

Ce bilan vous est offert avec le soutien du [Ministère de l'Agriculture des Pêcheries et de l'alimentation du Québec](#). Il formule des tendances qui se dégagent de l'exercice de veille des derniers mois. Chacune d'entre elles est brièvement expliquée, puis appuyée de cas concrets. De nombreux autres exemples sont disponibles à travers les synthèses réalisées depuis avril 2023.

6 grandes tendances se dégagent de l'exercice de veille de la dernière année :

1. La ferme, un lieu multiusage
2. « De la ferme à la table », un mantra qui se diversifie
3. Les vignobles en réaction aux effets des changements climatiques
4. La gastronomie comme produit d'appel d'une destination
5. Les villes en quête d'un système alimentaire durable
6. La préservation du patrimoine alimentaire par l'éducation et la sensibilisation

TENDANCE #1 LA FERME, UN LIEU MULTIUSAGE

*Les lieux qui proposent une mixité d'usages se multiplient. En plus d'attirer des clientèles variées, cette avenue diversifie les sources de revenus. De plus en plus de secteurs s'adonnent à la tendance. Les sites agrotouristiques ne font pas exception ; **espace d'hébergement, de rencontre et de festivité**, la ferme comporte une myriade d'activités pouvant plaire à tous.*

– L'entreprise française [Cocolodge](#) procure un service clé en main permettant aux agriculteurs de proposer une offre d'hébergement sur leur ferme. En plus de l'installation, Cocolodge se charge du service de conciergerie (gestion du ménage et des déchets, entre autres) ainsi que de la gestion des réservations. Les agriculteurs doivent s'engager sur 12 mois minimum et sont invités à proposer une activité à partager avec leurs convives : visite d'exploitation, démonstration, atelier, etc. En Suisse, le projet « [Tiny House on Farms](#) » détient des visées semblables. L'objectif est de faciliter la tâche des exploitations agricoles faisant leurs premiers pas en tourisme.



– À Pont-Saint-Martin, dans le sud de Nantes, le [Domaine](#) de la Grande Bauche associe gastronomie, agriculture et événementiel. Les jours de semaine, le bâtiment principal se transforme en restaurant accueillant des chefs du monde entier intéressés à faire découvrir leur cuisine et leur culture. Le lieu fait ensuite place aux événements musicaux et gourmands les fins de semaine. S'ajoute à cette programmation une microferme biologique comprenant un potager qui fournit le restaurant en fruits et légumes, ainsi que des animaux.

– Pour la première fois en 27 ans, [l'édition](#) 2023 du festival de musique [Wintermoon](#) s'est tenue sur les terres d'une ferme fraisière située à Mackay, au nord de Brisbane en Australie. Margaret Ballantyne, l'une des propriétaires de la ferme, considère que le jumelage avec le secteur



événementiel représente une grande opportunité de diversification des activités, surtout en basse saison. C'est aussi une manière d'initier les festivaliers intéressés aux rudiments de la vie à la ferme.

– La ferme [La petite Arche de la Vallée](#), située en Bretagne, se spécialise dans les activités pédagogiques. Destinés tant aux groupes scolaires qu'aux groupes professionnels, les ateliers donnés par l'exploitation laitière sont variés. Il est notamment possible de participer à la traite des vaches et d'en apprendre plus sur le fonctionnement d'un troupeau ou la transformation des aliments. La ferme pédagogique accueille les sorties scolaires, les événements de *teambuilding* et les fêtes d'anniversaire.

– Lancé en 2020 au Japon, [Life Farming Camp](#) offre des retraites à la fois gourmandes et thérapeutiques. Prenant place dans une ferme de culture maraîchère, les ateliers proposés sont nombreux, allant de la dégustation de plats cuisinés avec les aliments des potagers, aux activités de cueillette de champignons ainsi qu'aux cours de méditation et de yoga. En lisière des terres cultivables se trouve une forêt où des hébergements d'expériences accueillent les visiteurs pour la durée de leur séjour.

