



*Artisans à l'oeuvre*  
ÉCONOMUSÉE® | QUÉBEC

# 7 CLÉS DE RÉUSSITE

POUR METTRE EN  
VALEUR DES ÉLÉMENTS  
DE L'IDENTITÉ CULINAIRE





## TABLE DES MATIÈRES

1. CONTEXTE DE RÉALISATION	3
1.1 IDENTITÉ CULINAIRE ET MISSION DE LA SOCIÉTÉ DU RÉSEAU ÉCONOMUSÉE®	3
1.2 OBJECTIFS DE L'ÉTUDE	3
1.3 BREF RAPPEL SUR LA NOTION D'IDENTITÉ CULINAIRE	4
1.4 LES ACTIONS DE LA SRÉ EN MATIÈRE D'IDENTITÉ CULINAIRE	5
2. MÉTHODOLOGIE	8
3. PERSPECTIVES HISTORIQUES	9
4. LES MARQUEURS DE L'IDENTITÉ CULINAIRE	10
4.1 LA RESSOURCE PREMIÈRE D'ORIGINE ANIMALE ET VÉGÉTALE	11
4.2 LES PRATIQUES SAISONNIÈRES ET CALENDAIRES	12
4.3 LES METS	13
5. LES INDICATEURS	16
5.1 L'ESPACE - TERRITOIRE	17
5.2 LE TEMPS - TRANSMISSION	17
5.3 LES ACTIVITÉS OU LES LIEUX DE MISE EN VALEUR	17
5.4 LA RECONNAISSANCE	18
5.5 PRÉSENCE D'ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE	18
5.6 LES GUIDES D'OPINION	18
6. LES CLÉS DE SUCCÈS	19
7. CONCLUSION	21



**SOCIÉTÉ DU RÉSEAU  
ÉCONOMUSÉE® (SRÉ)**

1040, avenue Belvédère, bureau 100  
Québec (Québec) G1S 3G3

Tél. : 418 694-4466  
info@economusees.com  
www.economusees.com

**Rédaction**  
Gynette Tremblay

**Collaborateur**  
Carl-Éric Guertin

# 1. CONTEXTE DE RÉALISATION

## 1.1 IDENTITÉ CULINAIRE ET MISSION DE LA SOCIÉTÉ DU RÉSEAU ÉCONOMUSÉE®

Depuis plus de trois ans, la Société du réseau ÉCONOMUSÉE® (SRÉ) a fait de l'identité culinaire une de ses priorités afin de stimuler la fierté et de contribuer à la préservation des savoir-faire identitaires; créer des liens d'attachement entre les consommateurs et les artisans; contribuer à modifier le comportement d'achat des consommateurs; accroître l'attractivité des régions auprès des touristes et pour qu'elles se distinguent les unes des autres et surtout, pour démarquer les économusées comme destination touristique et en faire des porte-étendards de l'identité culinaire québécoise.

C'est donc dans le cadre de la convention d'aide financière de trois ans avec le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec notamment pour : « réaliser des activités de sensibilisation et d'éducation auprès des consommateurs et des intervenants en ce qui a trait au patrimoine et à l'identité culinaire », que la SRÉ a souhaité réaliser une étude afin d'identifier les marqueurs de l'identité culinaire québécoise. Elle s'inscrit dans une longue série d'actions réalisées depuis 2015 telles que décrites à la section 1.4.

Ainsi, pour guider ses actions futures dans le domaine dont la mise en valeur d'artisans-entrepreneurs, qu'ils soient ÉCONOMUSÉE<sup>1</sup> ou ESPACE CULINAIRE<sup>2</sup>, la SRÉ a réalisé une étude originale sur les marqueurs de l'identité culinaire. Elle souhaite s'appuyer sur des fondements solides par une vaste recherche. Elle a donc confié le mandat de réalisation de la recherche à Gynette Tremblay, ethnolinguiste et consultante de longue date pour la SRÉ.

## 1.2 OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

L'amorce de la présente étude comportait les objectifs suivants :

- Appuyer les actions de la SRÉ sur une base scientifique;
- Identifier les marqueurs de l'identité culinaire (matières premières, pratiques et mets);
- Déterminer les éléments représentatifs de l'identité culinaire québécoise?
- Déterminer les éléments qui, au cours des années, se sont ancrés dans la mémoire collective pour devenir des références identitaires ?
- Identifier ceux qui pourraient offrir du potentiel de développement au secteur touristique?
- Cibler des marqueurs qui pourraient être mis en valeur parmi les membres artisans-entrepreneurs actuels ou futurs de la SRÉ.

De plus, la recherche a mené à l'ajout d'un nouvel objectif des plus pertinent, soit de proposer des clés de réussite pour mettre en valeur l'identité culinaire québécoise.



1. ÉCONOMUSÉE® : Lieu pour mettre en valeur *in situ* les artisans-es, leurs métiers, leu savoir-faire et le patrimoine matériel et immatériel afin d'en faire une destination touristique culturelle attractive.  
2. ESPACE CULINAIRE : Lieu pour faire perdurer *in situ* des pratiques culturelles traditionnelles du patrimoine immatériel de même que des éléments (plats, mets ou produits) qui forgent l'identité culinaire, en tant que marqueur du patrimoine immatériel.

## 1.3 BREF RAPPEL SUR LA NOTION D'IDENTITÉ CULINAIRE<sup>3</sup>

Au cours des années se sont ancrés dans la mémoire collective des mets, des produits et des pratiques qui reflètent notre identité culinaire, devenus pour plusieurs des incontournables et qui sont facilement identifiables: le sirop d'érable, la tourtière du Saguenay-Lac-Saint-Jean, le cidre de glace et même la poutine.

Il est important de préciser en premier lieu le concept d'identité qui peut se définir comme suit :

*L'identité désigne aussi bien ce qui **perdure** que ce qui **distingue** et ce qui **rassemble**. Elle est culturelle, ethnique, sociale, individuelle, familiale, collective, communautaire, genrée, locale, régionale, nationale, globale, interculturelle, etc. L'identité peut donc se référer à un lieu de naissance, un pays d'origine, un territoire, une ville, une localité, un quartier, une agglomération, bref, elle est synonyme d'**appartenance**<sup>4</sup>.*

Pour sa part, l'identité culinaire est un concept complexe toujours en évolution. Il est le produit d'une histoire qui garde les traces de son passé et se projette dans l'avenir. De ce fait, l'identité culinaire est toujours en transition et donc en redéfinition. Elle se forge à partir d'éléments qui font échos à la réalité sociale (cuisine bourgeoise, domestique, familiale), religieuse (fêtes et cérémonie – repas de Noël), géographique ou régionale (crevette de Matane), historique (ragoût de boulettes canadien), économique (pâté chinois) ou personnelle (beigne de grand-mère), etc.



