



Stratégie pour le tourisme
culinaire dans la région
de Saskatoon
2021-2023



Enrichir
l'Expérience
Canadienne™

propulsé par TIAC  AITC

Table des matières

Remerciements	3
Aperçu	5
Introduction	11
Tourisme culinaire dans la région de saskatoon	16
Champs d'opportunités et actions	32
Favoriser la croissance du tourisme culinaire	46
Notes	49

Cover photo: Roasting bannock in Wanuskewin's tipi village



Remerciements

La Stratégie pour le tourisme culinaire dans la région de Saskatoon n'aurait pas pu se concrétiser sans les efforts, l'énergie et le temps fournis par Stephanie Clovehok, Jeff Fehr et les membres de l'équipe du projet à Tourism Saskatoon.

Nous tenons également à remercier toutes les personnes qui ont partagé leurs idées, leurs commentaires et leurs impressions par le biais de questionnaires, d'entrevues et de rencontres tout au long du processus de développement. Nous adressons un remerciement particulier à Gord Enns de Saskatoon Food Council pour son enthousiasme et son soutien continu.

Enfin, soulignons que ce projet n'aurait pas été possible sans l'appui de l'Association de l'industrie touristique du Canada et le programme Enrichir l'expérience canadienne, exécuté dans le cadre du Fonds pour les expériences canadiennes en collaboration avec le gouvernement du Canada. Merci!



La Culinary Tourism Alliance (CTA) est une organisation de l'industrie sans but lucratif dont le mandat est de créer des ponts entre les secteurs de la restauration et du tourisme. Le présent rapport a été préparé par Trevor Jonas Benson, Martin Lacelle, James Arteaga et Camilo Montoya-Guevara.



Aperçu



Le présent rapport fait état de la stratégie de Tourism Saskatoon visant à assurer la croissance du tourisme culinaire dans la région de Saskatoon qui comprend la ville de Saskatoon et la région environnante. La Stratégie pour le tourisme culinaire dans la région de Saskatoon est le fruit de la participation de Tourism Saskatoon à un projet de l'Association de l'industrie touristique du Canada (AITC) dans le cadre duquel quatre stratégies pilotes de développement du tourisme culinaire ont été mises en place à travers le Canada. Ce projet fait partie du programme Enrichir l'expérience canadienne, exécuté dans le cadre du Fonds pour les expériences canadiennes en collaboration avec le gouvernement du Canada. La Culinary Tourism Alliance (CTA) a géré le volet recherche et développement de cette stratégie entre mai 2020 et décembre 2020.

Le présent rapport de stratégie présente l'orientation de Tourism Saskatoon afin de développer le tourisme culinaire dans la destination sur une période de trois ans, soit de 2021 à 2023, et les actions qui seront mises en place. Au début du processus d'élaboration de la stratégie, les objectifs suivants ont été établis :

- 1/** Sensibiliser les acteurs de la région de Saskatoon au tourisme culinaire
- 2/** Planifier le développement du tourisme culinaire d'une manière inclusive et durable
- 3/** Sensibiliser les acteurs du tourisme sur les actions propices à la croissance du secteur
- 4/** Harmoniser la stratégie de tourisme culinaire à d'autres activités touristiques commerciales

Tout au long du projet, plusieurs méthodes de recherche ont été utilisées dans le but de favoriser la participation de la communauté et les résultats de ces méthodes primaires ont été complétés par une analyse de sources secondaires, y compris des entrevues avec les intervenants clés, une enquête auprès des résidents et une rencontre avec les principaux acteurs. Ces méthodes de recherche ont été essentielles pour comprendre le contexte actuel, les points de différenciation, les forces, les faiblesses, les opportunités et les défis dont il est question dans le présent rapport.



Tourisme culinaire dans la région de Saskatoon

Tout un tas d'entreprises touristiques peut utiliser les produits alimentaires et les boissons pour enrichir l'expérience du visiteur. En fait, toute entreprise touristique qui propose de déguster le terroir ou une expérience culinaire quelconque dans son offre de services fait partie de la chaîne de valeur du tourisme culinaire. Cette chaîne de valeur compte des entreprises de toute sorte qui sont en contact avec les visiteurs, dont :

- Hébergement
- Attractions touristiques
- Producteurs de boissons
- Écoles de cuisine
- Marchés fermiers et publics
- Festivals et événements
- Exploitants de services alimentaires
- Cultivateurs et producteurs
- Commerces de détail
- Organismes de voyages

L'identité culinaire de Saskatoon a été influencée par son patrimoine culturel autochtone et non autochtone et continue d'évoluer encore aujourd'hui. L'immigration, les pratiques agricoles, traditionnelles et nouvelles, et la présence de chefs avant-gardistes font de la région de Saskatoon une véritable mosaïque culinaire. Du bison aux cerises de Virginie, en passant par les kebabs et les pierogis, la région de Saskatoon possède un éventail d'ingrédients uniques qui reflètent son paysage et la diversité de ses cultures. Ces produits et ces recettes sont largement connus et consommés au niveau local, mais restent souvent inconnus des étrangers. En plus des atouts culinaires existants, la région de Saskatoon présente un certain nombre de points de différenciation qui constituent des atouts potentiels pour le développement du tourisme culinaire.

Points de différenciation

- Cultures autochtones de la région de Saskatoon
- Importance de la valeur locale
- Culture culinaire et innovation
- Connexions urbaines et rurales

Même si les offres de mets et de boissons ne sont pas, à l'heure actuelle, une motivation principale pour le visiteur dans la région de Saskatoon, le marché des parents et amis en visite (PAV) est une occasion pour former, parmi les résidents, des ambassadeurs locaux qui peuvent mettre en valeur les mets et boissons de la région. De plus, les entreprises et les expériences liées à l'alimentation dans les contextes urbains et ruraux de la région de Saskatoon, notamment les brasseries, les fermes et les restaurants, sont bien placées pour capitaliser sur la demande croissante pour le tourisme culinaire dans le cadre de leur offre de tourisme expérientiel.



