

UN SECTEUR BIOALIMENTAIRE FORT
POUR DÉVELOPPER LE QUÉBEC

NADY NAMIQUES

M A I 2 0 2 3 / N U M É R O 9



REGROUPEMENT
DES TABLES
DE CONCERTATION
BIOALIMENTAIRE
DU QUÉBEC

La raison d'être des Tables de concertation bioalimentaire du Québec (TCBQ)

Les TCBQ existent depuis plus de 25 ans. Elles ont pour mission d'animer et de coordonner les efforts des différents acteurs du milieu afin d'assurer le développement du secteur bioalimentaire. Concertation agroalimentaire régionale, planification stratégique régionale, commercialisation et promotion des produits régionaux, relèvement et établissement en agriculture, tourisme gourmand, agrotourisme, événements de réseautage, formations et saines habitudes de vie ne sont que quelques exemples qui démontrent l'étendue de leur champ d'action.

Régies par des conseils d'administration formés d'acteurs du secteur bioalimentaire et reconnues par le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (MAPAQ), les TCBQ sont ancrées dans leur milieu respectif dans onze régions et territoires du Québec. Elles sont au service des entreprises et des organisations de leur région.

Leurs partenaires

Les TCBQ ne peuvent passer sous silence l'importante contribution de leurs partenaires tant financière que technique. Il s'agit, plus particulièrement, du MAPAQ, du ministère des Affaires municipales et de l'Habitation (MAMH), de l'Union des producteurs agricoles (UPA) et des municipalités régionales de comté (MRC) de chacun de leur territoire. Bien évidemment, d'autres partenaires importants soutiennent les actions des TCBQ et ils ne peuvent tous être nommés ici.

Autres organismes régionaux de concertation et de promotion des aliments

Certaines régions n'ont pas de Table de concertation bioalimentaire à proprement parler. Elles se sont tout de même dotées de mécanismes de concertation et effectuent la promotion des produits. Depuis la 5^e édition, les TCBQ ont invité ces organismes à faire partie de *Dynamiques* de façon à illustrer la diversité des actions et des projets qui se réalisent aux quatre coins du Québec et qui contribuent au développement du secteur bioalimentaire. Ces régions sont présentées à partir de la page 26 du présent numéro.

Dynamiques, un outil de promotion

Pour les TCBQ, le Québec s'est développé et se développera demain à partir des régions ou en s'appuyant sur elles et sur le secteur bioalimentaire. C'est le sens du titre *DYNAMIQUES Un secteur bioalimentaire fort pour développer le Québec*.

Dynamiques constitue la revue annuelle des projets mis en vedette dans chaque région du Québec ainsi qu'une brève présentation des actions concertées et structurantes qui ont mobilisé les TCBQ, les autres organismes régionaux de concertation et de promotion des aliments et leurs partenaires. Elle se veut un recueil pour leur clientèle et les acteurs du secteur bioalimentaire. *Dynamiques* est accessible en ligne sur le site Web des TCBQ.

TCBQ.ORG



Photo: Kam Vachon

Édition :
Regroupement des Tables de concertation bioalimentaire du Québec

Textes des régions :
TCBQ et autres organismes régionaux de concertation et de promotion des aliments

Révision : **Andrée-Ann Rouleau et Marie-Christine Beaulé**

Graphisme : **12H30.ca**

Dépôt légal 2023

ISSN 2563-0105 (en ligne) | 2 ISSN 2563-0091 (imprimé)

Le RTCBQ sur sa lancée!

Le Regroupement poursuit sa vision et sa mission, de porter la voix de chaque des tables de concertation et organismes partenaires de nos régions et d'appuyer ses membres dans le développement d'un secteur bioalimentaire prospère et durable. Faisant suite à sa création, la feuille de route dont le RTCBQ s'est dotée jusqu'en 2025 est ambitieuse. Et je vous partage d'emblée la fierté avec laquelle je vois les avancées se réaliser. Ce n'est pas rien de créer, de structurer et de « faire devenir » une organisation !

Depuis cet automne, sous le chapeau d'une Direction Générale confiante et rassembleuse, en la personne de Marie-Christine Beaulé, le regroupement déploie ses actions auprès de ses membres et partenaires. Quatre piliers à l'édifice: optimiser les synergies, outiller nos membres, réaliser des projets porteurs et assurer la pérennité de l'organisation.

Du côté des synergies, on entend bien évidemment la concertation, la collaboration avec les autres partenaires pour faire arriver les projets. Notre connaissance des acteurs sur le terrain est grande, et nous sommes conscients de la richesse de ce positionnement. C'est ce que nous faisons au quotidien avec notre participation à un projet d'envergure nationale, comme celui de la *Stratégie nationale d'achat des aliments québécois* (SNAAQ).

Du côté de nos membres, rassembler nos forces est synonyme de codéveloppement, de partage des bons coups, et de cohérence de nos actions. Si le RTCBQ est un porteur de projet incontournable dans le secteur, il est aussi, un espace de cohésion et d'apprentissage, pour une action territoriale plus efficace.

NE, FB, UV
21-10-2021
IBF lan

NE, FB, UV
18-10-2021
IBF lan

Et on continue sur la lancée... ! Du côté des projets maintenant, ce nouveau numéro vous offre le meilleur de ce que chacune des tables permet dans sa communauté. On mettra aussi de l'avant le changement majeur d'envergure du *Défi je mange local*, s'inscrivant dans la durée, ainsi que la poursuite du déploiement des *Petits Ambassadeurs* sur toute la province. Et si je vous dis que de nouveaux projets sont déjà en gestation sous le chapeau du RTCBQ pour 2023-2024, en êtes-vous surpris ?

Nous nous définissons par la concertation, notre connaissance du milieu et les actions concrètes sur le terrain. Grâce à des partenariats grandissant avec des acteurs comme Aliments du Québec, et la confiance du Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation, le RTCBQ est aujourd'hui capable de déployer son action collégialement sur son territoire, en créant un réseau toujours plus stimulant pour ses membres.

Je remercie sincèrement et personnellement, chaque équipe, chaque direction générale et conseil d'administration des tables et organismes partenaires, chaque administrateur du RTCBQ. Votre passion, implication et vision permettent à notre organisation de grandir, construire et partager, pour créer toujours plus de retombées dans chacune de nos régions !



Katell Burot

Présidente du Regroupement des Tables de concertation bioalimentaire du Québec (TCBQ)

Présidente de Carrément Tarte

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION DU REGROUPEMENT

Les membres du conseil d'administration du Regroupement des Tables de concertation bioalimentaire du Québec sont à l'image de la belle diversité de notre territoire et ont toutes et tous à cœur le développement de notre secteur. *Dynamiques* est fier de vous les présenter.

Table de concertation bioalimentaire du Bas-Saint-Laurent

Gilbert Marquis

Table agroalimentaire du Saguenay-Lac-Saint-Jean

Francois Potvin

Conseil des industries bioalimentaires de l'Île de Montréal

Katell Burot

Table agroalimentaire de l'Outaouais

Chantale Vaillancourt

Table bioalimentaire Côte-Nord

Sandra Blais

Gaspésie Gourmande

Gilbert Berthelot

Le Bon goût frais des Îles de la Madeleine

Jean-Philippe Deraspe

Table agroalimentaire de la Chaudière-Appalaches

Caroline Laterreur

Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie

Rémy Gaudet

Conseil de développement bioalimentaire de Lanaudière

Patricia Lebel

Carrefour bioalimentaire Laurentides

Sabrina Chevrier

Expansion PME

Luc Forand

Saveurs du Bas-St-Laurent

Pierre-Luc Arsenault

Observateur

M^e Jean-Pierre Lévesque, Cain Lamarre

Légende :

Nom de l'organisation Président ou représentant

Manifeste

POUR UN DÉVELOPPEMENT DU QUÉBEC PAR ET POUR LES RÉGIONS

Aux quatre coins du Québec, les entreprises de production agricole et aquacole, des pêcheries et de transformation alimentaire sont au cœur des fondements de notre identité alimentaire, de notre culture. Ces entreprises contribuent à nourrir notre population et approvisionnent les distributeurs alimentaires, les commerçants, les services alimentaires du réseau de l'hôtellerie, de la restauration et du marché institutionnel. Ainsi formée, l'industrie bioalimentaire constitue un puissant levier économique régional et provincial.

Les TCBQ sont convaincues que le développement économique de l'industrie bioalimentaire de notre province doit passer par une prise en charge de chacune des régions selon les grands principes qui suivent.

Planification stratégique

Le succès de nos actions passe par l'élaboration et la mise en œuvre de plans stratégiques qui permettent de définir collectivement une vision partagée du développement de l'industrie bioalimentaire, et ce, dans chacune de nos régions. Outillés de plans d'action, nous sommes en mesure de produire le bilan des actions et des moyens utilisés pour répondre aux orientations et enjeux du secteur.

Concertation

Le développement de l'industrie bioalimentaire passe par la concertation des acteurs économiques et des différents maillons de la chaîne alimentaire, et ce, dans chacune des régions. Cette concertation nécessite une compréhension mutuelle des différents enjeux locaux et l'établissement d'objectifs communs. C'est ainsi que les TCBQ permettent une cohésion entre les acteurs et une cohérence de leurs actions.

Différenciation, promotion et commercialisation

Le consommateur ne choisit pas seulement un produit parce qu'il est « du Québec ». Un fort sentiment d'appartenance à la communauté locale existe et il dirige le choix d'achat de toutes nos populations. Les TCBQ s'engagent à élaborer et mettre en œuvre des stratégies de promotion en lien avec les particularités de chacune de nos régions et de nos populations. Par nos projets, nous incitons les acteurs des différents marchés à repenser et à adapter leurs pratiques d'approvisionnement aux réalités des producteurs et des transformateurs bioalimentaires, et les consommateurs à choisir d'abord les produits de leur région.

Les TCBQ: un acteur incontournable

Les TCBQ consistent en un véritable outil, unique en son genre; elles mènent des initiatives qui ne peuvent l'être par une entreprise unique. La force de la collaboration et de la concertation est des plus porteuses et structurantes pour le développement de nos régions et du secteur bioalimentaire.

