

## MÉMOIRE PRÉSENTÉ PAR L'UNION DES PRODUCTEURS AGRICOLES

**AU MINISTÈRE DU TOURISME DU QUÉBEC**

### **Consultation**

Vers une stratégie de croissance économique de l'industrie touristique

Le 21 juin 2019



ISBN 978-2-89556-195-8 (PDF)  
Dépôt légal, 2<sup>e</sup> trimestre 2019  
Bibliothèque et Archives nationales du Québec  
Bibliothèque et Archives du Canada

# Table des matières

|                                                                                                  |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>L'Union des producteurs agricoles .....</b>                                                   | <b>5</b>  |
| <b>1. Introduction .....</b>                                                                     | <b>7</b>  |
| <b>2. Des définitions importantes .....</b>                                                      | <b>7</b>  |
| <b>3. Agrotourisme, aménagement et protection du territoire et des activités agricoles .....</b> | <b>9</b>  |
| <b>4. Main-d'œuvre, entrepreneuriat et relève .....</b>                                          | <b>13</b> |
| <b>5. Innovation.....</b>                                                                        | <b>14</b> |
| <b>6. Accès aux marchés – promotion, accueil et transport .....</b>                              | <b>14</b> |
| <b>7. Conclusion.....</b>                                                                        | <b>15</b> |



# L'Union des producteurs agricoles

Au fil de son histoire, l'Union des producteurs agricoles (UPA) a travaillé avec conviction à de nombreuses réalisations : le crédit agricole, le coopératisme agricole et forestier, l'électrification rurale, le développement éducatif des campagnes, la mise en marché collective, la reconnaissance de la profession agricole, la protection du territoire agricole, l'implantation de l'agriculture durable et même le développement de la presse québécoise avec son journal *La Terre de chez nous*, etc. Depuis sa fondation, l'UPA contribue donc au développement et à l'avancement du Québec.

L'action de l'UPA et de ses membres s'inscrit d'abord au cœur du tissu rural québécois. Elle façonne le visage des régions à la fois sur les plans géographique, communautaire et économique. Bien ancrés sur leur territoire, les 41 324 agriculteurs et agricultrices québécois exploitent 28 154 entreprises agricoles, majoritairement familiales, et procurent de l'emploi à plus de 57 100 personnes. Chaque année, ils investissent 645 M\$ dans l'économie régionale du Québec.

En 2018, le secteur agricole québécois a généré 8,4 G\$ de recettes, ce qui en fait la plus importante activité du secteur primaire au Québec et un acteur économique de premier plan, particulièrement dans nos communautés rurales.

Les 30 000 producteurs forestiers, quant à eux, récoltent de la matière ligneuse pour une valeur annuelle de plus de 350 M\$ générant un chiffre d'affaires de 2,5 G\$ par la transformation de leur bois.

L'action de l'UPA trouve aussi des prolongements sur d'autres continents par ses interventions dans des pays de l'Organisation de coopération et de développement économiques pour défendre le principe de l'exception agricole dans les accords de commerce, ou en Afrique pour développer la mise en marché collective par l'entremise d'UPA Développement international. Maximisant toutes les forces vives du terroir québécois, l'ensemble des producteurs et productrices agricoles et forestiers a fait connaître l'agriculture et la forêt privée du Québec au Canada et au monde entier.

Aujourd'hui, l'UPA regroupe 12 fédérations régionales et 26 groupes spécialisés. Elle compte sur l'engagement direct de plus de 2 000 producteurs et productrices à titre d'administrateurs.

Pour l'UPA, POUVOIR NOURRIR, c'est nourrir la passion qui anime tous les producteurs; c'est faire grandir l'ambition d'offrir à tous des produits de très grande qualité. POUVOIR GRANDIR, c'est être l'union de forces résolument tournées vers l'avenir. **POUVOIR NOURRIR POUVOIR GRANDIR**, c'est la promesse de notre regroupement.



