



SOMMAIRE EXÉCUTIF

FAIRE DU QUÉBEC UNE DESTINATION GOURMANDE PORTEUSE D'AVENIR

Stratégie du tourisme gourmand au Québec 2024-2029

**TERROIR
ET SAVEURS
DU QUÉBEC**

ASSOCIATION DE L'AGROTOUTISME ET
DU TOURISME GOURMAND DU QUÉBEC

SRÉ

SOCIÉTÉ DU
RÉSEAU
ÉCONOMUSÉE®

I. INTRODUCTION

■ MESSAGE DES CO-PRÉSIDENTS

C'est avec fierté et enthousiasme que nous vous présentons la Stratégie du tourisme gourmand au Québec 2024-2029, co-présidée par Terroir et Saveurs du Québec et la Société du réseau ÉCONOMUSÉE®, les deux associations touristiques sectorielles reconnues.

Ce document structurant est le fruit d'une collaboration étroite entre les acteurs du secteur et avec le soutien indispensable du Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation et du Ministère du Tourisme, témoignant de l'engagement collectif à poursuivre les efforts et continuer de faire rayonner le tourisme gourmand au Québec.

En s'appuyant sur les réussites du premier Plan d'action provincial 2021-2024, qui a permis de créer une vaste dynamique de concertation, cette nouvelle démarche se positionne comme un levier stratégique incontournable pour consolider la place du tourisme gourmand dans l'industrie touristique québécoise.

Articulée autour de six piliers fondamentaux, elle est guidée par un Comité de pilotage engagé qui soutient sa structuration et son bon déroulement. Sous chaque pilier, six groupes de travail, composés de partenaires provinciaux, régionaux et locaux, collaboreront au déploiement des actions et à la synergie entre les partenaires, le tout pour le bénéfice des entreprises.

Attirant à la fois les visiteurs locaux et internationaux, le tourisme gourmand continue d'être un puissant moteur de croissance économique et culturelle, offrant des perspectives prometteuses pour les années à venir.



© Tourisme Québec

« Ensemble, nous souhaitons faire du Québec une destination gourmande incontournable porteuse d'avenir. Nous vous invitons donc à prendre part à ce mouvement collectif et à contribuer activement à cette stratégie provinciale du tourisme gourmand. »