Les tables de concertation bioalimentaire du Québec: des partenaires incontournables

Depuis maintenant plusieurs années, les Tables de concertation bioalimentaire du Québec (TCBQ) et le gouvernement du Québec collaborent afin d'appuyer le développement du secteur bioalimentaire dans chacune des régions, et contribuent, ensemble, à l'attractivité et au dynamisme des territoires.

Les TCBQ participent à l'essor du secteur bioalimentaire en favorisant la mise en valeur des entreprises et des produits locaux, la création de relations d'affaires et le partage de connaissances. Par leur action et leur effet fédérateur, ces lieux de concertation sont également de puissants leviers générateurs de fierté.

La compréhension fine de leur région respective et de ses différents acteurs est une force des TCBQ qui permet d'accélérer l'accroissement de notre autonomie alimentaire et favorise la vitalité des territoires, et ce, dans une approche durable et responsable.

Nous saluons les efforts consentis pour mobiliser les partenaires. Les TCBQ rendent possible la réalisation de projets stratégiques prioritaires tout en considérant les spécificités de chacune des régions.

Notre gouvernement tient à réaffirmer son désir de soutenir le développement du Regroupement des Tables de concertation bioalimentaire du Québec et de favoriser l'accroissement de la synergie entre les territoires.

Ensemble, nous contribuons à garnir davantage les tables québécoises de nos précieuses richesses bioalimentaires. Nous pouvons en être fiers !



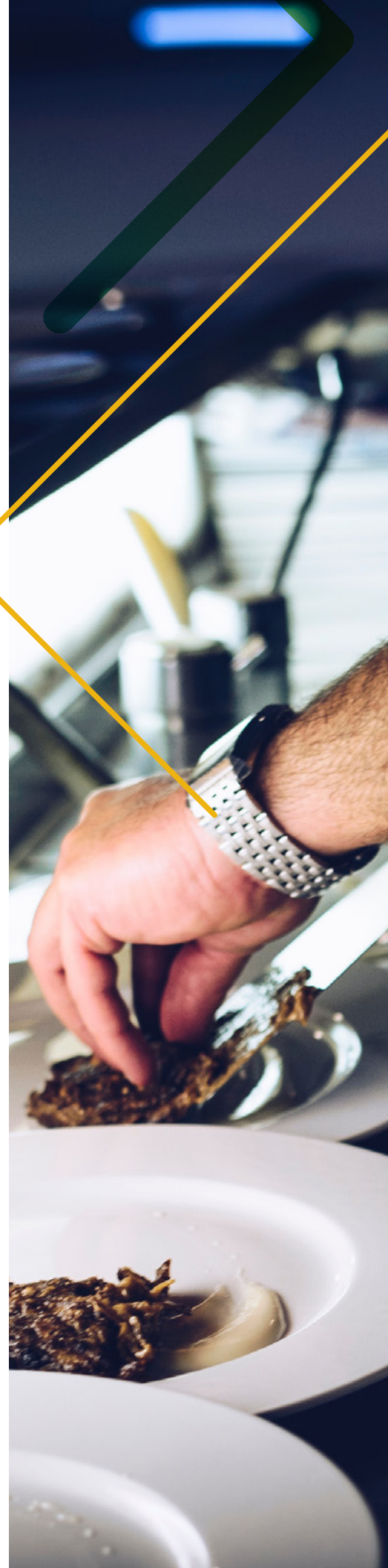
André Lamontagne

Ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation et ministre responsable de la région du Centre-du-Québec



Andrée Laforest

Ministre des Affaires municipales et ministre responsable de la région du Saguenay-Lac-Saint-Jean





Mot du président de l'Union des producteurs agricoles

Le secteur agricole et bioalimentaire participe activement au dynamisme des différentes régions du Québec, dans lesquelles les entreprises locales cultivent, élèvent et transforment fièrement des produits de plus en plus recherchés par les consommateurs. Et grâce, notamment, à l'excellent travail de mise en valeur des produits réalisés par les Tables de concertation bioalimentaire du Québec (TCBQ) dans de nombreuses régions, les consommateurs peuvent mieux reconnaître les produits et y avoir accès entre autres chez les marchands et les restaurateurs.

Je profite donc de cette édition de *Dynamiques* pour souligner, à nouveau, la contribution remarquable des TCBQ au maintien, au développement et au rayonnement des entreprises agricoles et bioalimentaires locales depuis maintenant plus de 25 ans. Les producteurs et productrices agricoles, l'Union des producteurs agricoles (UPA), ses fédérations régionales et ses groupes affiliés peuvent compter sur les structures de concertation régionale pour construire des systèmes alimentaires ancrés dans le territoire et qui permettent d'accroître la part des produits québécois dans l'assiette des consommateurs, et ce, dès la petite enfance.

En mettant en place des initiatives comme les *Petits Ambassadeurs*, les TCBQ font découvrir aux jeunes des services de garde éducatifs à l'enfance les produits alimentaires et, par extension, l'agriculture de leur région. Une belle mission éducative qui rejoint celle de l'UPA. Les jeunes ainsi sensibilisés deviendront, une fois à l'âge adulte, de fiers ambassadeurs des aliments de chez nous et peut-être même de futurs participants au *Défi 100 % local*, engagés à encourager famille et amis à y participer... tout au long de l'année.

De plus, grâce à la participation active d'un représentant des TCBQ à la Table pour le développement des marchés de proximité de l'UPA, le dialogue se poursuit pour assurer l'essor de ce type de mise en marché.

Martin Caron

Président général, Union des producteurs agricoles



Mot du président de la Fédération québécoise des municipalités

Le Québec est reconnu, depuis toujours, pour la diversité de son terroir et la qualité de ses produits bioalimentaires. Les régions rurales du Québec sont au cœur de l'industrie agricole et agroalimentaire et elles contribuent de manière significative à l'économie de la province. Pour maintenir cette vitalité économique régionale, nous nous devons de valoriser nos richesses et de promouvoir l'achat local.

La Fédération québécoise des municipalités (FQM) est consciente de l'importance de l'occupation dynamique du territoire pour les municipalités rurales. En tant que porte-parole des régions, elle soutient le développement de ses communautés et encourage une occupation du territoire qui favorise la prospérité économique régionale. La FQM est donc une alliée naturelle des Tables de concertation bioalimentaire du Québec (TCBQ), qui ont pour mission de rassembler les acteurs du secteur bioalimentaire pour ainsi assurer le développement régional.

En favorisant la concertation entre les différents acteurs de la filière, les TCBQ se penchent sur des stratégies efficaces et la mise en place de pratiques durables pour assurer une occupation durable du territoire. Dans un contexte où la production locale et la sécurité alimentaire du Québec sont des enjeux importants, la mise en valeur des richesses bioalimentaires de la province est devenue une priorité.

Jacques Demers

Président, Fédération québécoise des municipalités
Maire de Sainte-Catherine-de-Hatley
et préfet de la MRC de Memphrémagog

Une 1^{ère} bougie pour le Regroupement

Tant attendu autant par ses membres que par les partenaires du milieu, et après un peu plus d'un an depuis sa fondation officielle, le Regroupement des Tables de concertation bioalimentaire du Québec (RTCQB) est plus que jamais fièrement porté par ses membres. Rassemblant les Tables de concertation bioalimentaire et ses organismes partenaires, la dernière année fut fort bien remplie. Plusieurs chantiers prioritaires ont été mis de l'avant selon les quatre grandes orientations établies dans le plan d'action dont s'est doté le Regroupement à l'automne dernier à la suite d'un exercice de planification stratégique réalisé en collaboration avec les membres et les principaux partenaires du milieu. De ces grandes orientations ont découlé des actions qui se voulaient parfois communes ou dans d'autres occasions unies par la voix du Regroupement; 1. Optimiser les synergies régionales et nationales, 2. Outiller et propulser ses membres, 3. Identifier et coordonner des projets porteurs, 4. Créer une structure de gouvernance forte qui assurera la pérennité du Regroupement.

Réunis lors du congrès annuel du Regroupement, les membres ont entamé l'année 2022-2023 avec le déploiement provincial du projet des *Petits Ambassadeurs*. Forts de la synergie découlant de cette concertation nationale, le momentum fut tout à fait propice pour l'embauche d'une première direction générale afin entre autres de mettre les balises de la logistique entourant le codéveloppement interrégional et pour instaurer une méthodologie de partage de bons coups et d'information entourant des enjeux communs. Riche de toute la précieuse information découlant des rencontres avec et entre les membres, c'est cette même direction générale qui se veut être la voix des membres du Regroupement aux yeux des différents partenaires. Ainsi, de multiples rencontres avec les grands acteurs du secteur bioalimentaire du Québec ont été faites dans le but de multiplier les collaborations intersectorielles. Ce fut également au cours de la dernière année que nous avons rejoint les partenaires mandataires de la SNAAQ grâce à notre connaissance approfondie de l'offre et de la capacité de production des entreprises bioalimentaires à travers le Québec. Par ce nouveau dossier collectif, le Regroupement et ses membres ont un rôle de démystifier et rapprocher l'offre des entreprises bioalimentaire et la demande des institutions publiques ainsi que d'accompagner les entreprises bioalimentaires dans leur processus envers le marché institutionnel. Une deuxième ressource a été engagée afin d'accompagner les membres dans le déploiement des stratégies d'actions découlant de ce nouveau marché. Cette embauche a coïncidé avec le transfert du projet des *Petits Ambassadeurs* initié par la Table Agroalimentaire du Saguenay-Lac-St-Jean au profit du Regroupement pour en assurer la pérennité. Parallèlement, le Regroupement et ses membres ont initié des travaux relatifs à une nouvelle architecture visuelle et un nouveau plan de communication. C'est donc avec une grande fierté que vous trouverez dans cette 9^e édition du magazine

notre nouveau logo. Ainsi, par l'ensemble des dossiers travaillés et mis de l'avant lors de la dernière année nous pouvons affirmer que la force du Regroupement est ses membres et la force de ses membres est le Regroupement!



