

Réflexion stratégique pour la constitution de circuits gourmands régionaux des Îles de la Madeleine

RÉSUMÉ DE RENCONTRE DU 3 JUIN 2022

Participants

- Odette Chaput, directrice générale de l'AATGQ
- Aurore Lambert, agente de développement pour la mise en œuvre du Plan d'action provincial, AATGQ
- Jean-Marc Lecouturier, directeur général, LJM Conseil
- Jason Bent, conseiller en développement, Tourisme Îles de la Madeleine
- Sophie Yanakis, agente de concertation, Tourisme Îles de la Madeleine
- Margot Silveira, superviseure de l'accueil et de l'édition des documents, Tourisme Îles de la Madeleine
- Caroline Jomphe, directrice générale, Le Bon Goût Frais des Îles de la Madeleine
- Alissa Brunetti, chargée de projets, Le Bon Goût Frais des Îles de la Madeleine

Tour de table général

« Avec un circuit existant depuis maintenant 5 ans, il est certain que les éléments présentés, du côté des normes et des exigences, ne sont pas nouveaux, mais on voudrait vraiment aller plus loin dans la démarche sans que cela soit trop lourd. Il y a toutefois des choses mentionnées qu'on ne fait pas, comme les suivis et les vérifications auprès des entreprises, puisqu'on n'a pas les capacités à l'interne de le faire et qu'on fonctionne davantage par projet. »

« On veut pousser nos entreprises à aller plus loin sans que cela leur en coûte en termes de temps et de ressources humaines. Avec la pandémie, certaines entreprises ont dû reculer en matière de visites, plutôt qu'avancer, car elles n'avaient pas les ressources humaines nécessaires. Certaines ont ainsi basculé vers de l'auto-visite. C'est un peu pour ça que « Bouilli d'histoires salées » a aussi été mis en place. Toutefois les entreprises ont soif d'aller plus loin et on veut innover. »

« Les outils vont vraiment être utiles et appréciés des régions qui veulent mettre des circuits en place ; le cahier des charges de notre circuit ressemble beaucoup à ce que l'AATGQ propose, c'est tout de même bien aligné donc on est bien contents. »

« Votre projet a été l'occasion pour nos organismes de se réunir et de discuter ensemble. Nous sommes en réflexion depuis 2 ans sur l'évolution des circuits, la prochaine étape au-delà de la promotion collective ; cette démarche de l'AATGQ est intéressante notamment pour nous

aider à cheminer, à poursuivre notre évolution, à donner du sens à notre initiative. Il y a des options pour adresser le problème de ressources humaines. Aussi, cela devra se faire avec l'implication des parties prenantes, des entreprises qui doivent prendre part à la réflexion. Le créneau de l'agrotourisme et du tourisme gourmand est l'un des 6 produits de niches ciblés par notre stratégie touristique quinquennal. »

« En termes de concertation entre l'ATR, la table de concertation et les entreprises, je pense qu'on peut aller plus loin. On pourra ensuite aborder les outils de promotion qui doivent être intégrés dans la boucle. L'ATR est bien placé pour initier la démarche en collaboration avec la table de concertation. »

Éléments stratégiques soulevés

Au niveau de l'identité culinaire

- Il y a une grande fierté locale autour de l'identité culinaire et la volonté de développer des projets dans cette thématique ne date pas d'hier ; la notion d'identité culinaire est existante depuis longtemps, elle est porteuse et rassembleuse.
- La région bénéficie d'attraits en tourisme gourmand distinctifs et identitaires, qu'on trouve peu ailleurs ; c'est très évocateur et très perceptible pour les clients, les visiteurs.
- L'identité culinaire est très forte ici, il y a une réelle fierté régionale autour des produits gourmands et sur ce qui différencie les Îles des autres régions.

Le projet « Bouilli d'histoires salées »

- Si le projet est récent, il y a déjà une réflexion en cours sur une éventuelle phase 2 avec par exemple une baladodiffusion avec des aînés, des pêcheurs, des chasseurs, etc. La structuration va au-delà du culinaire.
- Ce projet permet d'offrir un contenu d'interprétation aux visiteurs dans des entreprises qui ne sont pas en mesure de les recevoir (pas d'installation ou pas la capacité en termes de ressources humaines notamment) ou qui ne répondent pas aux critères du Circuit des Saveurs. Ce projet répond donc à un réel besoin pour certaines entreprises qui vivent un gros enjeu de main d'œuvre.
- Le tourisme gourmand ne s'arrête pas aux entreprises producteurs, transformateurs, tout le monde fait partie du TG, tout le monde a une histoire à raconter et ce projet englobe ces éléments.
- Les projets en matière de tourisme gourmand sont mieux acceptés par la communauté quand cela vient d'eux (« par et pour ») car ce sont des projets qui servent à la valorisation de la communauté.