Champs d'opportunités

En vue de concrétiser son objectif de faire reconnaître Saskatoon comme un lieu inspirant dans le monde entier, Tourism Saskatoon concentre ses efforts de développement de la destination sur la viabilité de son industrie touristique, l'amélioration et l'évolution de l'expérience visiteur, une structure culturellement saine et axée sur le rendement, ainsi que l'adoption et l'incarnation d'une marque forte¹. Ainsi, les champs d'opportunités visant à développer le tourisme culinaire en tant que moteur pour attirer les touristes et moyen pour découvrir la région soutiennent la vision de la destination et s'harmonisent avec ses piliers de développement stratégique.

Valorisation de la fierté du lieu

Sensibiliser le public aux ingrédients uniques de Saskatoon tout en encourageant les résidents à reconnaître, en toute humilité, le caractère unique de la région est essentiel au développement de la destination. Cultiver la fierté du lieu permet également de renforcer les liens entre les espaces, les lieux et les personnes qui produisent des aliments.

Développement et diversification des produits

Les destinations de tourisme culinaire importantes possèdent une richesse et une diversité de produits touristiques de qualité qui établissent un lien entre les aliments et les boissons que les visiteurs apprécient et les personnes et les lieux qui composent la destination. Ceci souligne le besoin de mettre en valeur le dynamisme des histoires, des patrimoines, des cultures et des saisons de l'alimentation qui définissent la région de Saskatoon.

Planification collaborative et contrôle

Afin de permettre et de favoriser la croissance continue du tourisme culinaire dans la région de Saskatoon, il est nécessaire de recueillir des données de base pertinentes, puis d'entreprendre, en collaboration, des efforts pour surveiller et mesurer le rendement de la démarche.

Stratégie de marque et positionnement

Pour faire de la région une destination où le tourisme culinaire fait partie de l'expérience de chaque visiteur, et ce en toute saison, toutes les saveurs qui sont propres à la région de Saskatoon doivent être mises en valeur.



Introduction

Chronologie des activités

Mai 2019

Lors d'une réunion de partenariat avec le Saskatoon Food Council, Tourism Saskatoon a cerné l'opportunité et le besoin de développer le tourisme culinaire. Il a en effet été déterminé que beaucoup de Saskatoniens prennent déjà des mesures en rapport avec les initiatives agricoles et culinaires.

Été 2019

Tourism Saskatoon mobilise la CTA pour préparer et animer une rencontre des parties prenantes du tourisme afin d'explorer le positionnement des mets et boissons, et les points de différenciation de la destination.

Septembre 2019

Tourism Saskatoon et le Saskatoon Food Council organisent une séance de discussion sur le développement du tourisme culinaire animée par la CTA.

Février 2020

La région de Saskatoon, c'est-à-dire la ville de Saskatoon et la région environnante, est sélectionnée par l'AITC comme l'une des quatre destinations canadiennes pour participer au projet pilote d'élaboration d'une stratégie dans le cadre du programme Enrichir l'expérience canadienne, facilitée par la CTA.

Mai 2020

Tourism Saskatoon amorce le processus d'élaboration de la stratégie de développement du tourisme culinaire, qui s'échelonne sur une période de six mois.

Décembre 2020

L'élaboration du rapport Stratégie pour le tourisme culinaire dans la région de Saskatoon est achevée.

Mise en contexte

Le présent rapport de stratégie présente l'orientation de Tourism Saskatoon afin de développer le tourisme culinaire dans la destination sur une période de trois ans, soit de 2021 à 2023, et les actions qui seront mises en place. Au début du processus d'élaboration de la stratégie, les objectifs suivants ont été établis :

- 1/** Sensibiliser les acteurs de la région de Saskatoon au tourisme culinaire
- 2/** Planifier le développement du tourisme culinaire d'une manière inclusive et durable
- 3/** Sensibiliser les acteurs du tourisme sur les actions propices à la croissance du secteur
- 4/** Harmoniser la stratégie de tourisme culinaire à d'autres activités touristiques commerciales

Parallèlement, Tourism Saskatoon a développé un projet d'expériences dans le cadre duquel six entreprises sélectionnées ont reçu un soutien commercial individualisé afin de créer de nouvelles expériences de tourisme culinaire. En outre, Tourism Saskatoon a appuyé — et continue d'appuyer — le Saskatoon Food Council dans ses efforts d'études de marché et de planification des activités commerciales pour le développement d'une entreprise sociale de circuits gourmands. Ces deux projets ont permis de recueillir de la rétroaction et des données qui ont contribué à orienter le développement de cette stratégie de tourisme culinaire.

Approches

La stratégie de développement s'appuie sur une approche participative communautaire, ainsi que les résultats d'une analyse documentaire, notamment :

Analyse de documents d'information : On a examiné des documents d'information, y compris des plans, des stratégies, des rapports de recherche, des articles de presse et d'autres documents pertinents sur la ville de Saskatoon, les municipalités avoisinantes et la province de Saskatchewan afin de définir le contexte de la stratégie et les points de convergence au niveau du contexte.

Analyse de sources secondaires : On a procédé à une recherche secondaire pour cerner le contexte social, culturel et environnemental actuel de la région de Saskatoon et déterminer ainsi des opportunités uniques à exploiter lors de l'élaboration de la stratégie du tourisme culinaire, notamment des arguments de vente uniques, les éléments du patrimoine culturel alimentaire et les communautés régionales.

Repérage des parties prenantes et mise sur pied d'une base de données : On a développé une base de données pour les 189 entreprises ou organisations de la région de Saskatoon qui ont été reconnues comme faisant partie de la chaîne de valeur du tourisme culinaire.