Repas en famille chez Adrien Laberge à Châteauguay (Omer Beaudoin, 1950, BanQ).

Selon Yvon Desloges<sup>5</sup> :

Cette identité n'est pas homogène, mais plurielle puisqu'elle doit se décomposer à l'aune de la périodicité et de l'altérité, et cela en fonction de la couche sociale, de la région ou encore de la strate d'âge pour ne citer que quelques variables à approfondir éventuellement. Bref, l'identité alimentaire des Québécois reste à définir.

Si les influences de l'alimentation prennent source d'abord dans son héritage français, canadien, canadien-français, puis québécois, elle s'est métissée au contact des autres cultures : amérindienne, anglaise et internationale. En effet, la diversité identitaire se reflète dans les multiples couches d'emprunts et d'adaptations culturels hérités d'une expérience partagée sur un même territoire. Le métissage est donc une caractéristique essentielle de la cuisine québécoise.

- De 1608 à 1685, période qui correspond au métissage franco-amérindien et pendant laquelle le maïs et les autres produits ou mets amérindiens sont intégrés au bagage culinaire.
- De 1685 à 1785, période au cours de laquelle les colons mangent à la française, une fois cheptel et cultures implantés.
- De 1785-1860, période marquée du sceau du métissage anglo-canadien alors que sucre, thé, pomme de terre, condiments et nouveaux légumes font leur apparition au menu.
- Au cours des années 1860-1967, les recettes sont à la canadienne<sup>6</sup>.
- L'Expo 67 constitue une autre étape majeure de transformation de notre rapport avec le monde extérieur et de changement en profondeur des habitudes alimentaires des Québécois francophones.



3. Pour une explication en profondeur de l'identité culinaire, consulter l'article QUELQUES JALONS POUR DÉFINIR L'IDENTITÉ ... CULINAIRE, « Spéciale, identité culinaire », Magazine électronique, SRÉ, été 1919, p. 4-8.

4. Tiré du texte de Martine Roberge, avec la participation de Gynette Tremblay, « Quelques jalons pour définir l'identité... culinaire », Québec, février 2019.

5. « Les Québécois francophones et leur "identité" alimentaire : de Cartier à Expo 67 », Yvon Desloges, *Cuizine*, vol. 3, n° 2, 2011.

6. « *La Nouvelle Cuisine canadienne* présente 22 recettes dites « à la canadienne » ...ces recettes font appel à des techniques simples, peu diversifiées, et relèvent d'une cuisine plutôt rudimentaire ». Il y a un souci d'économie et d'habitude. À titre d'exemple : dans la recette du bœuf à la mode qui relève de la cuisine bourgeoise française, le vin est absent. (Marc Lafrance et Yvon Desloges, *Goûter à l'histoire*, Montréal, Les Éditions de la Chenelière, 1989 :102).

## 1.4 LES ACTIONS DE LA SRÉ EN MATIÈRE D'IDENTITÉ CULINAIRE

Depuis l'amorce de cette réflexion, la SRÉ a mené de nombreuses initiatives au Québec afin que l'identité culinaire devienne dans les régions du Québec un vecteur de croissance touristique, économique et culturelle.

### UN ACTEUR QUI SE POSITIONNE - 2015

Dans un cahier spécial du *Devoir*, la journaliste Sophie Surani avait mis la table avec son article intitulé « Quelle identité gourmande pour le Québec? » Madame Surani y exposait notamment qu'une vision identitaire commune semblait difficile à trouver. Elle y interviewe alors le directeur général de la SRÉ, ce qui permet à l'organisme d'exprimer sa vision : « De son côté, et sans hésitation, c'est par sa variété que Carl-Éric Guertin, directeur général de la Société du réseau ÉCONOMUSÉE®, définit l'identité gourmande québécoise ». La richesse du Québec? Sa diversité! Et aussi sa régionalisation. « Cette diversité très régionalisée, et sur laquelle le Québec doit miser pour se démarquer, se retrouve non seulement dans les produits, mais aussi à travers le réseau de générations d'artisans disséminées sur l'ensemble de la province. Car l'identité gourmande est avant tout une histoire humaine, remplie de savoir-faire, de techniques, de pratiques culturelles saisonnières ou régulières ancrées sur un territoire ou dans un cadre environnemental bien défini. Monsieur Guertin rappelle à ce propos le travail de familles installées depuis plusieurs générations ou de celles qui œuvrent fort au développement de nouveaux produits. »



## Quelle identité gourmande pour le Québec ?

Festivals, portes ouvertes, routes, circuits... La saison estivale à peine finie, l'automne prend le relais. Le Québec est devenu un ventre, l'antagraclique. Tous les acteurs du milieu touristique s'accordent à le dire : notre gourmandise est sans faim, mais la mise à table d'une vision identitaire commune semble plus ardue à définir.

SOPHIE SURANI

« Je pense qu'il y a une vraie culture gourmande au Québec. Nous avons plein d'exemples de patrimoine culinaire gourmand vivant. Et avec les nouvelles générations, les produits agroalimentaires sont poussés encore plus loin en matière d'innovation. »

Carl-Éric Guertin, directeur général de la Société du réseau Economusée

tour de cette foisonnante créativité, reste toutefois le défi de se constituer un noyau dur, un corpus de base. Mais là aussi les choses bougent. Plusieurs doctorats traitant du fait alimentaire en Amérique du Nord, et particulièrement au Québec, sont en cours. Ici et là, on collige une documentation éparse, méconnue, voire oubliée. Malheureusement, pour certains pans de l'histoire gourmande, comme celui relié à notre héritage autochtone, la tâche s'avère plus complexe, car les communautés se sont rapidement fait engoutir au contact des colonisateurs. Quant aux traces écrites, elles sont rarissimes, voire inexistantes du fait de la priorité

## ÉTUDE COMPARATIVE – 2016

La SRÉ pilote d'abord en 2016, avec un partenaire, une *Étude comparative sur la promotion de l'identité culinaire et ses impacts sur l'industrie du tourisme – Exemples à travers le monde et analyse culinaire et ses impacts sur l'industrie du tourisme*. L'étude se voulait donc une recension d'exemples à travers le monde sur l'identité culinaire afin de s'en inspirer pour mieux définir l'identité culinaire québécoise et guider les actions de la SRÉ.