– En novembre 2023, les producteurs viticoles de la région de Bordeaux ont accueilli des amateurs de vin et de plein air dans le cadre d'un [événement](#) portes ouvertes. Une multitude d'activités sportives étaient au programme, dont des circuits de vélo de montagne, de course à pied ou de randonnée pédestre. Chaque parcours traversait les vignobles de la région et se terminait par des dégustations de vins. Cette initiative est une belle manière de prolonger la saison touristique.



Source des images : [Cocolodge](#), [GRF](#), [Great Wine Capitals](#)

TENDANCE #2 « DE LA FERME À LA TABLE », UN MANTRA QUI SE DIVERSIFIE

*Le concept « De la ferme à la table » n'est pas nouveau, mais il s'ancre de plus en plus dans les **stratégies des destinations**. On vise la **démocratisation** de l'achat local, tant chez les communautés, que les visiteurs ou les restaurateurs. En ce sens, le processus de distribution alimentaire est repensé, sur le plan de l'accessibilité des produits, ainsi que des coûts monétaires et environnementaux liés.*

– La Commission européenne a récemment lancé son nouveau [plan](#) stratégique en lien avec le secteur agroalimentaire. Le principal objectif est de favoriser la transition responsable des processus de production et de distribution. La Commission suggère, entre autres, de collaborer avec les parties prenantes pertinentes afin de rédiger un code de conduite destiné aux entreprises du secteur alimentaire. Elle les invite à adopter des gestes durables concrets, dont la réduction de leur empreinte environnementale et de leur consommation d'énergie.



– La PME française [LEBONPICNIC](#) a développé une plateforme d'achat en ligne qui permet aux touristes qui visitent la France à vélo de commander, puis de déguster en cours de trajet, un panier rempli de produits frais, locaux et de saison. Fruit d'une étroite collaboration entre les organisations agroalimentaires et les OGD locales, le projet remédie à la difficulté des PME gourmandes à rejoindre le marché touristique.

– La Saint Lucia Hospitality and Tourism Association (SLHTA) met en relation les restaurateurs et les producteurs agricoles locaux. Avec son application mobile [Virtual Agricultural Clearing House Program](#), elle établit un canal de communication qui informe les usagers à propos des produits de la ferme disponibles et des endroits où se les procurer. Parmi les fonctionnalités, les chefs peuvent recevoir des notifications quotidiennes des produits disponibles ainsi que prévoir leurs futurs achats.



– [Beesk](#) est une entreprise française spécialisée dans la [distribution](#) alimentaire anti-gaspillage pour le secteur événementiel et celui de la restauration. Elle s'engage dans la réduction des pertes en fournissant des produits « hors normes » à environ 300 restaurants sur le territoire français chaque mois. Beesk achète les aliments aux producteurs et aux transformateurs, puis les revend aux restaurateurs. Cette approche valorise la production locale facilite l'usage de produits de qualité à des prix avantageux.

– Farmers Post, un [projet](#) lancé par le Fonds mondial pour la nature (WWF), permet aux agriculteurs de l'est du Connecticut d'expédier leurs produits localement par l'intermédiaire du service postal américain, sans frais supplémentaires. Cette initiative vise à lutter contre le gaspillage alimentaire et à simplifier la chaîne d'approvisionnement. Le service de Farmers Post est particulièrement avantageux pour les petites exploitations ou celles situées dans des régions n'ayant pas de marchés de producteurs qui offrent la vente directe aux consommateurs.

– Les [comptoirs](#) « Payez ce que vous pouvez » gagnent du terrain dans les marchés de producteurs américains, alors que l'inflation continue d'avoir un impact sur le pouvoir d'achat des consommateurs. La [Coastal Roots Farm](#), située en Californie, est un bel exemple. Au moment du paiement, le système de caisse permet aux acheteurs de voir le montant total de leur facture et de choisir la part qu'ils sont en mesure de payer. C'est également un modèle qui permet aux touristes d'accéder plus facilement à des produits frais, locaux et de saison lorsqu'ils voyagent.