Odette Chaput
Directrice générale
Terroir et Saveurs du Québec

Carl-Éric Guertin
Directeur général
Société du réseau ÉCONOMUSÉE®

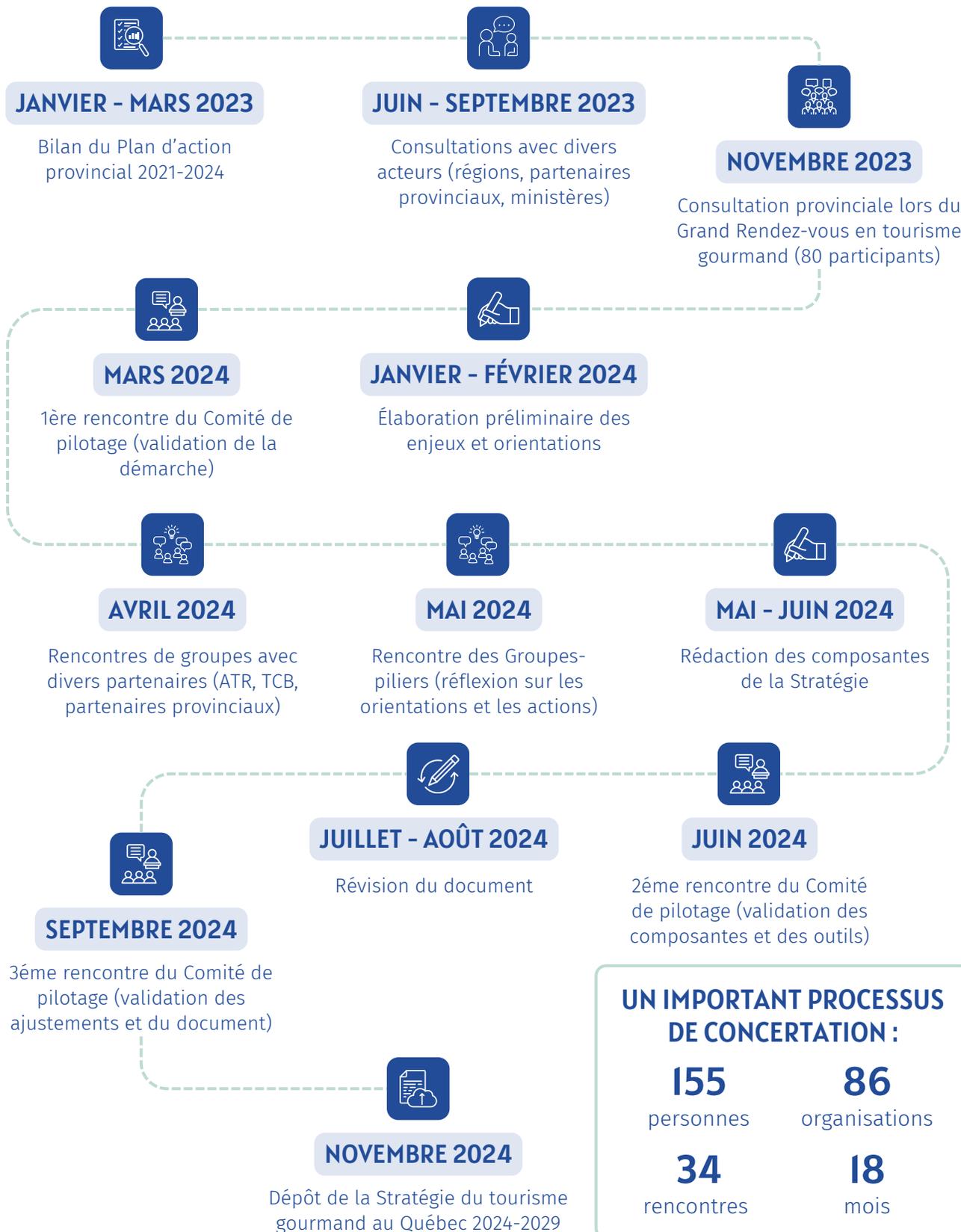
QU'EST-CE QUE LE TOURISME GOURMAND ?

C'est la découverte d'un territoire, par une clientèle touristique ou excursionniste, à travers des activités agrotouristiques, complémentaires à l'agriculture, ou bioalimentaires et des expériences culinaires distinctives.

Le tourisme gourmand met en valeur le savoir-faire des producteurs agricoles et d'artisans permettant de découvrir les produits régionaux et les plats propres au territoire québécois, par l'accueil et l'information que leur réserve leur hôte.



2. FEUILLE DE ROUTE



3. UNE APPROCHE COLLECTIVE ET AMBITIEUSE

La Stratégie du tourisme gourmand au Québec 2024-2029 se veut bien plus qu'un simple plan d'action. Véritable document de référence pour le secteur, elle s'articule autour d'orientations stratégiques clés qui guideront les actions des acteurs du tourisme gourmand au cours des prochaines années.

L'approche retenue est donc résolument collective et ambitieuse, reposant sur une vision partagée qui dépasse les objectifs individuels pour créer un véritable élan sectoriel afin de renforcer la position du Québec comme une destination gourmande de premier plan.

Par la mobilisation et la concertation de l'ensemble des acteurs du secteur, cette Stratégie vise à faciliter la mise en œuvre d'actions concrètes, à optimiser les effets pour les entreprises et à favoriser un meilleur fonctionnement et une performance accrue du secteur.

Enfin, la Stratégie repose sur plusieurs principes directeurs et des instances de pilotage visant à pérenniser le rôle et l'implication des partenaires tout au long de sa mise en œuvre. Ultimement, il s'agit de renforcer et structurer le secteur du tourisme gourmand, tout en assurant une croissance durable et bénéfique pour toutes les entreprises impliquées.