## ATELIERS DANS TROIS RÉGIONS DU QUÉBEC – 2017

Pour pousser plus loin l'exercice de promotion de l'identité culinaire, la SRÉ entreprend à l'automne 2017, avec le soutien financier du MAPAQ, le projet des ateliers *En gestes et en paroles : nos terroirs, notre fierté*, dans trois régions du Québec, soit les Îles-de-la-Madeleine, le Saguenay-Lac-Saint-Jean et Lanaudière. Grâce à ce partenariat avec le Bon Goût frais des Îles-de-la-Madeleine, la Table agroalimentaire du Saguenay-Lac-Saint-Jean et le Conseil de développement bioalimentaire de Lanaudière, nous avons pu tenir huit ateliers auxquels ont pris part quelques centaines de personnes.

Ces rencontres avaient pour objectif de promouvoir l'identité culinaire régionale. S'inspirant des assemblées de cuisine, les ateliers se voulaient des lieux de discussions, d'échanges et de dégustations sur l'identité culinaire des régions. Le but étant d'amorcer la réflexion en région et d'entendre différents points de vue sur les initiatives existantes ou potentielles. Ils visaient également à faire naître un sentiment de fierté à l'égard d'aliments, de plats et de pratiques culinaires identitaires reconnus par la communauté. Selon les régions, les ateliers se sont tenus pour des groupes spécifiques (producteurs et transformateurs agroalimentaires, chefs, grand public) ou des groupes mixtes.



Exemple : Atelier avec des chefs régionaux au Saguenay-Lac-Saint-Jean.



Exemple : Atelier avec des femmes de la communauté anglophone aux Îles-de-la-Madeleine.

## MANDAT DU MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE, DES PÊCHERIES ET L'ALIMENTATION DU QUÉBEC - 2018

Reconnue pour son expertise et sa capacité d'intervention, la SRÉ signe une convention d'aide financière de trois ans avec le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec notamment pour : « réaliser des activités de sensibilisation et d'éducation auprès des consommateurs et des intervenants en ce qui a trait au patrimoine et à l'identité culinaire ».

## PREMIER COLLOQUE SUR L'IDENTITÉ CULINAIRE - 2018

Dans la foulée des ateliers régionaux de 2017, un premier colloque sur l'identité québécoise culinaire se tient à l'automne 2018. L'activité, organisée par la SRÉ en collaboration avec le Conseil québécois du patrimoine vivant, réunit 80 personnes issues de plusieurs milieux et régions au cœur du Vieux-Québec, au Monastère des Augustines. Comme trame de fond, la mesure 22 du *Plan d'action gouvernemental en culture 2018-2023* : « Soutenir le développement des entreprises œuvrant en agrotourisme et en tourisme gourmand dont les activités contribuent à mettre en valeur l'identité culinaire québécoise ».



## CRÉATION D'UNE NOUVELLE CATÉGORIE DE MEMBRES - ESPACE CULINAIRE - 2019

La SRÉ développe une nouvelle catégorie de membres, Artisans à l'œuvre - ESPACE CULINAIRE. Cette dernière comprend des entreprises ou organisations qui ont été sélectionnées puisqu'elles choisissent de mettre en valeur des plats, des mets ou des produits qui forgent l'identité culinaire en tant qu'élément marqueur du patrimoine immatériel.



Artisans à l'œuvre  
ESPACE CULINAIRE

## 2. MÉTHODOLOGIE

Cette étude s'appuie sur un travail de recherche rigoureux. De ce fait, ce sont plus de 200 ouvrages ou publications (livres de recettes<sup>8</sup> de compagnies de produits alimentaires, guides touristiques, répertoires, études, thèses, articles, enquêtes ethnographiques, sites Internet etc.<sup>9</sup>) qui ont été consultés.

En plus de la recherche documentaire et du travail de synthèse, des rencontres et des échanges ont eu lieu avec des spécialistes, des chercheurs ou des intervenants qui s'intéressent au domaine de l'identité culinaire. Ceux-ci ont permis de préciser les pistes de recherche et de réflexion.

Personnes consultées :

- Martine Roberge, professeure au Département des sciences historiques de l'Université Laval
- Laurier Turgeon, professeur au Département des sciences historiques de l'Université Laval
- Yvon Desloges, chercheur et ex-historien à Parcs Canada
- Louise Bernard, ethnologue
- Céline Laberge, exconservatrice à Parcs Canada

Il s'est avéré nécessaire dans un premier temps de constituer une **banque de données** et de dresser une **liste des ressources**. La banque de données renferme les mentions recueillies à partir du dépouillement d'ouvrages ou publications tel que mentionné précédemment.

Les mentions retenues étaient celles liées à un mets, à un produit ou à une pratique et devaient comporter l'une ou l'autre des indications suivantes :

1. Indications de temps – exemples : d'autrefois, de chez-nous, du pays, du temps jadis, etc.;
2. Indications de localisation régionale – exemples : gibelotte de Sorel, anguille du Bas de Québec, tourtière du Saguenay-Lac-Saint-Jean, etc.;
3. Indications de circonstances – exemples : tire de Sainte-Catherine, galette des Rois, temps des sucres, etc.;
4. Indications de transmission – exemples : biscuits d'antan, galettes de grand-mère, tourtière à l'ancienne, etc.);
5. Indications d'appartenance – exemples : à la cuisine québécoise (creton = une spécialité culinaire québécoise, soupe aux pois = une recette traditionnelle, fèves au lard = mets typiquement canadien ou québécois, etc.).

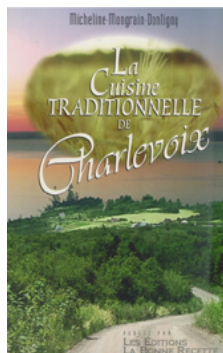
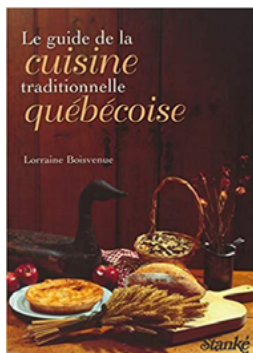
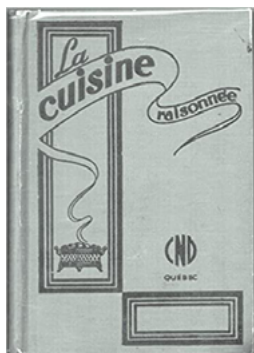
Il fallait également dresser une liste des ressources premières d'origine animale et végétale à partir de renseignements fournis principalement sur les sites de l'Institut québécois de la biodiversité (IQBIQ) et du ministère des Forêts, de la Faune et des Parcs (MFFP).