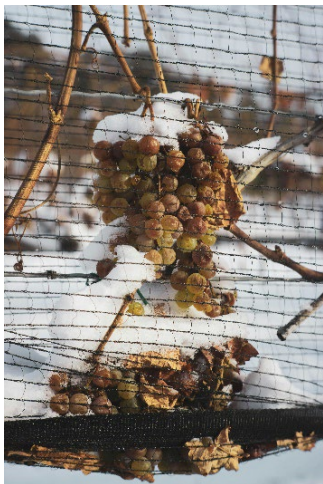
TENDANCE #3 LES VIGNOBLES EN RÉACTION AUX EFFETS DES CHANGEMENTS CLIMATIQUES

Les vignobles sont particulièrement impactés par les **événements météorologiques extrêmes**. Résultats de l'**évolution rapide des changements climatiques**, ces phénomènes agissent sur la viabilité des cultures et la qualité de la production. Les vignerons n'ont d'autre choix que d'innover, d'anticiper et de collaborer pour la pérennité de leur entreprise.

– Le Conseil interprofessionnel de Bordeaux ([CIVB](#)) investit 1,2 million d'euros par an dans des recherches sur l'impact des changements climatiques sur la viticulture. À ce jour, plusieurs [techniques](#) sont testées : augmentation de la biodiversité par la plantation d'arbres et de haies, assemblage de plusieurs variétés de raisins, viticulture de précision parcellaire avec une gestion du couvert végétal, adaptations des densités de plantation, etc.



– En Nouvelle-Zélande, le [programme](#) « Sustainable Winegrowing » fournit, entre autres, un cadre pour le suivi et l'examen annuel de paramètres clés, tels que la consommation de carburant et d'autres mesures prises pour minimiser l'empreinte carbone de la vinification et de la viticulture. L'Institut national néo-zélandais de recherche sur l'eau et l'atmosphère ([NIWA](#)) collabore aussi avec le secteur pour anticiper et modéliser les impacts des changements climatiques pour chaque région viticole participante.



– En réponse aux feux de brousse, aux inondations et aux tempêtes de grêle ayant touché l'Australie, des chercheurs de l'Institut de recherche et de développement d'Australie-Méridionale ([SARDI](#)), en collaboration avec le ministère de la Science et de l'innovation du gouvernement espagnol, ont mené une [étude](#) explorant les pratiques d'atténuation des impacts des changements climatiques sur la viticulture. Les chercheurs se penchent sur deux [solutions](#) potentielles : l'amélioration de la transpiration des feuilles de vigne et la réduction de la charge de rayonnement sur la canopée.

– Les producteurs de la zone viticole de la Valpolicella, en Italie, mettent en place plusieurs [initiatives](#) pour tenter de contrer les effets des changements climatiques. L'une d'entre elles consiste à recourir à d'anciens cépages dans le but de réintroduire des variétés qui avaient été mises de côté au cours des décennies précédentes, mais qui pourraient posséder des caractéristiques intéressantes dans le contexte actuel, telles que la tolérance à la sécheresse, la maturité tardive, une acidité naturelle élevée et un flétrissement lent.

– Au Chili, les entrepreneurs viticoles de la vallée de Casablanca et le gouvernement local ont élaboré un [accord](#) de production durable par lequel ils cherchent à améliorer la gestion et les performances environnementales des vignobles. Près d'une trentaine d'exploitations participent au projet. Ce dernier bénéficie notamment du soutien des ministères de l'Agriculture, de l'Énergie, de l'Environnement et de la Santé ainsi que de la municipalité de Casablanca.