■ PRINCIPES DE LA DÉMARCHE

→ Mobilisation du secteur

avec la volonté de renforcer l'engagement des parties prenantes gouvernementales et associatives, ainsi que l'adhésion des entreprises aux actions.

→ Concertation des partenaires

grâce à une approche de consultation des acteurs clés provinciaux et régionaux, tant pour l'élaboration de la stratégie que pour son suivi.

→ Réalisation des actions

basée sur des instances et des outils de pilotage pour produire des livrables et maximiser la mise en œuvre d'actions concrètes et leurs impacts sur la croissance du tourisme gourmand.

→ Collaboration

entre les partenaires de la démarche, avec le leadership et le support des ATS responsables de la stratégie (co-présidents et agente de développement dédiée).



© Terroir et Saveurs du Québec

COMITÉ DE PILOTAGE

Le Comité de pilotage joue un rôle central dans l'orientation et la mise en œuvre de la Stratégie du tourisme gourmand au Québec 2024-2029. Composé de représentants clés du secteur, il assure une représentation équilibrée des différentes parties prenantes et garantit que les actions développées sont en phase avec les besoins et les objectifs du secteur. Durant la phase d'élaboration, il valide les grandes orientations de la Stratégie, et durant la phase de mise en œuvre, il veille à l'exécution efficace des actions, tout en restant flexible face aux évolutions du secteur.



Composition du Comité de pilotage

- Odette Chapat – Terroir et Saveurs du Québec, co-présidente
- Carl-Éric Guertin – Société du réseau ÉCONOMUSÉE®, co-président
- Mario Leblanc – Tourisme Montérégie
- Denis Brochu – Tourisme Lanaudière
- Isabelle Charlebois – Tourisme Cantons-de-l'Est
- Sarah-Justine Villeneuve – Tourisme Montréal
- Marie-Christine Beaulé – Regroupement des tables de concertation bioalimentaires du Québec
- Nancy Ouellet – Table de concertation bioalimentaire du Saguenay-Lac-Saint-Jean
- Annie Tessier – Union des Producteurs Agricoles
- Nathalie Gaudet – Alliance de l'industrie touristique
- Jean-Nick Trudel – Association des marchés publics du Québec
- Debbie Zakaïb – La Table Ronde des Chefs
- Charles Lacasse – Ministère du Tourisme
- Geneviève Maher – Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation
- Jean-Marc Lecouturier – LJM Conseil
- Aurore Lambert – Terroir et Saveurs du Québec et Société du réseau ÉCONOMUSÉE®

GROUPES-PILIERS

Tout comme le Comité de pilotage, les Groupes-piliers sont une instance de pilotage fondamentale à la démarche. Également impliqués en deux temps (élaboration et mise en œuvre), ces groupes sont organisés autour de thématiques spécifiques, permettant ainsi de répartir efficacement la réalisation des actions identifiées, tout en facilitant la collaboration entre les partenaires concernés par de mêmes enjeux. Cette répartition est essentielle pour assurer une mise en œuvre structurée et cohérente des initiatives au sein du secteur.

En outre, chaque groupe-pilier est porté par un responsable siégeant également sur le Comité de pilotage, afin de faire le lien entre ces deux instances.

4. LA VISION DU TOURISME GOURMAND

UN QUÉBEC MONDIALEMENT RECONNU COMME DESTINATION GOURMANDE DISTINCTIVE, S'APPUYANT SUR...

- *Une grande variété et qualité de produits, de saveurs locales et de savoir-faire, dans des régions aux identités culinaires fortes.*
- *Des entrepreneurs accueillants, offrant en toutes saisons des expériences créatives et festives aux visiteurs d'ici et d'ailleurs et répondant à leurs valeurs économiques, environnementales et sociales, ainsi qu'à celles des communautés avoisinantes.*
- *Le soutien efficace d'acteurs locaux, régionaux et nationaux solidaires, dans un écosystème structuré et performant, secteur transversal au sein de l'industrie touristique.*



