FICHE
QUALITÉ

VOLET

BOUTIQUE À LA FERME

NOTIONS UTILES

La vente à la ferme est le mode de commercialisation le plus populaire chez les producteurs en ce qui concerne la mise en marché de proximité (circuits courts), car elle revêt un côté pratique. De plus, lors d'activités agrotouristiques, les visiteurs et les touristes se rendent à la boutique de l'entreprise pour y acheter des produits. La vente à la ferme est l'occasion de mettre en valeur votre savoir-faire par l'intermédiaire des produits que vous avez développés et conçus pour répondre aux besoins des visiteurs. De plus, ce moyen de mise en marché de proximité permet d'augmenter et de diversifier les revenus de votre entreprise, d'où l'importance d'une offre et d'un service de qualité.

MÉTHODE D'UTILISATION DE LA FICHE

Conçue pour vous aider à vous améliorer, cette fiche vous permet de situer votre **boutique à la ferme** au regard des points jugés « essentiels », « recommandés » ou relevant de l'« effet wow ». Elle vous permet aussi d'évaluer et d'ajuster votre façon de faire dans le but de répondre aux attentes des consommateurs. Pour utiliser la fiche, il vous suffit de passer en revue les différents critères de qualité selon les thèmes proposés et de cocher ceux qui s'appliquent à votre entreprise dans l'une des colonnes de droite prévues à cet effet.

ESSENTIEL

Tous les points qui font partie de la catégorie *Essentiel* doivent être favorisés. Ces critères ont été jugés indispensables pour démarrer ou opérer le volet boutique de votre entreprise.

RECOMMANDÉ

Pour l'ouverture d'une boutique, il n'est pas essentiel de remplir tous les critères de la catégorie *Recommandé*. Par contre, vous êtes fortement encouragé à les respecter. Ces critères correspondent en général aux attentes des clients à l'égard de la qualité des différents services.

EFFET WOW

L'« effet wow » est un critère qui permet de se distinguer. Il fait référence à l'impression générale éprouvée par les clients sur les lieux de l'entreprise, lors de leur recherche d'information ou au cours de l'interaction avec le personnel. Créer l'« effet wow », c'est être original et améliorer la satisfaction des visiteurs en leur faisant vivre un bon moment.

RAPPEL

Une visite offerte par une entreprise agrotouristique se termine en général par un passage à la boutique. C'est là que, charmé et conquis par la philosophie présentée lors de la visite, le client pourra concrétiser son lien d'appartenance avec l'entreprise. En achetant un produit issu de la ferme, il pourra emporter une partie de son expérience avec lui.

Critère jugé...				Mise en application		
Essentiel	Recommandé	Effet wow	CRITÈRES DE QUALITÉ	Pratique implantée	Pratique à implanter	Pratique non applicable
			L'AMÉNAGEMENT DU SITE			
			S'assurer que l'accès au site par la route est bien indiqué et visible			
			Afficher clairement l'enseigne de la boutique pour qu'elle soit visible			
			Délimiter et indiquer le stationnement en s'assurant qu'il est sécuritaire, entretenu, carrossable et d'une dimension adaptée à l'achalandage			
			Faciliter l'accès à la boutique pour les personnes à mobilité réduite (ex. : rampe d'accès)			
			Prévoir des poubelles en nombre suffisant			
			Posséder une enseigne *Ouvert* ou *Fermé*			
			Aménager l'extérieur de la boutique de façon accueillante selon le thème de l'entreprise (ex. : chaises et fleurs) avec une indication du type Bienvenue			
			Installer une vitrine présentant les produits vedettes de façon attirante et donnant le goût de s'en procurer			
			Disposer d'un stationnement avec des espaces adaptés aux différentes clientèles (ex. : vélo, moto, autobus, personnes à mobilité réduite)			
			Disposer de voies de circulation fonctionnelles pour les automobiles (ex. : largeur adéquate ou accotements en nombre suffisant)			
			Disposer de toilettes et de lavabos (y compris du savon, de l'eau et du papier)			

Critère jugé...				Mise en application		
Essentiel	Recommandé	Effet wow	CRITÈRES DE QUALITÉ	Pratique implantée	Pratique à implanter	Pratique non applicable
			Détenir des stations de déchets multivoies (recyclage, compost, poubelle)			
			Disposer d'espaces adaptés aux visiteurs et aux familles (ex. : aire de repos, aire de jeux, aire comportant des tables de pique-nique, point d'eau potable)			
			L'AMÉNAGEMENT INTÉRIEUR			
			Disposer les produits offerts de façon stratégique et esthétique (marchandisage[1])			
			Permettre à la clientèle de demander de l'assistance en tout temps (sonnette)			
			Consulter une firme spécialisée pour le design de la boutique, la maximisation de l'offre de produits et de l'ambiance recherchée ainsi que la philosophie de l'entreprise			
			Éclairer adéquatement les étagères pour mettre en valeur les produits et attirer l'attention des visiteurs sur des sections spécifiques (ex. : valoriser les produits maison)			
			Aménager un espace d'entrepôt non visible			
			Disposer d'un espace suffisant au comptoir (permettant l'achat impulsif ou la dégustation)			
			S'assurer de tenir les étagères pleines			

