

ARRÊTS Gourmands

DE LA
CHAUDIÈRE-APPALACHES

**Modalités
2022**

Lucas Grolleau
Coordonnateur de projets
Table agroalimentaire de la
Chaudière-Appalaches
Décembre 2021

Table des matières

| | |
|--|----|
| 1. Adhésion | 6 |
| 2. Critères généraux pour l'adhésion aux deux types d'Arrêts Gourmands | 8 |
| 3. Critères spécifiques | 9 |
| 4. Responsabilités visuelles des membres | 10 |
| 5. Gouvernance | 11 |
| 6. Échéancier type | 12 |
| 7. Arbre décisionnel d'adhésion | 13 |

Outils de communication et logos

Pancarte routière aluminium en location

Dimension : 60 x 75 cm
réfléchissante



Collant pour vitrine (grand format)

Dimension : 30 centimètres de diamètre



Collant pour vitrine (petit format)

Dimension : 3 pouces de diamètre



Logo signature



Logo icône



Site Internet

www.arretsgourmands.com

Facebook général

www.facebook.com/arretsgourmands

Instagram général

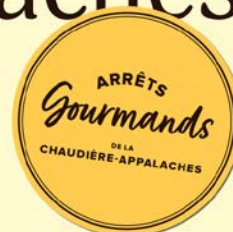
www.instagram.com/arretsgourmandsca/

Groupe Facebook pour les membres

www.facebook.com/groups/membresarretsgourmands2021

PROCHAIN ARRÊT: Chaudière-Appalaches

DÉCOUVREZ LES ARRÊTS GOURMANDS DE LA RÉGION
AU ARRETSGOURMANDS.COM



Adhérer aux Arrêts Gourmands, c'est la volonté de :

- Mettre en avant son savoir-faire régional et faire partie d'un regroupement d'entreprises dynamiques de la Chaudière-Appalaches.
- Adhérer, c'est montrer son côté local et être fier de ses origines.
- Adhérer, c'est signifier aux visiteurs son talent et celui des autres Arrêts Gourmands à proximité.

www.arretsgourmands.com



DEPUIS 2021

ARRÊTS GOURMANDS

TOP 5 DE L'ADHÉSION

MENU

| | |
|---|--------|
| 1 - Une campagne annuelle de près de 150 000\$ | inclus |
| 2- Des fiches individuelles sur internet avec plus de 200 000 visites par an | inclus |
| 3- Des parutions média qui font rayonner le regroupement : 33 sorties média en 2021 | inclus |
| 4- Des porte-paroles et ambassadeurs médiatisés sur les réseaux sociaux | inclus |
| 5- Les synergies entre 140 entreprises Arrêts Gourmands, des formations, des partenaires engagés. | inclus |

1. Adhésion

a) Types d'adhésion

| PROFIL ARRÊT GOURMAND LOCAL | PROFIL AGROTOURISTIQUE |
|---|---|
| 150 \$ + tx (2021) | 300 \$ + tx (2021) |
| Vous favorisez les circuits courts. Vos activités sont plutôt saisonnières. Vous visez les excursionnistes ou les « locavores ». C'est pour vous! | Vos activités sont à la fois locales et touristiques, votre clientèle est diversifiée. Des touristes qui dorment dans le coin? Ils viendront chez vous! |

Appelez M. Lucas Grolleau au 418 261-5870 pour en discuter.

b) Avantages de l'adhésion

Les avantages à l'adhésion sont multiples, en voici les grandes lignes. Notre regroupement est en constante évolution, les stratégies évoluent au fil des idées.

| AVANTAGES | |
|------------------|---|
| Promotion | <ul style="list-style-type: none"> • Plan de communication et promotion commandités sur les réseaux sociaux : Facebook et Instagram. • Stratégie de communication à l'année. • Rayonnement soutenu du nom des Arrêts Gourmands grâce à la communication des partenaires et de la TACA. • Fiche personnalisée sur le site Internet et la carte virtuelle des Arrêts Gourmands. • Collants pour vos vitrines, logos officiels, livrés en avril (frais pour les pancartes en sus). • Lancement officiel de la saison estivale en juin. • Promotion auprès de partenaires. • Campagnes médias locaux. • Promotion avec les partenaires Tourisme Chaudière-Appalaches. |
| Formation | <ul style="list-style-type: none"> • Accès à des formations courtes sur réseaux sociaux et expérience client (avril et mai). • Service à la clientèle. |
| Maillage | <ul style="list-style-type: none"> • Activités de maillage avec les autres Arrêts Gourmands. • Lien avec les initiatives des sous-régions/ MRC (plein air, tourisme, patrimoine) et provinciales (Défi 100 % local, Petit Ambassadeurs, etc.). • Groupe Facebook d'échange entre les membres Arrêts Gourmands : www.facebook.com/groups/membresarretsgourmands2021 |