En termes de circuits existants

- Il y a une certaine confusion au niveau des outils de communication et de promotion destinés aux visiteurs entre le circuit des Saveurs, le répertoire gourmand, le circuit Bouilli d'histoires salées. Le fait de vouloir présenter ces 3 aspects sur la même carte

rend difficile sa compréhension, ainsi que la capacité à organiser sa visite et à avoir une qualité d'expérience assez homogène.

- Concernant le circuit des Saveurs :
 - C'est un projet qui regroupe des entreprises qui offrent une expérience aux visiteurs, incluant des activités d'interprétation.
 - Volonté de faire évoluer le Circuit des Saveurs, tout comme Bouilli d'histoires salées.
 - Également, une réflexion est en cours sur la segmentation en microcircuits par secteur (Havre-aux-maisons, Havre-Aubert, île centrale).
- Site web de BGFIM : en cours de développement et il y a aura une page sur le circuit.

Autres projets de développement ou de création de circuits en cours

- L'existence d'enjeux importants comme la protection des terres agricoles : un projet vient de s'achever (« Terre à foin »), sur la protection et la sensibilisation à la protection de ces espaces ; un autre projet démarre sur cette thématique (« Patrimoine nourricier ») et l'un des volets est la création d'un sentier d'interprétation, avec des panneaux pour sensibiliser les personnes au rôle des terres agricoles et au besoin de les protéger. Chaque panneau sera identifié ou « parrainé » par une entreprise et les visiteurs pourront ensuite aller la voir pour plus d'informations. Sentier pédestre, avec des attraits de « Bouilli d'histoires salées » à proximité.
- Il y a eu un projet en 2017 : la carte des artisans. *Arrimage*, la corporation culturelle des Îles, avait embauché une chargée de projet qui pendant 6 mois avait une consultation des membres du circuit des Arts. Comme eux n'ont pas de carte, de répertoire des membres pour que ceux-ci se réfèrent entre eux, il y avait un besoin de développer un outil pour les mettre en avant et inviter les visiteurs à aller à leur rencontre. Trois cartes ont donc été créées qui listaient les membres du circuit des Saveurs et les membres du circuit des Arts à proximité. Ce projet orienté client répondait à un besoin des entreprises et qui allait dans le sens du référencement. Cela dit, cela pose la question de la pérennité des initiatives ; donc actuellement, il y a une volonté de consolider les outils en place.

Parmi les défis pour structurer l'agrotourisme et le tourisme gourmand aux Îles et favoriser un « tourisme de niche », le printemps, l'automne et/ou l'hiver, est celui d'offrir des expériences touristiques exclusives ou différentes de celles que l'on peut faire durant la saison estivale. Parmi les objectifs de la stratégie, le milieu souhaite « aplanir la courbe » de l'été (juillet, août) et favoriser l'étalement. Cet enjeu était exprimé il y a quelques années par CTMA pour ses croisières thématiques (objectif d'avoir des activités différentes au printemps vs l'automne). Par exemple, une visite guidée privilégiée avec un producteur + dégustation l'automne (ex.: verger, vignoble).

Option stratégique retenue

- Les participants se situent entre la stratégie n. 1 : « *Bonifier la qualité et compléter l'offre de routes ou de circuits gourmands existants reconnus* » et la stratégie n.2 :

« *Redéfinir et optimiser des Circuits gourmands à partir d'une offre gourmande existante* ». Le terme « optimiser » de la stratégie n.2 semble devoir être conservé et ajouté à la stratégie n.1.

Problématiques identifiées et pistes de solutions possibles

- Un tableau des membres du BGFIM pourrait être fait, séparé en 4 colonnes : ceux qui font partie de Bouilli d'histoires salées, ceux qui font partie du circuit des Saveurs, ceux qui n'accueillent pas de visiteurs et ceux qui peuvent accueillir du public sans activités d'interprétation. Cela permettrait de voir le potentiel de ceux qui pourraient rejoindre le circuit des Saveurs avec un accompagnement qui resterait à définir et ainsi augmenter le nombre d'entreprises sur le circuit.
- Un outil important est le répertoire gourmand des membres du BGFIM ; il inclut tous les membres, qu'ils accueillent des visiteurs ou non. Suite à la pandémie, ce document qui était plutôt destiné aux visiteurs, a tout de même été envoyé aux habitants de l'île. Cela vient donc poser la question de développer un outil pour les visiteurs, qui liste les entreprises qui peuvent les accueillir et un outil, type catalogue, qui fait plutôt l'inventaire complet des membres existants du BGFIM.
- Capacité des entreprises à accueillir des visiteurs et d'offrir des visites guidées : réel enjeu en termes de main d'œuvre à prendre en compte.