1 Ensemble des techniques visant à rendre un produit ou un service le plus attractif possible aux yeux du consommateur.

Critère jugé...				Mise en application		
Essentiel	Recommandé	Effet wow	CRITÈRES DE QUALITÉ	Pratique implantée	Pratique à implanter	Pratique non applicable
			LES RESSOURCES HUMAINES			
			Développer une bonne connaissance des produits offerts et former le personnel adéquatement à ce sujet (ex. : méthode de récolte, mode de production)			
			Avoir un nombre suffisant d'employés selon l'achalandage			
			Former le personnel (y compris les propriétaires) au regard du service à la clientèle			
			Veiller à ce que le personnel soit bien repérable (ex. : foulard, casquette, chandail aux couleurs de l'entreprise)			
			Établir une politique de gestion des ressources humaines (ex. : accueil, tenue vestimentaire, répartition des tâches)			
			Désigner une personne pour répondre à la clientèle anglophone			
			LES PRODUITS ET SERVICES OFFERTS			
			Afficher clairement les modalités de paiement et les prix			
			Offrir des modes de paiement variés (ex. : comptant, carte de débit, carte de crédit)			
			Proposer des produits complémentaires qui sont issus d'autres entreprises de la région (fermes ou transformateurs artisans)			
			Offrir des idées de recettes, notamment pour les produits peu connus			
			Rendre disponible de l'information sur l'utilisation et la mise en valeur du produit (ex. : feuillet complet ou succinct)			

Critère jugé...				Mise en application		
Essentiel	Recommandé	Effet wow	CRITÈRES DE QUALITÉ	Pratique implantée	Pratique à implanter	Pratique non applicable
LA PROMOTION ET LE MARKETING						
			Être répertorié dans certains des outils promotionnels de la région (ex. : circuits touristiques, marques territoriales, tables bioalimentaires, associations touristiques régionales)			
			Disposer d'au moins un outil promotionnel (ex. : cartes professionnelles, dépliants, feuillets)			
			Diffuser les promotions en vigueur (ex. : par le personnel, le site Web ou la page Facebook)			
			Développer des liens d'affaires en vue de faire partie des endroits suggérés par les principaux commerces de proximité (ex. : dépanneurs, campings, épiceries, autres producteurs)			
			Mettre en valeur ce qui distingue l'entreprise (ex. : histoire, modes de production, écoresponsabilité)			
			Participer à des événements régionaux (ex. : festivals, salons, marchés thématiques)			
			Participer à des concours (ex. : Ordre national du mérite agricole, Gala des chambres de commerce, Les Lauriers de la gastronomie québécoise)			
			Afficher les marques de reconnaissance obtenues			
			Proposer des emballages ou des paniers cadeaux			
			Recueillir des renseignements sur les visiteurs et les analyser pour établir des statistiques et adapter la promotion du site (ex. : nombre, périodes de fréquentation, provenance)			
			Faire découvrir les nouveaux produits (ex. : emballage novateur, nouvelle recette)			
			Offrir des produits dérivés à l'effigie de l'entreprise (ex. : chandail, casquette, verre, épinglette, parapluie, sac)			

Critère jugé...				Mise en application		
Essentiel	Recommandé	Effet wow	CRITÈRES DE QUALITÉ	Pratique implantée	Pratique à implanter	Pratique non applicable
LE SERVICE À LA CLIENTÈLE						
			Indiquer clairement les heures d'ouverture au poste d'accueil, dans le message d'accueil de la boîte vocale et dans les outils en ligne (ex. : horaire de la haute saison, horaire de la basse saison)			
			Offrir des sacs pour les produits achetés			
			Disposer d'informations claires et précises sur tous les produits et services			
L'EXPÉRIENCE CLIENT						
			Adopter une attitude positive à l'arrivée de clients (ex. : contact visuel, sourire, « Bonjour! », mot de bienvenue, « Laissez-nous vous guider! », « Connaissez-vous notre site, nos activités et nos services? »)			
			Favoriser les discussions entre le personnel et la clientèle concernant les aspects techniques de base (ex. : méthode de récolte, mode de production)			
			Offrir la dégustation des produits			
			Informer la clientèle sur les attraits touristiques avoisinants			
			Favoriser la présence du producteur sur les lieux			
			Offrir une expérience sensorielle et d'apprentissage			
			Créer des liens de fidélisation et favoriser le sentiment d'appartenance chez la clientèle (ex. : carte de membre, infolettres, invitation à suivre les activités de l'entreprise par les médias sociaux, recettes)			
L'ASPECT RÉGLEMENTAIRE						
			Afficher les permis requis aux endroits stratégiques			

