



## 2 - Réfléchir avant de démarrer... ou de poursuivre...

*Prendre le temps de bien réfléchir aux bases sur lesquelles s'appuie le développement de votre entreprise peut vous épargner du temps, de l'argent et bien des désagréments. Voici des éléments de réflexion qui, entre autres choses, vous aideront à définir la mission et l'identité de votre entreprise.*

### AVANT de se lancer...

Deux exercices vous sont suggérés à partir des questions de la section Pour un bon départ...

#### Premier exercice :

- A. Les partenaires du projet ou de l'entreprise agrotouristique répondent aux questions par écrit et de façon individuelle
- B. Ensuite, les partenaires mettent en commun les réflexions soulevées, les discutent et s'assurent de concilier leurs visions du projet ou de l'entreprise agrotouristique

#### Deuxième exercice :

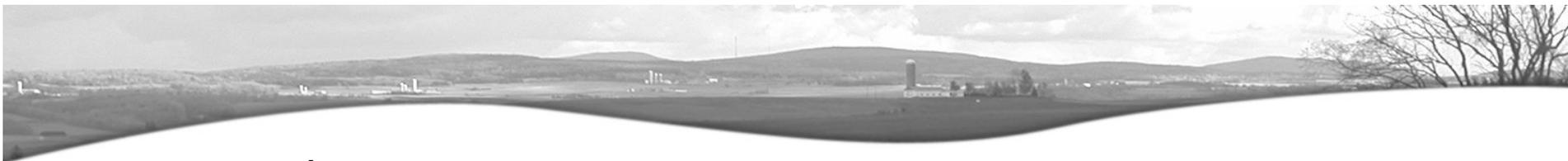
- A. Enrichir la réflexion en organisant un groupe de discussion composé de parents, d'amis, de voisins et de personnes-ressources en agrotourisme
- B. Présenter votre projet au groupe de discussion et accueillir avec ouverture ses commentaires, ses inquiétudes, ses idées, etc.

### Pour un bon DÉPART...

#### ○ Pour l'exploitant agricole qui démarre un volet agrotouristique :

##### un PENSEZ-Y BIEN avant de commencer...

- Pourquoi envisagez-vous de vous lancer en agrotourisme?
- Que connaissez-vous de l'agrotourisme?
- Quelles sont vos attentes ou vos motivations? Un revenu complémentaire? Un emploi à temps plein? Un emploi en prévision de la retraite? Une entreprise à léguer à une relève?
- Quels sont vos acquis (expérience, formation, vécu, etc.)?
- Quels sont vos expertises, aptitudes, talents?
- Avez-vous mesuré les implications financières de ce projet?
- Avez-vous accès au financement nécessaire?
- Selon vous, qu'en pense votre entourage immédiat?



## Pour un bon DÉPART...

### ○ Pour l'entreprise agrotouristique existante :

#### une RÉFLEXION avant de poursuivre...

- Est-ce que le développement du volet agrotouristique de votre entreprise vous a permis de réaliser vos objectifs, vos rêves, etc.?
- Est-ce que le volet agrotouristique permet d'écouler plus facilement votre production?
- Est-ce que les bénéfices justifient le maintien ou le développement du volet agrotouristique de l'entreprise?
- Quels ont été les impacts sur la qualité de vie de la famille?
- Comment les gens voient-ils leur implication dans le projet agrotouristique?
- Avez-vous fait le bilan de votre entreprise et évalué ses perspectives de développement?
- Avez-vous réussi à rentabiliser le volet agrotouristique de votre entreprise?
- Avez-vous les outils nécessaires pour mesurer la part de revenus et de dépenses de chacune des activités de l'entreprise (incluant le volet agrotouristique)?
- Quelles sont les conséquences d'une trop grande diversification des produits et services :
  - △ sur la charge de travail du personnel?
  - △ sur l'obligation de maintenir et d'améliorer la qualité de ces produits et services?
- Quelles sont les conséquences d'une croissance trop rapide de la production :
  - △ sur la charge de travail du personnel?
  - △ sur la gestion possible de surplus?
  - △ sur l'environnement?
- Quels moyens devez-vous prendre pour maintenir à long terme la qualité et l'authenticité d'un ou de plusieurs produits ou services-vedettes?
- Quelles sont les conséquences de nouveaux investissements (équipements, constructions ou aménagements) sur l'équilibre budgétaire de l'entreprise?

Réfléchir avant de démarrer... - Le PENSE-BÊTE de l'agrotourisme

- Quelles sont les conséquences sur la charge de travail de l'ajout de points de vente, surtout au lieu principal de l'entreprise?
- Si vous envisagez de vous associer avec un ou des partenaires, avez-vous échangé sur vos valeurs humaines et entrepreneuriales? Sont-elles compatibles?