# 1. Introduction

---

L'UPA souhaite vous faire part de ses commentaires dans le cadre des consultations entourant la stratégie de croissance économique de l'industrie touristique québécoise, car pour les producteurs et productrices agricoles, l'agrotourisme et le tourisme gourmand sont des activités qui leur permettent de diversifier leur mise en marché et de faire connaître leurs produits.

L'agrotourisme permet aussi à la société québécoise de mettre en valeur ses régions. En attirant les touristes et les excursionnistes vers leurs entreprises agricoles et en leur offrant des informations sur les modes de production et de transformation de leurs produits, les producteurs font connaître les dynamiques régionales et le milieu agricole duquel sont issus les produits agroalimentaires qui se trouvent dans l'assiette des consommateurs. Les entreprises agrotouristiques et de tourisme gourmand sont de véritables vitrines permettant d'illustrer l'interdépendance entre les milieux ruraux et urbains.

Une étude, conduite par Lemay Stratégies en 2016<sup>1</sup> pour le compte du Groupe de concertation sur l'agrotourisme et le tourisme gourmand au Québec<sup>2</sup>, nous indique qu'en 2016, 1 841 entreprises québécoises proposaient un volet agrotouristique ou de tourisme gourmand. De ce nombre, 780 faisaient de l'agrotourisme. La même étude citait une enquête menée auprès des petites municipalités québécoises de moins de 15 000 habitants qui avaient observé une croissance de 75 % du secteur entre 2011 et 2016 et prévoyaient une croissance de 86 % pour les 5 années subséquentes.

Pour que cette croissance se réalise, il importe que des leviers intéressants soient proposés aux producteurs agricoles qui désirent développer un volet agrotouristique ou de tourisme gourmand, nouveau ou existant, au sein de leur entreprise.

## 2. Des définitions importantes

---

Il convient, d'abord et avant tout, de bien définir ce qu'on entend par agrotourisme, tourisme gourmand et activité agricole, plus particulièrement ces deux dernières composantes qui sont indissociables lorsque vient le temps pour un producteur agricole de développer un volet agrotouristique au sein de son entreprise.

Le **tourisme gourmand** est la découverte, par des touristes ou des excursionnistes, d'un territoire grâce à des expériences culinaires ou des activités agrotouristiques ou bioalimentaires mettant en valeur le savoir-faire de ses artisans et permettant d'apprécier les produits ou les plats qui lui sont propres. Le tourisme gourmand regroupe donc :

- des producteurs agrotouristiques;

---

<sup>1</sup> [Retombées économiques et importance touristique de l'agrotourisme et du tourisme gourmand](#), rapport présenté au Groupe de concertation sur l'agrotourisme et le tourisme gourmand, Lemay Stratégies, septembre 2016.

<sup>2</sup> <https://www.craaq.qc.ca/Groupe-concertation-agrotourisme-et-tourisme-gourmand-quebec>.

- des artisans transformateurs (ex. : microbrasseries, fromageries) offrant des visites ou un accès visuel aux installations, des démonstrations, une salle ou du matériel d'interprétation ou une présentation des procédés de transformation;
- des producteurs agricoles qui sont uniquement ouverts au public pour la vente de leurs produits (aucune visite);
- des restaurateurs offrant une cuisine régionale;
- des vitrines promotionnelles que sont les marchés publics, les routes et les circuits.

Le tourisme gourmand ne se fait donc pas exclusivement en région ou en zone agricole.

Rappelons que le Groupe de concertation sur l'agrotourisme et le tourisme gourmand au Québec définit l'**agrotourisme** comme « une activité touristique complémentaire à l'agriculture. Elle met en relation des producteurs agricoles avec des touristes ou des excursionnistes, permettant ainsi à ces derniers de découvrir le milieu agricole, l'agriculture et sa production à travers l'accueil et l'information que leur réserve leur hôte<sup>3</sup> ». L'agrotourisme a donc lieu dans une entreprise agricole et se fait dans le prolongement d'une activité agricole principale. Et bien que la majorité des entreprises agrotouristiques réalise des activités de tourisme gourmand, une exploitation agricole peut aussi faire de l'agrotourisme sans offre gourmande, par exemple, une production d'arbres de Noël, un élevage d'alpagas (textile) ou un élevage d'ânesses (savonnerie). En raison de sa définition, l'agrotourisme est une activité qu'on trouve presque qu'exclusivement en zone agricole.