Critère jugé...				Mise en application		
Essentiel	Recommandé	Effet wow	CRITÈRES DE QUALITÉ	Pratique implantée	Pratique à implanter	Pratique non applicable
L'HYGIÈNE ET LA SALUBRITÉ						
			Veiller à la propreté générale du site (ex. : toilettes, poubelles)			
			S'assurer que le personnel adopte de bonnes pratiques d'hygiène et de salubrité			
			S'assurer de retirer les produits périmés			
			S'assurer que l'étiquette des produits comporte tous les renseignements requis pour une consommation sécuritaire (ex. : durée et mode de conservation, liste des ingrédients)			
LA SÉCURITÉ						
			Détenir un nombre suffisant de trousses de premiers soins complètes, clairement désignées et accessibles en tout temps			
			Disposer d'extincteurs à des endroits stratégiques			
			Former le personnel nécessaire en secourisme (Commission des normes, de l'équité, de la santé et de la sécurité du travail)			

IMPLANTATION DE MESURES VISANT À AMÉLIORER LA QUALITÉ

Maintenant que vous avez constaté et évalué vos pratiques, comment ajusterez-vous vos façons de faire dans le but de répondre aux attentes des consommateurs? Pour passer à l'action, vous pouvez vous doter d'un plan de réalisation avec des objectifs à court, à moyen ou à long terme. De nombreuses ressources sont disponibles pour vous accompagner ou vous aider dans l'atteinte de vos objectifs. Ainsi, vous entreprendrez un processus d'amélioration continue qui vous permettra d'apporter des changements positifs à votre entreprise.

ORGANISATIONS ET RENSEIGNEMENTS UTILES

MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE, DES PÊCHERIES ET DE L'ALIMENTATION (MAPAQ)

- **Section « Agrotourisme »**
  Plusieurs renseignements et liens utiles pour vos projets de démarrage ou d'expansion dans ce secteur d'activité
- **Pense-bête de l'agrotourisme**
  Fiches thématiques pour le démarrage et le perfectionnement de votre entreprise
- **Fiches qualité**
  Fiches ayant pour objet l'amélioration de l'offre agrotouristique et de la mise en marché de proximité
- **Section « Permis »**
  Information générale sur les différents permis obligatoires selon certaines productions ou activités commerciales
- **Guide des bonnes pratiques d'hygiène et de salubrité alimentaires**
  Ouvrage comportant des recommandations destinées aux manipulateurs d'aliments et aux gestionnaires d'établissements alimentaires qui se soucient d'effectuer leur travail de façon à assurer l'innocuité des aliments

ASSOCIATION DE L'AGROTOURISME ET DU TOURISME GOURMAND DU QUÉBEC (AATGQ) – TERROIRS ET SAVEURS DU QUÉBEC

Réseau provincial consacré au développement de l'agrotourisme et du tourisme gourmand au Québec, qui réserve une section de son site Web à l'industrie et à l'actualité qui la concerne

SOCIÉTÉ DU RÉSEAU ÉCONOMUSÉE

Réseau d'artisans entrepreneurs qui utilisent un savoir-faire authentique dans la fabrication de leurs produits dans les secteurs des métiers d'art et du bioalimentaire

COMMISSION DES NORMES, DE L'ÉQUITÉ, DE LA SANTÉ ET DE LA SÉCURITÉ DU TRAVAIL (CNESST)

Section sur le secourisme en milieu de travail

AMBULANCE SAINT-JEAN

Information sur les trousses de premiers soins et les formations en secourisme

KÉROUL

Organisme visant à rendre le tourisme et la culture accessibles aux personnes à capacité physique restreinte

- **Service aux entreprises**
  Programme d'accessibilité des établissements touristiques

UNION DES PRODUCTEURS AGRICOLES (UPA)

Informations pertinentes sur les services offerts en région, notamment les services d'emplois agricoles et les formations, ainsi que des liens vers différents partenaires de l'agrotourisme et du tourisme gourmand présents sur le territoire

24-0074 Crédit photo: Vignoble Amouraska – Audrey Mainguy