© Tournevent - Charles-Olivier Bourque

5. PLAN D'ACTION

APERÇU DES PILIERS

PILIER 1

Organisation d'un secteur concerté et efficace

PILIER 2

Secteurs régionaux forts et distinctifs

PILIER 3

Stratégie de positionnement attractive pour un Québec gourmand

PILIER 4

Expériences structurées, variées et de qualité

PILIER 5

Accompagnement multidisciplinaire des entreprises

PILIER 6

Un tourisme gourmand responsable et durable

QUELQUES CHIFFRES-CLÉS

20

orientations

70

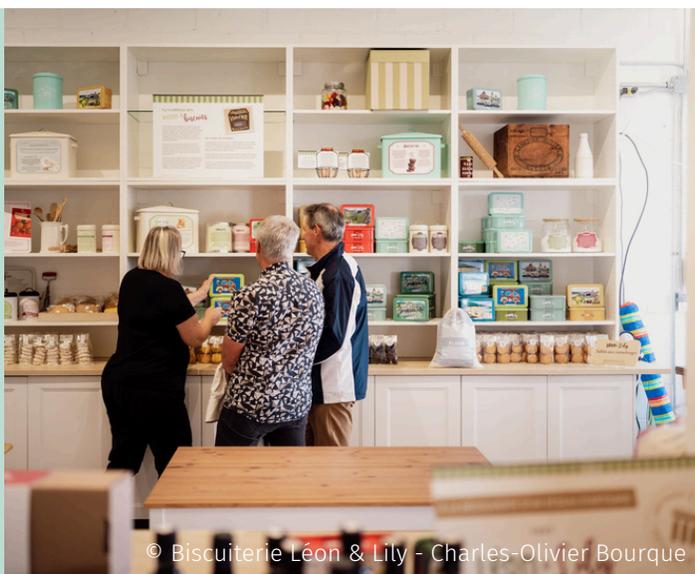
actions

34

actions prioritaires

18

actions continues



© Biscuiterie Léon & Lily - Charles-Olivier Bourque

PILIER 1

ORGANISATION D'UN SECTEUR CONCERTÉ ET EFFICACE



© Tournevent - Charles-Olivier Bourque

OBJECTIFS

Au travers de nombreux projets, le premier Plan d'action provincial pour l'avenir du tourisme gourmand a grandement contribué à renforcer la concertation et la collaboration entre les différents acteurs et à collecter des données précieuses sur l'impact de ce secteur dans l'industrie touristique, fort de plus de 2 000 entreprises.

Toutefois, alors que l'écosystème d'acteurs est particulièrement dense et complexe, la poursuite des efforts à l'échelle provinciale pour rendre le secteur plus structuré et plus efficace est toujours nécessaire. Le pilier 1 vise donc à poursuivre le travail de **connaissance du secteur**, à démontrer sa **contribution à l'industrie touristique**, tout en renforçant la **concertation et les partenariats** entre les acteurs.

En outre, alors que le tourisme gourmand connaît une croissance appréciable et bénéficie d'atouts certains, il fait face à des enjeux qu'il convient d'adresser. Ainsi, des **leviers financiers adaptés** et un **cadre réglementaire et administratif** plus souple pour certaines activités demeurent des axes à travailler.

ORIENTATION I.1

Raffiner les connaissances sur le tourisme gourmand et démontrer sa contribution au secteur touristique et à la vitalité des territoires

ORIENTATION I.2

Renforcer la concertation et les partenariats au sein de l'écosystème du tourisme gourmand

ORIENTATION I.3

Soutenir le secteur du tourisme gourmand par des leviers de financement publics stimulants

ORIENTATION I.4

Réduire les contraintes réglementaires et administratives qui freinent les activités du tourisme gourmand et leur développement

PILIER 2

SECTEURS RÉGIONAUX FORTS ET DISTINCTIFS



© Courges & Cie - Charles-Olivier Bourque

OBJECTIFS

Depuis plusieurs années et notamment la pandémie, le tourisme gourmand connaît une croissance soutenue, profitant de l'engouement des visiteurs et du souhait des régions touristiques de développer davantage ce secteur. En effet, les produits du terroir, l'identité culinaire, la gastronomie sont autant d'éléments de fierté régionale qui contribuent à l'attractivité de la région.

