

Chefs et restaurateurs indépendants
de la gastronomie québécoise -

Un levier pour la relance économique de Montréal et du Québec

ÉTUDE D'IMPACT ET FEUILLE DE ROUTE
POUR L'ESSOR DU SECTEUR


21 MAI 2021

Développé par :

IDÉES FX



Partenaire contenu :

 la Chambre de commerce
du Montréal métropolitain

Partenaire financier :


Québec 

Table des matières

1. Notes préliminaires et sommaire	3
2. Portrait du secteur	12
La gastronomie québécoise, un secteur en ébullition dont la croissance repose sur l'esprit d'initiative d'une poignée de chefs et de restaurateurs indépendants	
3. Impact économique	20
La gastronomie, un levier de croissance pour l'économie du Québec	
4. Défis liés à l'environnement d'affaires et impacts de la COVID-19	29
La pandémie, une crise qui a ébranlé le capital gastronomique du Québec	
5. Feuille de route	42
La gastronomie québécoise, un secteur à haut potentiel pour l'économie, la culture et le rayonnement du Québec	
6. Annexe	52
Personnes consultées	

Notes préliminaires et sommaire



Origine du projet



Ce projet est l'initiative de Normand Laprise, Charles-Antoine Crête et Sophie Dormeau, qui ont voulu rassembler les chefs et les restaurateurs indépendants du Québec pour favoriser l'essor du secteur à long terme.

L'étude a été réalisée par IdéesFX dans le cadre de Relançons Montréal pour le compte de la Chambre de commerce du Montréal métropolitain et du ministère de l'Économie et de l'Innovation du Québec.



Note méthodologique

Les données et le contenu de cette étude sont issus de données primaires et secondaires, d'une revue de la littérature locale et internationale, de 31 entrevues avec des chefs, des restaurateurs et des spécialistes du secteur, ainsi que du cadre d'analyse et d'expertise d'IdéesFX.

Lexique

Culture culinaire québécoise

Ensemble des connaissances, du savoir-faire, des traditions, des coutumes et des mœurs liés aux aliments produits, cuisinés et consommés au Québec. La culture culinaire québécoise est née des premiers contacts entre les Français et les peuples autochtones. Elle s'est ensuite enrichie avec, d'une part, l'arrivée des Britanniques et, d'autre part, l'apport des différentes vagues d'immigration et des emprunts aux autres cultures culinaires, en plus d'être fortement influencée par le territoire et le climat propres au Québec. La culture culinaire fait partie intégrante de la culture québécoise.

Gastronomie québécoise

Art de la table nourri par la culture culinaire québécoise puis raffiné et développé, notamment, par les chefs, restaurateurs et producteurs d'ici.

« Grande table »

Restaurant qui contribue de façon importante à l'évolution de la gastronomie québécoise et qui rayonne au-delà du Québec grâce à la notoriété de son chef, à la qualité et à la constance de ses plats, et qui favorise l'approvisionnement auprès de producteurs de niche locaux.

« Restaurant de référence »

Restaurant ou établissement (par ex., un café) qui participe à l'évolution de la gastronomie québécoise et qui rayonne localement ou à l'extérieur du Québec grâce à la qualité et à la constance de ses plats.

Restaurant indépendant

Établissement de restauration qui n'est pas affilié à une chaîne de restauration ou à un groupe hôtelier.

Producteur de niche

Maraîcher, éleveur, pêcheur, cueilleur ou autre métier visant l'approvisionnement alimentaire. Le producteur de niche produit ou transforme de façon indépendante des aliments recherchés et, par son savoir-faire, participe à la création de nouveaux produits fins ou rares destinés à la restauration.

Catégorie évolutive

Les « grandes tables » se distinguent des « restaurants de référence » par la sophistication de leur offre, par ex., en offrant un « menu dégustation » ; les 2 catégories n'ont pas de frontières fixes et sont appelées à évoluer

Catégorie évolutive

Sommaire (1/5)

La gastronomie québécoise, qui tire ses origines du terroir et de la culture d'ici, s'est d'abord développée grâce à des entrepreneurs passionnés de partout au Québec, qu'il s'agisse de chefs et de restaurateurs indépendants ou de producteurs de niche

- La gastronomie québécoise s'est d'abord inspirée de la gastronomie française, qu'elle a cherché à calquer, pour ensuite miser sur le **patrimoine culturel** propre au Québec et le **terroir local**
- Depuis les années 1990, le paysage gastronomique québécois est en **ébullition**, grâce essentiellement à l'inventivité de cohortes de chefs et de restaurateurs, le plus souvent formés à même les plus grandes tables du Québec
- Aujourd'hui, parmi les quelque 21 000 restaurants du Québec, on compte **~500** adresses considérées comme des « restaurants de référence », et une **cinquantaine** de « grandes tables »
- À Montréal tout particulièrement, on trouve une offre de qualité pour une clientèle curieuse et exigeante, ce qui, par exemple, fait que la métropole est la ville canadienne qui compte le plus de restaurants dans le classement gastronomique **Canada 100's Best**
- La scène gastronomique de Montréal est d'ailleurs largement considérée comme l'un des principaux attraits de la métropole dans le monde
- Les « grandes tables » et les « restaurants de référence », qui s'approvisionnent généralement directement chez des producteurs de niche, contribuent au **développement des régions** en faisant vivre un écosystème de ~350 producteurs

DISTRIBUTION DES 100 MEILLEURS RESTAURANTS
AU CANADA
CANADA'S 100 BEST, 2019



Canada

Five reasons to live in Montreal, Canada

There is more to this historic city than french fries with cheese curd and gravy

3 YEARS AGO

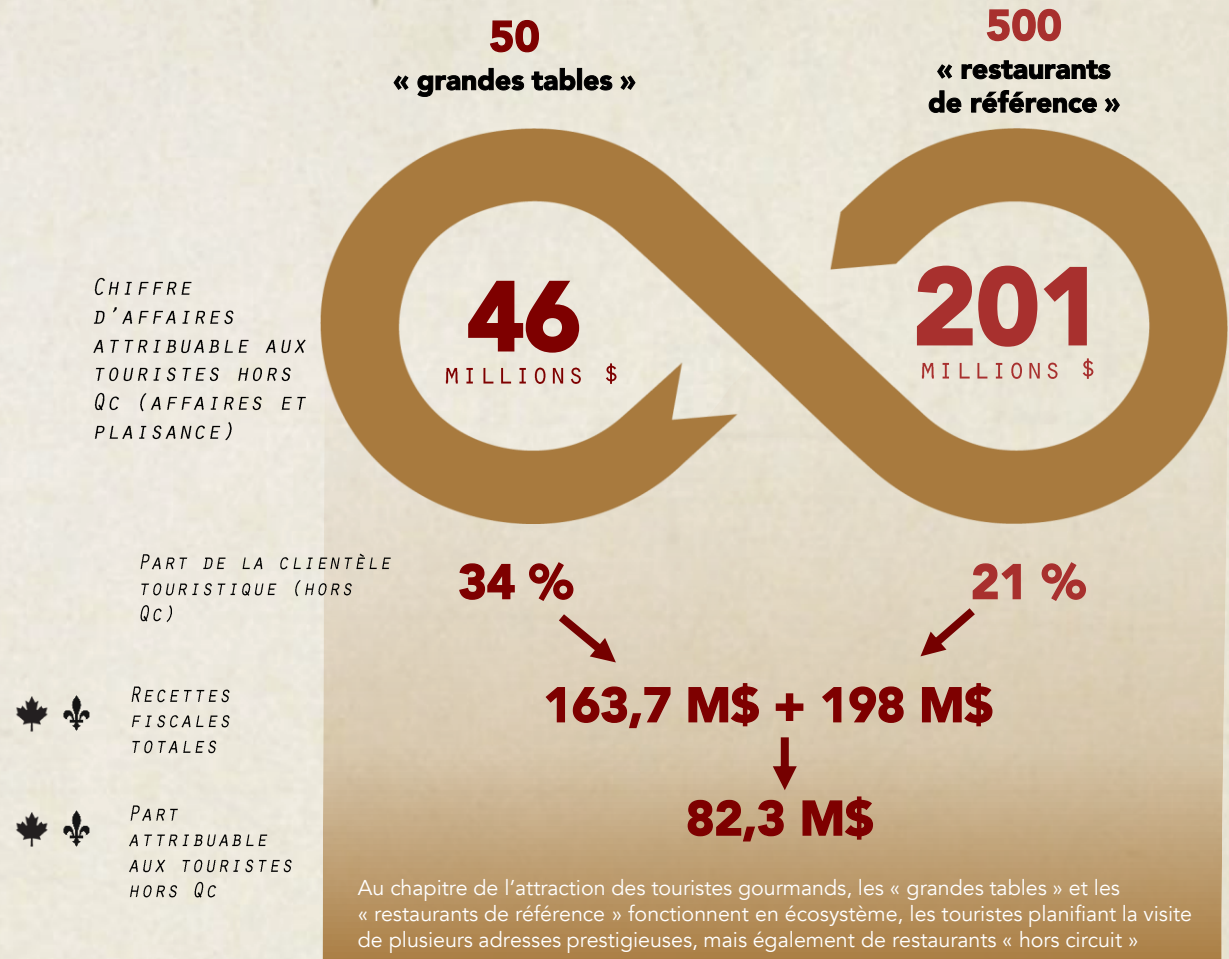
Upmarket restaurants

While many regard *poutine* (french fries with cheese curd and gravy) as the pinnacle of Québécois cuisine, there are many fine-dining options in Montreal. One of the city's best restaurants is [Le Club Chasse et Pêche](#) ("Le Club" to regulars) whose signature dish is steak and lobster.

Sommaire (2/5)

La gastronomie québécoise est un levier de croissance pour l'économie du Québec, tant en termes de retombées économiques que d'emplois, en plus d'exercer une influence considérable sur son environnement immédiat

- Au Québec, les « grandes tables » et les « restaurants de référence » ont des revenus combinés de **1,1 G\$** et sont la source de **18 700 emplois**
- Une part considérable des revenus générés est attribuable à des clients provenant de l'extérieur du Québec (**34 %** pour les « grandes tables » et **21 %** pour les « restaurants de référence »)
- Les 550 restaurants ciblés dans l'étude génèrent **361,7 M\$ en recettes** fiscales totales directes (taxes de vente et impôts sur le revenu), dont **82,3 M\$** sont attribuables aux touristes d'affaires et de plaisance
- Plus précisément à Montréal, Tourisme Montréal évalue que **36 %** des touristes d'agrément sont des **touristes gourmands**
- Les grandes adresses ont également un impact et une **influence visible** sur le développement de leur environnement urbain immédiat, de même que sur le développement et la popularisation grand public de certains produits comme les vins québécois
- La vitalité et l'esprit de « **joie de vivre** » qui distingue Montréal et le Québec dans le paysage nord-américain sont largement alimentés par le secteur, entre autres par les **~70 événements** annuels liés à l'agrotourisme, aux arts culinaires et à la gastronomie à travers le Québec



Sommaire (3/5)

Le secteur de la gastronomie québécoise fait face à plusieurs défis structurels, en particulier sur le plan du talent spécialisé, du modèle d'affaires caractérisé par des dépenses incompressibles et un potentiel de revenus limité, la fragilité des chaînes d'approvisionnement et l'absence de concertation sectorielle

Talent

- La demande croissante d'employés en cuisine ainsi que les salaires bas et les conditions de travail exigeantes ont entraîné une pénurie de main-d'œuvre, le secteur de la restauration figurant au **5^e rang** des secteurs comptant le plus de postes vacants au Québec en 2019, soit **1 finissant pour 3 postes** offerts sur le marché

Chaîne d'approvisionnement

- Au Québec, l'offre de produits de niche s'est historiquement développée de façon artisanale, sans appui autre que celui de restaurateurs, ce qui en fait un secteur particulièrement fragile

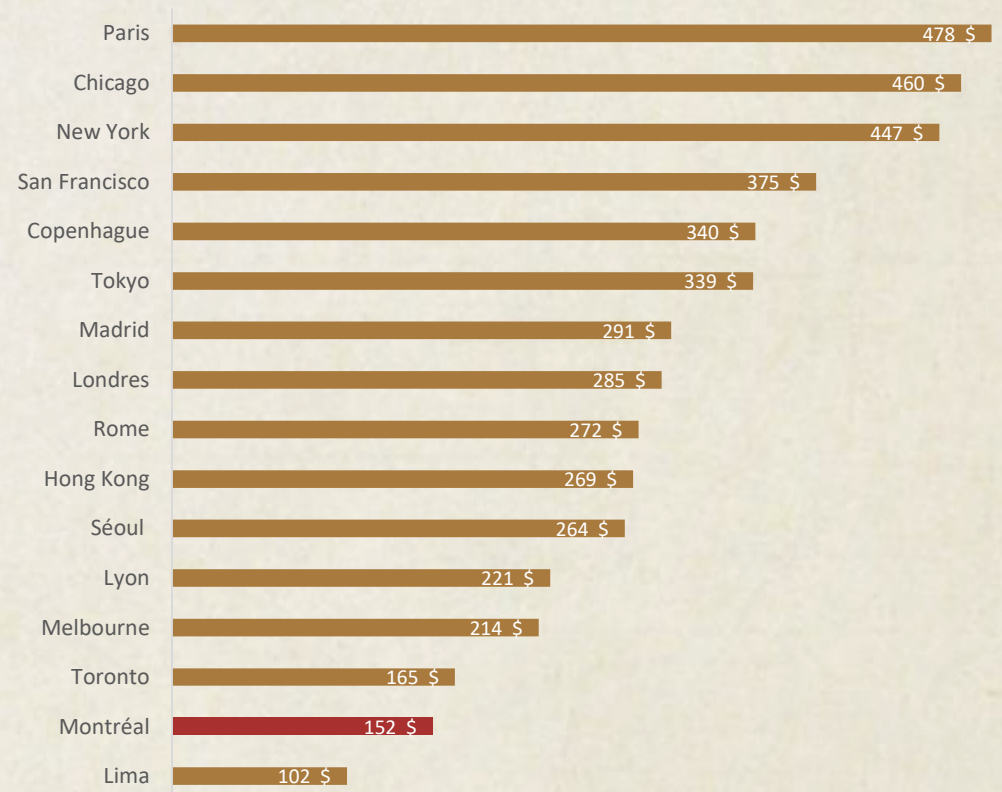
Modèle d'affaires

- Le modèle d'approvisionnement « sans compromis sur la qualité » limite le potentiel de réduction des dépenses, d'autant plus que le secteur évolue dans un **environnement inflationniste** et que le **pouvoir d'achat** relatif de Montréal et du Québec est limité par rapport à d'autres destinations gastronomiques

