

Les possibilités de développement du tourisme rural auprès de la clientèle russe

1. La demande des touristes russes en séjours de tourisme rural à l'étranger

Le tourisme rural, dont le développement a été soutenu notamment en France dès les années 1950 pour permettre aux agriculteurs d'avoir des revenus complémentaires, connaît une popularité grandissante depuis les années 1970 dans plusieurs pays européens. Aujourd'hui, la demande de séjours en milieu rural en Europe est très importante : les réservations de gîtes ruraux et de chambres d'hôtels s'effectuent en général au moins un mois à l'avance, et en haute saison, 3 mois à l'avance. En Italie par exemple, la demande de locations d'hébergements touristiques en milieu rural est plus importante que l'offre.

En Russie, le tourisme rural, que ce soit pour des séjours à l'étranger ou sur le territoire national, n'est pas encore très connu. De plus, les leaders européens du tourisme, présents sur le marché russe, ne proposent pas ou très peu de séjours de tourisme rural. Quant aux agences de tourisme nationales, à Moscou par exemple, rares sont celles qui proposent ce type de séjours à l'étranger. De plus, ces agences achètent directement des circuits touristiques déjà prêts à des tour-opérateurs, situés dans les pays de destination. Les touristes organisent eux-mêmes leur programme de vacances sur place, où il existe en général un choix important de loisirs et de manifestations culturelles.

Les touristes russes achetant des séjours en milieu rural à l'étranger sont :

- des jeunes ;
- des personnes aisées et voyageant beaucoup ;
- des connaisseurs, s'intéressant à l'histoire et la culture d'une région particulière.

Nous pouvons dire qu'à l'heure actuelle, très peu de Russes effectuent des séjours touristiques en milieu rural à l'étranger et la demande des Russes est très peu étudiée. Les leaders étrangers du tourisme n'ont pas encore de politique spéciale de promotion de leur offre de séjours en milieu rural à destination du marché russe.

2. Quelques remarques sur les perspectives de développement du tourisme rural sur le territoire russe

L'une des caractéristiques du tourisme rural en Russie est que son développement s'effectue « par le bas », pratiquement sans aucune participation de l'Etat et en l'absence de structures de développement du tourisme au niveau des régions. Il n'y a actuellement pas de politique clairement définie de soutien du tourisme rural et, par conséquent, pas de programme fédéral ni de financement (pas de système de crédits avantageux, ni d'allègement fiscal, etc....).

Les initiateurs du tourisme rural sont souvent des établissements d'enseignement supérieur, des écomusées, des parcs naturels nationaux et diverses associations. Ces structures agissent souvent dans le cadre de projets internationaux : par exemple, dans les régions de Kaliningrad, Iaroslavl, Irkoutsk et dans la région de Kaluga dans le cadre de notre projet TACIS.

Dans le même temps, certaines entreprises russes ont remarqué l'existence d'un flux touristique, non encore étudié, à destination de la campagne et pouvant devenir un secteur

lucratif. Plusieurs agences, récemment créées, travaillent ainsi directement avec des exploitations agro-touristiques, qui sont en position de monopole dans ce nouveau secteur.

Dans plusieurs régions, des agences de tourisme publiques ou privées ont initié la mise en place de réseaux d'exploitations agro-touristiques, avec la création de bases de données et de portails Internet. Certaines administrations régionales soutiennent le développement du tourisme rural, comme dans la région de Kaliningrad, où il existe désormais un réseau d'environ 60 exploitations agro-touristiques, créé avec l'assistance technique de projets internationaux. La région de Kaluga, quant à elle, bénéficie d'un programme de développement du tourisme de 2006 à 2010 et l'administration régionale prévoit de financer en partie des projets de développement du tourisme en milieu rural (financement, par exemple, des travaux de gazéification d'un futur village touristique, Svetlitzky, situé en bordure du Parc naturel national « Ugra »).

Il existe déjà en Russie une offre de tourisme rural du type « pensions », « campements nomades » (tentes, yourtes, etc.), « village traditionnel », « village – VIP », « hôtels ruraux », etc. Ces sites se développent très activement ces dernières années dans la région de Moscou, encouragés par une très forte demande des Moscovites et des expatriés en séjours (souvent week-ends) leur permettant de sortir de la ville et de se reposer au calme.

Cependant, le tourisme rural est un secteur tout nouveau et encore peu conséquent de par son ampleur, ses moyens d'organisation et ses volumes de financement.

