

ACCOMPAGNEMENT EN DÉVELOPPEMENT DURABLE

Aurore Lambert, agente de développement
Terroir et Saveurs du Québec

**LE GRAND
RENDEZ-VOUS**
DU TOURISME GOURMAND | 2023





INTRODUCTION

- Depuis septembre 2021, Terroir et Saveurs du Québec a commencé à travailler sur la thématique du développement durable :
 - Réalisation d'un recensement provincial des bonnes pratiques en développement durable auprès des entreprises du secteur
 - La thématique a été au cœur des échanges du Grand Rendez-vous du tourisme gourmand 2022, qui s'est tenu le 6 décembre 2022
- Un projet développé dans le cadre de la mise en œuvre du Plan d'action provincial pour l'avenir du tourisme gourmand 2021-2024.
- Qui fut rendu possible grâce au soutien financier de Développement Économique Canada dans le cadre du Fonds d'aide au tourisme (FAT)

OBJECTIFS

- 1.** Accompagner 25 entreprises dans une démarche personnalisée sur le thème du développement durable
- 2.** Soutenir concrètement les entreprises participantes en développant des outils qui leur permettront d'initier ou de poursuivre leurs efforts
- 3.** Valoriser les entreprises du secteur actives et identifier les enjeux, les freins et les difficultés vécus par celles-ci dans la mise en place de gestes concrets
- 4.** Développer des guides de bonnes pratiques adaptés et pertinents à l'ensemble du secteur



18 ENTREPRISES PARTICIPANTES

13

Producteurs agrotouristiques

Agneaux de Laval*
Au fil du vent*
Bleu Lavande*
Ferme Brovin
Ferme Cormier
Jardins Nature Mauricie
La Citrouille Enchantée
Le Relais des Pins*
Le Ricaneux
Le Verger Kessler*
Le Potager Mont-Rouge
Vignoble Cortellino
Vignoble Domaine Bresee*

3

Artisans transformateurs

Broadway Microbrasserie*
La Terre à Boire
Microbrasserie Le Presbytère*

2

Hébergements avec une offre de restauration régionale

Domaine Jolivent*
La Maison de l'Île*





ÉTAPES DE L'ACCOMPAGNEMENT

VOLET 1 : ACCOMPAGNEMENT EN DÉVELOPPEMENT DURABLE

1. Atelier d'introduction de groupe, en format virtuel
2. Visite d'entreprise afin d'évaluer plus précisément la situation de l'entreprise
3. Rédaction d'un diagnostic : incluant les enjeux prioritaires pour l'entreprise, le portrait de la situation actuelle et des recommandations d'actions à inclure au plan d'action
4. Rédaction d'un plan d'action : incluant le détail des actions choisies par l'entreprise, les tâches, les indicateurs et les objectifs
5. Soutien à la mise en œuvre des actions retenues : banque d'heures d'environ 10 heures.
6. Atelier de clôture : de groupe, en format virtuel
7. Post-mortem pour adresser les potentiels défis et problèmes rencontrés suite à la mise en œuvre du plan d'action.

20 heures par entreprise

360 heures d'accompagnement sur l'ensemble du projet

Réalisé par ADDERE Service-Conseil



ÉTAPES DE L'ACCOMPAGNEMENT

VOLET 2 : ACCOMPAGNEMENT EN COMMUNICATION DURABLE

Objectif : augmenter le rayonnement auprès du public cible

1. Rencontre de démarrage pour analyser le questionnaire exploratoire permettant d'examiner le positionnement de l'entreprise
2. Audit de communication incluant de dépôt de recommandations concrètes
3. Questionnaire tactique : réfléchir sur l'écosystème de marque de l'entreprise
4. Rencontre de validation pour échanger sur les tactiques à privilégier
5. Plan de rayonnement déposé incluant les messages-clés, objectifs, stratégies, canaux de communications, tactiques, outils et plan d'action.

