

**TCBQ** 

Tables de concertation bioalimentaire du Québec

UN SECTEUR BIOALIMENTAIRE FORT  
POUR DÉVELOPPER LE QUÉBEC

# NANAMI QUÉBÉCOISES

## 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, relève 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<sup>e</sup> 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 25 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 est 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 : Tourisme Chaudière-Appalaches



Édition :  
**Table agroalimentaire de la Chaudière-Appalaches**

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

Révision : **Phyllis Leclerc**

Graphisme : **12H30.ca**

Dépôt légal 2022

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

## Mot de la présidente du Regroupement des Tables de concertation bioalimentaire du Québec (TCBQ)

Depuis plus de 25 ans, les Tables de concertation bioalimentaire du Québec (TCBQ) ont pour mission d'animer et de coordonner les efforts des différents acteurs du milieu afin d'assurer le développement du secteur bioalimentaire et de promouvoir l'achat local. La portée de leur champ d'action est importante, qu'il s'agisse de concertation agroalimentaire régionale, de planification stratégique régionale, de commercialisation et de promotion des produits régionaux, de tourisme gourmand, d'agrotourisme, d'événements de réseautage, de formations de la relève, en voici quelques exemples. Et même si certaines régions ne sont pas dotées de Table de concertation bioalimentaire à proprement parler, elles ont mis en place des mécanismes de concertation et effectuent la promotion de leurs produits régionaux, agissant comme des organismes partenaires.

En juin dernier, un nouveau Regroupement a été officiellement fondé, rassemblant les Tables et ses organismes partenaires. Fièrement portée et tant attendue, cette association permettra d'assurer une meilleure synergie entre les membres du Regroupement des TCBQ ainsi que le développement de projets communs, déployés aux quatre coins du Québec, en plus de se doter d'orientations et d'enjeux collectifs. En découle une vision partagée des présidences des organisations membres, ce qui facilitera grandement les relations avec les acteurs provinciaux du secteur. Avec la création du Regroupement des TCBQ, nous ouvrons grand les portes à de larges initiatives collectives, des initiatives de terrain, dans chacune de nos régions. Un canal d'action supplémentaire avec des retombées directes pour notre économie !

Le Regroupement des TCBQ tient à remercier le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ) pour le soutien financier apporté à la fondation du Regroupement, ainsi qu'aux campagnes du *Défi 100 % local* et des *Petits ambassadeurs*. Rappelons que ces projets sont financés dans le cadre de la mise en œuvre de la Politique bioalimentaire 2018-2025, *Alimenter le monde*. Le *Défi 100 % local* est un mouvement collectif déployé dans pas moins de 14 régions par le Regroupement des TCBQ. Il constitue en une initiative d'achat local qui a pour objectif d'outiller les consommateurs à découvrir et à soutenir les entreprises bioalimentaires locales en consommant plus d'aliments produits ou transformés dans leur région. Quant aux projets *Petits ambassadeurs*, il s'agit d'une accréditation destinée aux services de garde qui se distinguent par la mise en valeur éducative et l'intégration des produits typiques de leur région au menu.

Je vous invite maintenant à découvrir toutes les saveurs de nos régions en parcourant cette nouvelle édition de notre magazine *Dynamiques* !



### **Katell Burot**

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

Présidente de Carrément Tarte

# NOUVEAU 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**

**Saguenay-Lac-Saint-Jean / Zone boréale**

Jonathan Grenon

## **Conseil des industries bioalimentaires de l'Île de Montréal**

**À Montréal, on se régale!**

Katell Burot

## **Table agroalimentaire de l'Outaouais**

**Croquez l'Outaouais!**

Chantale Vaillancourt

## **Table bioalimentaire Côte-Nord**

**Le Goût de la Côte-Nord**

Sandra Blais

## **Gaspésie Gourmande**

**Gaspésie Gourmande**

Gilbert Berthelot

## **Le Bon goût frais des Îles de la Madeleine**

**Le Bon goût frais des Îles de la Madeleine**

Jean-Philippe Deraspe

## **Table agroalimentaire de la Chaudière-Appalaches**

**Arrêts Gourmands de la Chaudière-Appalaches**

Caroline Laterreur

## **Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie**

**Créateurs de saveurs Cantons-de-l'Est**

Yves Vaillancourt

## **Conseil de développement bioalimentaire de Lanaudière**

**Goûtez Lanaudière!**

Gyslain Loyer

## **Carrefour bioalimentaire Laurentides**

**Laurentides j'en mange**

Sabrina Chevrier

## **Membre partenaire Saveurs du Bas-Saint-Laurent**

**Saveurs du Bas-Saint-Laurent**

Nancy Bergeron

## **Observateur**

- M<sup>e</sup> Jean-Pierre Lévesque, Cain Lamarre

Légende :

**Nom de l'organisation**    **Identifiant régional**    Président ou représentant

## Manifeste

# POUR UN DÉVELOPPEMENT DU QUÉBEC PAR ET POUR LES RÉGIONS

Aux quatre coins du Québec, les entreprises de productions 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. Outillées 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

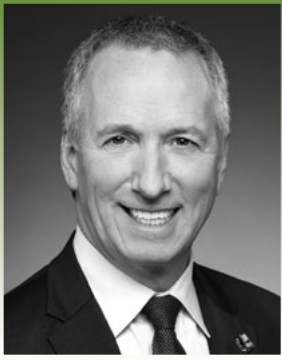
Le développement de l'industrie bioalimentaire passe par la concertation des acteurs économiques et des différents maillons de la chaîne alimentaire, et ce, dans chacune des régions. Cette concertation nécessite une compréhension mutuelle des différents enjeux locaux et l'établissement d'objectifs communs. 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.



## Mot du ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation

### Tirer du positif de l'adversité

Qui aurait pensé, l'an dernier à pareille date, que 2021 serait elle aussi marquée par la pandémie de COVID-19? Fort heureusement, notre résilience et notre capacité d'adaptation nous ont permis de continuer à avancer et de reprendre nos activités.

La crise sanitaire nous aura démontré l'importance d'une chaîne d'approvisionnement alimentaire solide. Pouvoir continuer à alimenter notre monde en temps de crise demeurera une préoccupation de premier plan pour le gouvernement du Québec. Je suis fier de voir la robustesse de notre secteur bioalimentaire en action, mais nous devons nous améliorer pour encore mieux répondre aux besoins des consommateurs, quelles que soient les circonstances.

Ce sont ces réflexions qui ont jeté les prémises de nos ambitieux objectifs d'accroissement de l'autonomie alimentaire du Québec, qui est rapidement devenu le fer de lance de mon gouvernement et qui constitue une partie prenante de la relance économique de notre nation. Des initiatives comme la promotion des aliments du Québec et l'accroissement de l'offre québécoise par l'appui à l'agriculture de proximité et à l'agrotourisme local soutiennent nos efforts pour atteindre nos objectifs.

L'établissement d'une vision commune entre les acteurs municipaux et ceux du secteur bioalimentaire est un moteur de changement. Le Ministère souhaite maintenir la mobilisation et la concertation des intervenants régionaux, notamment pour assurer la coordination des efforts de développement et des actions collectives. Le réseau des tables de concertation bioalimentaire du Québec est un acteur de premier plan pour atteindre cet objectif. C'est la synergie entre les tables de concertation bioalimentaire et les autres partenaires du milieu qui permet des actions concertées et qui contribue à l'accroissement de l'autonomie alimentaire du Québec.

Ensemble, faisons de nos entreprises bioalimentaires un incontournable, aux produits incomparables.

### André Lamontagne

Ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation



## Mot de la ministre des Affaires municipales et de l'Habitation

### Manger local, au cœur de nos priorités!

Au fil des années, l'achat et la consommation d'aliments locaux ont pris énormément d'essor dans toutes les régions du Québec. Cet engouement a notamment été généré grâce aux producteurs, aux transformateurs, aux distributeurs et aux restaurateurs d'ici, qui font preuve d'une grande créativité pour promouvoir et mettre en valeur notre terroir riche en diversité. Un terroir qui est au cœur de notre identité, de notre culture.