En ce qui concerne le coût des séjours à la campagne en Russie, l'influence du fort pouvoir d'achat des Moscovites, sur lesquels se basent de nombreux acteurs du tourisme, explique la cherté, parfois surprenante, des produits touristiques. Une nuit (petit-déjeuner inclus) dans les hébergements touristiques des alentours de Moscou coûte environ 50 euros. Une heure de cheval se paye 150 dollars et les réservations ne désemplassent pas ! Les conditions d'hébergement correspondent au confort européen, les Moscovites étant une clientèle exigeante.

Les séjours à la campagne dans des habitats traditionnels relativement simples attirent les jeunes et la classe moyenne de par leurs prix peu élevés. Mais, les touristes russes exigent de plus en plus un confort minimum et les hébergements avec « toilettes dans le jardin » et sans eau courante n'attirent plus beaucoup de monde.

Evaluation du pouvoir d'achat potentiel de la demande en Russie pour des séjours touristiques en milieu rural et problèmes actuels du secteur touristique russe

Trois questions doivent être étudiées pour évaluer le potentiel de développement du tourisme rural en Russie :

- Quelles sont les caractéristiques de la demande ?
- Comment transformer des touristes non organisés (camping sauvage) en clients du secteur touristique ?
- Comment réorienter la demande solvable vers le marché touristique intérieur (beaucoup de russes préfèrent partir à l'étranger pour se reposer plutôt que d'effectuer des séjours touristiques en Russie) ?

En Russie, les personnes, aimant se reposer à la campagne, ont en général leur datcha (petite maison de campagne avec potager en banlieue des villes). Les produits des potagers représentent une part importante de l'alimentation des russes et ont permis de faire face à la crise profonde que le pays a traversée dans les années 1990. Cependant, avec la formation

d'une nouvelle classe moyenne, cette situation est appelée à évoluer. Pratiquement nulle part dans le monde, la classe moyenne ne vit « sur deux maisons » comme en Russie, mais consomme des séjours touristiques individuels « à la carte ». La nouvelle génération va certainement s'orienter de plus en plus vers l'achat de séjours touristiques complets et choisis individuellement, et s'intéresser de moins en moins à l'acquisition d'une datcha, exigeant un entretien constant et ne permettant pas de découvrir des lieux différents à chaque vacance. De plus, cette classe moyenne effectue désormais ses achats dans les grandes surfaces et n'a pas le temps ni l'envie d'entretenir un potager. ***Le tourisme rural, proposant des séjours flexibles en fonction des désirs de chacun, répond aux attentes des différentes catégories de touristes de la classe moyenne. Il offre en effet une liberté des déplacements (contrairement aux séjours de groupes en autobus), une organisation personnalisée des loisirs et des excursions.***

L'augmentation du pouvoir d'achat de la demande russe entraîne un développement très rapide du tourisme à l'étranger. Ainsi, en 1992, un peu plus de 600 000 russes se sont rendus à l'étranger à des fins touristiques (14,9% des sorties du territoire), en 1994 – 2 550 000 russes (25% des sorties du territoire) et en 2001 - 4 200 000 russes (23,4% des sorties du territoire).

Parallèlement, le nombre de touristes étrangers en Russie, qui croissait rapidement jusqu'en 2002-2003, stagne actuellement du fait des difficultés d'obtention des visas et du coût des nuitées d'hôtels, en grand décalage par rapport au confort proposé. Ainsi, en 2004, 2,86 millions de touristes sont venus en Russie, soit 9,2% de moins qu'en 2003¹. Pour la première fois, le nombre de touristes en provenance d'Allemagne, de Belgique, du Danemark, de France et de Suisse a baissé. Les lieux les plus populaires, c'est-à-dire Moscou, Saint-Petersbourg et l'Anneau d'Or², ont attiré 25% de touristes en moins en 2004 par rapport à l'année précédente.

115 agences de tourisme russes interrogées ont affirmé qu'elles avaient perdu des clients à cause du prix des séjours touristiques³, du manque d'hôtels à prix raisonnable et de moyens de transport confortables (autobus).

Par conséquent, la balance des paiements dans le secteur du tourisme est négative (- 5,2 milliards de dollars en 2000).⁴ Le tourisme est une des sources les plus importantes de sortie de devises.

A l'heure actuelle, le poids du tourisme dans l'économie russe est encore insignifiant. Les recettes touristiques de ces dernières années représentent moins de 1% du PIB. Les impôts payés par les entreprises travaillant dans le secteur du tourisme ne représentent pas plus de 1,5% de toutes les rentrées fiscales (dans le monde, les impôts payés par le secteur du tourisme représentent en moyenne 11 à 15% des rentrées fiscales).