Notons que le volet agrotouristique d'une entreprise agricole n'est pas considéré comme une activité agricole au sens de la *Loi sur la protection du territoire et des activités agricoles* (LPTAA). Cette dernière définit l'**agriculture** comme « la culture du sol et des végétaux, le fait de laisser le sol sous couverture végétale ou de l'utiliser à des fins sylvicoles, l'élevage des animaux et, à ces fins, la confection, la construction ou l'utilisation de travaux, ouvrages ou bâtiments, à l'exception des immeubles servant à des fins d'habitation<sup>4</sup> ». Lorsqu'elles sont effectuées dans sa ferme par un producteur à l'égard des produits agricoles qui proviennent de son exploitation ou accessoirement de celles d'autres producteurs, les activités d'entreposage, de conditionnement, de transformation et de vente de produits agricoles sont assimilées à des **activités agricoles**, mais elles excluent les activités de dégustation et d'interprétation, les visites, le gîte et les repas à la ferme.

L'agrotourisme n'étant pas une activité agricole au sens de la loi, il est par conséquent nécessaire pour le producteur d'obtenir une autorisation de la Commission de protection du territoire agricole du Québec (CPTAQ) pour le développement d'un volet agrotouristique au sein de son entreprise. Selon les conditions posées par la CPTAQ, le volet doit généralement demeurer **complémentaire** à l'activité agricole principale et ne peut donc devenir l'activité principale de l'entreprise. Auquel cas, elle ne sera plus qualifiée d'agrotourisme, mais de tourisme rural et ne répondra plus aux critères de la LPTAA.

<sup>3</sup> [Pense-bête de l'agrotourisme : 1 – L'agrotourisme](#), Conseil agrotouristique des Cantons-de-l'Est, à partir du site du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ).

<sup>4</sup> [Chapitre P-41.1 : Loi sur la protection du territoire et des activités agricoles](#), LégisQuébec.



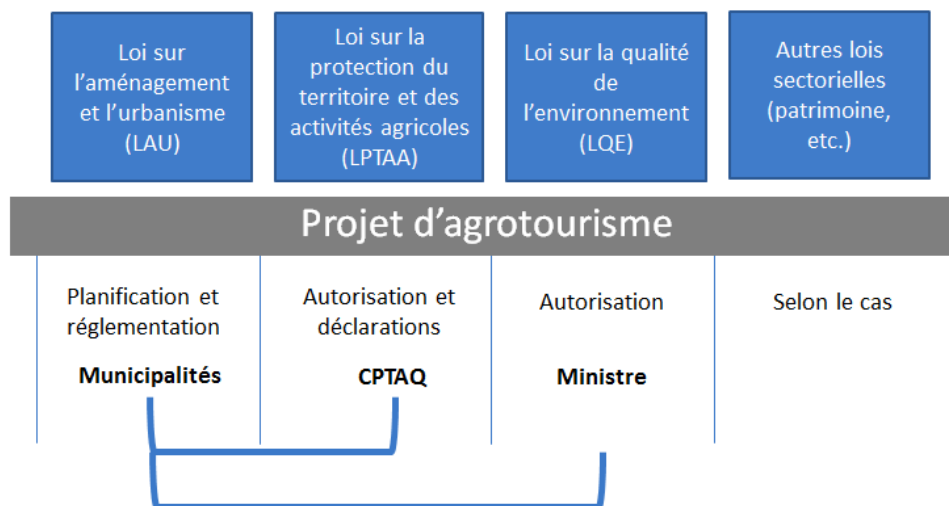
### 3. Agrotourisme, aménagement et protection du territoire et des activités agricoles

Au Québec, le territoire est soumis à plusieurs lois et règlements émanant de divers ministères et régimes législatifs. Les principales lois sont :