Depuis 26 ans, les Tables de concertation bioalimentaire du Québec participent activement aux efforts qui sont déployés afin de favoriser le développement du secteur bioalimentaire. Un secteur essentiel pour notre gouvernement.

D'ailleurs, nous appuyons concrètement le travail de partenariat et de collaboration des Tables des quatre coins de notre territoire ainsi que celui de tous les acteurs qui contribuent à garnir l'assiette des Québécoises et des Québécois de succulents aliments et de produits de qualité. Je suis fière du soutien offert, par le biais du Fonds régions et ruralité du ministère des Affaires municipales et de l'Habitation, pour la réalisation de projets porteurs et la mise en œuvre de différentes ententes sectorielles de développement.

En conclusion, je remercie chacune des Tables et tous les entrepreneurs et partenaires du secteur bioalimentaire, car ils participent pleinement à la vitalité de leur région, de leur milieu de vie. J'invite également toute la population à accroître la portion de leur consommation destinée à des aliments de chez nous. L'achat local constitue une solution bénéfique tant sur le plan socioéconomique, de la santé, que de l'environnement. Chaque geste compte. Collectivement, nous pouvons faire la différence pour favoriser l'autonomie alimentaire du Québec!

### Andrée Laforest

Ministre des Affaires municipales et de l'Habitation  
Ministre responsable de la région du Saguenay-Lac-Saint-Jean



## Mot du président de l'Union des producteurs agricoles

La pandémie de COVID-19 aura mis sous le feu des projecteurs l'engouement manifeste des citoyens envers les aliments locaux. Les agricultrices et les agriculteurs du Québec sont prêts à répondre à cet intérêt en participant à un grand projet de société permettant d'accroître l'autonomie alimentaire grâce à des territoires agricoles dynamiques.

Pour ce faire, ces agricultrices et agriculteurs de même que l'Union des producteurs agricoles (UPA), ses fédérations régionales et ses groupes affiliés peuvent compter sur les structures de concertation régionale pour construire des secteurs bioalimentaires territorialisés créateurs de richesse. Je profite donc de cette édition de *Dynamiques* pour saluer l'excellent travail de sensibilisation citoyenne réalisé par les Tables de concertation du bioalimentaire du Québec (TCBQ) sur l'importance du secteur agricole et bioalimentaire au développement régional.

Au cours de la dernière année, les TCBQ ont concrétisé la mise en place d'une structure de concertation provinciale qui permettra de regrouper toutes ces instances régionales. La prochaine année leur permettra de réfléchir à leur mission et de tracer les grandes orientations pour le futur. L'UPA suivra avec intérêt cette nouvelle concertation provinciale.

La participation d'un représentant des TCBQ à la Table pour le développement des marchés de proximité de l'UPA, depuis sa mise en place à l'été 2019, permet l'établissement de ponts dont le but est d'accroître la part des produits québécois dans l'assiette des consommateurs. La concertation entre l'UPA, ses fédérations régionales, ses groupes affiliés et le réseau des TCBQ est plus nécessaire que jamais pour le développement de la mise en marché de proximité dans ce contexte d'autonomie alimentaire.

### Martin Caron

Président général, Union des producteurs agricoles



## Mot du président de la Fédération québécoise des municipalités

La vitalité économique et l'occupation dynamique du territoire de plusieurs municipalités rurales sont directement liées à l'avenir des secteurs agricole et agroalimentaire. À titre de porte-parole des régions, la Fédération québécoise des municipalités (FQM) défend une occupation dynamique du territoire qui permettra le développement des communautés.

En ce sens, la FQM soutient le travail des Tables de concertation bioalimentaire du Québec (TCBQ), qui ont pour mission de contribuer au développement de leur région par la concertation des acteurs du secteur bioalimentaire.

La concertation entre les acteurs du milieu, valeur fondamentale des TCBQ, permettra de réfléchir à la meilleure façon de mettre en place de nouveaux modèles qui favoriseront l'émergence d'une relève dynamique à même d'assurer une occupation durable du territoire.

Dans un contexte où production locale et sécurité alimentaire du Québec sont intimement liées, la mise en valeur de nos richesses bioalimentaires devient plus que nécessaire.

Le secteur bioalimentaire a tous les atouts pour jouer un rôle majeur dans le développement de nos collectivités. Ainsi, les TCBQ trouveront en la FQM un partenaire motivé par la valorisation de l'achat local dans chacune de nos régions.

### Jacques Demers

Président de la FQM  
Maire de Sainte-Catherine-de-Hatley  
et préfet de la MRC de Memphrémagog

# UNE COLLABORATION INTERRÉGIONALE POUR LES TCBQ: LE DÉFI 100 % LOCAL



La 7<sup>e</sup> édition du *Défi 100 % local* s'est déroulée du 1<sup>er</sup> au 30 septembre 2021. En 2020, des changements importants touchant la structure même de l'événement et sa diffusion ont été apportés. Cette démarche de structuration a permis de mener une édition 2021 sous le signe de la cohérence et de la collaboration, tout en apportant des bonifications qui ont offert aux participants une encore plus grande flexibilité dans leur participation. Le processus d'inscription a donc été une fois de plus simplifié, en demandant aux participants de choisir parmi des objectifs regroupés dans trois catégories : cuisiner, s'approvisionner et produire sa nourriture. Ces thèmes ont également été repris dans les infolettres envoyées aux participants. Ce sont 5 986 personnes, réparties dans 18 régions, qui se sont lancées dans l'aventure : une hausse de 15 % par rapport à 2020, qui était elle-même une année record en matière de participation.

## LE DÉFI VU PAR LES PARTICIPANTS\*

- 61 % des participants jugent avoir atteint ou dépassé les objectifs qu'ils s'étaient donnés;
- 98 % des participants sont assez confiants ou très confiants de conserver certaines habitudes d'achat local à long terme;
- 70 % des participants ont découvert un (ou des) nouveau(x) lieu(x) d'approvisionnement ou méthode(s) d'approvisionnement;
- Ces lieux sont principalement des kiosques à la ferme, boutiques spécialisées (p. ex. : boulangerie), marchés publics et produits locaux à l'épicerie.

\* Résultats extraits d'un sondage envoyé aux participants.

Comme le *Défi* est porté par le Regroupement des Tables de concertation bioalimentaire du Québec (RTCBQ), des actions ont été également mises en place aux quatre coins de la province pour que les habitants de chaque région puissent vivre un *Défi* adapté aux spécificités alimentaires de leur région et représentant leur identité culinaire. Les organisations membres du RTCBQ ont donc organisé des activités, mené des campagnes de communication, proposé des animations et créé des outils destinés aux consommateurs. Par ces actions, ce sont plus de 1 200 000 personnes qui ont été touchées par le *Défi* et ses activités à travers la province; un autre nombre record. À cela s'ajoutent 853 entreprises bioalimentaires québécoises, qui ont notamment bénéficié d'une vitrine sur le site Web du *Défi 100 % local*, en plus de toutes celles qui ont été mises de l'avant grâce aux actions déployées dans les régions.

Le *Défi 100 % local* est avant tout une occasion de concertation pour toutes les organisations œuvrant à la promotion de l'alimentation de proximité au Québec. Le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ), l'Union des producteurs agricoles (UPA), Aliments du Québec, Aliments du Québec au menu, l'Association des marchés publics du Québec (AMPQ), le Réseau des fermiers-ères de famille et le réseau ICI COOP chapeauté par la Fédération des coopératives d'alimentation du Québec et des régions francophones du Canada (FCAQ) étaient les précieux partenaires de cette édition. La capacité du RTCBQ à rassembler les acteurs du secteur bioalimentaire crée une synergie régionale exceptionnelle pour le rayonnement des partenaires qui se sont ralliés au *Défi*. Les rencontres fréquentes permettent un relai d'informations efficace entre les 16 organisations qui composent le Regroupement. En alliant les réseaux et le public de chacune de ces organisations, on constate une portée exceptionnelle des messages véhiculés par le *Défi 100 % local*.



L'alliance entre le RTCBQ et Aliments du Québec au menu pour mener des actions concrètes dans les institutions du Québec s'est particulièrement démarquée cette année. La presque totalité des membres du Regroupement a mis sur pied des activités dans le cadre des journées « Les institutions mangent local! », organisées par Aliments du Québec au menu. En alliant le prétexte du mois du *Défi* à ces trois journées, les retombées ont été extraordinaires, traçant la voie d'un partenariat durable et qui apporte des bienfaits équitables, tant pour Aliments du Québec au menu, que pour le Regroupement.

