Portes ouvertes (JPO)

Une ferme est une entreprise qu'il peut être fort intéressant de visiter. Elles servent à valoriser l'image de l'exploitation et à diffuser un message. Les visites gratuites ont un impact sur les ventes de produits fermiers. Il faut toutefois organiser cette activité.

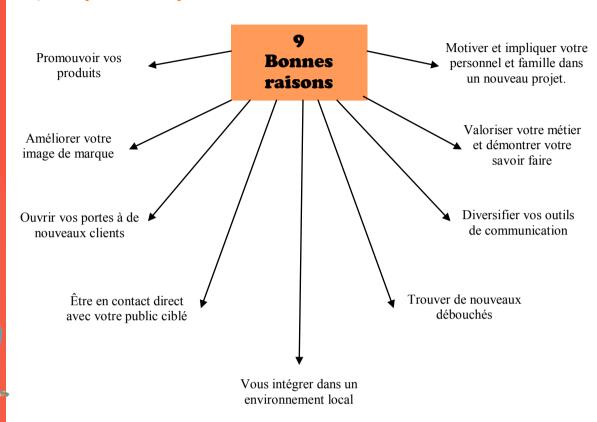
Se grouper dans le cadre d'un circuit collectif ou d'un projet de développement local permet de valoriser la démarche.

Les structures dont il est possible de se rapprocher sont les comités départementaux du Tourisme, les Chambres d'agriculture et les chambres de commerce et de l'industrie.

Exemple locaux: Ferme des broutissoux, Fenêtre sur ferme Dordogne

Fiche technique

1) Pourquoi faire des portes ouvertes à la ferme ?



2) Comment s'organiser?

A. Calendrier prévisionnel :

La première date à fixer est celle de la journée portes ouvertes à la ferme. Il faut éviter de l'organiser le même jour qu'un événement majeur risquant de diminuer la fréquentation.

Pour une meilleure organisation, il vaut mieux s'y prendre longtemps à l'avance (6 mois avant). Notamment pour des papiers administratifs à demander avec un délais d'attente (3 mois), mais aussi pour éviter de faire tout au dernier moment et d'en oublier l'essentiel.

La création d'un calendrier prévisionnel vous aidera à gérer votre temps et à vous organiser jusqu'au jour J.

Exemple d'un calendrier prévisionnel:

J - 180	Les aides directes aux entreprises, le budget prévisionnel
J - 60	Mairie, DDE, Service incendie, police, gendarmerie, sensibiliser le personnel et l'impliquer
J - 45	communiquer de presse, définir le type de visite, questionnaire de satisfaction
J - 30	Assurance, prévoir les guides de groupe, campagne publicitaire, Invitation public, Conception du circuit en lui-même, Support de communication, organisation des réservations
J - 20	Réservations par téléphone, courrier, email.
J - 8	Pot d'accueil, confirmation des réservations.

Partenaire possible:

- Office de tourisme (pub de vos JPO)
- Chambre de Commerce et de l'Industrie CCI (Aide conseil)
- Conseil Régional (possible aides sous forme de subvention)
- Comité Régional du Tourisme CRT et Comités Départementaux du Tourisme CDT (Aide conseil)



B. Les Objectifs de vos JPO:

Il faut déterminer les objectifs de vos journées portes ouvertes pour organiser celles-ci en fonction de ces objectifs.

Par exemple, faire découvrir votre nouvelle gamme de produits votre ferme, vos nouvelles installations, améliorer votre image, séduire des nouveaux clients, vendre votre production ou susciter des vocations, que voulez vous faire valoir? ...

Toutes les actions mises en place devront tendre vers ces objectifs, car il ne faut pas oublier que le visiteur sera par la suite un vecteur de communication, d'où l'importance d'être très clair dans ses propos.

C. Moyens financier et humains:

Le budget prévisionnel:

La réalisation de Journée Porte Ouverte dans une ferme peut engendrer des frais plus ou moins importants. Pour prévoir tout les frais à faire pour cet évènement la conception d'un budget prévisionnel peut vous aider. Dressez une liste de vos besoins et identifiez par écrit qui peut four-nir quoi.