- la *Loi sur l'aménagement et l'urbanisme*, qui encadre les documents de planification et la réglementation applicable en matière d'aménagement du territoire avec d'abord les orientations gouvernementales en matière d'aménagement du territoire au sommet, puis le schéma d'aménagement sur le plan des municipalités régionales de comté (MRC) et enfin la réglementation d'urbanisme au municipal;
- la LPTAA, qui régit les activités pouvant être exercées en zone agricole et les critères d'analyse utilisés par la CPTAQ lorsqu'une autorisation est nécessaire. Cette loi a préséance sur toute autre loi ou règlement applicable;
- la *Loi sur la qualité de l'environnement* qui, par ses nombreux règlements, encadre différentes facettes du développement et certains paramètres des projets agrotouristiques.

#### LOIS ET RÈGLES APPLICABLES

- L'aménagement du territoire au Québec



Pour réaliser un projet agrotouristique, une autorisation municipale ainsi qu'une décision de la CPTAQ et dans certains cas du ministère de l'Environnement et de la Lutte contre les changements climatiques sont nécessaires. Dans des cas plus rares, d'autres autorisations pourraient aussi être requises, notamment du ministère de la Culture et des Communications (à l'île d'Orléans, par exemple) ou encore du ministère des Transports lorsqu'un accès doit être aménagé. Le cadre applicable est extrêmement complexe et impose des délais parfois importants, bien que toutes ces normes aient leur raison d'être.

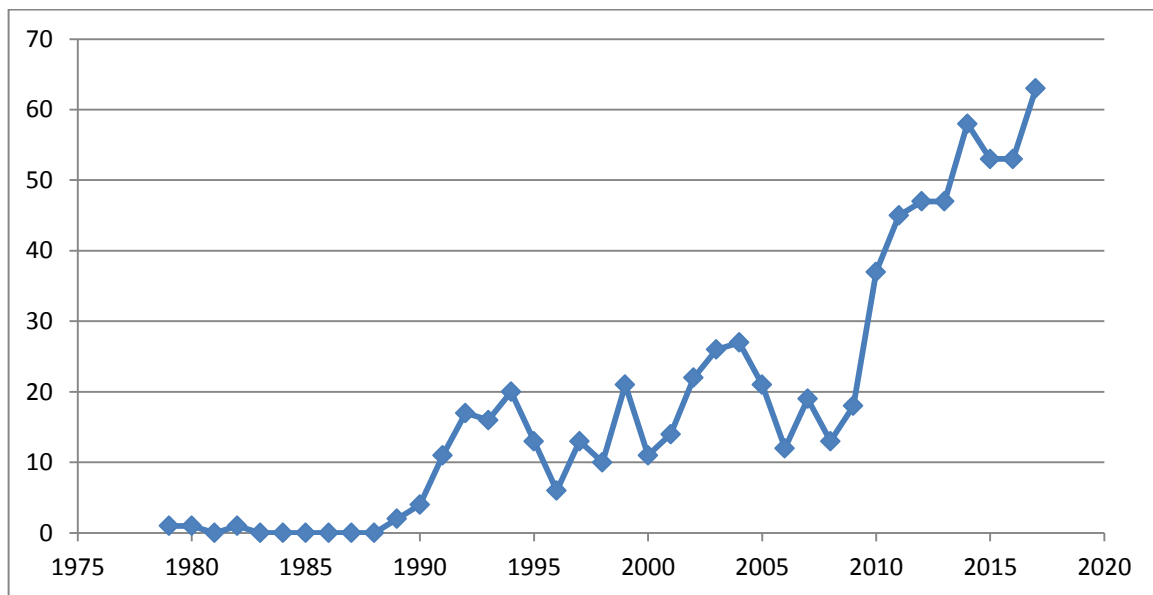
La LPTAA demeure très importante et permet un aménagement cohérent du territoire en donnant la priorité aux activités agricoles en zone agricole. Les activités agrotouristiques ont leur place dans une certaine mesure au sein de la zone agricole, mais elles doivent demeurer

complémentaires à l'agriculture. La CPTAQ et le MAPAQ ont d'ailleurs fait preuve d'une grande ouverture en adoptant, en janvier 2019, un règlement qui vient soustraire certaines activités agrotouristiques de l'application de la LPTAA et donc, abolir l'obligation pour un promoteur de projet de déposer une demande à la CPTAQ<sup>5</sup>.