Concertation sectorielle

- Bien qu'il repose sur un esprit de camaraderie, le secteur de la gastronomie n'est ni organisé ni représenté, ce qui freine son essor

PRIX DES MENUS DÉGUSTATION DE GRANDES TABLES AUTOUR DU MONDE
PRIX EN DOLLARS CA EN DATE DU 1^{ER} AVRIL 2021



Sommaire (4/5)

La pandémie de COVID-19 et les mesures sanitaires mises en place ont exacerbé les défis du secteur, au point de mettre en jeu le capital gastronomique du Québec

Talent

- La fermeture prolongée des restaurants s'est traduite par une **baisse de 33 % des inscriptions** dans les écoles de cuisine, et par la **démobilisation de près de 22 % du personnel de cuisine**, qui se serait réorienté professionnellement

Chaîne d'approvisionnement

- La crise de la COVID a ébranlé le réseau de produits de niche et aura vraisemblablement des conséquences majeures, notamment une **réduction potentielle de 25 % à 35 % de l'offre de produits de niche** pour les chefs et restaurateurs aux lendemains de la pandémie

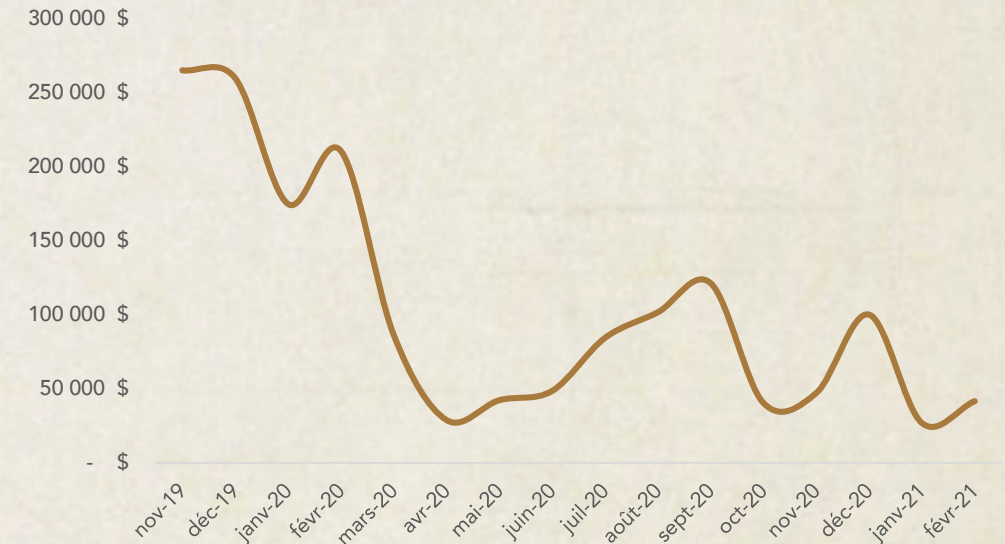
Modèle d'affaires

- La fermeture prolongée des salles s'est traduite par des pertes de revenu importantes pour les restaurants gastronomiques, qui ont par exemple vu leurs revenus chuter en moyenne de **61,5 % à Noël**, et de **80,2 % à la Saint-Valentin**
- Les restaurants gastronomiques du **centre-ville** de Montréal ont subi les pertes de revenu les plus importantes de la métropole

Concertation sectorielle

- La pandémie de COVID a démontré les conséquences de l'absence de concertation du milieu de la gastronomie, les chefs et les restaurateurs des restaurants gastronomiques étant incapables de formuler des demandes communes pour atténuer les effets de la crise

MOYENNE DES VENTES TOTALES PAR « GRANDE TABLE » (EN SALLE, POUR EMPORTER ET LIVRAISON)
DONNÉES MENSUELLES, EN DOLLARS, AVANT TAXES



Sommaire (5/5)

Nous proposons la mise sur pied d'un véhicule qui serait un hybride entre une grappe, une alliance et une communauté de pratique, et qui aurait comme mission d'accélérer l'évolution et le développement du secteur de la gastronomie et de la production de niche en misant sur la mobilisation et les partenariats pour mettre en œuvre des projets à valeur ajoutée

Collectif de la gastronomie Québécoise (nom de projet)

QUI

- regroupera les « grandes tables » et les « restaurants de référence » sur une base volontaire et sur invitation
- exercera une influence positive sur le secteur en exigeant que les membres adhèrent à certaines valeurs fondamentales

QUOI

- aura comme mission le développement de la gastronomie et son rayonnement à l'échelle locale, partout au Québec
- visera à accroître le rayonnement international et l'accroissement des revenus internationaux, notamment en positionnant Montréal comme l'une des capitales gastronomiques d'Amérique du Nord

COMMENT

- aura la force d'une grappe industrielle, mais l'agilité d'une alliance
- travaillera en partenariat avec l'ensemble des acteurs de l'écosystème, notamment les producteurs de niche, les intervenants du secteur de l'accueil et les gouvernements

Portrait du secteur

La gastronomie québécoise, un secteur en ébullition dont la croissance repose sur l'esprit d'initiative d'une poignée de chefs et de restaurateurs indépendants



La gastronomie québécoise a d'abord cherché à répliquer la gastronomie de France, pour peu à peu développer sa propre identité en misant sur le terroir et la culture d'ici

HISTOIRE DE LA GASTRONOMIE AU QUÉBEC

NON EXHAUSTIF

1912

Le Ritz Carlton ouvre le 1^{er} restaurant de gastronomie à Montréal



1961

Marcel Kretz contribue à établir les bases de la gastronomie québécoise par l'ouverture de la Sapinière, à Val-David



Renaud Cyr établit la notion de terroir dans la cuisine québécoise au Manoir des Érables, à Montmagny

1968

Dans la foulée d'Expo 67, le gouvernement du Québec crée l'ITHQ dans le but de stimuler l'industrie touristique et culinaire du Québec



1988

Serge Bruyère ouvre un restaurant éponyme à Québec, et devient le 1^{er} chef « vedette » du Québec

1991

Daniel Vézina et Suzanne Gagnon ouvrent le Laurie Raphaël à Québec, l'une des premières tables axées quasi exclusivement sur les produits locaux

DÉTAILS À LA PAGE SUIVANTE >

L A U R I E
R A P H A È L



1920-1960

Les grands restaurants comme le Château Frontenac, à Québec, ou l'hôtel Windsor, à Montréal, offrent une cuisine qui cherche à répliquer la grande gastronomie française, notamment grâce à l'importation de produits de France

1967

L'Expo 67 attire de grands chefs internationaux dont certains choisiront de demeurer au Québec, par ex. Jean-Paul Grappe, qui participera à construire les nouvelles tendances de la gastronomie d'ici, avec ses restaurants La brioche lyonnaise et le Café Martin, à Québec



1979

Anne Desjardins ouvre l'Eau à la bouche à St-Adèle qui deviendra le 1^{er} restaurant québécois de renommée mondiale



Toqué!

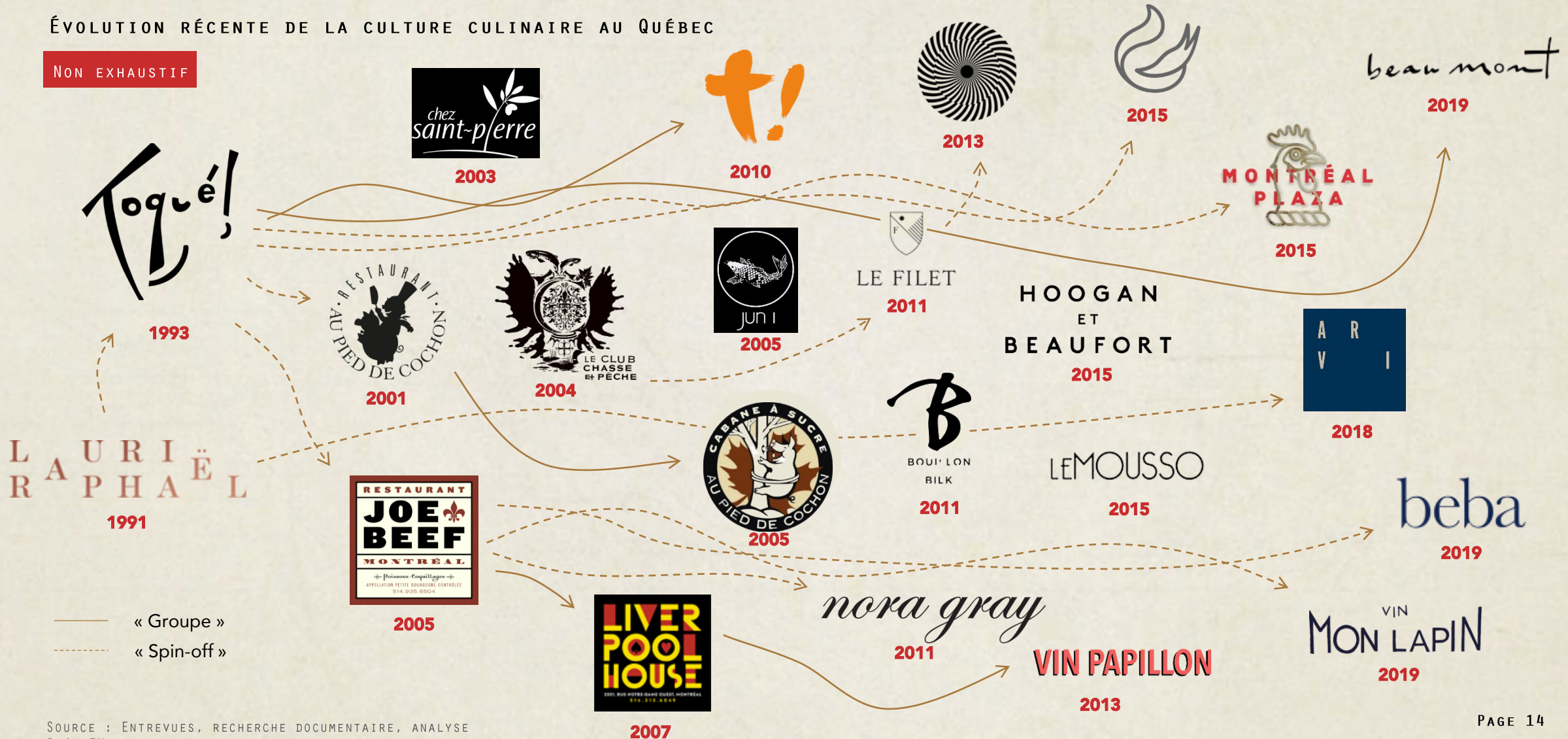
1993

Normand Laprise et Christine Lamarche ouvrent le Toqué!, rue Saint-Denis, qui deviendra l'épicentre de la révolution gastronomique dans la métropole

Depuis les 20 dernières années, on assiste à l'explosion du secteur, porté par l'inventivité de cohortes de chefs et de restaurateurs, le plus souvent formés à même les plus grandes tables du Québec

ÉVOLUTION RÉCENTE DE LA CULTURE CULINAIRE AU QUÉBEC

NON EXHAUSTIF



En parallèle, nous avons observé l'apparition de restaurants de référence qui participent activement à l'enrichissement du paysage culinaire québécois