Néanmoins, on retrouve au sein de chaque région de nombreux acteurs impliqués à des niveaux variables. Le pilier 2 a donc pour objectif d'optimiser la **collaboration régionale**, notamment par la poursuite de la mise en place des Comités régionaux en tourisme gourmand (CRTG) et de plans d'actions régionaux arrimés à la Stratégie du tourisme gourmand au Québec 2024-2029 et à **valoriser le positionnement distinctif** des régions touristiques.

Cette volonté se traduit ainsi par le développement d'actions de **promotion collective** et la **valorisation des produits locaux**, que ce soit auprès de la population, des visiteurs mais aussi des professionnels du secteur.

ORIENTATION 2.1

Optimiser la collaboration entre les acteurs régionaux

ORIENTATION 2.2

Valoriser le positionnement distinctif des régions en tourisme gourmand et les caractéristiques de leur écosystème

ORIENTATION 2.3

Renforcer la cohésion et l'efficacité des actions collectives de promotion du tourisme gourmand

ORIENTATION 2.4

Mettre en valeur les produits régionaux auprès de la population, des visiteurs et des activités du tourisme gourmand

PILIER 3

STRATÉGIE DE POSITIONNEMENT ATTRACTIVE POUR UN QUÉBEC GOURMAND



© Manoir Hovey

OBJECTIFS

La promotion du tourisme gourmand est un enjeu majeur pour faire rayonner ce secteur aux multiples facettes et lui permettre de poursuivre sa croissance. Le pilier 3, dédié à la définition d'une stratégie de positionnement attractive, vise ainsi à positionner le Québec auprès des clientèles québécoises et des marchés hors Québec en tant que **destination gourmande de calibre international** au travers notamment d'une image de marque forte, qui bénéficiera à tous les territoires et d'une stratégie de promotion efficace auprès des marchés ciblés.

En outre, à la faveur d'un secteur en santé, les organisations régionales et locales ont développé des initiatives de promotion et de valorisation de l'agrotourisme et du tourisme gourmand, notamment au travers de marques et d'identifiants régionaux. Le renforcement de la **portée de ces identifiants régionaux** auprès des clientèles touristiques est un élément clé et inclut une approche marketing collective sur la cohabitation et la complémentarité des marques en tourisme gourmand pour en optimiser le rayonnement, et plus particulièrement sur les marchés hors Québec.

Enfin, au-delà des marques, ce sont aussi **les expériences, les produits, et les humains** qu'il faut mettre en avant pour renforcer l'attractivité du secteur, donner le goût aux visiteurs de vivre des expériences gourmandes au Québec et plus largement, pour renforcer la notoriété de la destination.

ORIENTATION 3.1

Renforcer le positionnement et la promotion du Québec dans son ensemble comme une destination gourmande de calibre international (intra et hors Québec)

ORIENTATION 3.2

Renforcer la portée des identifiants régionaux auprès des clientèles touristiques à l'intra-Québec

ORIENTATION 3.3

Mettre en valeur les expériences, les produits et les humains distinctifs dans la promotion du tourisme gourmand sur des marchés ciblés

PILIER 4

EXPÉRIENCES STRUCTURÉES, VARIÉES ET DE QUALITÉ



© Cidrierie du Minot - Charles-Olivier Bourque

OBJECTIFS

Les quelque 2 000 entreprises qui œuvrent en tourisme gourmand sont au cœur de l'expérience vécue par les visiteurs, leur offrant une multitude d'activités et de services. Ces entreprises font toutefois face à des enjeux importants, avec des ressources financières et humaines limitées et un manque de disponibilité récurrent. En outre, la transversalité du tourisme gourmand au sein des expériences touristiques constitue un atout certain pour des actions structurées et des partenariats avec des entreprises de tous les secteurs.

