



APPEL DE CANDIDATURES

Partagez votre expérience à la Global Agritourism Conference 2027

14 au 17 juin 2027 | Bromont, Québec, Canada

Racines vivantes — Là où le territoire devient expérience

La Global Agritourism Conference réunira au Québec en 2027 plus de 400 participants, dont des entrepreneurs, producteurs agricoles, artisans-transformateurs, chefs, chercheurs, professionnels du tourisme, représentants de destinations, décideurs publics et acteurs du développement provenant de partout dans le monde.

Sous le thème **Racines vivantes — Là où le territoire devient expérience**, la conférence explorera la manière dont l'agrotourisme permet de révéler l'identité d'un territoire, de transmettre ses savoir-faire, de créer de nouvelles occasions d'affaires pour les entreprises et de contribuer à la vitalité des communautés. Dans un contexte marqué par les changements climatiques et la transformation des réalités agricoles et l'évolution des activités touristiques, elle accordera également une place importante aux stratégies d'adaptation, à la résilience des entreprises et des territoires ainsi qu'aux nouvelles façons de développer un agrotourisme plus durable.

La conférence comprendra :

- **Jusqu'à 64 plages de présentation** dans les séances simultanées;
- **Jusqu'à 4 séances simultanées différentes**, comprenant chacune 1 à 4 conférenciers;

1. Ce que nous recherchons

Nous souhaitons entendre des voix provenant de différents pays, disciplines et réalités professionnelles, notamment :

- Des producteurs agricoles et propriétaires ou gestionnaires d'entreprises agrotouristiques;
- Des entrepreneurs et artisans-transformateurs du secteur bioalimentaire;
- Des chefs, restaurateurs et acteurs de l'approvisionnement local;
- Des chercheurs et spécialistes;
- Des représentants d'organisations touristiques et de gestion de destinations;
- Des acteurs du développement économique, agricole ou territorial;
- Des représentants gouvernementaux et municipaux;
- Des organismes communautaires et réseaux sectoriels;
- Des professionnels de l'innovation, de la technologie, de développement d'expériences touristiques, de mise en marché et de réseaux de distribution, de stratégie de destination, de développement durable et adaptation aux changements climatiques.

Nous accordons une importance particulière aux candidatures qui s'appuient sur une expérience réelle et documentée.

2. Les séances ouvertes aux candidatures

La programmation de la Global Agritourism Conference 2027 s'articule autour de **quatre grands thèmes** :

Thème 1 : Structuration de l'offre, développement de produits et mise en marché

Thème 2 : Développement durable et adaptation aux changements climatiques

Thème 3 : Innovation

Thème 4 : Stratégies de destination

THÈME 1 — STRUCTURATION DE L'OFFRE, DÉVELOPPEMENT DE PRODUITS ET MISE EN MARCHÉ

Session 1.1 - Transformer son savoir-faire en expérience

Comment transformer les ressources, les activités et les savoir-faire d'une entreprise agricole en une expérience qui donne réellement envie de se déplacer?

Nous recherchons des entreprises ayant développé une offre agrotouristique distinctive à partir de ce qu'elles font déjà : productions agricoles, méthodes de travail, histoire

familiale, paysages, traditions, savoir-faire ou autres caractéristiques propres à leur entreprise.

Session 1.2 - Quand les racines deviennent saveurs : révéler l'identité culinaire d'un territoire

L'identité culinaire d'un territoire dépasse ses produits emblématiques et ses recettes traditionnelles. Cette séance s'intéressera à la notion de **foodways** et à la façon dont cette racine vivante peut être reconnue, documentée et transformée en expériences touristiques significatives.

Nous recherchons notamment :

- Des chercheurs ou spécialistes des foodways et de l'identité culinaire;
- Des territoires ayant réalisé une démarche visant à définir ou valoriser leur identité culinaire;
- Des producteurs, artisans-transformateurs, chefs ou représentants de communautés ayant participé à la création d'expériences touristiques issues de cette identité.

Session 1.3 - Faire voyager l'expérience : ouvrir l'agrotourisme aux réseaux de distribution

Comment transformer une expérience agrotouristique en une offre que des agences de voyages, voyagistes, hébergements, attraits ou autres partenaires touristiques peuvent facilement comprendre, recommander et vendre?

Nous recherchons des exemples de collaborations réussies entre entreprises agrotouristiques et réseaux de distribution touristique.

Session 1.4 - Des parcours à la carte : personnaliser la découverte d'un territoire

Comment aider chaque visiteur à découvrir les fermes, les producteurs, les artisans et les expériences agrotouristiques qui correspondent réellement à ses intérêts, à son rythme et à ses contraintes?