Entrevues avec des intervenants clés : Entre le 1er et le 17 septembre, on a mené 15 entrevues individuelles de 45 minutes avec des intervenants clés sur leur lien avec le tourisme culinaire, le tourisme et le développement du tourisme culinaire dans la région de Saskatoon. Du 1er et au 9 septembre, on a mené 10 entrevues supplémentaires de 60 minutes avec dix entreprises sur le tourisme culinaire dans la région de Saskatoon.

Enquête auprès des résidents : Entre le 21 septembre et le 1er octobre, Tourism Saskatoon a effectué une enquête auprès des résidents au moyen de différents canaux. L'enquête visait à déterminer le sentiment général des résidents à l'égard des mets et boissons locales, et leurs perceptions de la région de Saskatoon comme destination pour le tourisme culinaire. Au total, 207 résidents ont répondu à l'enquête, ce qui représente un taux participation de 100 %. Les répondants habitent principalement dans le nord de la Saskatchewan, avec une concentration à Saskatoon, ce qui est représentatif de la distribution géographique de la population dans la région de Saskatoon.

Rencontre avec les principales parties prenantes : Le 17 novembre, on a tenu une rencontre en ligne avec les dix principales parties prenantes du tourisme culinaire. Ces dernières ont fourni de l'information et des commentaires pertinents pour le développement du tourisme culinaire en accord avec les champs d'opportunités cernés pour la stratégie.

Tourisme culinaire dans la région de Saskatoon



wild and cultivated mushrooms, an appetizer at Hearth Restaurant

Tourisme culinaire et culture culinaire

On entend par tourisme culinaire, toute expérience culinaire qui suppose une interaction avec des aliments et boissons qui reflètent l'histoire, le patrimoine ou la culture du lieu. L'agrotourisme est un type de tourisme culinaire. L'agrotourisme est principalement axé sur la production des aliments et boissons et vise à établir un lien entre les visiteurs et les lieux d'où proviennent les aliments qu'ils consomment. Il faut admettre, néanmoins, que bon nombre d'expériences touristiques relèvent à la fois du tourisme culinaire et de l'agrotourisme.



La culture culinaire s’entend des relations entre les gens, les lieux et les aliments. Il s’agit des personnes (qui), des produits (quoi), des lieux (où), des cycles de production (quand), des récits (pourquoi) et des techniques (comment) qui font en sorte que la culture culinaire devient un trait communautaire. Le dénominateur commun, ce sont les gens de la place et la façon dont leur culture culinaire a façonné les paysages, les traditions et les modes de vie. Dans la région de Saskatoon, ces personnes peuvent inclure les Premières Nations, la Nation Métis, les peuples inuits historiquement liés à la région, les communautés doukhobors, mennonites, ukrainiennes et huttériennes, ainsi que le nombre croissant de cultures et de groupes ethniques qui s’établissent dans la région de Saskatoon.

Des entreprises de toute sorte peuvent se servir des produits culinaires pour rehausser l’expérience des visiteurs. En effet, le tourisme culinaire concerne toute entreprise touristique qui propose, dans son offre, la découverte de saveurs locales ou une expérience culinaire et qui contribue ainsi à la chaîne de valeur du tourisme culinaire. Cette chaîne de valeur est illustrée dans le graphique ci-contre. On notera entre autres la diversité d’entreprises qui y participent, allant des commerces de détail, aux organisateurs d’événements en passant par les établissements d’hébergement.

Du bison aux cerises de Virginie, en passant par les kebabs et les pierogis, l’identité culinaire de Saskatoon a été influencée par son patrimoine culturel autochtone et non autochtone et continue d’évoluer encore aujourd’hui. L’immigration, les pratiques agricoles, traditionnelles et nouvelles, et la présence de chefs avant-gardistes font de la région de Saskatoon une véritable mosaïque culinaire. Ces produits et ces recettes sont largement connus et consommés au niveau local, mais restent souvent inconnus des étrangers. Derrière tous ces produits et recettes uniques issus du patrimoine culturel culinaire, il y a toute une histoire liée aux techniques traditionnelles, à l’origine des noms, et au caractère résilient du peuple.





La Chaîne de valeur en tourisme gourmand dans les Cantons-de-l'Est

© Culinary Tourism Alliance

L'Organisation mondiale du tourisme des Nations unies indique que le tourisme gourmand, culinaire et/ou gastronomique inclut toute expérience touristique ou un visiteur interagit avec de la nourriture ou des boissons qui reflètent l'histoire, le patrimoine, la culture et la géographie d'un endroit. Il est donc clair que le tourisme gourmand inclut l'agrotourisme et/ou toute forme de tourisme qui suppose une connexion culturelle du visiteur dans la production, la transformation et/ou la consommation de produits alimentaires d'une région.



Points de différenciation

Cultures autochtones de la région de Saskatoon

La région de Saskatoon se trouve sur le territoire visé par le Traité no 6 et les terres traditionnelles de la Nation Métis. Selon Statistique Canada (2016), Saskatoon est la grande ville la plus jeune du Canada et la deuxième ville qui connaît la croissance la plus rapide. La Ville de Saskatoon entretient des partenariats avec les communautés et les résidents autochtones et reconnaît l'importance de travailler conjointement avec eux afin de « promouvoir la réconciliation à travers Saskatoon en reconnaissant et en incluant les cultures autochtones dans la vie de la ville »²

Le parc patrimonial Wanuskewin, lieu historique national qui figure sur la liste indicative des sites du patrimoine national de l'UNESCO, a une importance historique et archéologique majeure pour les Premières Nations des Plaines. Il ressort de l'ensemble des recherches effectuées que le parc Wanuskewin est largement considéré comme un lieu essentiel à la conservation des modes de vie autochtones et à la revitalisation culturelle. Il est également reconnu comme un attrait touristique important qu'il faut développer et promouvoir dans le nord de la Saskatchewan, tout comme le Chief Poundmaker Historical Centre.

