



PORTRAIT DES SECTEURS BIOALIMENTAIRE ET TOURISTIQUE 2020



INTRODUCTION

Dans le cadre de son suivi périodique de l'état de la situation des entreprises de son territoire, la MRC de Coaticook a sondé un échantillon d'entreprises touristiques et bioalimentaires afin d'évaluer leur situation de développement, les opportunités en lien avec les principes de l'économie circulaire et l'état de leur adaptation aux changements induits par la pandémie.



MÉTHODOLOGIE

Pour ce faire, des appels téléphoniques ont été effectués auprès d'un échantillon d'entreprises de différents secteurs. Au total, **12** entreprises touristiques, **9** restaurants, **4** commerces de détail et **13** entreprises agricoles (production-transformation et agrotourisme) ont été contactés.

Les personnes interrogées ont été invitées à répondre à des questions portant sur les points suivants:

- Le profil de l'entreprise;
- Les résultats de la saison 2020;
- Les outils promotionnels (plateforme, bureau d'accueil touristique, hiver);
- L'économie circulaire;
- Les impacts de la pandémie.

Cette étude terrain se veut une analyse qualitative de la situation. Les résultats présentés permettent donc une évaluation préliminaire de la situation réelle.



RÉPERTOIRES



188 entreprises et points d'intérêt sont présentés sur ce site. Il est possible d'y rechercher des activités à faire dans la région, les endroits où manger et où trouver de l'hébergement.



77 entreprises sont présentées sur ce site. Il est possible d'y rechercher la description d'entreprises de production, de transformation, d'épiceries et de restaurants.



130 entreprises sont répertoriées sur ce babillard commercial de la région de Coaticook. Il est possible d'y rechercher la description des entreprises et de profiter de leurs offres promotionnelles.

LÉGÈRE HAUSSE D'EMPLOIS EN 2020

La majorité des entreprises sont de petite taille et comptent moins de 5 personnes salariées, dont plusieurs ont des emplois saisonniers. Dans l'ensemble, en 2020, le nombre d'emplois est demeuré relativement stable.

Pour le volet des producteurs-transformateurs alimentaire, une hausse de 2 % des emplois est remarquée par rapport à 2019.

Pour ce qui est des commerces de détail et des restaurants, une baisse de 4 % du nombre d'emplois est calculée dans la région.

C'est pour les entreprises du volet touristique que la baisse au niveau des emplois rémunérateurs est la plus marquée, avec une diminution de l'ordre de 20% sur l'ensemble. Cette diminution s'explique en partie par l'optimisation des opérations liées à la réservation des heures de visites, l'obligation de recevoir moins de visiteurs en même temps et la saison touristique qui a été écourtée en raison des différentes mesures sanitaires et le passage de la région en zone rouge en septembre.





UN TERRITOIRE RICHE ET DIVERSIFIÉ

Le secteur de la production bioalimentaire est bien établi dans toute la MRC de Coaticook. Il s'agit du secteur prédominant de la région. L'agriculture influence les paysages, les attraits et elle représente une part essentielle du développement économique de la MRC de Coaticook.

Compton regroupe une grande proportion des petites entreprises bioalimentaires, de production biologique, de transformation et agrotouristiques.

L'ensemble des municipalités de la MRC comptent des entreprises de production, de transformation ou d'interprétation en lien avec l'agriculture et l'agroalimentaire.

Pour le secteur de la vente au détail et des restaurants, les entreprises sont plutôt situées dans les centres urbains de Coaticook ainsi que de Compton, dans une moindre mesure.

Le secteur touristique, quant à lui, se déploie majoritairement dans les villes plus passantes comme Coaticook et Waterville. Toutefois, Saint-Venant-de-Paquette et East Hereford, malgré leur éloignement relatif, réussissent à attirer leur part de visiteurs. De plus, les activités de plein air et les escapades routières ont connu beaucoup de succès.



UN TOURISME DE PROXIMITÉ

NOUVELLES ALLIANCES TERRITORIALES

Dans le contexte de restriction des déplacements, c'est sans surprise que la majorité des entreprises sondées ont indiqué avoir reçu une augmentation de clientèle provenant de leur municipalité, de la MRC de Coaticook, de Sherbrooke et de Memphrémagog, notamment. Cela s'est concrétisé avec une nouvelle alliance régionale de promotion du tourisme local nommée « **Au milieu des comtés** ».

On peut ainsi prétendre que les actions de promotion locale ont été bien reçues et ont eu les retombées espérées. Il s'agit là d'une importante tendance en tourisme. Cette façon de concevoir le tourisme permet de favoriser un sentiment de fierté pour la population envers les attraits locaux. Ce sentiment positif envers la région se développe aussi pour les entrepreneurs qui sont aux premières loges pour sentir les effets synergiques que les projets des uns peuvent avoir sur ceux des autres.



