# Saveurs nord-côtières : un patrimoine distinctif



papilles

Merci ! Des questions?

# Plan de la présentation

- Identité culinaire = tourisme et marque
- Le rôle des différents acteurs
- Structurer un positionnement solide et visionnaire
- Pistes pour un plan d'action

Prezi



Popularité d'une destination :

- Offres de qualité
- Caractère authentique
- Origine des produits
- Moyen de socialisation
- Partage d'expérience

Source: Global Report on Food Tourism

Prezi

Savoir-Faire

Culture

Histoire

Territoire



1. La **découverte** de nouvelles saveurs et du savoir-faire y étant reliés sont, pour plusieurs, devenus une composante importante du voyage ;

2. Les « gourmands » sont une clientèle **lucrative** ;

3. Une destination qui souhaite développer son tourisme culinaire se doit de créer une **identité** en lien avec les **spécialités culinaires** et les **habitudes culturelles** de la population.

4. L'expérience peut-elle se prolonger ?

Prezi

Marketing
promotion
animation



INNU NIKAMU

- Entreprises agrotouristiques & bioalimentaires
- Restaurants et leurs chefs mettant en valeur les produits locaux ou recettes typiques ou originales
- Fêtes thématiques
- Épiceries fines
- Circuits, forfaits, etc.





Acteurs du développement
Outils régionaux
Programmes

Québec

CÔTE NORD

Patrimoine et territoire




Le territoire est la **colonne vertébrale** de l'offre gastronomique. C'est l'élément distinctif et la source de l'identité locale. Il englobe les caractéristiques environnementales, l'histoire, la culture, les traditions, etc. **Le défi est de convertir un territoire en destination touristique culinaire.**
Source: Global report on food tourism, 2012
Shutterstock

# Acteurs du développement

# Outils régionaux

# Programmes

Table bioalimentaire Côte-Nord

Agriculture, Pêcheries et Alimentation Québec

CÔTE NORD
ENTRE NATURE ET DÉMESURE!

Prezi





- Entreprises agrotouristiques & bioalimentaires
- Restaurants et leurs chefs mettant en valeur les produits locaux ou recettes typiques ou originales
- Fêtes thématiques
- Épiceries fines
- Circuits, forfaits, etc.

# Marketing promotion animation



INNU NIKAMU

Prezi

# Identité culinaire ?

**NATURE**
Un lieu géographique avec son **climat**, son **type de terrain**, son **altitude** qui détermine sa **flore**, sa **faune** et son **agriculture** = **TERROIR**

**CULTURE**
Un ou plusieurs **groupe(s) ethnique(s)** qui possède leurs **traditions culinaires**, leurs **préférences alimentaires** et leurs **techniques culinaires**, etc. qui se sont installés dans ce lieu définitivement et qui y ont laissé leurs traces.




Prezi


L'identité culinaire
Nord-Côtière
Prezi


Trois grandes régions
1) Haute-Côte Nord
2) Moyenne Côte-Nord
3) Basse-Côte-Nord

Prezi


Quatre garde-manger
1) La mer et l'estuaire du Saint-Laurent;
2) La forêt et les plans d'eau douce
3) La ferme de subsistance
4) Le magasin général





**Haute-Côte-Nord - Origine de la cuisine**

- Innue
- Cuisine française fin moyen âge
- Britannique

**Produits vedettes**

- Saumon & morue
- Fruits de mer
- Loup marin
- Plantes de bord de mer
- Gros gibier
- Pommes de terre
- Avoine
- Cheddar



Prezi

**Moyenne Côte-Nord - Origine de la cuisine**

- Innus
- Acadiens
- Jersiais (Normands)

**Produits vedettes**

- Saumon & morue
- Fruits de mer
- Gros gibier
- Pommes de terre
- Petits fruits sauvages
- Porc et boeuf salés