Voici une liste possible de frais pour l'évènement:

- Temps passé pour l'organisation des JPO,
- impressions des affiches, des flyers pour la communication,
- impression des invitations,
- frais de photocopie,
- création d'un dossier de presse,
- les produits dégustés par le public,
- la location de matériels et des équipements,
- les frais pour des intervenants,
- frais divers: papier toilette, sacs poubelle, nettoyages, ...

Aides de financements:

Après avoir effectué le calcul de vos besoins financiers vous pouvez solliciter des partenaires qui pourrons vous aider financièrement ou alors au niveau de supports logistiques et des ressources matérielles pour contribuer à la réussite de l'opération.

Différents types de partenaires sont susceptibles d'intervenir. Quel que soit le partenaire ; institutionnels et collectivités territoriales, média, sponsors/ parrains ou autres, il est important de faire ressortir pour chacun les avantages qu'ils auront à participer à l'évènement ainsi que l'intérêt que cela représente pour le territoire de manière générale.

Il est donc nécessaire d'établir un contact avec les partenaires sollicités en ayant préparé un support de présentation et de promotion de l'évènement qui peut être une base pour les négociations. Les engagements, les obligations, les moyens à mettre devront être précisés dans un document visant à formaliser les accords conclus entre les parties. Chaque accord de partenariat est bien sûr à adapter en fonction des attentes et de la position de chaque partenaire.

Les moyens humains:

Organiser une JPO est l'occasion d'impliquer votre personnel dans un projet qui vous tiens à cœur et peut contribuer à « rapprocher » encore plus l'ensemble du personnel de votre entreprise.

Suivant la grandeur de votre exploitation et les objectifs de votre journée, il vous faut un nombre conséquent de moyens humains.

Si vous n'avez pas assez de personnel sur votre ferme, sollicitez des membres de votre famille, bénévoles ou des partenaires qui ont la possibilité de vous aider sur ce point.

Prévoir également des personnes supplémentaires « de remplacement », si un membre de votre personnel est absent pour une raison quelconque lors des JO.



Pour vous faciliter le travail, impliquez votre personnel depuis le début de l'aventure. Établissez un tableau des tâches :

Tâches à accomplir	Responsable (s)
Définir les objectifs, les messages, les publics visés	
Coordination avec les partenaires et fournisseurs	
Coordination en interne du groupe de travail	
Publicité et communication	
Aménagement des lieux (plan du site avec emplacement, circuit de la visite)	
Organisation du circuit de la visite (commentaire)	
Gestion du matériel (inventaire et disponibilité le jour J)	
Gestion des réservations	
Fléchage, accueil du public sur les lieux, remise et analyse du questionnaire	



Choisir son public:

Quel type de public souhaitez vous attirer lors de votre JPO?

C'est la question essentielle pour réussir votre projet. Les attentes sont différents suivant le public que vous voulez atteindre:

Le public scolaire souhaite découvrir un métier ou un processus de fabrication, les riverains apprécieraient d'être rassurés sur les nuisances de votre activité, les familles souhaitent découvrir un lieu, un thème et passer une bonne journée...

Le degré de connaissance varie également d'un public à l'autre et détermine par conséquent la nature et la forme des informations à communiquer pour que votre message soit compris.

De plus, suivant le public visé, la manifestation doit se réaliser un jour en particulier de la semaine (pour les scolaires jour de semaine, pour les familles le week-end, dimanche).

Communiquer pour attirer:

Le succès d'une journée "portes ouvertes" passe également par une communication efficace. Il va vous permettre de diffuser la date de votre JPO à un maximum de personnes.

Pour cela différents moyens existent en suivant le budget que vous avez établi auparavant:



Pour plus d'information concernant la conception d'un flyer: http://www.kactusse.com/ imprimerie/flyer-7-regles-pourun-flyer-percutant/ - *Un communiqué de presse*: Ni plaquette publicitaire, ni argumentaire marketing, le communiqué de presse est un outil de travail destiné aux journalistes. Il doit être percutant, accrocheur, le document doit aller à l'essentiel avec le contact d'une personne qu'on peut joindre facilement (attention "trop d'informations tue l'information"). Il faut donner envie aux journalistes d'aller voir, il ne faut pas les noyer d'informations.