ALIMENTATION DE PROXIMITÉ

À LA DÉCOUVERTE DES SAVEURS D'ICI

La proportion d'achat de produits locaux connaît une croissance soutenue depuis les dernières années. En 2020, cette tendance a été encore plus observée dans les entreprises bioalimentaires locales. Dans le contexte pandémique, les consommateurs ont changé leurs habitudes par solidarité envers les entreprises locales.

Par ailleurs, les entreprises ont eu à s'adapter:

- à une sécheresse en début de saison;
- aux incertitudes et difficultés liées aux travailleurs étrangers;
- aux nouvelles normes sanitaires en évolution;
- au stress et à l'épuisement dûs aux diverses adaptations nécessaires;
- au développement de nouveaux marchés pour compenser ceux perdus.

Malgré ces grandes difficultés les entreprises interrogées ont su s'adapter et maintenir leur rendement à un niveau de rentabilité comparable à une année normale.



LA FORCE RÉGIONALE

Le contexte sanitaire particulier de 2020 a mis de l'avant l'impact et le potentiel du pouvoir des gens de faire une différence dans l'économie locale.

Il est clair que c'est l'action collective qui a permis aux entreprises de compenser les pertes associées à la pandémie de la COVID-19.



BESOINS PROMOTIONNELS

DES BOULEVERSEMENTS... PARFOIS POUR LE MIEUX!

Une réflexion, entamée en 2019 par les acteurs locaux, a permis d'en venir à la conclusion que l'opération d'un bureau d'accueil touristique n'était plus la façon optimale de renseigner les touristes sur les attraits de la région. Cette fermeture a permis d'offrir une façon différente d'accueillir et d'informer les visiteurs. Une présence accrue sur les médias sociaux et la réalisation de nombreux vidéos promotionnels ont permis d'atteindre une plus large clientèle, en plus d'être très efficace dans l'établissement d'une cohésion de l'identité visuelle et des valeurs mises de l'avant.

Services personnalisés offerts aux entreprises:

- Accompagnement pour la gestion de leurs médias sociaux
- Réalisation de vidéos promotionnels
- Mise en valeur de leurs boutiques en ligne

En 2021, une équipe d'accueil mobile sera déployée sur le territoire et dans les entreprises. De plus, il est prévu de continuer d'améliorer la présence de la destination "Vallée de la Coaticook" sur les médias sociaux et de développer un web magazine.



DÉFINITION

L'économie circulaire a pour objectif de produire de la richesse, tout en préservant les stocks de ressources naturelles pour les prochaines générations.

Différentes stratégies peuvent être envisagées :

- Maximiser les possibilités de réemploi, de réutilisation et de recyclage à haute valeur ajoutée;
- Être à l'affût des opportunités de nouveaux modèles d'affaires et procédés;
- Réfléchir globalement sur nos modèles de production et de consommation, avec des leviers d'action sur l'ensemble du cycle de vie des matières (approvisionnements locaux, conception des produits et services, choix des matériaux, efficacité des procédés de fabrication, consigne, etc.).

ÉCONOMIE CIRCULAIRE: UNE NOUVELLE APPROCHE

Depuis avril 2020, une ressource supplémentaire, disponible au sein de l'équipe du développement économique de la MRC de Coaticook, permet de faire la promotion de cette nouvelle conception de l'économie sur son territoire. Les entreprises sont encouragées à adhérer à ses principes et à en utiliser les stratégies dans tous les secteurs.

Pour notre région, l'économie circulaire permet déjà, grâce à certains précurseurs, de réinventer nos façons de produire et de consommer.

La MRC mise donc sur la volonté des entreprises et sur l'expertise de son équipe pour favoriser le déploiement à plus grande échelle des stratégies de l'économie circulaire grâce au développement d'un réseau d'entreprises locales unies par des collaborations innovantes, telles que des échanges de matières et de ressources.



ÉCONOMIE CIRCULAIRE: ÉVALUATION LOCALE

CE QUI EST REMARQUÉ

Bien que l'économie circulaire soit un principe relativement nouveau, il est clair que le milieu bioalimentaire est un précurseur dans la compréhension de son impact et la mise en place de ses stratégies. Différents échanges de matières ont lieu entre les entreprises, les surplus sont distribués à des organismes de redistribution et les gens sont ouverts aux collaborations ainsi qu'au réseautage.

Les réflexions des personnes interrogées permettent de mettre en lumière différents constats:

- Il y a une plus grande conscience populaire de l'importance de l'autonomie alimentaire territoriale;
- Les entreprises possèdent une belle capacité d'adaptation qui a permis le développement de nouveaux marchés ou de nouvelles façons de travailler.
- L'achat local a connu une hausse marquée en 2020.