Importance de la valeur locale

Il se dégage des recherches que les parties prenantes ont constaté, au cours des dernières années, une augmentation progressive de la quantité et de la qualité des restaurants et des expériences liés à la culture culinaire dans la région de Saskatoon. Cette hausse est en partie attribuable aux liens étroits entre la culture locale et l'agriculture, y compris la qualité des ingrédients produits à à peine quelques minutes de la ville de Saskatoon. En outre, l'importance des caractéristiques culturelles agricoles est renforcée par le fait que la Saskatchewan est surnommée le grenier du Canada.

On notera qu'une grande partie du patrimoine culturel de la région de Saskatoon, y compris les récits, les coutumes et les traditions des différentes communautés autochtones et non autochtones, ainsi que les bâtiments historiques et le patrimoine bâti, est centrée sur l'agriculture et la production agroalimentaire. Le paysage du tourisme culinaire est donc influencé par les liens profonds entre l'agriculture, et une prise de conscience grandissante sur l'importance des aliments locaux dans le paysage culinaire de la région de Saskatoon. Cette prise de conscience a également eu une incidence sur le paysage du tourisme culinaire.

À un certain point, cette tendance à soutenir l'achat local a été renforcée favorablement par la pandémie de la COVID-19. Plusieurs fermes et producteurs agroalimentaires se sont adaptés aux transformations dans les techniques de production et de consommation liées aux restrictions imposées par la COVID-19. Les visiteurs et les communautés souhaitent en savoir davantage sur les personnes qui produisent les aliments et boissons qu'ils consomment, ainsi que sur les produits locaux et leur origine. Cette tendance est généralisée dans l'ensemble du Canada et elle pourrait avoir une incidence sur les attitudes futures des visiteurs à l'égard des mets et boissons dans les destinations visitées.

Culture culinaire et innovation

La région de Saskatoon joue également un rôle de premier plan dans le développement et l'innovation agricoles au Canada, et ce grâce au soutien d'institutions comme l'Université de la Saskatchewan et l'éventail de fermes et de producteurs agroalimentaires qui contribuent à faire de la région le « grenier » du Canada. On soulignera aussi que les saveurs régionales ont grandement évolué au cours des derniers siècles, ce qui témoigne de l'histoire migratoire des colons issus de différentes communautés culturelles. Par exemple, l'importante communauté ukrainienne de Saskatoon est à l'origine de la présence de nombreux mets ukrainiens dans la région et de leurs variations, comme les saucisses, les cigares au chou et les pierogis. Aujourd'hui, ces mets sont considérés comme faisant partie intégrante de la « saveur » de Saskatoon.

À mesure que d'autres communautés culturelles s'installent dans la région, elles adaptent leurs ingrédients et mets traditionnels pour en faire des « saveurs » nouvelles et excitantes. Les innovations en matière de production et de préparation des mets, ainsi que les cultures qui les influencent, sont mises en évidence par des organisations et des atouts culturels dans la région, dont le Ukrainian Museum of Canada, la Great Western Brewing Company, l'élévateur à grain de Viterra, le parc patrimonial Wanuskewin, le Hepburn Museum of Wheat, le lieu historique national de la Maison-Semi-Enterrée-des-Doukhobors et le Mennonite Heritage Village.



Connexions urbaines et rurales

La région de Saskatoon compte de nombreuses entreprises et attraits touristiques culinaires intéressants qui se trouvent à l'extérieur du centre-ville. L'avenue H, l'avenue Broadway, la Valley Road et la vallée Meewasin ont toutes été décrites comme des trésors cachés ou des destinations méconnues qui valent le détour³. En outre, de nombreux petits restaurants et producteurs alimentaires, tels que des bars laitiers et des cafés, sont situés à l'extérieur du centre-ville ou dans les communautés rurales environnantes. Le moment est bien choisi pour faire preuve de créativité et intégrer ces petits trésors cachés situés en milieux urbains comme ruraux aux expériences et aux circuits touristiques. Mais pour cela, il faut d'abord traiter les défis liés au transport et à la distance qui constituent un obstacle pour les visiteurs qui souhaitent se rendre vers les offres de tourisme culinaire de la région.

Marchés touristiques

L'importance croissante des mets et boissons locaux, l'innovation en matière d'alimentation et d'agriculture et les fortes connexions urbaines et rurales de la région contribuent à la positionner favorablement comme destination unique en matière de tourisme culinaire. La nécessité de comprendre les besoins et les motivations du touriste culinaire (un segment diversifié de voyageurs allant du touriste gourmand au consommateur intéressé par l'alimentation) et de se préparer à y répondre est tout aussi importante pour le développement de la région de Saskatoon.

Les consommateurs intéressés par l'alimentation sont un segment de marché en pleine croissance, et ce non seulement pour le tourisme culinaire, mais aussi pour le tourisme en général. Ce ne sont pas que des « cuisinomanes » classiques, bien au contraire, c'est tout un bassin croissant de visiteurs très variés à fort potentiel. N'étant pas nécessairement issus d'un seul groupe d'âge, d'une seule région ou d'un seul segment de marché, les consommateurs intéressés par l'alimentation sont définis comme des personnes qui ont une passion pour la nourriture, y compris un intérêt pour les questions liées à l'alimentation, et comme des personnes qui « font des achats de nourriture et prennent des décisions d'achat basées sur la cuisine »⁴. Conscientieux et conscients d'eux-mêmes, ils ont tendance à se sentir liés aux produits qu'ils choisissent et à prendre des décisions d'achat réfléchies. Par conséquent, ils aiment souvent connaître l'origine des produits qu'ils consomment.

