa ferme ou dans son meublé de tourisme, c'est qu'il offre une possibilité de rencontre à son hôte qu'aucune autre forme de tourisme ne peut offrir. Tout en accueillant les hôtes dans nos fermes et dans nos gîtes, nous voilà devenus des ambassadeurs de notre pays, de notre région, de notre profession. Quelle noble mission.

L'offre du tourisme rural dépasse de loin le chèque ou l'Euro reçu au départ du client. Ce sont des relations entre personnes qui sont la vraie récompense pour notre travail et notre présence. C'est précisément cette philosophie de l'accueil qui inspire une dynamique toute particulière au tourisme en milieu rural. Ce serait une perte pour notre société, si nous voyons que surtout les habitants des grandes villes et agglomérations seraient privés des séjours à la campagne.

Actuellement nous vivons un moment fort de la revitalisation du monde rural dans le cadre de toute une panoplie de plans d'actions divers. Je suis sûr, malgré certaines difficultés au niveau des reprises, que le tourisme rural restera présent et qu'il saura relever les défis posés par les attentes de nos clients. La qualité du service et le courage pour l'innovation resteront nos atouts pour l'avenir du tourisme rural.

J'espère que ces deux jours de rencontre mèneront à de nouveaux partenariats pour les opérateurs et les responsables politiques de nos pays respectifs.

Mesdames, Messieurs, je vous remercie de votre attention.

Débat

Mme Cahay s'enquiert de l'existence de mesures d'appui spécifiques dans le cadre de la reprise des fermes, pour inciter les jeunes à poursuivre les activités liées au tourisme rural.

M. Mathay répond que peu de jeunes exploitent des gîtes. M. Calmes ajoute qu'au Luxembourg, il n'y a pas de subventions spécifiques pour la reprise de ce type d'activités. De plus, les jeunes ne s'intéressent

plus, de manière générale, aux activités à fort coefficient de travail et sans horaire fixe – c'est également le cas pour l'exploitation des entreprises agricoles proprement dites.

M. Mathay indique que les épouses des jeunes agriculteurs travaillent le plus souvent à l'extérieur, ce qui complique la combinaison des deux activités. M. Calmes conclut qu'il y a peu de raisons, dès lors, d'être optimiste quant à l'avenir du tourisme rural.

M. Pauza demande quelle est la «saison» du tourisme rural. Quel pourcentage d'exploitants de gîtes sont membres de l'association?

M. Mathay répond que le tourisme rural se concentre principalement de Pâques à septembre; les mois de juin, juillet et août constituent des points culminants.

Concernant les membres de l'association, l'orateur précise que les gîtes sont différenciés selon qu'ils sont classés ou non. Ces deux catégories sont subventionnées par le ministère de l'Aménagement du territoire et de l'Infrastructure. Les gîtes non classés n'offrent aucune garantie de qualité.

M. Nijs indique qu'en Flandre, un débat a porté sur le nombre de chambres autorisé par gîte rural. Le nombre de chambres autorisé en dehors des zones d'habitation a été fixé à quatre, pour 14 personnes au maximum. Quelles sont les normes dans les autres pays?

M. Mathay répond qu'aucune limite n'est fixée au Luxembourg.

Un membre de l'Assemblée balte demande si l'exploitation de gîtes donne lieu à une imposition spécifique.

M. Mathay répond par la négative; ces revenus sont ajoutés aux autres revenus professionnels.

M. Nijs répond qu'aucune minoration d'impôt n'est appliquée à l'heure actuelle mais qu'un débat est en cours sur le sujet. M. Happart souligne qu'en Belgique, la fiscalité constitue une compétence fédérale, ce qui constitue une difficulté supplémentaire. Les exploitants des gîtes disposent le plus souvent d'un registre de commerce distinct pour cette activité.

M. Negri souhaite savoir s'il existe, à l'étranger, un réseau d'information pour la promotion du tourisme rural en Belgique.

M. Nijs répond que pour la Flandre, la promotion du tourisme en général est assurée par douze agences à l'étranger. Toerisme Vlaanderen édite aussi une brochure consacrée en partie au tourisme rural. Pour ce qui concerne le tourisme rural en particulier, l'accent est surtout mis sur les activités nationales et sur les pays voisins. La fédération du tourisme rural - tourisme à la ferme (au sein du Boerenbond) publie également des brochures.

M. Siquet souligne qu'il existe une différence entre les gîtes et les nuitées à la ferme.

Dans certains cas, les gîtes sont loués par des agences immobilières, qui les sous-louent. Lorsque le propriétaire d'une grande ferme veut créer des possibilités d'hébergement, ceci peut lui coûter cher sur le plan fiscal car il s'ensuivra une augmentation de son revenu cadastral.

II. — LE TOURISME RURAL AU BENELUX

I.— Travaux de l'après-midi Rapporteur: M. Jean-Marie Happart

Introduction par M. Jean-Marie Happart, président de la commission des Questions financières et sociales

M. Happart évoque tout d'abord l'évolution observée au cours des deux dernières décennies, en Wallonie, en matière de revalorisation des zones rurales. À partir des années '60, les jeunes furent de plus en plus nombreux à quitter la campagne pour s'installer en ville, généralement pour des raisons sociales et liées au travail.

Ces dernières années, un mouvement inverse apparaît clairement. Les jeunes fuient le stress et recherchent un cadre de vie plus aéré. Le tourisme rural répond habilement à cette tendance.

L'orateur se réfère par ailleurs aux plans de restructuration dont le secteur agricole a été l'objet à la fin des années '60-'70. Ceux-ci ont amené de nombreux agriculteurs à mettre fin à leurs activités agricoles et à réaménager leurs bâtiments en gîtes. Dès lors, de nombreux agriculteurs se sont tournés vers le tourisme à la ferme, qui a connu un essor à partir des années '70.

La fiscalité appliquée à ces activités continue de poser un problème. Le taux d'imposition élevé inquiète les jeunes, qui hésitent à reprendre des activités de ce type compte tenu, en outre, de leur important coefficient de travail. Il conviendrait peut-être d'analyser et de réformer en profondeur la fiscalité en la matière.

Exposé de Mme Kyra Kuitert, Europees Centrum voor Eco en Agro Toerisme ECEAT, ECEAT-Projects, Pays-Bas, sur le tourisme rural et l'écotourisme rural

Le secteur du tourisme représente un chiffre d'affaires d'environ 700 milliards de dollars dans le monde et occupe près de 7 % de la population mondiale.

Le tourisme rural n'est qu'une partie du secteur, mais il représente tout de même 2 millions de lits au niveau de l'Union européenne. L'agrotourisme constitue, tout comme le tourisme actif ou culturel, l'une des formes de tourisme rural et l'écotourisme rural est à son tour une niche de marché au sein du tourisme rural.

L'ECEAT, le Centre européen d'écotourisme rural, a été créé en 1993, après la chute du rideau de Fer, sur la base d'un projet de l'European Youth for Action organisation. Au sein de l'organisation, une série de personnes estimaient qu'une initiative était nécessaire pour aider les agriculteurs défavorisés en Europe de l'Est.

Le concept d'origine tenait largement sur une page de format A4 et l'organisation a bénéficié d'une subvention de 100 000 euros lors de son lancement. Elle était coordonnée à partir des Pays-Bas.

Pendant sa période de croissance, l'organisation regroupait 45 fermes en Pologne, en Tchéquie et en Hongrie. Aujourd'hui, elle représente 1 800 hébergements dans 24 pays, parmi lesquels des logis, des campings, des maisons de vacances et des hébergements collectifs.

À ses débuts, l'organisation distribuait 800 Guides du tourisme vert – contre plus de 23.000 aujourd'hui – et occupait trois bénévoles, alors qu'elle compte 25 employés dans toute l'Europe à l'heure actuelle.

Le travail de l'ECEAT repose sur trois lignes directrices:

- promouvoir le tourisme durable et à petite échelle, dans les zones rurales européennes, par le biais du Guide du tourisme vert, d'une base de données et d'un site internet communs à tous les hébergements, d'un système de réservation en ligne (uniquement en Tchéquie pour le moment) et par le développement de circuits;
- par ces moyens, aider les bioagriculteurs à conserver et à entretenir l'environnement naturel;
- veiller à la qualité au moyen de critères de confort et de qualité.

Les critères de durabilité qui sont appliqués portent sur une agriculture respectueuse de l'environnement, une consommation rationnelle de l'eau et de l'énergie, la limitation des déchets, l'utilisation de matériaux de construction écologiques, l'information et la sensibilisation des visiteurs, la mobilité durable et les transports publics, la protection des paysages et de la diversité des sols, le respect du patrimoine culturel, l'aide à l'autonomie locale et les projets d'amélioration.

ECEAT met son expertise à disposition par le biais de projets et de missions de conseil dans différents domaines comme le tourisme durable (Green Travel Market ou GTM, Travelife, LIFE), le développement rural (Promote 1000, Altener), la formation (Rural Tourism International ou RTI, Leonard de Vinci), le développement régional (Civil Link Slovakia, Buza), les écolabels de qualité (VISIT, LIFE), etc.

Concernant la situation aux Pays-Bas en particulier, on constate que la campagne néerlandaise se modifie sensiblement. L'agriculture caractérise toujours le paysage, certes, mais l'urbanisation, l'industrie et le transport progressent et le secteur lui-même évolue.

Toutefois, le secteur récréatif et du tourisme se développes, en raison du besoin de calme, d'espace et de nature.

Dans l'«Agenda Vitaal Platteland» diffusé en avril 2004, ainsi que dans la «Nota Ruimte», les loisirs sont considérés comme un nouveau pilier économique pour les régions rurales. La récréation et le tourisme deviennent une importante activité secondaire pour les agriculteurs tant sur le plan de l'amélioration du rendement qu'au niveau du lien social entre les agriculteurs et les autres citoyens.

L'offre est très vaste et les approches sont très diversifiées. Une recherche simple sur l'internet fournit plus de 50 000 résultats. Les offres concernent aussi bien les hébergements (logis, campings, maisons de vacances, logements collectifs) que les repas (dégustation, consommation ou achat de produits frais), les loisirs (activités telles que promenade, bicyclette, navigation, pêche, équitation, cueillette), les apprentissages (visites guidées, démonstrations, participation aux travaux) ou le simple fait de profiter (du calme, de l'espace, de la nature, de l'air pur, de la culture ou de l'ambiance particulière).

L'organisation du secteur est très morcelée: l'ECEAT est loin d'être la seule organisation active dans le domaine. Citons, parmi les autres organisations, SVR (Stichting Vrije Recreatie), Vekabo (Vereniging Kampeerboeren), Gastvrije Landgoederen en Kastelen, Nivon (de Nederlandse Natuurvrienden), Stichting Natuurkampeerterreinen et Stichting Hoevelogies, ainsi que des initiatives régionales comme Hotel de Boerenkamer, de Pronkkamer ou Bed & Brochje.

Dès lors, la promotion est aussi fragmentée. En plus des organisations citées ci-dessus, des sites tels que www.ontdekhetplatteland.nl ou www.holland.com, ainsi que les commissions nationales des monuments et des sites, les provinces, les régions ou les syndicats d'initiative assurent aussi la promotion du tourisme rural.