Sur la bonification / optimisation du circuit des Saveurs

- Concernant l'intégration des événements, des festivals, des marchés, etc. :
 - Les événements pourraient ainsi être mis davantage en valeur dans les supports de promotion.
 - Néanmoins, le volet événementiel semble peu développable sur l'île car les producteurs ont déjà du mal à suivre en termes de demande.
- Concernant l'intégration des restaurants :
 - Les restaurateurs sont présentement déjà très occupés et ne voient pas la plus-value de participer au projet et de payer 150\$ / an pour y prendre part. Il faut trouver un avantage, une plus-value concrète pour les accrocher.
 - Depuis quelques années, certains restaurants ne renouvellent plus leur adhésion au BGFIM ou à l'ATR, car ils n'ont plus besoin de la promotion que ces organismes font.
 - Actuellement, il y a deux entreprises sur le circuit des Saveurs qui ont un service de restauration, avec des prestations limitées.
 - L'AATGQ souligne que dans le concept de Circuit gourmand, le fait de proposer des restaurants est un élément clé, qui répond à l'attente majeure des adeptes du tourisme gourmand d'inclure un repas avec des produits du terroir dans leur escapade sur un circuit gourmand.
 - Il faut également penser à insérer dans le circuit des options de restauration supérieures, gastronomiques, en incitant les visiteurs à faire une réservation.

- Les avis sont partagés au sein des participants quant à l'intégration de restaurants dans le Circuit des Saveurs. Le coût est un élément important vis-à-vis des restaurateurs.
- Concernant l'intégration d'autres attraits :
 - Un volet de visite plus industriel des processus de traitement des produits de la pêche pourrait être envisagé, si le milieu est partant.
 - En termes d'offres gourmandes plus larges, une réflexion pourrait être faite autour de l'intégration d'attraits offrant, lors d'excursion en mer (même si c'est seulement à certaines périodes), une expérience autour de la mise en valeur des produits de la mer afin de contribuer à rendre le circuit distinctif et à valoriser les particularités locales. Cela permet aussi d'avoir des options pour personnaliser son circuit selon la période et nos préférences.

Prochaines étapes

- Faire le lien avec les autres circuits sur d'autres thématiques et explorer les entreprises en tourisme gourmand ayant le potentiel à terme d'évoluer vers des attraits pouvant rejoindre le Circuit des Saveurs.
- Explorer les clientèles de niche ;
- Expérience de tourisme gourmand : les îles, spécificité insulaire. Comment intégrer les entrepreneurs locaux dans la démarche d'un point de vue financier pour développer ce circuit. Faire jouer la corde sensible pour les convaincre que le projet a de la plus-value et qu'il vaut le coup d'intégrer le projet.

RECOMMANDATIONS DE L'AATGQ

- Beaucoup d'atouts et de potentiel concernant la situation de la région des îles-de-la-Madeleine en matière de tourisme gourmand, couplés à une volonté de faire évoluer le circuit des Saveurs donnent une forte probabilité à ce circuit de répondre aux critères du concept de Circuit gourmand proposé par l'AATGQ,
- Il est important de penser à l'orientation client, à l'expérience développée. Cela peut notamment inclure la fierté régionale, l'identité culinaire, l'implication de la communauté, qui doivent un fil conducteur de la réflexion, du concept, pour arriver à des produits ou à des niveaux d'expérience supérieurs à la moyenne.
- Il faut également réfléchir à la diversification des attraits présents sur le circuit des Saveurs, toujours dans un objectif de réponse à la demande des visiteurs et pour correspondre à la démarche provinciale.
- Afin de faire évoluer le circuit existant, il nous semble nécessaire de définir une ligne directrice partagée entre les acteurs régionaux et les entreprises et avoir une démarche consultative et participative comme le font habituellement l'ATR et la Table de concertation.
- Suivant la stratégie régionale qui sera choisie et du travail de cartographie de l'offre, l'AATGQ met à la disposition de la région ses services d'accompagnement. Une offre de

services peut être déposée à la région en fonction des besoins de cette dernière. Ce soutien peut venir en aide au niveau :

- Stratégique (soutien à l'orientation choisie, plan d'action, révision et bonification des circuits) ;
- De soutien-conseils aux gestionnaires des circuits (démarque qualité) ;
- Du développement d'expériences de qualité dans les entreprises participantes aux circuits gourmands (producteurs, artisans transformateurs, restaurants, attraits gourmands, attraits touristiques).

N'hésitez pas à nous faire part de vos besoins en écrivant à Aurore Lambert :

alambert@terroiretsaveurs.com