



L'agrotourisme: une autre forme de commercialisation

Survol des éléments à considérer

Par : **Sylvain Pamerleau, agronome**

MAPAQ Outaouais

Janvier 2010

*Agriculture, Pêcheries
et Alimentation*

Québec The logo for the Quebec Ministry of Agriculture, Fisheries and Food. It features the word 'Québec' in a large serif font, with the coat of arms of Quebec to its right. The coat of arms is a blue square divided into four quadrants, each containing a white fleur-de-lis.

Plan de la présentation

1. Le groupe de concertation de l'agrotourisme au Québec : définition et historique
2. Produits et outils du groupe
3. Perspectives québécoises
4. Le produit agrotouristique : caractéristiques
5. Réflexions sur le domaine
6. Conclusion : avant de se lancer

Qu'est-ce que l'agrotourisme ?⁽¹⁾

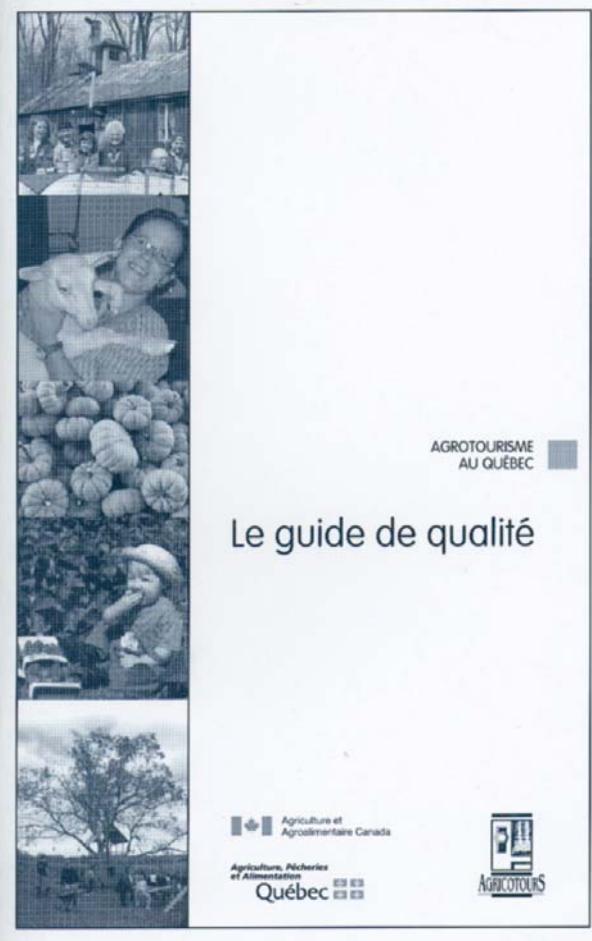
- ❖ Une activité touristique complémentaire de l'agriculture ayant lieu dans une exploitation agricole
- ❖ Il met des producteurs agricoles en relation avec des touristes ou des excursionnistes, permettant ainsi à ces derniers de découvrir le milieu agricole, l'agriculture et sa production par l'accueil et l'information que leur réserve leur hôte

⁽¹⁾ Définition adoptée par le Groupe de concertation sur l'agrotourisme au Québec

Réalisations du groupe de concertation

- ❖ Création en 1998
- ❖ Définition de l'agrotourisme a fait l'unanimité
- ❖ Plusieurs études sur le secteur
- ❖ Coordination de 3 publications
- ❖ Événements : rencontre de consultation sur le plan d'action 2007-2012 du secteur de l'agrotourisme
- ❖ Participation à l'organisation de plusieurs colloques provinciaux

1. Le guide qualité



Projet conjoint Fédération
Agricotours et régions

Pour les entreprises agrotouristiques

Notions de base : qualité,
accréditation, client, accueil

La qualité pas à pas dans une
entreprise agrotouristique

Démarches d'évaluation

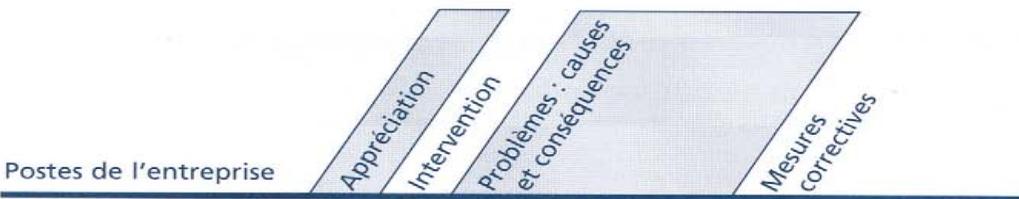
Grille d'autoévaluation dans le guide

1. Accès/environnement
2. Philosophie d'accueil
3. Informations et renseignements
4. Visites et services généraux
5. Produits
6. Évaluation ou suivi de la qualité