Cette séance présentera de nouvelles façons de connecter les fermes, producteurs, artisans-transformateurs et expériences gourmandes aux autres composantes d'une destination.

Nous recherchons des entreprises, destinations ou organisations ayant développé ou utilisé des outils permettant de personnaliser la découverte d'un territoire en fonction des intérêts, du profil ou des contraintes des visiteurs.

THÈME 2 — DÉVELOPPEMENT DURABLE ET ADAPTATION AUX CHANGEMENTS CLIMATIQUES

Session 2.1 - Du champ à l'assiette : des alliances locales pour des territoires plus résilients

L'approvisionnement local contribue à faire découvrir les produits, les savoir-faire et les saisons d'un territoire. Il peut aussi réduire certaines distances parcourues, soutenir l'économie locale, limiter le gaspillage et renforcer la capacité des entreprises à s'adapter aux perturbations climatiques et économiques. Pourtant, passer de l'intention à une relation d'affaires durable demeure un défi.

Nous recherchons des collaborations concrètes réunissant producteurs, artisans-transformateurs, chefs, restaurateurs, entreprises touristiques, destinations ou réseaux d'approvisionnement.

Session 2.2 - Bâtir un agrotourisme inclusif et solidaire

L'agrotourisme peut produire davantage que des retombées économiques. Il peut également créer des emplois, favoriser l'inclusion, améliorer l'accès aux aliments locaux et renforcer les liens entre entreprises, visiteurs et communautés.

Nous recherchons des initiatives dans lesquelles des objectifs sociaux font partie intégrante du projet agrotouristique.

Session 2.3 - Faire vivre l'expérience au fil des saisons

La saisonnalité constitue l'un des principaux défis des entreprises agrotouristiques. Météo, cycles agricoles, périodes de vacances et habitudes de consommation influencent directement l'achalandage, les revenus et les opérations.

Nous recherchons des entreprises ayant repensé leur modèle afin de prolonger leur période d'activité, mieux répartir leurs revenus ou tirer parti des caractéristiques propres à chaque saison.

Session 2.4 - Cultiver l'adaptation : l'agrotourisme face à un climat en mutation

Sécheresses, pluies abondantes, épisodes de chaleur, incendies, gels tardifs et saisons de production plus imprévisibles transforment autant les réalités agricoles que touristiques. Pour les entreprises agrotouristiques, ces changements affectent non seulement les cultures et les élevages, mais aussi les périodes d'ouverture, la sécurité des visiteurs, les infrastructures, la programmation des activités et la qualité de l'expérience offerte.

Nous recherchons des initiatives qui montrent comment les entreprises et les territoires agrotouristiques s'adaptent déjà à ces nouvelles conditions.

THÈME 3 — INNOVATION

Session 3.1 - Innover à partir de ses racines : diversifier son modèle d'affaires

Comment faire évoluer une entreprise sans perdre ce qui la rend unique?

Pour plusieurs destinations, l'accès aux terres agricoles devient de plus en plus difficile, tandis que les entreprises doivent composer avec la hausse des coûts, les pressions sur leur rentabilité et la nécessité de mieux valoriser leurs ressources. Dans ce contexte, l'agrotourisme peut offrir de nouvelles avenues pour diversifier les revenus, renforcer la viabilité de l'entreprise et créer davantage de valeur à partir de ce qu'elle possède déjà : ses productions, ses savoir-faire, ses bâtiments, ses paysages, son histoire et son territoire.

Nous recherchons des entreprises agrotouristiques ayant créé de nouvelles sources de revenus à partir de leurs ressources, de leurs savoir-faire et de leur identité.

Session 3.2 - Quand une filière de production devient motrice d'attractivité agrotouristique

Comment une filière agroalimentaire de production peut-elle dépasser la simple commercialisation et exportation de ses produits pour devenir une véritable source d'expériences, de récits et d'innovation agrotouristique? Cette séance explorera différentes démarches collectives permettant de mieux valoriser les produits emblématiques, les savoir-faire et les particularités d'un territoire auprès des visiteurs et des marchés.

Nous recherchons des initiatives collectives construites autour d'un produit, d'une production ou d'une filière agroalimentaire ayant permis de créer de nouvelles expériences, de renforcer le lien avec les visiteurs ou de positionner autrement un territoire.