D'autre part, les touristes étrangers dépensent très peu sur le sol russe, en moyenne 419 \$ (en Thaïlande, à Singapour, aux Etats-Unis et en Italie : 1000 \$ en moyenne). A l'inverse, les

¹ Données de l'Association RTU, réunissant plus de 1000 agences de tourisme en Russie.

² L'Anneau d'Or est le nom donné à l'ensemble des villes les plus anciennes de Russie situées autour de Moscou. Les circuits touristiques y existent depuis longtemps et proposent la découverte de villes au patrimoine historique, religieux et culturel très riche, comme Vladimir, Souzdal, Iaroslavl, etc....

³ Le prix des séjours touristiques en Russie a plus que doublé ces 6 dernières années et s'établit en moyenne à 2500-3000 euros pour un séjour d'une semaine pour 2 personnes.

⁴ GULIAEV V.G., *Turizm : ekonomika i social'noe razvitiie (Tourisme : développement social et économique)*, Moscou : Financy i statistika, 2003, 304 p., p. 19-20.

touristes russes à l'étranger font partie de ceux qui dépensent le plus : en moyenne 1184 \$ (ils occupent la 2^{ème} place après les Japonais qui dépensent en moyenne 2449 \$)⁵.

Ainsi, la majorité des dépenses touristiques des touristes russes sont effectuées à l'étranger et ne profite pas aux agences de tourisme russes, qui ne gagnent que sur la vente des séjours et le transport. Le secteur touristique en Russie ne sera rentable que lorsque le tourisme intérieur et l'arrivée de touristes étrangers en Russie auront pris des proportions importantes.

Afin de développer le tourisme sur son territoire, la Russie doit encore effectuer tout un travail de repérage de ses ressources touristiques au niveau fédéral et régional. Il n'y a toujours pas d'inventaire complet à ce niveau alors que des changements radicaux ont eu lieu au niveau des frontières depuis la chute de l'URSS. Selon la « Conception de réorganisation et de développement du tourisme en Russie », approuvée par l'Oukase du Président le 22 décembre 1995, « la Russie possède des ressources touristiques colossales », mais aucune évaluation quantitative et qualitative ne confirme cette affirmation.

L'inventaire des ressources touristiques a été effectué seulement au niveau de certaines régions : Moscou, Saint-Pétersbourg, l'Anneau d'Or, à l'aide de programmes nationaux et internationaux de développement du tourisme.

D'autres régions ont commencé cet inventaire mais n'ont pas mis en place de méthodologie de quantification des ressources touristiques et manquent de financement. Ces initiatives doivent être soutenues, en particulier par le Ministère de la culture physique, du sport et du tourisme. Actuellement, un « cadastre unique de la terre » et un « cadastre des territoires naturels particulièrement protégés » sont en cours de réalisation.

En plus de ce travail d'inventaire des ressources touristiques, un certain nombre de conditions sont indispensables au développement du tourisme en Russie :

- la stabilité politique, économique et sociale du pays ;
- la formation d'une image touristique positive de la Russie et l'intégration du tourisme national sur le marché international du tourisme ;
- un soutien de l'Etat beaucoup plus actif qu'aujourd'hui et la reconnaissance du tourisme comme priorité pour le développement économique du pays ;
- le renforcement de l'attractivité de ce secteur pour les investissements ;
- la rénovation des infrastructures et de l'industrie du tourisme dans son ensemble ;
- l'amélioration de la qualité des services touristiques existants ;
- la mise en valeur de ressources touristiques accessibles, attractives et écologiquement propres ;
- la mise en valeur des traditions nationales et locales ;
- la formation de cadres compétents.⁶

Les spécificités du nouveau client russe :

⁵ LACHTCHENKO N.S., Association « Développement économique municipal », soutenu par le Fonds EVRASIA et l'Agence américaine du développement internationale, dans le cadre du projet « Soutien des administrations municipales dans le développement de l'agro- et de l'écotourisme, comme secteur stratégique de développement des petites et moyennes villes de Russie ».

⁶ SERGUEEVA T.K., *Ekologitchskiy Turizm : Uchebnik (Le tourisme écologique : Manuel d'étude)*, Moscou : Financy i statistika, 2004, 360 p.
GULIAEV V.G., *Turizm : ekonomika i social'noe razvitiye (Tourisme : développement social et économique)*, Moscou : Financy i statistika, 2003, 304 p.

- Beaucoup de touristes russes sont déjà allés à l'étranger, où ils ont pu comparer la qualité des services et des séjours touristiques, et sont désormais plus exigeants ;
- Le nouveau client russe est plus mobile et plus autonome ;
- Il demande une individualisation des produits touristiques (au niveau de la durée, des circuits, des conditions de logement, du type de distractions et de loisirs, etc.).