Puis, les données colligées ont permis de constituer un vaste tableau qui présente les éléments de l'identité culinaire regroupés sous deux entités : les marqueurs qui reposent sur trois piliers (ressource, pratique, mets) et les indicateurs liés à l'espace, au temps, à une activité ou à une reconnaissance.

L'analyse des données à la suite du dépouillement de la documentation et de la compilation des données s'est révélée très significative. Cela met en évidence, pour la première fois, des éléments porteurs de sens : marqueur et indicateur. Ensemble, les composantes du marqueur et de l'indicateur sont autant de clés de réussite qui ouvrent des pistes de développement touristique d'une communauté, d'une localité ou d'une région.

**Marqueur** : un marqueur est constitué d'une ressource naturelle, d'une pratique liée au champ coutumier et d'un mets domestique

**Indicateur** : un indicateur est lié au territoire, à l'espace, à une activité ou à un lieu de mise en valeur et à une reconnaissance publique.



8. Celui publié en 1840 est l'un des premiers livres de cuisine écrit et publié au Canada. Il s'agit de *La cuisinière canadienne contenant tout ce qu'il est nécessaire de savoir...*, Montréal, Perreault.

9. Plusieurs ouvrages ont été consultés à la Bibliothèque de l'Université Laval, Bibliothèque et Archives nationales du Québec (Québec et Montréal), Archives de folklores de l'Université Laval, Centre de document de l'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec (Montréal), le centre de documentation du Trésor de la langue française au Québec, Faculté des lettres et sciences humaines de l'Université Laval.



### 3.

# PERSPECTIVES HISTORIQUES<sup>10</sup>

Dans un contexte de mise en valeur de l'identité culinaire pour développer le secteur touristique, il fallait, dans un premier temps, vérifier si d'un point de vue historique le secteur touristique avait déjà misé sur des éléments de l'identité culinaire québécoise. Avait-il déjà tiré avantage à mettre de l'avant des produits, des pratiques ou des mets qui identifient l'identité culinaire et ces derniers pouvaient-ils servir de leviers au développement touristique des régions du Québec?

Déjà au début du XX<sup>e</sup> siècle, des initiatives se profilent pour mettre de l'avant des éléments identitaires afin d'attirer des visiteurs. Le gouvernement du Québec propose alors aux hôteliers qu'ils mettent davantage en valeur la cuisine locale pour offrir à ceux qui parcourent le pays de partir à la recherche de saveurs spécifiques. Si se nourrir fait partie des activités obligatoires dans une journée et pourquoi ne pas en profiter pour vivre des expériences authentiques et s'imprégner du mode de vie des habitants-es d'une localité. *Se nourrir suscite des émotions.*

La brochure *Auto Tours around Quebec*, publiée en 1917, est considérée comme le premier guide touristique destiné à ceux qui veulent découvrir la Vieille Capitale en voiture. En 1926, le ministère de la Voirie publie la première carte routière destinée aux touristes. Ainsi, entre 1920 et 1945, l'utilisation de l'automobile amène à construire de nouvelles routes et à avoir accès aux régions éloignées de Montréal et de Québec.



(collection BanQ)

Pendant longtemps, les voyageurs-es se déplaçaient, non pour le plaisir de voyager et de voir du pays, mais par nécessité. Vers les années 1700, les Anglais de la haute société lancent une mode qui est considérée comme l'acte de naissance du phénomène touristique. Ils entreprenaient le fameux *Grand Tour*, à visée éducative, dont le circuit intégrait la France, la Suisse, l'Italie, la Grèce et la Turquie. Au tournant des années 1800, c'est au tour de l'élite fortunée américaine de se passionner pour le voyage d'agrément. L'Europe est à la mode, mais la traversée de l'océan en rebute plusieurs. Un circuit touristique *fashionable*, leur est proposé qui comprend les Grands Lacs, les chutes Niagara et le fleuve Saint-Laurent jusqu'à Québec. Puis, la navigation à vapeur permet des excursions à partir de Québec jusqu'au Saguenay, dans Charlevoix et dans le Bas-du-Fleuve (Rivière-Ouelle, Kamouraska, Rivière-du-Loup). Vers 1880, des sportsmen vont se rendre en Gaspésie. Les Laurentides s'ajoutent comme destination touristique, etc. Les citadins sont logés dans la résidence principale des fermiers, des villageois ou dans des hôtels qui se multiplient.

Le tourisme gourmand va prendre son envol et l'agrotourisme<sup>11</sup> se développer. Visites de producteurs et de transformateurs locaux, repas dans des restaurants réputés, pris sur le pouce ou lors d'une dégustation au gré d'arrêt dans un marché public, sur une route de découvertes ou lors d'événements (festivals, journées gourmandes, tables champêtres), sont autant de façons de vivre des expériences authentiques et de s'imprégner du mode de vie des habitants-es d'une localité.



Marché de Deschambault, Tourisme Portneuf, MRC de Portneuf

<sup>10</sup> Les renseignements sont tirés de l'ouvrage de Marc H. Choko, Michèle Lefebvre, Danielle Léger, *Destination Québec. Une histoire illustrée du Québec*, Montréal, les Éditions de l'Homme, 2013.

<sup>11</sup> Activité touristique complémentaire à l'agriculture ayant lieu sur une exploitation agricole. Il met en relation des producteurs, des transformateurs agricoles avec des touristes ou des excursionnistes, permettant à ces derniers de découvrir le milieu agricole, l'agriculture et sa production à travers l'accueil et l'information que leur réserve leur hôte. (Agrotourisme - Zone boréale).

# 4. LES MARQUEURS DE L'IDENTITÉ CULINAIRE

Ancrés dans la tradition, les marqueurs font l'objet d'une reconnaissance sociale et reflètent l'expression des valeurs d'une époque et d'un espace social et culturel. Modulés par les indicateurs (voir la prochaine section), ils permettent d'identifier, dans un premier temps, ce qui caractérise l'identité culinaire.