Selon F&Co., les milléniaux et les membres de la génération Z se passionnent particulièrement pour la nourriture et sont deux fois plus susceptibles de planifier un voyage en fonction de la culture culinaire et du choix de restaurants⁵. Ce phénomène est en forte croissance. Ce sont des touristes culinaires délibérés. Ils planifient leurs voyages de manière à inclure des expériences intéressantes et uniques liées à la nourriture et aux boissons⁶. Parallèlement, l'intérêt pour les offres d'aliments et boissons locaux est également répandu chez les touristes occasionnels. Ces derniers voyagent pour d'autres raisons, comme visiter des amis et des parents ou assister à des conférences, mais ils apprécient quand même beaucoup les aliments et boissons et ajoutent des expériences culinaires à leurs circuits lorsque possible.



Publié en 2019 par Skift, le rapport de recherche *The New Era of Food Tourism* indique que la tendance est aux restaurants décontractés, ce qui témoigne des intérêts toujours plus variés en matière d'alimentation chez les visiteurs potentiels, ainsi que le potentiel de croissance du nombre de visiteurs lié au développement du tourisme culinaire : les marchés, les festivals et les épiceries spécialisées, ainsi que les pubs gastronomiques, les hamburgers et la bière sont plus populaires parmi les voyageurs que les offres gastronomiques, haut de gamme, classiques⁷. Qui plus est, les entreprises et les expériences liées à l'alimentation dans les contextes urbains et ruraux de la région de Saskatoon, notamment les brasseries, les fermes et les restaurants, peuvent tirer parti de l'engouement croissant pour des repas et expériences décontractés, mais de qualité.

Fait notable relevé dans le cadre des recherches et corroboré par l'enquête auprès des résidents, de manière générale, on ne se rend pas à Saskatoon à l'improviste. On s'y rend pour visiter des parents ou des amis⁸. Il s'agit d'une caractéristique importante du tourisme dans cette région, car cela peut influencer la façon dont les visiteurs et les résidents interagissent avec les entreprises et les attractions locales liées à la culture culinaire. Autrement dit, les visiteurs planifieront davantage leur voyage en suivant les conseils de leurs proches à Saskatoon, ce qui influence leurs expériences et perceptions de la ville, et de la culture culinaire en particulier.

Même si les aliments et boissons locaux sont reconnus par la population locale comme étant spéciaux et uniques, la culture culinaire n'est généralement pas considérée comme un facteur d'attraction des touristes dans la région de Saskatoon. Il est par conséquent nécessaire de cultiver la fierté locale et de donner aux habitants de la région les moyens de célébrer les aliments et boissons régionaux comme un atout concret qu'ils partagent avec les visiteurs. Il importe donc de mieux faire connaître la variété de produits, de processus, de traditions et de récits liés aux aliments et boissons cultivés et produits dans la région. De la sorte, Tourism Saskatoon, les résidents, les organisations et les autres parties prenantes de la région pourront collaborer au positionnement de la région comme une destination touristique dotée d'un éventail d'atouts culinaires qui méritent d'être découverts.

Forces, faiblesses, défis et possibilités

Dans le tableau suivant sont présentés les forces, les faiblesses, les défis et les possibilités liés au développement du tourisme culinaire dans la région de Saskatoon.

Forces

- « Attraites » alimentaires uniques et reconnus (c'est-à-dire recettes traditionnelles, ingrédients locaux ingrédients)
- Secteurs de l'alimentation et des boissons bien établis avec producteurs de boissons clés, et restaurants et chefs de renom
- Chefs et restaurants qui contribuent à la réputation croissante de l'OMD et du sous-secteur de la restauration pour son innovation
- Points de différenciation bien reconnus en matière d'alimentation (notamment par les locaux et les parties prenantes)
- Ingrédients de qualité produits localement
- Créativité et dynamisme des chefs qui utilisent des ingrédients locaux
- Solide communauté de restaurants et de chefs indépendants
- Fusion des cultures et des ingrédients locaux à travers la nourriture dans le sous-secteur de la restauration
- Proximité entre le centre-ville et les espaces ruraux agricoles
- Forte culture de la collaboration et du partenariat au sein de l'OMD



Faiblesses

- Capacité des fournisseurs de produits alimentaires locaux à répondre à la demande
- Absence d'infrastructures et d'expériences touristiques emblématiques et uniques
- Difficulté de collaboration entre les fournisseurs locaux
- Manque de sensibilisation sur les opportunités de développement touristique (c'est-à-dire les liens entre le tourisme et d'autres industries comme l'agriculture)
- Disponibilité limitée des produits locaux dans les magasins de la ville
- Recettes traditionnelles et joyaux cachés bien connus au niveau local, mais rayonnement insuffisant pour en faire partie des attraits clés de la destination
- Manque de fierté et de sensibilisation sur les produits et les entreprises locaux parmi la population générale



Possibilités

- Collaboration avec des cultivateurs, des producteurs et des fournisseurs pour accroître la disponibilité des produits alimentaires locaux sur le marché
- Sensibilisation générale des parties prenantes du tourisme aux possibilités offertes
- Sensibilisation des milléniaux et des nouveaux arrivants (à la recherche de nouvelles opportunités et de nouvelles choses à manger, à voir et à faire)
- Meilleure inclusivité grâce au développement du tourisme culinaire
- Mise en valeur des trésors cachés et des quartiers offrant des expériences alimentaires locales de qualité (p. ex., Riverside, Broadway)
- Renforcement du soutien actuel à l'alimentation et aux producteurs alimentaires locaux
- Mise à profit des saisons et des atouts uniques pour le développement du tourisme
- Création de partenariats avec de solides programmes de recherche et de développement en agriculture (p. ex., l'Université de la Saskatchewan)
- Espace et capacité existants pour des expériences touristiques supplémentaires afin de stimuler l'économie touristique (c'est-à-dire la région de Saskatoon n'est pas considérée comme « surréservée »)
- Amélioration de l'infrastructure et de l'accès publics (p. ex., Wi-Fi public, transport)



