

OFFICE  
MONTRÉALAIS  
DE LA  
GASTRONOMIE



Positionner  
Montréal comme  
destination gourmande  
de premier choix en  
Amérique du Nord



PLAN DE  
DÉVELOPPEMENT  
ET DE MISE EN  
VALEUR DE LA  
GASTRONOMIE  
MONTRÉLAISE



«La gastronomie est la culture du bien manger et du bien boire. Elle part des productions de la ferme pour remonter à l'assiette du consommateur, en passant par les artisans, les chefs, les cuisiniers et les restaurateurs, qui diffusent et transmettent à tous des modèles de savoir-faire. Elle renvoie à la qualité et au plaisir de la table, qui s'exprime autant dans les pratiques populaires qu'à travers celles de la haute cuisine.

Il va de soi en ce sens que la gastronomie est une expression culturelle. Elle porte des valeurs culturelles, symboliques et collectives, qui ont pour origine ou qui expriment des identités (locales, régionales, nationales, multinationales). Elle produit des biens et des services qui incarnent et transmettent ces expressions de la culture. Ils sont à la fois des objets de commerce (diffusés et exploités selon des logiques de marché) et des biens qui véhiculent à travers une création des valeurs, des idées, du sens, des identités<sup>1</sup>. »

<sup>1</sup> Cf. Julia Csergo citée dans *La Gastronomie, art signature de Montréal. Mémoire pour la reconnaissance de la gastronomie comme industrie culturelle* (2017), p. 2, en ligne, d'après Csergo, J. (2016). *La gastronomie est-elle une marchandise culturelle comme une autre ? La gastronomie française à l'Unesco : histoire et enjeux*. Chartres, Menu Fretin, 313 p.



Quand la Ville de Montréal et ses partenaires ont lancé le projet d'Office montréalais de la gastronomie, en août 2021, nous voulions nous doter d'une instance permanente pour mettre en commun les talents, la créativité et l'esprit d'innovation des artisans épicuriens montréalais et québécois.

Cette démarche a été amorcée il y a plusieurs années, dans le cadre de la Politique de développement culturel 2017-2022 de la Ville de Montréal. Pour la première fois, la gastronomie a alors été officiellement reconnue comme un élément culturel. L'expérience de la pandémie nous a toutefois incités à accélérer nos efforts et à identifier, rapidement, les interventions les plus porteuses pour que nos actions soient ciblées et répondent aux besoins de cette industrie si névralgique pour notre métropole.

Aujourd'hui, nous sommes fiers de lancer le plan de développement de l'Office montréalais de la gastronomie. L'industrie de la gastronomie a besoin de toute notre attention. Notre administration considère que ce secteur économique est central à la vitalité et à la relance de notre métropole. Je suis confiante qu'avec ce plan de développement, nous saurons mobiliser les acteurs du milieu et les partenaires afin de faire rayonner la métropole et répondre aux enjeux auxquels font face les entreprises du secteur.

Je me réjouis de savoir que ce plan mise sur la richesse et la diversité du milieu de la gastronomie. Toutes les actrices et tous les acteurs de l'écosystème seront mis à contribution : producteurs, transformateurs, restaurateurs, chefs, établissements d'enseignement, organisateurs de congrès, croisiéristes, artisans, commerçants, associations et tant d'autres.

Montréal bénéficie de la qualité et de la variété uniques des produits du terroir québécois, d'un bassin important de chefs talentueux, ainsi que d'une diversité incomparable de commerçants et d'artisans locaux. Elle représente le plus gros marché de consommateurs et l'une des principales portes d'entrée pour le tourisme au Québec. La gastronomie montréalaise fait non seulement partie de l'ADN montréalais, elle devient une vitrine qui fait rayonner l'ensemble de l'industrie bioalimentaire tant ici qu'à l'international.

Cette industrie a les atouts et les savoir-faire qui peuvent faire de Montréal LA capitale gourmande en Amérique du Nord. C'est maintenant le temps de les mettre de l'avant.



**Valérie Plante**  
Mairesse de Montréal



Le tourisme se définit comme un secteur économique en importante transformation depuis plusieurs années. Les attentes des visiteurs d'ici et d'ailleurs sont en changement constant, et Montréal tire bien son épingle du jeu en devenant une destination de plus en plus populaire à travers le monde. Notre ville se mérite cet intérêt grandissant grâce à ses attraits identitaires reconnus et en développement. Le tourisme joue également un rôle de plus en plus actif dans le développement local, par et pour les résidents et les communautés qui y vivent.