En route vers le marché institutionnel!

À l'automne dernier, le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (MAPAQ) interpellait le Regroupement des TCBQ pour se joindre à la Stratégie d'achat d'aliments québécois, surnommée la SNAAQ. L'objectif de la SNAAQ? Augmenter la part d'aliments québécois dans les assiettes institutionnelles à travers la province. En collaboration avec Aliments du Québec, l'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec (ITHQ), Cintech agroalimentaire et M361, le RTCQB outille les entreprises vers le milieu de la santé, des écoles primaires et secondaires et des universités pour qu'elles puissent atteindre leurs cibles d'approvisionnement locaux.

L'arrivée du RTCQB dans cette grande stratégie nationale a engendré une belle effervescence au sein de nos membres. Rapidement, un comité s'est formé afin d'élaborer le plan d'action institutionnel 2022-2024 du RTCQB. Cet outil stratégique, issu de la volonté des régions, guidera les actions du Regroupement dans ce dossier pour les prochaines années. Comme première action, un premier appel à projets, sur une série de deux, a été lancé en mars dernier. Ce financement descendant directement dans les régions donnera la chance à 10 projets porteurs de voir le jour d'ici septembre 2023. Avec ces projets en déploiement et l'embauche d'une chargée de projet sur le dossier, le plan d'action est lancé! Le comité institutionnel prendra maintenant une vocation plus opérationnelle et fournira aux TCBQ un espace de concertation, de transfert de connaissances et de co-construction. Ensemble, nous allons démystifier le marché institutionnel et faciliter son accès pour l'ensemble de producteurs et transformateurs de chez nous.



Le Défi 100 % local devient le Défi je mange local: un parcours d'accompagnement annuel pour promouvoir l'alimentation de proximité

Le Défi 100 % local s'est déroulé du 1^{er} au 30 septembre 2022. Porté par le Regroupement des Tables de concertation du Québec (RTCQB), mais coordonné au national par le Bon goût frais des Îles de la Madeleine (BGFIM), l'événement a rayonné auprès des Québécois et Québécoises, et ce dans toutes les régions du Québec. Ainsi, des actions de sensibilisation, de promotion et d'éducation ont été mises en place par les Tables, en collaboration avec les partenaires du Défi. Les actions avaient pour but de créer de plus grands liens entre les consommateurs et les producteurs, de développer une meilleure connaissance des richesses alimentaires régionales et d'offrir des moyens de responsabiliser les individus dans leurs découvertes et dans le développement d'une plus grande autonomie alimentaire. On estime que le Défi a rejoint 2,8 millions de personnes grâce aux actions réalisées par les membres du RTCQB et que 1 034 entreprises ont été promues dans le cadre de la 8^e édition.

L'année 2022 marque la fin des éditions qui se déroulent sur un mois, telle qu'on les connaît depuis huit ans. En effet, la constitution du RTCQB a incité ses membres à entreprendre une importante démarche de structuration et de priorisation d'actions concertées. Le Défi ayant été ciblé comme projet prioritaire par le RTCQB et le MAPAQ, un chantier de développement de l'initiative a été entrepris à l'hiver 2022. **Résultat : le Défi 100 % local deviendra le Défi je mange local et prendra la forme d'un parcours annuel à partir du printemps 2023.**

Qu'est-ce que le nouveau Défi je mange local ?

Il s'agit d'une célébration visant à outiller les consommateurs à travers un parcours gourmand annuel ponctué d'activités, d'astuces et d'outils pour intégrer plus d'aliments locaux dans leur quotidien. Le point culminant reste en septembre, où des actions qui se déroulent davantage sur le terrain seront mises en place par les Tables.

Le Défi je mange local a été minutieusement réfléchi pour permettre de :

- Mettre en valeur les membres du RTCQB, leur région, leur expertise et leur savoir-faire à travers la province ;
- Participer à une promotion nationale et concertée sur l'alimentation de proximité ;
- Offrir une plateforme éducative aux personnes inscrites au parcours ;
- Sensibiliser directement la clientèle des entreprises locales.

Le RTCQB a un projet prometteur qui permettra de le positionner auprès du grand public et de ses partenaires. Au fil des ans, le Défi a permis de mettre en place une structure de collaboration entre les TCBQ et de consolider des partenariats durables avec les acteurs clés de développement du secteur bioalimentaire. Le *Défi 100 % local* est d'ailleurs nommé dans les finalistes des Lauriers de la Gastronomie 2023 dans la catégorie « Entreprise ou initiative de l'année ». Le Défi est un projet rassembleur et son nouveau concept repose sur un travail solide réalisé en concertation. L'engagement et l'investissement des organisations membres du Regroupement étaient et seront un élément incontournable pour la réussite et le rayonnement du projet. La passation du projet du BGFIM au RTCQB est aussi un moment important pour le Défi et le lancement prévu en mai 2023 sera l'occasion de présenter tout le travail réalisé au courant des dernières années.



Un prix DUX pour les Petits Ambassadeurs

Dans le dernier numéro de la revue, nous vous parlions du déploiement provincial du projet des *Petits Ambassadeurs*. Et bien, le projet n'a pas fini de faire couler de l'encre. Lors de la dernière édition du Gala des Grands Prix DUX, le déploiement provincial des *Petits Ambassadeurs* s'est vu remettre un prix du jury DUX dans la catégorie Initiatives en accessibilité. Plus de 450 acteurs issus du milieu agroalimentaire québécois étaient présents à la soirée pour honorer les finalistes et gagnants de chaque catégorie. Dans le monde bioalimentaire au Québec, gagner un prix DUX est tout un honneur. Félicitations aux régions, ce prix vous appartient !

Le déploiement se poursuit

Malgré leur succès, les chargés de projet ne comptent pas s'asseoir sur ses lauriers : le déploiement se poursuit ! Le RTCQB et ses membres travaillent fort pour assurer la pérennité du projet. À la dernière rencontre du comité des *Petits Ambassadeurs*, on répertoriait 109 services de garde éducatifs accrédités et plus de 300 membres de cohortes dans la province. De plus en plus de jeunes enfants bénéficient des retombées du projet. Lors de la rencontre, la motivation de nos membres et leur volonté de s'entraider se sont fait sentir. Nos régions plus habituées continuent à accréditer de nouveaux milieux et offrent leur support aux nouveaux arrivés. Pour ce qui est des nouveaux milieux, l'engouement est palpable. En Outaouais, les services de garde sont prêts à embarquer dans le mouvement. Dans cette région, deux milieux sont en processus d'accréditation et les membres de la nouvelle cohorte sont très actifs. Les *Petits Ambassadeurs* continuent de donner des résultats et continueront de le faire.

DYNAMIQUES 9

Les TCBQ sont fières de présenter les initiatives qui ont vu le jour en 2022 un peu partout à travers le Québec. Leurs nombreuses actions démontrent toute l'ardeur qu'elles ont déployée avec leurs partenaires afin que le secteur bioalimentaire québécois continue d'être une locomotive pour l'économie du Québec et soit un constant créateur de fierté.

Les projets sont classés selon trois objectifs généraux :

- 1. Concertation et planification ;**
- 2. Commercialisation et valorisation du secteur ;**
- 3. Promotion et différenciation.**

Chacun de ces objectifs généraux se subdivise par la suite en plusieurs thèmes de travail, tels que décrits dans le tableau à la page suivante.



Thèmes de travail

Le tableau ci-dessous présente le nombre de projets réalisés ou encore en cours, répartis selon les trois objectifs généraux.

OBJECTIFS GÉNÉRAUX	THÈMES DE TRAVAIL	NOMBRE DE PROJETS
Concertation et planification	1.1 Planification stratégique	25
	1.2 Diversification des productions	3
	1.3 Recherche, éducation, formation et accompagnement	30
Commercialisation et valorisation du secteur	2.1 Promotion des produits	29
	2.2 Valorisation du secteur bioalimentaire	33
	2.3 Engagement dans les enjeux de société régionaux	10
Promotion et différenciation	3.1 Marché de détail	7
	3.2 Circuits courts de mise en marché	12
	3.3 Hôtellerie, restauration et marchés institutionnels	30
	3.4 Exportations	0

Compilation des projets

Secteur bioalimentaire
ORGANISÉ ET CONCERTÉ



Le **SOUTIEN** à la commercialisation
et **VALORISATION** du secteur
bioalimentaire



**LA PROMOTION
ET DIFFÉRENCIATION**
du secteur bioalimentaire



Les TCBQ

Les pages qui suivent présentent les régions en ordre alphabétique et les actions des TCBQ. Chacune d'elle dévoile son projet vedette : ses buts, ses résultats, ainsi que ses dernières réalisations reliées à des projets mobilisateurs, décrites sommairement. Vous constaterez qu'elles ont des répercussions positives sur une multitude d'aspects du secteur bioalimentaire.

Nous exposons également, dans la section suivante de *Dynamiques 9*, les actions entreprises par les autres organismes régionaux de concertation et de promotion des aliments.

Photo: Yan Kaczynski



Légende

- 1 Bas-Saint-Laurent
- 2 Chaudière-Appalaches
- 3 Côte-Nord
- 4 Estrie
- 5 Gaspésie
- 6 Îles-de-la-Madeleine
- 7 Lanaudière
- 8 Laurentides
- 9 Montérégie
- 10 Montréal
- 11 Outaouais
- 12 Saguenay-Lac-Saint-Jean



Nom du projet vedette

Le développement de la filière biologique : un élément distinctif du Bas-Saint-Laurent !

> BUT DU PROJET

L'agriculture biologique est un mode de production important au Bas-Saint-Laurent alors qu'on y compte 347 entreprises certifiées. Afin de favoriser l'essor de ce secteur, la région a mis en place, en 2019, un comité visant à mobiliser différents acteurs du milieu. Le projet a pour objectifs de favoriser le regroupement des producteurs et les outiller pour mieux faire face aux défis propres à la production biologique, développer les compétences des conseillers et améliorer l'offre, la visibilité et la crédibilité des produits biologiques bas-laurentiens.