Le *Défi* a permis au RTCBQ de se rassembler autour d'une vision, tout en respectant l'unicité et les réalités de chacune des régions. Pour assurer sa pérennité, il sera essentiel de consolider les partenariats déjà en place et de poursuivre les travaux pour que le *Défi* puisse avoir son propre plan d'action.



# DÉVELOPPEMENT D'UN PROJET INTERRÉGIONAL

par le Regroupement des Tables de concertation bioalimentaire du Québec



## Le déploiement provincial du concept des *Petits ambassadeurs*, bientôt dans vos régions!

Le déploiement provincial des *Petits ambassadeurs* poursuit à bon rythme sa route provinciale. Ce projet, rappelons-le, vise le développement du concept d'accréditation *Petits ambassadeurs* initialement développé au Saguenay-Lac-Saint-Jean, partout en province. Cette accréditation est destinée aux services de garde éducatifs qui se distinguent par la mise en valeur éducative et l'intégration des produits typiques de leur région au menu. Par le biais d'un contrat d'accréditation, les milieux respectent ainsi une cible d'approvisionnement alimentaire régional et québécois, établie pour 10 catégories d'aliments. Ils s'engagent également à offrir un minimum de deux activités éducatives reliées au monde agroalimentaire par année.

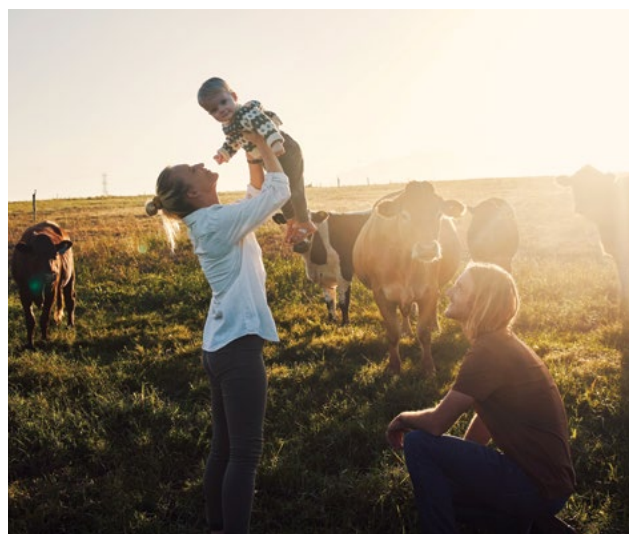
L'adaptation du concept est à ce jour travaillé dans 14 régions au Québec. Par l'embauche actuelle de 14 chargés de projet présents dans les régions et d'une coordination nationale au sein des Tables de concertation bioalimentaire et de ses organismes partenaires, cette accréditation verra bientôt le jour provincialement sous une forme adaptée à l'offre bioalimentaire de chacune de ces régions. Ce travail représente une occasion inégalée de mobilisation et d'ouverture du marché des services de garde éducatifs face aux produits bioalimentaires de leur région.

Le Bas-Saint-Laurent, la Gaspésie, le Saguenay-Lac-Saint-Jean, la Côte-Nord, Montréal, le Centre-du-Québec, la Chaudière-Appalaches, la Capitale-Nationale, la Mauricie, les Laurentides, Laval, Lanaudière, les Îles-de-la-Madeleine et la Montérégie annonceront dans les prochains mois le lancement de l'accréditation *Petits ambassadeurs* dans leur région et leurs tout premiers accrédités.

- 14 cohortes régionales de services de garde éducatifs intéressés à la démarche mises sur pied et animées;
- 140 services de garde éducatifs participants;
- Des centaines d'entreprises bioalimentaires intéressées à rencontrer et à s'adapter à ce nouveau marché;
- Plus de 25 activités de réseautage offertes à ce jour et autant planifiées en 2022.

Le développement stratégique du concept repose sur différentes étapes clés provenant d'un plan d'action provincial et de plans d'action régionaux, visant principalement la connaissance, la mise en réseau et l'arrimage entre l'offre des entreprises bioalimentaires des régions et la demande des services de garde éducatifs participants. Grâce à cette planification, à la concertation interrégionale exceptionnelle et à la participation inestimable de plusieurs partenaires provinciaux, le déploiement de cette accréditation verra le jour provincialement en juin 2022.

Pour en apprendre davantage sur la démarche ou pour manifester votre intérêt, nous vous invitons à prendre contact avec votre Table de concertation bioalimentaire : [tcbq.org](http://tcbq.org).



## DYNAMIQUES 8

Les TCBQ sont fières de présenter les initiatives qui ont vu le jour en 2021 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. Construire, dans chaque région, un secteur bioalimentaire prospère, créateur de richesses pour les entreprises et pour le Québec;
2. Sensibiliser les citoyens-consommateurs à l'impact du secteur bioalimentaire sur le développement des régions;
3. Assurer l'approvisionnement des différents marchés à partir des entreprises de productions régionales.

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
Construire, dans chaque région, un secteur bioalimentaire prospère, créateur de richesses pour les entreprises et le Québec	1.1 Planification stratégique	17
	1.2 Diversification des productions	2
	1.3 Recherche, éducation, formation et accompagnement	44
Sensibiliser les citoyens-consommateurs à l'impact du secteur bioalimentaire sur le développement des régions	2.1 Promotion des produits	38
	2.2 Valorisation du secteur bioalimentaire	25
	2.3 Engagement dans les enjeux de société régionaux	23
Assurer l'approvisionnement des différents marchés à partir des entreprises de productions régionales	3.1 Marché de détail	11
	3.2 Circuits courts de mise en marché	26
	3.3 Hôtellerie, restauration et marchés institutionnels	13
	3.4 Exportations	0

## Compilation des projets

Secteur bioalimentaire prospère,  
**CRÉATEUR DE RICHESSES**

Impact du bioalimentaire sur le  
**DÉVELOPPEMENT DES RÉGIONS**

**APPROVISIONNEMENT  
DES MARCHÉS**



# Les TCBCQ

Les pages qui suivent présentent les régions en ordre alphabétique et les actions des TCBCQ. Chacune d'elle dévoile son projet vedette : ses buts, ses résultats, ses prochaines étapes; en plus de décrire sommairement les dernières réalisations en lien avec des projets mobilisateurs. 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 8*, les actions entreprises par les autres organismes régionaux de concertation et de promotion des aliments.

Photo: Créateurs de saveurs Cantons-de-l'Est - Yan Kazynski



## Légende

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



## Nom du projet vedette

# L'incubateur d'entreprises agricoles du Bas-Saint-Laurent: un modèle à l'image de la région!

### > BUT DU PROJET

L'incubateur d'entreprises agricoles vise à mettre en place une structure d'accompagnement des projets de démarrage agricole, tant en production animale que végétale, pour permettre aux aspirants agriculteurs de tester leur projet et de développer des compétences techniques en gestion et en entrepreneuriat. En plus de proposer une approche misant sur la concertation des acteurs du milieu, ce projet a un effet structurant et est complémentaire aux initiatives déjà en place sur le territoire.

### > RÉSULTATS

Le modèle privilégié pour l'incubateur bas-laurentien est l'intrapreneuriat pour que l'approche soit adaptable aux forces et potentiels de chaque MRC de la région. La mise en place de ce projet a nécessité de nombreuses rencontres individuelles avec plus d'une trentaine de partenaires afin de :

- Connaître les dynamiques territoriales de chacune des MRC;
- Consolider l'adhésion des partenaires au projet et leur compréhension de celui-ci;
- Assurer une complémentarité entre les organismes, et leurs services, dans le projet;
- Développer des liens et faciliter la collaboration.

### > PROCHAINES ÉTAPES

- Finaliser l'offre de service qui se décline en deux volets :
  - Un volet immersion comprenant la location de terre, d'équipement et l'accompagnement de l'incubateur;
  - Un volet autonome où les agriculteurs incubés ont leur propre terre et équipement, mais bénéficient de l'offre de service de l'incubateur.
- Poursuivre la promotion de l'incubateur et de ses services auprès de la relève agricole et des partenaires du secteur bioalimentaire;
- Accueillir les premiers agriculteurs incubés dans la prochaine année.