Les **marqueurs** reposent sur trois piliers en étroite relation :

1. Une ressource première alimentaire (origine animale ou végétale).
2. Une pratique du champ coutumier (saisonniers ou calendaire).
3. Un mets (local, régional ou national).

Lorsque les trois composants sont présents (une ressource + une pratique + un mets), il en ressort que le marqueur possède un potentiel de mise en valeur indéniable. Le bleuet en est un bel exemple :

## EXEMPLE DE MARQUEUR : LE BLEUET

Ressource	Pratique	Mets
Bleuet sauvage	Cueillette	Tarte aux bleuets
	 (collection BanQ)	

## 4.1 LA RESSOURCE PREMIÈRE D'ORIGINE ANIMALE ET VÉGÉTALE

Les ouvrages et publications consultés ont permis d'identifier 70 espèces d'origine animale des milieux agricole, aquatique et forestier et 52 espèces d'origine végétale des milieux agricole et forestier. Il s'agit de ressources premières, avant transformation, plus ou moins accessibles, mais présentes sur le territoire du Québec. Le tableau 1 présente les ressources premières d'origine animale tandis que le tableau 2 présente les ressources premières d'origine végétale.

abeille	canard	doré	moule	Plie
agneau	caplan	éperlan	mye	Porc
aiglefin	caribou	esturgeon	oie	Poulamon
aiguillat	castor	flétan	ouananiche	Poule
alose	concombre de mer	hareng	omble chevalier	Saumon
anguille	cerf	homard	original	Sauvagine
barbotte	chevreuil	lièvre	ours	Touladi
bar rayé	chèvre	lotte	oursin	truite
brochet	corégone	loup-marin	outarde	turbot
bernache	couteau de mer	mactre de Stimpson	palourde	vache
bigorneau	crabe	maquereau	pétoncle	veau
boeuf	crevette	marsouin	perchaude	
buccin	dinde	morue	perdrix	

Les secteurs de l'agroalimentaire et celui du tourisme gourmand sont instinctivement associés au milieu agricole. Or, le tableau fait ressortir de nombreuses ressources du milieu aquatique, tant d'eau douce que d'eau salée, et du milieu forestier<sup>13</sup>. Les pratiques de chasse et de pêche, qui assureraient l'approvisionnement, sont d'ailleurs celles qui sont les plus présentes dans les pratiques : pêche à la truite, chasse à l'original. C'est un élément dont il faut tenir compte dans les actions de mise en valeur et de promotion.

Également, le tableau sur les ressources premières d'origine végétale met en évidence des ressources provenant des milieux agricole et forestier.

ail	cassis	graine noire	pomme
airelle	cenelle	gourgane	pomme de terre
amélanche	cerise	groseille	prune
argouse	champignon	haricot	raisin
aronia	chicouté	herbes salées	pomme de terre
betterave	chou	melon (de Montréal)	rhubarbe
blé	citrouille	maïs	salicorne
bleuet (sauvage)	courge	mûre	salsifis
camerise	épinette	navet	sureau
camerine	érable à sucre	oignon	thé des bois
canneberge	fraise	orge	tête de violon
cantaloup	framboise	pimbina	tomate
carotte	gadelle	Pois	topinambour

12. Il faut considérer que l'approvisionnement d'animaux sauvages- le gibier- qui peut être commercialisé, limite sa mise en valeur.

13. L'importance présence des milieux aquatique et forestier avait également été évoquée par les participants des Ateliers sur l'identité culinaire de trois régions : Iles-de-la-Madeleine, Saguenay-Lac-Saint-Jean et Lanaudière organisés par la SRÉ.

## 4.2 LES PRATIQUES SAISONNIÈRES ET CALENDAIRES

---

La liste des pratiques saisonnières et calendaires n'est pas exhaustive. Elle comprend les mentions relevées dans la documentation consultée plutôt que de provenir d'une recherche sur le domaine du champ coutumier, et touchait spécifiquement le secteur alimentaire. Ainsi, les pratiques saisonnières relevées sont :

- La récolte des céréales ou autres (blé, maïs, orge, sarrasin)
- La chasse
- La pêche
- La trappe
- La cueillette de petits fruits (fraise, framboise, bleuet)
- La récolte des arbres fruitiers (amélanche, pimbina, pomme)

Quant aux pratiques liées aux activités calendaires, elles se concrétisent quant à elles dans des rituels qui jouent un rôle par la création de traditions familiales, sociales, régionales, etc. Il y a, entre autres, les repas en famille surtout le dimanche, le vendredi, les fêtes de Noël, du Jour de l'An, de Pâques; celles à la cabane à sucre, l'épluchette de blé d'Inde, les réceptions en famille ou entre amis, les anniversaires, les mariages, les funérailles, etc.



Champs au Lac Saint-Jean (Photo Gynette Tremblay).



Cidrierie et Vergers Pedneault, Isle-aux-Coudres.

## 4.3 LES METS

Les mets retenus devaient être accompagnés d'un déterminant en lien direct avec l'histoire, à un lieu ou à la tradition. Ainsi, les recettes mentionnées dans les livres de cuisines régionales devaient donc comprendre dans le titre un déterminant. À titre d'exemple : un pâté à la viande qui se trouvait dans le livre de cuisine de Portneuf n'aurait pas été retenu alors que lorsqu'il était accompagné de grand-mère, du bon vieux temps ou de Neuville, il l'était.



alcool (petits fruits)	creton	liqueur de cassis	soupe à l'orge
anguille fumée	croxignole	maïs lessivé	soupe à la salicorne
bagel	dinde farcie à la mode	miel	soupe aux légumes
beigne	épi de maïs	oie rôtie	soupe au maquereau
bière	esturgeon fumé	oreille de criss	soupe d'alose
bière d'épinette	farine	pain de ménage	soupe de moule
biscuit	fèces au lard	pâté	tarte (pomme-bleuet)
bœuf à la mode	fleur d'ail	pâté à la viande	sucré à la crème
boudin	foie gras de canard	pâté chinois	sucré d'érable
bouillabaisse	fricassée de poissons	pâté de lièvre	tarte
bouilli	fromage	pâté d'éperlan	tarte au sucre
bûche	galette (sarrasin)	pâté croche	tête fromagée
cambuse	gâteau	pouding aux canneberges	tchause de homard - pétoncle
caviar de corégone	giaude (flétan)	pouding au suif	tire
chaudrée (de mactre de Stimpson)	gibelotte de Sorel	pouding aux petits fruits	tire de la Sainte-Catherine
chaudrée (fruits de mer)	gibelotte des poissons des chenaux	pouding chômeur	tisane (chicouté)
chiard	gigot d'agneau	poutine	tourtière
chowder (mye)	grands-pères	ragoût de bœuf	tourtière à la truite
cidre	hachis	ragoût de pattes et de boulettes	tourtière à la viande
cidre de glace	hareng boucané	rôti	tourtière du SGLS
cipaille	hareng fumé	saumon fumé	turbot mariné
champignon sauvage	hydromel	saumon salé	vin
confiture	jambon à l'érable	sirop	vin de glace
coulis	langue (morue)	smoked meat	
crêpe	lard salé (grillades)	soupe au chou	