## Pour en savoir

## DAVANTAGE...



- La **formation** « L'agrotourisme : du rêve à la réalité » ou « Tourisme rural : du rêve à la réalité »

[www.formationagricole.com/sujets.asp](http://www.formationagricole.com/sujets.asp)

## Suggestions de LECTURE

- Zins Beuchesne et associés (2006) Agrotourisme (diagnostic sectoriel) : plan de développement et de commercialisation. MAPAQ et ministère du Tourisme, Québec, 162 et 25 p.

Contenu : présentation d'un premier portrait de l'agrotourisme au Québec puis d'un diagnostic sectoriel qui s'inscrit dans un mandat plus large visant à élaborer un plan de développement et de commercialisation de l'agrotourisme au Québec.

Où le consulter :

<http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/57024>

<http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/bs59339>

# Pour en savoir DAVANTAGE...

- MAPAQ et Tourisme Québec (2004-2005) L'agrotourisme dans différentes régions du Québec (Cantons-de-l'Est, Chaudière-Appalaches, Laurentides, Outaouais et Saguenay—Lac-Saint-Jean) par le Groupe de concertation sur l'agrotourisme au Québec.

Contenu : résultats d'enquêtes dans les entreprises agrotouristiques sur les caractéristiques des entreprises, leurs produits, promotion, taille, etc. ainsi que dans les organisations reliées à l'agrotourisme.

Où le consulter :

<http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/bs52000> (documents synthèse)

<http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/bs52001> (Cantons-de-l'Est)

<http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/bs58749> (Chaudière-Appalaches)

<http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/bs52002> (Laurentides)

<http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/bs52003> (Outaouais)

<http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/bs52004> (Saguenay—Lac-Saint-Jean)

- Boutin, N. (2003) Le circuit « de la terre ... à la table », un modèle de réseautage en agrotourisme. MAPAQ, 66 p.

Contenu : expérience d'une entreprise qui démontre l'importance du mailage ou du réseautage pour faciliter la gestion et le développement des entreprises agrotouristiques.

Où le consulter : <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/bs58629>

- MAPAQ (2002) Banque de données des entreprises liées à l'agrotourisme : statistiques générales et localisation géographique. Québec.

Contenu : statistiques générales pour le Québec et toutes les régions du Québec sur les catégories d'entreprises, leurs produits et leurs caractéristiques.

Où le consulter : <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/bs19249>

- Archambault, M. et Waaub, J.-P. (2000) Étude sur les producteurs agricoles québécois pratiquant l'agrotourisme : rapport final. Groupe de concertation sur l'agrotourisme au Québec, Union des producteurs agricoles du Québec, 49 p.

Contenu : enquête auprès des producteurs agrotouristiques, activités et produits, clientèle, stratégies de mise en marché et promotionnelles, réseautage, soutien technique, motifs et visées.

Où le consulter : Centre de documentation, MAPAQ-Estrie, Sherbrooke, n° RFO-888-2560

- Pesant, A. (2000) Profil de la clientèle agrotouristique dans les Cantons-de-l'Est. Département de géographie et télédétection, Université de Sherbrooke, rapport de baccalauréat, 85 p.

Contenu : profil de la clientèle à partir d'un questionnaire transmis à des clients dans quelques entreprises, interprétation des conditions de réussite, contraintes au développement, forces et faiblesses de la région.

Où le consulter : Bibliothèque de l'Université de Sherbrooke, n° GV 198.97 C3P46 2000C

- Bordron, Jean Michel (1999) Créer son entreprise touristique : de l'idée au plan d'affaires. Corporation de développement agroalimentaire-forêt du Centre-du-Québec et Agriculture et Agroalimentaire Canada, Nicolet, 197 p. ISBN : 2-980-4253-70

Contenu : ce guide s'adresse aux personnes qui veulent partir une entreprise touristique en milieu rural ; il est fabriqué de telle sorte que, pour tous les éléments auxquels il faut penser (le territoire, l'offre touristique, les clientèles cibles, le diagnostic de décision, la planification et le réseautage), la personne qui veut partir en affaires peut lire un texte explicatif sur chacun des sujets puis elle a les fiches nécessaires sur lesquelles elle peut rentrer ses propres informations pour en arriver à un dossier complet qui permette de prendre une décision.