*L'adaptation aux changements climatiques passe notamment par la mise en place de **mesures d'atténuation**. Actions de sensibilisation et bâtiments écologiques ; ces initiatives viennent enrichir l'expérience client, développer la notoriété des exploitations et parfois même assurer la **pérennité de l'offre oenotouristique**.*

– Le [Matetic Winery](#) au Chili exclut l'usage d'engrais chimiques synthétiques pour ses cultures et l'ensemble des infrastructures sont conçues à partir de matériaux naturels et écoénergétiques. Les visiteurs sont également amenés à comprendre les étapes de fabrication du vin lors d'ateliers. Selon la direction, toute offre oenotouristique devrait inclure une partie de [sensibilisation](#) aux différents enjeux de durabilité liés à la viticulture. De ce fait, les amateurs seront mieux outillés pour faire des choix responsables. Cette philosophie a permis au Matetic Winery de remporter le [Best of Wine Tourism Awards](#) dans la catégorie *Sustainable Wine Tourism Practices* en 2023.

– Le vignoble [Pieropan](#), situé dans la région de la Vénétie en Italie, comporte une [structure](#) souterraine permettant de respecter et de valoriser le paysage environnant. L'utilisation de matériaux durables favorise une intégration harmonieuse dans l'environnement tout en établissant un lien organique avec les vignes. L'intégration d'un système de collecte des eaux de pluie sur le toit du bâtiment contribue à l'efficacité énergétique des installations. De plus, le milieu souterrain aide à conserver une stabilité thermique et hygrométrique. Pieropan a remporté le prix dans la catégorie Architecture et paysage du *Global Best Of Wine Tourism 2023*.



Source d'une image : [Great Wine Capitals](#)

TENDANCE #4 LA GASTRONOMIE COMME PRODUIT D'APPEL D'UNE DESTINATION

*La gastronomie est de plus en plus un élément attractif, voire pour certains voyageurs, la **raison principale qui motive le choix d'une destination** de voyage. En ce sens, les organisations de gestion de la destination (OGD) sont nombreuses à miser sur le **tourisme culinaire** dans leurs stratégies et plans marketing. Les restaurants, les événements et les festivals sont des outils **de rayonnement importants**.*

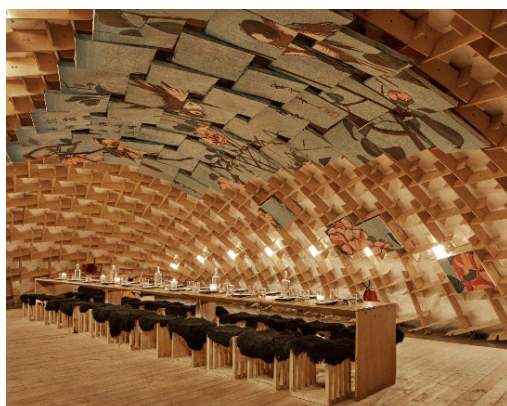
– La région de Lika, en Croatie, a créé la marque [Lika Quality](#) dans le but de se positionner comme une [destination gastronomique](#) auprès des voyageurs à la recherche d'expériences gourmandes. Un peu plus d'une cinquantaine d'entrepreneurs locaux ont adhéré au projet, valorisant ainsi 157 produits de 11 catégories différentes. Les entreprises participantes profitent notamment de formations pour adapter leurs opérations et répondre aux nouveaux standards émis par la marque. Elles détiennent également un soutien en marketing numérique pour optimiser leur présence sur le Web et les médias sociaux.

– [L'Association](#) des villes historiques de la Slovénie et [l'OGD](#) organisent conjointement le plus long festival culinaire du pays qui s'étend de janvier à décembre : le [Fest Mest](#). Chacune des 21 municipalités participantes est invitée à proposer des journées découvertes qui débutent avec une promenade guidée au cœur du centre historique de la ville concernée, puis se poursuivent avec un repas dans un restaurant local ainsi qu'un spectacle en soirée.



– En France, la Chambre de commerce et d'industrie de Pau Béarn et ses collaborateurs d'Euskadi, de Navarre, de La Rioja et des Pays basques se sont réunis pour créer une [destination](#) gastronomique commune aux cinq territoires. Cette collaboration a donné naissance à sept routes gourmandes et touristiques qui parcourent les différentes régions, ainsi qu'au site Web [VISITGastrOH!](#) qui recense l'offre oenotouristique, gastronomique et de circuit court des différentes localités.