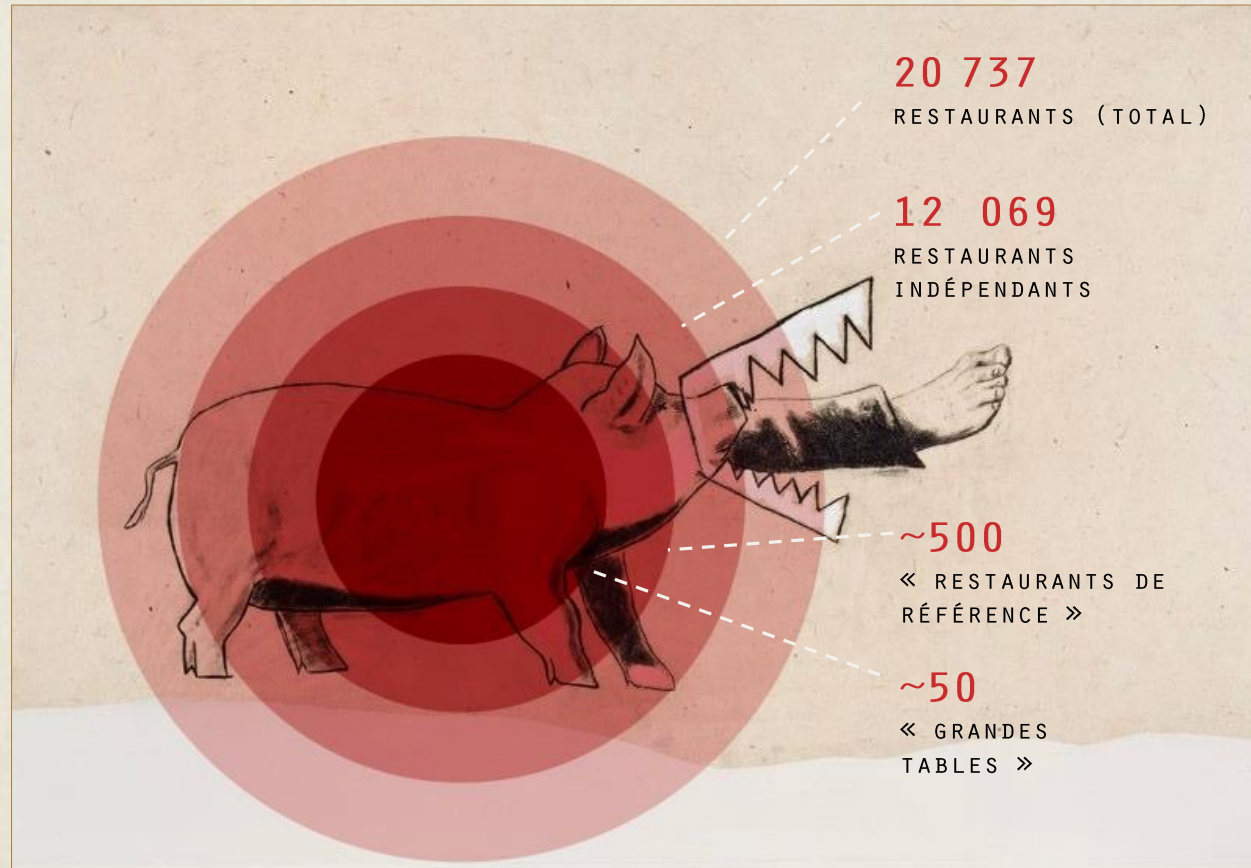
QUELQUES RESTAURANTS DE RÉFÉRENCE

NON EXHAUSTIF



Aujourd'hui, parmi les 21 000 restaurants du Québec, ~500 sont au cœur du développement de la culture culinaire québécoise et une cinquantaine ont une réputation qui rayonne à l'international

RESTAURANTS AU QUÉBEC
2018-2019



On compte près de **21 000** restaurants au Québec

42 % des restaurants sont affiliés à des chaînes, alors que **58 %** sont indépendants

~500 adresses sont considérées comme des « restaurants de référence », c.-à-d. des restaurants souvent répertoriés dans les différents guides gastronomiques

Une cinquantaine d'adresses ont une réputation qui rayonne au-delà du Québec et sont considérées comme de « grandes tables »

Les « grandes tables » se distinguent essentiellement des « restaurants de référence » par la sophistication de leur offre, par ex. en offrant un « menu dégustation »; les deux catégories n'ont pas de frontières fixes et sont appelées à évoluer

REMARQUE : LES CATÉGORIES SONT ÉVOLUTIVES ET LEURS FRONTIÈRES SE TRANSFORMENT, L'ÉCOSYSTÈME DE LA RESTAURATION ÉTANT FLUIDE ET DYNAMIQUE



FOCUS DU
PROJET

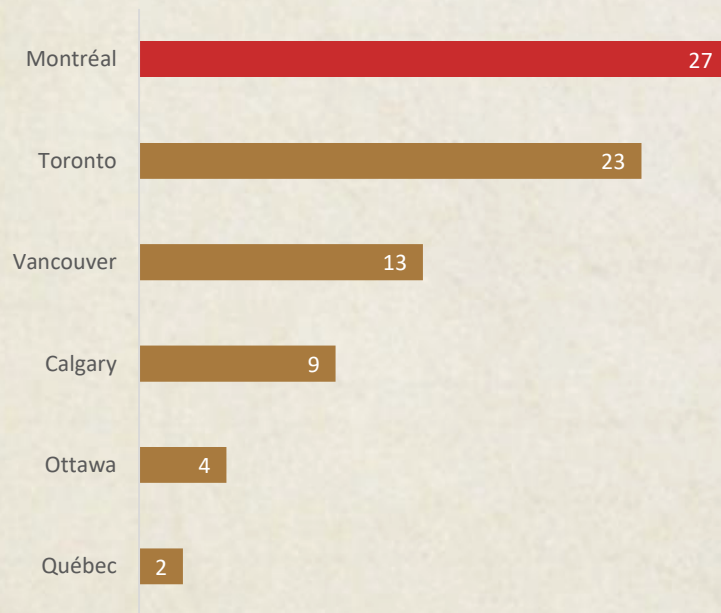
À Montréal tout particulièrement, on trouve une densité d'offre de qualité qui surpasse celle d'autres villes comparables, notamment grâce à un bassin de clients curieux et exigeants

LA QUALITÉ DE LA DEMANDE ET DE L'OFFRE



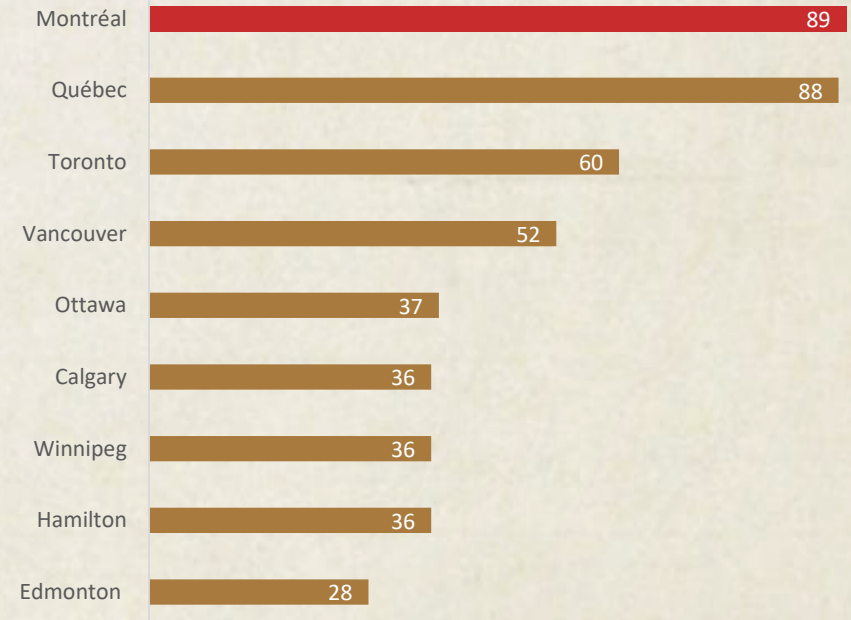
UNE OFFRE DE QUALITÉ ...

DISTRIBUTION DES 100 MEILLEURS RESTAURANTS AU CANADA
CANADA'S 100 BEST, 2019



... QUI RÉPOND À UN INTÉRÊT MARQUÉ DU PUBLIC

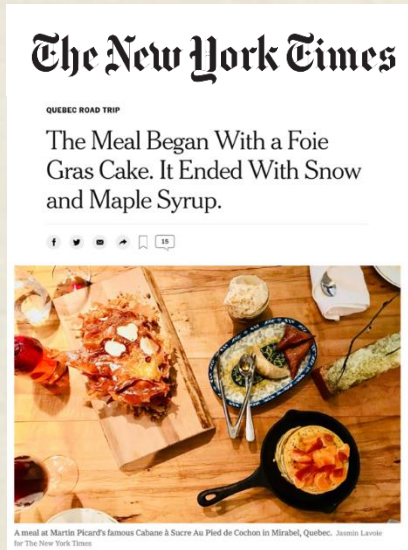
INTENSITÉ DE LA RECHERCHE DU TERME « RESTAURANT » SUR GOOGLE
INDICE DE POPULARITÉ, SUR UNE ÉCHELLE DE 100, 2019



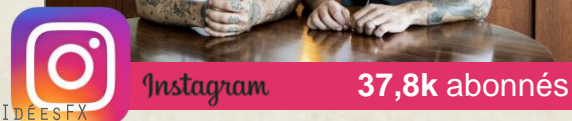
Les restaurants haut de gamme et la scène gastronomique créative et effervescente de la métropole participent à la définition de la personnalité internationale de Montréal

REVUE DE PRESSE INTERNATIONALE

NON EXHAUSTIF



The New York Times
L'Express, the Beloved Montreal Bistro Where So Much Began
 Nearly 40, the restaurant is both a cozy neighborhood place and a shrine to the customer-friendly style it helped inspire beyond the city.



Canada
Five reasons to live in Montreal, Canada
 There is more to this historic city than french fries with cheese curd and gravy
 3 YEARS AGO
Upmarket restaurants
 While many regard *poutine*(french fries with cheese curd and gravy) as the pinnacle of Québécois cuisine, there are many fine-dining options in Montreal. One of the city's best restaurants is [Le Club Chasse et Pêche](#) ("Le Club" to regulars) whose signature dish is steak and lobster.



CANADA'S IOOBEST
Most Innovative Chefs
Montréal Plaza



bon appétit
MONTREAL
Nora Gray
 The standout Italian restaurant in Griffintown



Les grandes tables de Montréal contribuent également à nourrir les liens entre la métropole et les différentes régions du Québec en étant le moteur de l'essor de producteurs de niche sophistiqués sur l'ensemble du territoire

38

NOMBRE MOYEN DE
PRODUCTEURS DE
NICHE PAR «
GRANDES TABLES »

QUELQUES PRODUCTEURS DE NICHE

NON EXHAUSTIF



Impact économique

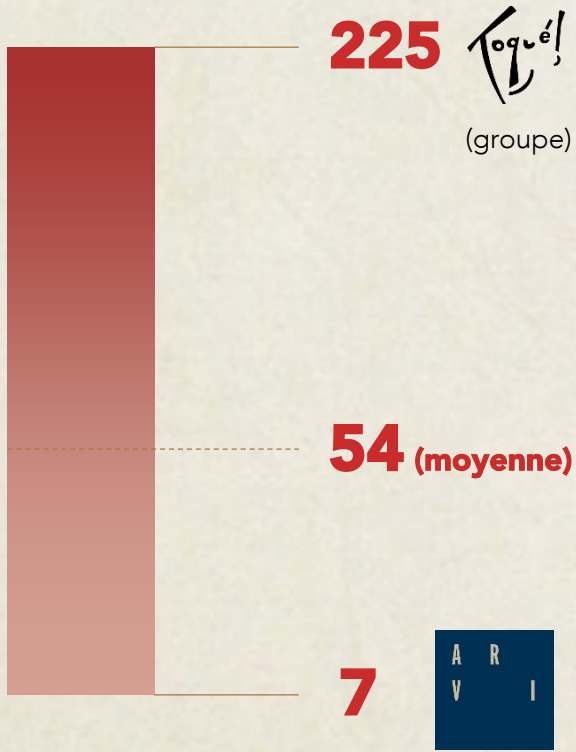
La gastronomie, un levier de croissance
pour l'économie du Québec



Parmi la cinquantaine de « grandes tables » au Québec, la taille et la configuration des équipes varient grandement

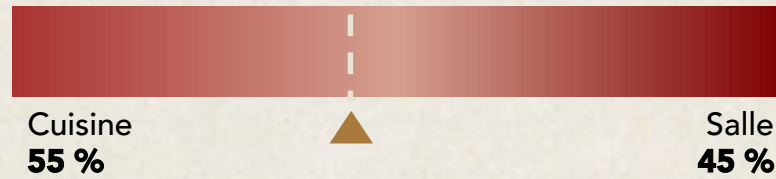
PROFIL DES « GRANDES TABLES » DU QUÉBEC
2019-2020 (ANNÉE PRÉCÉDENT LA PANDÉMIE DE COVID-19)

NOMBRE D'EMPLOYÉS



PROFILS DES EMPLOYÉS

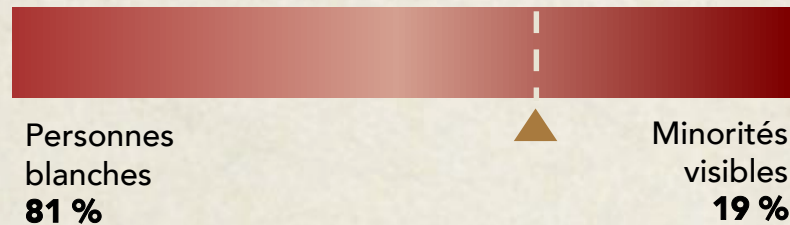
CUISINE / SALLE



HOMMES / FEMMES



DIVERSITÉ

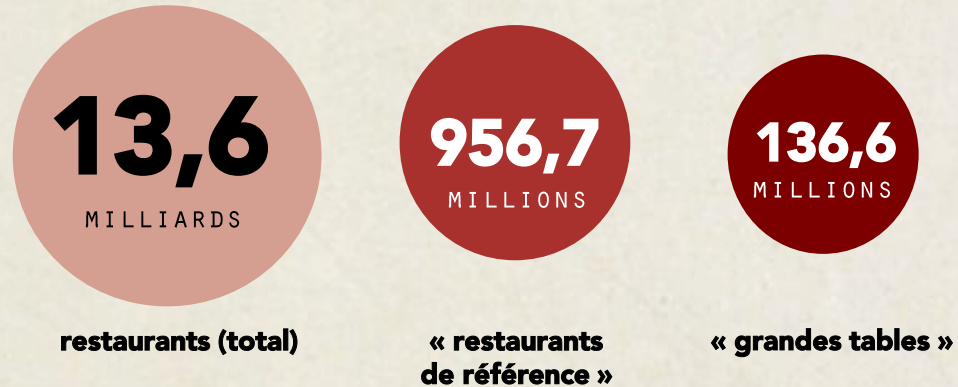


- Les « grandes tables » du Québec ont un profil étonnamment diversifié, allant du Beba (28 places) au ARVI (30 places), en passant par le Toqué! (95 places) et le Monarque (150 places)
- Au-delà de cette diversité de taille, on observe que les cuisines sont traditionnellement un « milieu d'hommes », mais également que les femmes prennent de plus en plus de place, notamment grâce au leadership de cheffes comme Helena Loureiro, Graziella Battista, Emma Cardarelli, Colombe Saint-Pierre ou Dyan Solomon, ou de sommelières comme Véronique Rivest ou Vanya Filipovic
- Contrairement à ce que l'on observe dans les grandes villes nord-américaines, où le secteur de la restauration attire les travailleurs issus de l'immigration, on ne trouve que 19 % de personnes immigrantes ou de minorités visibles (un seuil légèrement inférieur à la diversité de la population du grand Montréal, 23 %)