Défis

- Durée limitée de la saison touristique en raison des hivers longs et rigoureux
- Manque de sensibilisation des marchés extérieurs sur la destination touristique
- Peu de vols directs vers des destinations internationales
- Problème de transport public et d’accessibilité aux zones à l’extérieur du centre-ville
- Absence de moteur de connexion pour créer des partenariats et des produits de collaboration pour le tourisme
- Profonde incidence de la pandémie sur l’industrie, notamment les sous-secteurs de l’hébergement (source de revenus) et des services de restauration, ce qui nuit à la capacité de l’OMD de promouvoir et de développer la région



Tour and tastings at Black Fox Farm and Distillery. Pictured: Owner John Coffey

Champs d'opportunités et actions



Lieux de convergence des champs d'opportunités et des actions

En vue de concrétiser son objectif de faire reconnaître Saskatoon comme un lieu inspirant dans le monde entier, Tourism Saskatoon concentre ses efforts de développement de la destination sur la viabilité de son industrie touristique, l'amélioration et l'évolution de l'expérience visiteur, une structure culturellement saine et axée sur le rendement, ainsi que l'adoption et l'incarnation d'une marque forte⁹. Le point commun de ces piliers de croissance est le bien-être des communautés et le besoin de poursuivre le développement durable du tourisme en partant du principe que la communauté est le cœur de la destination.

Les champs d'opportunités pour le développement du tourisme culinaire, qui sont présentés ci-après, sont des moteurs pour attirer les touristes et des moyens pour découvrir la région; ils soutiennent la vision de la destination et s'harmonisent avec ses piliers de développement stratégique. Pour chaque champ d'opportunités, on définit d'abord les lieux de convergence entre le champ en particulier et les autres champs, puis on présente les actions (onze en tout pour l'ensemble des champs) qui soutiennent l'approche communautaire de Tourism Saskatoon, c'est-à-dire partager la destination avec les touristes tout en pratiquant une gestion responsable de cette destination.

Valorisation de la fierté du lieu

Développement d'une industrie durable

Cultiver la fierté du lieu favorise le développement économique équitable pour les membres sous-représentés de l'industrie du tourisme culinaire et contribue, par la promotion des aliments et des boissons locaux, à renforcer la qualité de vie et du milieu pour la communauté de Saskatoon.

- Sensibiliser le public aux ingrédients uniques de Saskatoon tout en encourageant les résidents à reconnaître, en toute humilité, le caractère unique de la région est essentiel au développement de la destination. Cultiver la fierté du lieu permet également de renforcer les liens entre les espaces, les lieux et les personnes qui produisent des aliments.



Primal Pasta uses Saskatchewan heritage grains and whole animal butchery practices.

Tourism Saskatoon mettra en place un projet pilote visant à encourager l'utilisation d'ingrédients, de recettes et de produits locaux. Tourism Saskatoon mettra en vedette les champions du tourisme culinaire par le biais d'une sous-marque de destination cohérente qui pourra être utilisée par tous, y compris les entreprises de la chaîne de valeur du tourisme culinaire. En célébrant ainsi les aliments et ingrédients cultivés à Saskatoon, les résidents seront davantage sensibilisés à ces offres, ce qui renforcera leur sentiment de fierté à l'égard de la région. D'un autre côté, en sensibilisant mieux les visiteurs aux aliments locaux, on les incitera à revenir dans la région pour découvrir toute la gamme d'offres du tourisme culinaire.

Afin d'aider les visiteurs à repérer les produits alimentaires accessibles et les zones géographiques où on peut se les procurer, on proposera une carte gratuite des aliments et expériences culinaires. Au demeurant, cette ressource aidera Tourism Saskatoon et ses partenaires à développer de nouveaux produits touristiques, à orienter les visiteurs vers des pôles d'expériences en matière de tourisme culinaire et à surmonter les difficultés liées à l'accès aux produits. La carte comprendra entre autres des renseignements sur le transport disponible, ainsi que les partenariats du transport. En outre, elle constituera un répertoire visuel des produits, lieux et histoires du patrimoine culinaire matériel et immatériel. Elle contribuera également à réduire les écarts entre l'industrie agroalimentaire en milieu urbain et celle en milieu rural en désignant des pôles et en les reliant entre eux et en faisant la promotion de la région de Saskatoon comme « une ville dans une ferme ».

Pour finir, Tourism Saskatoon élaborera et mettra en œuvre une campagne de marketing pour les locaux afin de mieux les informer sur la culture culinaire de la région de Saskatoon. Cette campagne mettra l'accent sur la célébration des récits, du patrimoine et des cultures uniques associés à la nourriture dans la région de Saskatoon, et une attention particulière sera accordée au lien que la majorité des résidents entretiennent avec la production alimentaire.



Odd Couple Restaurant in Riversdale, Saskatoon.

Développement et diversification des produits

Amélioration et transformation de l'expérience visiteur

Le développement et la diversification des produits doivent être axés sur le renforcement des expériences novatrices et interactives des visiteurs, ainsi que sur le rayonnement du patrimoine culturel unique des membres de la communauté.

- Les destinations de tourisme culinaire importantes possèdent une richesse et une diversité de produits touristiques de qualité qui établissent un lien entre les aliments et les boissons que les visiteurs apprécient et les personnes et les lieux qui composent la destination. Ceci souligne le besoin de mettre en valeur le dynamisme des histoires, des patrimoines, des cultures et des saisons de l'alimentation qui définissent la région de Saskatoon.