c) **Modalités d'adhésion**

| Points | Éléments |
|-------------------------------|---|
| Membre | <ul style="list-style-type: none"> Un membre du regroupement est une entreprise, organisme, événement qui a payé sa cotisation soit au profil arrêt gourmand local ou au profil agrotouristique en date du 28-29 février pour l'année en cours. |
| Renouvellement | <ul style="list-style-type: none"> La période de renouvellement de l'adhésion s'étend sur les mois de décembre et janvier. L'entreprise sera contactée par courriel par la Table agroalimentaire dans ce but et devra payer sa cotisation avant le 31 janvier. Un reçu lui sera envoyé. La facture devra être payée net 30 jours |
| Nouveau membre | <ul style="list-style-type: none"> Un nouveau membre est une entreprise, organisation, événement qui souhaite adhérer au regroupement et qui remplit les critères. Il doit remplir le formulaire suivant : https://www.taca.qc.ca/fr/contact/ avec ses coordonnées. Il sera ensuite contacté par un membre de l'équipe pour un premier contact qui servira également à décrire la suite des opérations. L'arbre décisionnel en point 7 de ce document servira de base de décision. Si l'adhésion soulève d'autres questionnements, elle sera soumise au comité des Arrêts Gourmands qui statuera. |
| Frais d'adhésion | <ul style="list-style-type: none"> Profil Arrêt Gourmand Local : 150 \$/an et Profil agrotouristique : 300 \$/an. Les frais d'adhésion sont perçus par la Table agroalimentaire pour le profil Arrêt Gourmand local et par Tourisme Chaudière-Appalaches pour le profil agrotouristique. Ils devront être réglés au 31 janvier pour l'année en cours. Les frais pour les pancartes qui sont en sus seront perçus par la Table agroalimentaire. |
| Pancarte | <ul style="list-style-type: none"> La pancarte est en location* au prix de : <ul style="list-style-type: none"> 50 \$ + tx pour la première année d'adhésion; 30 \$ + tx la seconde; 20 \$ + tx la troisième. Une nouvelle pancarte coûte 50 \$ + tx. <p>*Pourquoi la pancarte est en location : on peut vous la remplacer si elle est endommagée.</p> |
| Plainte | <ul style="list-style-type: none"> Si plainte il y a de la part d'un visiteur ou d'un autre Arrêt Gourmand, la plainte sera traitée par la Table agroalimentaire et, selon le cas, discutée par le comité des AG. |
| Suspension d'un membre | <ul style="list-style-type: none"> Phase 1 : L'entreprise sera d'abord contactée pour comprendre la situation et analyser les faits qui ont mené à cette perte d'intérêt et aussi, le cas échéant, l'accompagner pour qu'elle puisse s'améliorer. Phase 2 : Si l'entreprise souhaite vraiment se retirer, elle est désinscrite du système et redonne sa pancarte ainsi que les outils de communication mis à disposition. |

2. Critères généraux pour l'adhésion aux deux types d'Arrêts Gourmands




| Type d'entreprise | Critères spécifiques |
|-----------------------------------|---|
| Localisation | <ul style="list-style-type: none"> En Chaudière-Appalaches. |
| Définition | <ul style="list-style-type: none"> Se qualifie comme Arrêt gourmand, toute entreprise, organisme, événement œuvrant en agroalimentaire en Chaudière-Appalaches, recevant des visiteurs sur son site, et dont l'activité principale et/ou la mission rejoint/inclus principalement un objectif de mise en marché de proximité des produits de la région. |
| Vision de l'Arrêt Gourmand | <ul style="list-style-type: none"> Faire valoir le savoir-faire bioalimentaire, en particulier le savoir-faire que l'entreprise a choisi lors de son inscription. Favoriser l'éducation du consommateur et/ou du visiteur. Proposer une ou plusieurs expériences typiques de Chaudière-Appalaches parmi lesquelles : <ul style="list-style-type: none"> des expériences de découverte bioalimentaire de son savoir-faire; la consommation (achat, dégustation) de produits locaux sur place ou à emporter; la vente de produits locaux transformés par des entreprises de la région. |
| Information et services | <ul style="list-style-type: none"> Avoir la volonté de mettre en avant les produits de la région. Rendre disponible à la clientèle des renseignements sur les produits et le savoir-faire de l'entreprise par le biais d'informations verbales ou écrites (dépliants, panneaux d'interprétation, vidéo, etc.). Référencer les autres Arrêts Gourmands et produits de la région. Offrir un service de qualité à la clientèle, par exemple : <ul style="list-style-type: none"> afficher, sur place, les jours et horaires d'ouverture; respecter les périodes d'ouverture et le service annoncé; afficher les prix des produits; identifier la porte d'entrée du point de vente avec le sceau Arrêt Gourmand; entretenir et actualiser la signalisation et les enseignes publicitaires des Arrêts Gourmands; |
| Lois et règlements | <ul style="list-style-type: none"> L'Arrêt Gourmand se conforme aux lois du Québec ainsi qu'aux règlements municipaux, provinciaux et fédéraux qui s'appliquent à ses activités. |

