

Ce bulletin vous est offert avec le soutien du [ministère de l'Agriculture des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec](#). Il présente de bonnes pratiques observées ailleurs dans le monde, des analyses de stratégies d'autres destinations et un résumé d'étude pour vous aider à déceler les tendances et à trouver des façons d'innover dans la conception, la gestion et la mise en marché de vos produits et services.

TENDANCES EN GASTRONOMIE

1. L'art de la collaboration : menus inédits conçus par des chefs créatifs



Les dîners gastronomiques collaboratifs sont un [concept](#) émergent qui fait de plus en plus leur apparition aux États-Unis. Ces événements éphémères réunissent, le temps de quelques soirs seulement, deux chefs aux bagages culinaires différents qui collaborent afin de concevoir un menu unique en son genre. Il s'agit d'une occasion de donner libre cours à leur créativité et de se laisser inspirer par les connaissances de leurs confrères.

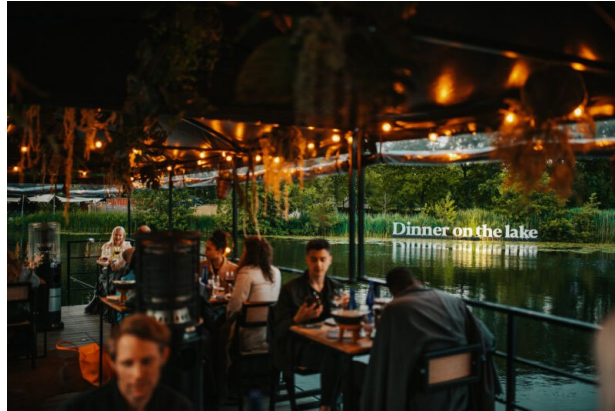
Le principe se révèle assez simple. Les deux chefs se rencontrent au préalable pour échanger sur leurs styles culinaires, souvent issus de leur culture respective. Ils énoncent ainsi quelques idées préliminaires afin de les fusionner. Les deux professionnels peaufinent ensuite la composition du menu en se rendant dans les marchés fermiers pour y acheter divers produits de saison. Le soir venu, le résultat final est présenté aux convives s'étant procuré un billet pour l'événement. Tous assis à la même table, ils profitent d'une veillée où se mêlent nouvelles rencontres et performance culinaire.

Ces collaborations entre chefs élèvent la gastronomie à un niveau supérieur en faisant vivre aux clientèles une expérience allant au-delà du repas traditionnel au restaurant. De plus, il s'agit d'une excellente opportunité d'entraide et de partage entre restaurateurs.

Source de l'image : [Vogue](#)

2. *Dinner on the Lake* : réinventer l'expérience gastronomique

En Belgique, le [concept](#) de [Dinner on the Lake](#) propose aux clientèles de participer à une expérience gastronomique hors du commun. Sur l'eau, ce restaurant éphémère flottant offre aux convives de déguster un repas six services préparé par un chef invité. Un panorama différent les attend à chaque visite.



Voici quelques éléments de réussite pour l'implantation d'un tel projet :

Un sentiment d'exclusivité : le lieu temporaire, l'alternance des chefs et le nombre de places limité répondent au désir des consommateurs de vivre une expérience unique à chaque visite.

Une présence accrue sur les réseaux sociaux : le restaurant utilise les plateformes numériques pour susciter l'engagement et l'anticipation chez sa communauté. Les publications piquent la curiosité en introduisant les futurs sites ou en invitant les abonnés à deviner le lieu à venir.

Une fidélisation des clientèles : une carte de membre permet de connaître en primeur les prochains emplacements. Les détenteurs peuvent réserver leur place avant l'annonce publique, décider des menus, recevoir des astuces de cuisine ainsi qu'une variété de recettes à essayer à la maison.

Une offre saisonnière : La [Mohican Experience](#) est l'alternative hivernale. La clientèle savoure un repas 5 services confortablement installée dans une yourte au cœur de la campagne belge.

Source de l'image : [Dinner on the Lake](#)

SEGMENTS DE CLIENTÈLE

1. Les jeunes générations et l'intérêt pour les tours guidés gourmands

Selon les résultats d'une récente [étude](#) effectuée par [Wakefield Research](#) pour le compte de la plateforme GetYourGuide, les voyageurs de la génération Z et les millénariaux démontrent un intérêt considérable pour les tours guidés gourmands. Près de 65 % des répondants de la génération Z et 63 % des millénariaux prévoient réserver ce type d'excursion en 2024, une popularité supérieure par rapport aux autres générations sondées.