Dans ce contexte, le pilier 4 vise plusieurs axes : le développement d'**expériences attractives, innovantes et rentables**, notamment par la mise en place d'initiatives d'accompagnement et de formation adaptées aux besoins des entreprises, le déploiement de **circuits gourmands de qualité** à l'échelle provinciale et l'intégration de **l'innovation** dans les projets, produits et services offerts.

ORIENTATION 4.1

Faciliter le développement d'expériences attractives, innovantes et rentables au sein des entreprises du secteur

ORIENTATION 4.2

Structurer et promouvoir des circuits gourmands reflétant la diversité et la qualité de l'offre en tourisme gourmand

ORIENTATION 4.3

Favoriser l'innovation dans le développement de produits, la qualité du service et la promotion au sein du secteur

PILIER 5

ACCOMPAGNEMENT MULTIDISCIPLINAIRE DES ENTREPRISES



© La Vallée de la Framboise - Charles-Olivier Bourque

OBJECTIFS

Si la pénurie de main-d'œuvre touche de nombreux secteurs de l'industrie touristique et au-delà, les entreprises du secteur sont particulièrement concernées. À cet enjeu majeur s'ajoute la question de la relève et de la formation pour les différents métiers du tourisme gourmand. En conséquence, de nombreux acteurs ont développé des services destinés aux entreprises, notamment des initiatives de formation et d'accompagnement.

Toutefois, il convient de tenir compte de l'évolution des besoins du secteur et des défis des entreprises pour leur proposer des contenus multidisciplinaires spécifiques à leur situation.

Le pilier 5 vise donc à mieux prévoir **les besoins en main-d'œuvre, relève et formation** et à poursuivre **le développement de services d'accompagnement adaptés** à leur réalité. Finalement, il convient de déployer **une diffusion ciblée des contenus** afin de maximiser la portée et le rayonnement de ces services.

ORIENTATION 5.1

Répondre aux besoins en main d'œuvre, en relève et en formation liés aux différents types d'activités en tourisme gourmand

ORIENTATION 5.2

Poursuivre le développement et l'accompagnement des entreprises adapté aux activités variées du tourisme gourmand

ORIENTATION 5.3

Assurer une diffusion des contenus d'accompagnement auprès des entreprises avec une approche ciblée

PILIER 6

UN TOURISME GOURMAND RESPONSABLE ET DURABLE



© Fromagerie du Pied-de-Vent - Charles-Olivier Bourque

OBJECTIFS

Alors que la thématique du développement durable et du tourisme responsable et durable, incluant l'adaptation aux changements climatiques, est un enjeu incontournable au sein de l'industrie touristique, les entreprises du secteur y sont particulièrement confrontées. Si le premier plan d'action provincial a permis de développer plusieurs projets sur le sujet, au profit des entreprises, il reste encore beaucoup de chemin à parcourir pour parvenir à un tourisme gourmand responsable et durable.

Le pilier 6 vise donc à accroître **les connaissances en développement durable** et plus spécifiquement **en adaptation aux changements climatiques** et à accompagner concrètement **la transition durable des entreprises** du secteur. Enfin, un regard particulier doit être porté sur **l'approvisionnement local responsable**, impliquant pour cela partenaires et entreprises dans la réflexion.

ORIENTATION 6.1

Accroître les connaissances du secteur sur le développement, le tourisme durable et l'adaptation aux changements climatiques, pour favoriser sa résilience

ORIENTATION 6.2

Accompagner les entreprises dans leurs efforts de transition durable

ORIENTATION 6.3

Soutenir le développement d'un approvisionnement local responsable



© Pexels

Québec 

Ce projet a été financé le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation dans le cadre du Programme de développement territorial et sectoriel 2023-2026 et par le Ministère du Tourisme.

Ce document a été élaboré avec la précieuse collaboration de LJM Conseil. Pour en savoir davantage sur la Stratégie du tourisme gourmand au Québec 2024-2029, nous vous invitons à consulter la version détaillée.

Accéder au document complet



CONTACT

Aurore Lambert

Agente de développement pour la Stratégie du tourisme gourmand au Québec 2024-2029
alambert@terroiretsaveurs.com