### > PROJETS MOBILISATEURS

- Lancement et mise en œuvre du Plan régional de développement bioalimentaire (PRDB) (1.1)
- Atelier-visite pour les producteurs biologiques sous le thème de l'amélioration de la gestion de l'eau par une meilleure résilience des sols (1.3)
- Collaboration au Chantier sur le transport des aliments (1.3)
- Coordination du projet de relance économique en autonomie alimentaire (1.3)
- Développement d'une offre de formation en production biologique destinée aux conseillers agricoles régionaux (1.3)
- Déploiement du projet *Qualité de l'offre agrotouristique*
  - Cohorte d'accompagnement pour l'amélioration de l'accueil et de l'expérience client (1.3)
- Réalisation d'un portrait régional du tourisme gourmand dans le cadre du projet provincial porté par la Société du réseau Économusée et l'Association de l'Agrotourisme et du Tourisme Gourmand au Québec (1.3)
- Réalisation en cours d'un portrait-diagnostic des entreprises de transformation alimentaire au Bas-Saint-Laurent (1.3)
- Réalisation d'une étude de potentiel de marché des produits biologiques au Bas-Saint-Laurent (1.3)
- Collaboration au projet *FabRégion : vers une région autonome et connectée* (2.3)
- Déploiement du projet *Petits ambassadeurs* au Bas-Saint-Laurent (3.2)



# ARRÊTS Gourmands

DE LA  
CHAUDIÈRE-APPALACHES



## Nom du projet vedette

### Les Arrêts Gourmands de la Chaudière-Appalaches

#### > BUT DU PROJET

Projet à volonté régionale, les *Arrêts Gourmands* mettent en avant le savoir-faire gourmand de la région de la Chaudière-Appalaches. Bien que mouvementée à cause de la COVID-19, la saison 2021 a vu renaître le mouvement autour de 143 entreprises du milieu très diverses et volontaires dans leur initiative d'incarner la deuxième région agricole du Québec. Proche de Québec, 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, où le Ministre Lamontagne ainsi que 80 autres élus, entreprises et gens ont participé, la saison a battu son plein grâce à un mélange d'ingrédients bien dosés. Le programme a ainsi pu compter sur la mobilisation de six ambassadeurs, dont Samuel Larochelle, candidat de la Chaudière-Appalaches à l'émission *L'amour est dans le pré*, qui ont parcouru la région et visité plus de 60 entreprises en publiant des brèves sur les réseaux sociaux. En parallèle, une campagne et tournée médiatique a généré 33 sorties qui ont été largement visibles sur le territoire. Un partenariat avec L'UPA et Tourisme Chaudière-Appalaches a fait parler des *Arrêts Gourmands* au niveau régional et provincial. Enfin le tournage et la diffusion de six vidéos intitulées *Tables gourmandes* ont inspiré la population à rendre visite à nos entreprises d'exception.

#### > PROCHAINES ÉTAPES

Un déploiement en trois phases est prévu : initialement il s'agissait de structurer le réseau, ensuite de le relancer pour qu'il fasse bouler de neige en terme de notoriété et, enfin, d'asseoir et d'étendre cette notoriété aux régions avoisinantes en 2023. Nouveauté : le réseau s'est doté d'une stratégie d'hiver 2021-2022 intitulée *Prochain Arrêt* axée autour de partenariats avec des attraits de la région et l'envie insatiable de découvrir de la nouveauté. Pour la saison estivale, c'est dans la continuité de 2021 que s'inscrit le mouvement. Des nouveaux partenariats ainsi que des activités originales vont être intégrés dans la recette pour pimenter le tout.

#### > PROJETS MOBILISATEURS

- Étude dans le but d'améliorer la commercialisation des produits locaux (1.3)
- Relais du *Défi 100 % local* pour la Chaudière-Appalaches (2.1)
- Structuration et mobilisation autour du projet des *Arrêts Gourmands* (2.2)
- Mandataire financier du projet régional en sécurité alimentaire en collaboration avec la Table régionale sur les saines habitudes de vie (2.3)
- Optimisation du système de communication de la Table agroalimentaire (2.3)
- Déploiement du projet *Petits Ambassadeurs* (3.2)
- Collaboration avec les marchés publics de la région (3.2)
- Signature d'une nouvelle entente sectorielle bioalimentaire (1.1 et 2.3)
- Début de l'inventaire de tous les produits et producteurs de la région en circuits-courts (3.2 et 3.3)





## Nom du projet vedette

### Magazine *Le Goût de la Côte-Nord*

#### > BUT DU PROJET

Dans une région où l'histoire bioalimentaire date des premiers contacts avec les Innus, où le patrimoine culinaire résulte du métissage des cultures innue, française, anglo-saxonne et acadienne, où les initiatives sont dispersées sur 1 200 km de littoral, le magazine a pour but de faire redécouvrir la richesse et la diversité du terroir nord-côtier.

#### > RÉSULTATS

- Démystification du terroir régional;
- Appropriation du patrimoine culinaire par la population;
- Outils appréciés pour la promotion du tourisme gourmand;
- Outils également utilisés pour le recrutement de main-d'œuvre;
- Déconstruction de certains préjugés;
- Augmentation de la visibilité des produits régionaux en restaurant;
- Valorisation de la culture culinaire innue;
- Les consommateurs savent davantage où et quand s'approvisionner en produits régionaux.

#### > PROCHAINES ÉTAPES

- Identifier des ambassadeurs du terroir régional;
- Valoriser les traditions culinaires régionales dans un projet intergénérationnel;
- Élaborer un guide pratique de la consommation locale;
- Valoriser les activités de chasse et de pêche comme source d'approvisionnement.

#### > PROJETS MOBILISATEURS

- Boutique de vente en ligne (2.1)
- Boîte à l'effigie du *Goût de la Côte-Nord* (2.2)
- Capsules vidéo de démonstrations culinaires (2.1)
- Fiches produits (2.1)
- Participation au *Défi 100 % local* (2.1)
- Déploiement du projet *Petits ambassadeurs* (3.3)
- Marchés publics de la Côte-Nord (2.1)



Photo: Yan Kaczynski

## Nom du projet vedette

# Développement de l'agrotourisme dans les Cantons-de-l'Est

### > BUT DU PROJET

Le projet a débuté en automne 2021, ce dernier a pour objectif d'aider les entreprises des Cantons-de-l'Est qui souhaitent se développer dans le secteur de l'agrotourisme. Cette aide se concrétisera principalement par la réalisation de projets collectifs structurants pour l'ensemble du secteur agrotouristique. Ces projets sont pilotés par le Comité Agrotourisme des Cantons qui aligne ses actions en accord avec le plan d'action provincial en Tourisme Gourmand 2021-2023. Le projet a deux objectifs :

- Accompagner les entreprises dans la promotion et la commercialisation du secteur;
- Soutenir le développement du secteur.

### > RÉSULTATS

- Constitution et concertation d'un comité composé d'entrepreneurs et d'intervenants;
- Réalisation et diffusion d'un questionnaire diagnostic pour les entreprises agrotouristiques;
- Interprétation des besoins basés sur les données recueillies;
- Mise en place et pérennisation d'une cohorte de formation sur l'expérience client en agrotourisme;
- Organisation d'une journée-conférences sur le thème de l'agrotourisme.

### > PROCHAINES ÉTAPES

- Développement de circuits gourmands;
- Intensifier les communications.