– Le [projet](#) les Grands Sites du Goût propose de valoriser diverses régions suisses en tant que destinations gourmandes et d'en faire des ambassadrices du goût. Elles encouragent le tourisme gastronomique en faisant notamment la promotion du terroir et de nombreux produits phares. La [Fondation](#) pour la promotion du Goût a désigné Fribourg comme étant la [Ville du Goût 2023](#). Elle a notamment organisé des événements qui mettaient de l'avant des produits locaux, authentiques, sains et durables tout au long de l'année.



– En Grèce, plus de 17 millions d'euros provenant du fonds du [Plan de relance et de résilience](#) (RRF) ont été alloués à des actions visant à promouvoir la gastronomie locale. Des plateformes numériques, des cartes, une [application mobile](#), des stratégies de marque et des actions marketing visant à promouvoir les nouvelles expériences ont été mises en place tout au long de l'année 2023. Parmi les initiatives, on note l'implantation du [Visible Cheese Factory Label](#) ainsi que du [Visible Brewery Label](#) permettant aux laiteries, fromageries et brasseries d'accueillir des visiteurs et de proposer des visites guidées, ainsi que des dégustations.

– [RAW : almond](#) est un festival gastronomique d'une durée de 22 jours, organisé sur les rivières gelées de Winnipeg, au Manitoba. Depuis 2013, des chefs de classe mondiale se réunissent chaque année pour créer une expérience de restaurant éphémère dans une structure temporaire unique en son genre. Les places sont limitées et réservées plusieurs mois à l'avance. Des clientèles du monde entier se déplacent dans cet endroit reculé dans l'unique but d'y déguster un menu sept services.

Source d'une image : [RAW : almond](#)

TENDANCE #5 LES VILLES EN QUÊTE D'UN SYSTÈME ALIMENTAIRE DURABLE

La situation économique, environnementale et géopolitique actuelle pousse les destinations urbaines à se prémunir d'un **système alimentaire durable**. Cette démarche passe notamment par la mise en place de **politiques, de chartes, de plans stratégiques, de projets en agriculture urbaine et de programmes de formation**. Les initiatives qui font rayonner les produits frais, locaux et de saisons permettent à plusieurs villes de se démarquer sur le plan gastronomique.



– La ville de New York a récemment publié un [plan](#) décennal de [politiques](#) alimentaires visant à mettre en place un système plus équitable, plus durable et plus sain. En tant que signataire de la [déclaration](#) C40 Good Food Cities et de [l'engagement](#) Coolfood, elle s'engage à suivre ses émissions de gaz à effet de serre liées à l'alimentation et à réduire de 33 % l'empreinte carbone des aliments qu'elle achète d'ici 2030.

– En Suisse, la Fondation pour la promotion du goût encourage les villes à se joindre au [Pacte](#) de Milan de politique alimentaire urbaine. Lancé en 2015, ce dernier a pour [objectif](#) de développer des systèmes alimentaires durables qui fournissent des aliments sains et abordables à tous, dans le respect des droits fondamentaux des humains et des animaux. Les villes de Fribourg, Morges, Sion, Bulle, Onex et Moutier y ont récemment adhéré.

– Onze membres de l'Union européenne se sont réunis autour du projet [Food Trails](#). Chaque ville participante a le devoir d'implanter un [projet](#) pilote qui favorise l'innovation, la connexion entre les parties prenantes locales et la collecte d'informations en matière de politiques urbaines liées à l'alimentation. [L'objectif](#) est d'encourager l'autonomie alimentaire des communautés, de promouvoir les initiatives zéro déchet ainsi que l'adoption de comportements respectueux de l'environnement. À titre d'exemple, la ville de [Birmingham](#) en Angleterre a transformé un stationnement à plusieurs étages en une ferme urbaine et un jardin.