Prezi







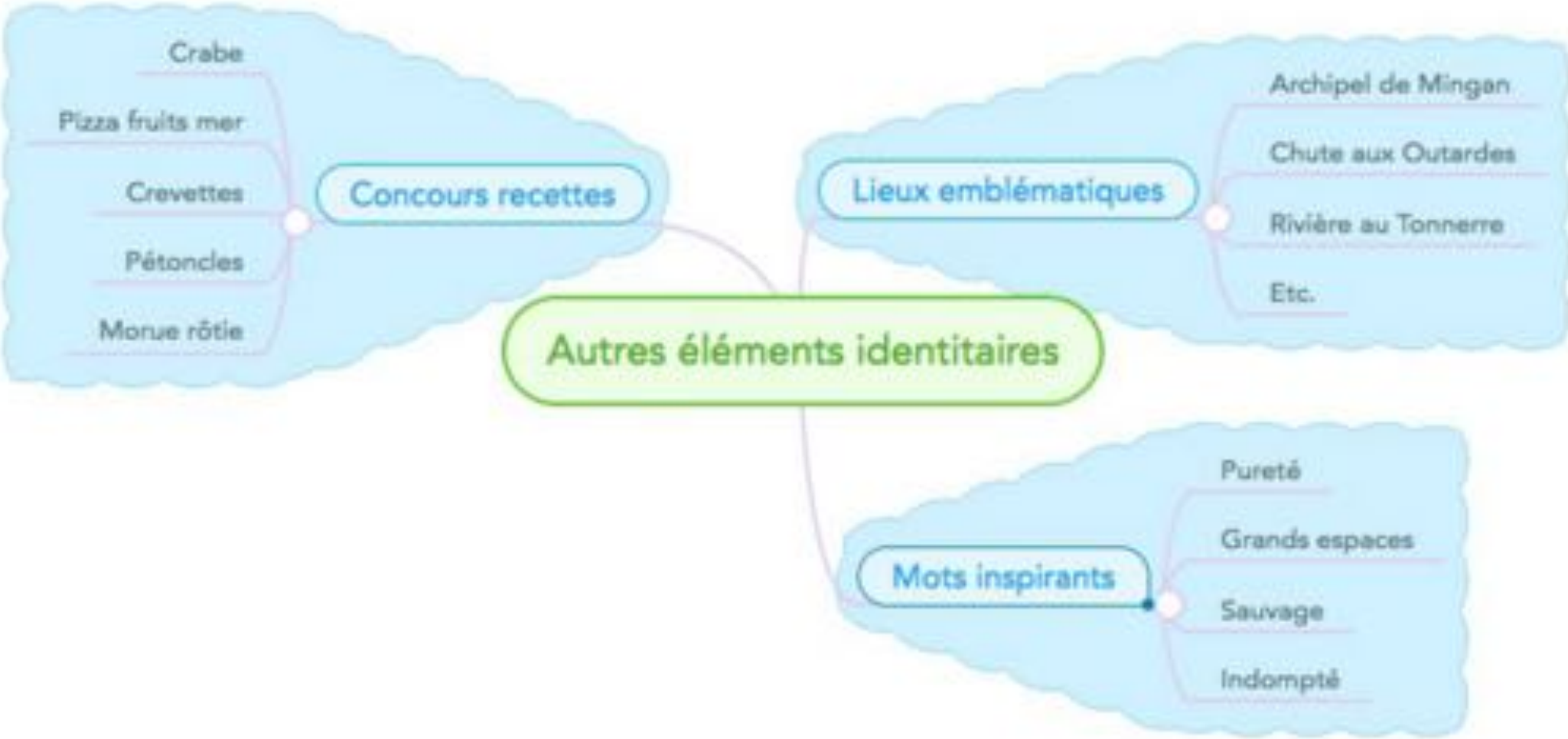
**Basse Côte-Nord - Origine de la cuisine**

- Innus
- Britanniques
- Acadiens

**Produits vedettes**

- Boeuf salé
- Sauvagine
- Morue
- Fruits de mer
- Mélasse

Prezi


Autres éléments identitaires
Concours recettes
Crabe
Pizza fruits mer
Crevettes
Pétoncles
Morue rôtie
Lieux emblématiques
Archipel de Mingan
Chute aux Outardes
Rivière au Tonnerre
Etc.
Mots inspirants
Pureté
Grands espaces
Sauvage
Indompté

Prezi

Comment, ensuite, pour les intervenants, faire monter le tout (patrimoine) jusqu'aux branches (promoteurs) et aux feuilles (stratégies marketing touristiques)? Pour faire naître l'identité culinaire!