### > PROJETS MOBILISATEURS

- Diffusion de l'exposition photo *Nourrir - La force tranquille de nos Cantons* par Yan Kaczynski, mettant en vedette 14 entrepreneurs dans leur travail quotidien (2.2)
- 6<sup>e</sup> saison du circuit *Brasseurs des Cantons* (27 microbrasseries) (3.2)
- 4<sup>e</sup> saison du circuit *les Têtes fromagères* (15 fromageries) (3.2)
- Campagne réseaux sociaux et relations publiques *Planche Apéro accords bières et fromages* (2.1)
- 7<sup>e</sup> saison du projet *Souvenirs de cueillette* (46 fermes en autocueillette) (3.2)
- Installation de neuf cadres égoportraits mis à disposition des entreprises en autocueillette (2.2)
- Réalisation de quatre capsules sur plusieurs cultures en autocueillette (2.1)
- Campagne télé et Web de mise en valeur du projet d'affichage de la photo des producteurs (43) chez les IGA de la région (16 magasins) (3.1)
- 11 kiosques de producteurs devant le magasin Coopérative Alentour de juin à septembre (2.1)
- Lancement de la saison des 27 marchés publics de la région en juin et publication du calendrier des marchés (3.2)
- Partenariat avec l'organisme GUÉPES Estrie sur des ateliers de vulgarisation bioalimentaire dans 10 marchés publics (1.3)
- Organisation de la tournée estrienne *Mangeons local plus que jamais* portée par l'UPA avec David Goudreault (2.2)
- Participation au *Défi 100 % local* (2.1)
- Création d'un guide d'accompagnement pour les participants du *Défi 100 % local* (2.2)





## Nom du projet vedette

### Les espaces Gaspésie Gourmande

#### > BUT DU PROJET

- Regrouper et mettre en évidence les produits des membres Gaspésie Gourmande chez les commerces de détail grande surface afin de rendre les produits de la région plus facilement visibles et disponibles pour la clientèle;
- Offrir un service de commande clés en main aux épiciers pour les aider à mettre un maximum de produits locaux sur leurs tablettes tout en minimisant les efforts que cela demande;
- Faire rayonner la campagne d'achat local *Je mange gaspésien, évidemment!* lancée au printemps 2021.

#### > RÉSULTATS

- Mise en commun de l'expertise de trois partenaires : Gaspésie Gourmande, Croquez la Gaspésie et Servab;
- Offre d'un service clés en main qui permet aux commerces de détail de passer leur commande de produits régionaux en un seul coup de fil;
- Augmentation du nombre de produits régionaux disponibles chez les commerces de détails et des ventes pour les entreprises de production et de transformation;
- Développement d'outils de promotion personnalisés et neuf espaces Gaspésie Gourmande mis en place.

#### > PROCHAINES ÉTAPES

De nouveaux espaces Gaspésie Gourmande verront le jour au cours des prochaines semaines. Inspirés par la réponse des plus positives de la clientèle et puisque ce projet ne concerne que les produits non périssables, une stratégie sera mise en œuvre pour augmenter le nombre et la variété de produits frais et congelés dans les épicerie. Aussi, une stratégie d'affichage, aux couleurs de la campagne d'achat local *Je mange gaspésien, évidemment!*, sera déployée dans les commerces au détail de plus petite taille.

#### > PROJETS MOBILISATEURS

- Bilan de la planification stratégique sectorielle 2017-2023 et identification des priorités pour les deux prochaines années (1.1)
- Collaboration à la mise en œuvre des Plan de développement de la zone agricole (PDZA), Plan de développement du territoire agricole (PDTA) et Plan d'agriculture urbaine (PAU) des MRC de la région (1.1)
- Tenue d'un événement visant à présenter aux intervenants socioéconomiques les résultats de la recherche-action *L'agriculture autrement? Pourquoi pas!* (1.3)
- Publication de la 16<sup>e</sup> édition du *Guide-Magazine Gaspésie Gourmande* (2.1)
- Lancement de la campagne d'achat local *Je mange gaspésien, évidemment!*: production de matériel promotionnel et outils de promotion sur les lieux de vente (2.1)
- Offre de boîtes-repas aux saveurs Gaspésie Gourmande en collaboration avec la Fondation communautaire Bas-Saint-Laurent-Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine à l'occasion de son souper-bénéfice (2.1)
- Consolidation des services de distribution offerts par la Gamme Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine et atteinte des objectifs de vente pour la 3<sup>e</sup> année d'opération. Réalisé en partenariat avec GIMXPORT et Le Bon goût frais des Îles-de-la-Madeleine (3.1)
- Création d'une liste de 250 produits provenant de près de 30 entreprises pour le marché de la restauration de la Gaspésie (3.3)
- Plus de 40 rencontres personnalisées avec des restaurateurs de la région pour les inciter à acheter davantage les produits Gaspésie Gourmande (3.3)





## Nom du projet vedette

### Terrafoin

#### > BUT DU PROJET

Terrafoin vise à faire reconnaître le rôle socioéconomique de l'agriculture et à rassembler la collectivité autour de la protection des terres agricoles. Le projet souhaite offrir aux producteurs un accès plus sécuritaire à une terre de qualité, créer un contexte favorisant l'investissement dans le sol afin d'augmenter les rendements en foin et favoriser une plus grande considération des enjeux agricoles dans les orientations de développement territorial.

#### > RÉSULTATS

Les actions mises en place dans le cadre du projet sont :

- Des actions de sensibilisation pour faire de la protection des terres agricoles *L'affaire de tout le monde*;
- La mise en place d'un essai exploratoire visant à augmenter les rendements en foin;
- La tenue d'un rendez-vous thématique sur l'enjeu de la sécurité des terres agricoles ouvert aux citoyens;
- La création d'outils mis à la disposition des producteurs agricoles pour faciliter la bonne entente avec les propriétaires fonciers.

#### > PROCHAINES ÉTAPES

- L'organisation d'une journée de codéveloppement sur les outils réglementaires et les moyens innovants de protéger le foncier agricole des îles;
- La mise à jour de la cartographie des terres agricoles utilisées dans le cadre de la révision du schéma d'aménagement de la MRC;
- Le lancement d'une vidéo de sensibilisation à la protection des terres agricoles au bénéfice de la production alimentaire;
- Le dépôt d'une suite au projet pour poursuivre le travail entamé.

#### > PROJETS MOBILISATEURS

- Élaboration et mise en œuvre d'une entente sectorielle de Mesures d'aide pour le développement du secteur agricole et agroalimentaire (MDSA) (1.1)
- Développement et lancement d'un parcours de formation et d'accompagnement en commercialisation (1.3)
- Lancement d'un parcours de formation et d'accompagnement en numérique en collaboration avec le secteur culturel (1.3)
- Coordination et diffusion d'un cahier publicitaire hebdomadaire dans le journal local en collaboration avec Sobey's et les marchés d'alimentation des Îles (2.1)
- Engagement à développer le service de distribution La Gamme en collaboration avec Gaspésie Gourmande (3.1)
- Campagne promotionnelle en collaboration avec l'association culturelle des Îles pour le rayonnement des circuits des saveurs et des arts (2.2 et 3.2)
- Tournée d'affichage et renouvellement de la campagne *Savourez les Îles* dans les marchés d'alimentation (3.1)
- Coordination et diffusion d'une campagne promotionnelle *On s'call un lunch* mettant en valeur les produits de la mer dans les casse-croûte des îles (3.3)
- Mise en œuvre des ateliers de nutrition *Les Petits cuistots* et développement de nouvelles clientèles (CPE et école anglophone) (1.3 et 2.2)
- Poursuite des travaux de recherche et mise en œuvre du projet *Rencontrer l'identité culinaire madelinienne* (1.3 et 2.2)
- Coordination du *Marché du village* (3.2)
- Coordination et réalisation de la 7<sup>e</sup> édition du *Défi 100 % local* (2.2)
- Déploiement du projet *Petits ambassadeurs* aux Îles (3.2)



## Nom du projet vedette

# Goûtez Lanaudière!

### > BUT DU PROJET

Avec sa marque *Goûtez Lanaudière!*, le Conseil de développement bioalimentaire de Lanaudière (CDBL) orchestre différentes campagnes marketing, tant pour les producteurs, les transformateurs que pour les détaillants et collabore à des campagnes marketing pour les circuits touristiques gourmands et le domaine de l'hôtellerie, de la restauration et des institutions afin de faire connaître et promouvoir les produits de la région.