4 heures par entreprise

40 heures d'accompagnement sur l'ensemble du projet

**Réalisé par Sens Communications durables et Mouvance Comm
responsable**

LIVRABLES DU PROJET

Pour les entreprises participantes

DIAGNOSTIC

**POLITIQUE EN
DÉVELOPPEMENT
DURABLE**

**AUDIT DE
COMMUNICATION**

PLAN D'ACTION

**DOCUMENT DE SUIVI
POST-MORTEM**

**PLAN DE
RAYONNEMENT**

Pour l'ensemble du secteur

**6 GUIDES DE BONNES
PRATIQUES**

**ATELIER EN
COMMUNICATION
RESPONSABLE**

**BOITE À OUTILS EN
COMMUNICATION
RESPONSABLE**

ENSEIGNEMENTS DU PROJET

5 ENJEUX PRINCIPAUX

1. Énergie et gaz à effet de serre
2. Gestion des matières résiduelles
3. Approvisionnement responsable
4. Protection de la biodiversité
5. Gestion de l'eau

Ces enjeux représentent 67 % des actions mentionnées dans les plans d'actions des entreprises participantes

DES DÉFIS ET DES SOLUTIONS IDENTIFIÉS

1. **Solidariser et impliquer les employés à long terme**
 - Rendre fiers les employés par la reconnaissance de leurs actions, par exemple au travers de récompenses.
 - Installer des affiches montrant les bons coups, installée dans des endroits stratégiques pour le personnel.
2. **Manque de temps et de ressources humaines**
 - Se faire de nouvelles routines. Souvent, des actions sont faites, on ne fait que modifier notre horaire.
 - Prioriser en y allant par étape, un projet à la fois ; mieux vaut une action bien faite que 12 mal finalisées.
 - Commencer par les petites actions courtes, facilement réalisables, pour motiver et impliquer personnel et visiteurs.
3. **Trouver les bonnes informations et ressources**
 - S'inspirer des bonnes initiatives déjà existantes en prenant part à une communauté, des groupes sur le sujet.
 - Voir avec son association touristique régionale ou sectorielle et les organismes locaux spécialisés si des ressources et plateformes d'échanges existent déjà.



EN CONCLUSION

Pour les entreprises participantes

- Elles se sont dotées d'une démarche structurée en la matière, avec l'obtention d'un diagnostic, d'un plan d'action et d'un accompagnement par des experts
- Elles se sont positionnées comme chefs de file en développement durable
- Elles sont valorisées via nos supports de promotion en ligne
- Elles peuvent poursuivre leurs efforts pour se diriger vers une certification

Pour le secteur

- Accès à des outils concrets pour s'outiller sur le sujet du développement durable

Pour Terroir et Saveurs du Québec

- Soutien concret à 18 entreprises selon leurs situations et leurs besoins, via le développement d'outils et soutien au secteur dans son ensemble
- Collecte de données et d'informations pertinentes sur les enjeux, freins et difficultés vécus par l'ensemble des entreprises du secteur dans la mise en place d'actions en faveur du développement durable

MERCI !

Témoignages de :

Sylvie Lavoie, La Maison de l'Île

Francis Boisvert, Microbrasserie le Presbytère

Isabelle Paquette, Bleu Lavande



PRÉPARER UN AVENIR

Sylvie Lavoie,
Responsable des communications,
des réservations et du
développement durable

**LE GRAND
RENDEZ-VOUS**

DU TOURISME GOURMAND | 2023



LA MAISON DE L'ÎLE D'ORLÉANS



Pour qui je me prends ?

- Maison ancestrale datant de 1881 transformée en gîte en 2020.
- Opérant depuis juin 2021.
- Œuvrant 6 mois par année.
- Gîte de charme
- Déjeuner découverte gastronomique
- 6 convives maximum



CITATION DU GRAND ROBERT

Entre deux joints tu pourrais faire quelque chose... entre deux joints tu pourrais te grouiller le cul !

- Motivation
 - Autonomie et liberté
 - Faire sens
- Effort
- Retour sur l'investissement

COMMENT ON FAIT ÇA ?



- Lunette
 - Or
- Sens
 - Respect
- Vision
 - Visionnaire

JETER LE BÉBÉ AVEC L'EAU DU BAIN!

NON
MAIS!
C'EST
N'IMPORTE
QUOI!

CETTE
EAU EST
VRAIMENT
DÉGUEULASSE!
ET FROIDE
EN PLUS!!

WWW.AUDERSET.COM A.AUDERSET ©

COMMENT ON FAIT ÇA ?

- On garde le bébé
- On récupère l'eau du bain
 - Tirer profit de l'ancien et du moderne



COMMENT ON FAIT ÇA ? COMMENT ON PRÉSENTE CELA ?

