

AGRI/ŒNOTOURISME

Pré requis à la diversification

Éléments d'aide à la décision

POINTS FORTS



- Adapté au département de l'Aude dont les principales activités économiques sont l'agriculture, le tourisme
- Répond à la demande sociétale
- Entretien du patrimoine
- Accélérateur de vente des produits
- Filière en pleine structuration en Occitanie
- Fort potentiel de développement

POINTS FAIBLES



- Besoin de professionnalisation
- Réglementations contraignantes
- Besoins de structuration pourquoi ? pour qui ? comment ?



CHAMBRE
D'AGRICULTURE
AUDE

CHOIX DE L'ACTIVITÉ



LES DIFFÉRENTES ACTIVITÉS

- **Caveaux, Point de vente**
- **Hébergement** : gîte, chambre d'hôtes, camping, hébergement insolites, campings-car
- **Activités découvertes** : escape game, dégustation mets et vins, balades, visites guidées, ...
- **Événementiels** : concert, repas, marchés à la ferme ...
- **Restauration** : ferme auberge, apéritif fermier, goûter, petite restauration, ...
- **Location de salle** : Réception, réunions...

CONDITIONS DE RÉUSSITE

Clarification de ses attentes
Goût de l'accueil
Temps disponible
Situation géographique
Offre originale
Professionalisme
Tarifs adaptés

RÉGLEMENTATIONS

Urbanisme, accessibilité, sécurité, hygiène, sanitaire et vente d'alcool, juridique, fiscale, sociale...

CHOIX DES CIBLES CLIENTÈLES

Connaître son marché
Positionnement de l'offre

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Construire un projet agritouristique peut prendre de quelques mois à quelques années selon le projet.
Anticiper la réflexion de son projet

MOYENS À METTRE EN ŒUVRE



BESOINS DE TEMPS ET DE COMPÉTENCES

Importants pour l'accueil / Réservation / Commercialisation
Suivi clientèle
Promotion, communication

PROFESSIONNALISATION DE L'ACCUEIL

En lien à l'identité du territoire et de l'entreprise
Répondant à la demande sociétale

ANALYSE ÉCONOMIQUE

Seuil de rentabilité
Bilan investissement financier
Modèle économique

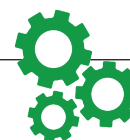
PÉRIODE DE L'ACTIVITÉ

Variable selon la cible clientèle
En ailes de saison et/ou en saison estivale

PRO-ACTIVITÉ

Avec les institutions de l'agriculture et du tourisme

COMMUNICATION COMMERCIALISATION



COMMUNICATION

Documentation papier, réseaux sociaux, site internet, signalétique routière, documentaires, radios, films. Lien aux offices de tourisme, aux labels, etc...

COMMERCIALISATION

Vente directe. Professionnels du tourisme : centrale de réservation, agence de voyage, tour opérateur, ...

QUALIFICATION ET PARTENARIATS



Une plus-value pour toucher sa cible clientèle
Intégrer et participer à des démarches collectives