3. Critères spécifiques

| Type d'entreprise | Critères spécifiques |
|-----------------------|--|
| Producteur | <ul style="list-style-type: none"> • Entreprise agricole en production animale ou végétale. |
| Transformateur | <ul style="list-style-type: none"> • Transforme sur place, de manière régulière, des matières premières régionales, sauf si elles ne sont pas disponibles sur le territoire (ex. : brûlerie, pâté d'oie, chocolaterie, etc.). • Priorise les matières premières régionales ou celles provenant de producteurs régionaux. |
| Restaurateur | <ul style="list-style-type: none"> • Affiche les producteurs locaux sur son menu. • Propose une assiette locale ou une recette locale de la Chaudière-Appalaches. • Option mini-boutique : offre dans une partie du restaurant des produits locaux à la vente. |
| Boutique | <ul style="list-style-type: none"> • Met en évidence et vend les produits de la Chaudière-Appalaches dans son commerce. |
| Événement | <ul style="list-style-type: none"> • Est un événement bioalimentaire qui fait la promotion des produits ou des savoir-faire bioalimentaires de la région. • Tout autre événement pourra être discuté par le comité des Arrêts Gourmands. |

4. Responsabilités visuelles des membres

Pour faire partie des Arrêts Gourmands, les entreprises ont certaines responsabilités liées aux aspects visuels :

| Type d'entreprise | Critères spécifiques |
|---|---|
| Visibilité digitale, les entreprises | <p>Les entreprises qui veulent devenir Arrêts Gourmands, s'engagent à avoir une présence sur internet dans leur année de première adhésion, autre que celle qui sera fournie par le regroupement sur le site arrêts Gourmands.com de façon à favoriser la visibilité du regroupement pour la clientèle.</p> <p>Une présence sur internet peut être :</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Un site Internet; ○ Un Facebook d'entreprise; ○ Et être référencés sur google. <p>Des organismes pour vous aider à aller dans cette direction!</p> <p>N'hésitez pas à solliciter votre MRC ou SADC pour accroître votre virage numérique et solliciter de l'aide, nous pourrions également en discuter avec vous. Nombre de solutions numériques gratuites ou peu coûteuses s'offre à vous et vous pouvez également être accompagnés.</p> |
| Exigence d'affichage | <p>Obligation de mettre en avant son appartenance aux Arrêts Gourmands et de montrer les nouveaux logos et pancartes, selon les outils fournis et/ou loués (pancartes \$) par la Table agroalimentaire Chaudière-Appalaches :</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Dans votre commerce : panneau, collants, affiche, etc.; ○ Sur Internet : logo kit, site web, etc. <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">    </div> |
| Exigence de référencement | <p>Référencer les autres entreprises, organismes et/ou événements Arrêts Gourmands autour de chez elle par les outils fournis par la Table agroalimentaire et ses propres initiatives.</p> |

5. Gouvernance

| Points | Éléments |
|------------------------------------|---|
| Responsabilités et mandats | <ul style="list-style-type: none"> Le regroupement des Arrêts Gourmands est géré par la Table agroalimentaire Chaudière-Appalaches. Un chargé de projet de la Table est affecté à cette tâche. |
| Assemblée du regroupement | <ul style="list-style-type: none"> Chaque année, une assemblée du regroupement est organisée par la Table agroalimentaire, soit en hiver, soit au printemps. En fonction de l'évolution des mesures sanitaires, le tout pourra être réévalué et des solutions alternatives seront envisagées. |
| Comité des Arrêts Gourmands | <ul style="list-style-type: none"> Un comité ad hoc est formé sur une base volontaire pour traiter de points particuliers liés aux Arrêts Gourmands (graphisme, programmation, prestations, adhésion délicate). Le comité sera formé au 31 décembre pour l'année suivante, il est composé d'entreprises, d'intervenants et de partenaires. Les votations du comité sont tenues à la majorité. |
| Partenaires | <ul style="list-style-type: none"> Les partenaires suivants sont engagés dans le projet : <ul style="list-style-type: none"> Le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ); Le ministère des Affaires municipales et de l'Habitation (MAMH); L'Union des producteurs Agricoles (UPA); La MRC des Appalaches; La MRC de Bellechasse; La MRC de Beauce-Sartigan; La MRC des Etchemins; La MRC de L'Islet; La MRC de Lotbinière; La MRC de Montmagny; La MRC de La Nouvelle-Beauce; La MRC de Robert-Cliche; La Ville de Lévis; Tourisme Chaudière-Appalaches et les organismes touristiques locaux. |

6. Échéancier type

| Année 2022 | Périodes clé |
|--------------------|--|
| Décembre à janvier | Adhésion jusqu'à fin février. |
| Décembre à mars | Déploiement stratégie de promotion d'hiver. |
| Janvier | Finalisation du plan de communication & marketing de l'année. |
| Mars | Matinée de rencontre Arrêts Gourmands : <ul style="list-style-type: none"> • Présentation du plan de communication; • Conférence; • Réseautage. |
| Avril | Livraison des panneaux et kits de visibilité. |
| Avril | Formations. |
| Juin | Lancement officiel de la saison estivale. |
| Juin à octobre | Déploiement de la Promotion estivale. |
| Septembre | Défi 100 % local. |



7. Arbre décisionnel d'adhésion