ADDERE Service-Conseil et Mouvance entrent en scène

- Le jugement est facile et trompeur
 - Tout se dit
 - On explique
 - Soyons positifs

- Après, on ne peut plaire à tout le monde



CONCLUSIONS

- La perfection n'est peut-être pas de ce monde, mais...
 - On récolte ce que l'on s'aime
 - Mettre toute la chance de son côté ou à ses côtés
 - *Walk like an Egyptian*



CONCLUSIONS

- Un mot à retenir pour être gagnant
 - Effort... avec un s

Entre deux joints on est mieux de se grouiller le cul !

À VOUS DE JOUER

Ralentir Savourer Apprécier



- **Sylvie & Yves / Yves & Sylvie**
- 21, route du Mitan
- St-Jean-de-l'Île-d'Orléans
- Québec, Canada
- G0A 3W0
- www.lamaisondeliledorleans.com
- 001 581 748-6268
- CITQ #302431



MICROBRASSERIE LE PRESBYTÈRE

Francis Boisvert, propriétaire



**LE GRAND
RENDEZ-VOUS**
DU TOURISME GOURMAND | 2023





LA MICROBRASSERIE

- Fondée en 2016.
- Issue du domaine de l'alimentation depuis 1998. Service de traiteur puis 1er resto en 2003.
- Spécialisée dans les bières de micro
- On voulait se lancer dans l'univers de la microbrasserie, on voulait pousser plus loin notre capacité au niveau de l'achat local.
- Mission : faire rayonner les producteurs locaux à travers nos assiettes et nos bières.
- Services :
 - Restauration orientée sur les produits locaux et comestibles forestier
 - Microbrasserie artisanale qui utilise les comestibles forestiers et les produits locaux comme signature
 - Boutique agroalimentaire et artisanale qui met en valeur les produits transformés des producteurs
 - Permaculture qui vient faire un complément aux fournisseurs
 - Auberge qui permet aux touristes de séjourner dans notre région au moins une nuit



FAIRE AFFAIRE ENSEMBLE

- Depuis l'ouverture nous nous efforçons de créer un réseau de proximité avec nos fournisseurs et producteurs. Facilité la visibilité et le rayonnement de ceux-ci.
- Nous avons une conscience sur la récupération des matières.
 - Ex: décorations faites avec du recyclage de matière.
 - Récupération de la drêche : Farine + animaux
 - Mout en cuisine
 - Levures : projet de revalorisation avec Anthony Levac de Environnement Mauricie
- Nous avons reçu :
 - Le Prix en développement durable Gala Prestige Des Chenaux en 2019
 - Top 15 Finaliste en 2022 et top 3 en 2023 Aliment du Québec au Menu
 - Top 5 finaliste en 2021 Défi Ose Entreprendre volet Faire affaire ensemble.



**Prix en développement durable,
Gala Prestige des Chenaux 2019**



Isabelle Dupuis et Francis Boisvert
Microbrasserie Le Presbytère

Parcours au Défi OSEntreprendre
Lauréat régional Faire affaire ensemble 2021

Mauricie

**Défi OSEntreprendre
Finaliste national
catégorie « Faire Affaire
Ensemble » 2021**



**Top 15 Finaliste en 2022
et top 3 en 2023 Aliment
du Québec au Menu**



LE PROJET : RÉDUIRE LA CONSOMMATION D'EAU

- On était conscient de certains enjeux : notamment sur la récupération des matières premières (compost, drêche, levures), mais surtout l'eau.
- On a une consommation d'eau élevée : brasserie et restaurant.
- On avait des idées, de bonnes intentions, mais des circonstances (pandémie) qui arrivent et viennent bousculer les idées. Le côté monétaire qui, souvent, met un frein aux idées et le temps qui manque quand on es entrepreneur,
- Le fait d'avoir fait affaire avec ADDERE nous a fait réaliser qu'on peut avoir un impact même dans des petites actions que l'on peut trouver parfois insignifiantes vis-à-vis des gros projets.
- Le plan d'action sous forme de grille fait qu'on a pu cibler d'autres actions à court, moyen et long terme en fonction de leur degré de difficulté de réalisation et du temps alloué.