– Les villes de Guelph (Ontario), de Montréal (Québec), de The Pas (Manitoba) et de la nation Crie Opaskwayak (Manitoba) s'associent pour le développement d'une plateforme de [formation](#) nommée [SMART](#) (*Implementing Smart Cities Interventions to Build Healthy Cities*). Cette dernière a l'ambition de former la prochaine génération de chercheurs dans la résolution de problèmes de société complexes et le développement d'outils capables de rendre les villes canadiennes plus saines, viables et résilientes par l'amélioration des systèmes alimentaires du pays.

– En Suisse, la ville de Zurich s'est associée à l'initiative [healthy3](#) et à l'association gastronomique régionale pour créer une [charte](#) de durabilité destinée aux restaurateurs. Une cinquantaine d'adresses zurichoises y figurent. La municipalité propose un service gratuit de consultation qui accompagne les restaurateurs dans la mise en œuvre des principes de la charte au sein de leur établissement. Cet accompagnement passe, entre autres, par des rencontres et des formations.

– [Relish Rhody](#) est une [stratégie](#) dirigée par l'État du Rhode Island visant l'amélioration du système alimentaire. Conçue comme un plan d'action, elle adopte une vision holistique, reconnaissant les implications de la santé publique ainsi que l'impact économique, l'importance culturelle et la nécessité environnementale d'un système efficace et prospère. La

stratégie vise notamment à préserver et développer l'agriculture et les industries de la pêche, soutenir et créer des marchés fermiers pour la vente de produits frais et minimiser le gaspillage alimentaire.

– Montréal est [cheffe](#) de file en ce qui concerne l'agriculture urbaine; elle compte 57 entreprises œuvrant dans le secteur, alors qu'on en dénombre 36 à Bruxelles et 30 à Paris. Le [toit maraîcher](#) du pavillon de l'esplanade Tranquille a été officiellement inauguré à l'été 2023, fruit d'un partenariat entre le Quartier des spectacles, le Laboratoire d'agriculture urbaine (AU/LAB) et la Ville de Montréal. Trois jeunes entreprises d'agriculture urbaine se partagent une superficie de 7000 pieds carrés; trois autres prendront leur place à l'été 2024 pour assurer un roulement des productions. Les récoltes sont distribuées dans certains marchés ainsi que chez des restaurateurs du quartier.



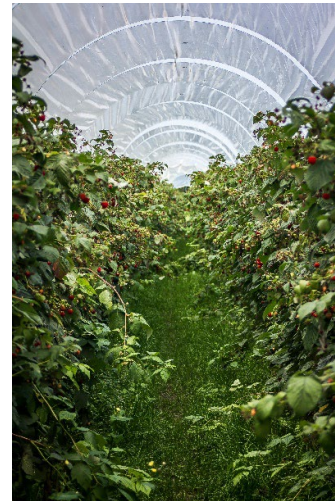
Source d'une image : JALQ Photography

TENDANCE #6 LA PRÉSERVATION DU PATRIMOINE ALIMENTAIRE PAR L'ÉDUCATION ET LA SENSIBILISATION

*Pour préserver leur **identité culinaire**, certaines destinations s'efforcent **d'éduquer et de sensibiliser** les voyageurs, mais aussi les membres de la communauté et les entreprises œuvrant dans le secteur. Cet enseignement passe notamment par la création de lieux qui facilitent les échanges, mais aussi par des **formations variées** et de **l'accompagnement**. Certains projets porteurs sont susceptibles d'interpeler les voyageurs étrangers qui souhaitent s'imprégner d'une **expertise unique**.*

– La Suisse a créé le [Culinarium Alpinum](#), le tout premier [centre d'excellence](#) et de compétences dédié à la cuisine des régions alpines. Ce projet vise à sensibiliser les consommateurs, l'industrie agroalimentaire, le secteur de la restauration et les touristes à l'importance du patrimoine culinaire alpin. Pour ce faire, le Culinarium Alpinum propose une multitude d'expériences à ses visiteurs au sein d'un même lieu : cours de cuisine, restaurant mettant en valeur les saveurs régionales, dégustations dans la cave à fromage, marchés fermiers et collations dans les jardins.