GRILLE D'AUTOÉVALUATION DE LA QUALITÉ

Légende pour compléter la grille :

Appréciation	Intervention
TB très bien	1 urgence prioritaire
B bien	2 amélioration à courte échéance
P passable	3 ajustement à moyen terme
M médiocre	4 constance à long terme



2.1. ACCÈS/ENVIRONNEMENT (voir pages 9 à 11)

2.1.1 Faciliter l'accès aux clients			
Signalisation extérieure			
Accès à l'entreprise			
Itinéraire			
2.1.2 Adapter les horaires			
Horaires adaptés			
2.1.3 Aménager les lieux d'accueil extérieur et intérieur			
Stationnement			
Abri extérieur			
Espace d'accueil extérieur			
Espace d'accueil intérieur			
Espaces de détente et d'attente			
Salle de bain			

Exemple de la grille

2. Le guide de procédure pour un circuit



Le guide de procédure
pour un circuit ou une route

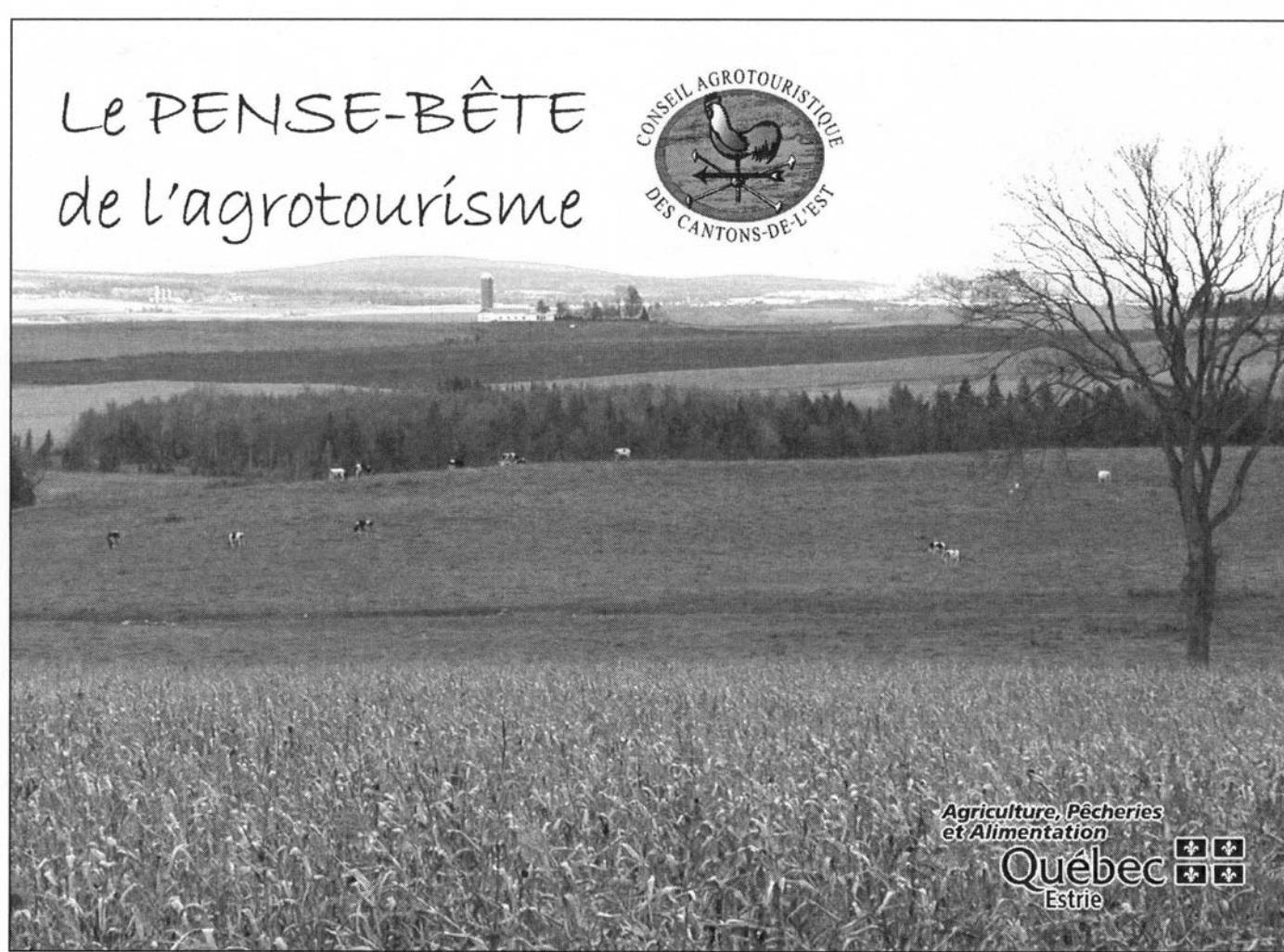
AGROTURISME
AU QUÉBEC

Agriculture, Pêches
et Alimentation
Québec



- ❖ Pour les promoteurs
- ❖ Critères pour les cahiers de charges
- ❖ Portrait de quelques circuits et routes
- ❖ Les étapes vers la conception d'un circuit ou d'une route
Ex.: Parcours Outaouais Gourmet

3. Le pense-bête de l'agrotourisme



Agriculture, Pêches
et Alimentation

Québec 

Élaboration d'un Plan d'action 2007-2012 en agrotourisme au Québec

3 grands enjeux :

1. Organisation du secteur
2. Qualité de l'offre agrotouristique
3. Promotion et commercialisation des entreprises et de leurs produits

Quatre catégories de produits et services

- ❖ Activités, animation et visite à la ferme
- ❖ Hébergement à la ferme
- ❖ Restauration à la ferme (produits de la ferme en majorité)
- ❖ Promotion et vente de produits agricoles et agroalimentaires

Les formules d'accueil

1. Les fermes pédagogiques
2. Les fermes découvertes
3. Les fermes de séjour
4. Les repas à la ferme
5. Les produits de la ferme

Nouveaux produits, nouveaux réseaux

- ❖ Les activités et les produits proposés se sont multipliés, principalement au cours des dernières années