> RÉSULTATS

- Plusieurs activités de réseautages et de visites de fermes biologiques ;
- Formation « Conseiller en mode bio » pour développer l'expertise en biologique des conseillers agricoles ;
- Consultations sur les besoins en recherche en production biologique ;
- Présentation des résultats d'une étude de potentiel de marché des produits biologiques ;
- Diffusion régionale du *Colloque Bio* pour tous du CETAB+ ;
- Formation aux conseillers acéricoles sur la réglementation de la certification biologique ;
- Formation technico-économique pour les entreprises maraîchères biologiques en démarrage.

> PROCHAINES ÉTAPES

- Rédaction d'une trousse d'information pour aider les entreprises en démarrage ou en transition biologique ;
- Campagne de promotion des entreprises biologiques de la région ;
- Voyages exploratoires hors région pour les producteurs laitiers et maraîchers biologiques ;
- Mise en place d'une communauté de pratique pour les conseillers agricoles ;
- Partenariats avec des centres de recherche et de transfert en agriculture biologique pour la tenue de projets adaptés en région.

> PROJETS MOBILISATEURS

- Réalisation et diffusion du portrait-diagnostic des entreprises en transformation alimentaire au Bas-Saint-Laurent
- Lancement du *Germeoir*, parcours d'incubation et démarrage de la première cohorte
- Création de partenariats avec des Centres de recherche et de transfert en agriculture biologique pour développer des projets de recherche adaptés à la région
- Réalisation d'un projet de consolidation et développement des marchés publics du Bas-Saint-Laurent
- Mise à jour et promotion de la liste des entreprises qui font de l'autocueillette et de la liste des entreprises qui accueillent des groupes d'enfant
- Lancement de la boîte à outils pour le développement de l'agrotourisme
- Mise en œuvre d'une cohorte d'accompagnement agrotouristique soutenant 10 entreprises bas-laurentiennes pour améliorer la qualité de leur accueil et de leur expérience
- Coordination de la mise en œuvre du *Plan régional de développement bioalimentaire*
- Collaboration au déploiement de la démarche *FabRégion*
- Participation au développement de la carte interactive des initiatives en autonomie alimentaire
- Appui à l'organisation du *Colloque provincial en agriculture durable*
- Collaboration au déploiement du projet *les Petits ambassadeurs*
- Collaboration au chantier transport des aliments
- Appui à la mise en place d'un programme pour favoriser les circuits courts agricoles dans la MRC Rimouski-Neigette
- Collaboration à la campagne de valorisation et de recrutement de la main d'œuvre *Engage-toi !*



Nom du projet vedette

Les Arrêts Gourmands de la Chaudière-Appalaches

> BUT DU PROJET

Les *Arrêts Gourmands* mettent en avant le savoir-faire gourmand et une expérience hors du commun de la région Chaudière-Appalaches. La région compte des moteurs économiques comme Lévis, La Beauce et un bassin de population de près de 450 000 personnes que les *Arrêts Gourmands* rapprochent de leur ruralité. Le programme a la volonté de créer un sentiment d'appartenance fort par rapport à ces trésors alimentaires que compte la région.

> RÉSULTATS

Après un lancement officiel enjoué en début de saison estivale, la saison a battu son plein grâce à un mélange d'ingrédients bien dosés. Le programme a ainsi pu compter sur la mobilisation d'un ambassadeur hors-pair, Samuel Laroche qui a parcouru la région et visité de très nombreuses entreprises en créant des story sur les réseaux sociaux. En parallèle, une campagne et une tournée médiatique ont généré de nombreuses sorties qui ont été largement visibles sur le territoire. Un partenariat avec les signataires de l'entente sectorielle a fait parler des *Arrêts Gourmands* au niveau régional et provincial. Enfin le tournage et la diffusion de 45 vidéos ont inspiré la population à rendre visite à nos entreprises d'exception.

> PROCHAINES ÉTAPES

Le mouvement est bien enclenché. Il faut maintenant étendre sa notoriété en 2023. Il faut aussi développer du contenu afin d'aider les plus petites entreprises à se faire connaître et ainsi avoir une masse critique pour les locavores et les touristes.

> PROJETS MOBILISATEURS

- Relais du *Défi 100 % local* pour la Chaudière-Appalaches (2.1)
- Structuration et mobilisation autour du projet des *Arrêts Gourmands* (2.2)
- Implication dans le projet *Les Radieux - sécurité alimentaire* (2.3)
- Optimisation du système de communication de la Table agroalimentaire (2.3)
- Relais régional du projet des *Petits Ambassadeurs* (3.2)

Mise en place un programme de formation asynchrone sur le marketing agroalimentaire





Nom du projet vedette

Colinor: une application mobile de mutualisation du transport

> BUT DU PROJET

La TBCN a souhaité mettre en place une application Web basé sur le principe de l'économie collaborative ou économie de partage. Cette initiative offre aux utilisateurs un service de mise en contact entre des covoitureurs qui offrent le déplacement des colis en publiant un trajet et des expéditeurs qui publient des envois de colis.

> RÉSULTATS

La plateforme vient tout juste d'être lancée et nous anticipons déjà des retombées importantes tels que: la réduction des coûts de transport, une réduction des gaz à effet de serre, une meilleure distribution des produits entraînant une augmentation des ventes de produits régionaux et un meilleur accès au produits pour le consommateur.

> PROCHAINES ÉTAPES

Des améliorations sont prévues afin de rendre l'application encore plus conviviale ainsi que le développement de fonctionnalités répondant aux besoins des utilisateurs. Un module de transaction sera notamment ajouté. L'application a été conçue de manière à ce que le concept puisse être transféré dans une autre région qui vit des enjeux similaires. Il est donc prévu d'identifier des partenaires qui souhaiteraient implanter le service dans d'autres régions.

> PROJETS MOBILISATEURS

- Les marchés publics de la Côte-Nord
- Magazine *Le Goût de la Côte-Nord*
- Les *Petits Ambassadeurs*
- Identité culinaire
- Étude de faisabilité d'un marché mobile
- Le *Défi 100% local*



Photo: Van Kaczynski

Nom du projet vedette

Des partenaires mobilisés et dévoués par une concertation éclairée!

> BUT DU PROJET

Le Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie effectue la concertation de l'entente sectorielle de développement au niveau bioalimentaire dans la région. En collaboration avec la Table des MRC de l'Estrie (TME), le groupe de partenaires de l'entente qui se rencontrent tous les mois souhaitait se doter d'une gouvernance représentative qui allait bien répondre aux besoins du milieu. L'objectif étant alors de mettre une fondation solide pour l'entente.

> RÉSULTATS

La gouvernance de cette entente est constituée des agents en développement agroalimentaire des neuf MRC qui composent l'Estrie, du MAPAQ, de l'UPA, du MAMH et de la TME. Ces acteurs sont ceux qui travaillent les idées et les projets afin de les amener au comité directeur composé des directions générales des MRC, du MAPAQ et de l'UPA. Grâce à cette structure, nous observons une belle implication et une force collective.

> PROCHAINES ÉTAPES

Les projets émanant de l'ESD devraient voir le jour dans les prochains mois. Grâce à la concertation effectuée, nous nous sommes assurés de bien représenter toutes les régions et partenaires. Nous conservons toutefois en tête le bien collectif régional et nous rallions tous les partenaires autour de cette vision. La passion, la mobilisation et le dévouement sont tous des adjectifs qui qualifient chacun des partenaires bioalimentaires de l'Estrie.

> PROJETS MOBILISATEURS

Activités de concertation et planification :

- Coordination des rencontres des partenaires bioalimentaires de l'Estrie et de la mise en œuvre de l'entente de développement sectorielle bioalimentaire
- Concertation des marchés publics en Estrie (près de 40 marchés)

Commercialisation et valorisation du secteur :

- Projet d'affichage des producteurs adhérents à la marque régionale dans 15 IGA de la région
- Projet d'identification du kilométrage des produits locaux adhérents à la marque régionale dans les quatre Marchés Végétariens de la région
- Tenue des *Rencontres Express* entre acheteurs et producteurs, transformateurs
- Tenue du *Salon des HRI*
- Réalisation du rapport sur l'identité culinaire
- Cohorte en expérience client en agrotourisme et tourisme gourmand (15 entreprises)
- Création d'une caisse de 12 bières du regroupement Brasseurs des Cantons
- 8^e saison du projet *Souvenirs de cueillette* (50 fermes) reconnaissance internationale en 2022
- 5^e saison du circuit les *Têtes fromagères* (14 fromageries)
- 7^e saison du circuit Brasseurs des Cantons (30 microbrasseries)

Promotion et différenciation :

- Collaboration avec trois influenceurs pour la promotion du secteur agrotouristique
- Collaboration avec plusieurs festivals et événement gourmands
- Création d'un compte TikTok
- Campagnes Web et télévisuelles

Mon entreprise agricole est-elle transférable?

UNE JOURNÉE DE RÉFLEXION ET DE PLANIFICATION À NE PAS MANQUER



Nom du projet vedette

Stratégie d'accompagnement des entreprises agricoles avec ou sans relève identifiée

> BUT DU PROJET

- Sensibiliser les entreprises agricoles avec ou sans relève à se positionner quant à la continuité de leur entreprise;
- Éviter le démantèlement d'entreprises et assurer la pérennité des activités agricoles;
- Développer un outil de sensibilisation et d'information à la préparation au transfert;
- Organiser une activité de sensibilisation à la préparation au transfert;
- Offrir gratuitement aux cédants d'entreprises agricoles une rencontre de réflexion avec le CRÉA sur l'avenir de leur entreprise.

> RÉSULTATS

- Création d'un guide de préparation au transfert d'une entreprise agricole : *Mon journal de transfert*;
- Neuf entreprises agricoles participantes à l'activité de sensibilisation *Mon entreprise agricole est-elle transférable ?* à laquelle un fiscaliste, un agroéconomiste et une conseillère en transfert ont offert des conférences;
- Cinq rencontres préparatoires gratuites avec le CRÉA réalisées à l'hiver 2023 et une démarche sérieuse entamée par chacune des cinq entreprises;
- Des partenaires mobilisés.