Exemples de besoins et d'offres répertoriés sur le territoire

Besoins

- 4-6 palettes de congélation
- Toile d'ensilage
- Fumier de bovin
- Recherche d'une terre où produire
- Matériel chaulant (1 tonne) certifié bio
- Déchets de soja et de chanvre
- Accompagnement pour la conformité au REAFIE
- Partage de ressources en communication et/ou gestion des réseaux sociaux

Offres

- Son et gru de farine
- Local à louer et/ou à partager
- Oeufs cassés

Annonces
à venir sur la
BOA
www.boaestrie.ca

Plateforme de réservation au niveau touristique

Les entreprises interrogées ont été invitées à se positionner sur leur intérêt pour une plateforme de réservation commune. Les 5 hébergements ont signifié un intérêt allant en ce sens. De plus, 3 campings sur les 4 interrogés sont aussi intéressés. Les attraits touristiques aussi ont semblé avoir un intérêt, puisqu'une seule entreprise de ce type sur 5 ne voit pas d'intérêt à se regrouper pour développer une plateforme de réservation en ligne.

IDÉATION COLLECTIVE

Il est proposé d'organiser une rencontre d'information sur l'intérêt de mettre en place une plateforme commune de gestion des réservations et d'évaluer les différentes propositions.

OPPORTUNITÉS D'AFFAIRES IDENTIFIÉES

PROBLÉMATIQUES SOULEVÉES ET LES SOLUTIONS ENVISAGÉES :

- Évaluer la faisabilité du transport des matières résiduelles d'abattage vers un site local de compostage;
- Volonté de développer un marché pour la saison hivernale;
- Compostage à la ferme;
- Disposition des huiles usées;
- Volonté de changer le modèle d'alimentation pour passer au foin sec pour éliminer la production de plastique agricole;
- Accumulation de tubulures acériques séparées des raccords;
- Surplus de récolte de légumes pour être certain de ne pas en manquer;
- Projet de partage avec Moisson Estrie et de transformation de légumes déclassés.



BILAN POST CONFINEMENT

LES RÉPERCUSSIONS DE LA PANDÉMIE DE LA COVID-19

SUR LES ACTIVITÉS

Les répondants au sondage ont souvent souligné le caractère particulier de cette année en ce qui a trait à la charge de travail supplémentaire nécessaire à l'adaptation aux nouvelles contraintes sanitaires. Une gestion supplémentaire des espaces de travail, la difficulté de recrutement à l'international et même au niveau local, l'impossibilité de pouvoir se projeter dans le futur et des problèmes d'approvisionnement sont les difficultés identifiées par la majorité des personnes interrogées.

Une hausse de l'achat en ligne a été remarquée dans les habitudes des consommateurs, quelques producteurs envisagent d'ailleurs de se doter d'une plateforme de paiement en ligne, certains en ont adopté une au cours de 2020, tandis que d'autres n'envisagent pas de proposer ce service.

Comme stipulé précédemment, la hausse de l'achat local a permis de pallier aux difficultés de la saison pour plusieurs acteurs.

Il a aussi été remarqué que de devoir s'ajuster à la nouvelle réalité a permis aux gestionnaires des entreprises de découvrir de nouvelles opportunités qui seront conservées dans le futur.



NOUVEAUTÉS

- Achalandage accru des attraits de plein air
- Nouveaux points de vente
- Nouvelle mise en marché
- Plus de boutiques en ligne
- Réorganisation des espaces
- Réorganisation du fonctionnement

CONCLUSION

UN TOUR D'HORIZON

Cette analyse a permis d'identifier différents facteurs essentiels à la compréhension des enjeux des entreprises des secteurs touristique et bioalimentaire sur le territoire de la MRC de Coaticook.

Entre autres faits saillants, l'engouement pour le tourisme de proximité et de plein air est confirmé dans la région et promet un bel avenir aux entreprises d'ici. Dans un même ordre d'idées, la hausse de la part d'achats locaux dans le panier alimentaire des gens de la région est considérée comme un élément essentiel dans la capacité des entreprises à passer à travers des difficultés liées à la pandémie de la COVID-19.

Au niveau de l'économie circulaire dans ces secteurs, les entreprises du milieu bioalimentaire sont déjà bien au fait des avantages de plusieurs stratégies comme les échanges de matières, la redistribution des surplus et l'ouverture à la collaboration.

Au niveau touristique, les contraintes sanitaires ont incité les touristes québécois à redécouvrir leur région et il s'est avéré que la Vallée de la Coaticook, avec ses attraits agricoles et de plein air, est prête et emballée à l'idée d'offrir un tourisme qui prend en compte les répercussions environnementales et sociales de ses activités.

Finalement, les impacts qu'a la pandémie sur les activités de ces deux secteurs s'avèrent plutôt positifs, malgré certaines difficultés et le stress causé par la nécessité d'adaptation. Les entreprises de la région ont su y parvenir et même en tirer avantage dans leur positionnement.