Malgré ce nouveau règlement, le mythe selon lequel la CPTAQ est un frein aux activités agrotouristiques persiste.

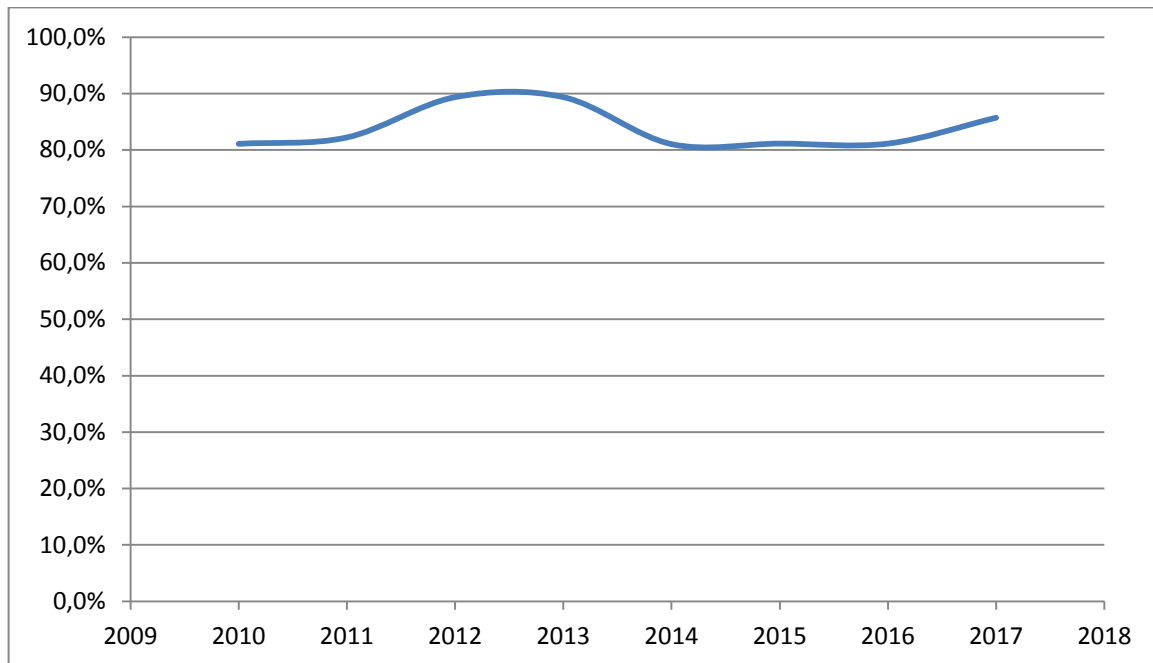
La figure 1 présente l'évolution, entre 1979 et 2017, des décisions rendues par la CPTAQ pour des projets agrotouristiques et on note une croissance soutenue pour ce type de demandes. En 2017, une soixantaine de demandes étaient soumises à la CPTAQ. Cette croissance peut s'expliquer par l'intérêt grandissant des consommateurs pour la provenance de leurs produits et pour le tourisme culinaire et gourmand. La figure 2 présente, quant à elle, la variation des taux d'autorisation des activités agrotouristiques par la CPTAQ de 2010 à 2017.

Figure 1 – Évolution des décisions rendues par la CPTAQ relatives à l'agrotourisme, de 1979 à 2017



<sup>5</sup> Voir le *Règlement sur l'autorisation d'aliénation ou d'utilisation d'un lot sans autorisation de la CPTAQ*.

