

FICHE
QUALITÉ



VOLET

AUTOCUEILLETTE



NOTIONS UTILES

L'autocueillette consiste à ouvrir les portes de votre entreprise aux consommateurs pour qu'ils puissent y cueillir eux-mêmes des produits agricoles. C'est l'occasion pour eux de faire des réserves, de profiter d'une sortie agréable en famille ou de se retrouver en nature. Cette activité leur offre également la possibilité d'obtenir des réponses à leurs questions sur les produits, les méthodes de culture, etc. Ainsi, l'autocueillette peut favoriser la création d'un lien privilégié entre les consommateurs et une entreprise.

MÉTHODE D'UTILISATION DE LA FICHE

Conçue pour vous aider à vous améliorer, cette fiche vous permet de situer vos **activités d'autocueillette** 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 autocueillette de votre entreprise.

RECOMMANDÉ

Pour se lancer en autocueillette, 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.

À SAVOIR

L'approche client est primordiale pour le succès de la mise en marché de proximité. Le client qui se rend à la ferme s'attend à vivre quelque chose de différent de ce qu'il trouve chez le détaillant tout en ayant l'occasion de mieux comprendre la réalité et la vie d'un producteur durant quelques heures. Distinguez-vous en ce qui concerne vos services et vos produits.

Critère jugé...			CRITÈRES DE QUALITÉ	Mise en application		
Essentiel	Recommandé	Effet wow		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			
			Signaler clairement le poste d'accueil et toutes les sections du site			
			Délimiter et signaler le stationnement en s'assurant qu'il est sécuritaire, entretenu, carrossable et d'une dimension adaptée à l'achalandage			
			Indiquer clairement la zone de cueillette, les rangs ainsi que l'endroit de départ (ex. : numéro, image)			
			Entretenir les allées de cueillette, les rangs et la zone de cueillette (ex. : paillis, lieu sans mauvaises herbes, tonte des allées)			
			Disposer de toilettes et de lavabos (y compris du savon, de l'eau et du papier) en nombre suffisant selon l'achalandage			
			Prévoir des poubelles à des endroits stratégiques (ex. : près du poste d'accueil, près du stationnement, au champ)			
			Posséder une enseigne <i>Ouvert</i> ou <i>Fermé</i>			
			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 et les autobus (ex. : largeur adéquate ou accotements en nombre suffisant)			
			Aménager des sentiers piétonniers accessibles (ex. : sentier plat ou dénivelé relativement faible, voiturettes pour les enfants ou pour les personnes à mobilité réduite)			

Critère jugé...			CRITÈRES DE QUALITÉ	Mise en application		
Essentiel	Recommandé	Effet wow		Pratique implantée	Pratique à implanter	Pratique non applicable
			Bien indiquer les cultivars (code de couleurs ou drapeaux bien en vue)			
			Disposer d'une toilette mobile propre près de l'endroit de cueillette			
			Offrir de l'eau potable aux visiteurs			
			Situer le poste de la pesée sous un abri			
			Disposer d'espaces adaptés aux visiteurs et aux familles (lieu comportant des tables à langer, salle où se trouvent des micro-ondes, zones situées à l'ombre, aire de repos, aire de jeux, aire comportant des tables de pique-nique)			
			Offrir un abri en cas d'intempéries ou pour le confort de la clientèle (ex. : chapiteau temporaire, parasol, kiosque)			
			Détenir des stations de déchets multivoies (recyclage, compost, poubelle)			
			Favoriser un aménagement paysager de qualité pour mettre le site en valeur			
			Aménager le site afin de valoriser les éléments du paysage (tables de pique-nique dans un endroit bucolique, accueil là où le paysage est magnifique)			
LES RESSOURCES HUMAINES						
			Former le personnel au regard des aspects techniques de base afin qu'il puisse répondre aux questions des clients (ex. : variétés ou cultivars, régie de production)			
			Désigner une personne pour la clientèle anglophone			
			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)			

Critère jugé...				Mise en application		
Essentiel	Recommandé	Effet wow		Pratique implantée	Pratique à implanter	Pratique non applicable
			CRITÈRES DE QUALITÉ			
			Avoir un nombre suffisant d'employés selon l'achalandage (ex. : accueil, stationnement, poste de pesée, supervision au champ)			
			Former le personnel (y compris les propriétaires) au regard du service à la clientèle			
LES PRODUITS ET SERVICES OFFERTS						
			Afficher clairement les modalités de paiement et les prix			
			Indiquer clairement l'endroit où se déroule la cueillette et les méthodes de récolte (ex. : affichage, plan du site)			
			Offrir des contenants de formats variés pour la cueillette (ex. : contenants recyclables ou compostables)			
			Offrir des modes de paiement variés (ex. : comptant, carte de débit, carte de crédit)			
			Offrir une aide pour le transport des contenants remplis (ex. : employé, chariot, brouette)			
			Vendre des produits déjà cueillis			
			Offrir des commodités pour faciliter la cueillette (ex. : échelle, tapis pour les genoux, contenant muni d'une corde pour le cou)			
			Offrir l'entreposage temporaire des produits cueillis pour les clients qui veulent prolonger leur présence sur le site			
			Offrir de l'information sur la conservation des produits cueillis et des recettes (ex. : feuillet complet ou succinct)			
LA PROMOTION ET LE MARKETING						
			Animer adéquatement les réseaux sociaux (faire des publications régulières, répondre et assurer un suivi aux commentaires, partager des nouvelles)			
			Bénéficier d'un référencement adéquat sur le Web (ex. : Google Maps)			