Les expériences culinaires sont devenues l'un des facteurs déterminants qui influence le choix de destination des voyageurs. La gastronomie se savoure à l'année, que ce soit pendant une canicule estivale ou durant une balade hivernale. Nous sommes véritablement choyés à Montréal : nos chefs d'origine et d'adoption nous offrent une variété de saveurs inégalées, nos producteurs locaux cultivent des produits frais et accessibles, de nombreuses écoles réputées forment une relève inspirante, et bien plus encore!

L'offre gastronomique proposée aux résidents et aux visiteurs n'a toutefois pas encore atteint son plein potentiel. Tourisme Montréal travaille depuis plusieurs années pour établir un diagnostic de cet écosystème complexe, qui comporte des producteurs, des distributeurs, des transformateurs, des restaurateurs, le milieu académique et tous les acteurs qui contribuent au parcours culinaire allant de la terre à l'assiette. Cette planification trace le chemin à suivre pour rassembler les collaborateurs de cette industrie unique et qui coopèrent pour relever les défis auxquels fait face la gastronomie de la métropole. Avec l'appui de nos partenaires publics et privés, les conditions gagnantes sont réunies pour que l'Office montréalais de la gastronomie devienne un grand succès.

Je suis fier de présenter cette démarche, pilotée avec vision par Tourisme Montréal, dont les résultats seront rapidement une source de fierté rassembleuse. Avec son riche terroir, son identité culinaire diversifiée et une réputation déjà enviable, Montréal s'affirmera d'ici quelques années comme la capitale de la gastronomie en Amérique du Nord. Je suis convaincu que les actions qui découleront de ce plan seront profitables à tous ses collaborateurs, de la fourche à la fourchette.

Bon appétit!

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Yves Lalumière'.

**Yves Lalumière**  
président-directeur général  
de Tourisme Montréal

## Une démarche de mobilisation autour d'une vision partagée

Le plan de développement de l'Office montréalais de la gastronomie s'inscrit en aval d'une démarche amorcée en 2017 par Tourisme Montréal en collaboration avec l'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec, MONTRÉAL EN LUMIÈRE, l'Université du Québec à Montréal, le chef Normand Laprise et le Conseil québécois du patrimoine vivant pour l'élaboration d'un mémoire collectif visant à faire reconnaître la gastronomie montréalaise, pour la toute première fois, en tant qu'industrie culturelle et créative dans la politique de développement culturel 2017-2022 de la Ville de Montréal.

En 2019, avec l'appui financier du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation, de la Société des Casinos du Québec et de l'Union des producteurs agricoles, Tourisme Montréal a mobilisé de nombreux acteurs de différents milieux de la gastronomie pour cerner les enjeux de l'industrie, ses forces et ses faiblesses ainsi que ses opportunités de croissance. Ces consultations ont conduit à un consensus pour la réalisation d'un plan de développement et de mise en valeur de la gastronomie montréalaise.



Une soixantaine d'acteurs locaux et internationaux, dont la moitié étaient des chefs ou des restaurateurs, ont participé à la réflexion en groupes de discussion ou par entrevues individuelles.

À l'automne 2019, l'évènement *Tous dans la même assiette* a permis de fédérer une centaine d'acteurs de l'écosystème gastronomique montréalais.



## QUATRE ORIENTATIONS

Face à la pandémie et devant l'urgence d'aider le milieu de la gastronomie, la nécessité d'intervenir rapidement pour mettre en action ce plan de développement mis sur pause en 2020, est devenue cruciale. Les dernières consultations réalisées en avril 2021 ont mis en évidence certains axes d'intervention prioritaires basés sur les quatre orientations principales :

- 1.** Mobiliser l'industrie autour de la vision et de la mise en œuvre des axes d'intervention;
- 2.** Pérenniser la gastronomie montréalaise par le renforcement de ses attributs économiques, durables, sociaux et culturels;
- 3.** Faire de Montréal la vitrine des produits et des saveurs du Québec;
- 4.** Faire rayonner la gastronomie montréalaise ici et ailleurs.

### CE PLAN VISE À FAIRE DE MONTRÉAL LA CAPITALE GASTRONOMIQUE DE L' AMÉRIQUE DU NORD.

Présenté sous le signe de la mobilisation, du renforcement économique, environnemental, social, culturel, de l'innovation et de sa mise en valeur, il se veut préliminaire à la mise en œuvre d'initiatives qui permettront à Montréal de se démarquer comme destination gastronomique de premier choix.