### > RÉSULTATS

- Identification des produits alimentaires locaux chez les détaillants et dans les boutiques spécialisées afin que les consommateurs puissent facilement les repérer;
- Déploiement d'une stratégie de contenu afin de mettre l'entreprise et l'entrepreneur au cœur des actions de promotion. Visibilité sur les médias numériques, campagne d'influenceurs et vidéos de portraits d'entrepreneurs *Portraits de gens d'ici*;
- Réalisation d'émissions télévisées *À la bonne franquette* diffusées sur la page Facebook de Goûtez Lanaudière! Pour visualiser les émissions et les portraits [https://www.youtube.com/channel/UC8Z2TU\\_f-55VBNAYd\\_epEDQ](https://www.youtube.com/channel/UC8Z2TU_f-55VBNAYd_epEDQ);
- Collaboration et actions de promotion conjointes des entreprises avec Aliments du Québec, Tourisme Lanaudière, Mangeons local plus que jamais (Fédération UPA de Lanaudière), le MAPAQ, l'Association des marchés publics du Québec et plusieurs organisations régionales.

### > PROCHAINES ÉTAPES

- Renouvellement des participants pour 2022-2023, production du répertoire des produits et détaillants ainsi que de la carte des circuits touristiques gourmands;
- Nouveau plan marketing 2022;
- Renouvellement et développement de bannières et matériel d'identification chez les détaillants et entreprises;
- Accompagnement des entreprises dans leur mise en marché et maillage d'entreprises.

### > PROJETS MOBILISATEURS

- Coordination de la planification stratégique régionale du secteur bioalimentaire 2021-2026, chantiers et réalisation d'un plan d'action de la première année. (1.1)
- Comité produits forestiers non ligneux (PFNL) Lanaudière (1.1)
- Comité régional des marchés publics (3.2)
- Collaboration pour la promotion des microbrasseries de Lanaudière (2.1)
- Guide de l'achat à la ferme dans Lanaudière (2.1)
- Démarche d'achat local : secteur bioalimentaire de Lanaudière (marché corporatifs) (2.1)
- Coordination du *Défi 100 % local*, région Lanaudière (2.1)
- *Quand je vais au marché...* campagne de promotion des marchés publics de Lanaudière (2.1 et 3.2)
- Collaboration en tant que chargé de projet pour Synergie Lanaudière, démarche territoriale d'économie circulaire (1.3)
- Réalisation d'un portrait du système alimentaire durable lanauois (1.1)
- Services-conseils en mise en marché et en innovation produits et procédés (1.3)
- Formation hygiène et salubrité alimentaires pour les gestionnaires d'établissement (1.3)
- Cohorte optimisation et écoresponsabilité des emballages (1.3)
- Déploiement des *Petits ambassadeurs* (3.3)



## Nom du projet vedette

# Vers plus de communautés nourricières dans les Laurentides

### > BUT DU PROJET

Devant l'intérêt grandissant des collectivités envers les systèmes alimentaires de proximité, particulièrement depuis la création du *Fonds d'Appui au développement de communautés nourricières* du MAPAQ, le Carrefour bioalimentaire Laurentides (CBL) a souhaité offrir son expertise aux municipalités locales et régionales afin de les accompagner dans leurs démarches. Par cette nouvelle offre de services, le CBL souhaite multiplier les communautés nourricières dans les Laurentides.

### > RÉSULTATS

Notre nouvelle offre de service a été lancée à l'été 2021 avec la diffusion de deux webinaires destinés aux élus et aux gestionnaires municipaux des Laurentides. Le premier avait pour but de définir ce qu'est une communauté nourricière et pourquoi ce concept est une tendance forte auprès des municipalités québécoises. Dans le cadre du deuxième webinaire, les histoires des deux premières communautés nourricières des Laurentides ont été mises en lumière, notamment leurs bons coups et leurs défis.

### > PROCHAINES ÉTAPES

Le CBL souhaite poursuivre le déploiement de sa nouvelle offre de services grâce à d'autres activités de transfert de connaissances. De plus, le CBL continuera d'appuyer les différentes démarches des collectivités contribuant à transformer nos systèmes alimentaires pour les rendre plus durables. Au terme de l'année 2021-2022, nous visons accompagner trois municipalités locales ou régionales des Laurentides.

### > PROJETS MOBILISATEURS

- Initiation et (ou) participation de l'équipe du CBL à 228 rencontres avec des entreprises et partenaires (2.3)
- Création d'un nouveau site Web pour le CBL - [carrefourbioalimentaire.org](http://carrefourbioalimentaire.org) (1.3 et 2.2)
- Actualisation de l'image de marque *Laurentides j'en mange* (2.1)
- Nouvelle offre de services-conseils et accompagnement en transfert d'entreprise bioalimentaire (1.3)
- Entente de partenariat 2021-2023 avec Aliments du Québec (2.1)
- Démarrage du projet *ÉPATTE: Écosystème, Produire, Abattre, Transporter, Transformer, Employer* en collaboration avec la région de l'Outaouais (1.3, 2.3 et 3.2)
- Dans le cadre des services de l'ARTERRE régional : 77 projets d'aspirants inscrits / (20 projets qualifiés), sept négociations en cours, deux jumelages plus un établissement hors de l'ARTERRE (1.3 et 2.2)
- Coordination et accompagnement de la mise en œuvre du Plan de logistique et transport durable - volet sécurité alimentaire par le biais de cinq projets structurants (1.1, 1.3 et 2.3)
- Collaboration à différents projets touchant la récupération des surplus et invendus bioalimentaires (2.2 et 2.3)



## Nom du projet vedette

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

#### > BUT DU PROJET

- Permettre aux acheteurs des institutions (éducation, santé et petite enfance) et aux acheteurs du détail de rencontrer des entreprises bioalimentaires;
- Permettre aux entreprises d'accéder à ces différents marchés et diversifier leurs canaux de distribution;
- Faire la promotion des entreprises par la conception d'un livret promotionnel;
- À ces rencontres d'acheteurs, nous avons mis en place une programmation d'une douzaine d'événements (conférences, panels, ateliers, etc.) pour mobiliser les entreprises et les acteurs de l'industrie.

#### > RÉSULTATS

- Plus de 200 rencontres se sont déroulées lors de cet événement;
- 30 institutions et sept entreprises du détail ont pris part à ces rencontres;
- Plus de 75 entreprises ont eu des rendez-vous pour présenter leurs produits;
- Près de 1 000 personnes se sont inscrites à nos conférences, panels et ateliers.

#### > PROCHAINES ÉTAPES

Ce projet a remporté un grand succès. Cette édition fut virtuelle, des institutions d'un peu partout au Québec ont participé à cet événement de même que les entreprises. Pour 2022, l'événement reviendra de nouveau et davantage d'acheteurs seront invités. Une programmation audacieuse de conférences sera au rendez-vous.

#### > PROJETS MOBILISATEURS

- Création d'un Club de femmes en agroalimentaire (CLUB FEA) (2.3)
- Présentation d'une vingtaine de conférences et de webinaires (1.3)
- Diffusion d'un Parcours croissance - commercialisation agroalimentaire pour entreprises en croissance et expertes (1.3)
- Organisation de formations pour les dirigeants des entreprises de transformation alimentaire dans le cadre du programme Programme actions concertées pour le maintien en emploi (PACME) (1.3)
- Présentation d'une formation - Gestion et mise en marché au détail - TransformA du Centre de référence en agriculture et agroalimentaire du Québec (CRAAQ) (1.3)
- Participation au *Défi 100 % local* (2.1)
- Mise en place d'un Programme d'accompagnement des entreprises bioalimentaires de Montréal - Résilience du modèle d'affaires (1.3)

# Croquez l'Outaouais!



Photo: Camille Labonté

## Nom du projet vedette

### Les boîtes découvertes

#### > BUT DU PROJET

La pandémie ayant mis en exergue l'importance de l'achat local, de la promotion des entreprises bioalimentaires et des ventes en ligne, la Table agroalimentaire de l'Outaouais a mis en place des boîtes découvertes en partenariat avec Tourisme Outaouais et le Marché de l'Outaouais afin de regrouper et de valoriser les produits de différentes entreprises de la région. Lancées dans le cadre du *Défi 100 % local*, des éditions du temps des Fêtes et du temps des sucres ont été également produites à la suite du succès de la première édition.

#### > RÉSULTATS

523 boîtes vendues au total du 1<sup>er</sup> avril 2020 au 31 mars 2021.