Session 3.3 - Quand la technologie raconte le territoire

Comment les technologies peuvent-elles enrichir la visite sans remplacer la rencontre, le lieu ou le savoir-faire qui font la force de l'agrotourisme? Cette séance présentera des entreprises qui utilisent la réalité virtuelle ou augmentée, les parcours interactifs, les applications mobiles, les contenus audiovisuels ou les dispositifs immersifs pour faire découvrir autrement leur histoire, leurs productions et leur territoire.

Session 3.4 - Faire germer l'inattendu : l'agrotourisme à la rencontre de nouveaux secteurs

Les entreprises agrotouristiques et de tourisme gourmand font face à de nombreux enjeux : expérience visiteur, mobilité, accessibilité, saisonnalité, main-d'œuvre, numérique ou adaptation des infrastructures. Et si certaines réponses venaient plutôt du design, de la mobilité, des industries créatives, de la logistique, de l'architecture, des sciences comportementales ou d'autres univers rarement associés à l'agrotourisme?

L'innovation ouverte propose justement d'ouvrir ses défis à des expertises, des technologies et des façons de penser provenant d'autres écosystèmes. Cette séance présentera des initiatives ayant créé ces rencontres intersectorielles pour faire émerger de nouvelles collaborations, expérimentations ou solutions.

Une attention particulière sera portée à une étape essentielle de la démarche : formuler un problème sans présumer de la solution, afin de mobiliser de nouveaux partenaires, ouvrir les pistes et passer de la rencontre à l'expérimentation.

THÈME 4 — STRATÉGIES DE DESTINATION

Session 4.1 - Façonner les destinations : des politiques publiques favorables à l'agrotourisme

Les politiques publiques peuvent favoriser l'essor de l'agrotourisme... ou compliquer son développement. Réglementation, aménagement du territoire, financement, fiscalité, reconnaissance des activités, infrastructures et stratégies touristiques influencent directement la capacité des entreprises à accueillir des visiteurs, à investir et à développer des expériences viables.

Nous recherchons des personnes ayant contribué à la conception, à la mise en œuvre ou à l'évolution d'une politique, d'un programme ou d'un cadre réglementaire ayant eu un impact concret sur le développement de l'agrotourisme.

Session 4.2 - Festivals, musées et attractions : révéler l'identité culinaire du territoire

Comment un festival, un musée, un centre d'interprétation ou une attraction peut-il transformer l'identité culinaire d'un territoire en un véritable motif de visite?

Nous recherchons des exemples où des produits, traditions alimentaires, savoir-faire et récits locaux ont été mis en valeur à travers une expérience capable de renforcer l'attractivité d'une destination.

Session 4.3 - Quand le tourisme gourmand devient une stratégie de destination

Comment un territoire peut-il faire du tourisme gourmand un véritable axe de développement touristique et économique?

Nous recherchons des organismes de destination ayant choisi d'intégrer le tourisme gourmand à leur stratégie de développement et capables de partager leur trajectoire : le contexte de départ, les objectifs poursuivis, les choix de positionnement, les investissements réalisés et les résultats obtenus.

Session 4.4 - Mobiliser l'écosystème : quand la concertation mène à l'action

Le développement du tourisme gourmand repose souvent sur une multitude d'acteurs qui n'ont ni les mêmes mandats, ni les mêmes ressources, ni les mêmes priorités. Une vision stratégique peut exister, mais encore faut-il disposer des mécanismes permettant aux producteurs, artisans-transformateurs, restaurateurs, entreprises touristiques, organisations de destination, municipalités et organismes de développement de travailler ensemble.

Comment répartir les rôles? Qui assure le leadership? Comment prendre des décisions, maintenir la mobilisation et transformer les échanges en projets concrets?

Nous recherchons des territoires ayant développé des mécanismes de concertation ou de gouvernance ayant permis de passer **du dialogue à l'action**.

2. Un format conçu pour favoriser les échanges

La Global Agritourism Conference privilégiera des formats dynamiques favorisant le partage d'expériences, la diversité des perspectives et les échanges entre les participants.

Selon la nature du sujet et les candidatures retenues, les séances pourront prendre différentes formes : **courtes présentations suivies d'une discussion, panel, conversation animée, étude de cas, atelier ou autre format jugé pertinent.**

Le format final de chaque séance sera déterminé par le comité de sélection afin de favoriser la formule la plus pertinente pour le sujet et les contributions sélectionnées.

3. Soumettre une candidature

Les personnes intéressées devront :

1. Choisir une séance

Identifier **une séance principale** à laquelle l'expérience, la recherche ou l'initiative pourrait contribuer.

Si l'expérience ou le travail de recherche est pertinent pour d'autres séances, il est possible de sélectionner jusqu'à trois séances. Cette information servira uniquement à la planification de la programmation et n'aura aucune incidence sur l'évaluation de la proposition.

