



L'environnement agritouristique

Support de cours pour l'offre de formation continue
sur www.agrotourisme-q.ch

L'environnement agritouristique

L'agritourisme est une offre touristique en milieu rural comprenant un séjour à vocation authentique au sein ou à proximité d'une exploitation agricole, principalement organisée par des agriculteurs et agricultrices et leur permettant de générer un revenu supplémentaire. L'idée de base est la proximité avec la famille hôte, qui offre aux touristes un contact personnel et un aperçu de la vie quotidienne à la campagne.

Définitions des termes

Les termes suivants sont essentiels à la compréhension de l'environnement agritouristique :

Définition de touriste

Les touristes sont les personnes se rendant dans des lieux situés en dehors de leur environnement habituel et qui y séjournent pour une durée n'excédant pas un an, pour des motifs de loisirs ou d'affaires non liés à l'exercice d'une activité rémunérée dans l'endroit visité.

Définition d'agritourisme

L'agritourisme comprend les activités de consommation de la clientèle en dehors de son environnement professionnel et privé habituel ainsi que les activités d'investissement et de production du côté de l'offre dans le contexte agricole. Du point de vue économique, les activités de la clientèle entraînent des dépenses qui génèrent des chiffres d'affaires et, en fin de compte, de la valeur ajoutée et des emplois pour les exploitations agritouristiques.

Définition de valeur ajoutée brute

Valeur totale des biens et services créés durant le processus de production (valeur de production) moins les biens et services consommés, transformés ou convertis dans le processus de production (valeur de la consommation intermédiaire).

Facteurs de succès

Du point de vue des prestataires d'agritourisme, les facteurs de succès essentiels sont les suivants :

Sens du contact des familles hôtes

Les prestataires d'agritourisme estiment que le contact direct avec la clientèle est très important. Leur expérience montre que la clientèle est très intéressée à dialoguer sur l'agriculture et la vie paysanne.

Animaux à la ferme

La clientèle qui réserve un séjour agritouristique apprécie notamment l'environnement rural. Les animaux, très appréciés par les familles avec enfants, en font partie.

Confort des installations sanitaires

Indépendamment du positionnement de l'offre, les installations sanitaires doivent être contemporaines, propres et commodes.

Communication

Les offres agritouristiques ne sont en règle générale pas situées au centre-ville ou à proximité d'une autoroute très fréquentée.

Il est donc important d'en informer la clientèle potentielle de l'offre. La communication marketing revêt donc une signification particulière dans ce cadre.

Du temps pour la clientèle

Le client est roi. L'agriculteur ou l'agricultrice doit prendre du temps pour répondre aux souhaits et aux questions de sa clientèle. Cela est extrêmement important, car une clientèle satisfaite parlera de son expérience et reviendra.

Les facteurs de succès essentiels du point de vue de la clientèle d'exploitations agritouristiques sont les suivants :

- Chambres d'hôtes ou logements de vacances équipés avec installations sanitaires privées (WC / douche / bain)
- Chambres d'hôtes ou logements de vacances confortables
- Wi-Fi gratuit dans les locaux
- Pour les familles : animaux à la ferme
- Sens du contact des familles hôtes
- Aperçu de la vie quotidienne d'une exploitation agricole / participation aux tâches agricoles
- Expériences en lien avec la nature à la ferme et dans la région
- Vente de produits de la ferme
- Offre gastronomique basée sur les produits de la ferme ou de la région
- Orientation durable de l'infrastructure agritouristique et de l'exploitation agricole

Du point de vue de la clientèle MICE (MICE = meetings, incentives, conventions, events), les facteurs de succès sont les suivants :

- Qualité des infrastructures sanitaires (WC, tables à langer, accessibilité)
- Qualité des infrastructures techniques : installation multimédia, beamer, laptop, flipchart, matériel d'animation, panneaux d'affichage, etc.
- Offre culinaire d'excellente qualité, conforme au concept global de la ferme
- Processus de réservation simple
- Formules complètes à réserver sous forme de forfait, dans l'idéal avec repas et hébergement
- Implication d'entreprises partenaires telles qu'hôtels et services traiteurs

Profil entrepreneurial

Motivations principales pour se lancer dans l'agritourisme :



Compétences importantes en gestion et commerce dans l'agritourisme :

Compétences	Description	Importance pour l'agritourisme
Service à la clientèle	Répondre aux attentes de la clientèle et gérer les problèmes	+++
Finances	Gérer et planifier les ressources financières	+++
Marketing	Identifier la clientèle et l'interpeler	+++
Organisation	Administration quotidienne, répartition du temps	+++
Autres	Règles en matière de sécurité et évaluation des risques	++
Surveillance	Gestion et contrôle du personnel et de ses besoins	+

Capacités entrepreneuriales et personnelles importantes en agritourisme :

Compétences	Description	Importance pour l'agritourisme
Responsabilité	Capacité à assumer sa responsabilité dans la résolution des problèmes	+++
Maitrise des émotions	Capacité à gérer des problèmes (sur le plan émotionnel)	+++
Esprit critique	Capacité à mener une réflexion critique	++
Contacts / réseau	Capacité à collaborer et à entretenir le réseau avec les parties prenantes	++
Conscience de soi	Capacité d'autocritique et de réflexion	++
Analyse du contexte	Capacité à détecter les failles du marché et savoir en tirer profit	++
Concept	Capacité de planification pour l'entreprise et la stratégie	++
Objectifs	Capacité à fixer des objectifs personnels et à les atteindre	++
Négociations	Grande capacité de communication et de négociation	++

Sources et littérature complémentaire

Bieger, Thomas (2010) : *Tourismuslehre – ein Grundriss*. 3., édition révisée, Berne : Haupt (UTB).

Flückiger, Eva ; Gigandet, Pauline ; Zufferey, Michèle (2014) : *Je me lance dans l'agritourisme*.
Lindau : Agridea.

Hochuli, Andreas ; Huber, Mario ; Hofstetter, Pius (2016) : *Innovative Geschäftsmodelle für den Schweizer Agrotourismus. Positionierung der Angebote und Instrumente für die Planung / Manuel*. 1^{re} édition. Zollikofen : BFH-HAFL.

Phelan, Chris ; Sharpley, Richard (2012) : « Exploring entrepreneurial skills and competencies in farm tourism. » In
Local Economy 27 (2), pp. 103-118. DOI : 10.1177/0269094211429654.

Vogt, Luisa (2010) : *Alp- und agrotouristische Wertschöpfungspotenziale. Wettbewerbsfaktoren, Erfolgsfaktoren und Herausforderungen / Ein strategischer Leitfaden*. Édité par l'Institut fédéral de recherches WSL, La plateforme du développement régional en Suisse RegioSuisse. Birmensdorf : [WSL].