

Le tourisme à la campagne : quelles attentes des différentes clientèles ?

10 février 2014

La DATAR publie une étude, réalisée par GMV Conseil, sur les attentes des consommateurs à l'égard du tourisme à la campagne. L'enquête *Destination Campagnes* a pris pour cible différentes clientèles : Belges, Britanniques, Espagnols et Français. Il en ressort que la campagne bénéficie d'un imaginaire très positif auprès des catégories socioprofessionnelles supérieures, qui l'associent à la détente, au ressourcement et à l'authenticité. Cela n'est, à vrai dire, pas très étonnant.

Mais les attentes fortes qui sont exprimées par ailleurs, en termes de « proximité » et « d'accessibilité » des services, sont sans doute relativement contradictoires avec cette idéalisation de la campagne. « Une fois arrivés sur leur lieu de villégiature, les vacanciers n'entendent pas parcourir de grandes distances. (...) en matière de commerces et de services ». Par exemple, 70% de la clientèle « estiment qu'ils doivent être accessibles à moins de 20 minutes ».

Ce développement du tourisme semble ainsi aller de pair avec le mouvement d'éclatement des villes et de périurbanisation, et avec les stratégies d'équipement fortes des communes péri-urbaines.

Florent Bidaud, Centre d'études et de prospective

Source : DATAR
[<http://www.datar.gouv.fr/travaux-n-18-destination-campagnes-etat-des-lieux-et-evaluation-des-attentes-des-clienteles-potentie> – ce lien n'est plus valide]