Figure 2 – Évolution du taux d'autorisation des activités agrotouristiques par la CPTAQ, de 2010 à 2017



Dans l'ensemble, la CPTAQ semble favorable à l'agrotourisme tant que le projet est complémentaire aux activités agricoles de l'entreprise demanderesse, que l'homogénéité et le dynamisme du milieu agricole sont préservés et qu'il n'y a pas de risque de nuire aux activités agricoles environnantes, notamment en imposant des distances séparatrices. Cet aspect est fondamental et relève des MRC et des municipalités, non pas de la CPTAQ. Nous y reviendrons.

| Statut des décisions   | Demandes relatives à l'agrotourisme (%) | Toutes les demandes (%) |
|------------------------|-----------------------------------------|-------------------------|
| Autorisation           | 60,6                                    | 70,7                    |
| Autorisation partielle | 13,2                                    | 1,4                     |
| Taux d'acceptation     | 73,8                                    | 72,2                    |
| Refus                  | 20,1                                    | 24,7                    |
| Désistement            | 3,5                                     | 2,3                     |
| Rejet                  | 1,7                                     | 0,8                     |
| Droits acquis          | 0,3                                     | 0,0                     |
| Autre décision         | 0,7                                     | 0,2                     |

Les taux d'autorisation par la CPTAQ pour les demandes relatives à l'agrotourisme sont plus élevés que ceux de l'ensemble des demandes. De 1979 à 2017, le taux d'autorisation moyen a été de 73,8 %, ce qui est légèrement au-dessus de la moyenne pour toutes les demandes. Soulignons également que le taux de rejet est plus élevé, ce qui est lié au fait que la CPTAQ refuse les demandes lorsqu'elles sont non nécessaires, car elles sont non assujetties à la Loi. Il

est donc faux de prétendre que la CPTAQ refuse toutes les demandes, puisqu'elle les autorise dans une très forte proportion. Par ailleurs, en 2017, le taux d'autorisation pour les demandes relatives à l'agrotourisme était de 85 %. La tendance se maintient d'ailleurs autour de 80 % depuis de nombreuses années.

Lorsqu'elle étudie une demande, la CPTAQ doit tenir compte d'un ensemble de critères et de règles, notamment la conformité à la réglementation municipale, dont les normes de distances séparatrices évoquées précédemment. Celles-ci prévoient des distances que doivent respecter les entreprises agricoles d'élevage lorsqu'elles souhaitent s'agrandir ou s'implanter. Selon la taille de l'élevage, l'entreprise ne pourra s'installer à une distance précise de certaines résidences ou d'un immeuble protégé.

La liste des immeubles protégés est établie par les MRC et consignée à leur schéma d'aménagement. Elle prévoit les types de bâtiment qui imposent des distances plus importantes en raison de leur sensibilité aux odeurs. Bien qu'elle puisse être modifiée par les MRC, la liste des immeubles devient souvent un obstacle au développement des activités agrotouristiques, car certaines de ces activités y sont généralement prévues. La liste suivante est celle que l'on trouve le plus souvent, mais peut être ajustée par les MRC en fonction des réalités de leur territoire :

- commerce;
- centre récréatif de loisirs, de sport ou de culture;
- parc municipal;
- plage publique ou marina;
- terrain d'un établissement d'enseignement ou de santé;
- établissement d'hébergement au sens du Règlement sur les *établissements d'hébergement touristique* et camping;
- base de plein air et centre d'interprétation de la nature;
- centre de ski;
- **bâtiment servant à des fins de dégustation de vins dans un vignoble, établissement de restauration de 20 sièges ou plus, « Table champêtre » ou autre formule lorsqu'elle n'appartient pas au propriétaire ou à l'exploitant des installations d'élevage en cause.**

L'inclusion de cette dernière catégorie à la liste générerait des distances séparatrices plus importantes; la CPTAQ doit donc en tenir compte dans son analyse en plus de nombreux autres critères. L'autorisation de toute nouvelle activité agrotouristique génère des distances et pourrait donc contraindre le développement des entreprises agricoles voisines, surtout dans les régions agricoles dynamiques.