Une [enquête](#) menée par la firme Arival auprès de 1000 voyageurs américains parvient à un constat semblable. Les plus jeunes générations délaissent les visites touristiques plus classiques au profit de tours guidés dits « expérientiels ». À cet effet, ils sont plus intéressés



que les voyageurs des autres générations à prendre part à des circuits guidés participatifs ou à des visites thématiques spécialisées axées sur un domaine particulier, dont la gastronomie et l'œnologie.

La valorisation des saveurs locales par la structuration de tours guidés s'avère donc une avenue intéressante pour rejoindre une clientèle plus jeune.

Source de l'image : [Arival](#)

RESSOURCES HUMAINES

1. Grow Well : un modèle d'embauche inclusif pour le secteur agricole

La société américaine Vertical Harvest, spécialisée en agriculture hydroponique verticale, s'est dotée d'un plan de recrutement inclusif : le modèle Grow Well. Sa [mission](#) vise à favoriser l'intégration des personnes en situation de handicap physique ou intellectuel sur le marché du travail. Pour ce faire, la direction évalue les aptitudes du candidat au moment de l'embauche. Au regard de ces informations, les deux parties s'entendent sur les aménagements spéciaux et le soutien dont l'employé aura besoin pour mener à bien ses tâches quotidiennes. Elles collaborent ensuite à la création d'un plan de cheminement de carrière à partir des objectifs fixés. La direction s'engage également à fournir les outils et les ressources nécessaires à l'individu.



D'après la fondatrice, il s'avère primordial de faire preuve d'ouverture à l'égard du point de vue des employés, de les encourager à s'accomplir sur le plan personnel et de favoriser leur implication dans la communauté. L'implantation d'un tel programme peut aider les entreprises agricoles à relever les défis de recrutement de personnel et contribuer à l'accessibilité du secteur.

Source de l'image : [Foodtank](#)

ÉDUCATION ET RELÈVE

1. Former la relève entrepreneuriale à l'agrotourisme

L'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture ([FAO](#)) a lancé le [Sustainable Food Systems in the Mediterranean Project](#). L'une des initiatives vise à soutenir



le [développement](#) de l'agrotourisme dans les régions rurales de l'Albanie. Pour ce faire, des rencontres d'échanges entre des agriculteurs, des entrepreneurs agrotouristiques, des institutions financières, des écoles culinaires et d'autres parties prenantes du secteur ont permis d'obtenir un meilleur portrait de la situation. Ces consultations ont identifié deux importants défis auxquels les jeunes entrepreneurs font face : le manque d'expérience en agrotourisme et le besoin de ressources financières pour concrétiser leur plan d'affaires.

En réponse à ceci, l'organisme propose un système qui allie à la fois la théorie à l'observation pratique. Les participants ont ainsi pu assister à des ateliers de formation sur les pratiques d'agriculture durable, en lien notamment avec les techniques d'irrigation et de compostage de même que les méthodes pour réduire l'usage de pesticides. Ils ont aussi pris part à un voyage éducatif dans la région de Puglia, en Italie, où ils ont visité des fermes biologiques offrant un volet agrotouristique.

Cette initiative montre l'importance de créer des opportunités de partenariats entre différentes parties prenantes pour assurer la pérennité du secteur.

Source de l'image : [Pexels](#)

2. Agriculture verticale pour les étudiants en cuisine de l'EHL

[Cultifutura](#), une entreprise pionnière en technologies d'agriculture verticale, a récemment noué un [partenariat](#) avec le restaurant de l'école hôtelière suisse [EHL Hospitality Business School](#). Elle y a implanté son système CultEvo qui permet de cultiver des aliments directement dans les restaurants, garantissant la fraîcheur et la provenance des produits. Son répertoire de cultures étant en diversification constante, cette collaboration permet aux étudiants en cuisine d'avoir accès à des ingrédients généralement difficiles à obtenir dus aux coûts élevés d'approvisionnement ou à leur rareté sur le marché.



L'intégration de cet équipement au sein du cursus de formation contribue à encourager la relève à adopter des solutions d'approvisionnement durable, et ce, dès leurs débuts en cuisine. À même leurs cours, ils peuvent mettre en pratique les notions de durabilité en restauration. Pour Cultifutura, cette entente représente l'occasion de tester le goût, la qualité et la pertinence de certaines semences de leur catalogue. Grâce aux retours des

étudiants, l'entreprise peut également adapter sa gamme de produits aux demandes de l'industrie.