Où le consulter :

Centre de référence en agriculture et agroalimentaire du Québec (CRAAQ) [www.craaq.qc.ca/Publications-du-CRAAQ/creer-son-entreprise-touristique-de-l-idee-au-plan-d-affaires/p/PEDI0035](http://www.craaq.qc.ca/Publications-du-CRAAQ/creer-son-entreprise-touristique-de-l-idee-au-plan-d-affaires/p/PEDI0035)

# Pour en savoir DAVANTAGE...

- Faucher, A. (1998) Valorisation de l'agrotourisme en région : une stratégie pour un développement durable : l'exemple des Cantons-de-l'Est. Département de géographie et télédétection, Université de Sherbrooke, mémoire de maîtrise, 165 p.

Contenu : importance de l'agrotourisme au Québec et portrait pour les Cantons-de-l'Est, stratégies de développement.

Où le consulter : Bibliothèque de l'Université de Sherbrooke, n° GV 198.97 C3F38 1998G

- Faucher, A. (1997) Portrait de l'agrotourisme : région touristique des Cantons-de-l'Est. Comité agrotouristique de l'Estrie, Sherbrooke, 26 p.

Contenu : historique, marché agrotouristique, évolution et tendances, profil de la clientèle, stratégies de développement.

Où le consulter : Centre de documentation, MAPAQ-Estrie, Sherbrooke, n° RFO-888-2565

- MAPAQ et Centre de formation de l'industrie agricole et alimentaire du Québec inc. (1997) Tremplin Québec : réseau agrotourisme. Le Québec à votre table, Coaticook, 73 p.

Contenu : clientèle, composantes d'une entreprise, financement, cadre légal et réglementaire, production et commercialisation.

Où le consulter : Centre de documentation, MAPAQ-Estrie, Sherbrooke, n° RFO-888-870

- Vandenberghe, H. et Verrault, É. (1997) Le développement de l'agrotourisme en Estrie. Téoros, vol. 16, n° 1, p.46-49.

Contenu : portrait agrotouristique de l'Estrie, la demande, les contraintes au développement, la dynamique du milieu, l'exemple des vignobles.

Où le consulter : Centre de documentation, MAPAQ-Estrie, Sherbrooke, n° RFO-888-2517

- Véziau, Marie-Claude (2012) Produire la santé ensemble en jardinant au cœur de ma ruralité. Laboratoire rural Produire la santé ensemble, Ministère des Affaires municipales, Régions et Occupation du territoire, Québec, 58 p.

Contenu : outil simple et facilement utilisable par toute personne souhaitant démarrer un jardin communautaire dans leur communauté. Toutes les étapes d'implantation y sont documentées en plus de fournir, en annexe, plusieurs outils utiles que l'équipe de Produire la santé ensemble a développé au fil des années : exemples de règlements de jardin communautaire, listes de tâches à effectuer, exemples de calendrier, budget, etc.

Où le consulter : [www.produirelasanteensemble.com/IMG/pdf/guidejardincommunautaire.pdf](http://www.produirelasanteensemble.com/IMG/pdf/guidejardincommunautaire.pdf)

- Agrotourisme en chiffres (site Web du MAPAQ)

Contenu : l'inventaire des producteurs agrotouristiques du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation fait état de l'offre agrotouristique au Québec ainsi que dans les régions administratives et touristiques.

Où le consulter : [www.mapaq.gouv.qc.ca/fr/Productions/agrotourisme/agrotourismechiffres/Pages/agrotourismechiffres.aspx](http://www.mapaq.gouv.qc.ca/fr/Productions/agrotourisme/agrotourismechiffres/Pages/agrotourismechiffres.aspx)

- Marcotte, P., Bourdeau, L. et Doyon, M. (2006) Agrotourisme, agritourisme et tourisme à la ferme ? Une analyse comparative. Téoros [En ligne], vol. 25 no3, Consulté le 30 janvier 2013

Contenu : l'étude vise à connaître la forme que prennent les termes agrotourisme, agritourisme et tourisme à la ferme. L'analyse comparative de la documentation permet de proposer une définition de l'agrotourisme qui combine à la fois l'offre agrotouristique – par les producteurs agricoles – et la demande – par les touristes.

Où le consulter : <http://teoros.revues.org/1091>

- Conseil canadien des ressources humaines en tourisme et Conseil québécois des ressources humaines en tourisme (1999) Lignes directrices professionnelles nationales pour l'industrie canadienne du tourisme – propriétaire/exploitant de petite entreprise. Ottawa, 109 p., ISBN-1-55304-390-1

Contenu : gestion des ressources humaines, du professionnalisme, de la planification d'entreprise, des finances, du marketing, de l'exploitation et des ventes et service.

