

AU MENU

→ Agrotourisme et tourisme gourmand : une industrie importante pour les régions

L'agrotourisme et le tourisme gourmand connaissent depuis quelques années une effervescence, tant dans la nature de l'offre touristique que les établissements proposent que dans les investissements que réalisent les entreprises pour développer des activités et des services. Une étude¹ commandée par le Groupe de concertation sur l'agrotourisme et le tourisme gourmand au Québec révèle que ce secteur, outre qu'il fournit un soutien à l'ensemble de l'industrie touristique, aurait la capacité de devenir un véritable produit d'appel identitaire.

Les données recueillies s'appuient sur une vaste enquête réalisée au mois de mars 2016 auprès des entreprises du secteur. L'étude, conduite par la firme Lemay Stratégies, constitue le premier portrait statistique approfondi du secteur et permet d'en chiffrer pour une première fois l'importance économique et touristique, par extrapolation des résultats du sondage à l'ensemble des entreprises².

L'agrotourisme et le tourisme gourmand : source importante de revenus pour de nombreuses entreprises

Selon l'étude de Lemay Stratégies, les entreprises du secteur ont réalisé un chiffre d'affaires de 485 M\$ en 2015. Elles estiment la part de leur revenu issue de l'agrotourisme et du tourisme gourmand à 52 % de leur chiffre d'affaires global, ce qui représente une part non négligeable du revenu de bon nombre d'exploitations. Quant au revenu moyen par visite-personne, il se situe à 18,73 \$.

TABLEAU 1. APPORT ÉCONOMIQUE DU SECTEUR

	Agrotourisme et tourisme gourmand
Chiffre d'affaires de l'ensemble des entreprises	485 M\$
Chiffre d'affaires moyen par entreprise	262 771 \$
Part des revenus globaux de l'entreprise	52 %
Revenu moyen par visite-personne	18,73 \$

Source : Lemay Stratégies, 2016.

Les retombées économiques

Les entreprises répondantes ont investi 41 000 \$ par entreprise depuis 3 ans dans leur offre d'agrotourisme et de tourisme gourmand. Pour ce qui est des emplois, les entreprises comptent un peu plus de quatre employés équivalents temps plein. En généralisant les résultats à l'ensemble des entreprises du secteur, l'étude évalue à 8 800 le nombre total d'emplois et à 187 M\$ les dépenses

1. Source : Lemay Stratégies, 2016. *Retombées économiques et importance touristique de l'agrotourisme et du tourisme gourmand*, 2016, 40 pages

(<https://tourismexpress.com/photos/files/Retomb%C3%A9es%20%C3%A9conomiques%20et%20l'importance%20touristique%20de%20l'agrotourisme%20et%20du%20tourisme%20gourmand.pdf>).

2. Un total de 316 entreprises ont répondu au sondage sur les 1841 qui ont été recensées. La répartition statistique des répondants est représentative de la réalité en ce qui a trait aux pourcentages des entreprises d'agrotourisme et de tourisme gourmand.

et les investissements réalisées par les entreprises. Celles-ci génèrent 7,2 M\$ de revenus au gouvernement du Québec et de 3,7 M\$ au gouvernement du Canada³.

Portrait des entreprises du secteur

On recense 1 841 entreprises dans le secteur de l'agrotourisme et du tourisme gourmand au Québec en 2015⁴. Parmi celles-ci figurent 789 entreprises d'agrotourisme et 1 052 entreprises de tourisme gourmand, qui regroupent près de 350 artisans transformateurs, 180 producteurs agricoles (vente de produits sans visite) et 522 restaurateurs offrant une cuisine régionale. Les productions des entreprises varient, mais certaines prédominent. Les fermes fruitières et maraîchères, ainsi que les établissements de restauration regroupent le plus d'entreprises (31 % respectivement).

TABLEAU 2. PORTRAIT DES ENTREPRISES DU SECTEUR QUÉBÉCOIS DE L'AGROTOUTRISME ET DU TOURISME GOURMAND (NOMBRE D'ENTREPRISES)

Activité	Agrotourisme et tourisme gourmand	Proportion des entreprises (%)
Fermes fruitières et maraîchères	571	31
Restauration	571	31
Transformation autre (boulangerie, chocolaterie, etc.)	515	28
Production d'alcool (vignoble, microbrasserie, etc.)	313	17
Ferme d'élevage et apiculture	276	15
Transformation de viandes et de poissons (boucherie, charcuterie, poissonnerie, etc.)	166	9
Cabane à sucre	129	7
Fromagerie	92	5
Ferme florale, horticulture, pépinière et jardin	74	4
Autres	110	6
Nombre total d'entreprises⁵	1 841	

Note : Une entreprise peut mener des activités dans plus d'un domaine.

Source : Lemay Stratégies, 2016.

Les régions touristiques qui comptent le plus d'entreprises sont la Montérégie, les Cantons-de-l'Est et la Chaudière-Appalaches (le tiers de l'offre du Québec). En moyenne, les entreprises se consacrent à l'agrotourisme et au tourisme gourmand depuis près de 15 ans. La majorité d'entre elles proposent la vente de produits sur place (73 %) et des activités récréatives ou éducatives (52 %).

3. Les calculs ont été effectués par Lemay Stratégies à l'aide du modèle intersectoriel de l'Institut de la statistique du Québec.