– En 2015, Tucson est devenue la première ville américaine à rejoindre le [Réseau](#) des villes créatives de l'UNESCO (RVCU) dans la catégorie « Gastronomie ». Parmi les [réalisations](#) inspirantes ayant suivi son adhésion, on retrouve les laboratoires culinaires. Ils consistent en des formations et des ressources gratuites fournies aux entrepreneurs locaux et aux entreprises en phase de démarrage qui utilisent des ingrédients issus du patrimoine culinaire du sud de l'Arizona. Après la formation, les participants sont invités à réseauter, à profiter des espaces de travail partagés et à bénéficier de services gratuits de mentorat.





– La commune d'Aups, du Haut Var en France, opère un [projet](#) de transformation d'une friche, qui fut autrefois une cave vinicole, en coopérative agri-culturelle. À terme, cette initiative permettra de convertir un bâtiment laissé à l'abandon en un espace [hybride](#) à plusieurs vocations. Il sera conçu pour devenir une vitrine accueillante à l'entrée du village et inclura un café associatif favorisant les échanges et la convivialité entre touristes et résidents. La coopérative préconise l'usage de transport durable pour se déplacer au village.

– La région des Hauts-de-France regroupe à elle seule près de 200 brasseries artisanales et microbrasseries. Comment partager cette partie intégrante du patrimoine culinaire aux visiteurs ? Cette question a inspiré l'idée de mettre en place une [Cité de la bière](#), un projet qui vise à structurer l'offre touristique de ce produit. Les visiteurs peuvent s'informer sur le processus de fabrication brassicole grâce à des expositions muséales. Ils ont

également l'opportunité d'échanger avec les producteurs lors d'événements. Un tel [lieu](#) s'est également récemment installé dans la commune française du Bailleul.

– Aux États-Unis, le [projet](#) Charlie Cart s'est donné pour [mission](#) de sensibiliser les jeunes à une saine alimentation grâce à une approche ludique. Lancée en 2015, cette cuisine mobile se déplace dans les écoles, les bibliothèques, les marchés fermiers et les banques alimentaires des communautés du pays. Des activités éducatives clés en main sont proposées aux enfants et à leur famille. Durant ces ateliers, les animateurs montrent notamment comment bien sélectionner les fruits et légumes de saison en plus d'enseigner différentes façons simples et rapides de les cuisiner.



– À Montréal, le Laboratoire sur l'agriculture urbaine (AU/LAB) consacre une grande partie de ses activités à éduquer les professionnels et les entrepreneurs du secteur. En 2019, le laboratoire s'est associé à quatre entreprises de l'industrie alimentaire durable : [TriCycle](#), [Opercule](#), [Torréfaction Québec](#) et [Champignons Maison](#). Ensemble, ils ont créé la [Centrale agricole](#), la plus grande coopérative d'agriculture urbaine au Québec. Les 20 entreprises membres de la coopérative bénéficient de formations variées et d'accompagnements. Les membres jouissent aussi d'un espace de travail propice au développement d'initiatives d'économie circulaire conjointes et au partage d'expertise.

– Le [carnet](#) d'inspiration culinaire est un guide conçu pour les chefs qui souhaitent explorer de nouvelles façons de créer et de présenter leurs plats, en valorisant les particularités de la Bretagne. Ce guide invite à un voyage à travers les destinations touristiques bretonnes, dévoilant leurs spécificités historiques, paysagères, et culturelles, fournissant inspirations et conseils pour imaginer des mets uniques. Les restaurateurs bénéficient également d'un accompagnement spécialisé en design culinaire. Celui-ci est chapeauté par [Tourisme Bretagne](#) et financé à 80 % par [Région Bretagne](#), afin d'encourager les établissements de restauration à valoriser le patrimoine culinaire local.

Source d'une image : [FoodThank](#)