- ❖ Les produits offerts sont souvent le fait de productions non traditionnelles. La participation aux réseaux agrotouristiques permet de faire connaître ces produits, qui par leur nouveauté, ne trouvent pas facilement d'espace dans les réseaux de distribution traditionnels
- ❖ L'agrotourisme encourage l'innovation dans la production et participe à faire connaître la qualité et le caractère typique des produits régionaux

- ❖ Clientèle excursionniste pour le moment
- ❖ L'agrotourisme gagnera à développer des produits possédant une image régionale forte et unique, qui donne une raison de se déplacer
- ❖ Miser sur le bilinguisme de la région
- ❖ Relation producteur-client

La reconnaissance

- ❖ Le développement de l'agrotourisme est inhérent à la reconnaissance de la beauté du paysage rural et de la nécessité de le protéger. Ça va au-delà d'une activité économique
- ❖ Pour faire connaître la diversité et la qualité des produits, les producteurs demandent plus d'investissements publicitaires et une reconnaissance de leurs spécificités

Organismes et outils en place

- ❖ On est « petits », il faut se connaître, se regrouper et faire sa place (individuellement et collectivement)
- ❖ Utiliser les organismes en place
- ❖ Utiliser les moyens en place (sites Internet, circuits, signalisation, cahiers de charges, programmes d'aide financière)
- ❖ S'informer et se former (ça change vite, il faut suivre et même devancer la parade)...

Conclusion : avant de se lancer

1. Bien gérer son temps et sa production
2. Approche qualitative au lieu de quantitative
3. Politique de tarification et clientèle cible : être stratégique
4. Connaître la réglementation: mieux vaut prévenir
5. La famille est-elle dans le coup?
6. La passion doit être au rendez-vous.

MERCI DE VOTRE ATTENTION!

Sites Internet à consulter :

www.plateformeagrotourisme.qc.ca

www.agrotourismequebec.com

www.upa.qc.ca/fra/nos_preoccupations/agrotourisme

www.tourismeoutaouais.com

www.mapaq.gouv.qc.ca/fr/transformation/services/agrotourisme