Les destinations de tourisme culinaire importantes possèdent une richesse et une diversité de produits touristiques de qualité qui établissent un lien entre les aliments et les boissons que les visiteurs apprécient et les personnes et les lieux qui composent la destination. Ceci souligne le besoin de mettre en valeur le dynamisme des histoires, des patrimoines, des cultures et des saisons de l'alimentation qui définissent la région de Saskatoon.

Tourism Saskatoon encouragera les visiteurs à se rapprocher des groupes culturels de la destination. Pour ce faire, on encouragera le développement et la diversification des produits qui mettent en valeur les personnes, les lieux et les processus uniques, qui sont à l'origine des aliments et expériences culinaires de la région de Saskatoon. Cette approche comprend la facilitation de liens avec les communautés autochtones, les communautés historiques de pionniers et les communautés de nouveaux arrivants. Ces liens auront pour but de tirer parti et de mettre en valeur les ingrédients, les processus, les recettes et les histoires uniques liés à la population diversifiée de Saskatoon.

Parallèlement, Tourism Saskatoon aidera l'industrie à intégrer les saveurs régionales dans les expériences existantes en concevant et en partageant des outils et des ressources qui mettent en valeur les ingrédients, les traditions culinaires et les espaces uniques locaux. Ces outils et ressources pourront servir de guide dans des activités extérieures, notamment dans des lieux publics, y compris pour le développement d'expériences culinaires ou de trousse d'outils pour créer des expériences sur quatre saisons. Cela permettra aux visiteurs d'avoir accès tout au long de l'année à des expériences gourmandes et à des produits inspirés par la région et produits avec les ingrédients de la région. En retour, cette démarche facilitera la connexion avec les cultures locales.

La région de Saskatoon est une puissance agricole. Cette réalité peut être mise en valeur auprès des visiteurs par le biais de récits captivants et d'expériences multisensorielles diversifiées. Tourism Saskatoon favorisera le développement de nouvelles expériences en fournissant un soutien aux membres de l'industrie qui souhaitent faire de la culture culinaire de la région de Saskatoon un volet clé de leurs offres touristiques. On offrira ainsi aux entreprises la chance de partager avec les visiteurs la valeur des aliments et de la production alimentaire dans la destination.

Enfin, on dressera l'inventaire du patrimoine culturel alimentaire matériel et immatériel de la région de Saskatoon. Cela comprendra les récits uniques liés aux aliments et boissons, ainsi que les produits et les lieux uniques ayant une importance culturelle. L'inventaire sera présenté de manière à être accessible à toutes les entreprises en contact avec les visiteurs



Planification collaborative et contrôle

Structure culturellement saine et axée sur le rendement

Pour s'assurer que Tourism Saskatoon répond aux besoins de l'industrie et soutient la croissance du tourisme culinaire dans la destination, il est essentiel d'avoir une bonne structure de planification collaborative et de contrôle.

→ Afin de permettre et de favoriser la croissance continue du tourisme culinaire dans la région de Saskatoon, il est nécessaire de recueillir des données de base pertinentes, puis d'entreprendre, en collaboration, des efforts pour surveiller et mesurer le rendement de la démarche.

Tourism Saskatoon mènera des recherches sur la demande pour les aliments et boissons de la part des marchés de visiteurs actuels et futurs. Les résultats seront partagés avec l'industrie. Une partie importante de ces recherches consistera à donner aux partenaires les moyens de contribuer au projet. Cela pourrait se faire par la création et la diffusion de systèmes ou d'outils de collecte de données normalisée qui permettraient aux entreprises locales et aux partenaires de contribuer à la recherche.

Tourism Saskatoon évaluera la force du lien continu entre les entreprises de tourisme culinaire situées en zones rurales et celles situées en zones urbaines. Une partie de cette action a commencé en 2019. Elle se poursuivra, notamment par des efforts de renforcement des liens et l'organisation d'un événement de réseautage. Les connaissances sur la connectivité de la chaîne de valeur du tourisme culinaire dans la région de Saskatoon permettront de prendre des décisions sur la stratégie et les mesures de soutien visant à accroître la collaboration.



Chef Dale MacKay serves steak tartare to diners at Ayden Kitchen and Bar.

Stratégie de marque et positionnement

Adoption et incarnation d'une marque forte

La stratégie de marque et le positionnement sont essentiels pour faire de la culture culinaire un moteur clé de la demande touristique à Saskatoon, et un moyen de se mettre en valeur pour les parties prenantes du tourisme culinaire.

→ Pour faire de la région une destination où le tourisme culinaire fait partie de l'expérience de chaque visiteur, et ce en toute saison, toutes les saveurs qui sont propres à la région de Saskatoon doivent être mises en valeur.

Pour le positionnement de la région de Saskatoon en tant que destination ayant des offres de tourisme culinaire de qualité, il est essentiel de former le personnel de première ligne et de le sensibiliser sur son rôle d'ambassadeur de la destination. En ce sens, Tourism Saskatoon favorisera le soutien de l'industrie en concevant et en organisant des ateliers de renforcement des capacités touristiques visant à établir une base de connaissances sur la région et à mettre en commun les offres et les opportunités de tourisme culinaire. Les efforts de renforcement des capacités comprendront également le partage d'information spécialisée sur les expériences de tourisme culinaire en saison hivernale et intermédiaire, ainsi que les perspectives de développement. La création d'ambassadeurs du tourisme culinaire permet non seulement d'habiliter le personnel de première ligne, mais aussi de sensibiliser les habitants de la région de Saskatoon.

Pour renforcer la marque de la région de Saskatoon par le biais du tourisme culinaire et positionner la région comme une destination émergente, il faut sensibiliser les gens de la région et d'ailleurs. Pour ce faire, Tourism Saskatoon produira des documents de marketing sur la culture culinaire destinés aux visiteurs extraprovinciaux. Ces documents mettront en valeur les produits, l'offre alimentaire, les chefs, la diversité des traditions culinaires culturelles, les recettes et les espaces alimentaires de la région. Le but sera de montrer au monde entier que la région de Saskatoon a beaucoup à offrir.