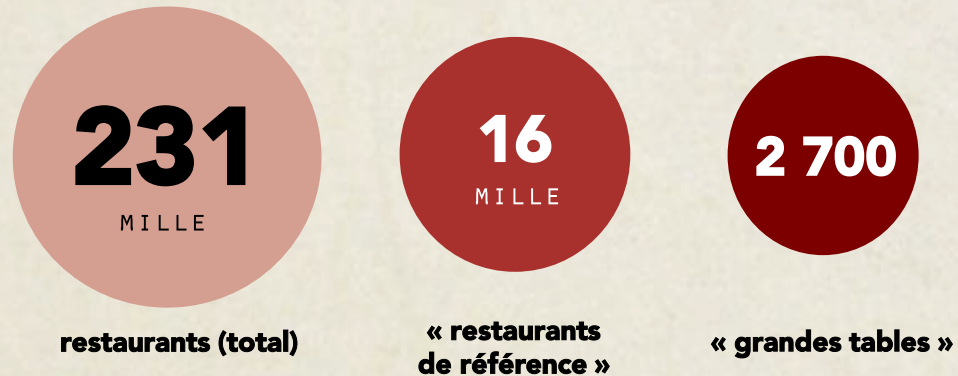
Le poids économique global des restaurants est important, tant en termes de chiffres d'affaires que d'emplois

POIDS ÉCONOMIQUE DE LA RESTAURATION AU QUÉBEC
2019

VENTES ANNUELLES, EN DOLLARS



EMPLOIS



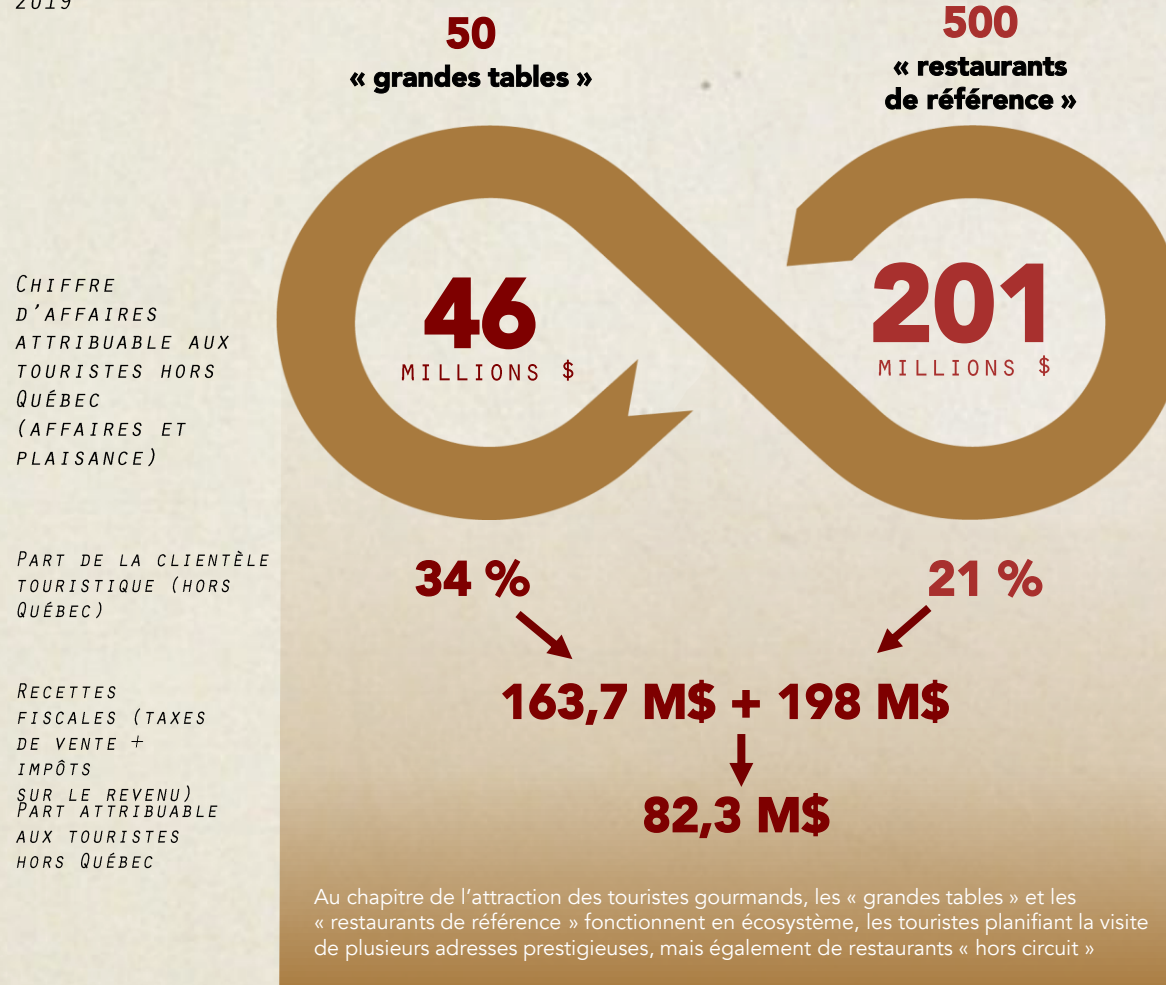
- Les « grandes tables » et les « restaurants de référence » ont des revenus combinés de **1,1 milliard de dollars** et sont la source de **18 700 emplois**
- En période normale (pré-COVID), les 50 « grandes tables » du Québec avaient des revenus moyens estimés à **2,73 millions de dollars** et des recettes **4 fois** plus élevées que la moyenne des restaurants
- Le nombre d'emplois moyen pour les « grandes tables » est **5 fois plus élevé** que la moyenne générale des restaurants, la gastronomie étant un secteur à **forte intensité de main-d'œuvre** (ratio de 1 employé pour 3 clients)



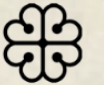
LE PERSONNEL DE L'EXPRESS (2019), RUE SAINT-DENIS À MONTRÉAL : 30 EMPLOYÉS POUR 75 PLACES

L'impact économique des « grandes tables » et des « restaurants de référence » est d'autant plus important qu'il est au cœur de l'industrie de l'accueil de Montréal et du Québec

ATTRACTION DE DEVICES HORS QUÉBEC
2019



Précisément pour Montréal :



- Le **tiers (36 %)** des touristes d'agrément à Montréal sont des touristes gourmands
- La cinquantaine de « grandes tables » et les 500 « restaurants de référence » contribuent au dynamisme de l'écosystème gastronomique, allant des grands marchés publics aux boutiques spécialisées

À titre comparatif,

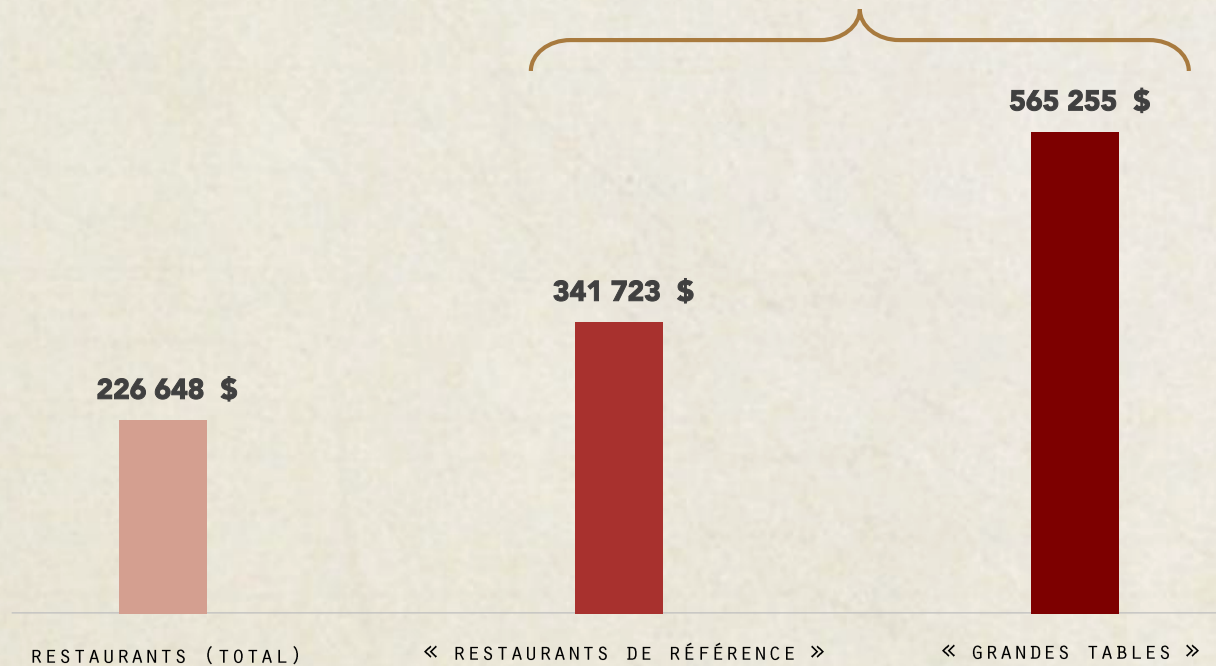
parmi les 5,9 millions de visiteurs annuels des 17 festivals membres du RÉMI, **14 %** sont des visiteurs venant de l'extérieur du Québec



En plus de leur impact économique direct et de leur rôle clé pour le secteur de l'accueil, les « grandes tables » et les « restaurants de référence » font vivre un écosystème de producteurs de niche établi dans toutes les régions du Québec

IMPACT ÉCONOMIQUE DE LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT LOCALE

DÉPENSES ANNUELLES EN PRODUITS ALIMENTAIRES PAR RESTAURANT 2019



199 M\$ / AN

dépenses totales en aliments pour l'ensemble des « grandes tables » et des « restaurants de référence », dont une partie importante vient de producteurs de niche



- On compte **~350** producteurs de niche à travers le Québec
- Une « grande table » dépense **2,5 fois** plus en aliments que le restaurant moyen
- Les dépenses annuelles en produits alimentaires des « restaurants de référence » et des « grandes tables » du Québec représentent respectivement **19 %** et **22 %** des dépenses annuelles en produits alimentaires de ces établissements; ces produits provenant principalement de producteurs de niche

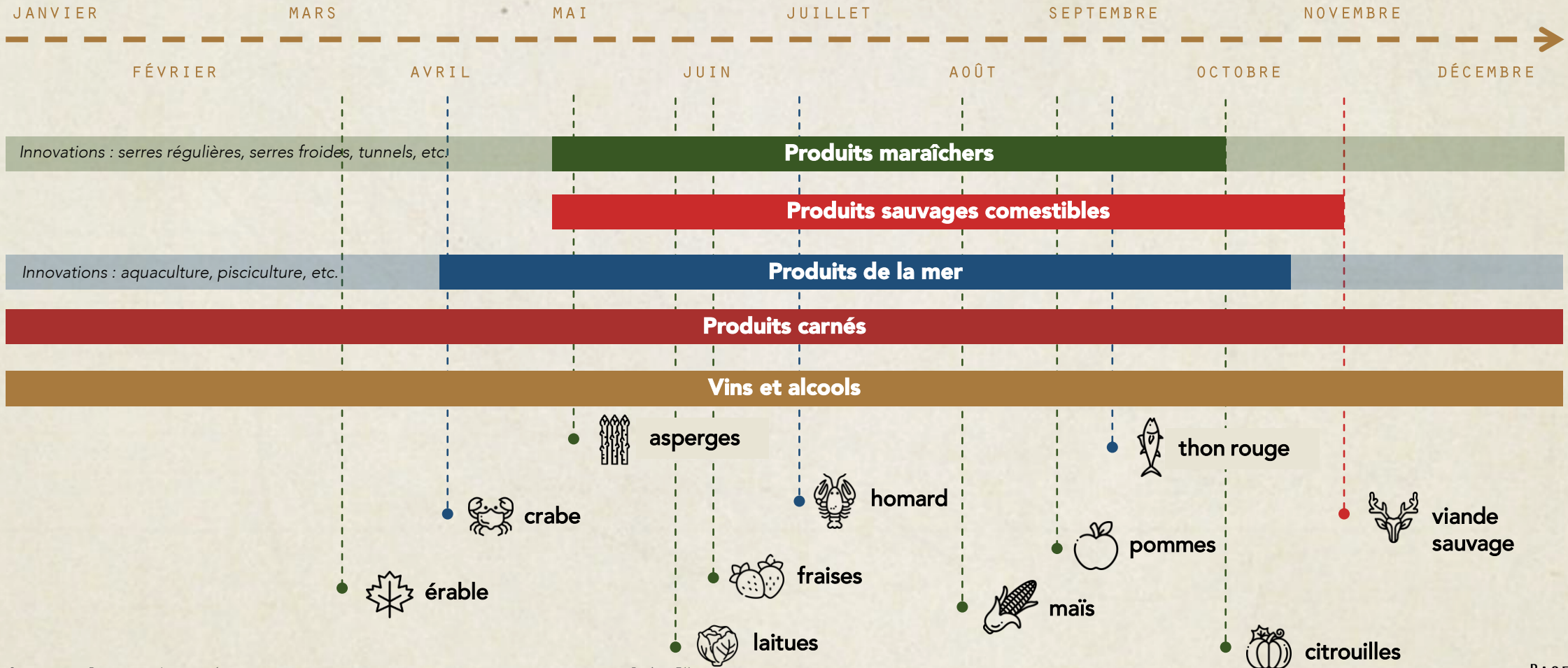
IMAGE : FERMEQUATRETEMPS SUR INSTAGRAM

SOURCE : ASSOCIATION RESTAURATION QUÉBEC, ENTREVUES, ANALYSE IDÉESFX

Ces producteurs de niche produisent en fonction d'un calendrier déterminé par l'environnement et le climat propres au Québec, calendrier appelé à s'élargir grâce à l'innovation et à la diversification de la production