4. Selon l'Association de l'agrotourisme et du tourisme gourmand du Québec.

5. Le total dépasse les nombres d'entreprises du secteur parce que celles-ci peuvent être catégorisées dans les deux types selon les activités qu'elles proposent.

TABEAU 3. NOMBRE D'ENTREPRISES⁶ PAR TYPES D'ACTIVITÉ OU DE SERVICE

Activités ou services	Agrotourisme et tourisme gourmand	Proportion des entreprises (%)
Vente de produits sur place	1 344	73
Activités récréatives ou éducatives	957	52
Restauration	792	43
Autocueillette	442	24
Hébergement	295	16
Autre	37	2
Nombre total d'entreprises	1841	

Source : Lemay Stratégies, 2016.

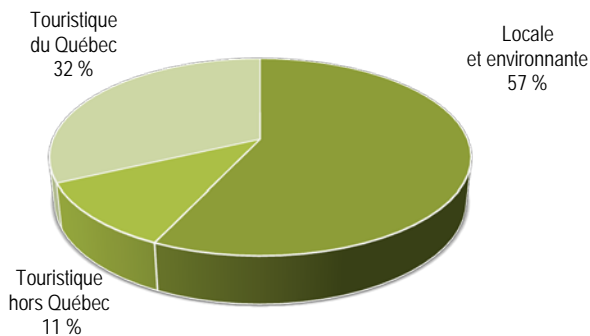
Des visiteurs nombreux et principalement locaux

En moyenne, les entreprises ont reçu un peu plus de 14 000 visites-personnes. Toutefois, 30 % d'entre elles reçoivent moins de 1 000 visites-personnes annuellement. Fait intéressant à noter, au cours des 3 dernières années, près de 72 % des entreprises ont observé une croissance de leur achalandage et 78 % ont vu leur chiffre d'affaires augmenter.

Alors qu'ils sont souvent perçus comme des secteurs d'activité secondaires, l'agrotourisme et le tourisme gourmand attirent 25,9 millions de visites-personnes par année. À titre de comparaison, l'étude relève que les parcs régionaux et nationaux en attirent 25 millions, l'industrie du ski, 5,9 millions et les établissements muséaux, environ 14 millions. Bien que chacun de ces domaines d'activité comporte des réalités qui lui sont propres, l'agrotourisme et le tourisme gourmand font ainsi partie des activités qui dénombrent le plus de visites-personnes annuelles au Québec.

Les visites-personnes recensées dans les entreprises sont composées en majeure partie d'une clientèle locale et avoisinante (57 %), c'est-à-dire de personnes ayant parcouru moins de 40 km pour effectuer leur visite. En outre, le tiers des visiteurs sont des excursionnistes (32 %), soit des touristes du Québec qui effectuent un voyage aller-retour dans la même journée à l'extérieur de leur lieu de résidence habituel (à plus de 40 km de la résidence). Enfin, 11 % des visites-personnes viennent de l'extérieur de la province. Sans surprise, la majorité des visites ont lieu surtout durant la période estivale (57 %), et ce, pour deux raisons : la nature des activités des entreprises, jumelée à la période de vacances estivales de la population.

FIGURE 1. ORIGINE DE LA CLIENTÈLE CONCERNANT LES VISITES-PERSONNES



Source : Lemay Stratégies, 2016.

6 Plusieurs choix sont possibles, donc la somme des réponses dépasse le total du nombre d'entreprises. Une entreprise peut proposer plus d'une activité ou plus d'un service.

Des prévisions de croissance encourageantes

L'étude indique enfin qu'au cours des cinq dernières années, 75 % des milieux agrotouristiques ont observé une croissance, soit la plus grande proportion au regard d'autres secteurs d'activité, tels que la villégiature (55 %), la chasse et la pêche (40 %) ou le camping (62 %). De plus, 86 % des acteurs agrotouristiques prévoient une croissance de leurs activités au cours des 5 prochaines années.

L'étude conclut que le secteur, qui a longtemps été considéré comme un secteur de soutien pour l'ensemble de l'industrie touristique québécoise, a maintenant la capacité d'être un véritable produit d'appel identitaire et régional. Sa clientèle est majoritairement québécoise et constitue un bassin de clients éventuels qui peut être récurrent. Le développement de l'offre touristique à l'égard de la clientèle provenant de l'extérieur de la province comporte également un bon potentiel de croissance, puisqu'elle ne représente qu'une faible proportion de la clientèle actuelle.

Tourisme gourmand

Découverte par une clientèle touristique d'un territoire par l'entremise d'expériences culinaires et gastronomiques distinctives et d'activités agrotouristiques ou bioalimentaires mettant en valeur le savoir-faire des artisans et permettant d'apprécier les produits ou les plats qui sont propres à ce territoire. On y trouve des producteurs agrotouristiques, des artisans transformateurs (par ex. : fromagerie) de même que des restaurateurs. Cela inclut également les marchés publics, ainsi que les routes et les circuits gourmands.

Agrotourisme

Activité touristique complémentaire de l'agriculture ayant lieu dans une exploitation agricole. Elle met des producteurs agricoles en relation avec des touristes ou des excursionnistes, en permettant à ces derniers de découvrir le milieu agricole, l'agriculture et sa production par l'accueil et l'information que leur réserve leur hôte. Ceux qui pratiquent l'agrotourisme peuvent également s'adonner au tourisme gourmand, mais les entreprises de cette catégorie ne proposent pas nécessairement toutes une « offre gourmande » (par ex. : élevage d'ânesses pour la savonnerie).