QUELQUES RECOMMANDATIONS

Objectifs	Recommandations pour un plan d'action	Niveau de complexité (faible/ moyen/ fort)	Faisabilité dans le temps (court/moyen/ long terme)
Réduire la consommation d'eau potable	Explorer la transition vers un système de refroidissement des cuves en circuit fermé.		
	Évaluer les réductions possibles de consommation d'eau dans les installations sanitaires et le système de nettoyage des cuves.		
Réduire la teneur en matière organique dans les eaux usées	Explorer la filtration de la matière organique (levure et résidus de drêche) avant tout rejet aux égouts.]		

GESTION DE L'EAU

Objectifs	Recommandations pour un plan d'action	Niveau de complexité (faible/ moyen/ fort)	Faisabilité dans le temps (court/moyen/ long terme)
Réduire l'impact des emballages	Explorer la récupération et la réutilisation des contenants de produits transformés vendus à la boutique.		
	Sensibiliser la clientèle au recyclage des contenants, et à leur réutilisation le cas échéant.		
Augmenter le taux de recyclage des déchets	Améliorer les équipements de tri et la signalisation.		
Augmenter le taux de compostage des déchets	Implanter la collecte municipale du compost pour les résidus alimentaires.		

GESTION DES DÉCHETS

QUELQUES RECOMMANDATIONS (SUITE)

Objectifs	Recommandations pour un plan d'action	Niveau de complexité (faible/ moyen/ fort)	Faisabilité dans le temps (court/moyen/ long terme)
Communiquer les bonnes pratiques	Adopter une Politique de développement durable et la diffuser à l'interne et à l'externe.		
	Officialiser les bonnes pratiques d'approvisionnement responsable dans une politique.		
	Développer une signalisation pour que la clientèle soit informée des bonnes actions.		
	Ajouter une section sur le site Web en lien avec les engagements écoresponsables.		
Former et impliquer le personnel	Offrir une formation au personnel et aux nouveaux employés sur les enjeux prioritaires en développement durable.		
Structurer la démarche en développement durable	Développer des indicateurs basés sur des données quantifiables pour suivre la performance environnementale de l'entreprise (ex.: consommation d'énergie en kWh, quantité de gaz à effet de serre émis et tonne de CO ₂ , etc.)		
	Intégrer les principes de DD dès la conception de nouvelles activités commerciales afin de minimiser les impacts environnementaux.		
	Établir des critères environnementaux et sociaux à respecter lorsque vient le temps de s'impliquer dans la communauté (dons et commandites).		

RECOMMANDATIONS GÉNÉRALES

RÉSULTATS : DE BELLES AMÉLIORATIONS



- Récupération de l'eau de refroidissement vers le bulktank, ensuite redirigée vers les chauffe-eaux
- Économie de 4000 litres d'eau par semaine
- Réduction de 4-5 sacs de vidange par semaine avec la mise en place de la gestion du compost
- 3 bacs sur 4 vont dans notre permaculture
- Création d'un plan de communication responsable avec Maelle Dancause, consultante et fondatrice de Mouvance, dans le cadre de l'accompagnement additionnel offert.



EN CONCLUSION

- Même si à la base on avait une conscience pour le recyclage des matières, il y avait certains enjeux comme la gestion de l'eau et les matières compostables.
- On voyait la réalisation de tout cela comme une montagne énorme à franchir : en ayant eu l'aide de ADDERE Service-conseil, on a pu décortiquer tout cela en objectifs réalisables à court, moyen et long terme.
- Sommes toutes, chaque action que l'on réalise, petite ou grande, fait qu'en bout de ligne, on dort la conscience tranquille.

MERCI !

Microbrasserie le Presbytère
Francis Boisvert, propriétaire
Coordonnées



BLEU LAVANDE

Le fleuron des Canton-de-l'Est

Isabelle Paquette, directrice marketing



**LE GRAND
RENDEZ-VOUS**
DU TOURISME GOURMAND | 2023





BLEU LAVANDE

Pionnier de la culture de la lavande au Canada

- Ouverture à Fitch Bay en juillet 2004
- Déménagement à Magog en 2021
- Site agrotouristique qui appelle à la promenade, au pique-nique et à la relaxation.
- Commerce de détails : spécialisé dans le développement de produits naturels enrichis d'huile essentielle de lavande certifiée ISO 3515, qui permettent de profiter des bienfaits de l'aromathérapie.
- 25 employés – Plus de 50 en été
- 2024 = 20 ans

NOS BONNES PRATIQUES EN DÉVELOPPEMENT DURABLE



- Nos produits ne contiennent aucuns ingrédients discutables.
- Biodégradable et conforme norme 301D certifié par l'OCDE.
- Culture des champs sans pesticide, herbicide ou engrais chimique.
- Bassin de récupération d'eau de pluie pour arroser les champs.
- Partenariat et vente de produits BL au profit de Bee City Canada.
- Jardins floraux sélectionnés.