> PROCHAINES ÉTAPES

Élaboré par le comité Relève et établissement en agriculture qu'anime et coordonne *Gaspésie Gourmande*, le fait d'assurer une suite à ce projet pilote, qui s'est déroulé à l'échelle d'une seule MRC, apparaît comme une évidence étant donné les résultats probants. Un projet de déploiement sera ainsi élaboré au cours des prochaines semaines, visant à déployer cette stratégie d'accompagnement aux quatre autres MRC de Gaspésie. Les sources de financement demeurent à être identifier.

> PROJETS MOBILISATEURS

- Coordination des travaux d'élaboration de la planification stratégique sectorielle 2023-2028
- Contribution aux travaux de mise en place d'une nouvelle entente sectorielle
- Collaboration à la mise en œuvre des PDZA, PDTA et PAU des MRC de la région
- Coordination, de concert avec le MAPAQ, d'une tournée de présentation des offres de services et des programmes des organisations régionales de développement
- Publication de la 17^e édition du *Guide-Magazine Gaspésie Gourmande*
- Poursuite de la mise en œuvre de la campagne d'achat local *Je mange gaspésien, évidemment !*: production de matériel promotionnel et d'outils d'affichage, réalisation de dégustations en épicerie et mise en place d'espaces *Gaspésie Gourmande* supplémentaires
- Dans le cadre du *Défi 100 % local*, collaboration à la tenue du marché des récoltes de New Richmond réservé aux membres de *Gaspésie Gourmande*
- Réalisation du portrait régional en tourisme gourmand
- Tenue de la 1^{ère} édition des *Rencontres marchandes Gaspésie Gourmande*, un salon d'acheteurs professionnels
- Déploiement de l'accréditation *Petits Ambassadeurs* en Gaspésie
- Mise à jour du catalogue de produits pour le marché de la restauration (300 produits) et création du catalogue de produits pour le marché du commerce de détail (100 produits)

Nom du projet vedette

Rencontrer l'identité culinaire madelinienne

> BUT DU PROJET

Le projet *Rencontrer l'identité culinaire madelinienne*, c'est d'abord une occasion de mettre en valeur l'identité culinaire régionale auprès des Madelinots et des visiteurs au gré des saisons. Le projet avait pour objectifs de créer des occasions de maillage et de mobilisation autour de la question de l'identité culinaire, de contribuer à l'allongement de la saison touristique et de mettre en valeur de nouveaux attraits touristiques ainsi que d'accroître le potentiel des attraits existants.

> RÉSULTATS

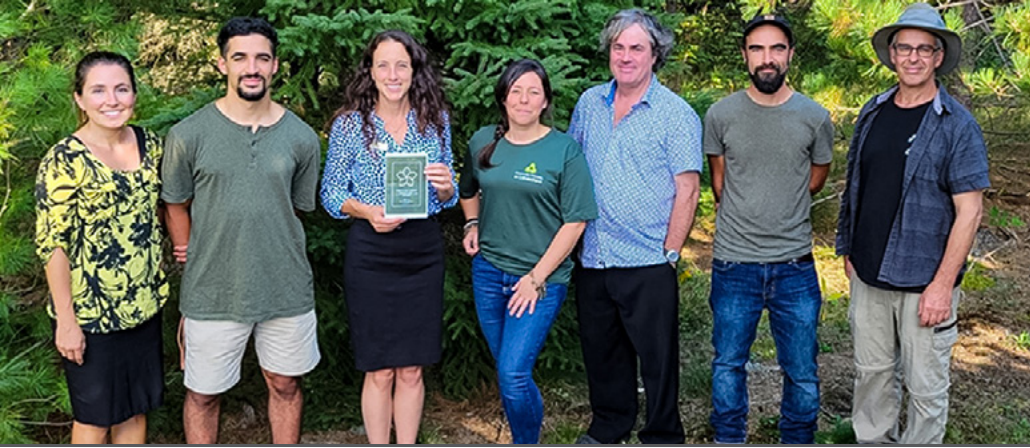
Le fruit de nos recherches faites dans le cadre de la démarche est diffusé à travers l'outil *Bouilli d'histoire salées*, un abécédaire en ligne et sur le territoire avec des contenus multimédias à la fois éducatifs et ludiques. L'outil propose une expérience authentique qui permet de goûter à la vie d'insulaire dans le respect culturel et communautaire, et ce à longueur d'année. Un vidéo promotionnel a également été lancé, mettant en valeur les spécificités bioalimentaires de l'archipel.

> PROCHAINES ÉTAPES

Dans les prochaines années, *Le Bon goût frais des Îles* souhaite pouvoir accompagner ses membres dans la mise en valeur de leur savoir-faire identitaire auprès des clientèles locales et touristiques. Pour le moment, l'association fait toujours la promotion du circuit touristique et de la plateforme en ligne. Cette campagne promotionnelle est prévue pour les deux prochaines années.

> PROJETS MOBILISATEURS

- Mise en place d'un parcours de formation et d'accompagnement en commercialisation pour les entreprises (1.3)
- Mise en place d'un parcours de formation et d'accompagnement numérique pour les entreprises (1.3)
- Travail de recherche et de mobilisation en vue de structurer l'offre du tourisme gourmand (1.1)
- Démarche de structuration du *Défi 100 % local*: plan stratégique, plan de communication (1.2)
- Coordination et réalisation de la 8^e édition du *Défi 100 % local* (2.2)
- Réalisation et lancement d'une vidéo de sensibilisation pour la protection des terres agricoles (2.2 et 2.3)
- Réalisation d'une campagne de sensibilisation pour la protection des terres agricoles 2.2 et 2.3)
- Grand chantier de concertation avec les acteurs du milieu et les producteurs pour identifier les besoins en matière de protection du territoire (2.3)
- Poursuite du développement de La GAMME Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine, un service de distribution sur les marchés de Mtl et Qc: embauche d'une coordonnatrice à temps plein et optimisation de la force de vente (3.1)
- Animation d'ateliers de cuisine-nutrition auprès de l'ensemble des jeunes du primaire des Îles et des CPE (1.3)



Nom du projet vedette

Soutien au développement et à la commercialisation des produits forestiers non-ligneux (PFNL)

> BUT DU PROJET

Projet spécial permettant d'avoir un coordonnateur à temps plein pour un an, dirigé par la direction générale afin :

- D'accroître le développement et la mise en valeur du secteur PFNL;
- D'améliorer l'accès aux marchés en soutenant les entreprises dans la mise en marché de leurs produits;
- D'accroître la performance des entreprises en encourageant le maillage d'entreprises;

Le tout avec un souci d'arrimage avec les démarches régionales et provinciales en cours et en assurant la qualité des produits et de la cueillette.

> RÉSULTATS

- Le projet a insufflé une vague de mobilisation et de dynamisme au sein d'un secteur émergent qui s'inscrit bien dans une optique de développement durable et ayant un réel potentiel identitaire pour la région;
- Nous avons permis aux acteurs de se rencontrer, de faire connaissance, d'échanger sur leurs pratiques, réalités et d'entrevoir le développement du secteur en mode collaboratif;
- Le comité PFNL Lanaudière a été consolidé. Un comité notoriété et promotion a été créé. Des liens ont été tissés avec la communauté Atikamekw de Manawan;
- 73 entreprises ont été rejointes et 23 démarches vers des opportunités de maillage ont été réalisées. Deux grandes rencontres de réseautage et d'information ont été organisées;
- Nous avons accompagné des entreprises dans le développement de leurs marchés, notamment les marchés du détail et celui de la restauration;
- Outils développés pour les entreprises dont la *Charte des valeurs* (pérennité de la ressource, approvisionnement responsable, cohabitation responsable, qualité, fierté régionale) 43 signataires;
- Des actions de promotion ont aussi été réalisées.

> PROCHAINES ÉTAPES

- Déploiement de la stratégie de notoriété et promotion (plan de communication);
- Poursuite de la mobilisation en organisant au minimum une rencontre annuelle d'information, échange et réseautage des entreprises du secteur;
- Évaluer la faisabilité de mettre en place des regroupement d'entreprises pour la mise en marché (mutualisations, regroupement de l'offre ou d'achat);
- Une démarche pour le développement du mycotourisme a débuté avec différents partenaires et se poursuivra.

> PROJETS MOBILISATEURS

- Coordination de chantier en lien avec la planification stratégique du secteur bioalimentaire 2021-2026 (environnement et territoire et performance des entreprises, acériculture)
- Salon des acheteurs *Goûtez Lanaudière!* a permis des rencontres entre 26 producteurs/transformateurs et 71 acheteurs de 40 entreprises différentes provenant des secteurs des HRI et du détail
- Étude de caractérisation du secteur bioalimentaire en économie circulaire
- Atelier de maillage en économie circulaire;
- *Goûtez Lanaudière!* nouveau répertoire et nouvelle carte des circuits touristiques gourmands, importante séance de photos de produits, augmentation des entreprises participantes de 122 à 132
- Déploiement des *Petits Ambassadeurs*
- Concertation et promotion des marchés publics
- Démarche d'achat local : secteur bioalimentaire de Lanaudière (marché corporatifs)
- Coordination du *Défi 100% local*, région Lanaudière
- Services-conseils en mise en marché, agrotourisme et en innovation produits et procédés



Nom du projet vedette

Une formation virtuelle de trois heures pour les municipalités

> BUT DU PROJET

Le Carrefour bioalimentaire Laurentides (CBL) souhaite partager son expertise aux municipalités et MRC du Québec dans le développement de leur communauté nourricière. Pour ce faire, le CBL a développé une formation en ligne de trois heures en collaboration avec Équiterre, maître Jessica Dufresne, Vivre en ville et la municipalité de Saint-Joseph-du-Lac pour offrir aux élus et gestionnaires municipaux une formation complète et adaptée aux réalités du milieu municipal.