Une chose est certaine; Montréal pourra revendiquer sa place comme capitale gourmande à condition que se manifeste une réelle volonté de son écosystème de faire rayonner sa singularité, ses forces vives, ses goûts et ses cultures.

# Vision de l'Office montréalais de la gastronomie

Montréal sera reconnue mondialement pour sa gastronomie comme destination de premier choix en Amérique du Nord. Vecteur essentiel de notre héritage culturel et de nos forces vives et créatrices, son écosystème sera structuré, compétitif, valorisé et reconnu par l'ensemble de la société.

## Mission

L'Office montréalais de la gastronomie a comme mission de :

- 1.** Agir comme leader en mobilisant les milieux concernés pour renforcer Montréal comme destination gastronomique de premier choix en Amérique du Nord;
- 2.** Positionner la gastronomie comme moteur de développement économique, social, environnemental, culturel et comme lieu de création et d'innovation;
- 3.** Accompagner les milieux concernés à accroître la portée des initiatives à forte valeur ajoutée pour la destination et faciliter leurs opportunités d'affaires;
- 4.** Faire rayonner la gastronomie montréalaise par l'échange et le développement de partenariats.





## Sept axes d'intervention prioritaires

1. Encourager le partage, la coopération et les partenariats au sein des acteurs de l'écosystème;
2. Participer à solutionner les enjeux de main-d'œuvre dans l'industrie;
3. Participer au renforcement des performances opérationnelles des restaurateurs et artisans;
4. Favoriser l'accès aux produits locaux et régionaux du Québec;
5. Stimuler et reconnaître les initiatives de valorisation des produits, des artistes et artisans de Montréal et du Québec;
6. Valoriser les éléments clés du patrimoine culturel et l'identité culinaire montréalaise et québécoise;
7. Propulser nos valeurs et la marque *Montréal* en intensifiant la visibilité des produits, des chefs et artisans montréalais hors Québec.



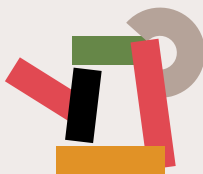
## ORIENTATION 1

# Mobiliser l'industrie autour de la vision et de la mise en œuvre des orientations et des axes d'intervention.

La mobilisation des acteurs de la gastronomie autour d'une vision commune deviendra le socle d'une mise en action collective. Elle permettra à ses parties prenantes de prioriser les axes d'interventions et tendre vers des efforts concertés.

### COMMENT Y ARRIVER ?

- Développer des outils et des canaux de communications;
- Stimuler le partage, la coopération et le partenariat au sein des acteurs de l'industrie;
- Encourager le réseautage qui génère des opportunités d'affaires au sein de l'écosystème;
- Renforcer l'expertise en tourisme auprès des acteurs de la gastronomie montréalaise;
- Assurer l'arrimage des orientations et actions de ce plan en synergie avec celles des acteurs sectoriels municipaux, régionaux et nationaux.



## ORIENTATION 2

# Pérenniser le secteur de la gastronomie montréalaise par le renforcement de ses attributs économiques, durables, sociaux et culturels.

Soutenir un écosystème fragilisé par des enjeux tels que le manque de main-d'œuvre ou la faible reconnaissance de ses attributs distinctifs en l'accompagnant vers une culture et une approche favorisant le partage de connaissance, la responsabilité sociale, le développement durable et l'innovation afin de pérenniser la qualité et la diversité de l'offre culinaire actuelle.

### COMMENT Y ARRIVER ?

- Valoriser les métiers, les professions et les formations des différents secteurs de la gastronomie;
- Participer à solutionner les enjeux de main-d'œuvre dans le milieu;
- Renforcer la santé opérationnelle des acteurs de la gastronomie (technologie, mutualisation, stockage, gaspillage, etc.);
- Documenter et faire reconnaître les retombées économiques, sociales et culturelles de la gastronomie montréalaise;
- Stimuler les pratiques durables et sociales de l'écosystème;
- Stimuler le développement des savoirs et savoir-faire et les pratiques en innovation.

### ORIENTATION 3

## Faire de Montréal la vitrine des produits et des saveurs du Québec.

Misant sur le statut de Montréal; métropole et porte d'entrée du Québec, la gastronomie montréalaise affirmera et pérennisera son assise locale, nationale et internationale, en mettant en œuvre des stratégies de valorisation auxquelles les identités culinaires des régions seront intégrées.