Cette liste des immeubles protégés, comme mentionnée précédemment, peut être modifiée par les MRC afin de permettre davantage le développement de projets agrotouristiques sur leur territoire. Il est donc faux de dire que la CPTAQ et la LPTAA sont les seules responsables du refus des projets agrotouristiques, qui est, de toute façon, peu élevé. **Le milieu municipal peut donc être, dès maintenant, un partenaire clé du développement des projets agrotouristiques en ajustant sa réglementation et sa liste des immeubles protégés afin qu'aucun des éléments de l'agrotourisme ne génère de contraintes aux activités agricoles environnantes et que la CPTAQ ne puisse refuser les projets sur cette base.**

## 4. Main-d'œuvre, entrepreneuriat et relève

---

Tout comme les entreprises touristiques, celles de l'agrotourisme et du tourisme gourmand ont des enjeux en matière de main-d'œuvre. Ces enjeux se trouvent toutefois exacerbés par l'éloignement des grands centres et par la saisonnalité de la majorité des offres agrotouristiques qui concordent habituellement avec les activités agricoles. En 2016, l'étude sur les retombées économiques nous apprenait que les salaires et les avantages sociaux représentaient 45 %<sup>6</sup> des dépenses des entreprises agrotouristiques.

Comme le volet agrotouristique est complémentaire à l'activité agricole, une pénurie de main-d'œuvre pourrait entraîner une redirection de celle restante vers les activités agricoles et une possible fermeture du volet agrotouristique de l'entreprise. De même, la main-d'œuvre s'occupant du volet agricole d'une entreprise n'a pas automatiquement les connaissances et les aptitudes nécessaires pour ce volet. La formation des ressources humaines embauchées ou transférées pour répondre à ce volet (service à la clientèle, tenue de la caisse, utilisation des réseaux sociaux, etc.) devient donc importante. Les gestionnaires d'entreprises agrotouristiques ont eux aussi des besoins de formation, dont notamment en :

- gestion des ressources humaines;
- gestion du changement;
- développement de leur marque;
- optimisation des lieux de vente;
- développement de matériel informatif interactif sur la production et sa transformation.

Lorsqu'une entreprise agricole existante démarre un volet agrotouristique ou qu'elle désire transférer son entreprise, elle rencontre les mêmes défis que lorsqu'elle démarre ou transfère une entreprise agricole. Au démarrage, ces principaux défis sont :

- l'accès à du financement;
- l'accès à des services-conseils spécialisés;
- la réglementation;
- l'obtention des permis.

Et comme le transfert d'une entreprise agrotouristique nécessite, d'abord et avant tout, le transfert d'une entreprise agricole, l'accès aux services-conseils et aux programmes destinés à la relève agricole devrait être rendu possible.

C'est pourquoi l'UPA croit que les entreprises agrotouristiques et de tourisme gourmand devraient pouvoir accéder aux divers programmes de recrutement de main-d'œuvre qui seraient mis sur pied pour le secteur touristique.

---

<sup>6</sup> [Retombées économiques et importance touristique de l'agrotourisme et du tourisme gourmand](#), rapport présenté au Groupe de concertation sur l'agrotourisme et le tourisme gourmand, Lemay Stratégies, septembre 2016.

## 5. Innovation

---

Les principaux défis auxquels font face les entreprises agrotouristiques qui souhaitent innover sur le plan technologique sont liés à l'accès aux réseaux de téléphonie cellulaire et à Internet haute vitesse en région. Encore plusieurs endroits au Québec n'ont pas accès à des réseaux adéquats, ce qui limite l'utilisation de certaines technologies ou plateformes visant à faire rayonner les entreprises et à attirer les visiteurs. Un accès déficient à Internet peut aussi limiter l'utilisation de certains modes de paiement prisés par les visiteurs. Une stratégie de croissance économique de l'industrie touristique devrait donc prévoir des mesures visant à étendre le réseau actuel et à en faciliter l'accès à moindres coûts.