> RÉSULTATS

En provenance des quatre coins du Québec, se sont plus de 250 personnes qui se sont réunies virtuellement le 10 mars 2023 dans le cadre du lancement de la formation Vers plus de communautés nourricières au Québec. Les élus et gestionnaires municipaux, ainsi que les professionnels intéressés par les systèmes alimentaires durables présents ont pu 1. Découvrir pourquoi le développement de communautés nourricières est tendance forte; 2. Voir un aperçu du contenu de la formation; 3. Rencontrer le Carrefour bioalimentaire Laurentides et ses collaborateurs.

> PROCHAINES ÉTAPES

Dès le 3 avril 2023, toutes les municipalités du Québec et leurs partenaires pourront compléter, à leur rythme, la formation accréditée par l'Ordre des agronomes du Québec au carrefourbioalimentaire.org/formations. Enfin, le CBL souhaite poursuivre le développement de communautés nourricières grâce à d'autres activités de transfert de connaissances. Le CBL offrira dans la prochaine année des conférences grand public dans les bibliothèques municipales afin de mobiliser la population autour de ces démarches structurantes.

> PROJETS MOBILISATEURS

Activités de concertation et planification :

- Poursuite de l'accompagnement des communautés nourricières existantes et nouvelles
- Continuation du service d'accompagnement des aspirants du programme *ARTERRE*
- Mise en place d'une collaboration avec Aliments du Québec
- Génération d'un rapport final avec recommandations pour l'abattage animal
- Étude de faisabilité sur la mise en place d'un service de transport régional bioalimentaire
- Collaboration avec le Pôle sur la ville résiliente de l'UQAM

Commercialisation et valorisation du secteur :

- Développement du marché institutionnel via le programme *Petits Ambassadeurs*
- Mise en marché de paniers gourmands corporatifs de produits d'entreprise bioalimentaire des Laurentides
- Mise en place de la 3^e édition de l'événement *Rendez-vous bioalimentaire*
- Participation d'événements « Marché aux affaires » en collaboration avec l'ADAQ et la CMM
- Avancement du projet de transport des denrées des entreprises bioalimentaires des Laurentides

Promotion et différenciation :

- Poursuite de la campagne promotionnelle *Laurentides j'en mange*
- Réalisation d'activités promotionnelles du *Défi 100 % local*
- Création d'une série de webinaires sur les communautés nourricières
- Développement de webinaires et d'une trousse de soutien pour le démarrage d'entreprises agricoles

Nom du projet vedette

Les Virées gourmandes de la Montérégie

> BUT DU PROJET

La nouvelle mouture comportait 3 volets : 9 microcircuits thématiques, 2 événements « du champ à la table » et 100 calendriers de l'avent.

Les objectifs :

- Faire connaître et promouvoir l'importante offre et la grande diversité d'entreprises agroalimentaires de la région ;
- Encourager l'achat local ;
- Inciter la découverte des produits régionaux et la rencontre avec les producteurs dans le but de développer certaines habitudes de consommation et une fierté régionale ;
- Travailler en concertation afin d'accroître le rayonnement et de contribuer à la vitalité régionale.

> RÉSULTATS

- 10 partenaires et six collaborateurs ;
- 94 entreprises mises de l'avant, dont 32 nouveaux membres ;
- 300 téléchargements des circuits via le site Web ;
- 136 660 consommateurs, abonnés et utilisateurs Facebook rejoints ;
- 50 participants aux événements ;
- 100 calendriers de l'avent vendus ;
- 1 788 numérisations de codes QR ;
- Trois capsules vidéo promotionnelles ;
- 19 parutions dans les médias traditionnels.

> PROCHAINES ÉTAPES

- Reconduire les trois volets des *Virées gourmandes de la Montérégie* (circuits, événement et calendriers de l'avent) en développant davantage de partenariats et en valorisant plus d'entreprises de la région ;
- Augmenter la participation et l'engagement des consommateurs et excursionnistes à travers nos différents projets ;
- Réfléchir les prochains projets en fonction de la nouvelle planification stratégique dont la démarche sera entamée en 2023 ;
- Promouvoir notre nouvelle carte interactive et poursuivre sa bonification.

> PROJETS MOBILISATEURS

- Coordination de la campagne régionale *La Montérégie, le Garde-Manger du Québec*
- Rétention des adhésions et acquisition de nouveaux membres complices
- Intégration et participation à l'entente sectorielle de développement du secteur bioalimentaire en Montérégie 2022-2025
- Organisation d'ateliers culinaires au CF Marché des Promenades
- Participation au *Défi 100 % local*
- Déploiement des *Petits Ambassadeurs* de la Montérégie
- Co-porteur du comité régional en tourisme gourmand (plan d'action, plan de communication, portrait de la région, etc.)
- Développement d'un partenariat avec Tourisme Montérégie
- Animation de rencontres pour les marchés publics de la région
- Participation au projet *Sains & Saufs*
- Création et distribution de paniers gourmands corporatifs



Nom du projet vedette

Rencontres d'acheteurs pour le secteur des institutions et pour le secteur du détail - rencontres en virtuel

> BUT DU PROJET

Afin de soutenir les transformateurs alimentaires dans le développement de leurs compétences, le CIBÎM a développé trois parcours de formations : croissance, intermédiaire et expert. À la fin d'un parcours, le participant détient une belle palette de compétences pour la gestion d'une entreprise de transformation alimentaire afin d'en assurer la croissance et la pérennité. Les compétences ainsi développées ont un impact direct sur la croissance de leur entreprise

Dans chaque parcours l'entrepreneur bénéficie d'une multitude d'outils pour l'aider à prendre les bonnes décisions au quotidien : un test psychométrique, un diagnostic d'entreprise, des heures de coaching privé avec un expert de l'industrie alimentaire dans le but de trouver solution à un défi, des formations de groupe, une simulation de pitch de vente avec des acheteurs de l'industrie, une rencontre réseautage avec un entrepreneur inspirant ainsi que plusieurs séances de codéveloppement et de réseautage.

> RÉSULTATS

- Plus de 60 entrepreneurs participants.

> PROCHAINES ÉTAPES

- Promouvoir ces formations à une échelle provinciale afin que plus d'entreprises de transformation en profitent ;
- Ajouter une formule *panier de choix de formations* ;
- Ajout d'un parcours axé sur la transformation numérique.

> PROJETS MOBILISATEURS

Concertation et planification :

- 22 conférences et panels dédiés aux acteurs du domaine alimentaire
- Deux cliniques de solutions sur mesure (valeurs nutritives et codes-barres)
- Plus de 50 accompagnements pour demandes de subventions
- Trois parcours de formation : commercialisation-croissance et experts

Commercialisation et valorisation du secteur :

- 494 rencontres de maillage entre des acheteurs des HRI, des CPE, des chaînes du détail et des transformateurs alimentaires
- Deux dîners thématiques (1^{ère} thématique : *Quand l'alimentation se nourrit du numérique !*, 2^e thématique : *Comment vendre sur le marché des HRI*)
- Plus de 1 400 heures d'accompagnement individuel offertes par notre équipe
- Participation au *Défi 100 % local*
- Déploiement des *Petits Ambassadeurs* de la région de Montréal

Promotion et différenciation :

- Trois cocktails réseautage
- Cinq activités de visibilité (marchés d'été, marchés de Noël, Expo Manger Santé)
- Développement d'un partenariat avec l'organisme Montréal de la gastronomie pour le lancement d'un coffret de produits locaux
- Refonte de l'image de marque du CIBÎM
- Mise en place d'un plan de communication globale



Croquez l'Outaouais!

Nom du projet vedette

Chantier sur la commercialisation

> BUT DU PROJET

Le chantier sur la commercialisation porte l'ensemble des projets d'accompagnement et de promotion des produits agroalimentaires de la région. Il englobe entre autres les projets d'appui à la commercialisation et à la promotion tels que ci-dessous :

L'identifiant régional *Croquez l'Outaouais!* : La campagne a récemment été lancée et, après quelques années difficiles, cette année nous visons la réintégration de l'identifiant au sein des détaillants et restaurants de la région et de l'est-ontarien ;

Le Circuit *Croquez l'Outaouais* : Anciennement connu sous le nom du *Parcours Outaouais Gourmet*, nous avons rebaptisé le projet *Circuit Croquez l'Outaouais*. Nous partons donc tout en neuf à partir de cette année et aurons de nouveaux parcours prêts dès cet été. Comme autre nouveauté, nous comptons augmenter les activités promotionnelles appuyant ce projet ;

Services en accompagnement de commercialisation : Comme toujours, nous tablons fort sur les services en accompagnement de commercialisation collectifs et individuels. Récemment beaucoup d'efforts ont été mis à développer le milieu des garderies avec le projet des *Petits Ambassadeurs* et le milieu institutionnel principalement avec nos collègues du CISSS de l'Outaouais.

> RÉSULTATS

Avec l'appui de l'Observatoire de développement de l'Outaouais (ODO), sous peu, nous aurons un portrait diagnostique portant sur la distribution bioalimentaire en Outaouais. Cet outil nous permettra de mieux soutenir nos entreprises dans leurs efforts de distribution.

> PROCHAINES ÉTAPES

Quelques nouveautés surviendront cette année et la priorisation des services offerts sera discutée avec les partenaires présents sur le chantier de la commercialisation. Néanmoins, des efforts plus marqués seront pris pour appuyer la commercialisation hors Québec.

