

Portrait des services-conseils destinés aux entreprises agricoles d'agrotourisme en 2020 pour les entrepreneurs

Durant le printemps 2020, le projet¹ « **Diagnostic sur l'offre et les besoins en matière de services-conseils destinés aux entreprises agricoles d'agrotourisme et misant sur des stratégies de mise en marché de proximité** » a été lancé et a pris fin tout juste avant la pandémie (COVID-19). L'objectif de ce projet vise à brosser un portrait de l'**offre** et des besoins en matière de services-conseils destinés aux entreprises agricoles en agrotourisme.

Des rencontres avec des entrepreneurs (ainsi qu'un sondage aux conseillers) ont été réalisés en collaboration avec les organismes suivants :

- Association de l'agrotourisme et du tourisme gourmand du Québec (AATGO)
- Association des marchés publics du Québec (AMPQ)
- Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie (CIBLE)
- Coordination services-conseils (CSC)
- L'Union des producteurs agricoles (UPA)
- Laboratoire sur l'agriculture urbaine (AU-LAB)
- Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ)
- Société du réseau Écomusée (SRÉ)

Le taux de participation a été de 11,7 %.

Vous trouverez ci-dessous les forces et les faiblesses dont nous ont fait mention les entrepreneurs lors des groupes de discussion.

Les forces des entrepreneurs

1. La visite des agronomes rattachés à chacune des entreprises a atteint un rythme de croisière. La confiance est établie entre les agronomes et les entrepreneurs;
2. De nombreuses formations sont accessibles pour les entrepreneurs pour tous les types de production;
3. Les clients des entreprises agrotouristiques apprennent à connaître les produits en participant aux activités organisées. Cette immersion génère un grand respect du travail effectué par les entrepreneurs;
4. Les entrepreneurs sont avant tout des agriculteurs. Ils apprennent à développer leur autonomie face aux compétences rattachées à l'agrotourisme et la mise en marché de proximité;
5. Les entrepreneurs sont passionnés par leur travail.

Les faiblesses des entrepreneurs

1. Il est plus difficile de développer des services-conseils étant donné que les besoins des entrepreneurs sont divergents : certains ont débuté leurs activités depuis peu alors que d'autres sont en activité depuis longtemps; voir même à l'étape de la relève. Les problématiques auxquelles ils font face sont donc très différentes;

¹ Projet financé par le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ).

2. La qualité des services offerts par les entrepreneurs n'est pas homogène d'un entrepreneur agrotouristique à l'autre. Cela nuit à la diffusion d'une image forte, crédible. Le bouche à oreille en est teinté;
3. L'importante charge de travail (agriculture, famille, administration, tourisme) fait que les entrepreneurs ont de la difficulté à dégager des périodes de ressourcement et de formation dans des domaines cruciaux pour eux : accueil de la clientèle, promotion touristique et connaissance du marché;
4. Les entrepreneurs perçoivent les prix des services-conseils comme étant trop élevés.

Quant à elles, les recommandations sont émises par les membres du comité de validation issus des organismes cités plus haut.

Les recommandations

1. Bâtir un outil qui permet de faire le diagnostic général de l'entreprise en ligne;
2. Appuyer le développement des compétences des entrepreneurs par les ateliers de codéveloppement à thématique commune (ex. : 8 participants, 10 rencontres de 2 heures réparties sur 10 mois en personne ou via une plateforme Web);
3. Faire connaître l'existence des programmes en services-conseils et pour la réalisation des conseils reçus pour les métiers du Web et du design;
4. Faire connaître la niche agrotouristique aux métiers en demande (ex. : Web et design);
5. Mettre en place un projet-pilote afin d'élaborer le cadre d'intervention pour l'utilisation du *coaching* comme moyen de développement;
6. Inciter les conseillers qui utilisent les programmes de financement des services dont le suivi est essentiel (ex. : plan de commercialisation, plan de communication) à réserver un pourcentage des services facturés au suivi;
7. Renforcer la visibilité des réseaux Agriconseils et des programmes offerts par une stratégie de communication;
8. Faire des réseaux Agriconseils le guichet unique de référencement;
9. Financer une fonctionnalité spécifique pour l'agrotourisme et la mise en marché de proximité au sien du répertoire des conseillers en cours de développement.

Ce résumé ne tient compte que des informations concernant les entrepreneurs. Le rapport du projet inclut aussi les données spécifiques destinées aux services-conseils et aux organismes.

Cliquez sur le lien du [rapport du projet](#) pour le lire dans son entièreté.

Les membres du comité de validation remercient tous les entrepreneurs qui ont participé aux groupes de discussion.

Pour toute question, vous pouvez rejoindre Carine Burnot par téléphone au 514 222-9449 ou par courriel à carine.burnot@gmail.com.