Source de l'image : [EHL](#)

INNOVATIONS EN MATIÈRE DE GESTION AGRICOLE

1. Ferme et communauté : l'alliance gagnante du financement participatif

Les fermes familiales ont déniché une manière d'assurer leur pérennité et leur croissance en contexte d'incertitude économique : le [modèle](#) d'agriculture soutenue par la communauté. Ce dernier se base sur une philosophie de partage des risques entre l'agriculteur et le consommateur. Les revenus supplémentaires générés permettent au producteur de bénéficier d'une meilleure sécurité financière en cas de mauvaises récoltes ou de catastrophes naturelles. Ils peuvent également concrétiser plus facilement leurs projets d'agrandissement, dans le cas échéant.



Cette solution prend différentes formes. La ferme [Echo-Valley](#), située en Australie, a développé son propre programme. Trois [niveaux](#) de soutien aux tarifs différents sont offerts aux consommateurs qui se procurent un abonnement annuel. En échange, ils reçoivent chaque mois une boîte remplie de produits frais. Ils bénéficient aussi d'autres privilèges, tels qu'une visite guidée des installations agricoles. De plus, la ferme organise un événement annuel de reconnaissance au cours duquel elle convie tous ses donateurs à vivre une incursion dans le monde agricole et à savourer un festin en fin de journée. La tendance s'inscrit de plus en plus au Québec (voir Bulletin avril 2024).

Source de l'image : [Tilma Group](#)

2. Réinventer l'achat à la ferme par les kiosques libre-service

La pandémie de COVID-19 a favorisé l'émergence des [kiosques](#) libre-service au Québec, un concept qui s'inspire à l'origine du nord-est des États-Unis. [La Récolte Rouge](#) dans les Laurentides a adopté ce système, où un simple bâtiment abrite un kiosque sans employé. Les clients y trouvent une calculatrice, un calepin et un coffre pour y déposer leur paiement.

Ce modèle présente plusieurs avantages. Pour les nouveaux producteurs ou les petites entreprises agricoles de proximité, cette formule est souvent la meilleure, voire la seule option rentable pour distribuer leurs produits, surtout face au coût élevé et à la rareté de la main-d'œuvre. C'est aussi une solution intéressante pour écouler les surplus de récoltes

et réduire le gaspillage alimentaire. Ces kiosques peuvent également devenir un canal de vente important s'ajoutant aux marchés fermiers.

Pour les clients, ils offrent la flexibilité de faire leurs achats à tout moment, sans contrainte d'horaire. Selon Geoffroy Ménard, chargé de projet au Centre d'expertise et de transfert en agriculture biologique et de proximité, ces points de vente seraient plus répandus au Québec que ceux nécessitant du personnel pour tenir la caisse.

Perception des résidents concernant la durabilité sociale des événements gourmands dans leur région

Mise en contexte

Un développement touristique réussi repose sur une relation harmonieuse entre les résidents, les lieux et les prestataires de services touristiques (Zhang *et al.*, 2006). Cet aspect de la durabilité sociale est crucial pour un développement touristique pérenne, surtout dans les régions où l'industrie touristique constitue un pilier économique majeur (Helgadóttir *et al.*, 2019). Les événements et festivals gourmands, plus particulièrement, peuvent s'avérer être des outils essentiels pour renforcer la durabilité sociale d'une région (Jong & Varley, 2018).

Objectifs de la recherche

Voici les trois objectifs de cette étude :

1. Examinez le rôle des attributs perçus de durabilité sociale et des impacts perçus de durabilité sociale d'un festival gourmand sur la qualité de vie perçue des résidents;
2. Analyser l'impact de la qualité de vie perçue sur l'attachement au lieu, le soutien au tourisme et les comportements prosociaux ;
3. Déterminer si la participation à un festival gourmand influence l'attitude des résidents envers l'événement.

Méthodologie

Revue de littérature : Événements gourmands et durabilité sociale

Selon Jong et Varley (2018), les festivals gourmands ont le potentiel de renforcer la durabilité sociale d'une région, car ils favorisent un environnement propice à la cohabitation visiteur/résident. D'autres études mettent de l'avant l'effet des festivals gourmands sur l'identité d'une communauté. Reddy et van Dam (2020) suggèrent en ce sens que des pratiques alimentaires diverses peuvent mener à forger l'identité d'une société multiculturelle. De leur côté, Meretse *et al.* (2016) soutiennent que les festivals gourmands encouragent une atmosphère conviviale qui promeut l'interaction sociale et contribue ainsi au bien-être des communautés.