Où le consulter : [www.college-merici.qc.ca/collection/cqrht/prop\\_expl\\_pet\\_entr.pdf](http://www.college-merici.qc.ca/collection/cqrht/prop_expl_pet_entr.pdf)

Réfléchir avant de démarrer... - Le PENSE-BÊTE de l'agrotourisme

## Pour en savoir DAVANTAGE...

- Dumas, L., Menvielle, W., Perreault, J.D., et Pettigrew, D. (2006) Terroirs, agrotourisme et marketing : le cas des fromages québécois. Téoros [En ligne], vol. 25, n°1, Consulté le 30 janvier 2013.

Contenu : une réflexion sur la question axée sur une perspective de marketing touristique et sur les interrelations entre les producteurs, les restaurateurs et les consommateurs. La préservation des produits de terroir, dont les fromages, est une étape obligatoire à franchir afin d'assurer le développement de l'agrotourisme. L'authenticité des produits de terroir offerts aux touristes constitue une condition sine qua non du développement d'une offre touristique de qualité.

Où le consulter : <http://teoros.revues.org/1317>

- Lemasson, Jean-Pierre (2006) Penser le tourisme gourmand. Téoros [En ligne], vol.25, n°1, Consulté le 30 janvier 2013.

Contenu : Aux États-Unis et au Canada, la notion de tourisme culinaire est largement utilisée (*culinary tourism*). En Europe, la notion de tourisme gastronomique est parfois utilisée alors que, plus souvent, l'intérêt spécifique porté à un produit, le vin par exemple, fait parler de viti-vini-culture en France ou *d'enoturismo* en Italie. Dans plusieurs pays, l'agrotourisme est la seule référence mentionnée même si, comme c'est le cas en Angleterre, certains auteurs parlent de tourisme du « bon » goût (*tasting tourism*).

Où le consulter : <http://teoros.revues.org/1288>

- Lemasson, Jean-Pierre (2006) Qui est le touriste gourmand canadien ?, Téoros [En ligne], vo.25, n°1, Consulté le 30 janvier 2013.

Contenu : s'il y a des différences entre les touristes dits « culinaires », c'est-à-dire concernés par ce qu'on pourrait appeler globalement la dimension alimentaire du tourisme ; s'il y a des différences entre les touristes qui démontrent un intérêt particulier soit pour la nourriture, soit pour la vitivini-culture, soit encore pour la nourriture et la viti-viniculture ; si l'on peut isoler des catégories de touristes « culinaires » selon le type d'activités alimentaires recherchées.

Où le consulter : <http://teoros.revues.org/1316>

- Beudet, Gérard (2006) La géographie du tourisme gourmand. Téoros [En ligne], vol.25, n°1, Consulté le 30 janvier 2013.

Contenu : le tourisme gourmand semble se pratiquer aussi bien dans un grand restaurant d'une capitale qu'à la ferme, dans une auberge de village que dans un vignoble, voire dans un abri sommaire au sommet d'une montagne ou sur une péniche. Il n'en reste pas moins que cette diversité des cadres géographiques d'inscription du tourisme gourmand occulte en partie une connotation spatiale de plus en plus répandue qui fait du terroir, sinon le lieu de pratique privilégié du tourisme gourmand, à tout le moins l'aire de provenance des denrées alimentaires qu'il met en œuvre.

Où le consulter : <http://teoros.revues.org/1298>

- Chaput, Odette (2006) Pour de nouvelles tables régionales. Téoros [En ligne], vol.25, n°1, Consulté le 30 janvier 2013.

Contenu : devenu primordial et pertinent de développer une « bannière » qui identifierait les Tables Gourmandes régionales, concept qui correspond aux attentes de certaines clientèles, locale, touristique et excursionniste.

Où le consulter : <http://teoros.revues.org/1321>

- Groupe de concertation sur l'agrotourisme au Québec, Plateforme interactive de l'agrotourisme au Québec

Contenu : outil interactif dédié à l'usage des conseillers et producteurs agrotouristiques du Québec dans un but d'analyse, de statistiques et de développement. De par sa nature, elle vise à appuyer le travail des conseillers agrotouristiques et n'est pas un outil de promotion de l'agrotourisme. D'autres sites Internet ont cette vocation. La base de données de la plateforme est destinée aux producteurs agrotouristiques et autres acteurs impliqués dans le développement de l'agrotourisme, par exemple les professionnels des ministères, d'organismes ou d'institutions, les chercheurs, les membres d'une université ou d'un institut de recherche, de regroupements ou d'associations.