### COMMENT Y ARRIVER ?

- Favoriser l'accès aux produits locaux et régionaux du Québec;
- Stimuler et reconnaître les initiatives de valorisation des produits du Québec et de ses acteurs;
- Intensifier et diffuser les connaissances alimentaires à l'intention des consommateurs en créant des opportunités de dialogue;
- Valoriser les spécificités du patrimoine culturel et l'identité culinaire montréalaise et québécoise.



### ORIENTATION 4

## Faire rayonner la gastronomie montréalaise ici et ailleurs.

Rassembler et engager l'industrie autour d'efforts de rayonnement des éléments identitaires et des forces vives montréalaises positionnant ainsi Montréal sur la carte nationale et internationale des destinations touristiques.

### COMMENT Y ARRIVER ?

- Définir un positionnement et une signature originale permettant de mobiliser les acteurs, afin de communiquer un message commun;
- Mettre de l'avant les valeurs et la marque *Montréal* en s'assurant d'accroître la visibilité des produits, des chefs et des artisans montréalais hors Québec;
- Encourager le développement et l'accueil d'événements gastronomiques locaux et internationaux;
- Faire de la gastronomie et de l'art de vivre montréalais une force d'attraction pour des investisseurs, des travailleurs et des étudiants à Montréal;
- Accroître le rayonnement de la destination par le renforcement des relations internationales à l'aide d'échanges de bonnes pratiques et de développement de partenariats.

## Remerciements

Tourisme Montréal tient à remercier ses précieux collaborateurs du Comité aviseur qui, depuis 2018, ont contribué et ont collaboré activement à la réalisation de ce plan de développement :

Paul Caccia (ITHQ), Jean-Pierre Curtat (Casino de Montréal), Julie Martel (MONTRÉAL EN LUMIÈRE), Mathilde Morin (MAPAQ), Julie Pichon (Ville de Montréal) et Annie Tessier (UPA).

Merci également à tous les participants et intervenants qui ont collaboré aux consultations tout au long de la mise en oeuvre du projet :

Paul Alsop (IDMG Culinary Marketing), Jean-François Archambault (Tablée des chefs), Richard Bastien (Léméac, Monarque), Camille Benoist (Délice), Gaëlle Cerf (ARRQ), Jonathan Chodjai (CIBIM par intérim), Emmanuelle Choquette (Papilles et développement), Julia Csergo (UQAM), Thierry Daraize (Consultant), Jérôme Ferrer (Groupe Européa), Chantal Fontaine (Accords Bistro), Éric Girard (Olive + Gourmando), Laurent Godbout (Chef), Marcel Groleau (UPA), Pierre Julien (Graziella), Ramzy Kassouf (Jardins Carya), Normand Laprise (Toqué !), Audrey Lavoie (Magazine Caribou), Marie-Claude Lortie (Journaliste), Lysiane Roy Maheu (ferme Blanc de gris), Olivier Marette (Visit Brussels), Simon Mathys (Mastard),

Rebecca McKensie (Ontario Culinary Alliance), Robert Mercure (Palais des congrès de Montréal), Antonin Mousseau-Rivard (Le Mouso), François Meunier (ARQ), Véronique Perreault (GastronomicLab, ITHQ), Maxime Perrault (Perles & Paddocks), Andrea Petrini (World's 50 Best), Carlo Petrini (Slow Food), Christine Plante (Les Lauriers de la gastronomie), Jonathan Lapierre-Réhayem (ITHQ), Thibault Renouf (Arrivage), Katerine-Lune Rollet (Animatrice), Pier-Alexis Soulières (La Chronique), Patrick St-Vincent (Le Filet), Élise Tastet (Tastet.ca), Jean-Philippe Tastet (Chroniqueur), ainsi que la centaine d'intervenants qui ont participé à la journée de consultation *Tous dans la même assiette* le 11 novembre 2019.



### LISTE DES ACRONYMES

ARQ : Association Restauration Québec ARRQ : Association des restaurateurs de rues du Québec  
 CIBIM : Conseil des Industries Bioalimentaires de l'île de Montréal ITHQ : Institut du tourisme et d'hôtellerie du Québec MAPAQ : ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec UPA : Union des producteurs agricoles du Québec



L'Office montréalais de la gastronomie est une initiative de Tourisme Montréal, réalisée avec le soutien financier de la Ville de Montréal.

**TOURISME /  
MONTREAL**

Montréal 