Cadre théorique :

La SET (Social Exchange Theory) et la SPT (Social Practice Theory) servent ensemble de cadre théorique pour cette étude.

SET (Social Exchange Theory) : Cette théorie explore les interactions sociales en termes de coûts et de bénéfices échangés entre les individus. Selon la SET, les relations sont maintenues lorsque les bénéfices perçus surpassent les coûts. En tourisme, cette théorie peut être utilisée pour comprendre comment les résidents d'une communauté évaluent les impacts du tourisme en fonction de ce qu'ils gagnent ou perdent.

SPT (Social Practice Theory) : Cette théorie se concentre sur la façon dont les pratiques sociales (comme les habitudes, les rituels ou les comportements quotidiens) sont constituées et reproduites dans la société. Dans le contexte du tourisme, la SPT peut être utilisée pour examiner comment les pratiques touristiques influencent et transforment les modes de vie des communautés.

Hypothèses de recherche et modèle conceptuel :

Voici les six hypothèses de recherche émises par les chercheurs. Ces dernières s'appuient sur de précédentes études en la matière. L'illustration 1 présente le modèle conceptuel qui se base sur ces différentes hypothèses.

H1 : Les **attributs** perçus de durabilité sociale exercent une **influence positive** sur les **impacts** perçus de durabilité sociale.

H2 : a. Les **attributs** perçus de durabilité sociale exercent une **influence positive** sur la **qualité de vie** perçue des résidents. b. Le **statut de participation** (c'est-à-dire participants vs. non-participants au festival) modulera la relation entre les **attributs perçus** de durabilité sociale et la **qualité de vie** perçue des résidents.

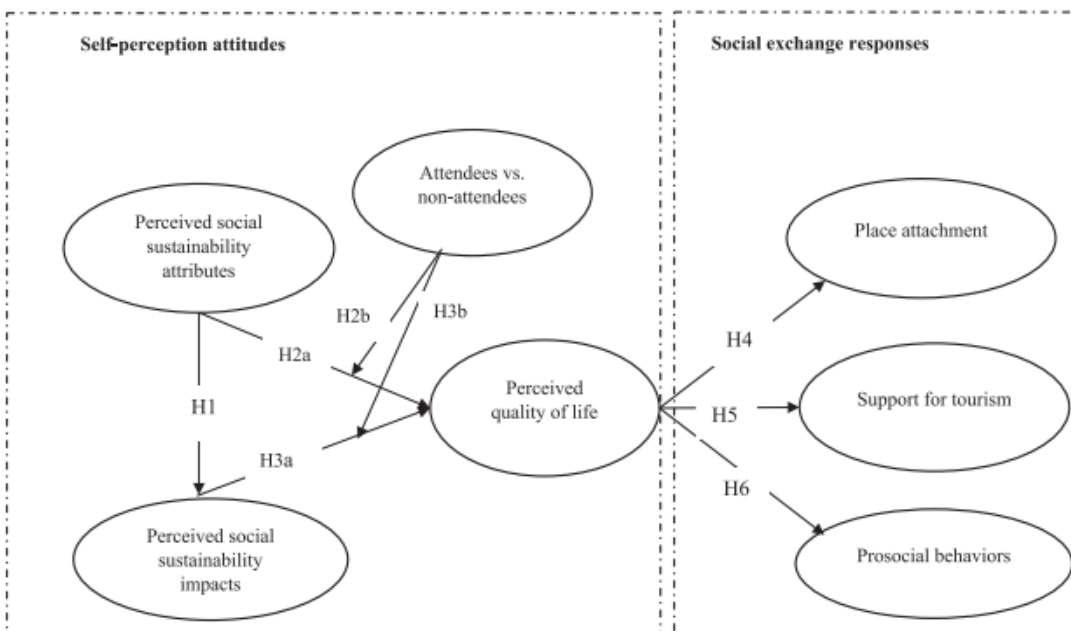
H3 : a. L'**impact** perçu de la durabilité sociale exerce une **influence positive** sur la **qualité de vie** perçue des résidents. b. Le **statut de participation** (c'est-à-dire participants vs. non-participants au festival) modulera la relation entre l'**impact perçu** de la durabilité sociale et la **qualité de vie** perçue des résidents.