CALENDRIER DE PRODUCTION DE PRODUITS DE NICHE

NON EXHAUSTIF



Les grandes adresses ont un impact structurant sur le développement de leur environnement urbain immédiat

UN LEVIER DE DÉVELOPPEMENT URBAIN

Projet Technopôle Angus

1995



- La Société de développement Angus lance en 1995 le développement de l'ancien site de la compagnie de chemins de fer Canadien Pacifique (CP) pour le transformer en quartier modèle
- Le technopôle Angus est un projet d'innovation sociale favorisant la mixité urbaine, rassemblant ainsi de nombreux organismes, entreprises, commerces de proximité et résidents

Projet Ig2, devant le Hoogan et Beaufort

2020



2015 : Marc-André Jetté ouvre le Hoogan et Beaufort au milieu de nulle part, dans un quartier qui n'est toujours pas « sur la carte » ...

... 5 ans plus tard, Ig2, l'une des grandes entreprises de publicité du Québec, annonce qu'elle déménage son siège social du centre-ville au Technopôle Angus, quartier qui est aujourd'hui dynamique par sa diversité sociale et commerciale



Cette dynamique rappelle celle des ateliers d'artistes, qui s'implantent dans des quartiers en friches pour profiter des coûts relativement faibles du pied carré, mais qui à cause de leur dynamisme stimulent le développement de l'environnement immédiat

Autres restaurants « précurseurs » dans leur environnement urbain



Limoilou

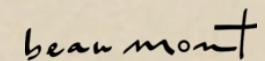


Plaza St-Hubert



BOUL. ST-LAURENT
BILK

Boul. St-Laurent – QDS



| SIGNÉ TOUQUÉ |










Parc-Extension

Les grands chefs et les restaurateurs indépendants sont également des influenceurs, l'adoption de produits par les tables reconnues étant souvent le déclencheur d'une adoption plus large par le grand public

LES RESTAURANTS COMME TREND SETTERS

LES VINS QUÉBÉCOIS

- Au début des années 2000, les vins québécois avaient encore mauvaise réputation : on les disait acides et de piètre qualité, et on accusait les vignobles de manipuler le processus de production
- Peu à peu, les vignobles ont raffiné leur art pour ainsi améliorer la qualité de leurs produits, largement destinés cependant à l'agrotourisme
- L'élément déclencheur, dans l'opinion publique, a cependant été de voir que des chefs et des restaurateurs crédibles ont ajouté des vins québécois sur leur carte
- La « sanction » des grands chefs et des restaurateurs a favorisé l'accélération de l'adoption des vins québécois par le grand public : aujourd'hui, plus de **340 vins sont offerts** à la SAQ
- Ce mouvement a d'ailleurs contribué à l'explosion des distilleries québécoises, qui offrent près de **500 spiritueux** québécois à la SAQ

VINS ROUGES	Btl
* V.D.P.D'OC 2018 VENDANGES NOCTURNES, LAURENT MIQUEL	30
* JUMILLA 2018 Monastrell, PARAJES DEL VALLE - 	33
* CAHORS 2017 Solis, COSSE-MAISONNEUVE - (500 ml - 2016) 	39
* BORDEAUX 2016 CH. TIRE PÉ - 	40
* BEAUJOLAIS-VILLAGES 2018 CHRISTOPHE PACALET - 	41
* VDF 2018 Va Te Faire Boire, Hors les murs, C. & M. MARQUET - 	41
* CÔTES DU RHÔNE 2018 P'tits Gars, L'ORATOIRE ST-MARTIN - 	42
* COTE ROANNAISE 2018 Combe, Gamay, DOM. LA ROCHETTE - 	49
* NIAGARA, PINOT NOIR 2016 Les Villages, THOMAS BACHELDER	49
* CÔTES CATALANES IGP 2018 L'Ultim, GILLES TROULLIER - 	49
* CÔTES DU RHÔNE 2018 Khayyam, MAS DE LIBIAN - 	49
* TERRE SICILIANE IGP 2019 GLOU GLOU ROSSO, ELIOS - 	50
* SAUMUR-CHAMPIGNY 2017 Encore, LA FOLIE LUCÉ - 	51
* BOURGOGNE 2017 JEAN-PHILIPPE FICHET - 	58
* VDF 2017 LA CUVÉE BISTROT DE PUY ARNAUD - 	58
* DOURO, VINO TINTO 2016 LEGITIMO, CONCEITO	58
* RÉGNIÉ 2018 Grain & Granit, J-PAUL & CHARLY THÉVENET - 	59
* SILICE 2015 SILICE VITICULTORES	60
* MAGOG, FRANGIN 2019 PINARD & FILLES - 	60
* ST-NICOLAS-DE-BOURGUEIL 2015 Dionysos, DOM. DU MORTIEF	61
* TERRASSES DU LARZAC 2017 DOM. DE LA RÉSERVE D'O - 	62
* BOURGUEIL 2014 Bretèche, DOMAINE DE LA CHEVALERIE	62



La carte des vins de l'Express, l'une des plus réputées à Montréal, fait aujourd'hui place au **Pinard et Filles**, qui figure parmi des vins français et italiens de renom

AUTRE EXEMPLE...



En 2010, le Toqué! a commencé à servir du **thon rouge provenant de la Gaspésie**, une pêche qui était alors destinée pratiquement en quasi-totalité à l'exportation. Ce geste a fait boule de neige, tant et si bien que La Cage, une chaîne de brasserie sportive, a annoncé en 2020 qu'elle ajouterait le produit sur sa carte.



La gastronomie contribue à la vitalité et à l'esprit de « joie de vivre » qui distinguent Montréal et le Québec dans le paysage nord-américain

LA GASTRONOMIE AU CŒUR DE LA VITALITÉ DE NOS COMMUNAUTÉS

LES ÉVÉNEMENTS GASTRONOMIQUES

+70

ÉVÉNEMENTS LIÉS À L'AGROTOURISME, AUX ARTS CULINAIRES ET À LA GASTRONOMIE PARTOUT AU QUÉBEC



LE FESTIVAL
YULEAT



MONTRÉAL EN LUMIÈRE

Lancé en 2000, le festival Montréal en lumière rassemble dans la métropole des chefs du monde entier pour faire rayonner la culture culinaire québécoise et ses artisans. Pendant trois semaines, Montréal en lumière offre également aux Montréalais des activités extérieures dans le Quartier des spectacles.

LES CAMIONS DE CUISINE DE RUE

~50

CAMIONS DE CUISINE DE RUE À MONTRÉAL (2018)

- L'Association des restaurateurs de rue du Québec (ARRQ), qui compte une **cinquantaine de membres**, favorise la restauration de rue à travers le Québec en organisant notamment des événements
- À Montréal, les Premiers vendredis du mois rassemblent, de mai à octobre, **plus de 50** camions sur l'esplanade du Stade olympique et ses quelque 3 000 places assises



Défis liés à l'environnement d'affaires et impacts de la COVID-19

La pandémie, une crise qui a ébranlé le capital
gastronomique du Québec



Le secteur de la gastronomie québécoise fait face à plusieurs défis structurels, défis qui ont été exacerbés par la pandémie de COVID-19 et les mesures sanitaires mises en place

DÉFIS



Attraction du talent et valorisation des métiers de bouche



Fragilité des chaînes d'approvisionnement de produits de niche



Contraintes liées au modèle d'affaires



Absence de mécanisme de concertation et de représentation



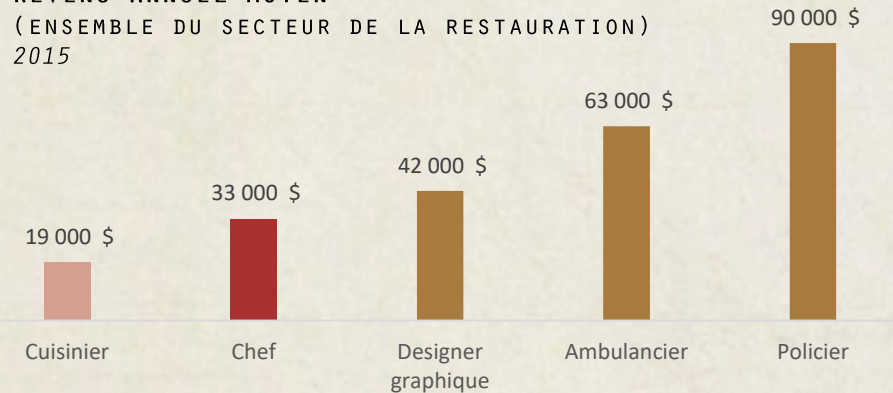


La demande croissante d'employés en cuisine ainsi que les salaires bas et les conditions de travail exigeantes ont entraîné une pénurie de main-d'œuvre qui touche précisément la gastronomie, où les métiers sont surspécialisés

ÉTAT DES LIEUX PRÉ-COVID AU QUÉBEC

REVENU ANNUEL MOYEN

(ENSEMBLE DU SECTEUR DE LA RESTAURATION)
2015



- Les salaires du personnel de cuisine ne sont pas attrayants par rapport à d'autres secteurs exigeant un niveau d'éducation comparable
- Ces conditions de travail propres à la gastronomie sont exigeantes : travail en soirée et les fins de semaine, charge de travail, travail sous haute pression
- Le service est largement considéré comme un « emploi étudiant » ou « tremplin » et manque de valorisation

PERSONNES EN EMPLOI (ENSEMBLE DU SECTEUR DE LA RESTAURATION)

	2015	2018	VARIATION
CHEFS	7 973	9 000	12,9 % ↗
CUISINIERS	48 100	64 000	33,1 % ↗

Bien qu'on ait observé une hausse marquée du nombre d'emplois pourvus en cuisine ces dernières années, il y a pénurie de main-d'œuvre, le secteur étant au 5^e rang des secteurs comptant le plus de postes vacants au Québec en 2019

1 finissant **pour** **3** emplois

En 2019, 1 800 finissants en cuisine sont arrivés sur le marché du travail alors que plus de 6 000 emplois étaient offerts dans le secteur

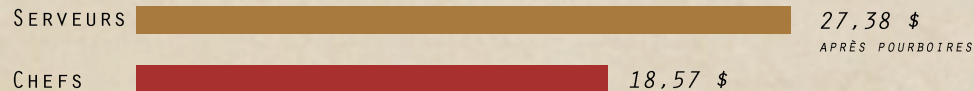


Une source de tension majeure propre au secteur de la gastronomie est la complexité réglementaire liée au partage des pourboires, perçue comme source d'iniquité entre le personnel de salle et de cuisine

LA CRISE D'ÉQUITÉ SALARIALE CUISINE / SERVICE

- Au Québec, la *Loi sur les normes du travail* prévoit qu'un employeur en restauration n'a pas le droit d'imposer un partage des pourboires, et qu'il revient aux serveurs de choisir s'ils partagent ceux-ci
- Cette situation est décrite par plusieurs propriétaires de restaurants, qui ne sont pas en position d'établir des conditions d'équité entre la salle et les cuisines
- Cet enjeu est perçu comme l'un des principaux freins à l'attractivité des employés en cuisine

SALAIRE HORAIRE MOYEN, AU QUÉBEC
2016

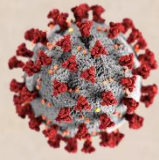


L'Ontario a modifié la loi en 2016 pour permettre au propriétaire d'un restaurant de retenir une partie des pourboires afin de redistribuer celle-ci entre l'ensemble des employés



ARVI est l'un des restaurants vedettes de Québec, ouvert en 2018

Soucieux de créer un environnement équitable et conscient des contraintes législatives, le chef propriétaire Julien Masia a carrément éliminé la distinction salle / cuisine en construisant sa cuisine en plein milieu du restaurant, puis en demandant à ses cuisiniers de servir leurs plats et à son personnel de service de participer au montage des assiettes



La crise de la COVID-19 et la fermeture subséquente des restaurants se sont traduites par une baisse considérable du nombre d'inscriptions dans les écoles de cuisine, en plus de démobiliser une grande part du personnel de cuisine

UNE CRISE ANTICIPÉE DU TALENT EN CUISINE

22 %

Proportion du personnel de cuisine dans le secteur de la gastronomie qui aura vraisemblablement quitté le secteur pour se réorienter professionnellement

33 %

Baisse du nombre d'inscriptions en tourisme à l'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec depuis le début de la pandémie