- Invitations:

Vous pouvez solliciter également vos contacts personnels par des envois de courriers, ou bien par du emailing. C'est une campagne de marketing direct qui consiste à envoyer une proposition commerciale personnalisée à un ensemble d'individus soigneusement ciblés. Dans le emailing vous pouvez joindre (si cela est le cas) d'un flyer concernant votre JPO. Reprenez quand même l'essentiel du flyer dans le corps de texte du mail (évènement, date, heure, lieu, personne à contacter pour plus d'informations).

- Le bouche à oreille et réseau sociaux :

Le bouche à oreille est un moyen de communication qui peut être très efficace à moindre frais. Ceux-ci peuvent être amplifiés par le développement de l'usage des réseaux sociaux qui permet de nouvelles formes de recommandations accessibles à tous et ayant potentiellement de fortes retombées.

Communiquer via les réseaux sociaux permet de bénéficier d'audiences très importantes et donc de toucher une quantité très importante de population. La première étape est de créer une page (et non pas un compte réservé aux individus) sur Facebook : il s'agit d'un service gratuit et qui n'exige que de disposer d'un compte sur la plate-forme. Définissez ensuite ce que vous souhaitez exprimer sur cette page et quels types de contenus vous allez vouloir mettre en avant.

- Le dépliant ou flyer :

Un flyer est un tract au format papier qui est distribué ou déposé dans des endroits de passage pour promouvoir un événement.

Les flyers sont par exemple souvent utilisés pour promouvoir des soirées ou événements ou des commerces locaux. L'utilisation du flyer permet de cibler une zone de chalandise précise.

Pour construire sa plaquette ou son flyer il faut :

- Déterminer votre cible (définir à qui vous vous adresser)
- Définir le message à faire passer (un slogan court, direct et facilement mémorisable)
- Un visuel attrayant pour une accroche percutante (le visuel, la couleur et la mise en page doivent attirer l'œil du consommateur, la lisibilité et la clarté feront le reste),
- Pousser le consommateur à l'action
- Le choix du format, du papier et des finitions (le format, le papier et les finitions doivent être choisis en fonction de l'utilisation et de la distribution que vous allez en faire),
- Respecter la loi (il est nécessaire de posséder les droits des images ou des photos utilisées, ainsi que le droit d'utiliser des logos)
- Distribution



E. La journée Porte Ouverte :

Planifiez la journée:

Le public ne se contentera pas d'une simple visite des bureaux ou ateliers, mais souhaitera en savoir plus sur votre métier d'agriculteur, vos techniques à l'aide de démonstrations et d'animations. Prévoyez ainsi plusieurs temps forts afin de rythmer votre journée: visites, conférences, ateliers, tirage au sort pour gagner un cadeau, etc.

Plus il y a de choses à voir ou à faire lors de vos journées et plus vous touchez un maximum de personnes (repas champêtre, stand, concert musique traditionnelle le soir...)!

Votre journée doit être planifiée heure par heure si possible pour une meilleur organisation. Pour cela quelques questions peuvent vous aider :

- A quelle heure désirez vous ouvrir vos portes et à quelle heure fermeront elles?
- Prévoyez vous des conférences, des stand attractifs ... ?
- Y-a-t-il des circuits guidés ? Combien de temps dur ces circuits ? et quels sont les horaires de départ ? Si elles se fond sur réservations ou non?
- L'horaire des activités de la ferme sera-t-il perturbé par la présence des visiteurs?
- A quelle heure les participants doivent-ils se présenter?
- Ai-je prévu quelqu'un pour les accueillir et les diriger?
- Si un repas est prévu, sous quel forme? Sur réservation ou non?

Définir le type de visite:

Vous devez choisir entre organiser une visite libre ou organiser une visite guidée. Plusieurs choix de type sont possibles:

- visites encadrées.
- visites encadrées avec inscription préalable des visiteurs,
- visites sans inscription préalable avec la gestion directe des visiteurs qui arrivent librement au sein de la ferme.