Lorsque la nourriture devient **indissociable** de la destination, l'image de marque du tourisme culinaire est **efficace**, et la stratégie marketing devient **rentable**.

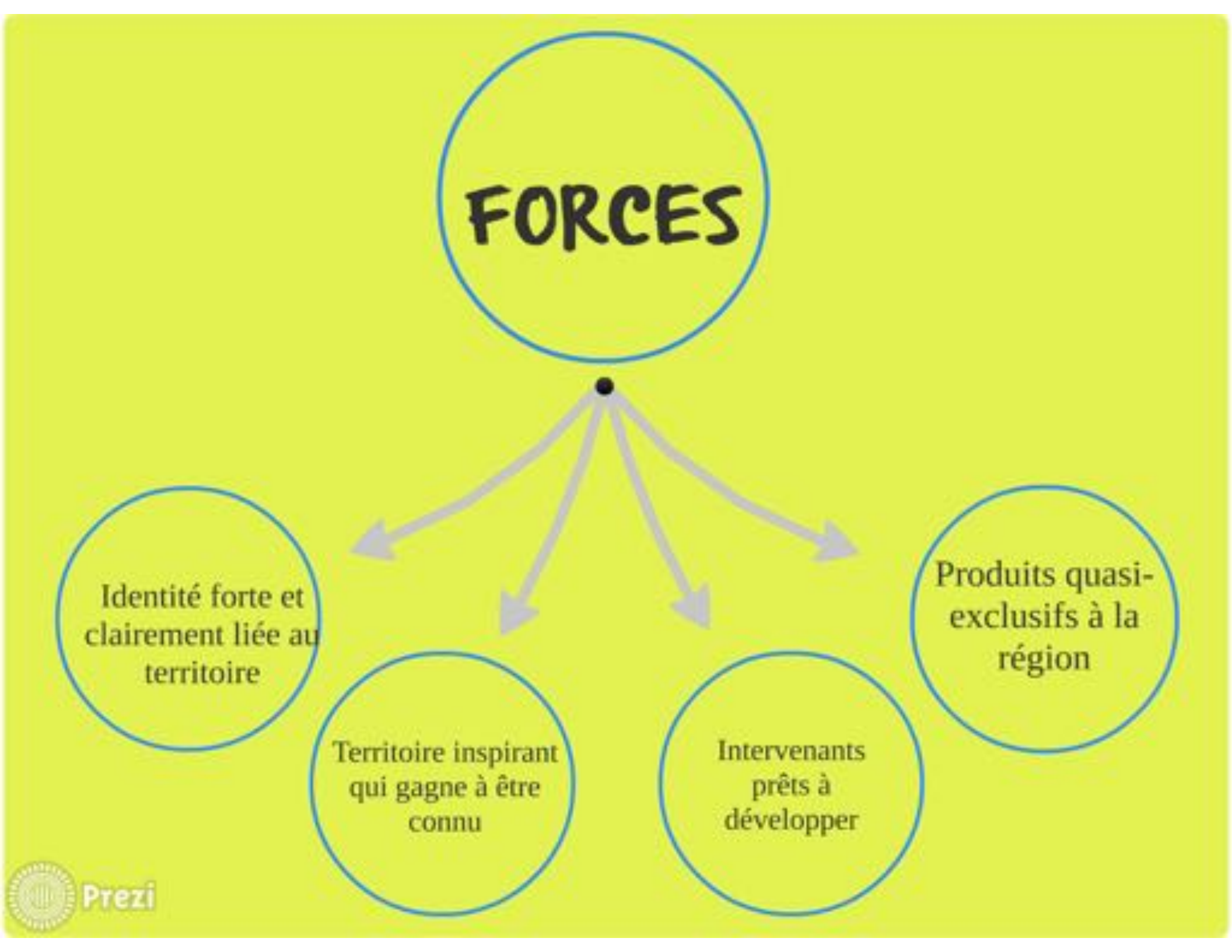


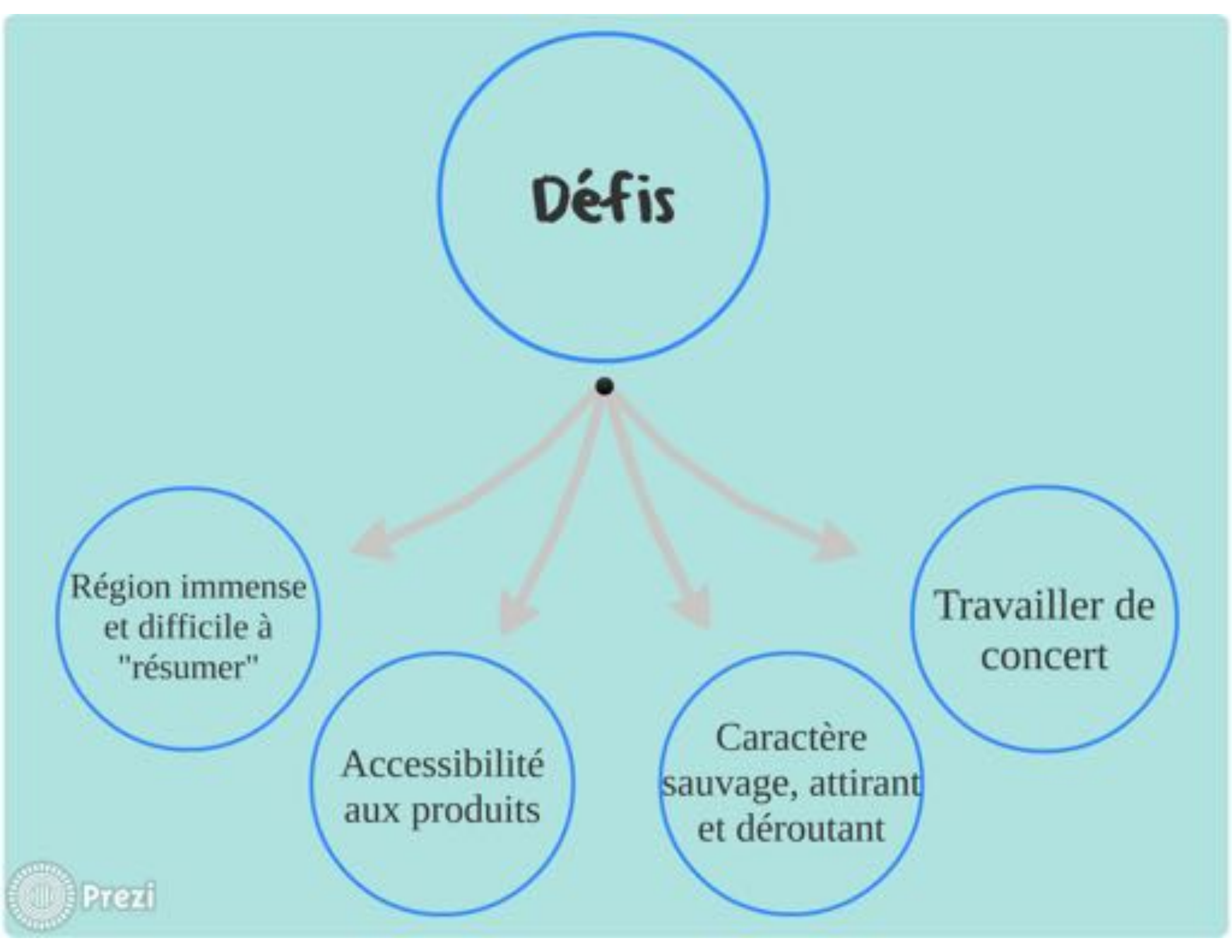


# Étape 1) Identifier les défis et forces en présence






FORCES
Identité forte et clairement liée au territoire
Territoire inspirant qui gagne à être connu
Intervenants prêts à développer
Produits quasi-exclusifs à la région
Prezi