L'innovation passe aussi par l'accès à de l'information de pointe pour les exploitants et à des formations et des conférences sur les tendances locales, régionales et internationales dans le secteur touristique et de la gastronomie. Un accompagnement adapté et des services-conseils sont nécessaires à l'innovation et à la mise en valeur des offres des producteurs.

Bien que l'économie collaborative soit une tendance importante perçue comme une innovation, elle doit être balisée afin de permettre l'épanouissement et la complémentarité de l'ensemble des offres touristiques, agrotouristiques et de tourisme gourmand et de limiter les effets négatifs qu'elle pourrait avoir sur les entreprises existantes.

## 6. Accès aux marchés – promotion, accueil et transport

---

14

Puisque la tendance au tourisme culinaire et gourmand semble se maintenir, les plateformes de l'Alliance de l'industrie touristique du Québec devraient mettre de l'avant les offres agrotouristiques régionales. L'Alliance devrait travailler de concert avec l'Association de l'agrotourisme et de tourisme gourmand du Québec et les tables de développement agroalimentaire régionales au développement et à la promotion de circuits attrayants.

Les installations portuaires et aéroportuaires de Montréal et de Québec représentent souvent la porte d'entrée des visiteurs internationaux. Le principal enjeu pour les producteurs agrotouristiques est le transport des personnes vers leur entreprise, car l'accès aux régions peut s'avérer difficile pour les voyageurs arrivant dans ces villes sans véhicule. On note que la nouvelle génération de voyageurs tend à privilégier les transports collectifs. L'offre réduite de transport aérien régional, combinée à une réduction importante des parcours des services d'autobus interrégionaux et des trains de passagers, limite donc les possibilités de déplacement pour ces visiteurs dépendant des transports en commun.

En plus d'assurer le maintien et le développement des modes de transport interrégionaux, la stratégie de croissance économique de l'industrie touristique devrait promouvoir la mise en place de parcours agrotouristiques et de tourisme gourmand et s'inspirer du Tortillard gourmand<sup>7</sup> en offrant aux visiteurs un transport vers ces destinations à partir des principales villes québécoises (Montréal, Québec, Gatineau, Trois-Rivières, Sherbrooke, Rimouski, etc.).

---

<sup>7</sup> <https://www.tortillardgourmand.com/nos-virees>.

## 7. Conclusion

---

L'UPA réitère l'importance que revêtent l'agrotourisme et le tourisme gourmand dans la mise en marché des produits agricoles québécois, mais aussi dans la promotion des régions. Véritables vitrines des savoir-faire régionaux, ces entreprises illustrent bien l'interdépendance qui s'établit entre les milieux ruraux et urbains.

Mais pour que ces offres touristiques puissent continuer de croître et de répondre au besoin des visiteurs d'aller à la rencontre de la culture et de la gastronomie locale, certains éléments devraient être mis de l'avant dans la prochaine stratégie de croissance économique de l'industrie touristique, dont :

- sensibiliser le milieu municipal afin qu'il retire les installations liées à l'agrotourisme de la liste des immeubles protégés;
- offrir aux entreprises œuvrant en agrotourisme et en tourisme gourmand un accès aux services de placement et aux programmes de développement de la main-d'œuvre touristique;
- faciliter l'accès au financement pour les projets d'agrandissement et de démarrage;
- développer et promouvoir les services-conseils aux entreprises agrotouristiques et de tourisme gourmand;
- développer des synergies entre les diverses offres des plateformes de l'Alliance touristique du Québec et de l'Association de l'agrotourisme et du tourisme gourmand pour mettre en valeur les offres;
- maintenir et développer des modes de transports interrégionaux;
- mettre en place des parcours agrotouristiques et de tourisme gourmand comportant une offre de transport avec départs des principales villes québécoises;
- mettre en place des mesures visant à étendre un réseau adéquat de service Internet et de téléphonie cellulaire et en faciliter l'accès à moindres coûts;
- baliser l'économie collaborative afin de permettre l'épanouissement et la complémentarité de l'ensemble des offres touristiques, agrotouristiques et de tourisme gourmand et de limiter les effets négatifs qu'elle pourrait avoir sur les entreprises existantes.