Dans le cas d'une visite libre, vous devez pouvoir surveiller les visiteurs et être disponible pour apporter des renseignements. Le circuit doit être fléché et rubalisé aux endroits à risques.

Si en revanche vous organisez une visite guidée par heure de départ :

Construisez votre visite en fonction des objectifs établis au départ, aux messages que vous voulez faire passer.

Prévoyez également dans votre visite de faire participer le public, identifiez les machines et activités que les visiteurs pourront essayer et si les normes de sécurité le permettent. Ils seront particulièrement sensibles à ce type d'animation qui leur permettra de comprendre concrètement votre métier. Ils seront par ailleurs ravis de repartir avec un échantillon de leur travail.

Certaines vocations sont ainsi nées durant une visite d'entreprise!

Préparer un questionnaire de satisfaction ou un livre d'or pour votre journée va vous permettre de recueillir les points positifs comme les points négatifs pour pouvoir faire mieux une prochaine fois.



3) La réglementation

Pour réaliser une journée portes ouvertes certaines autorisations sont nécessaires pour pouvoir accueillir du public:

- Mairie: Comme pour toute manifestation, une demande doit être faite deux mois avant la journée portes ouvertes à la mairie (contenu de la manifestation, la date, le déroulement de la journée, et si possible le nombre de visiteurs attendus). Si vous souhaiter installer des panneaux de votre manifestation au bord des routes si celles-ci sont communales en faire la demande à la mairie.
- Service Incendie: Contacter le service d'Incendie et de Secours de votre département pour connaître les obligations propres à votre entreprise selon le nombre de visiteurs.
- Assurance: Prévenir votre compagnie d'assurance par courrier recommandé avec accusé de réception dans un délai de 30 jours afin de prévoir une extension temporaire du contrat pour assurer les visiteurs des risques liés à votre entreprise.
- Service de police: Vous êtes tenu de prévenir la gendarmerie ou le commissariat de police si l'afflux de visiteurs risque de modifier la situation normale de la voie publique. Cette mesure vous permet de garantir dans une certaine mesure la sécurité aux abords de votre ferme.
 - Accès aux personnes à mobilité réduite : les principales mesures sont:
- Le parc de stationnement (panneaux spécifiques)
- La facilité d'entrée et de sortie
- La circulation à l'intérieur de la ferme
- Les cheminements praticables
- Les ascenseurs et escaliers
- Les WC

La partie réglementaire de la loi du 13 juillet 1991 impose aux établissements accueillant du public une accessibilité aux personnes handicapées. On peut toutefois obtenir des dérogations dans le cadre d'opération Journée Portes Ouvertes exceptionnelles.

Si vous faites la transformation de produits (secteur agro alimentaire), pour tout ce qui est problème de sécurité et d'hygiène, il faut contacter les services vétérinaires de votre département afin de connaître l'ensemble des dispositions à mettre en œuvre.

Sources:

- Les guides d'information/ tome 2: organiser des Journée Portes Ouvertes dans un entreprise, Septembre 2004, Assemblee des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie - ACFCI et CCI de Savoie http://environnement.acfci.cci.fr/tourisme/documents/GUIDE%20ORGANISER%20DES%20JPON.pdf
- Organiser une journée « portes ouvertes », 2009, Paul-Emmanuel Géry, Assistante plus. http://www.assistanteplus.fr/missions-specialisees/marketing-commercial/cid2269-organiser-une-journeeportes-ouvertes.html
- Guide de l'organisateur d'une manifestation, 2013, Les services de l'État dans le Gers, préfet du Gers. http://www.gers.gouv.fr/Demarches-administratives/Autres-demarches/Guide-de-l-organisateur-d-unemanifestation#repa
- Flyer: 7 règles pour créer un flyer percutant, Kactusse impression, internet et graphisme http://www.kactusse.com/imprimerie/flyer-7-regles-pour-un-flyer-percutant/
- Définitions Marketing, janvier 2015, Bertrand Bathelot. http://www.definitions-marketing.com/