Les pouvoirs publics et les municipalités disposent de toute une gamme de moyens pour appuyer le tourisme: amélioration du climat d'entreprise (simplification des procédures, créativité de l'approche nor-

mative), accompagnement des entreprises débutantes, renforcement du caractère attrayant du paysage, amélioration des infrastructures de loisirs, financement ou aide à la promotion. Les autorités nationales et, éventuellement, l'Union européenne, disposent aussi de moyens d'action.

Des mesures sont prises pour appuyer les objectifs et d'importants moyens sont déjà disponibles, mais la coordination est perfectible, les projets se chevauchent souvent et le sens critique est trop peu développé. Ainsi, une quinzaine de projets Leonardo coexistent en matière de formation au tourisme rural, il existe plusieurs projets d'écolabels touristiques, etc. Il serait préférable de confier la qualité et le marketing à une instance supérieure.

La durabilité porte en l'occurrence sur trois axes: transports, séjour et récréation. En matière de transports, il s'agit de stimuler les transports publics, d'organiser des navettes pour les bagages et de mener des programmes de compensation de CO₂. Pour les séjours, l'accent est mis sur les infrastructures dotées d'un label environnemental, sur une alimentation saine et biologique et sur le souci du bien-être animal. Le volet récréatif, enfin, porte sur les activités à petite échelle, sur la découverte de la campagne et de la culture locale, sur l'expérience authentique.

Le tourisme rural durable n'en est qu'à ses tout premiers balbutiements, alors que la demande du marché augmente. Il constitue le domaine d'action spécifique de l'ECEAT. La durabilité ne constitue pas une «proposition de vente unique» mais, dans la mesure où la qualité et le pouvoir de différenciation sont démontrés, elle offre une valeur ajoutée à la société.

Exposé de M. Arno Frising, conseiller de direction au ministère de l'Agriculture, service Développement intégré des zones rurales, Luxembourg

Monsieur le Président,
Chers collègues, Mesdames, Messieurs,

D'abord, je félicite l'organisateur pour l'initiative du séminaire sur le tourisme rural, auquel je souhaite tout le succès que cette thématique mérite. Puis, je tiens à remercier les responsables du Conseil inter-parlementaire consultatif de Benelux, pour l'invitation ici à Clervaux.

En complément aux aspects déjà exposés ce matin ou l'après-midi, je voudrai situer mon intervention sous le thème: «Le Développement intégré des zones rurales au Grand-Duché de Luxembourg».

Mesdames, Messieurs, depuis la réforme des fonds structurels européens en 1989 et dans l'optique communautaire, la Commission de l'Union européenne - tout comme le gouvernement luxembourgeois - ont poursuivi le développement des zones rurales, non seulement dans sa seule dimension agricole/viticole/horticole voire sylvicole, mais dans une perspective bien plus large et plurivalente.

L'approche globale et intégrée de développement rural se réfère au modèle agricole européen de 1997: «l'agriculture multifonctionnelle», qui est compétitive, qui est durable - et surtout - qui est bien répartie sur tout le territoire.

Cette agriculture multifonctionnelle est productrice d'aliments sains, de haute qualité, tout en appliquant des modes de production et de distribution soucieux de l'environnement et des ressources naturelles, de la biodiversité et du bien-être des animaux. En plus elle garantit le maintien de la typologie des paysages ainsi que la gestion raisonnée de l'espace, par ailleurs aussi dans l'intérêt manifeste du secteur touristique.

Dans le cadre de la réglementation concernant le développement rural, le gouvernement luxembourgeois s'engage à soutenir l'approche intégrée de l'agriculture multifonctionnelle. Celle-ci ne peut perdurer sans un développement harmonieux et durable sur tout le territoire, mais avant tout dans ses espaces ruraux, couvrant plus de 80 % de notre territoire.

Le Plan national de Développement rural - PDR2000-2006, avait une enveloppe budgétaire totale de quelque 373 Mio. €. Dans l'optique de valoriser les atouts et potentiels des milieux ruraux, l'axe stratégique 5 du PDR visait à renforcer et à adapter le développement intégré des zones rurales, de ses diverses activités socio-économiques ainsi que du cadre de vie des populations rurales. Parallèlement son but était aussi de conforter l'image générale de l'agriculture et du milieu rural dans la société luxembourgeoise. Un autre objectif prioritaire de cet axe PDR était l'égalité des chances entre femmes & hommes, mais aussi entre les générations: enfants - jeunes - actifs - génération 60+.

A l'issue de cette programmation, on peut conclure que de nombreux acteurs ruraux engagés privés ou publics ont su bénéficier du programme de développement rural. L'alliance des différents volets PDR retenus a pu contribuer à un meilleur équilibre entre les zones rurales et les zones urbaines du pays, tout en mettant à profit les interdépendances manifestes et positives entre la ville et la campagne.

Si ce constat vaut pour la socio-économie en général, il se confirme à plus forte raison aussi pour le domaine du tourisme.

En conséquence, le PDR luxembourgeois a réussi à valoriser des synergies et potentiels entre différents secteurs socio-économiques et fonctions connexes, qui cohabitent positivement en milieu rural ou qui influencent également sur l'espace urbain.

A présent, les orientations stratégiques de développement rural reprennent les principes exposés, mais elles s'inscrivent également dans le cadre des objectifs de Göteborg-2001 et dans le contexte de la stratégie renouvelée de Lisbonne-2003.

Ainsi, la nouvelle stratégie du PDR 2007-2013 définit-elle les priorités suivantes:

- compétitivité et diversification économique durable dans les zones rurales;
- sauvegarde de l'environnement, de la biodiversité et des ressources naturelles;
- gestion raisonnée de l'espace;
- garantie et attractivité des emplois locaux/régionaux;
- assurance de la cohésion sociale.

Mesdames, Messieurs, revenons encore à la relation ville & campagne, ainsi qu'à la typologie de l'espace rural luxembourgeois, qui s'étend sur la quasi-totalité du territoire national. Seulement deux des douze cantons sont avec prédominance de type urbain voire périurbain: le canton de Luxembourg avec la capitale et sa ceinture d'agglomération densifiée, et le canton d'Esch/Alzette avec les plus grandes localités de la région Sud. Par conséquent les dix autres sont des cantons ruraux, soit plus de 80 % de la superficie du pays.

D'après le PDAT(2003), 105 des 116 communes luxembourgeoises sont des «communes rurales», en majorité à typologie villageoise. Avec un total de quelque 190 000 habitants, + 42 % de notre population résidente vit dans les villages et à la campagne. Les chefs-lieux des cantons ruraux sont des petites villes. Situées en milieu rural, elles constituent des centres de développement et d'attraction (CDA) pour les communes et villages de la région rurale environnante. Le PDAT définit 15 CDA répartis dans le pays, qui forment un réseau national et un système cohérent d'organisation spatiale avec l'arrière-pays; ceci suivant leur centralité et accessibilité, leur degré d'équipement en services publics et privés et d'après leurs capacités d'approvisionnement.

Entre la ville et la campagne, une fraction croissante du territoire - au Luxembourg comme dans d'autres régions d'Europe - se révèle comme «milieu de transition» entre l'espace urbain et l'espace rural. Cet espace «rurbain» se caractérise principalement par sa fonction monolithique de résidence ou d'habitat, éparpillé dans le paysage rural et à faible densité de population.

Ici, j'aimerai insérer une brève réflexion sur l'évolution de nos villages. Sans doute, chez nous comme chez nos voisins également, les villages ont profondément changé leur visage, ceci déjà depuis les années 50, mais encore davantage au cours des dernières 20 années.

Jusque dans les années 1950, le «village» représentait le cadre de vie des ruraux. C'était leur «monde»! Leur village natal était souvent aussi leur lieu de vie, de formation, de travail et de référence. Le village représentait leur repère d'approvisionnement et de convivialité. Ainsi, presque toute la vie se déroulait-elle dans le village, autour du foyer.

A présent, dans notre société du 21e siècle ou du 3e millénaire, nos localités sont en constante mutation. Nous sommes tous à la recherche de la parfaite mobilité et accessibilité. Donc, les distances se rapprochent et les espaces se confondent, les nations se rencontrent, les cultures s'entremêlent et les identités s'alignent.

De nos jours, l'on éprouve souvent: le «monde entier» est réduit à l'échelle d'un «village», le «village globalisé». Eh bien, ce «global village» nous l'évoquons fréquemment dans le contexte d'un «monde globalisé», qui réunirait une société multiculturelle. Une société du savoir pluridisciplinaire ou se déroulent les processus les plus divers et les plus complexes et où les distances d'hier s'éliminent aux dépens de la mobilité de demain.

Chers invités, si je viens de vous dessiner une pareille «image de village», c'est pour dénoter clairement qu'aujourd'hui le phénomène de la globalisation, avec ses effets positifs et conséquences négatives, ne se limite plus aux métropoles, mais il s'ébat également - et même à plus forte raison - en milieu rural et dans les villages. Un aspect majeur de plus, à considérer de près dans le contexte de l'identité d'une région rurale en relation avec sa conception touristique.

Voilà précisément, l'argument crucial en faveur d'une planification intégrée dans les zones rurales et dans l'optique d'un développement durable et soutenu au niveau local/communal. Sans doute, les élus et responsables communaux, ensemble avec leurs services, ont un intérêt éminent de se doter d'un cadre d'orientation et d'un plan directeur intégré de planification, qui leur dessine les perspectives et orientations d'un développement soutenu de leurs villages et du milieu rural.

Au Luxembourg, le département Développement rural du ministère de l'Agriculture, en partenariat avec les communes rurales, poursuit une telle approche de planification intégrée déjà depuis 1990, par l'élaboration ainsi que la mise en oeuvre des Plans de Développement communal (PDC). Actuellement la planification et les concepts PDC affinent leurs actualité et efficience, ceci dans le cadre de la nouvelle législation sur l'aménagement communal et le développement urbain de 2004. En effet, dans le contexte de l'actualisation régulière des PAG (Plan d'Aménagement général) communaux, chaque commune a l'obligation préalable d'élaborer une étude préparatoire PAG, qui documente les options et orientations du futur développement communal.

La planification PDC traite de tous les aspects du développement communal intégré, regroupés sous quatre axes thématiques équivalents:

- le milieu habité et l'habitat, l'évolution démographique et la mobilité;
- le contexte régional, les structures socio-économiques et l'équipement collectif;
- l'environnement naturel et humain, l'écologie et la biodiversité en milieu habité;
- les activités socioculturelles, l'identité locale et les lieux de rencontre.

La mise en pratique de tels processus de planification, dans plus de 75 communes rurales du pays et cofinancés à 50 % par notre département ministériel, a documenté et confirmé 5 atouts manifestes d'une telle démarche concertée:

- le PDC ne constitue non seulement un plan directeur intégré respectivement un fil conducteur de développement communal pour les responsables politiques avec leurs services;
- il représente aussi un instrument concret de coordination pour la commune;
- le PDC sert d'outil de participation proactive pour citoyennes et citoyens de la société civile, donc pour tous les acteurs ruraux intéressés;
- par ailleurs, la planification PDC assure une démarche et un déroulement ordonnés, d'après des priorités dans le temps et dans l'espace;
- le PDC décrit un programme d'options et d'actions pluriannuel en vue d'un développement durable, qui est soutenu par tous les groupes d'intérêt impliqués de la commune.

Mesdames, Messieurs, revenons à l'évolution décrite des zones rurales et des villages, où l'on constate que les grandes mutations ont surtout influencé sur les niveaux socio-économique et socioculturel, donc également sur les activités touristiques.