Où le consulter : [www.plateformeagrotourisme.qc.ca/default.aspx](http://www.plateformeagrotourisme.qc.ca/default.aspx)

- Conseil québécois des ressources humaines en tourisme (2005) La gestion efficace d'une petite entreprise touristique-portrait type d'un dirigeant d'une petite entreprise touristique. Montréal, 69 p.

Où le consulter : <http://m3.ithq.qc.ca/collection/00000010.pdf>

# Pour en savoir DAVANTAGE...

- Véziau, Marie-Claude et al. (2012) Produire la santé ensemble en jardinant au cœur de ma ruralité. Laboratoire rural du ministère des Affaires municipales, Régions et Occupation du territoire, Chandler (Québec), 59 p.

Contenu : ce guide se veut un outil simple et facilement utilisable par toute personne souhaitant démarrer un jardin communautaire dans leur communauté. Toutes les étapes d'implantation y sont documentées en plus de fournir, en annexe, plusieurs outils utiles que l'équipe de Produire la santé ensemble a développé au fil des années : exemples de règlements de jardin communautaire, listes de tâches à effectuer, exemples de calendrier, budget, etc.

Où le consulter : [www.produirelasanteensemble.com/spip.php?rubrique32](http://www.produirelasanteensemble.com/spip.php?rubrique32)

- Laliberté, Michèle (2005) L'expérience touristique, c'est... Réseau de veille en tourisme, Chaire de tourisme Transat, École des sciences de la gestion, Université du Québec à Montréal.

Contenu : faire vivre une expérience au visiteur, qu'est-ce que cela veut dire? Il s'agit d'un concept à la fois vaste et abstrait. Et si c'était ce «quelque chose» qui vaut la peine d'être raconté à son retour? La différence qui fait que l'on vous choisit dans un marché très concurrentiel? Vous savez, le «Wow!»? Ce qui nous amène à nous poser la question suivante : «Quel est le facteur Wow! de mon produit?».

Où le consulter : <http://veilletourisme.ca/2005/03/23/l'experience-touristique-cest/>

- Tourisme Centre-du-Québec (2010) Guide de qualité : AgroTourisme Centre-du-Québec « Le gros bon sens de la qualité ». 9 p.

Contenu : petit guide rapide à consulter en trois temps : 1) avant l'arrivée du premier visiteur (obligations légales, gestion des visiteurs, accueil et information aux visiteurs) ; 2) lors des visites (gestion des visiteurs, accueil et information aux visiteurs, sécurité et environnement) ; 3) après la visite (gestion des visiteurs).

Où le consulter : [www.agrireseau.qc.ca/grandsqibiers/documents/GuidedequalitéAgrotourismeCentreduQuébec.pdf](http://www.agrireseau.qc.ca/grandsqibiers/documents/GuidedequalitéAgrotourismeCentreduQuébec.pdf)

- Boutin, Nadine (2003) Le circuit « de la terre... à la table », un modèle de réseautage en agrotourisme. Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation, Québec, 66 p.

Contenu : expérience d'une entreprise qui démontre l'importance de la structure des visites et de la justesse de l'information transmise aux visiteurs pour le développement des entreprises agrotouristiques. On y parle de l'opportunité d'affaires d'un circuit, de ses étapes de démarrage, de sa structure, du marketing qui est nécessaire ainsi que des outils de gestion et de contrôle qu'il faut mettre en place.

Où le consulter : [www.mapaq.gouv.qc.ca/fr/Publications/circuit\\_terre\\_table.pdf](http://www.mapaq.gouv.qc.ca/fr/Publications/circuit_terre_table.pdf)

- Centre for Profitable Agriculture (2005) Agritourism in focus : A guide for Tennessee farmers. The University of Tennessee, UT/Extension, PB 1754, chapitres 2, 6 et 10: Preliminary evaluation : A snapshot of your potential/Risk assessment and management , p. 5-18 ; 57-68 et 101-107.

Contenu : dans le chapitre 2, on présente des éléments d'évaluation de la pertinence et de la capacité d'une entreprise de se lancer en agrotourisme à l'aide de tableaux de pointage.

Dans le chapitre 6, on met en garde l'entrepreneur sur les divers risques liés à l'agrotourisme que ce soit en termes légal, financier, de ressources humaines, de production ou de marketing.

Dans le chapitre 10, on encourage les entrepreneurs à s'auto-évaluer pour assurer un meilleur suivi de leur entreprise face à leur plan d'affaires, au marketing, au service aux visiteurs, aux risques encourus, à la gestion et à la conformité à la réglementation.

Où le consulter : [www.ces.purdue.edu/extbusiness/stories/PB1754.pdf](http://www.ces.purdue.edu/extbusiness/stories/PB1754.pdf)