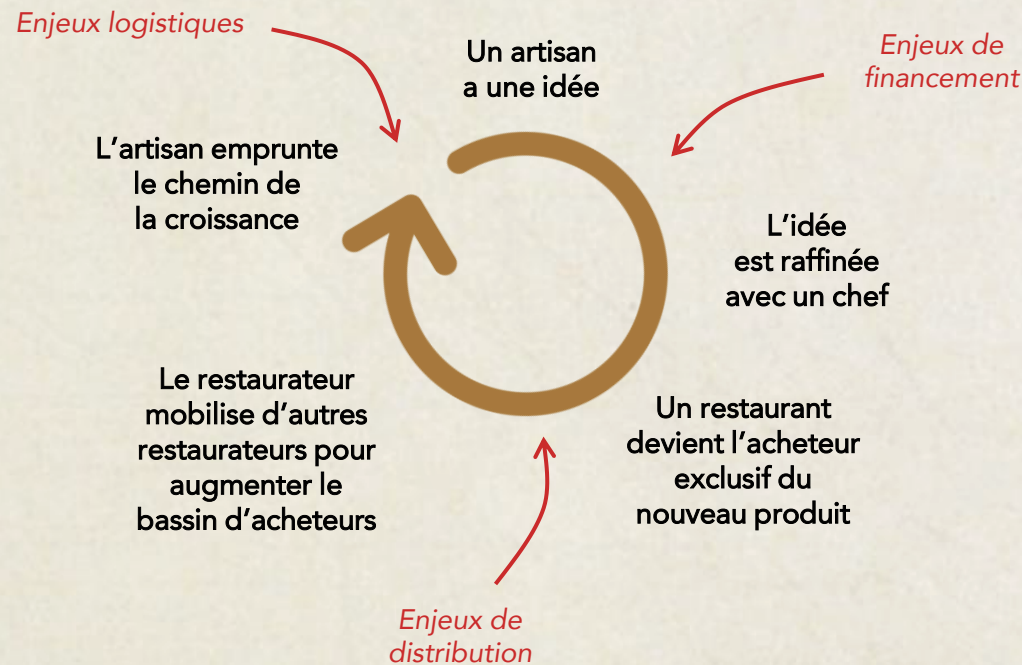
- La fermeture prolongée des restaurants et la complexité liée à la transformation de restaurants haut de gamme en vue d'offrir une formule « à emporter » ou « à livrer » a obligé plusieurs restaurateurs à se départir d'une partie ou de la totalité de leur personnel de cuisine
- L'incertitude liée à la réouverture a poussé une partie importante du personnel de cuisine à se réorienter professionnellement, si bien qu'aujourd'hui on estime que **22 %** du personnel de cuisine formé a quitté de façon définitive le secteur de la restauration haut de gamme
- On observe en parallèle une chute importante du nombre d'inscriptions dans les écoles de formation; par ex., l'ITHQ a connu une diminution de **11 %** du nombre d'inscriptions dans le programme de gestion de restauration et de **72 %** dans le programme de formation internationale en service et sommellerie
- À cela s'ajoutent des difficultés liées à l'obtention de permis pour accueillir des stagiaires étrangers





Alors que la gastronomie et le développement des produits du terroir sont deux facettes d'un même mouvement, il est frappant de voir qu'au Québec, l'offre de produits de niche s'est historiquement développée de façon artisanale, sans appui autre que celui de restaurateurs

DÉVELOPPEMENT DE LA PRODUCTION DE NICHE



Quelques produits phares développés avec cette dynamique

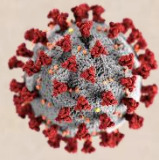
cerf de Boileau · thon de l'estuaire du Saint-Laurent · oxalis · sel de mer du Québec · argousier · essence de mélilot · huîtres du Saint-Laurent · noix de noyer noir

LA FERME BIO ROUSSEAU SAINT-GABRIEL-DE-RIMOUSKI

PRODUCTEUR D'AGNEAUX ET DE PORCS CERTIFIÉS BIOLOGIQUES DEPUIS 2000



- La Ferme Bio Rousseau est aujourd'hui reconnue comme l'un des meilleurs éleveurs de porcs et d'agneaux biologiques du Québec
- Bio Rousseau a développé son expertise en élevage biologique avec une poignée de chefs, en particulier Colombe St-Pierre : « au début, la viande était coriace; nous avons travaillé avec l'éleveur pour raffiner le produit par essais et erreurs, avec le résultat qu'on connaît aujourd'hui »
- Bio Rousseau a poursuivi sa croissance, notamment grâce à la demande générée par l'endossement de Normand Laprise du groupe Toqué!
- Aujourd'hui, Bio Rousseau sert les plus grandes tables du Québec (Laurie Raphaël, Bouillon Bilk, Graziella, Au Pied de Cochon) de même que des boucheries spécialisées



La crise de la COVID a ébranlé le réseau de produits de niche et aura vraisemblablement des conséquences majeures, tant à court qu'à moyen terme

IMPACT DE LA COVID-19

AVANT COVID

Plusieurs producteurs de niche vendent leur production exclusivement aux restaurateurs

DURANT LA CRISE

Pertes financières majeures

Diversification des acheteurs (boucheries spécialisées, marchés publics, etc.)

APRÈS COVID

Faillite

Offre diminuée pour les restaurateurs

Les chefs et les restaurateurs pourraient faire face à une **réduction de 25 % à 35 % de l'offre** de produits de niche au sortir de la pandémie

À l'affaiblissement appréhendé du réseau de producteurs de niche s'ajoute un autre défi de taille, soit l'incertitude liée au transport de fret par avions et autobus de passagers

LE DEVOIR



Air Canada interrompt 30 lignes régionales, dont huit au Québec

leSoleil



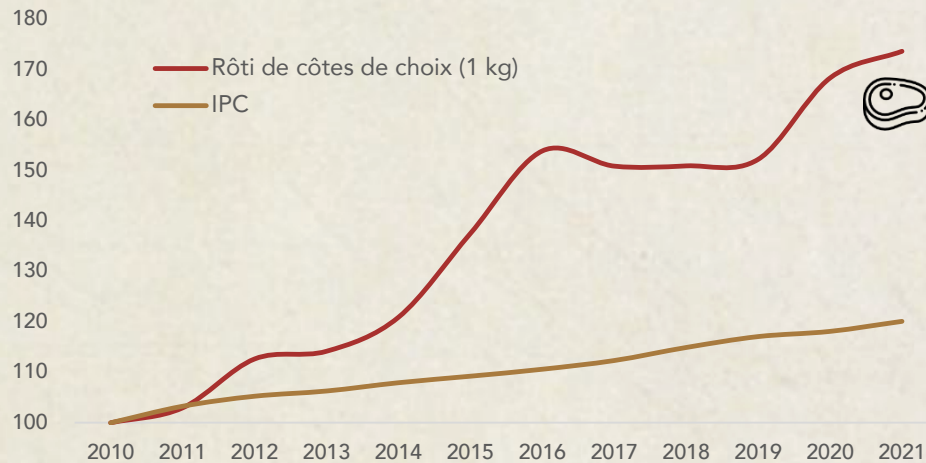
Retrait d'Orléans Express en Gaspésie: «On revient 70 ans en arrière»



La gastronomie et son modèle d'approvisionnement « sans compromis sur la qualité » limite le potentiel de compression des dépenses, d'autant plus que le secteur évolue dans un environnement inflationniste et dans un cadre très réglementé

UN ENVIRONNEMENT INFLATIONNISTE

ÉVOLUTION DES PRIX AU CANADA
2010 = 100



3x

Augmentation du prix d'une caisse de crabe des neiges de 10 lbs en 10 ans

IMAGE : MAE MU SUR UNSPLASH

SOURCE : STATISTIQUE CANADA, ENTREVUES, RECHERCHE DOCUMENTAIRE, ANALYSE IDÉESFX

UN CADRE RÉGLEMENTÉ

Budget d'approvisionnement en alcool incompressible

- Les restaurateurs n'ont droit à aucun rabais de volume pour l'achat d'alcool
- Les restaurateurs sont généralement exclus des promotions de la SAQ



AUTRES CONTRAINTES RÉGLEMENTAIRES

- Les restaurants sont des commerces hautement réglementés (par ex., hygiène, salubrité, viande sauvage ou vieillie, etc.)
- Au niveau municipal, la réglementation locale manque d'uniformité; par ex., à Montréal, les règles entourant l'aménagement de terrasses sur le domaine public changent d'un arrondissement à l'autre
 - Plateau : 15 avril ou 15 mai
 - Ville-Marie : inconnu
 - Sud-Ouest : 15 avril
 - Rosemont : 1er mai





Et alors que les dépenses sont pratiquement incompressibles, le potentiel de croissance des revenus est limité par le faible pouvoir d'achat relatif de Montréal et du Québec par rapport à d'autres destinations gastronomiques

PRIX DES MENUS DÉGUSTATION DE GRANDES TABLES AUTOUR DU MONDE
PRIX EN DOLLARS CAD EN DATE DU 1^{ER} AVRIL 2021



Montréal offre l'un des « menus dégustation » les moins chers parmi les grandes destinations gastronomiques du monde, ce qui n'est pas étranger au fait, d'une part, que le pouvoir d'achat est moindre qu'ailleurs, et d'autre part, que la richesse y est moins concentrée

« Notre clientèle ne cesse de comparer le prix d'une assiette à ce qu'ils voient en épicerie : il faut sans cesse faire de l'éducation pour expliquer toute l'infrastructure physique et humaine nécessaire à la construction de l'assiette qu'ils dégustent. »

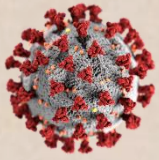
Marc-André Jetté, Hoogan et Beaufort

« Le manque d'élasticité des prix nous oblige constamment à trouver de nouvelles stratégies pour offrir des produits qui seraient sinon inaccessibles, par exemple en utilisant le portionnage « à la japonaise » pour les poissons. »

Charles-Antoine Crête, Montréal Plaza

« C'est frappant de voir la différence entre le pouvoir d'achat de notre clientèle américaine par rapport à notre clientèle montréalaise. »

Antonin Mousseau-Rivard, Le Mousso



La crise de la COVID-19 et les mesures sanitaires subséquentes se sont traduites par la fermeture des salles des restaurants et la chute conséquente des revenus, malgré les mesures d'atténuation mises en place par les restaurateurs

IMPACT DES MESURES SANITAIRES SUR LE SECTEUR DE LA GASTRONOMIE

NOMBRE DE JOURS OÙ
LES SALLES ONT ÉTÉ
FERMÉES

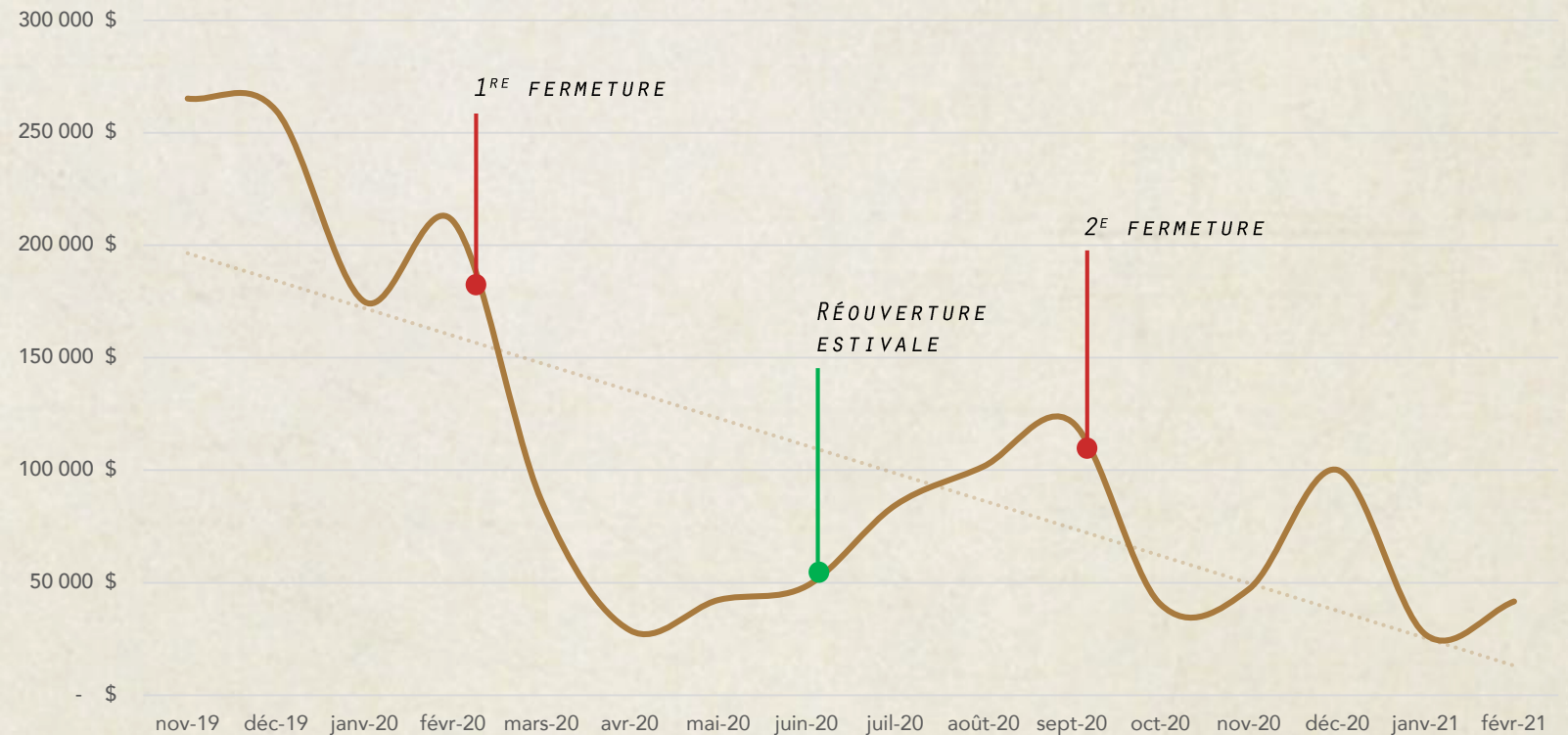
Du 14 MARS 2020 AU 1^{ER} MAI
2021
À MONTRÉAL