Ainsi, l'agriculture, la viticulture ou la sylviculture, importants facteurs économiques et socioculturels des villages et espaces ruraux au passé, ne jouent plus le même rôle prédominant, ni dans l'économie rurale, ni dans la société villageoise.

Le secteur économique primaire est en forte régression depuis les années 1950, où sa part représentait encore + 26 % de la population active au Luxembourg. En 1981 les branches d'activités agricoles/viticoles frôlent encore les 5 % de l'emploi total, pour arriver autour de 1,2 % de l'emploi en 2006. En chiffres absolues, on parle aujourd'hui d'environ 2 300 exploitations agricoles/viticoles, qui représentent une main-d'œuvre totale de 3 920 unités de travail-année (UTA) au Luxembourg en 2006.

Les profonds changements dans la société villageoise se sont également manifestes par rapport au cadre de vie des ruraux. De plus en plus les villages deviennent des lieux d'habitat ou de détente uniformes, ils perdent peu à peu leurs autres fonctions: de lieux de travail, d'activité, d'approvisionnement ou de collectivité.

Ces mutations économiques, c.à.d. la régression du secteur primaire vis-à-vis de l'énorme essor du secteur tertiaire des services publics et privés, ont fait qu'une majorité d'actifs ruraux font quotidiennement la navette vers leur emploi, souvent localisé en direction des centres urbains autour de la capitale ou du moins dans le CDA régional.

Par ailleurs, ces flux croissants de mobilité sont encore accentués par l'arrivée quotidienne de quelque 118 000 navetteurs frontaliers de la 'Grande Région' française, belge et allemande, navetteurs frontaliers qui sont occupés dans les divers secteurs économiques luxembourgeois.

Pour le Luxembourg, ces deux aspects de mobilité - navetteurs résidents et navetteurs frontaliers - n'influencent non seulement la répartition démographique dans l'espace, du moins entre 7 heures du matin et 19 heures du soir, mais ils ont également des répercussions sur la qualité de vie, l'activité associative, ainsi que l'identité des villageois.

Pourtant, notre population rurale ne peut point être comparée à celle des territoires ruraux profonds d'autres régions européennes comme p. ex. en Scandinavie ou encore dans les espaces méditerranéens.

Vu sa taille ainsi que les distances au Luxembourg, le monde rural luxembourgeois devra plutôt être considéré comme monde rural intégré avec une interdépendance marquée entre la campagne, le village et la petite ville.

Ceci explique aussi, qu'au Luxembourg la récente évolution démographique présente une tendance, que je qualifierai «d'exode urbain» vers la campagne. Cette migration est principalement due à une disponibilité réduite de terrains ainsi qu'à l'éclatement déchaîné des prix en zone urbaine.

En effet, les tendances actuelles de «rurbanisation» - c.à.d. «établir la ville à la campagne» risquent d'être à l'origine de sérieux problèmes, qui empiètent déjà et sur les zones rurales et sur les libertés de leurs acteurs. Voilà pourquoi les préoccupations prioritaires des zones rurales mises en évidence au nouveau PDR, s'accentuent encore davantage autour de:

- la qualité du cadre de vie des ruraux,
- l'équipement, l'approvisionnement et la mobilité dans les villages et espaces ruraux,
- la sauvegarde de l'environnement, des ressources et des paysages,
- la gestion et l'affectation raisonnées des espaces,
- le développement équitable des différents secteurs socio-économiques, dont le tourisme et, «last but not least»,
- le rayonnement culturel des localités et de leurs populations.

Tant la stratégie nationale que les fiches-mesures du PDR 2007-2013 viennent d'être finalisées dans cette optique et avec une enveloppe budgétaire totale d'investissement de 510,65 Mio. . pour le Luxembourg sur les prochaines 7 années.

Parmi ses 4 axes thématiques définis, l'Axe 3 intitulé «Amélioration de la qualité de vie dans les zones rurales et Encouragement de la diversification de l'économie rurale» du nouveau PDR luxembourgeois définit la nouvelle démarche intégrée ainsi que les mesures de développement rural.

Thématiquement l'Axe 4 intitulé: «Approche LEADER» est étroitement lié à l'Axe 3 du nouveau PDR. En tant que partie intégrante du programme de développement rural, LEADER vise la constitution de capacités locales de partenariat (GAL régionaux) ainsi que la mise en oeuvre de stratégies locales de développement en faveur de l'emploi et de la diversification.

En principe l'approche LEADER sera donc implémentée et concrétisé à travers les mesures de l'Axe 3. Ces 2 axes thématiques en faveur du développement rural intégré sont donc à considérer en complémentarité. Ensemble ils représentent une part totale de 53,75 Mio. ., soit 12,5 % du PDR national entre 2007 et 2013.

Mesdames, Messieurs, à la dernière partie de mon intervention, je vous présenterai les orientations concrètes des mesures de programmation sous l'Axe stratégique 3, doté d'une enveloppe budgétaire totale de + 40 Mio. €.

Dans la perspective d'une diversification socio-économique et d'une revitalisation socioculturelle - en faveur des zones rurales et dans l'intérêt de leurs sociétés villageoises - l'Axe 3 définit en tout 7 mesures stratégiques convergentes. Cette communication-ci est sans ordre de priorité spécifique.

1. Diversification vers des activités non agricoles

Avec un investissement total de 1,2 Mio. €, ce volet stratégique, cofinancé par une aide publique (c.à.d. aides communautaire + nationale) de 30 % vise à déployer des produits et services, connexes aux activités agricole/viticole ou sylvicole.

D'une part, ces biens ou services restent liés à l'affinage et à la commercialisation de produits agricoles, viticoles, sylvicoles ou artisanaux de qualité, ancrés au terroir et/ou destinés à la consommation.

D'autre part, la transformation, la valorisation et la distribution de ressources renouvelables autochtones des secteurs agricole et forestier à des fins énergétiques - p.ex. valorisation de biomasse - constituent un potentiel de développement répondant au triple défi énergétique, environnemental et économique.

L'indispensable multifonctionnalité des secteurs agricole et sylvicole vaut non seulement pour la valorisation des produits alimentaires de la ferme ou pour la fourniture d'énergie, mais elle porte également sur la gestion intégrée des ressources, des espaces et du paysage. En plus elle peut s'élargir à la création de fermes d'accueil, de fermes-auberges ou encore à l'offre d'autres services socio-économiques, ou récréatifs, ceci tant pour la population autochtone qu'en faveur d'un tourisme rural de qualité.

Il semble évident qu'une telle mesure recherche avant tout la diversification du secteur agricole, ainsi les bénéficiaires de l'aide seront obligatoirement des porteurs de projets privés, constituant un ménage agricole/sylvicole, en tant qu'agriculteurs/viticulteurs/horticulteurs ou sylviculteurs soit individuels, soit associés ou regroupés en coopérative ou en syndicat.

2. Aide à la création et au développement des microentreprises

Cette mesure avec un investissement total de 1,6 Mio. € s'adresse tant aux porteurs de projets publics ou autorités locales ou régionales - comme communes, syndicats de communes, parcs naturels - qu'aux porteurs de projets privés - donc groupes d'intérêts, commerçants, agriculteurs ou autres particuliers – et ne vise que les petites et moyennes entreprises (PME), spécifiées dans une recommandation communautaire.

L'aide publique de 40 % consiste à encourager l'esprit d'entreprenariat et à soutenir la promotion de nouvelles entreprises en milieu rural, en conséquence, elle contribuera au renforcement et à la diversification du tissu économique rural.

Il s'agit de créer des structures proactives au niveau local, p.ex.: «guichets ou permanences de proximité» ou «bourses d'échange», qui offrent des prestations de formation innovante, d'assistance logistique ou de «coaching» aux entrepreneurs PME dans la région même.

Grâce à cette assistance directe sur le terrain, l'acteur usager potentiel peut tirer toute information utile à la création et à la gestion de son entreprise.

Par ailleurs, cet encadrement permettra d'améliorer la viabilité des PME, elle tend à améliorer l'accès aux emplois de proximité en région rurale pour les jeunes et pour les femmes et, finalement, elle contribue aussi à la consolidation d'une identité rurale.

3. Encouragement des activités touristiques

Dans le souci de diversifier l'offre touristique au Luxembourg, de prolonger les séjours en milieu rural et de fidéliser la clientèle, il importe de valoriser les atouts, spécificités et potentiels endogènes de nos zones rurales au profit d'un tourisme de qualité. Utilement, cette démarche durable cadre avec la mise en évidence du patrimoine naturel, bâti et culturel des contrées et villages.

De telles activités touristiques se déploient dans un réseau approprié d'infrastructures adaptées à l'échelle régionale, avec la perspective de mobiliser voire de fidéliser une clientèle dynamique de tout âge pour le tourisme rural. A titre d'exemple, quelques types d'opérations prévues: centres de documentation et musées ruraux, sentiers interculturels & accès ciblé aux espaces naturels et sites culturels, produits touristiques offerts chez l'agriculteur, l'artisan ou l'habitant, services loisirs/détente & wellness basés sur les ressources autochtones et offerts à la ferme, professionnalisation des compétences touristiques et des acteurs locaux. Finalement, la promotion du tourisme de qualité en milieu rural s'avère également comme force motrice considérable dans la revitalisation des régions, villages et de l'économie locale, tout en opérant des effets générateurs de revenus aux populations rurales.

Pour cette mesure avec un investissement total réservé de plus de 2 Mio. €, les bénéficiaires sont des porteurs de projets publics: communes, syndicats de communes, parcs naturels, comme des porteurs de projets privés, notamment: particuliers, commerçants, agriculteurs, entreprises, ou associations oeuvrant dans le secteur agricole et forestier.

vrant en faveur du tourisme rural. Le taux d'aide publique sera de 30 %. Dans le contexte d'opérations soutenues, l'aide ne pourra se rapporter à de simples infrastructures d'hébergement, comme le réseau national en gîtes resp. en chambres d'hôtes est déjà fort bien développé sinon saturé.

4. Services de base pour l'économie et la population rurale

Dans l'intérêt de la vitalité des villages et du milieu rural, il faut maintenir, diversifier ou rétablir à l'optimum des services de base pour l'économie et la population locale.

En plus des prestations économiques locales de commerce ou d'approvisionnement de biens, offerts aux citoyens, ceci vaut également pour les services locaux de transport en commun et de mobilité, les structures sociales d'accueil, d'encadrement et de garde ainsi que les structures culturelles et récréatives.

De telles initiatives d'assistance et de convivialité aident non seulement à améliorer le cadre de vie, mais elles amplifient aussi l'éventail et la liberté d'action dans la vie des ruraux. L'offre de tels services essentiels crée des emplois de proximité, en outre la présence de tels services dans les villages - comme accueil enfants, garde & encadrement de personnes dépendantes - facilite l'emploi féminin en zone rurale, ceci en complémentarité avec l'offre d'emplois de proximité aux actifs ruraux.

D'autre part la promotion en services matériels de l'artisanat et des métiers d'art régionaux contribue largement à une revitalisation du commerce local ainsi qu'à l'attrait des ressources intrinsèques locales et ceci génère des plus-values dans les circuits et sur les marchés d'échelle. Ce volet de mesures, avec une enveloppe budgétaire importante de + 14 Mio. € et un taux d'aide publique de 45 %, n'agit donc pas uniquement en faveur du développement soutenu sur les plans économique et socioculturel pour la région même, mais il pourra aller de pair avec la réaffectation raisonnée de bâties délaissées, tout comme avec la sauvegarde du patrimoine bâti villageois.