- En fonction des éditions, ce sont les produits de neuf à 14 entreprises de la région qui ont ainsi été mis en valeur et vendus;
- Mise en place d'un partenariat dynamique et constructif avec deux partenaires stratégiques régionaux afin de valoriser les produits et le savoir-faire des entreprises de la région;
- Belle visibilité aux entreprises participantes, mais de façon générale de la campagne *Croquez l'Outaouais!* par une animation active des médias sociaux.

#### > PROCHAINES ÉTAPES

- Reproduire ces trois campagnes et voir s'il n'y a pas lieu d'en ajouter;
- Continuer de mettre en place des façons innovantes de rendre les produits locaux accessibles au plus grand nombre de consommateurs et de valoriser la qualité des produits d'ici.

## > PROJETS MOBILISATEURS

### Dernières réalisations

- Entente sectorielle de développement du secteur bioalimentaire de l'Outaouais 2020-2023 (1.1)
- Diagnostic de l'économie et de la fiscalité, de la gouvernance, de la réglementation et des services en agriculture et en agroalimentaire à la municipalité de La Pêche (1.1)
- Gestion du Centre de recherche et de développement technologique agricole de l'Outaouais et du Réseau Agriconseils Outaouais (1.3)
- *Rendez-vous agroalimentaires de l'Outaouais* (1.3)
- Programme *L'ARTERRE* pour Gatineau (1.3)
- Campagne *Croquez l'Outaouais!* (2.1)
- Participation au *Défi 100 % local* (2.1)
- Développement et vente de boîtes découvertes (2.1)
- Coordination et animation du comité régional en agrotourisme et tourisme gourmand (2.2)
- Parcours *Outaouais Gourmet* (2.2)
- Conseiller régional en commercialisation (3.1)
- *Marché de Noël LPG, 100 % Croquez l'Outaouais* (3.1)
- Plan d'action 2020-2022 des marchés publics (3.2)



## Nom du projet vedette

### Planification stratégique 2022-2027

#### > BUT DU PROJET

La Table agroalimentaire du Saguenay-Lac-Saint-Jean a mené une période de renouvellement stratégique de février à juin 2021. Cela signifie que l'organisation, gestionnaire de la Zone boréale, a travaillé à définir les enjeux qui guideront les actions de son plan stratégique pour les six prochaines années et à attacher le financement nécessaire à sa réalisation. Le succès des actions des Tables 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.

#### > RÉSULTATS

La Table agroalimentaire a voulu établir un portrait réaliste des enjeux actuels et des attentes de l'industrie agroalimentaire. Elle a donc mené des consultations virtuelles et des sondages auprès des entreprises de production et de transformation alimentaires et de ses partenaires pour l'aiguiller dans la définition de ses enjeux. Parallèlement, la Table agroalimentaire en a profité pour faire peau neuve avec l'élaboration d'un nouvel univers graphique, l'image de marque a donc été renouvelée. Cela s'inscrit dans des étapes de consolidation des assises de l'organisation afin de pérenniser le travail effectué au cours des 10 dernières années.

#### > PROCHAINES ÉTAPES

Le déploiement du plan stratégique se déclinera en plan d'actions annuels. Le plan stratégique 2022-2027 compte trois enjeux :

- La concertation, le réseautage et la mobilisation des acteurs du secteur agricole et agroalimentaire et du développement régional;
- La commercialisation efficace des produits agroalimentaires;
- La promotion et la différenciation des produits agroalimentaires.

#### > PROJETS MOBILISATEURS

- Tenue du Gala des *Grands prix agroalimentaires 2021* (2.2)
- Projet d'appropriation de la marque Zone boréale par les entreprises de production et de transformation (1.3)
- Coordination du projet de *Commercialisation hors région* en collaboration avec Agroboreal (3.1)
- Campagne de promotion groupée dans l'édition de Noël du magazine 5-15 (2.1)
- Tournée d'affichage et de renouvellement et distribution du catalogue de produits aux marchands de la Zone boréale (3.1)
- Partenariat pour l'intégration de produit dans les membres du Réseau régional en alimentation communautaire (RRAC) (2.3)
- Tournée renouvellement des restaurants accrédités Ambassadeurs de saveurs et instauration du nouvel outil de calcul de l'approvisionnement local (3.3)
- Instauration du projet pilote des *Fermiers de garderie* dans les milieux de garde accrédités *Petits ambassadeurs* (3.2)
- Tournée annuelle des fermes agrotouristiques et distribution de la carte papier (3.2)
- Mise en place du Comité régional de tourisme gourmand, embauche d'une ressource et élaboration d'un plan d'action découlant du Plan provincial (1.1)
- Réalisation et livraison : *Marchés publics, marchés fermiers et événements gourmands, enquête territoriale sur les besoins et la vision des acteurs* (1.3)
- Développement d'une application pour la *Route des bières du Saguenay-Lac-Saint-Jean* (3.2)

## 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 Laval
- 3 Mauricie
- 4 Montérégie





## Nom du projet vedette

### Une Vague de produits à découvrir

#### > BUT DU PROJET

Le projet vise la création d'opportunités d'affaires pour les entreprises productrices et transformatrices de la région par la valorisation et le développement de l'offre des produits bas-laurentiens sur les marchés de détail et de la restauration. Le rôle des Saveurs du Bas-Saint-Laurent est de soutenir la commercialisation des produits régionaux sur tout le circuit: du producteur au détaillant au consommateur, et ce, par diverses activités d'accompagnement, de représentation et de promotion.

#### > RÉSULTATS

Une campagne d'identification visuelle des produits régionaux a été menée chez plus de 70 détaillants. Ces détaillants participants ont été promus par le biais des réseaux sociaux dans une courte vidéo et un concours suscitant l'achat de produits d'ici a été publicisé. Les détaillants et restaurateurs qui ont manifesté des besoins spécifiques en produits ont été accompagnés et des entreprises correspondantes leur ont été présentées. Afin de faciliter la prise de connaissance de l'offre régionale, un répertoire d'entreprises et des catalogues de produits ont été créés et promus auprès des détaillants et restaurateurs.

#### > PROCHAINES ÉTAPES

Le répertoire des entreprises et les catalogues produits sont des outils qui nécessitent d'être développés et diffusés afin de nourrir constamment l'intérêt et stimuler les ventes. Des activités de « rencontres » entre les entreprises, leurs produits et les consommateurs finaux doivent être menées pour sensibiliser et favoriser l'achat régional. Les producteurs doivent être accompagnés en continu dans la mise en marché de leurs produits, mais aussi en amont, dans la formulation de ceux-ci afin de répondre aux besoins des marchés visés. Dans ce but, des activités d'échanges entre producteurs, détaillants et restaurateurs est prévue en début d'année 2022.

#### > PROJETS MOBILISATEURS

- Collaboration au Chantier sur le transport des aliments (1,3)
- Carte-cadeau utilisable chez 55 entreprises participantes (2.1, 2.2, 2.3 et 3.1)
- Salon bioalimentaire, *Marché des Saveurs du Bas-Saint-Laurent* (2.1, 2.2, 2.3 et 3.2)
- Parcours gourmand : *Saveurs et Gourmandises* présentant 147 entreprises bioalimentaires (2.1, 2.2 et 3.2)
- Accompagnement du marché Institutionnel (substitution d'intrant par des produits d'ici) (3.2, 3.3 et 3.1)
- 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)
- Infolettre *Furteur Complice* (1.3, 2.2 et 3.3)
- Participation au *Défi 100 % local* (2.1)
- Participation au défi : *Les institutions mangent local* (2.2 et 3.3)
- Promotion des initiatives inspirantes sur le territoire (vidéo de présentation) (1.2, 2.2, 2.3 et 3.2)
- Démarche écoresponsable de panier de produits régionaux (mycoproduits) (1.3 et 2.2)
- Accompagnement des entreprises dans le cadre du programme d'achat local des épiceries Metro (3.1)



**Nicole Lavoie**

418 724-9068

nicolelavoie@saveursbsl.com

SAVEURSBSL.COM

## Nom du projet vedette

### Vidéos promotionnelles sur l'activité agricole des grandes familles lavalloises

#### > BUT DU PROJET

- Promouvoir l'activité agricole lavalloise;
- Valoriser l'expertise, le savoir-faire et l'héritage de plus de quatre générations des grandes familles agricoles;
- 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

- Diffusion de cinq vidéos promotionnelles sur les sites Web et les médias sociaux de la Ville de Laval et de Saveurs de Laval;
- Les capsules ont permis à 120 exploitations agricoles et 45 kiosques à la ferme de bénéficier d'une visibilité auprès des citoyens lavallois;
- Les citoyens lavallois reconnaissent l'importance de l'agriculture lavalloise dans l'économie de leur région;
- Les grandes familles agricoles sont reconnues par la population lavalloise.