TABLEAU 4 : MARQUEURS POTENTIELS D'ORIGINE ANIMALE			
RESSOURCES	METS - SPÉCIALITÉS	PRATIQUE : CHAMPS COUTUMIER	
		SAISONNIÈRE	CALENDRAIRE
abeille- guêpe	miel		
	hydromel		
agneau (des prés)	gigot		Pâques
aiglefin			
aiguillat			
alose	soupe		
anguille		pêche à fascines	jours maigres
barbotte	gibelotte de Sorel		
bar ravé			
brochet			
bernache			
bigorneau			
bœuf	bœuf à la mode		
	ragoût de bœuf		
	smoked meat		
	cipaille		
	pâté à la viande		
	pâté chinois		
	tourtière (SGLSJ)		
buccin (bourgot)			
canard (sauvage)	foie gras		
capelan		pêche	
caribou			
castor		trappe	
concombre de mer (holothurie)			
cerf			
chevreuil			
chèvre	fromage		
	fromage fermier		
corégone (grand)	caviar	pêche au pointu	
couteau de mer			
crabe - crabe des neiges		pêche	
crevette nordique	chaudrée (plus)		
dinde	farcié à la mode		repas du dimanche Des Fêtes (Noël - Jour de l'An)
doré	fricassée (de poissons)	pêche	
éperlan	pâté		
esturgeon	fumé	pêche	
flétan	quiaude		
hareng	boucané/fumé/mariné		
homard	tchause		
	pot-en-pot		partys
lièvre	pâté		
lotte			
loup-marin (phoque)	croignole (pâtisserie)		
mactre de Stimpson	chaudrée	pêche blanche	
maquereau	soupe		
marsoin			
morue	campuse		
	chiard		
	quiaude (têtes)	salage et séchage	
	galette		
	langues de morues frites		
	soupe		
	salée		
moule (bleue) mouk	soupe	pêche	
mye (coque- clam)	chowder		
oie	pâté		
	rôtie		
ouananiche			
omble chevalier			
orignal		chasse	
ours			
oursin			
outarde			
palourde	tchaude		
pétoncle	tchause		
perchaude		pêche	
perdrix			
plie			
poulamon (poisson des chenaux)	gibelotte		
poule (Chanteclerc)	œufs		du vendredi
porc	cretons		temps des fêtes
	boudin		
	cipaille		
	fèves au lard	cabane à sucre	
	jambon (érable)		Pâques
	lard salé (grillades)		
	oreille de criss		
	pâté à la viande		
	pâté croche		
	ragoût de pattes boulettes		
	rôti		repas du dimanche
	tête fromagée		
	tourtière		
saumon	fumé- salé	pêche	
sauvagine		chasse	
touladi			
truite arc-en-ciel - grise	tourtière	pêche	
turbot	mariné		
	crème	sucre à la crème	
	fromage		
veau			

TABLEAU 5 : MARQUEURS POTENTIELS D'ORIGINE VÉGÉTALE

RESSOURCES	METS - SPÉCIALITÉS	PRATIQUE : CHAMPS COUTUMIER	
		SAISONNIÈRE	CALENDRAIRE
	soupe aux légumes		
ail des bois	fleur	cueillette	
ail des Jésuites			
airelle vigne-d'Ida			
amélanche (petite poire)			
argouse			
aronia			
betterave (bette)			
blé (farine)	farine		
	beigne		Noël
	bûche		de Noël
	crêpe		Chandeleur (2 février)
	pain (de ménage)		
	gâteau		
	bagel		
	biscuit		
	pouding chômeur		
	tarte au sucre		
bleuet (sauvage)	pâté	cueillette	
	tarte		
	confiture		
	vin		
camerise	coulis	cueillette	
camarine			
cantaloup			
canneberge (atoca)	pouding		
carotte			
cassis (gadelle noire)	liqueur		
cenelle			
cerise à grappes			
champignons sauvages	morille	cueillette	
chicouté ou plaquebière	coulis	cueillette	
	tisane		
chou	soupe au chou		
chou de Siam	potage		
citrouille			
courge			
épinette	bière		
érable à sucre (sève)	sirop d'érable	temps des sucres	
	grands-pères		
	tarte au sucre	repas en famille	
	tire	party	
	alcool - boissons		
		tire sur la glace	
fraise (des champs)	confitures	aller aux fraises	
framboise	confitures		
	alcool - boissons		
gadelle			
graine noire (nigelle)			
gourgane (fève des marais)	soupe aux gourganes		
(gourgane petite du Lac)			
graine (gourgane de Charlevoix)			
groseille			
haricot (fève) beans			
haricot Ferland			
herbes salées			
maïs sucré - blé d'Inde - épi	blé d'Inde (épi)	épluchette	
	bouilli		temps des récoltes - fin de l'été
	lessivé		
	tire de Sainte-Catherine		Sainte-Catherine (25 novembre)
melon (de Montréal)			
mûre			
navet			
oignon (de Beauport)			
orge	soupe à l'orge (barley)		
	bière		
petits fruits	confiture	cueillette	
	alcool		
fruits sauvages		cueillette	
pimbina			
pois	soupe aux pois		
pomme	dessert à la mode		
	tarte aux pommes	aller aux pommes	
	cidre		
	cidre de glace		
	confiture aux pommes		
	poutine		
pomme de terre			
prune (catherinette)			
raisin	vin		
	vin de glace		
rhubarbe			
salicorne - passe-pierre	soupe		
salsifis			
sarrasin	galette de sarrasin		
sureau			
thé des bois			
tête de violon-crosse de fougère			
tomate			
topinambour			

# 5.

## LES INDICATEURS

Les marqueurs ne sont pas les seuls éléments à prendre en considération pour déterminer ce qui constitue l'identité culinaire. Les indicateurs jouent un rôle déterminant dans la vitalité d'un marqueur. Ils permettent de valider l'enracinement, l'authenticité, la pérennité et la renommée.