Comme pour les deux derniers objectifs, les porteurs de projets bénéficiaires de cette mesure-ci peuvent être soit publics ou privés, soit associations, groupes d'intérêt ou particuliers.

5. Restauration et développement des villages

Des projets relatifs à la restauration et au développement des villages se basent sur la démarche des concepts intégrés et participatifs de développement communal - donc sur la planification PDC présentée plus haut dans mon intervention.

En concertation avec les instances publiques et en partenariat avec les acteurs ruraux de la société civile, les communes rurales s'engagent dans l'élaboration et la mise en oeuvre de divers projets communaux intégrés, tels que sauvegarde, revalorisation ou redéfinition d'une typologie rurale, conservation et réaffectation du patrimoine culturel bâti, promotion de l'identité villageoise par l'idée dénommée «rendre du coeur aux villages».

Si cette mesure de développement communal ou régional, dotée d'une enveloppe d'investissement de 10 Mio. €, s'adresse prioritairement aux porteurs de projets publics tels que communes, syndicats intercommunaux ou parcs naturels, les bénéficiaires peuvent toutefois être des particuliers ou groupes d'intérêts de statut privé. Ici la plus-value d'approche intégrée et participative dans la démarche, c.à.d. l'effet «win-win» marquera la priorité accordée aux projets soutenus d'une aide publique de 50 %.

6. Conservation et mise en valeur du patrimoine rural

Les objectifs de cette mesure, dotée d'un investissement total de 8 Mio. €, prennent également référence à la planification intégrée des PDC (Plans de développement communal).

Pour les projets y relatifs, la coopération proactive entre autorités locales, instances publiques et acteurs locaux de la société civile vise principalement la conservation et la valorisation du patrimoine naturel et rural, à savoir divers projets de sauvegarde, de restauration et de gestion durable ou de «biomonitoring» de ressources et espaces naturels à l'intérieur et/ou en bordure des localités, p.ex. bosquets, vergers, haies & allées, cours d'eau, étangs, prés & pelouses.

Sont également visées des mesures de restauration ou de renaturation de zones de transition entre l'espace bâti et le paysage ouvert ainsi que d'espaces verts publics, en référence aux essences autochtones et la typologie locale/régionale.

Un autre objectif dans cette thématique concerne la restauration et la mise en valeur de sites et structures secondaires du tissu villageois ou encore la documentation de témoins d'anciennes pratiques culturelles tels que mur en maçonnerie sèche, chemin creux, vignoble en terrasse, chenal, bief ou étang d'irrigation.

Bénéficiaires des aides de 25 %, accordées pour des projets de conservation et de mise en valeur du patrimoine rural, peuvent être les divers acteurs publics et privés du milieu rural.

7. Formation & information des acteurs économiques dans les domaines couverts par l'Axe 3

La diversification économique et le maintien de services aux citoyens génèrent l'offre d'emplois de proximité. Parallèlement, le milieu rural est confronté à une demande intrinsèque accrue en personnel qualifié et spécialisé dans les divers secteurs socio-économiques.

Dans la perspective de tirer parti de l'actuelle évolution propice vers la société du savoir en milieu rural et dans l'optique générale du «lifelong learning», cette mesure est avant tout axée sur la formation continue, l'information spécialisée et l'encadrement professionnel des acteurs ruraux concernés en région-même. L'enveloppe financière réservée à cette mesure est de + 3,2 Mio. .

De tels projets de formation et d'encadrement spécialisés auront recours aux technologies d'information et de communication (TIC), qui s'avèrent d'une importance cruciale et qui favorisent l'accès à la société du savoir. En plus, une offre attrayante de formation et d'encadrement sur place contribue à adapter les profils professionnels requis aux emplois régionaux offerts ou recherchés.

L'aide publique de 40 % attribuée s'adresse aux acteurs économiques opérant dans les différents domaines thématiques de l'Axe 3: qualité de vie et diversification économique en milieu rural. Ainsi les bénéficiaires peuvent être des porteurs de projets publics ou privés.

Voilà, Mesdames, Messieurs, toute une panoplie d'options et de mesures proposées, destinées à stimuler, voire à soutenir un développement intégré et durable dans nos zones rurales sur les années à venir. Il s'agit à présent d'encourager et d'accompagner les différents acteurs ruraux dans le choix pondéré de leurs initiatives, tout comme dans la mise en oeuvre raisonnée de leurs projets.

Maintenant, il ne me reste plus qu'à vous remercier de votre intérêt et de votre attention. Bien sûr je resterai à votre disposition pour des remarques ou questions de votre part.

Exposé de M. Eric Jurdant, directeur des «Hébergements touristiques pour la Wallonie», Belgique

Le tourisme rural et à la ferme en Wallonie: la recette d'un véritable succès

1. 88 % du territoire wallon est rural

Il y a deux façons de concevoir le tourisme rural. La première, c'est de considérer toute activité touristique située en milieu rural. Dans ce cas, vu que 88 % du territoire wallon est considéré comme rural, nous pouvons en déduire que le tourisme wallon est essentiellement rural. C'est en grande partie vrai. C'est probablement pour cette raison que depuis toujours chez nous, le concept de «tourisme rural» s'est limité, au sein des autorités touristiques, à une deuxième approche très pragmatique, celle du développement des hébergements touristiques ruraux et à la ferme.

2. Cultiver les différences, valoriser l'authentique authentique

Le terme «rural» évoque, par sa simple prononciation, l'idée de villages calmes, de châteaux, de fermes et de jolies maisons avec jardin, mais aussi de champs de culture et de bois, de prairies et de points de vues, de faune et de flore. Il évoque les «produits du terroir», produits de la terre. Le mot «terroir» évoque le territoire, ses caractéristiques et ses coutumes. L'espace, les hommes et le ... temps. Ces éléments forgent une identité du lieu, indispensable à toute activité touristique. Iriez-vous en séjour dans une région sans âme, sans identité? Il faut savoir que la motivation fondatrice du tourisme, c'est la découverte de la culture de l'autre.

A l'ère du touriste «zappeur», la banalisation de nos modes de vie doit constituer un atout pour le secteur du tourisme rural: il s'agit de cultiver notre différence et nos réelles spécificités. C'est ce que nous avons réussi depuis plus d'un quart de siècle.

3. Un Service «Tourisme de terroir et meublés de vacances»

A côté de cette politique générale, une politique spécifique dédiée au «Tourisme rural et à la ferme» a été mis en oeuvre, au sein de la Direction des hébergements touristiques, que j'ai l'honneur de diriger depuis 9 ans. Ce service s'appelle désormais «Service Tourisme de terroir et Meublés de vacances».

4. L'hébergement de tourisme rural wallon: un réseau de plus de 3 000 hébergements autorisés

Depuis près de 26 années, suite au vote du décret de la Communauté française sur les gîtes ruraux et chambres d'hôtes, l'intérêt pour le tourisme dit «rural» est allé croissant en Wallonie, au point de connaître un développement exponentiel étonnant et jamais vu. On peut parler d'une «success story» wallonne.

Comment expliquer cet intérêt pour les séjours de tourisme rural, le tourisme vert en général, tant du point de vue du producteur (propriétaire) que du consommateur (touriste)? Plusieurs hypothèses sont avancées.

D'abord, une insatisfaction face au produit hôtelier classique. Voici 20 ans, l'hôtellerie wallonne, il faut le reconnaître, était vétuste, désuète, non sécurisée, chère et souvent liée à la fréquentation du restaurant de l'hôtel, sous la formule «pension» ou «demi-pension». Bref, un rapport qualité/prix dissuasif.

Ensuite, le stress de la vie en ville a suscité un intérêt croissant pour les espaces verts, calmes et silencieux, pour les activités ludiques simples (vélo, randonnée, soirée en famille au coin du feu de bois, ...). La campagne est devenue un antidote sociétal utile, véhiculant un imaginaire fort, enraciné dans la mémoire de chaque famille: qui par ses origines, qui par son expérience (un camp scout par exemple). A cela s'ajoute les différentes formes de «retours» (à la terre, à la nature, aux anciennes valeurs, à la tradition, ...).

Le développement de l'intérêt pour la protection de l'environnement (les médias, les associations environnementalistes, les mouvements écologistes, ...) et du patrimoine construit (journées du patrimoine, intérêt croissant des pouvoirs publics pour le patrimoine vernaculaire et le «petit patrimoine», ...) ont entraîné une prise de conscience du potentiel wallon à développer.

Le déclin programmé du nombre d'acteurs et d'exploitations dans le secteur agricole, ce qui a obligé les syndicats agricoles à s'intéresser à une nouvelle forme de diversification des revenus au travers de l'accueil du touriste à la ferme.

Enfin, la confiance du touriste dans la formidable organisation mise en oeuvre en Wallonie en faveur de la location touristique. Cette confiance a été rendue possible au travers de la mise en oeuvre d'un triode cohérent: réglementation, conseil et encadrement, centrale de réservation.

5. Le tripode gagnant: un cadre légal, un secteur professionnel dynamique, une bonne diffusion

un cadre légal: apte à garantir le niveau d'équipement et de confort de l'hébergement, grâce à la protection de dénominations protégées tel que «Gîte rural» ou «Chambre d'hôtes», au classement en «épis» délivrés gratuitement par le Commissariat général au Tourisme, et au contrôle périodique des hébergements; pour tout renseignement (en français): <http://commissariat.tourisme.wallonie.be>.

– un secteur professionnel dynamique: professionnalisation (mais pas trop ...) des propriétaires à la faveur de leur encadrement par deux associations: les «Gîtes de Wallonie» pour les propriétaires ruraux, de loin les plus nombreux, et «Accueil champêtre en Wallonie» pour les agriculteurs. Ces associations de propriétaires conseillent, encadrent, défendent leurs membres; ils les représentent au sein de nombreux organes consultatifs (Conseil d'administration de l'Office de Promotion du Tourisme Wallonie-Bruxelles, Comité Technique des Hébergements de Terroir et Meublés de vacances, Commission Sécurité-Incendie, Commission Consultative de Recours, Conseil Supérieur du Tourisme, etc.). Visitez leurs sites web: www.gitesdewallonie.net et www.accueilchampetre.be.

– une diffusion active et performante: «BELSUD». C'est un site internet multilingue en 6 langues (plus de 11 300 000 visiteurs en 2006, dont 20 % de consultation pour les hébergements de terroir), un guide «papier» édité sous trois formes (grand public, professionnel et commercial) et en trois langues (français, néerlandais, anglais) à 85 000 exemplaires, une centrale d'information et de réservation, créée pour combler une carence du secteur privé en ce domaine à l'époque. Plus de 360 400 Guides Belsud ont été téléchargés en 2006. Visitez notre site: tapez au choix: www.belgique-tourisme.be, www.opt.be, www.wallonie.be, www.belsud.be.