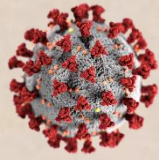
314 jours

À QUÉBEC

289 jours

MOYENNE DES VENTES TOTALES PAR « GRANDE TABLE » (EN SALLE, POUR EMPORTER ET LIVRAISON)
DONNÉES MENSUELLES AVANT TAXES
N = 17





La crise de la COVID aura notamment fait manquer de grands rendez-vous lucratifs au secteur de la gastronomie

IMPACT DES MESURES SANITAIRES SUR LE SECTEUR DE LA GASTRONOMIE, EN PÉRIODE ACHALANDÉE

MOYENNES DES VENTES DES « GRANDES TABLES » REVENUS MENSUELS AVANT TAXES



NOËL

DÉCEMBRE 2019

259 900\$



DÉCEMBRE 2020

100 200 \$

↘ - 61,5 %



SAINT-VALENTIN

FÉVRIER 2020

210 800\$



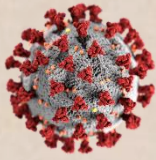
FÉVRIER 2021

41 700 \$

↘ - 80,2 %

- Face à la fermeture prolongée de leurs salles, les restaurateurs ont adopté différentes approches d'affaires
- Le modèle dominant a été de préparer des repas pour emporter, allant de « prêt à assembler » au « prêt à servir »
- Cette transition rapide est, la plupart du temps, temporaire puisqu'à défaut d'avoir une cuisine indépendante de préparation ou un service traiteur, la très grande majorité des grandes tables ne peuvent pas exploiter simultanément un service « pour emporter » et une salle
- La crise de la COVID a malgré tout entraîné des pertes de revenu importantes : les recettes de la période de Noël de 2020 représentaient moins de la moitié de celles du Noël précédent, et celles la période de la Saint-Valentin, moins du quart de celles enregistrées l'année précédente.

À noter : pratiquement aucune « grande table » n'a utilisé un service de livraison sur une base régulière, l'offre et le modèle d'affaires des grandes adresses ne cadrant pas avec ce concept

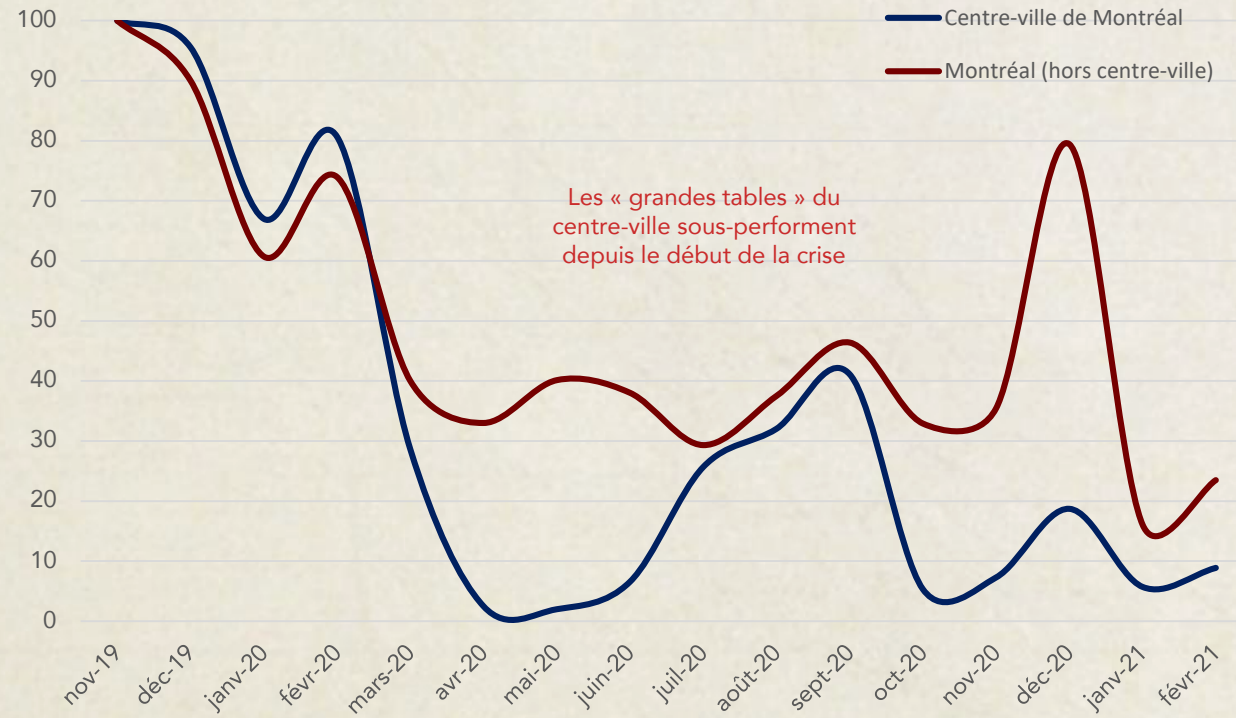


L'impact des mesures sanitaires a été particulièrement important sur les « grandes tables » situées au centre-ville de Montréal

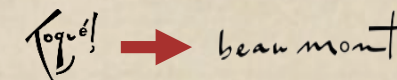
IMPACT DES MESURES SANITAIRES SUR LE SECTEUR DE LA GASTRONOMIE, POUR LES TABLES DU CENTRE-VILLE

MOYENNE DES VENTES MENSUELLES PAR « GRANDE TABLE » (EN SALLE, POUR EMPORTER ET LIVRAISON)

NOVEMBRE 2019 = 100



- Le centre-ville de Montréal est l'un des centres-villes les plus animés en Amérique du Nord; dans le grand Montréal, il est l'épicentre non seulement des affaires, mais aussi de l'éducation supérieure, des arts, des grands événements, du magasinage et du tourisme
- Avant la pandémie, le centre-ville était fréquenté sur une base quotidienne par **~300 000 travailleurs**, **~100 000 étudiants** et, sur une base annuelle, **11 millions de touristes**, dont plusieurs **touristes d'affaires**
- Le télétravail, la fermeture des salles de spectacle et l'interdiction des voyages internationaux a pratiquement éliminé le bassin de clientèle traditionnel des grands restaurants
- De plus, les restaurants du centre-ville semblent avoir eu plus de difficulté à convertir leur infrastructure pour s'adapter au marché du « pour emporter », plus accessible aux restaurants de quartier



Le groupe Toqué! a par exemple pris la décision de fermer le Toqué!, place Jean-Paul-Riopelle dans le Quartier international, pour concentrer son offre « pour emporter » au Beau Mont, dans Parc-Extension, à proximité de Mont-Royal et d'Outremont



Bien qu'il repose sur un esprit de camaraderie, le secteur de la gastronomie n'est ni organisé ni représenté, ce qui freine son essor

UN SECTEUR DÉSORGANISÉ



ASSOCIATION
RESTAURATION
QUÉBEC

- L'Association Restauration Québec a pour mission de représenter tous les établissements de restauration membres à travers le Québec
- Aucune organisation ne regroupe les chefs et les restaurateurs indépendants et les particularités de leur secteur
- La majorité des investissements publics destinés à développer le secteur de la gastronomie et l'écosystème parallèle des producteurs de niche se font conséquemment sans que les chefs et les restaurateurs indépendants interviennent
- Le développement du secteur de la gastronomie à Montréal et au Québec se fait donc de façon essentiellement organique, sans appui ni concertation

La crise de la COVID-19 a démontré les conséquences de ce manque de concertation.

L'une des grandes victoires du secteur de la restauration aura par exemple été l'imposition d'un plafond aux frais de livraison exigés par les entreprises spécialisées...

Uber Eats

SKIP^{THE}
DISHES

... or, pratiquement aucune « grande table » n'utilise ces services de livraison, et la majorité des chefs et restaurateurs indépendants n'ont pas l'intention ni la capacité de continuer à offrir du « pour emporter » une fois la situation revenue à la normale.

Feuille de route

La gastronomie québécoise, un secteur à haut potentiel pour l'économie, la culture et le rayonnement du Québec



La relance puis l'essor à long terme du secteur de la gastronomie québécoise passe par la mobilisation et le travail concerté autour de 6 chantiers

6 CHANTIERS DE LA GASTRONOMIE QUÉBÉCOISE

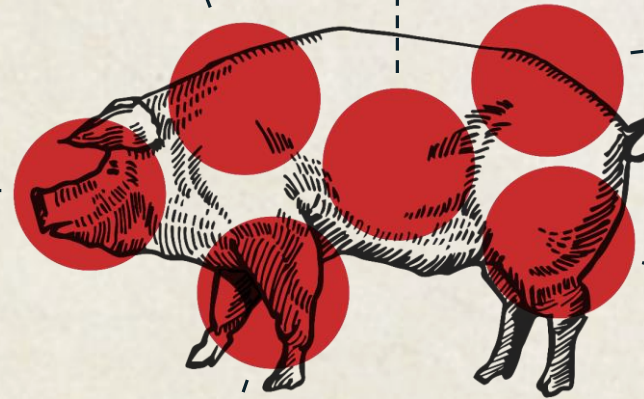
Valoriser les **métiers** associés à la gastronomie et améliorer les conditions de travail pour assurer une relève dans le secteur

Appuyer le développement des **producteurs de niche** en facilitant le financement et en simplifiant la logistique, puis en structurant les relations avec les chefs et restaurateurs indépendants

PRÉLIMINAIRE

À développer dans un exercice de planification stratégique

Augmenter le rayonnement international de la gastronomie québécoise



Structurer et financer la **recherche et développement** dans le secteur de la gastronomie pour favoriser l'innovation








Démocratiser l'accessibilité de la gastronomie québécoise

Simplifier l'accès au **financement** pour les projets sectoriels structurants

LES 6 CHANTIERS DE LA GASTRONOMIE QUÉBÉCOISE EXIGENT LA MISE EN PLACE D'UN REGROUPEMENT SECTORIEL

Au Québec, on observe 4 grands modèles de regroupements sectoriels

DIFFÉRENTES FORMES DE REGROUPEMENTS SECTORIELS

MODÈLE	RAISON D'ÊTRE	PRINCIPIALES FONCTIONS	EXEMPLES
ASSOCIATION	Lobby	<ul style="list-style-type: none"> Défendre les intérêts des membres (lobby) auprès des gouvernements Être le porte-parole des membres auprès des médias 	
ALLIANCE	Normes	<ul style="list-style-type: none"> Établir de nouvelles normes pour faire évoluer un secteur ou un sous-secteur Coaliser des intervenants afin de créer des synergies 	 
COMMUNAUTÉ DE PRATIQUE	Concertation	<ul style="list-style-type: none"> Répondre à des besoins particuliers d'intervenants dans un même secteur Faire évoluer les façons de faire sur des thématiques particulières 	 
GRAPPE	Développement économique	<ul style="list-style-type: none"> Définir et documenter les enjeux propres à un secteur stratégique Stimuler la compétitivité des entreprises et mettre en œuvre des projets pour augmenter l'investissement dans le secteur Maximiser les collaborations 	 

Le véhicule de mobilisation proposé pour le secteur de la gastronomie est un hybride entre une grappe, une alliance et une communauté de pratique

LE VÉHICULE PROPOSÉ

Collectif de la
gastronomie
Québécoise
(nom de projet)

QUI

- regroupera les « grandes tables » et les « restaurants de référence » sur une base volontaire et sur invitation
- exercera une influence positive sur le secteur en exigeant que les membres adhèrent à certaines valeurs fondamentales

QUOI

- aura comme mission le développement de la gastronomie et son rayonnement à l'échelle locale, partout au Québec
- visera à accroître le rayonnement international et l'accroissement des revenus internationaux, notamment en positionnant Montréal comme l'une des capitales gastronomiques d'Amérique du Nord

COMMENT

- aura la force d'une grappe industrielle, mais l'agilité d'une alliance
- travaillera en partenariat avec l'ensemble des acteurs de l'écosystème, notamment les producteurs de niche, les intervenants du secteur de l'accueil et les gouvernements

Le Collectif de la gastronomie québécoise (nom de projet) aura comme mission d'accélérer l'évolution et le développement du secteur de la gastronomie et de la production de niche en misant sur la mobilisation et les partenariats pour mettre en œuvre des projets à valeur ajoutée

LA MISSION

Accélérer le développement du secteur de la gastronomie et de la production de niche au Québec

L'ASPIRATION

Démocratiser la gastronomie pour qu'elle soit largement épousée par le grand public et positionner le Québec comme une destination gastronomique incontournable en Amérique du Nord

À développer dans le cadre de l'exercice de planification stratégique (an 1)

LES MESURES DE SUCCÈS

D'ici 2026 ...