Les indicateurs reposent sur quatre piliers. Il y a ceux qui se réfèrent à l'espace (territoire) et au temps (transmission) qui sont précisés par des déterminants accolés aux mentions relevées dans la documentation et liées à la ressource, à la pratique ou au mets. Il y a ceux qui se réfèrent à des activités ou lieux qui ont fait le choix de miser sur une ressource, une pratique ou un mets afin d'en faire la promotion et de s'en servir comme levier pour le développement écotouristique, et ceux qui ont fait l'objet d'une reconnaissance officielle afin d'affirmer son importance et la place prépondérante qu'ils occupent comme constituante de l'identité du Québec.

Donc, aux marqueurs, s'ajoutent quatre indicateurs qui sont des indices de pertinence en lien direct avec :

- L'espace (territoire)
- Le temps (transmission)
- Les activités ou lieux de mise en valeur (festival, événement, circuit, écomusée, centre d'interprétation)
- La reconnaissance publique

Toujours en mouvance par l'apport de l'emprunt ou de l'adaptation, les indicateurs assurent ou non la pérennité des marqueurs qui ensemble forgent l'identité culinaire et s'ancrent dans la mémoire collective.

### EXEMPLE D'INDICATEURS

Espace - territoire	Temps - transmission	Lieux ou activités de mise en valeur	Reconnaissance
– Région la plus reconnue : Saguenay-Lac-Saint-Jean	– Livre de cuisine traditionnelle	– Festival du bleuets de Dolbeau-Mistassini	– Commission scolaire du Pays-des-Bleuets
			



## 5.1 L'ESPACE - TERRITOIRE

Pour être retenu comme indicateur, il fallait que la ressource, la pratique ou le mets soit associé au nom d'une des 21 régions touristiques<sup>14</sup> ou se réfère à une localité ou à la région touristique et avoir conservé l'intégrité de l'intitulé. Par exemple, le maïs de Neuville a été classé sous la région touristique de Québec alors que la gibelotte de Sorel a été associée à la Montérégie.

Une rapide consultation des anciens guides touristiques des régions du Québec publiés par le Gouvernement du Québec s'est avérée une source documentaire fort pertinente à exploiter.



Gibelotte de Sorel, Recettes du Québec, 12 mai 2002.

## 5.2 LE TEMPS - TRANSMISSION

L'indicateur temps - transmission réfère à des déterminants comme à la canadienne, à la québécoise, à l'ancienne, ancestral, ancien temps, autre temps, autrefois, classique, de chez-nous, de l'ancien temps, de tradition, d'antan, de l'ancien temps, d'Habitant, de ma mère, de ménage, de nos grands-mères, des anciens, du Canada, du Québec, du pays, emblématique, enfance, grand-père, national, rustique, traditionnel, typique, etc. Ces déterminants confèrent une valeur patrimoniale et marquent le phénomène de la transmission.



La Vallée de la Framboise, Val-Brillant

## 5.3 LES ACTIVITÉS OU LES LIEUX DE MISE EN VALEUR

Divers lieux ouverts au public (économusées - ÉCONOMUSÉE® des liquoristes : framboise, centres d'interprétation- Centre d'interprétation de la courge, musées - Musée de la mémoire vivante, etc.) qui présente une exposition sur la pêche à l'anguille, etc. ou des activités et des événements (circuits, fêtes, festivals, routes- de l'alcool) mettent en valeur tantôt des ressources, des pratiques ou encore des mets.



14. Le répertoire ne comprend pas de donnée pour le Nunavik en raison de la langue et de la culture.

## 5.4 LA RECONNAISSANCE

La reconnaissance publique est un autre indicateur qui vient renforcer l'importance de signifier officiellement et de manière tangible l'un des marqueurs de l'identité culinaire. Cette reconnaissance permet de mettre en valeur et de protéger les savoir-faire. Ainsi, des organismes publics tels le Conseil des appellations contrôlées et des termes valorisants (CARTV<sup>15</sup>) ou encore une désignation gouvernementale d'élément du patrimoine immatériel du Québec viennent reconnaître de manière officielle une ressource, une pratique ou un mets.



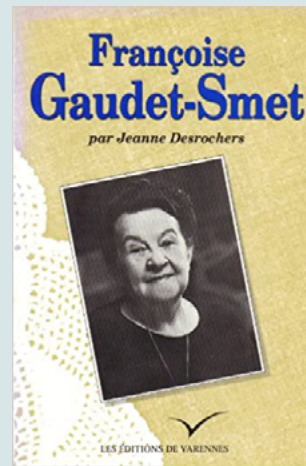
## 5.5 PRÉSENCE D'ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE

Une huitième clé pourrait s'ajouter. Elle correspondrait à la vérification de la présence d'une activité économique (annuelle, d'appoint, saisonnière) soutenue par un regroupement, un producteur, un transformateur, etc. sans oublier l'appui du milieu (local ou régional).

À titre d'exemples, prenons le cas du bleuets dont la grande partie de la production assurait un revenu d'appoint, mais sans transformation sur place, et qui est maintenant soutenue par un regroupement de bleuetières, de l'érable dont les produits sont de plus en plus variés, tout en conservant les acquis, ou du homard, dont l'arrivée est attendue par les consommateurs de partout au Québec alors que les prises étaient auparavant réservées à l'exportation.

Toutefois, les ouvrages consultés n'ont pas permis de valider cette piste.

15. La Loi sur les appellations réservées et les termes valorisants vise à protéger l'authenticité de produits et des désignations qui les mettent en valeur au moyen d'une certification acquise en regard de leur origine ou de leurs caractéristiques particulières liées à une méthode de production ou à une spécificité.



## 5.6 LES GUIDES D'OPINION

Les marqueurs et les indicateurs subissent également l'influence de guides d'opinion qui sont des personnes (chefs reconnus, influenceurs, chroniqueurs ou critiques culinaires, etc.), des ministères ou des organismes publics, des associations touristiques, etc. Par leur notoriété et leurs activités sociales ou professionnelles, ils sont susceptibles d'influencer l'opinion d'un grand nombre d'individus. Cela peut se faire à travers des campagnes publicitaires, des publications (livres de recettes, revues spécialisées, lettres informatives), de la présence dans les médias ou autres moyens. Toutefois, les guides d'opinion n'ont pas été retenus comme un indicateur. Il y aurait lieu de les consulter pour connaître leur opinion sur ce qu'ils estiment être l'identité et ses composantes.