H4 : La **qualité de vie** perçue exerce une **influence positive** sur l'**attachement au lieu**.

H5 : La **qualité de vie** perçue exerce une **influence positive** sur le **soutien au tourisme**.

H6 : La **qualité de vie** perçue exerce une **influence positive** sur les **comportements prosociaux**.

Illustration 1 : Modèle conceptuel basé sur les six hypothèses de recherche



Contexte du lieu de recherche :

En tant que Région administrative spéciale (RAS) de la République populaire de Chine, Macao dispose d'une culture culinaire combinant des influences alimentaires très variées, aux inspirations notamment portugaises et cantonaises. Le désir de maintenir la fusion des cuisines orientales et occidentales est une motivation importante des habitants de préserver le patrimoine culinaire (Guo & Hsu, 2023).

Macao est l'hôte, chaque année en novembre, d'un événement culinaire appelé le Festival de la gastronomie de Macao. Ce dernier met en valeur les traditions culinaires de l'Orient et de l'Occident, faisant découvrir aux résidents et aux visiteurs des cultures alimentaires diverses (Wu *et al.*, 2014). Généralement, le festival consiste en 17 jours d'exposition culinaire avec plus de cent kiosques de nourriture installés sur la place Sai Van, près de l'emblématique Tour de Macao.

Collecte de données et profil des répondants :

La collecte de données a été effectuée lors du 22e Festival de la gastronomie de Macao qui a eu lieu du 18 novembre au 4 décembre 2022.

Avant de réellement entamer la collecte, des étudiants avaient la tâche de vérifier la clarté du questionnaire et de le traduire en version bilingue (anglais et chinois). De plus, un présondage distribué à 30 résidents volontaires a permis de revoir et reformuler les questions qui pouvaient porter à confusion.

Les chercheurs ont priorisé la méthode d'échantillonnage par choix qui consistait à uniquement interroger les résidents de Macao en mesure d'évaluer l'impact du festival sur leur quotidien. Parmi les 500 questionnaires imprimés, 460 ont été retournés et jugés utiles pour l'analyse effectuée principalement avec le logiciel SPSS. L'illustration 2 présente un profil des participants à l'étude.

Illustration 2 : Profil sociodémographique des répondants à l'étude

Profile	Frequency	Percent (%)
Sex		
Male	176	38.3
Female	284	61.7
Age (in years)		
18-25	277	60.2
26-30	64	13.9
31-35	45	9.8
36-40	20	4.3
41-45	16	3.5
46 and above	38	8.3
Education		
High school graduate or less	45	9.8
College graduate -undergraduate	304	66.1
Postgraduate degree	77	16.7
Doctoral degree	18	3.9
Professional qualification	10	2.2
Other	6	1.3
Income		
Less than RMB5000	168	36.5
RMB5000-7500	96	20.8
RMB7501-10000	57	12.4
RMB10001-12500	38	8.3
More than RMB 12500	101	22.0

Résultats et discussions

Les résultats de l'étude révèlent que les six hypothèses de recherche sont concluantes (voir illustration 3). Par exemple, les attributs perçus de durabilité sociale ont effectivement une incidence positive sur les impacts perçus de durabilité sociale ($H1 : \beta = 0,683 ; p < 0,001$) et sur la qualité de vie perçue ($H2a : \beta = 0,578 ; p < 0,001$). Cela suggère que plus les résidents perçoivent le festival comme possédant des caractéristiques de durabilité sociale, plus le festival est perçu comme ayant des impacts sociaux significatifs sur leur quotidien.

Les résultats démontrent également que la qualité de vie perçue exerce un impact positif sur l'attachement au lieu ($H4 : \beta = 0,493 ; p < 0,001$), le soutien au tourisme ($H5 : \beta = 0,776 ; p < 0,001$) et les comportements prosociaux ($H6 : \beta = 0,617 ; p < 0,001$). Lorsque les résidents évaluent le festival comme ayant des impacts positifs sur leur qualité de vie, ils ont une propension plus élevée à soutenir le tourisme dans leur région, à posséder un sentiment d'appartenance à leur communauté et à adopter des comportements prosociaux envers les autres (Gautam, 2023).