Les efforts de Tourism Saskatoon pour positionner la région de Saskatoon comme futur leader du tourisme culinaire ne prendront pas fin avec cette stratégie. Tourism Saskatoon continuera d'explorer les opportunités de positionnement de la région de Saskatoon comme leader du développement de tourisme culinaire, ainsi que de saisir les opportunités, lorsqu'approprié. Entre autres, on examinera la possibilité de devenir une ville de gastronomie du Réseau UNESCO des villes créatives et on continuera de célébrer le succès des innovateurs culinaires autochtones, ainsi que la richesse agricole et la diversité culinaire régionale dans le cadre d'événements régionaux, nationaux et internationaux.



Farm One Forty four includes a visit to the farm animals.

Synthèse de la stratégie

CHAMPS D'OPPORTUNITÉ	ACTIONS
Valorisation de la fierté du lieu	1 - Mettre en place un projet pilote pour encourager l'utilisation d'ingrédients, de recettes et de produits locaux
	2 - Élaborer une carte gratuite des aliments et expériences culinaires
	3 - Élaborer et mettre en œuvre une campagne de marketing pour les locaux afin de mieux les informer sur la culture culinaire de la région de Saskatoon
Développement et diversification des produits	4 - Soutenir le développement et la diversification des produits qui mettent en valeur les personnes, les lieux et les processus uniques, qui sont à l'origine des aliments et expériences culinaires de la région de Saskatoon
	5 - Concevoir et partager des outils et ressources pour mettre en valeur les ingrédients, les traditions culinaires et les espaces uniques locaux
	6 - Fournir un soutien aux membres de l'industrie qui souhaitent faire de la culture culinaire de la région de Saskatoon un volet clé de leurs offres touristiques
Planification collaborative et contrôle	7 - Mener des recherches sur la demande pour les aliments et boissons de la part des marchés de visiteurs actuels et futurs
	8 - Évaluer la force du lien continu entre les entreprises de tourisme culinaire situées en zones rurales et celles situées en zones urbaines, notamment par des efforts de renforcement des liens et l'organisation d'un événement de réseautage
	9 - Concevoir et organiser des ateliers de renforcement des capacités touristiques visant à établir une base de connaissances sur la région et à mettre en commun les offres et opportunités du tourisme culinaire
	10 - Produire des documents de marketing sur la culture culinaire destinés aux visiteurs extraprovinciaux
	11 - Explorer les opportunités de positionnement de la région de Saskatoon comme leader du développement de tourisme culinaire et saisir les opportunités

Favoriser la croissance du tourisme culinaire



Shift at Remai Modern, on the banks of the South Saskatchewan River.

La région de Saskatoon est bien placée pour devenir une destination reconnue pour le tourisme culinaire. Les occasions de tirer parti de la multitude d'attraits touristiques culinaires offerts dans la région ne manquent pas, notamment la proximité entre la zone urbaine à une solide industrie alimentaire qui regroupe de nombreux agriculteurs qui proposent des produits de haute qualité. Il y a aussi lieu de s'appuyer sur le long et riche patrimoine alimentaire des communautés qui forment la destination, allant des traditions autochtones développées depuis des temps immémoriaux aux communautés historiques de colons comme les Doukhobors, les mennonites et les Ukrainiens, en passant par les arrivants plus récents qui proviennent des quatre coins du monde.

Bien que le développement du tourisme culinaire dans la région de Saskatoon présente des défis, notamment la connectivité des transports, les saisons rigoureuses et la sensibilisation limitée de la population locale aux produits alimentaires et aux expériences locales, l'ensemble des défis offre quand même des opportunités qui méritent d'être mises de l'avant. Entre autres, Tourism Saskatoon veut miser sur les caractéristiques du climat, de la géographie, des produits locaux, des personnes et des lieux pour en faire des éléments fondamentaux de l'offre culinaire de la destination, qui en font justement une destination aussi dynamique et unique! En intégrant les aliments et boissons locaux dans les offres touristiques actuelles, on se donne les moyens de rehausser considérablement l'expérience des visiteurs, qui sera davantage axée sur le lieu et dans laquelle on met non seulement en évidence la culture culinaire de la région, mais également son riche patrimoine alimentaire composé d'histoires, de traditions, de peuples et de techniques.

En s'efforçant de transformer de manière significative et durable les quatre champs d'opportunités (valorisation de la fierté du lieu, développement et diversification des produits, planification collaborative et contrôle, et stratégie de marque et positionnement), Tourism Saskatoon renforcera les liens dynamiques entre les histoires, les gens, les lieux, les saveurs et les saisons, se dotera de données de base pertinentes pour la suite qui contribueront à l'évaluation du rendement de la stratégie, et célébrera la diversité de la région de Saskatoon grâce à ses saveurs, à ses innovations et à ses attraits locaux.





Dining at the popular Asian fusion restaurant in Riversdale, Odd Couple.

Notes

¹ Tourism Saskatoon, 2020–2022 Destination Strategy, 2020, pg. 2.

² City of Saskatoon, “Culture Plan: Implementation Refresh 2018–2022”, 2018.

³ Saskatoon & Area Diagnostic Report, Nov. 2020.

⁴ F&Co, “Food Connected Consumers”, Nov. 2019.

⁵ Ibid.

⁶ Skift, The New Era of Food Tourism: Trends and Best Practices for Stakeholders, 2019.

⁷ Ibid.

⁸ Saskatoon & Area Resident Survey, 20 septembre au 1er octobre 2020.

⁹ Supra note 1.