6. Tout succès révèle ses limites: banalisation et effets pervers

Mais tout succès révèle ses limites. Aux responsables de les détecter à temps: plus le secteur révélait ses véritables vertus positives (développement local, mise en valeur du patrimoine villageois, micro-investissement abordable, revitalisation de certains villages, ...), plus des phénomènes négatifs sont apparus: une banalisation croissante du produit «gîte rural», une réduction du temps de séjour ainsi que la vilaine habitude de réserver en dernière minute. La banalisation d'un produit perçu au départ comme révélateur du terroir a de quoi étonner: les reproches formulés à l'hôtellerie désuète peuvent à présent être parfois formulée au secteur locatif: mobilier dépareillé, décoration ringarde, accueil par une voisine, entretien suspect. L'économique l'emportait sur l'intime, l'humain, la proximité, le proche, le petit. Le terroir s'éloignait. Un décalage trop important risquait de se développer entre les attentes du touriste et la réalité. Le phénomène des gîtes de grande capacité faisait son apparition (locations XXL). Les effets pervers commençaient à être «subis» par les habitants. A titre d'illustration, j'ai organisé, voici trois ans, un colloque sur les thèmes de la «Médiation touristique» dans mon village, parfois victime de tensions entre touristes en séjour de guindaille et quelques habitants en séjour ... permanent. Le problème est clairement limité aux séjours en groupe, de plus en plus sans responsable, sans «leader».

7. Du «Tourisme rural» vers le «Tourisme de Terroir» wallon

Une nouvelle stratégie a dès lors été mise en oeuvre au travers du nouveau décret de 2003 relatif aux établissements d'hébergement touristique en créant une nouvelle catégorie appelée «Hébergements de tourisme de terroir».

L'accueil personnalisé

Il s'agissait de revaloriser les hébergements typiques où l'accueil était encore effectué par le propriétaire lui-même ou un membre de sa famille «vivant sous le même toit».

Outre son rôle d'ambassadeur régional, le «propriétaire-accueillant» joue un rôle d'interface entre la vie active de la campagne, parfois bruyante - les récoltes mécanisées et les carrières en activités tard le soir, les camps de jeunes et les nombreux bals en plein air qui se terminent aux petites heures du matin - et leurs hôtes séjournant. Le décalage entre l'idéal que le touriste se fait de son lieu de séjour, le terroir rural, et la réalité, doit retenir notre attention. Comme l'a bien analysé le Professeur Daniel Bodson (UCL-LLN), les ruraux ont adopté (par la force des choses) un comportement et un rythme urbain, avec la campagne pour environnement immédiat. Ou comme l'analyse Dean MacCannell, «La véritable vie est ailleurs semble dire implicitement le comportement touristique; les «autres» sont supposés vivre «dans la réalité», par contraste avec la vie trépidante et factice du monde moderne. D'où l'intérêt pour les autres cultures, censées être dans la réalité des choses, dans la vraie vie». D'où l'intérêt pour la campagne ...

Mais la nostalgie du village ou tout le monde se connaît, ou règnent la marche, le vélo, les sentiers et les bois, a encore de beaux jours devant elle: tant que la vie factice et trépidante du cadre moyen ou supérieur (50 % de la clientèle) sera telle, sa famille sera toujours bienvenue ...

Valoriser le locatif en ville

Il convenait aussi de permettre le développement du locatif touristique en ville, phénomène nouveau très développé dans les pays du sud. Le terme «terroir», pour donner «Hébergement de terroir» fut le terme fédérateur retenu. Il reflète une image d'authenticité, il est vrai, idéalisée par le touriste.

Aides économiques aux seuls hébergements de terroir

Les «Hébergements de terroir» seront dorénavant les seuls à bénéficier de subvention d'aménagement. Les autres hébergements, appelés «Meublés de vacance» continueront toutefois à bénéficier d'une appellation et d'un classement en «clefs» (cf. «Clévacances» en France). C'est dans cette catégorie que se retrouveront progressivement les chalets suisses, les appartements, les maisons mises en location par des agences purement immobilières, les maisons banales, etc.

Objectivation des critères architecturaux spécifiques au terroir wallon

Avec l'administration de l'Urbanisme (DGATLP), une grille de critères architecturaux simples de «typicité du terroir» a été élaborée afin de permettre un traitement objectif de l'hébergement.

Gîtes de grande capacité dorénavant respectueux

Par ailleurs, les «Gîtes de grande capacité» ne pourront bénéficier de l'appellation que moyennant le respect de quelques règles strictes respectueuses des voisins (localisation, espaces détente et parking minimum).

Vitrines de produits du Terroir

Autre nouveauté apportée par ce décret: les vitrines de produits du terroir, encouragées et subventionnées dans les hébergements. C'est évidemment en chambre d'hôtes que celle-ci trouve sa meilleure place, chambre d'hôtes dont le succès va croissant depuis quelques années (+ de 900 chambres), peut-être parce qu'il procure avec certitude l'un des éléments les plus demandés par le touriste: le contact humain.

La table d'hôtes

Ici aussi, le décret instaure une nouveauté de poids: le terme «table d'hôte» est dorénavant protégé légalement. La table d'hôtes est dorénavant la table familiale offerte dans les seules chambres d'hôtes autorisées, aux seuls hôtes logeant. Elle consiste en un unique plat familial, si possible à base de produits du terroir. Le deuxième salon «B&B» va d'ailleurs se tenir au Palais des expositions de Bruxelles ces 17 et 18 mars prochains. J'ai été personnellement surpris du succès de la première édition l'an passé, avec une forte présence étrangère, et l'apparition d'une nouvelle approche: un stand présentait un Guide de chambres d'hôtes tenues par des belges à l'étranger. Nombre de vignobles, fermes biologiques, fromagers y attiraient un public averti !

Notre nouvelle réglementation ne sortira ses pleins effets que dans quelques années, lorsqu'une masse critique d'hébergements sera mis en conformité avec le nouveau décret.

8. Le Tourisme de Terroir en Wallonie: quelles perspectives?

L'évolution pour les prochaines années se décline par qualité, détente et wellness, thématisation, tables de terroir, produits du terroir, loisirs actifs, accueil des moins valides, jardin, vie à la ferme, réunions de famille, groupes et séminaires au vert, randonnée, vécu culturel, etc. Une déclinaison qui devra évoluer au fil de l'imagination et de la créativité.

Thématisation

Le Ministre du Tourisme l'a bien compris, en rencontrant la demande des associations de tourisme de terroir par une solide subvention destinée à donner un coup de fouet à la promotion ciblée des gîtes et chambres d'hôtes à thème. Il s'agit d'hébergement consacré au développement d'un thème particulier: pêche, bio-nature, panda, jardin, patrimoine, etc. Le propriétaire doit disposer d'une compétence minimum et l'hébergement doit disposer d'un équipement ad hoc. Le touriste, de plus en plus averti, pourra s'y consacrer à son hobby ou son loisir favori. Bref, un tourisme intelligent.

Eviter «l'illusion touristique»

Il convient en effet de donner au terroir mis en tourisme un contenu fort et une gamme de produits en renouvellement constant: en contournant l'écueil du tourisme exogène (en plein développement), en évitant de figer, pour les nécessités de la commercialisation, l'authenticité recherchée par le touriste et en veillant à éviter les «mises en scène» d'une certaine authenticité théâtrale développée par décorateurs désireux de paraître dans «Marie-Claire» ou «Ma maison».

Anticiper à temps

L'enjeu de la pérennisation est posé: il impose d'être sans cesse en avance sur les désirs du client, mais surtout de rester vrai et d'être rentable. Le mot est lâché: nous sommes en plein marketing. Mais un marketing où le développement local, le développement durable, la fierté d'être du cru et de vivre «différent» offre encore un grand souffle d'originalité. N'y a-t-il pas un risque de «trop» de terroir; autrement dit, le «terroir» est-il en danger? Est-il un effet de mode dont il faut se préoccuper? Personnellement, je crois que le mot «terroir» est plus en danger que les produits eux-mêmes. Le secteur de l'hébergement touristique de terroir connaît actuellement un «palier» dans son taux de fréquentation. Nous assistons probablement à une régulation du marché, ou les premiers propriétaires revendent ou arrêtent, trop âgés. Mais d'autres projets vont émerger: je vous conseille, par exemple, le «Guide Vins et Cuisines du Terroir en Chambres d'Hôtes», nouveau produit des éditions «Samedi Midi» à Lyon. L'éditeur m'a confié qu'il connaissait un véritable succès auprès des belges !

En attendant, je vous conseille le Guide BELSUD, guide complet du Tourisme de terroir wallon, ainsi que les Guides publiés par les deux associations.

La Wallonie? «La Chaleur de vivre» !

Quelques adresses utiles:

MINISTERE DE LA REGION WALLONNE, COMMISSARIAT GENERAL AU TOURISME Place de la Wallonie 1, bat III
5100 - NAMUR
Tél.: +32-81-33 40 23
Courriel: ejurdant@mrw.wallonie.be

OFFICE DE PROMOTION DU TOURISME WALLONIE-BRUXELLES

Rue Saint Bernard 30
1060 - Bruxelles
Tél.: +32-504 02 80
Courriel: belseud@opt.be

GITES DE WALLONIE ASBL

Avenue Prince de Liège 1
5100 - NAMUR
Tél.: +32-81-31 18 00
Courriel: gitesdewallonie@skynet.be

ACCUEIL CHAMPETRE EN WALLONIE

Chaussée de Namur 47
5030 - GEMBLOUX
Tél.: +32-81-60 00 60
Courriel: accueilchampetre@fwa.be

[Eric Jurdant, juriste de formation, a par ailleurs été, à titre privé, le Président-Fondateur de l'association «Gîtes de Wallonie» en 1989, et Président d'Eurogîtes de 1995 à 1997. Comme fonctionnaire, il a été directeur pendant 14 ans d'un centre-pilote de Tourisme rural à Villers-Sainte-Gertrude (Durbuy), un village de gîtes unique en Wallonie, offrant une capacité de 212 lits. Il y a organisé trois colloques: «Créer son gîte ou sa chambre d'hôtes» (1989), «Tourisme et circulation en forêt, c'est possible» (1994), et «La médiation touristique: résoudre les relations touristes-habitants» (2004).]

Exposé de M. Robert L. Philippart, directeur de l'Office national du Tourisme, Luxembourg, sur le tourisme rural au Grand-Duché de Luxembourg

Le tourisme rural ne peut pas être considéré indépendamment du tourisme dans son ensemble, au Grand-Duché de Luxembourg. Il convient de l'appréhender dans sa globalité.

En matière de tourisme, une distinction peut être réalisée entre les zones urbaines, les zones en voie d'urbanisation (dites «zones rurbaines») et le reste, à savoir les zones rurales, qui couvrent la majeure partie du territoire.

Par ailleurs, le Grand-Duché est scindé en cinq régions touristiques: les Ardennes (au nord), le Centre, les Terres Rouges (au sud), le Müllerthal et la Moselle.

Il convient de ne pas confondre le tourisme rural et le tourisme à la ferme, qui présentent chacun un profil différent, avec des caractéristiques propres.

Le tourisme progresse en général, en nombre d'arrivées, mais cette progression est nettement plus marquée dans les régions urbaines que dans les zones rurales.

D'importantes inégalités apparaissent au niveau de la distribution entre les cinq régions touristiques. Les régions «urbaines» du Centre et des Terres Rouges représentent 62 % des arrivées, contre 38% pour les zones «rurales» (Ardennes, Müllerthal et Moselle).