Illustration 3 : Confirmation des six hypothèses de recherche

Path analysis results	Standardized Coefficient	t-value	p	Results
H1: Perceived social sustainability attributes → Perceived social sustainability impacts	0.683	10.824	***	Supported
H2a: Perceived social sustainability attributes → Perceived quality of life	0.578	8.337	***	Supported
H3a: Perceived social sustainability impacts → Perceived quality of life	0.253	4.192	***	Supported
H4: Perceived quality of life → Place attachment	0.493	9.321	***	Supported
H5: Perceived quality of life → Support for tourism	0.776	10.511	***	Supported
H6: Perceived quality of life → Prosocial behaviors	0.617	9.534	***	Supported

Note: ***Significant at significant at $p < 0.001$; ** Significant at significant at $p < 0.01$.

La majorité des résidents ayant participé à l'étude (80,9 %) ont assisté au Festival de la gastronomie de Macao. Cela suggère qu'une augmentation des attributs perçus de durabilité conduit à une augmentation de la qualité de vie perçue les habitants, mais avec une croissance plus marquée chez les non-participants que chez les participants.

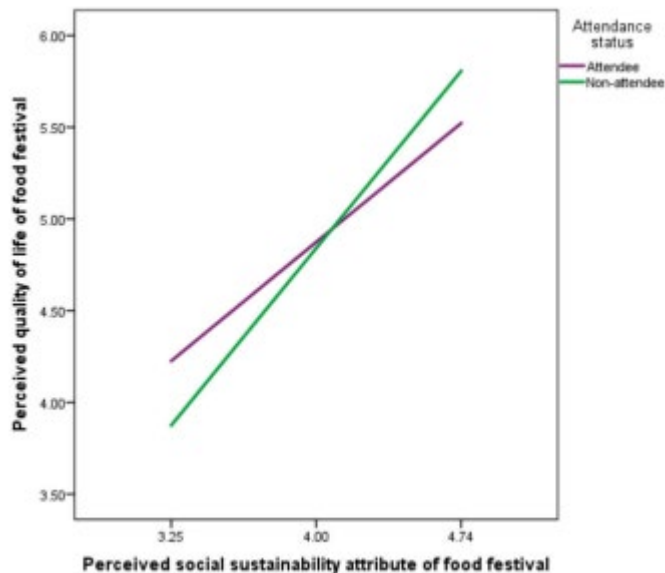
En d'autres mots, les personnes n'ayant pas pris part à l'événement sont plus enclines à se fier à des sources secondaires (c'est-à-dire, les médias ou le bouche-à-oreille) avant d'affirmer que le festival contribue à leur qualité de vie, tandis que celles ayant assisté ont une évaluation basée sur leur participation à l'événement (voir illustration 4).

Conclusions et recommandations

Cette recherche avait comme objectif d'analyser les perceptions des résidents concernant la durabilité sociale des événements gourmands dans leur région. Les résultats montrent que les **attributs et les impacts perçus de durabilité sociale prédisent de manière significative une meilleure qualité de vie perçue**.

Dans le même ordre d'idées, on y démontre aussi que la **qualité de vie perçue exerce une influence positive sur l'attachement au lieu, le soutien au tourisme et les comportements prosociaux**. De plus, le statut de participation modère significativement la relation entre les attributs de durabilité sociale et la qualité de vie, soulignant l'importance d'utiliser la SPT (Social Practice Theory) conjointement avec la SET (Social Exchange Theory) pour une explication théorique plus large des résultats.

Illustration 4 : Statut de participation et influence sur la qualité de vie et la durabilité sociale perçue



Les résultats montrent également que **les résidents qui avaient une perception élevée des attributs de durabilité sociale de l'événement sont plus susceptibles de percevoir que le festival contribue à leur qualité de vie.**

Pour la suite de la réflexion, il convient d'ajouter que cette étude a été réalisée en 2022, alors que la Chine observait encore des restrictions de voyage pour les touristes internationaux avec des exigences de quarantaine pour les résidents entrants. Dans ces conditions, **le besoin de se connecter socialement avec les autres pourrait avoir influencé la manière dont l'événement a été évalué** en termes de contribution sociale à la qualité de vie. Enfin, les répondants à l'étude étaient majoritairement de jeunes adultes étant donné la période durant laquelle l'étude a été réalisée. Par conséquent, toute généralisation des résultats doit être effectuée avec prudence.

Source de l'étude

Agyeiwaah, Elizabeth et Yuchen Zhao (2024). « Residents' perceived social sustainability of food tourism events », *Tourism Management Perspectives*.

<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2024.101276>