Le client fait son choix en évaluant la relation entre le prix et la qualité. Même la plus simple analyse montre que les produits touristiques proposés actuellement en Russie sont en concurrence au niveau des prix avec ceux proposés sur le marché international, alors que leur qualité est largement insatisfaisante. Cela concerne particulièrement les hôtels et les infrastructures hérités de l'époque soviétique. De plus, la marge prise par les agences de tourisme augmente le prix des séjours organisés, même si, à la base, le prix de revient des produits touristiques russes est relativement compétitif, étant donné le faible coût de la main d'œuvre et des transports.

A la différence du tourisme classique, le tourisme rural, phénomène nouveau, a un rapport qualité-prix satisfaisant.

Les nouvelles particularités de la demande imposent la nécessité de rechercher de nouvelles formes de produits touristiques. Le tourisme de groupe (« les sorties de masse ») ne répond pas aux exigences actuelles. L'expérience étrangère montre une tendance mondiale vers l'individualisation des séjours touristiques. Cela demande :

- De nouvelles formes d'organisation du secteur touristique ;
- Le développement de nouvelles orientations (secteurs) touristiques ;
- L'élaboration de nouveaux produits touristiques.

Le tourisme rural répond à ces besoins et peut constituer une forme intéressante de diversification de l'offre touristique russe.

Le problème du secteur touristique russe actuel est la **baisse de popularité des anciens circuits touristiques** les plus fréquentés (par exemple, « l'Anneau d'Or », voir ci-dessous). Ceux-ci étaient destinés au tourisme de groupe (en autobus) et ne sont pas adaptés aux exigences et aux modes de vie de la nouvelle classe moyenne. De plus, ils ne prennent pas en compte le potentiel touristique des petites villes et des campagnes, puisqu'ils ont dès le départ été concentrés sur la visite des centres touristiques les plus « clinquants », mais finalement manquant d'authenticité.

L'exemple de « l'Anneau d'Or » : ce circuit touristique, créé dans les années 1970, était avant tout destiné à attirer les touristes étrangers et des devises étrangères. Les touristes intérieurs étaient considérés comme des touristes de « deuxième catégorie », permettant de combler les basses saisons et n'ayant pas accès aux hôtels destinés à accueillir les touristes étrangers. Le circuit, en général d'une semaine, comprenait la visite de trois villes sélectionnées – Vladimir, Souzdal et Iaroslavl (avec des variantes à Kostroma et Ouglitch). Un bref arrêt, au mieux une excursion, était prévu dans les villes environnantes (Rostov Velikiy, Pereslavl, etc.). Pour ces villes, il n'était alors pas rentable d'essayer de développer des infrastructures touristiques pour être inclus dans ce circuit puisque, de toute façon, en une semaine, les touristes avaient juste le temps d'y effectuer une courte visite d'une demi-heure.

De plus, le circuit de l'Anneau d'Or était destiné à des sorties de groupe, or, le tourisme de corporation en Russie a pratiquement disparu (la disparition des comités syndicaux des organisations soviétiques a entraîné la disparition des commandes pour des excursions de

deux jours en autobus). Le nouveau programme de construction d'hôtels dans les villes de l'Anneau d'Or ne prend pas encore en compte les intérêts des villes de « transit », alors que la situation géographique de ces dernières justifierait le développement d'infrastructures d'accueil pour les touristes de passage.

En prenant exemple sur l'expérience du secteur touristique à l'étranger, il apparaît nécessaire de revoir les produits touristiques existants, en tenant compte, d'une part, du potentiel touristique des petites villes et des municipalités rurales et, d'autre part, des exigences actuelles et des attentes de la classe moyenne russe.

Pour cela, il est nécessaire de former sur place un ensemble de services touristiques et surtout de développer des structures d'hébergement, qui permettraient aux clients de rester au moins deux jours (une ou deux nuitées) dans ces lieux. Le but étant que les petites villes et les villages servent de « base de départ » pour divers circuits et activités touristiques, mettant en valeur les spécificités et les traditions régionales et locales.

Cependant, les municipalités et les organisations touristiques locales n'ont souvent pas assez de moyens pour promouvoir leurs produits touristiques sur le marché national et international. Par conséquent, le développement du tourisme rural doit bénéficier d'un soutien régional. Cela peut se concrétiser par la création de **centres régionaux de coordination des actions de développement du tourisme rural**. Ces centres auraient pour fonctions d'effectuer un travail de repérage des éléments touristiques de leur région, créer des bases de données régionales, destinées à informer les touristes et les agences de tourisme, et être en mesure de conseiller les porteurs de projets touristiques.

Carole POMPON
Manager de projet
Juillet 2007