Cette inégalité se retrouve aussi dans la distribution du nombre d'arrivées entre les différents types d'hébergement. En 2005, sur les 977 410 arrivées au Grand-Duché, l'on dénombrait 696 089 séjours à l'hôtel, 188 185 séjours en camping et 93 136 dans d'autres types d'hébergement, comme les auberges de jeunesse (+ 60 %), les chambres d'hôte et les meublés de vacances.

Ces chiffres se présentent très différemment, toutefois, lorsqu'on tient compte de la durée des séjours. Le nombre total de nuitées s'est élevé à 2 742 257, dont 1 385 181 à l'hôtel, 1 045 862 au camping et 338 214 dans d'autres types d'hébergement. La durée moyenne des séjours est la plus courte à l'hôtel (2 nuits) et la plus longue en camping (5,5 nuits). Le tourisme rural est donc en grande partie un tourisme «de plein air», dont l'aspect est déterminé par le camping dans une large mesure.

Si le tourisme rural détient une position moins solide que le tourisme dans les zones urbaines, les chiffres mentionnés plus haut révèlent toutefois qu'il exerce aussi un important pouvoir d'attraction.

On constate aussi, toujours en matière de tourisme rural, que le nombre d'arrivées augmente au fil des ans, comme indiqué précédemment, mais que le nombre total des nuitées stagne depuis 1995. Il augmente encore légèrement dans les campings, mais il stagne dans les hôtels et il diminue dans les autres formules d'hébergement.

Le taux d'occupation à la campagne est également inférieur à celui observé dans les régions urbaines, en règle générale. En 2005, ce taux s'élevait à 56,6 % pour l'ensemble du pays.

Dans les régions du Centre et des Terres Rouges, où le tourisme d'affaires est plus développé, il s'est élevé respectivement à 60,3 % et 47,3 %. Dans les régions rurales des Ardennes et du Müllerthal, où il s'agit plus de tourisme récréatif, il s'agit respectivement de 37,5 % et 43,3 %. Dans la Moselle, où le thermalisme est important, il culmine à 61,4 %.

Les différences observées au niveau du taux d'occupation sont liées d'une part au caractère saisonnier du tourisme rural et, d'autre part, à la capacité et à la qualité des hôtels.

Les hôtels de la région du Centre comptent 38,37 chambres en moyenne, ceux des Terres Rouges 26,55 chambres et ceux de la Moselle 21,61 chambres, contre respectivement 17,06 et 18,17 chambres en Ardennes et dans le Müllerthal. À Luxembourg, le plus grand hôtel dispose de 337 chambres, contre 104 en Moselle, 52 en Ardennes et 60 au Müllerthal.

À la campagne, la majorité des hôtels sont de petits établissements familiaux. Leur petite taille restreint leur capacité à accueillir des groupes alors que l'accueil de clients individuels pose plus de problèmes dans les grands hôtels mais, d'une manière générale, les résultats sont directement proportionnels aux investissements.

Quels types de vacanciers apprécient la campagne et pourquoi? Si les personnes âgées constituent un public traditionnel, les cadres et les groupes avec enfants constituent un groupe en nette progression. Pour une grande partie de ces vacanciers, il s'agit d'abord d'un retour aux sources: ils sont installés dans des régions urbaines ou industrielles, ou même rurales, et ils retournent à leurs «racines». C'est le groupe le plus nombreux, mais aussi le plus important en termes de nuitées.

La tendance à multiplier les courts séjours se fait aussi ressentir. Dans de nombreux cas, il s'agit de vacances entre un très court séjour et de plus longues vacances classiques.

Le touriste rural recherche avant tout un certain cadre de vie, des vacances «en famille» ou «entre amis» ou «le calme» et «le ressourcement», loin de l'existence trépidante dans les villes. Les longues promenades l'attirent plus que les activités sportives. Il veut profiter du paysage et de la culture locale.

De nombreuses nuances apparaissent toutefois. Les Néerlandais recherchent plutôt les activités sportives, les Allemands sont friands de culture. Les Belges sont attirés par les possibilités de promenade et par la gastronomie locale.

Dans tous les cas, le vacancier est plutôt «frileux». Il veut la sécurité et n'apprécie pas les surprises, qu'elles soient bonnes ou mauvaises.

Il faut également tenir compte des évolutions. Parce qu'il a tendance à prendre de plus courtes vacances, à toutes les saisons, le vacancier décide de plus en plus à court terme. Dans ce contexte, il consulte de plus en plus l'internet mais il décide sur place de l'organisation de son séjour. Dès lors, la sécurité et la qualité de l'offre constituent une première priorité. Pour le loueur, il importe aussi de veiller à «l'aspect social», d'être attentif aux relations avec ses clients et avec la population locale.

Quelles sont les perspectives d'avenir? Dans quels domaines faudrait-il agir? Il convient de valoriser l'offre par l'élaboration de forfaits, de faciliter l'accès tant aux moyens de transport qu'aux informations, d'utiliser la préservation de la nature comme principal argument de vente, de se démarquer par la qualité et les garanties de l'offre, c'est-à-dire d'améliorer la capacité et les services et de proposer des produits de niche pouvant compenser le climat ou les caprices de la météo.

Débat

M. Happart remercie les orateurs pour leurs exposés. Il cède la parole aux participants et les invite à poser des questions ou à formuler des observations.

M. Bossuyt se réfère à l'exposé de Mme Kuitert, dont il ressort qu'aux Pays-Bas, la situation se caractérise par une grande diversité au niveau de l'offre et de la commercialisation. Des efforts sont-ils consentis pour conférer une ligne directrice à cette situation un peu chaotique?

Mme Kuitert confirme que la situation est assez fragmentée et que son organisation n'est que l'un des nombreux petits participants au débat mais, toujours selon elle, il ne serait pas si simple de structurer davantage le secteur. D'importantes différences existent sur le plan de l'approche, de la culture, etc. Le monde politique part du principe que le secteur doit s'autoréguler, mais les intéressés ne le verrraient pas d'un mauvais œil, pour la plupart, si une ligne de conduite était élaborée «au sommet».

Un membre lituanien de l'Assemblée balte souligne qu'en Lituanie, le secteur agricole recourt assez fréquemment à des substances chimiques. La production biologique toutefois a fait son apparition dans deux régions. L'orateur estime que le tourisme rural doit mettre l'accent sur cet aspect. Le touriste qui passe ses vacances dans un petit village doit pouvoir compter sur la qualité et sur la pureté biologiques des produits. L'agriculteur spécialisé dans la production biologique doit tenir compte, pour sa part, de revenus moindres. C'est pourquoi il devrait pouvoir obtenir une aide financière de l'Union européenne.

Mme Kuitert partage l'opinion selon laquelle les repas et les dégustations constituent un aspect important, qu'il convient d'intégrer dans la promotion. Il ne s'agit pas seulement de l'hébergement et des activités, mais aussi de ce que l'on mange et de ce que l'on boit.

M. Jurdant confirme que les touristes s'intéressent de très près à tout ce qui concerne la nature au sens large: protection de l'environnement, habitat écologique, bionature, etc. Le tourisme s'intéresse donc à ce type de produits, dont le développement a été trop tardif.

M. Lebrun relève qu'en Wallonie, d'importants efforts ont été menés dans une série de domaines. Il cite l'exemple de sa commune: celle-ci était principalement axée sur l'économie et sur l'industrie, mais cette dernière a connu un déclin complet à partir des années '70.

Aujourd'hui, l'on s'efforce d'inverser la tendance en mettant l'accent sur les richesses naturelles, par exemple en aménageant des sentiers pédestres et en développant un tourisme non saisonnier. La commune a investi, entre autres, dans le réaménagement et la revalorisation du centre du village, dans le développement de pôles d'attraction. Des subventions européennes ont pu être obtenues.

Le secteur privé commence à investir également. Des initiatives sont prises en matière de réaménagement des paysages et de reconstruction du paysage préindustriel, l'entretien est assuré par l'introduction de troupeaux de moutons, etc. Lentement mais sûrement, le développement du tourisme entraîne aujourd'hui une légère hausse du niveau de vie.

Les administrations locales ont donc un rôle important à jouer sur ce plan, mais il ne suffit pas de mener des initiatives ponctuelles; l'effort doit être poursuivi.

Mme Talhaoui demande si les labels Benelux qui existaient autrefois pour les hôtels sont toujours d'actualité. On ne les voit plus guère, en tout cas.

M. Jurdant répond que le système des labels Benelux a été supprimé à la demande des Pays-Bas. Il fonctionnait d'ailleurs uniquement pour les hôtels, secteur dont l'organisation était aussi la plus simple. Le tourisme rural quant à lui présente des structures différentes selon les pays. Au Luxembourg, il est dans les mains du secteur privé. Il est réglementé en Wallonie mais non en Flandre, du moins pour les petites infrastructures.

Compte tenu de sa relation étroite avec la nature, avec les particularités et avec les caractéristiques locales, le secteur n'est par ailleurs pas homogène.

La solution réside peut-être moins dans l'octroi d'un label uniforme et plus dans une information et une communication de qualité. Il s'agit avant tout de savoir comment interpréter et comparer les différentes classifications. Ainsi, quatre épis en France correspondent à trois épis en Wallonie, car les normes wallonnes sont plus strictes.

M. Nijs précise qu'en Flandre, une autorisation est aussi requise pour les infrastructures d'hébergement dans les zones rurales, à partir de quatre chambres. Le reste du secteur n'est pas encore réglementé mais l'élaboration d'un décret global est en cours.

Plusieurs orateurs estiment qu'il serait utile de relancer le label Benelux.

Fin des travaux du vendredi 19 mai 2007

M. Negri remercie les orateurs et les participants. Il clôture les débats de la première journée de conférence à 17 h.

TRAVAUX DU SAMEDI 20 MAI 2006

I. — Le tourisme rural dans les États baltes Rapporteur: M. Luuk Blom

Introduction par M. Luuk Blom, président de la commission de l'Aménagement du territoire et de l'Infrastructure

La réunion est ouverte à 9 h 30 par M. Blom. Il souhaite la bienvenue aux participants.

M. Blom souligne qu'il est le porte-parole en matière de loisirs et de tourisme au sein de son parlement, mais que ce sujet – et certainement le tourisme rural – n'est que rarement inscrit à l'ordre du jour de ce parlement. En plus, les débats sont généralement limités à l'agenda touristique et au rôle que le monde politique peut jouer pour attirer les touristes ainsi qu'aux priorités.

Les Pays-Bas sont un merveilleux pays pour les touristes. Les Allemands, surtout, sont nombreux à visiter le pays. Ils représentent 80% des touristes en Zélande.

Il est devenu évident, entre-temps, que la campagne et la mission du secteur agricole se modifient. Le secteur dépend aujourd'hui dans une large mesure des flux de subventions (européennes), mais ceux-ci vont se tarir d'ici à 2011 ou 2012.

Par conséquent, de nouveaux concepts apparaissent, comme le minicamping à la ferme, avec 15 emplacements au maximum, ou les campings paysagers. La licence de camping paysager ne peut être obtenue que s'il est également procédé au développement du paysage. Il s'agit en l'occurrence de zones couvrant 10 à 15 hectares.

Le secteur agricole doit se lancer à la recherche de nouvelles pistes économiques. Le tourisme en général, et le tourisme rural en particulier, constituent l'une de ces possibilités.

