

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

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.

Un sondage envoyé aux conseillers ainsi que des groupes de discussion avec des entrepreneurs 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 (AMPO)
- 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 29,4 %.

Vous trouverez ci-dessous les forces et les faiblesses dont nous ont fait mention les conseillers qui ont répondu au sondage.

Les forces des services-conseils

1. La satisfaction des clients est une des principales préoccupations des conseillers;
2. Les conseillers sont très scolarisés (83 % ont un niveau universitaire du premier ou second cycle) et expérimentés (89 % ont plus de 5 ans en lien avec l'expertise qu'ils offrent);
3. Toutes les régions du Québec sont couvertes;
4. Les réseaux Agriconseils, les ministères et organismes provinciaux sont des maillages par lesquels les conseillers développent leur clientèle;
5. Les conseillers sont optimistes face au marché de l'agrotourisme;
6. Des services « hors conseil », favorisant le développement des compétences, font leur apparition : *coachs*, formateurs, conférenciers, audits.

Les faiblesses des services-conseils

1. L'adéquation entre le besoin du client, le tarif horaire et l'enveloppe disponible n'est pas toujours facile à atteindre;
2. Les offres en services-conseils faites par chacun des conseillers sont mal connues;

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

3. Les ressources pour favoriser l'approche multidisciplinaire entre conseillers se limitent à leur propre réseau de connaissances;
4. Plusieurs conseillers vont prendre leur retraite dans les prochaines années. Il n'y a pas d'encadrement pour assurer la relève;
5. L'absence de processus de validation de l'expertise des conseillers crée une incertitude chez les entrepreneurs;
6. Les entrepreneurs ont de nouveaux besoins (ex. : Web, design). Peu de conseillers actuels la détiennent;
7. Il n'y a pas de guichet électronique de recherche des services-conseils. Le service de référencement gratuit offert par les réseaux Agriconseils est peu connu;
8. La qualité des plans de commercialisation est très variable;
9. Les conseillers qui transfèrent leurs expertises par le biais de sessions de formation ont peu d'expérience sur la manière dont les adultes apprennent. Il en résulte des journées chargées en contenu et peu d'activités d'apprentissage. Le taux de rétention varie entre 10 % et 30 % chez les apprenants. C'est un retour sur investissement assez faible étant donné la charge de travail des entrepreneurs.

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

Les recommandations

1. Faire connaître l'existence des programmes en services-conseils et pour la réalisation des conseils reçus pour les métiers du Web et du design;
2. Renforcer la visibilité des réseaux Agriconseils et des programmes offerts par une stratégie de communication;
3. Faire des réseaux Agriconseils le guichet unique de référencement;
4. Offrir des moyens de développement en « rôle conseil/approche-client » aux conseillers qui en éprouvent le besoin;
5. Offrir des moyens de développement en « animation de formations/conférences » (formations, mentorat, etc.) aux conseillers qui en éprouvent le besoin;
6. Mettre en place un projet-pilote afin d'élaborer le cadre d'intervention pour l'utilisation du *coaching* comme moyen de développement;
7. Faire connaître la niche agrotouristique aux métiers en demande (ex. : Web et design);
8. Financer une fonctionnalité spécifique pour l'agrotourisme et la mise en marché de proximité au sien du répertoire des conseillers en cours de développement;
9. 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;
10. Bâtir un outil qui permet de faire le diagnostic général de l'entreprise en ligne.

Ce résumé ne tient compte que des informations concernant les services-conseils offerts par les conseillers. Le rapport du projet inclut aussi les données spécifiques destinées aux entrepreneurs 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 conseillers qui ont participé au sondage.

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