- On comptera 1 000 « restaurants de référence » au Québec
- On comptera 500 producteurs de niche au Québec
- Le salaire moyen du personnel de cuisine dans le secteur de la gastronomie aura rattrapé celui de métiers équivalents
- Montréal figurera dans les palmarès internationaux des meilleures destinations culinaires

L'internationalisation du projet sera faite en partenariat et en adéquation avec les activités des organismes dont il s'agit de la mission première, à commencer par Tourisme Montréal

**TOURISME /
MONTREAL**

Le Collectif regroupera, sur une base volontaire et sur invitation, les chefs et les restaurateurs indépendants qui font activement progresser la gastronomie du Québec

STRATÉGIE D'ADHÉSION

COURT TERME

0 - 6 MOIS



Formation d'un « groupe noyau » composé de chefs et de restaurateurs indépendants unis par la volonté de faire progresser le secteur de la gastronomie au Québec

MOYEN TERME

6 - 18 MOIS



Élargissement du « groupe noyau » à l'aide d'un système de référencement, c.-à-d. que trois membres reçus devront apporter leur soutien à chaque nouveau membre

LONG TERME

18 MOIS - ...

Mise sur pied de sous-structures, par exemple des sections régionales ou des comités de relève

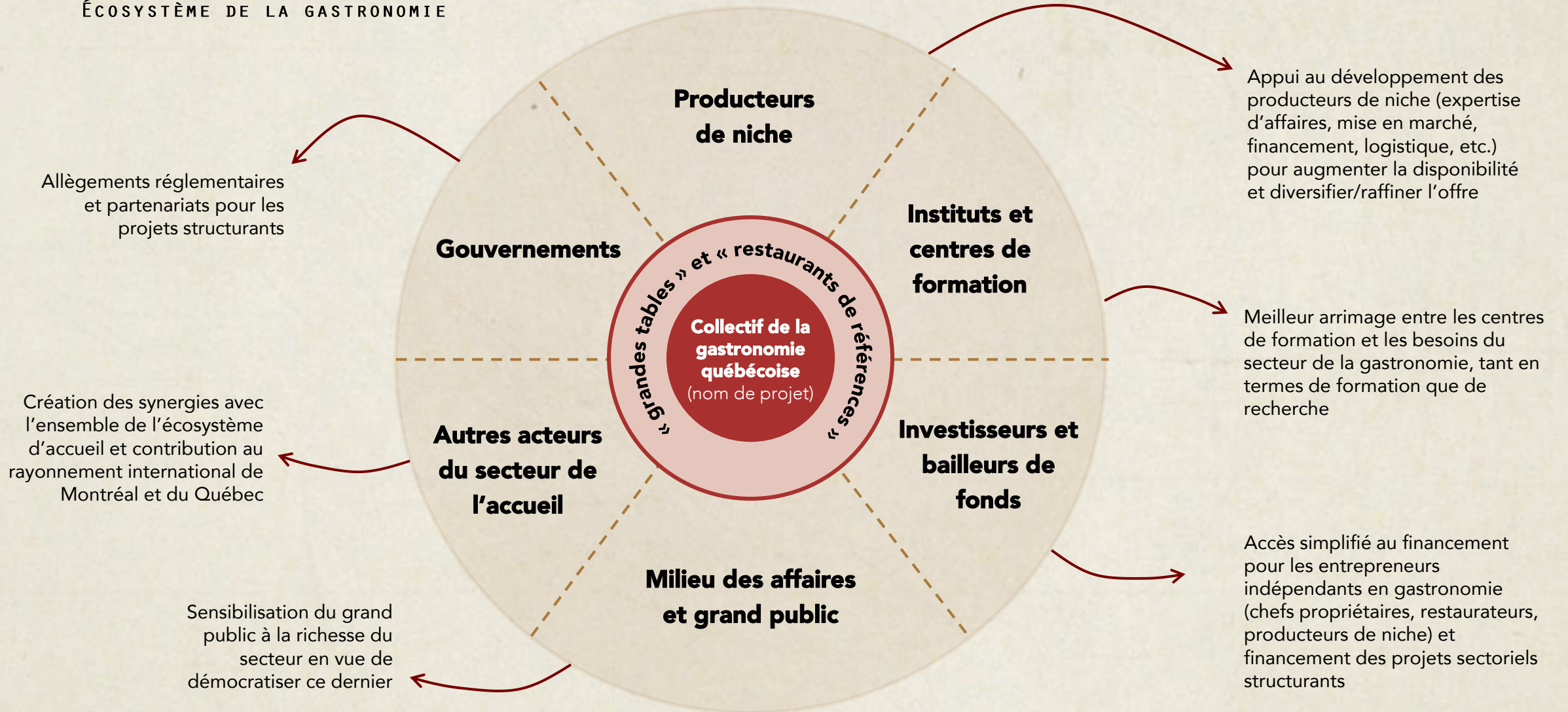
Les membres du Collectif répondront aux critères (à définir) et partageront certaines valeurs communes et, notamment

- L'importance et le respect accordés aux producteurs de niche
- La reconnaissance de l'importance de la gastronomie pour le développement de la culture québécoise et de son économie
- L'adhésion à une démarche authentique, rigoureuse et éthique
- L'ouverture à l'évolution du secteur, notamment en termes de contribution de la diversité, sous toutes ses formes
- Le respect de l'environnement et des notions de développement durable

À peaufiner à « l'an 1 »

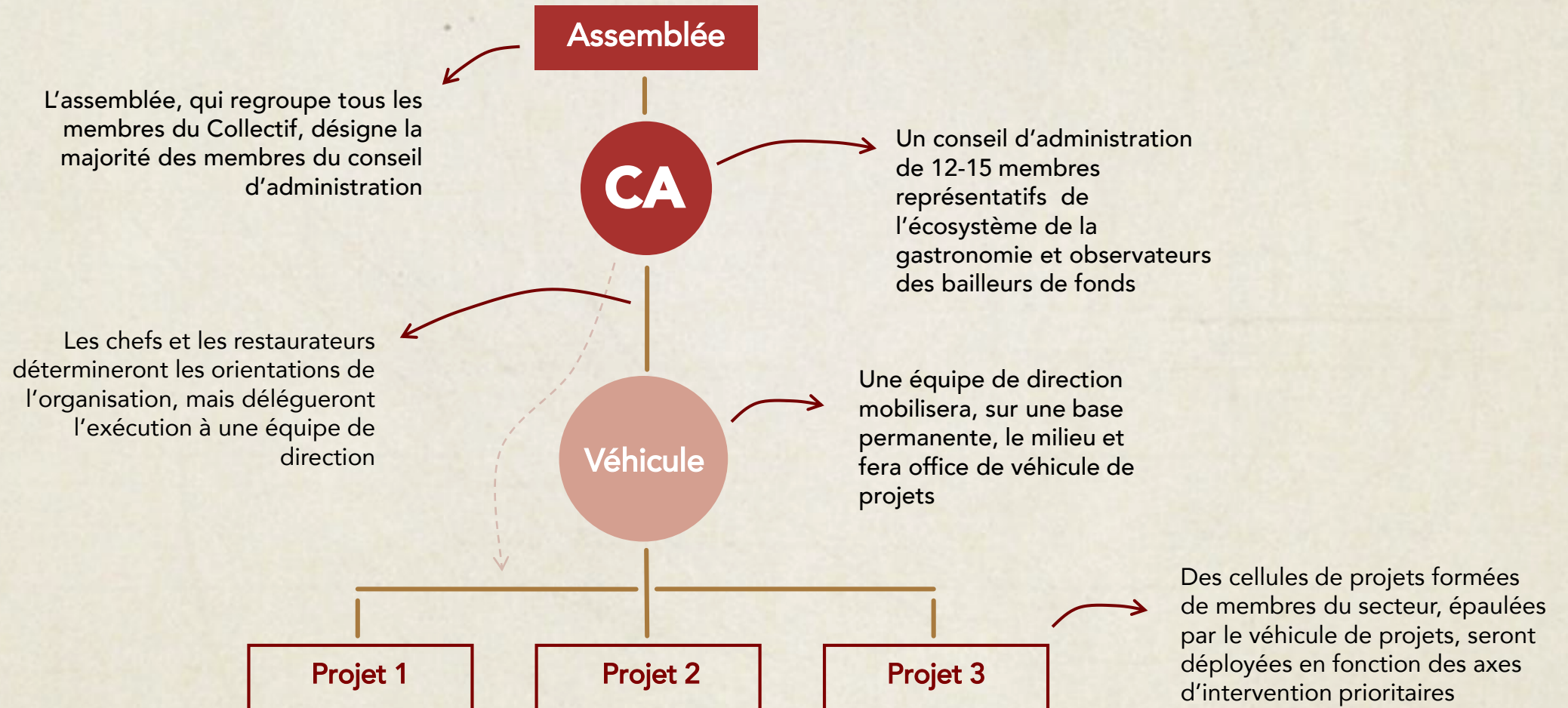
Le Collectif cherchera à mobiliser et à établir des partenariats avec l'ensemble des parties prenantes pertinentes

ÉCOSYSTÈME DE LA GASTRONOMIE



Le Collectif de la gastronomie québécoise (nom de projet) sera incorporée sous la forme d'un OBNL, dont les orientations seront déterminées par les leaders et les « amis » du secteur

STRUCTURE DE GOUVERNANCE



Durant l'an 1, la priorité sera de mettre sur pied la structure de gouvernance et le véhicule de projets, en plus de lancer la mobilisation de l'écosystème ainsi qu'un projet démonstratif

PRIORITÉS, AN 1

1

Organiser le Collectif, élaborer son plan stratégique, structurer et doter son véhicule de projets

2

Cartographier l'écosystème gastronomique et établir la structure d'adhésion

3

Tester le modèle préliminaire en lançant un projet démonstratif

4

Établir des relations avec les parties prenantes

DÉTAILS

- Incorporer le Collectif en tant qu'OBNL
 - Définir les statuts et règlements de l'OBNL et doter celle-ci d'une structure juridique
 - Organiser une première assemblée pour fonder le Collectif, élire le CA et adopter les statuts et règlements
 - Mettre sur pied la structure du véhicule de projets (fonctions et personnel)
 - Élaborer le plan stratégique du Collectif sur cinq ans (2022 – 2027)
-
- Répertorier et cartographier les « grandes tables », les « restaurants de référence » et les principaux producteurs de niche à l'échelle du Québec
 - Effectuer une tournée préliminaire du Québec (centres urbains et régions) pour rencontrer et mobiliser les principaux acteurs de l'écosystème de la gastronomie
 - Lancer la stratégie d'adhésion à court et moyen terme
-
- Lancer un projet démonstratif de développement visant la mobilisation et le rassemblement du secteur, durement touché par la pandémie
-
- Établir des relations de partenariat avec les gouvernements et les acteurs clés (par ex., centres de formation) et stimuler le lancement de chantiers connexes (par ex., une table sur l'équité des salaires en salle/cuisine)

Le budget (an 1)

DÉPENSES

Mise sur pied et dotation du collectif	500 000 \$
Élaboration du plan stratégique	75 000 \$
Projet démonstratif n° 1	225 000 \$
Total	800 000 \$

REVENUS

Gouvernement du Québec	500 000 \$
Ville de Montréal ou CMM	200 000 \$
Autre partenaire	100 000 \$
Secteur de la gastronomie et de l'accueil	0 \$
Total	800 000 \$

BUDGET PRÉVISIONNEL SUR 5 ANS

ANNÉE	2021 - 2022	2022 - 2023	2023 - 2024	2024 - 2025	2025 - 2026
MONTANT	800 000 \$	1,2 M\$	3 M\$	3 M\$	3 M\$

La croissance du budget sera stimulée par le lancement de projets structurants sous une formule d'autofinancement

Les chefs et les restaurateurs seront libres de contribution pour les trois premières années compte tenu des pertes de revenu encourues durant la pandémie

Annexe

Personnes consultées



Personnes consultées

Jérémie Bastien

Chef propriétaire, Monarque

Marc Beaudin

Copropriétaire, Au Pied de Cochon

Emma Cardarelli

Cheffe propriétaire, Nora Gray

Charles-Antoine Crête

Chef propriétaire, Montréal Plaza

Sophie Dorneau

Avocate

Vanya Filipovic

Sommelière et copropriétaire, Les Vins Dame-Jeanne et Mon Lapin!

Marc-Olivier Frappier

Chef propriétaire, Mon Lapin!

Ryan Gray

Propriétaire, Nora Gray et Elena

Marc-André Jetté

Chef propriétaire, Hoogan et Beaufort

Martin Juneau

Chef propriétaire, Pastaga

Normand Laprise

Chef propriétaire, Groupe Toqué!

Audrey Lavoie

Coéditrice, magazine *Caribou*

Helena Loureiro

Cheffe propriétaire, Helena et Portus 360

Andrew Lutfy

Propriétaire, Marcus

Hubert Marsolais

Propriétaire, Club Chasse et Pêche, Le Serpent et Le Filet

Julien Masia

Chef propriétaire, ARVI

Stéphane Modat

Chef

Antonin Mousseau-Rivard

Chef propriétaire, Le Mousso

François Nadon

Chef propriétaire, Bouillon Bilk

François Pageau

Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec

Martin Picard

Chef propriétaire, Au Pied de Cochon

Véronique Rivest

Sommelière, SOIF!

William Rousseau

Éleveur d'agneaux et de porcs, Ferme Bio Rousseau

Ari Schor

Chef propriétaire, Beba

Dyan Solomon

Cheffe propriétaire, olive + gourmando

Colombe St-Pierre

Cheffe propriétaire, Chez St-Pierre

Yoann Van Der Berg

Chef, Pastel

Daniel Vézina

Chef propriétaire, Laurie Raphaël

Geneviève Vézina-Montplaisir

Coéditrice, magazine *Caribou*

Raphaël Vézina

Chef propriétaire, Laurie Raphaël

Olivier Visentin

Directeur, Monarque

Ce document a été réalisé pour la Chambre de
commerce du Montréal métropolitain par
IdéesFX