Défis
Région immense et difficile à "résumer"
Accessibilité aux produits
Caractère sauvage, attirant et déroutant
Travailler de concert
Prezi

# Étape 2) Déterminer des objectifs réalistes en fonction du contexte régional

Prezi


Plan action Côte-Nord
Identité culinaire
Faire connaitre la Côte-Nord comme une région gourmande
Améliorer les structures d'accueil des autres attractions afin d'offrir de nouvelles expériences gourmandes de qualité
Favoriser l'accès aux produits nord-côtiers
Développer et consolider une restauration locale de qualité
Lier la région à certaines expériences / certains produits ambassadeurs "matures"

# Étape 3) Stratégie!



Prezi

Faire connaitre la Côte-Nord comme une région gourmande

Intégration d'image, de mots, de gens liés au tourisme gourmand et à l'identité culinaire dans la promotion intra et extra région

Mettre en place un logo permettant d'identifier les produits Nord-Côtiers

Prezi


Favoriser l'accès aux produits nord-côtiers
Mettre en place un logo permettant d'identifier les produits Nord-Côtiers
Campagne achat local
Promotion hors région
Accompagnement stratégique en commercialisation
Autres actions

Accompagnement stratégique des entreprises dans le développement de leur offre

Autres actions

Améliorer les structures d'accueil des autres attractions afin d'offrir de nouvelles expériences gourmandes de qualité

Prezi

Lier la région à certaines expériences / certains produits ambassadeurs "matures"

Identifier les expériences "mûres" pour une promotion extra-région

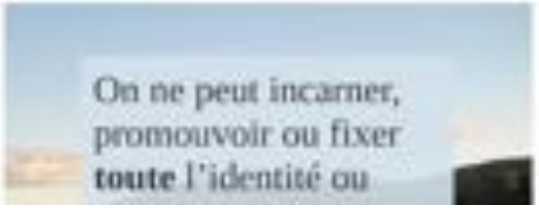
Prezi

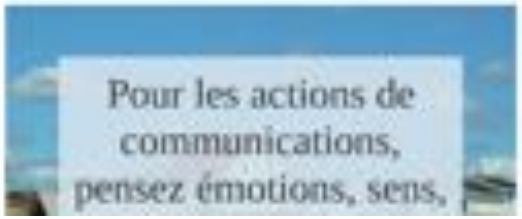

Développer et consolider une restauration locale de qualité
Amélioration des compétences
Projet pilote : plats identitaires au menu
Activités de maillage chef-producteur
Promotion du répertoire des produits Nord-Côtiers auprès des restaurateurs

Prezi

# Nos derniers conseils...







L'**identité** culinaire d'un territoire s'incarne dans toutes les composantes de la région : paysages, restaurants, produits, accueil, expressions, outils promotionnels, etc.


On ne peut incarner, promouvoir ou fixer **toute** l'identité ou l'image d'un territoire =
Faire des choix et des stratégies en conséquence

Prezi


Pour les actions de communications, pensez émotions, sens, évocation.
Miser sur l'**effet** plutôt que sur le compromis


Donnez des
**VALEURS** au
territoire.
Et faites les vivre.


Le caractère sauvage de la région la rend particulièrement exotique. Vous avez le potentiel de devenir le prochain territoire gourmand à découvrir.
**Préparez-vous!**

# papilles

créatives. efficaces. curieuses.

**Merci ! Des questions?**

Prezi