M. Blom cède la parole à Mme Damberga, première oratrice de cette matinée dont le programme est compact.

Exposé de Mme Antra Damberga, Project Specialist of the Country Holidays, Lettonie

L'association lettone pour le tourisme rural, une association non gouvernementale de prestataires de services en matière d'hébergements de tourisme rural, a été officiellement constituée en 1993. Au départ, l'association comptait 33 membres et des accords préliminaires furent conclus en 1990. Aujourd'hui, elle réunit 350 membres actifs et dispose d'une équipe de 14 personnes. Ses bureaux sont établis à Riga. Les trois États baltes totalisent ensemble un millier d'hébergements touristiques ruraux.

Le système des fermes collectives a éclaté à partir de 1990, lorsque les États baltes ont reconquis leur indépendance, en laissant la place au développement des fermes privées. Cette transition a eu pour conséquence que les agriculteurs ont recherché des sources de revenus supplémentaires, comme la location de chambres aux touristes, entre autres. A l'époque, toutefois, le phénomène était très restreint.

En 1993, lors de la création de l'association, le développement du tourisme rural a été organisé de façon structurée avec une base de données, d'un système de classification et de contrôles de qualité, un service de promotion et de réservation.

Aujourd'hui, l'organisation est active dans le développement de produits touristiques ruraux, les contrôles de classification et de qualité, la formation et le conseil, la promotion et le marketing par le biais de brochures, de cartes et de l'internet, ainsi que dans le lobbying dans l'intérêt de ses membres.

Environ 60 à 80 % du marché du tourisme rural est du tourisme intérieur.

Pendant la première moitié des années '90, jusqu'en 1996, l'offre se partageait principalement entre deux types d'hébergements: les chambres avec petit déjeuner, toilettes et douches communes, un investissement très limité dans le mobilier et l'équipement, les touristes utilisant tout simplement les équipements familiaux du prestataire de services et les maisons de vacances en self-catering, dont l'occupation était généralement réservée à la période estivale puisqu'elles ne disposaient pas de chauffage, et dont le mobilier était particulièrement modeste. Les clients se plaignaient du peu d'intimité offert dans le premier type d'hébergements.

À partir de 1997, une aide nationale et européenne a permis de rehausser le niveau des logements (commodités privées, rénovations, construction, etc.).

Aujourd'hui, quatre catégories de séjours sont proposées: maisons de campagne (bed and breakfast, repas, activités et services), maisons de vacances en self-catering (chambre séparée, séjour, cuisine équipée, toilettes et douche, location à la journée), guesthouses (plus de cinq chambres, sauna, salles de réception et séminaires, activités et détente) et châteaux ou manoirs (chambres ou salles pour banquets, séminaires ou conférences).

La classification qualificative est symbolisée par des papillons (1 à 4) et un label «vert» spécifique (1 à 4 feuilles) a été développé.

Le tourisme à la ferme en tant que tel n'a finalement pas connu d'essor en Lettonie en raison, entre autres, du manque d'intérêt des agriculteurs et des touristes. Les grandes guesthouses n'appartiennent généralement pas à des habitants mais à des citadins qui investissent dans leur construction.

De nos jours, le tourisme rural dans les pays baltes se caractérise, entre autres, par une offre importante d'équipements et d'activités: sauna, bateaux, possibilités de monter à cheval, sports (tennis et golf, entre autres), location de vélos et de skis, pêche, repas, etc.

Des vacances actives et des circuits combinant des séjours dans des hébergements, des visites de sites et d'attractions, des repas, des circuits (pédestres ou équestres, en canot ou à skis) ou d'autres combinaisons, sont aussi organisés.

En 2006, le tourisme rural a représenté 325 330 nuitées au total. Près de 70 % des touristes sont venus pendant les mois d'été. La durée moyenne des séjours était de 1,4 nuitées pour les touristes nationaux et de 3,25 pour les étrangers. Ces vacanciers ont dépensé environ 10 001 050 euros dans les établissements touristiques ruraux. Le taux d'occupation oscillait entre 13 et 17 %.

L'association assure la promotion du tourisme rural en éditant un catalogue des établissements d'hébergement commun pour les trois pays, en établissant des cartes axées sur les vacances «nature», les circuits et les promenades, etc., et en stimulant les vacances actives. Il convient aussi de citer dans ce contexte le site internet www.countryholidays.lv.

Quels défis le secteur du tourisme rural dans les États baltes doit-il relever?

Selon toute évidence, les initiatives privées ne suffisent pas et sont trop faibles pour supporter le développement. Une coopération est nécessaire au niveau de la définition des stratégies et de la disponibilité des moyens requis pour prendre les initiatives nécessaires. Dans ce contexte, il s'agit entre autres de développer en commun des produits tels que des circuits pour les cyclistes, des sentiers fléchés, des produits de tourisme «nature», des infrastructures communes (signalisation, etc.), et des initiatives communes en matière de marketing et de promotion par le biais de brochures, de sites internet et d'autres médias.

Il convient aussi d'éviter que certains produits de tourisme rural perdent leur caractère propre ou disparaissent en raison d'un excès de réglementations ou d'une interprétation trop stricte des règles.

La cuisine locale, à base de produits du terroir, est l'un des services supplémentaires les plus prisés. Toutefois, les investissements financiers requis à cet effet - en matière d'hygiène des cuisines, entre autres – ne sont pas proportionnels aux recettes, ce qui rend l'opération peu rentable.

De nombreux touristes sont attirés par les saunas traditionnels mais les prescriptions en matière de construction et d'équipements (douches, etc.) ne sont pas conciliables avec les saunas «classiques». Or la demande du marché porte sur ce dernier type. La popularité croissante des sites naturels se traduit par une augmentation du nombre de visiteurs et donc des besoins en matière d'infrastructures adéquates (parkings, sentiers pédestres, installations sanitaires), ce qui suscite à son tour une inquiétude grandissante à propos des risques d'atteintes à leur valeur naturelle et à leur biodiversité.

Les résidences avec selfcatering posent un problème analogue. Les constructions se multiplient à mesure que leur popularité grandit, mais les touristes aspirent surtout au calme et à l'intimité alors que le marché n'est pas prêt à investir dans ce sens.

Toute une série de projets sont lancés pour répondre à ces défis, entre autres dans le cadre des programmes Léonard de Vinci, LIFE et Interreg de l'Union européenne. L'EEA Financial Mechanism, le Norwegian Financial Mechanism et un financement national contribuent aussi à cet objectif.

Citons, entre autres, le projet «*A new approach for quality in European rural tourism*» (critères de qualité pour les infrastructures liées au tourisme rural, manuel d'inspection qualitative, application internet en matière d'évaluation qualitative et modèle virtuel de formation des contrôleurs de qualité).

Le projet «*A common Development Strategy of Rural Tourism in het Baltic Countries – an Open Source Information System for Small and Micro Enterprises in Rural Areas*» concerne un système informatisé relatif aux infrastructures de tourisme rural dans les États baltes et une stratégie de marketing spécifique .

Le projet «*Agora - network sustainable tourism development in the Baltic Sea Region - www.agora-tourism.net*» consiste en un réseau de 44 partenaires établis dans 10 pays de la mer Baltique. Il porte sur la collecte d'informations relatives aux projets touristiques, dans le but de conserver l'expérience et les résultats acquis à l'usage des futures générations et des utilisateurs intéressés. Le projet-pilote «*Sustainability through common rural tourism quality aspects*» fournit un aperçu de l'évolution du tourisme durable en Lettonie, ainsi que des recommandations tendant à limiter ou à prévenir au niveau de toutes les parties prenantes les effets négatifs du tourisme sur l'environnement, mais aussi sur le plan social ou économique. Des critères de durabilité sont intégrés dans les critères de qualité des infrastructures touristiques rurales et une spécialisation est recherchée au niveau de l'offre de produits durables.

En conclusion, le tourisme rural dans les États baltes est bien structuré et organisé, il constitue un secteur grandissant de l'économie rurale. Pour qu'il continue de jouer un rôle, à l'avenir, dans le développement des zones rurales, il convient de soutenir financièrement et adéquatement les investissements et les mesures contraignantes non proportionnelles à l'importance des petites entreprises familiales. Par ailleurs, le développement et le marketing du tourisme rural dans les pays baltes doivent bénéficier d'un appui approprié.

En conclusion, un séjour dans la campagne balte vous permettra de découvrir sa nature et sa diversité biologique à une échelle unique en Europe, ainsi que des traditions toujours vivantes et une savoureuse gastronomie locale, le tout dans un climat d'authenticité et sans aucune mise en scène. Les États baltes sont résolument ouverts à toute coopération.

Exposé de M. Sven Sester, vice-président de la commission de l'Assemblée balte des Affaires économiques, de la Communication et de l'Information, Estonie

Le tourisme rural fut quasi inexistant en Estonie durant plusieurs décennies. Pendant l'occupation soviétique, il était impossible pour un touriste étranger de loger en dehors de Tallinn. L'accès à certains endroits (îles, zones côtières) était limité même pour les autochtones; comme il s'agissait de zones frontalières, seules les personnes possédant un permis spécial pouvaient y pénétrer.

La situation a changé depuis que l'Estonie a retrouvé son indépendance, en 1991, et le tourisme rural est devenu une branche industrielle en croissance rapide. Outre des services d'hébergement, l'offre englobe différentes possibilités: pêche, équitation, location de canoës, excursions pédestres, séminaires dans de magnifiques sites naturels, camping, etc.

Considérant que le nombre de touristes logeant en dehors des villes a atteint 35% dans le sud de l'Estonie, 38% à l'ouest et 49% au nord, on peut conclure que ce marché touristique est parfaitement concurrentiel. Il est indéniable que les décors sauvages et authentiques, les saunas, les cueillettes de champignons et de baies, etc., augmentent le pouvoir d'attraction du tourisme rural à la ferme pour les touristes internationaux. Les sites touristiques naturels, les paysages, les îles et les zones côtières offrent un énorme éventail de possibilités. Un marketing bien conçu permettrait certainement à l'Estonie de devenir concurrentielle au niveau international puisque, comparé au reste du monde, le pays possède de nombreux sites naturels bien préservés et des régions pouvant donner lieu à la création de nouvelles impressions.

Toutefois, la faible coopération entre les différents secteurs touristiques et le manque de dynamisme au niveau de la prestation de services posent problème.

Information technique de base

Le tourisme rural se définit comme suit:

- un tourisme ancré dans un environnement rural (naturel)
- qui met l'accent sur les impressions produites par la nature et
- qui constitue une branche du tourisme utilisant la nature à des fins commerciales.

Il peut être classifié comme suit:

- services d'hébergement (maisons d'hôtes, motels-hôtels, restauration),
- tourisme de chasse et de pêche,
- tourisme équestre
- écotourisme (trekking, canoë, excursions d'observation de la nature dans des sites remarquables, etc.).

Le rendement potentiel de l'activité équivaut au nombre de touristes ayant été hébergés, ayant parcouru les sentiers de randonnée ou ayant participé à des excursions en canoë ou à des activités de pêche. Il correspond également au nombre de personnes satisfaites des services et qui les ont recommandés à d'autres personnes ou qui sont revenues pour découvrir d'autres activités.