(Société historique du Saguenay)

## 6. LES CLÉS DE SUCCÈS

Après avoir répertorié, regroupé et examiné les éléments de l'identité culinaire, il se dégage du processus d'analyse et de réflexion un modèle de validation novateur et unique qui comporte sept (7) clés de réussite, soit trois (3) liées aux marqueurs et quatre (4) aux indicateurs. Ces clés, qui reprennent les spécifications relatives aux marqueurs et aux indicateurs, permettent de réaliser rapidement et aisément les conditions qui doivent être prises en compte pour assurer le choix de miser sur une ressource, une pratique ou un mets dans le cadre d'une mise en valeur. Cette validation de la présence des différentes clés donne une image simple et rapide d'un taux élevé ou faible du potentiel pour une valorisation d'éléments jugés identitaires à des fins touristiques et cela dans une perspective de développement durable.

À des fins d'illustration, trois exemples sont présentés ci-dessous.

### UNE RESSOURCE : MAÏS – BLÉ D'INDE

L'exemple du maïs- blé d'Inde permet de constater que la validation des sept (7) clés offre un potentiel élevé.

1	<b>Ressource première</b>	Maïs	✓
2	<b>Mets de spécialité régionale</b>	Épi	✓
3	<b>Pratique saisonnière ou calendaire</b>	Épluchette	✓
4	<b>Espace - territoire</b>	Neuville	✓
5	<b>Temps - transmission</b>	Emprunt aux Amérindiens, présent au début de la Colonie	✓
6	<b>Activités ou lieux de mise en valeur</b>	Économusée	✓
7	<b>Reconnaissance publique</b>	Appellation Géographique Protégée (AGP) du CARTV	✓
			<b>TOTAL 7</b>





## UN METS RÉGIONAL: POT-EN-POT

L'exemple du mets régional du pot-en-pot des Îles-de-la-Madeleine permet de constater que la validation de cinq (5) des sept (7) offre un potentiel en tenant compte de deux clés à développer.

1	<b>Ressource première</b>	Homard - fruits de mer	✓
2	<b>Mets de spécialité régionale</b>	Pot-en-pot	✓
3	<b>Pratique saisonnière ou calendaire</b>	Cuisiner	✓
4	<b>Espace - territoire</b>	Îles-de-la-Madeleine	✓
5	<b>Temps - transmission</b>	Recette transmise dans la famille	✓
6	<b>Activités ou lieux de mise en valeur</b>	Non	
7	<b>Reconnaissance publique</b>	Non	
			<b>TOTAL : 5</b>



## UNE PRATIQUE : UN REPAS À LA CABANE À SUCRE.

Après l'évaluation, le constat est que les sept (7) clés sont réunies.

1	<b>Ressource première</b>	Sève d'érable	✓
2	<b>Mets de spécialité régionale</b>	Jambon dans le sirop d'érable	✓
3	<b>Pratique saisonnière ou calendaire</b>	Temps des sucres	✓
4	<b>Espace - territoire</b>	Chaudière-Appalaches	✓
5	<b>Temps - transmission</b>	Fait partie de l'histoire familiale	✓
6	<b>Activités ou lieux de mise en valeur</b>	Espace culinaire - SRÉ	✓
7	<b>Reconnaissance publique</b>	Désignation gouvernementale (à venir) MRC de l'érable	✓
			<b>TOTAL : 7</b>

# 7.

## CONCLUSION

La mise en valeur de l'identité culinaire québécoise est en effervescence. Elle fait l'objet d'une mesure spécifique dans le plan d'action gouvernemental en culture soit la mesure 22 - soutenir le développement des entreprises œuvrant en agrotourisme et en tourisme gourmand dont les activités contribuent à mettre en valeur l'identité culinaire québécoise<sup>16</sup>. En plus, elle est au cœur d'initiatives de régions comme le Centre-du Québec et l'Outaouais ou encore d'organismes régionaux comme des Tables agroalimentaires. Elle est un sujet souvent abordé dans les médias ou fait l'objet d'initiatives dans le domaine de la restauration, de la transformation ou de l'exportation. L'identité culinaire rejoint tout le monde parce que la nourriture comme la météo fait partie du quotidien.

Depuis plusieurs années, la SRÉ a entrepris une démarche avec une série d'activités afin bien de cerner les potentiels de développement touristique, culturel et économique de l'identité culinaire. Ces activités (ateliers, colloques, recherches) et surtout l'implantation du concept économusée, s'inscrivent dans le contexte dans la mise en valeur des savoir-faire en tenant compte des enjeux liés au développement durable (achat de proximité), à la recherche d'authenticité (produire de plus en plus des aliments à saveur locale) et à la volonté d'atteindre, d'attirer et d'intéresser les touristes d'ici et d'ailleurs.

La SRÉ se veut un trait d'union entre les divers intervenants qui poursuivent, dans leur domaine respectif, l'objectif de miser sur l'identité culinaire comme pierre d'assise. Afin d'accompagner les acteurs ou les intervenants des milieux touristique, culturel, alimentaire, etc. dans leur démarche de mise sur une ressource, une pratique ou un mets qui particularise une communauté, la SRÉ propose un modèle de validation en sept clés de succès. Ce modèle, qui se veut un outil d'accompagnement repose sur les marqueurs et sur des indicateurs qui permettent d'identifier rapidement des pistes à consolider ou à développer.

En fin de compte, bien qu'elle désigne aussi bien ce qui **perdure** que ce qui **distingue** et ce qui **rassemble**, l'identité culinaire est toujours en redéfinition. Elle doit s'adapter aux nouvelles habitudes de vie (manger plus santé, moins de sucre et de gras); intégrer d'autres manières de s'approvisionner (l'engouement pour les cultures en milieu urbain) et rester réceptif et accueillant aux apports des autres communautés.



*Artisans à l'oeuvre*  
ÉCONOMUSÉE® | QUÉBEC

SOCIÉTÉ DU RÉSEAU ÉCONOMUSÉE® (SRÉ)

1040, bureau 100, avenue Belvédère  
Québec ( Québec ) G1S 3G3

Téléphone : ( 418 ) 694-4466, poste 25

Courriel : [ceguertin@economusees.com](mailto:ceguertin@economusees.com)

[www.economusees.com](http://www.economusees.com)



ECONOMUSEES.COM