> PROJETS MOBILISATEURS

Dernières réalisations

- Mandataire et gestionnaire de la Fiducie de la Table intersectorielle régionale sur les saines habitudes de vie en Outaouais
- Mandataire et gestionnaire de la Fiducie de l'Entente sectorielle bioalimentaire de l'Outaouais
- Tenue d'un kiosque de produits régionaux lors du mois de décembre
- Mise en place d'un comité dédié à la commercialisation des produits régionaux dans le milieu institutionnel
- Accompagnement individuel et collectif des entreprises afin de les appuyer dans leurs efforts en commercialisation
- Participation au *Défi 100 % local*
- Contributeur au projet « Outaouais 40 » visant à accompagner 40 entreprises dans leurs démarches et activités agrotouristiques
- Organisation d'une journée sur l'acériculture
- Révision de l'identifiant régional *Croquez l'Outaouais!* et lancement de la campagne d'adhésion
- Révision du nom et du parcours de notre circuit agrotouristique *Parcours Outaouais Gourmet* devenu *Circuits Croquez l'Outaouais*
- Appui à la promotion des marchés publics en Outaouais
- Organisation de trois « virées automnales » permettant aux gens de visiter les fermes et attraits de loisir de l'Outaouais en autobus
- Boîtes découvertes composées de produits régionaux aux consommateurs de l'Outaouais

SAGUENAY
LAC-SAINT-JEAN

ZONE
BORÉALE



Nom du projet vedette

La Foire agroalimentaire Zone boréale

> BUT DU PROJET

La Table agroalimentaire du Saguenay-Lac-Saint-Jean tenait, en octobre dernier, sa toute première foire commerciale agroalimentaire. La programmation s'effectuait en deux temps soit deux journées destinées au réseautage entre les entreprises agroalimentaires du Saguenay-Lac-Saint-Jean et les marchés potentiels de la région, soit auprès de représentants du marché du détail et du secteur HRI. Une portion était également destinée au grand public.

> RÉSULTATS

Près de 50 entreprises ont eu l'opportunité de rencontrer plus d'une dizaine d'acheteurs potentiels. La technologie a été mise à contribution par l'utilisation de l'application B2B2GO, qui permettait la prise de rendez-vous d'affaires sur place et un maillage entre les besoins et les offres. Certains arrivaient préparés afin de trouver des types d'aliments en particulier, alors que d'autres étaient en mode découverte et se laissaient surprendre par l'offre alimentaire diversifiée sur place.

> PROCHAINES ÉTAPES

C'est 97 % des participants qui confirment avoir créé de nouveaux liens d'affaires lors de l'événement. Le réseautage a également donné lieu à des retombées directes. Certaines entreprises ont été approchées pour fournir leur produit dans des succursales partout au Canada. La première édition a permis à la Table agroalimentaire de confirmer la pertinence et la faisabilité de l'événement qui devient une activité bi-annuelle dans la région.

> PROJETS MOBILISATEURS

Concertation et planification :

- Animation des comités de suivi et de mise en œuvre de la *Stratégie sectorielle*
- Tournées des MRC dans le cadre du projet de Renouveau des accréditations des marchés
- Coordination du déploiement national des *Petits Ambassadeurs*
- Mise sur pied d'une entente de partenariat avec le Centre des services scolaire Rives de Saguenay

Commercialisation et valorisation du secteur :

- Soutien aux marchés publics de Saguenay
- Tournée de renouvellement et de recrutement *Ambassadeurs des saveurs*
- Tenue de deux mini-colloques en agrotourisme et tourisme gourmand
- Tournée des membres agrotourisme et réalisation d'un portrait du secteur
- Activité réseautage avec les marchands IGA

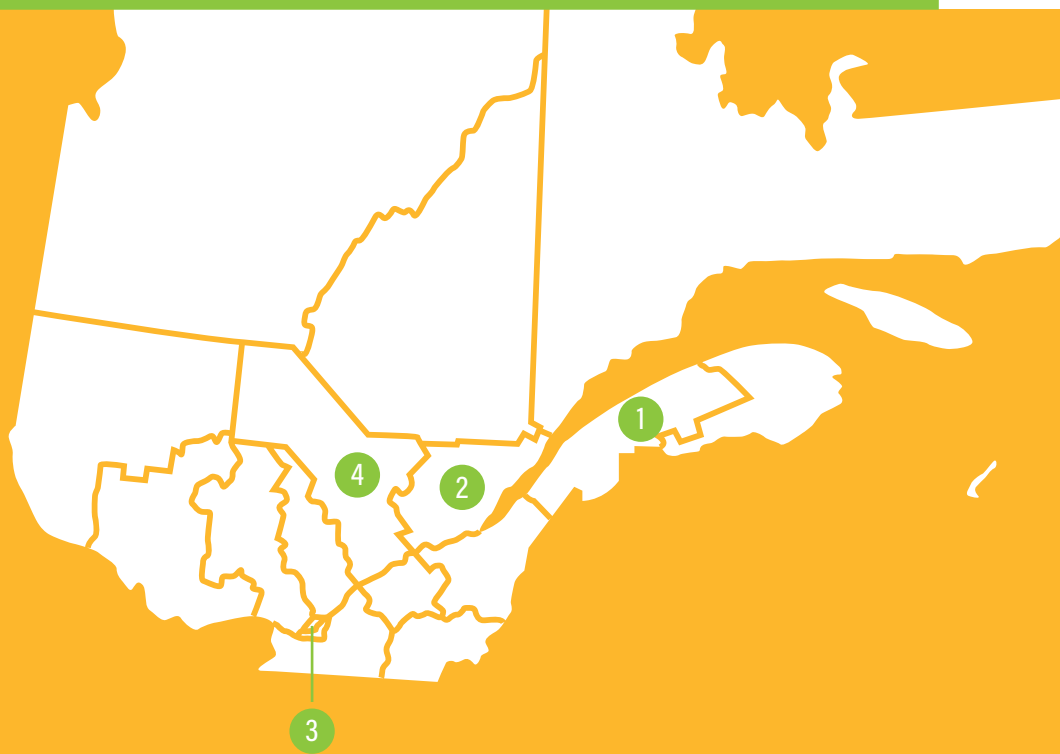
Promotion et différenciation :

- Promotion groupée été 2022, média : télévisuel
- Collaboration avec le *Festival des vins* pour une offre d'activités gourmandes
- Valorisation des territoires sur le site zoneboreale.com



Autres organismes régionaux de concertation et de promotion des aliments

Les prochaines pages dévoilent les autres organismes régionaux de concertation et de promotion des aliments qui travaillent au développement du secteur bioalimentaire des régions n'ayant pas de Table de concertation bioalimentaire ; exception faite de la région du Bas-Saint-Laurent où il y a une Table de concertation et un organisme de promotion des produits, soit Les Saveurs du Bas-Saint-Laurent. Chacun dévoile également son projet vedette : ses buts, ses résultats, ses prochaines étapes ; en plus de décrire sommairement ses dernières réalisations en lien avec des projets mobilisateurs.



Légende

- 1 Bas-Saint-Laurent
- 2 Capitale-Nationale
- 3 Laval
- 4 Mauricie



Nom du projet vedette

Répertoire des entreprises et produits bioalimentaires pour acheteurs professionnels

> BUT DU PROJET

À la demande des acheteurs professionnels, le répertoire des fournisseurs a été mis en place dans le but de découvrir et bonifier l'offre de produits bas-laurentiens sur les marchés de détail, de la restauration et des marchés institutionnels. Offert gratuitement à toutes les entreprises bioalimentaires de la région souhaitant développer ces différents marchés, cet outil permet aux entreprises de se faire valoir avec une présentation professionnelle contenant plusieurs informations utiles.

> RÉSULTATS

Lancé en novembre 2022, le répertoire est disponible en version numérique sur le site Web de l'association à l'adresse suivante : saveursbsl.com/repertoire. Répertoriant près de 150 produits à ce jour, le répertoire est bonifié selon la demande des entreprises pour inclure un éventail toujours plus grand de produits bas-laurentiens. Un service d'accompagnement spécialisé dédié aux acheteurs professionnels est également offert afin de faciliter la recherche, l'intégration de produits locaux et de bonifier les étals des détaillants du Bas-Saint-Laurent.

> PROCHAINES ÉTAPES

Des rencontres entre les entreprises bioalimentaires et les acheteurs professionnels seront organisées afin de favoriser le maillage et le développement de nouveaux partenariats entre les différents acteurs du milieu. Le rôle des *Saveurs du Bas-Saint-Laurent* est de soutenir les entreprises productrices et transformatrices de la région dans leur activité de commercialisation, et ce, par différents services d'accompagnement personnalisés, de promotion et de représentation.

> PROJETS MOBILISATEURS

- Salon bioalimentaire, *Marché des Saveurs du Bas-Saint-Laurent* (2.1, 2.2, 2.3 et 3.2)
- Répertoire des entreprises et produits bas-laurentiens pour les acheteurs professionnels (1.2, 1.3, 2.1, 2.2, 2.3, 3.1, 3.2 et 3.3)
- Parcours gourmand *Saveurs & Gourmandises* présentant 164 entreprises bioalimentaires (2.1, 2.2, 3.1, 3.2 et 3.3)
- Étude de faisabilité sur le transport collaboratif (1.1, 2.2, 3.2 et 3.3)
- Carte-cadeau utilisable chez 60 entreprises participantes (2.1, 2.2, 2.3 et 3.1)
- Accompagnement du marché institutionnel (substitution d'intrants par des produits d'ici) (3.2, 3.3 et 3.1)
- Campagne d'affichage valorisation des artisans bioalimentaires chez 85 détaillants (2.2 et 3.1)
- Promotion : *Semaine québécoise des marchés publics* (2.1, 2.2 et 3.2)
- Filières des produits forestiers non ligneux et cultures innovantes du Bas-Saint-Laurent (1.1, 1.3 et 2.3)
- Filière de noisetiers du Bas-Saint-Laurent (1.2 et 1.3)
- Filière genévrier et aromates du Bas-Saint-Laurent (1.2, 1.3 et 2.3)
- Infolettre *Fureteur Complice* (1.3, 2.2 et 3.3)
- Participation au *Défi 100 % local* et participation au défi : *Les institutions mangent local* (2.1, 2.2 et 3.3)
- Accompagnement des entreprises dans le cadre du programme d'achat local des épiceries Metro (3.1)



Nicole Lavoie

418 724-9068

info@saveursbsl.com

SAVEURSBSL.COM



Photo: André Chevrier

Nom du projet vedette

Actions de promotion de Saveurs de Laval

> BUT DU PROJET

- Promouvoir l'achat local et responsable vers une autonomie alimentaire ;
- Valoriser le secteur agroalimentaire lavallois ;
- Augmenter la notoriété de la marque *Saveurs de Laval* ;
- Promouvoir l'activité agricole lavalloise ;
- Faire la promotion de la diversité des produits agricoles offerts aux citoyens ;
- Valoriser le patrimoine et le territoire agricole ;
- Renforcer les liens entre les producteurs agricoles et les consommateurs.