2. Présenter la proposition

Fournir un résumé d'un maximum de **250 mots** précisant :

- L'expérience, le projet, la recherche ou l'initiative présenté;
- Le lien avec la séance choisie;
- Les principaux résultats ou apprentissages qui seront partagés;
- Ce que les participants pourront retenir ou appliquer dans leur propre contexte.

3. Présenter l'expérience comme conférencier

Fournir, lorsque disponible, un lien vers une vidéo permettant de voir la personne en situation de présentation : YouTube, Vimeo, conférence antérieure, webinaire ou autre contenu équivalent.

4. Soumettre une courte vidéo de présentation

Téléverser une vidéo d'un maximum d'une minute, réalisée simplement à l'aide d'un téléphone ou d'une caméra.

La personne candidate devra y présenter :

- Son nom;
- Son pays ou territoire;
- Son entreprise ou organisation;
- L'expérience qu'elle souhaite partager;
- Pourquoi celle-ci devrait faire partie de la conversation à la **Global Agritourism Conference 2027**.

La qualité de production de cette vidéo ne sera pas évaluée. Nous souhaitons avant tout découvrir la personne derrière la proposition et sa capacité à communiquer clairement son expérience.

[Formulaire de candidature](#)

4. Comment les candidatures seront-elles évaluées?

Les propositions seront notamment évaluées selon :

- Leur adéquation avec la séance choisie;
- La pertinence du cas, de la recherche ou de l'expérience proposée;
- La présence de résultats, d'apprentissages ou d'enseignements concrets;
- La capacité à transférer ces apprentissages à d'autres entreprises ou territoires;
- La clarté et la qualité de la proposition;
- La capacité du candidat à communiquer de façon dynamique et accessible;
- La complémentarité avec les autres personnes retenues pour la séance;
- La diversité des pays, territoires, réalités professionnelles et perspectives représentées dans la programmation.

Le comité de sélection pourra proposer à une personne candidate de participer à une séance différente de celle indiquée dans sa candidature, lorsque son expertise correspond davantage à une autre conversation.

5. Dates importantes

Ouverture de l'appel de candidatures

23 septembre 2026

Date limite pour soumettre une candidature

13 novembre 2026

Évaluation des candidatures

16 novembre au 4 décembre

Avis aux personnes sélectionnées

Semaine du 14 décembre

Dévoilement de la programmation

Hiver 2027

Global Agritourism Conference 2027

14 au 17 juin 2027

Bromont, Québec, Canada

6. Visibilité offerte aux personnes sélectionnées

Être conférencier ou conférencière à la GAC 2027, c'est contribuer à une conversation internationale, faire connaître son expertise auprès d'acteurs provenant de différents pays et secteurs et développer de nouvelles connexions professionnelles.

- **Une fiche individuelle sur le site de la conférence** : photo, biographie, organisation, pays, titre de la séance et lien vers leur site ou LinkedIn;
- **Une mise en valeur dans les communications**: publications « rencontrer le conférencier », carrousels par thématique, citations ou courts portraits sur LinkedIn / Instagram / infolettre;
- **Une présence dans le programme et l'application de l'événement** : photo, bio, organisation, coordonnées professionnelles ou lien LinkedIn, selon les fonctionnalités disponibles;
- **Une trousse de communication personnalisée** : visuel « Je prends la parole au GAC 2027 », bannière LinkedIn, modèle de publication et signature courriel;
- **Une visibilité pendant la conférence** : nom, organisation et pays sur les écrans d'introduction de la séance;
- **Une visibilité après la conférence** : mise en ligne des présentations autorisées, citation du conférencier dans les contenus post événement et extraits vidéo ou photos professionnelles de leur intervention, lorsque pertinent ;
- **Un accès aux photos professionnelles de la présentation** ;
- **Possibilité d'être sollicité pour une entrevue, un article, une capsule vidéo ou une intervention média, selon les demandes** ;
- **Possibilité de réaliser un webinaire sur le même sujet, auprès des membres du Global Agritourism Network, suivant la conférence, pour augmenter son auditoire.**

7. Informations supplémentaires

Les personnes sélectionnées comme présentateurs à la **Global Agritourism Conference 2027** sont responsables de leurs **frais d'inscription ainsi que de leurs frais de déplacement et de séjour**.

Afin d'être inclus dans la programmation officielle, les présentateurs devront acheter leur billet pour la conférence **avant le lancement de la programmation complète, prévu en février 2027**.

[Formulaire de candidature](#)