POURQUOI PARTICIPER AU PROJET

Avec ADDERE Service-Conseil

- Opportunité intéressante présentée par Terroir et Saveurs.
- “Bon timing” car en réflexion stratégique - ouverts aux opportunités.
- En faire plus pour l’environnement, devenir un acteur de changement dans notre industrie.
- Identifier les opportunités d’amélioration.

Avec SENS Communication

- Démystifier la communication responsable, le “greenwashing”.
- Peut-on en faire même si nous ne sommes pas parfaits?

Enjeux

- Le temps, les ressources humaines et financières.



RECOMMANDATIONS CONCRÈTES SUITE AUX AUDITS

ADDERE Service-Conseil



- Politique de développement durable.
- Comité développement durable.
- Sensibiliser et impliquer les employés à la cause.



- Installation de nids d'hirondelles, abris à chauve-souris, hôtel pour insectes et ruches Hexaevo.
- Sensibiliser les visiteurs avec des supports visuels.
- Offrir des plants de lavande.



- Développer un affichage clair pour bien identifier les bacs.
- Favoriser l'approvisionnement responsable (ex: vaisselle jetable écologique).
- Sensibiliser les visiteurs, les employés et les préposés à l'entretien.

RECOMMANDATIONS CONCRÈTES SUITE AUX AUDITS

ADDERE Service-Conseil



- Suivre la consommation d'énergie.
- Faire l'inventaire des émissions de GES.
- Développer un plan de réduction des GES et un plan de compensation des émissions non-évitable.



- Faire valoir les valeurs écoresponsables.
- Mutualiser les RH avec un autre employeur (ex: Station de ski).
- Offrir un avantage social unique (ex: un massage gratuit/an).
- Montrer que nous sommes inclusifs (Certification Kéroul, programme Accès 2, Gay friendly, dog friendly avec Toutourisme

SENS Communication



Communication durable

- Bonifier le site web/Médias sociaux/Infolettre/Blogue.
- Faire du marketing d'influence.
- Améliorer les étiquettes et emballage (ex: cycle de fin de vie d'un produit, certification).
- Améliorer la signalisation sur le site (ex: code QR pour donner info).



RÉSULTATS CONSTATÉS

- Après 2 mois, augmentation importante de l'engagement sur nos publications en lien avec le D.D sur Instagram.
- À occasionner des discussions et des réflexions profondes sur le positionnement de Bleu Lavande.
- Décisions stratégiques tant d'un point de vue environnemental que commercial. (Changement image de marque – plus de vert).
- Le D.D. : un avantage concurrentiel.
- Des messages clés intéressants pour sensibiliser les gens.
- Préparation pour l'avenir*.

RÉSULTATS ATTENDUS

- Une image de marque renforcée
- Des économies/réductions (financières, empreinte...).
- Des outils pour amorcer des changements du côté commercial (aller plus loin dans nos recherches ex: soya, emballages recyclés, changement d'étiquettes, impression).

CONCLUSION

- Pas seulement un choix éclairé, mais une nécessité pour l'avenir de notre planète et de nos générations futures.
- Le D.D., tout un monde à découvrir.
- Beaucoup de solutions faciles à instaurer à peu de \$.
- Freins possibles: Temps, ressources humaines et financières.
- Surprise de l'implication des employés. C'est un sujet qui rejoint beaucoup plus que l'on pense.
- Nous ne sommes pas parfaits, mais l'important, c'est de mettre la main à la pâte pour s'améliorer.

UNE CHOSE À RETENIR...

Chaque petit geste compte et ce sont nos efforts réunis qui contribueront à un monde meilleur.

MERCI !

Bleu Lavande

Le fleuron des Canton-de-l 'Est

Par Isabelle Paquette
Directrice marketing

BLEU LAVANDE
wellessentials