> RÉSULTATS

Actions de promotion et de marketing à travers des tactiques digitales :

- 5,5 millions d'impressions du répertoire *Saveurs de Laval* ;
- 17 666 utilisations du répertoire de *Saveurs de Laval* lié à la campagne numérique ;
- 114 % d'augmentation des pages vues du répertoire du site Web de *Saveurs de Laval* en comparaison avec 2021 ;
- 35 % d'augmentation d'abonnés à la page Facebook de *Saveurs de Laval*.

Actions de promotion et de marketing à travers des tactiques traditionnelles :

- Plus de 15 000 unités publiés sur nos outils de promotion organique de Ville de Laval ;
- Trois visuels promotionnels installés sur 106 côtés d'autobus (panobus) avec la signature de *Saveurs de Laval* ;
- Plus de 14 millions d'impressions provenant des panobus ;
- Diffusion de vidéos promotionnels de *Saveurs de Laval* sur les écrans de cinéma de Laval ;
- Diffusion de bannières électroniques de *Saveurs de Laval* sur la plateforme Tou.tv.

> PROCHAINES ÉTAPES

- Préparation d'une stratégie éditoriale annuelle pour animer toute l'année les plateformes de médias sociaux de *Saveurs de Laval* ;
- Diversification des types de promotions numériques entre autres par l'utilisation des expériences instantanées Facebook ;
- Réalisation de deux campagnes d'influence.

> PROJETS MOBILISATEURS

- Révision du *Plan de développement de la zone agricole (PDZA)* de Laval — en cours (1)
- Élaboration du *Plan de développement de la communauté nourricière de Laval (PDCNL)* — en cours (1)
- Développement d'un programme de remise en culture de terres agricoles en friche (2)
- Réalisation d'un *Plan de développement du Parc en innovation agricole de Laval (PIAL)* (2)
- Élaboration d'un concept de développement de l'agrotourisme lavallois (3)
- Participation au *Défi 100 % local* (recettes, articles promotionnels, outils) (3)
- Continuation du projet d'accréditation des *Petits Ambassadeurs* de Laval (3)



Walter Luis Loayza Cuba

514 443-5288

wl.loayzacuba@laval.ca

SAVEURSDELAVAL.COM / LAVAL.CA



Nom du projet vedette

Le MIAM Mauricie dans toute sa saveur!

> BUT DU PROJET

- Faire connaître l'identifiant agroalimentaire régional, le *MIAM Mauricie* à la population ;
- Développer la notoriété de l'identifiant régional en bâtissant un membership fort et une solide adhésion au *Miam Mauricie* de la part des producteurs, transformateurs, détaillants et restaurateurs ;
- Créer un lien de proximité avec les acteurs du milieu agroalimentaire ;
- Réseauter et donner l'opportunité aux entreprises du milieu de créer des maillages d'affaires.

> RÉSULTATS

- Nouvelles déclinaisons du *MIAM*: TERROIR, SAVOIR-FAIRE, SAVOIR-FAIRE TERROIR et FIERTÉ ;
- Campagne avec quatre ambassadeurs qui ont abordé l'achat régional sous les termes suivants : le goût et la fraîcheur, le soutien à l'économie régionale, l'environnement et la fierté de nos produits ;
- Projet pilote développé avec sept détaillants pour mettre en valeur les produits *MIAM* ;
- *5@7 MIAM* rassemblant plus de 80 acteurs du milieu agroalimentaire qui ont créé de nouveaux contacts d'affaires.

> PROCHAINES ÉTAPES

- Poursuivre le recrutement et faire une nouvelle campagne estivale, afin de poursuivre l'amélioration de la notoriété de l'identifiant régional ;
- Harmoniser la promotion entre le *MIAM*, l'agrotourisme, le tourisme gourmand et l'identité culinaire de la région ;
- S'assurer que nos producteurs et transformateurs aient une meilleure visibilité dans leur mise en marché ;
- Collaborer avec les restaurateurs et événements agroalimentaires pour mettre en valeur l'identité culinaire de la Mauricie.

> PROJETS MOBILISATEURS

- Création d'un groupe Facebook *De la terre à l'assiette* pour le maillage des restaurateurs et des producteurs (3.3)
- Rayonnement des entreprises de la *Mauricie aux Délices d'automne* (3.2)
- *Petits Ambassadeurs*; sept CPE accrédités qui ont su modifier leurs achats alimentaires pour des produits de la région et du Québec en plus, d'offrir une variété d'aliments à valeur nutritive élevée et en quantité adéquate et d'éduquer les enfants au monde bioalimentaire (3.2)
- Participation au *Défi 100 % local* (2.1)
- Mobilisation et soutien aux marchés publics de la région (3.2)
- Embauche d'une ressource commune avec Tourisme Mauricie pour le développement de l'agrotourisme et du tourisme gourmand en Mauricie (1.3)
- Réalisation d'une étude sur l'identité culinaire de la Mauricie (1.3)
- Restructuration de l'équipe du PDAAM en engageant une nouvelle ressource pour la gestion des communications (2.1)
- Participation au projet *COSAM - Coalition pour le système alimentaire de la Mauricie* (1.3)
- Soutien de l'ARTERRE régional et d'AVENIR entreprises agricole Mauricie (1.3 et 2.2)
- Concertation avec les différents acteurs du milieu bioalimentaire de la Mauricie (1.1)



Nom du projet vedette

Camp d'entraînement agricole de la région de la Capitale-Nationale et de Lévis

> BUT DU PROJET

La Capitale-Nationale rencontre de nombreux défis en lien avec sa relève agricole. Si elle regorge de jeunes entrepreneur.e.s agricoles, la région compte avec plusieurs aspirant.e.s peu initiés au milieu agricole. Ainsi, la nécessité d'offrir un endroit de formation et d'expérimentation à cette relève s'est vite imposée.

Les objectifs du Camp sont :

- Augmenter la relève agricole et le transfert d'entreprise apparentée et non apparentée. (min 10 aspirants par année) ;
- L'accès à un incubateur agricole incluant de la formation universitaire, du mentorat d'affaire et agronomique, un réseau d'experts et de partenaires, des terres agricoles, des équipements et des infrastructures d'expérimentation leur est offert ;
- Développer de nouvelles entreprises agricoles dans le secteur biologique et en agriculture durable ;
- Diversifier les activités économiques agricoles et alimentaires ;
- Valoriser des terres en friches sur le territoire de la Capitale-Nationale et de Lévis ;
- Augmenter la production agricole locale avec une mise en marché en circuit court.

> RÉSULTATS

- 43 aspirant.e.s-entrepreneur.e.s de la relève ont bénéficié de formations théoriques et pratiques ;
- 120 personnes inscrites à la formation pour l'hiver 2022.

> PROCHAINES ÉTAPES

Riche de trois années d'exploitation et d'un engouement extraordinaire des aspirants, la formule revient en 2023. Les services pour les entrepreneurs sélectionnés incluront :

- La formation en agriculture biologique et en entrepreneuriat en ligne ;
- L'accompagnement et le service-conseil agronomiques et entrepreneuriaux ;
- Les services-conseils avec Entrepreneuriat Laval ;
- Des conférences offertes par La Centrale - Espace entrepreneurial ;
- Projet d'entreprise agricole en production végétale à l'été sur le site principal du Camp à L'Ange-Gardien.

Le Camp sera actif sur une surface de culture d'environ 2 ha pour les années 2023, 2024 et 2025. D'autres sites alternatifs sur le territoire de la Capitale-Nationale et de Lévis seront aussi développés.

> PROJETS MOBILISATEURS

- Déploiement régional des *Petits Ambassadeurs*
- Portrait des agrotransformateurs de la région pour l'accès au marché du détail

IDENTIFIANTS RÉGIONAUX

16 identifiants régionaux ont été développés dans le but de promouvoir les produits régionaux. Pour l'ensemble des régions, l'engagement des entreprises à leur identifiant régional est primordial. Cet engagement amène la mobilisation des entreprises qui participent financièrement au déploiement des projets.

Pour l'ensemble des régions, 1 608 entreprises adhèrent à un identifiant régional dans l'une ou l'autre des catégories suivantes :

**PRODUCTEURS ET
TRANSFORMATEURS**



**PARTENAIRES
ÉPICIERS**



**PARTENAIRES
RESTAURATEURS**





REGROUPEMENT
DES TABLES
DE CONCERTATION
BIOALIMENTAIRE
DU QUÉBEC

TABLES DE CONCERTATION BIOALIMENTAIRE DU QUÉBEC

BAS-SAINT-LAURENT

Table de concertation bioalimentaire du Bas-Saint-Laurent

CHAUDIÈRE-APPALACHES

Table agroalimentaire de la Chaudière-Appalaches

CÔTE-NORD

Table bioalimentaire Côte-Nord

ESTRIE

Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie

GASPÉSIE

Gaspésie Gourmande

ÎLES-DE-LA-MADELEINE

Le Bon goût frais des Îles de la Madeleine

LANAUDIÈRE

Conseil de développement bioalimentaire de Lanaudière

LAURENTIDES

Carrefour bioalimentaire Laurentides

MONTÉRÉGIE

Expansion PME

MONTRÉAL

Conseil des Industries Bioalimentaires
de l'Île de Montréal

OUTAOUAIS

Table agroalimentaire de l'Outaouais

SAGUENAY-LAC-SAINT-JEAN

Table agroalimentaire du Saguenay-Lac-Saint-Jean

Autres organismes régionaux de concertation et de promotion des aliments

BAS-SAINT-LAURENT

Saveurs du Bas-Saint-Laurent

CAPITALE-NATIONALE

Québec, région gourmande

CENTRE-DU-QUÉBEC

MRC de Nicolet-Yamaska

LAVAL

Table de développement agroalimentaire de Laval

MAURICIE

Plan de développement de l'agriculture
et de l'agroalimentaire de la Mauricie