Critère jugé...				Mise en application		
Essentiel	Recommandé	Effet wow		Pratique implantée	Pratique à implanter	Pratique non applicable
			CRITÈRES DE QUALITÉ			
			Assurer la mise à jour des informations en ligne (ex. : site Web, réseaux sociaux)			
			Disposer d'au moins un outil promotionnel (ex. : cartes professionnelles, dépliants, feuillets)			
			Faire l'objet d'une description claire sur les sites Web qui offrent des avis et des conseils touristiques (ex. : TripAdvisor, Québec Original)			
			Être répertorié dans au moins un outil promotionnel de la région (ex. : circuits touristiques, marques territoriales, tables bioalimentaires, associations touristiques régionales)			
			Développer des liens d'affaires en vue de faire partie des endroits suggérés par les principaux commerces de proximité (ex. : dépanneurs, campings, épiceries, autres entreprises d'autocueillette)			
			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)			
			Mettre en valeur ce qui distingue l'entreprise (ex. : histoire, modes de production, écoresponsabilité)			
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			
			Annoncer l'horaire de fermeture en cas de rupture de stock ou de mauvais temps et l'horaire de réouverture (ex. : affiche sur le site, message d'accueil de la boîte vocale, annonce dans les outils en ligne)			
			Respecter l'horaire annoncé			
			Retourner l'appel dans un délai raisonnable lorsqu'un client laisse un message dans la boîte vocale ou par un réseau social			

Critère jugé...			CRITÈRES DE QUALITÉ	Mise en application		
Essentiel	Recommandé	Effet wow		Pratique implantée	Pratique à implanter	Pratique non applicable
			Spécifier les produits et variétés disponibles ainsi que leurs périodes de cueillette			
			Mettre à la disposition de la clientèle un formulaire d'appréciation de son expérience et des produits offerts pour évaluer la qualité des services de l'entreprise			
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)			
			Favoriser la présence du producteur sur les lieux			
			S'assurer de diriger les clients vers les bonnes parcelles (variétés, abondance, qualité)			
			Offrir un système de navette si le site de cueillette est loin du poste d'accueil			
			Offrir la possibilité de goûter aux variétés disponibles (ex. : lors de l'arrivée au poste d'accueil)			
			Créer des liens de fidélisation et favoriser le sentiment d'appartenance chez la clientèle (ex. : infolettres, envois spéciaux personnalisés, invitation à suivre les activités de l'entreprise par les médias sociaux, recettes)			
			Offrir un outil d'interprétation (ex. : panneaux d'interprétation portant sur l'historique de l'entreprise, les variétés de fruits, la géographie)			
			Offrir une animation adaptée aux différentes clientèles (ex. : enfants, groupes, personnes âgées)			
L'HYGIÈNE ET LA SALUBRITÉ						
			Veiller à la propreté générale du site (ex. : toilettes, poubelles)			

Critère jugé...				Mise en application		
Essentiel	Recommandé	Effet wow		Pratique implantée	Pratique à implanter	Pratique non applicable
			CRITÈRES DE QUALITÉ			
			S'assurer que le personnel adopte de bonnes pratiques d'hygiène et de salubrité			
			Offrir du matériel de cueillette propre (ex. : paniers, seaux)			
LA SÉCURITÉ						
			Détenir une trousse de premiers soins complète, clairement désignée, au poste d'accueil			
			Indiquer les consignes de sécurité à respecter sur les lieux présentant des dangers (ex. : affiche indiquant les zones interdites ou les gestes proscrits)			
			Fournir de l'équipement sécuritaire et en bon état (ex. : échelle pour la cueillette de pommes)			
			Former le personnel nécessaire en secourisme (Commission des normes, de l'équité, de la santé et de la sécurité du travail)			
			Détenir une trousse de premiers soins à proximité des cueilleurs			
			Placer des extincteurs à des endroits stratégiques			

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

- **Page « Offrir des produits locaux et des activités d'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

- **Permis de restauration et de vente au détail**

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

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

Section sur le secourisme en milieu de travail

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

RÉSEAUX AGRICONSEILS

Services-conseils subventionnés destinés à la clientèle agricole, notamment pour établir un diagnostic ou définir un plan de commercialisation

REGROUPEMENT DES TABLES DE CONCERTATION BIOALIMENTAIRE DU QUÉBEC

Organisme qui représente les tables de concertation bioalimentaire du Québec. Celles-ci contribuent au développement de leur région par la concertation des acteurs du secteur bioalimentaire. La section « Nos membres » du site Web du Regroupement liste les différentes tables et les membres partenaires à travers les régions

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