Les ressources fondamentales nécessaires au développement de cette activité comprennent:

- des lieux adéquats pour l'hébergement;
- pour les prestataires de services en matière de pêche, des plans d'eau, poissons, cannes à pêche, installations pour griller et fumer les poissons, etc.;
- pour les prestataires de services équestres, des chevaux et du matériel d'équitation;
- les organisateurs d'excursions doivent avoir l'équipement nécessaire (canoës, vélos, installations pour pique-niques);
- des sentiers de randonnée balisés.

De plus, du personnel (femmes de chambre, cuisiniers, voyagistes, guides, etc.) doit être disponible pour lancer les activités; l'importance des ressources requises est fonction de l'envergure du service (l'hébergement, le tourisme équestre, et le tourisme de chasse et de pêche sont les trois principaux domaines d'activités).

Il semble que la combinaison des possibilités constitue une valeur ajoutée pour toutes les branches des services touristiques. Certaines fermes touristiques proposent à leurs hôtes d'apprendre le tressage de paniers ou de tissus, de goûter des spécialités produites sur place, comme le jambon d'agneau, de partir à la cueillette des baies, d'acheter des souvenirs ou des produits de l'artisanat, etc.

Aspects financiers

Les besoins en investissements et les prix, ainsi que la structure des coûts et des profits, sont très différents selon le type de tourisme.

Concernant les prix en général, on peut considérer à l'heure actuelle, que les fermes touristiques avec prestations de services ont réussi à estimer adéquatement leur travail et que leurs tarifs ne sont pas inférieurs à ceux pratiqués dans d'autres parties du monde (pour l'hébergement, les prix varient de 150 à 1500 EEK, c'est-à-dire de 10 à 100 EUR). Le prix exact dépend de la saison ainsi que de l'occupation. Pour la restauration, les petits-déjeuners valent de 40 à 60 EEK (de 3 à 5 EUR) et les dîners de 50 à 150 EEK (4 à 10 EUR). Les leçons d'équitation coûtent entre 100 et 200 EEK l'heure, c'est-à-dire 6 à 13 EUR. Un kilogramme de truite pêchée coûte 120 EEK, ce qui revient en moyenne à 8 EUR.

Informations sur le marché et les possibilités

Plus de la moitié des habitants du sud de l'Estonie et des îles mènent une activité au moins partiellement liée au tourisme rural; le pourcentage supposé est de 30-35%.

Les sites naturels et les paysages constituent les zones les plus prometteuses en matière de tourisme rural, en Estonie. C'est pourquoi les bureaux d'information touristique (points I) établis dans les villes d'importance régionale, où les exploitants des fermes touristiques peuvent déposer laisser leurs coordonnées, jouent un rôle important dans la prestation de services. Ces points d'information distribuent des brochures et des prospectus informant les touristes des possibilités d'hébergement et de récréation ainsi que des loisirs et des services en matière de voyage.

Une évolution est aussi apparue au niveau du marché; ainsi, les agences de voyages ont commencé à rassembler et à distribuer des informations sur les fermes touristiques proposant des services

d'hébergement et des loisirs dans leur région. Néanmoins, les fermes touristiques devraient plus se faire connaître et les ventes croisées seraient également très utiles (les fermes touristiques pourraient proposer, en plus de leurs services, des services complémentaires fournis par d'autres établissements situés à proximité).

Étant donné que les services touristiques ruraux sont principalement offerts par des entrepreneurs, il est fondamental que ceux-ci coopèrent entre eux. C'est la seule manière de créer un système – une communauté touristique – profitable à tous ceux qui y participent. Pareille coopération ouvrirait la voie à un marché du tourisme rural vraiment efficace.

2007 en perspective

La situation économique saine et stable de l'Estonie, ainsi que l'ouverture de nouveaux hébergements et attractions touristiques, devraient stimuler la demande en 2007 aussi.

Toutefois, si l'hiver exceptionnellement chaud se maintient en février et en mars, les destinations hivernales traditionnelles du sud de l'Estonie en pâtiront pendant le premier trimestre.

On s'attend à une augmentation modérée des arrivées de touristes en 2007. L'ouverture de nouveaux hôtels devrait influencer à la hausse le nombre de nuitées de touristes étrangers.

Plus de 1200 lits supplémentaires, pour la plupart dans des hôtels à quatre et à cinq étoiles, devraient devenir disponibles à Tallinn au cours de 2007; à Tartu un nouvel hôtel de 400 lits devrait augmenter la capacité hôtelière de 30%.

La réouverture anticipée, en 2007, de la connexion maritime avec l'Allemagne (via Helsinki) devrait augmenter le nombre de touristes en provenance de l'Allemagne.

La nouvelle connexion rapide par le ferry M/S Star de Tallink, reliant Tallinn à Helsinki toute l'année, entrera en service en avril 2007 et favorisera les voyages entre l'Estonie et la Finlande.

Au niveau gouvernemental, la politique en matière de développement touristique en Estonie ressortit au ministère des Affaires économiques et des Communications.

Au niveau des ONG, le développement touristique relève surtout de l'association estonienne des agences de voyage, l'association estonienne des hôtels et des restaurants, de l'association SPA estonienne et de l'association estonienne du tourisme rural. Pour toute information complémentaire sur l'Estonie, veuillez consulter le site www.visitestonia.com.

Merci de votre attention.
Bienvenue en Estonie !

Exposé de Mme Regina Sirusiene, présidente de la Lithuanian Countryside Tourism Association, Lituanie

La Lituanie compte 3 482 300 habitants et a une superficie de 65 200 km². Les pays limitrophes sont la Lettonie, la Biélorussie, la Pologne et le district de Kaliningrad. La Lituanie se situe en bordure de la mer Baltique.

La nature y occupe toujours une place importante, avec 722 cours d'eau dont 21 s'étendent sur plus de 100 km. Plus de 3 000 lacs y couvrent 1,5 % de la superficie totale. Les bois et forêts représentent 31,7 % du territoire et les zones protégées 12%.

La cigogne est l'emblème du tourisme rural lituanien. Elle apparaît sur le site internet www.countryside.lt. Il et représente les différentes catégories de qualité (1 à 4 cigognes). Une signalisation spécifique est utilisée pour renseigner les itinéraires menant aux hébergements touristiques ruraux.

En 1977, lors du lancement de l'association, l'offre ne comportait que 17 établissements alors qu'ils sont 600 environ, à l'heure actuelle. Le tourisme rural est considéré comme une activité économique de remplacement.

Du point de vue légal, les infrastructures ne peuvent pas compter plus de 20 chambres et doivent être conformes aux normes d'hygiène légales. Il existe cinq types de normes, relatives à l'hébergement, à la nourriture, au bruit, aux piscines et aux saunas. Les repas doivent être préparés conformément à la réglementation relative aux bonnes pratiques en matière d'hygiène des hébergements touristiques ruraux.

Le nombre de touristes étrangers est passé de 2 % à 13 % depuis l'adhésion de la Lituanie à l'Union européenne. Le caractère spécifique du pays se découvre à travers la campagne, les traditions, les coutumes, le patrimoine gastronomique et le folklore. L'aménagement d'ateliers artisanaux au sein des structures d'hébergement est encouragé.

La ferme lituanienne classique se compose de quatre bâtiments distincts: le logement, la ferme proprement dite, la grange et son aire de battage, la remise à blé.

Les hébergements sont répartis dans l'une des quatre catégories de qualité en fonction du niveau de la ferme: 10% des établissements sont classés dans la catégorie inférieure (une cigogne), 35 % ont deux cigognes, 42 % en ont trois et 13 % en ont quatre.

Dans les établissements classés «une cigogne», les hôtes dorment sur la paille, dans la grange, ou séjournent dans une ferme très modeste, offrant des services minimums.

Les séjours «deux cigognes» s'effectuent dans une ferme ou une maison de vacances avec douches et sanitaires communs. Le nettoyage des chambres est assuré et des prestations de repas peuvent être prévues.

Le label «trois cigognes» correspond à un séjour à la ferme en chambre double ou chambre pour trois personnes, indépendamment des occupants, mais les installations sanitaires et les douches ne sont pas toujours privées. Une cuisine, avec vaisselle et couverts, ainsi qu'un sauna, sont mis à la disposition des hôtes.

Les établissements dotés de «quatre cigognes» sont agréables et propres. Ils comportent des chambres simples ou doubles équipées de toutes les facilités. Ils proposent une gamme complète de services, d'attractions et d'activités ainsi que l'organisation de fêtes, de séminaires et de conférences.

Les fournisseurs s'adaptent aussi à la demande changeante des clients en offrant des activités ou des produits particuliers: séjours dans des élevages, loisirs actifs et séjours d'affaires, séjours et activités axés sur les enfants, sur la santé et sur l'hygiène de vie, festivals familiaux, ateliers divers et cérémonies telles que mariages, etc.

Une aide européenne structurelle a pu être obtenue pour le développement du tourisme rural, dans le cadre du financement de mesures structurelles en faveur de l'agriculture et de la pêche (Single Programming Document, 4th priority, 2004-2006). Pour cette période, l'aide aux mesures de développement du tourisme rural et de l'artisanat s'est élevée à 33,8 %, ce qui représente un total de Lit 72 422 millions.

Débat

M. Blom remercie les orateurs et donne la parole aux participants dans la salle.

M. Bossuyt constate que les États baltes ont fourni et continuent de fournir d'importants efforts dans le secteur du tourisme rural. L'Union européenne pourrait contribuer à ces efforts. Où en est l'harmonisation, entre les trois pays, des structures et de l'approche en la matière?

Mme Damberga, M. Sester et Mme Sirusiene soulignent l'importance du marketing pour les trois États baltes, ce qui présuppose une présentation et une diffusion uniformes. Les petits opérateurs, qui ne peuvent pas être considérés et traités comme s'ils représentaient «l'industrie», ont aussi besoin d'aide.

En matière de tourisme, la coopération est très étroite entre les trois pays: les voies routières et ferroviaires sont améliorées pour que les touristes puissent voyager confortablement et en toute sécurité. Les trois offices de tourisme collaborent aussi entre eux, pour assurer des prestations de services d'un niveau élevé et constant. En plus de leurs autres caractéristiques communes, les trois pays bénéficient d'un climat comparable. Il est donc de leur intérêt de se présenter comme une entité.

Les trois ministères en charge du tourisme participent à l'Europrogramme 2007-2013 susmentionné. Celui-ci est axé sur le tourisme rural, entre autres.

Pour M. Happart, il faut aussi mettre l'accent sur les caractéristiques propres de chacun de ces trois pays et sur les éléments qui les différencient. S'ils possèdent de merveilleux paysages, ils présentent également des particularités culturelles spécifiques et cet aspect attire aussi les touristes.

II. — Fin des travaux

M. Blom remercie les orateurs et les participants. Il remercie le président du Conseil Interparlementaire Consultatif de Benelux pour l'accueil réservé à tous dans ce magnifique Grand-Duché de Luxembourg.

M. Negri remercie les orateurs baltes, dont les exposés furent particulièrement intéressantes grâce à leur connaissance approfondie du sujet. Ces informations inciteront sûrement les participants à la conférence à se rendre sur place pour y découvrir le tourisme rural.

Il invite les commissions concernées du Conseil Interparlementaire Consultatif de Benelux à tirer les enseignements de cette conférence et à suivre le dossier. En effet, de nombreuses possibilités peuvent encore être explorées même si beaucoup a déjà été réalisé.

Fin des travaux à 11 heures.

Les présidents-rapporteurs,

Emile Calmes,
Jean-Marie Happart,
Luuk Blom.