#### > PROCHAINES ÉTAPES

- Réaliser une deuxième série de vidéos promotionnelles sur les grandes familles agricoles lavalloises;
- Poursuivre la diffusion et la promotion des vidéos sur le territoire lavallois et dans la grande région métropolitaine
- Élargir le projet et inclure une nouvelle cohorte pour la réalisation de vidéos promotionnelles du secteur de la transformation agroalimentaire de Laval.

#### > PROJETS MOBILISATEURS

- Renouvellement de l'entente sectorielle agroalimentaire de Laval 2020-2025 (1.1)
- Acquisition de 28 hectares pour la relocalisation du Parc en innovation agricole de Laval (1.1)
- Élaboration d'un Plan directeur pour le développement du Parc en innovation agricole de Laval (1.1)
- Réalisation d'une étude sur la faisabilité et la rentabilité de modèles de production en serre visant l'autosuffisance alimentaire (1.3)
- Promotion de l'achat local et de l'autonomie alimentaire dans divers médias traditionnels et numériques (journaux multiculturels, Google, Facebook, Twitter, Instagram, site Web Saveurs de Laval (2.1)
- Financement de deux initiatives de distribution en circuits courts (2.1)
- Participation au *Défi 100 % local* (recettes, articles promotionnels, outils) (2.1)
- Poursuite du service de maillage l'ARTERRE à Laval (2.3)
- Création du comité Agriculture urbaine au sein de la Table de développement agroalimentaire de Laval (TDAL) (2.3)
- Réalisation du projet *Mon sac durable Saveurs de Laval* et distribué en 56 000 exemplaires (2.3)
- Actions de communication pour le réseau de commercialisation en circuits courts (3.2)
- Déploiement du projet *Petits ambassadeurs* de Laval (3.3)

### Nom du projet vedette

#### Démarche de planification stratégique 2021-2024 pour les secteurs de l'agriculture et de l'agroalimentaire de la Mauricie

##### > BUT DU PROJET

La signature d'une nouvelle entente sectorielle 2021-2024, en mars 2021, a amené les partenaires du Plan de développement de l'agriculture et de l'agroalimentaire de la Mauricie (PDAAM) à faire un état de la situation actuelle du milieu et à construire une planification stratégique pour les trois années à venir. Cette démarche a permis d'aller sonder le terrain, de se doter d'orientations claires afin de favoriser l'essor des secteurs agricole et agroalimentaire. À travers la mobilisation des différents acteurs, le PDAAM souhaite harmoniser les interventions et encourager la complémentarité territoriale en vue de soutenir des actions cohérentes et structurantes pour la Mauricie.

##### > RÉSULTATS

Les consultations et activités de concertation réalisées dans le cadre de la démarche de planification stratégique, qui a rejoint plus d'une centaine de personnes du secteur bioalimentaire ont permis :

- Une meilleure compréhension des enjeux et défis qui se posent pour l'ensemble des organisations et entreprises;
- De déterminer les différents rôles des acteurs concernés;
- D'établir une raison d'être qui est : animer le milieu, soutenir et influencer l'émergence et le développement d'initiatives et de projets collectifs pour le meilleur de l'agriculture et de l'agroalimentaire;
- De définir les valeurs du PDAAM;
- De rédiger une planification stratégique actualisée pour 2021-2024.

##### > PROCHAINES ÉTAPES

- Définir et réaliser les actions identifiées dans le plan stratégique et suivre le développement des démarches portées par les autres acteurs;
- S'assurer d'une meilleure communication interne avec les différents partenaires;
- Mettre en œuvre une campagne de promotion pour faire connaître le PDAAM auprès des producteurs, des transformateurs et autres acteurs du milieu;
- Poursuivre le travail de mobilisation, de collaboration et de concertation.

##### > PROJETS MOBILISATEURS

- Signature d'une nouvelle entente sectorielle sur le développement de l'agriculture et de l'agroalimentaire en Mauricie 2021-2024 (2.3)
- Relance du *Miam Mauricie* par le biais d'une campagne de promotion de l'identifiant régional (2.1)
- Participation au *Défi 100 % local* (2.1)
- Déploiement du projet *Petits ambassadeurs* Mauricie dans les services de garde de la région (3.2)
- Embauche d'une agente de commercialisation agroalimentaire régionale (3.2 et 3.3)
- Soutien au déploiement de L'ARTERRE régional et d'AVENIR entreprises agricole Mauricie (1.3 et 2.2)
- Collaboration à différents projets touchant la santé psychologique des travailleurs agricoles (1.3)
- Mise en place du Comité régional de tourisme gourmand et élaboration d'un plan d'action découlant du Plan provincial et du portrait sur l'agrotourisme et le tourisme gourmand réalisé en 2019 (1.1)
- Soutien aux sept marchés publics de la région (3.2)
- Soutien aux trois plaques tournantes agroalimentaires de la région : les Terres du possible à Sainte-Anne-de-la-Pérade, l'Agroa Desjardins à Louiseville et l'Ouvrage à Trois-Rivières (2.3)
- Participation à la réalisation d'un portrait du système alimentaire durable (1.1 et 2.3)



## Nom du projet vedette

# Étude d'impact de la campagne de promotion régionale

### > BUT DU PROJET

Après quelques années d'existence, les partenaires de l'identifiant régional et l'organisme qui chapeaute la campagne de promotion, *La Montérégie, le Garde-Manger du Québec*, se sont interrogés sur les retombées (ou les impacts) de ses activités sur les différentes parties prenantes composant son écosystème. Le but de cette démarche était donc de chercher à identifier, à comprendre et à mesurer les retombées des différentes actions de la campagne de promotion.

### > RÉSULTATS

La tenue de groupes de discussion et l'envoi de sondage ont permis de dégager plusieurs constats, amener des pistes d'améliorations ainsi que des recommandations, et ce, pour chaque type de parties prenantes de la région. Parmi les divers enseignements de cette démarche, on retrouve :

- Aligner les parties prenantes derrière un objectif commun;
- Maintenir et faire croître l'engagement des membres complices dans la campagne afin de favoriser la croissance.

### > PROCHAINES ÉTAPES

Proposer une deuxième phase de recherche en collaboration avec les différentes parties prenante de la région. Les objectifs poursuivis seront développés en concertation avec les partenaires et permettront principalement de proposer des modèles d'action en promotion et en concertation pour le secteur bioalimentaire en Montérégie.

### > PROJETS MOBILISATEURS

- Organisation d'un webinaire sur le *Programme de financement du Fonds Écoleader* (1.3)
- Projet d'étude d'impact : sondages et groupes de discussion avec les intervenants et le grand public (projet vedette) (1.3)
- Coordination de la campagne régionale *La Montérégie, le Garde-Manger du Québec* (2.1)
- Participation au *Défi 100 % local* (2.1)
- Renouvellement de l'adhésion des anciens membres et recrutement de nouveaux membres complices (2.1)
- Carte d'achat local en collaboration avec de nombreux intervenants du territoire (2.2)
- Campagne de sensibilisation sur la cohabitation harmonieuse de la zone agricole en Montérégie (2.3)
- Soutien aux entreprises en lien avec la pandémie COVID-19 (outils, visuels, groupe Facebook, publications en soutien et valorisation d'initiatives, etc.) (2.3)
- Participation au développement de la prochaine entente sectorielle de développement du secteur bioalimentaire en Montérégie 2022-2025 (2.3)
- Boîtes *Virées gourmandes de la Montérégie - à la maison* (3.2)
- Déploiement du projet *Petits ambassadeurs* en Montérégie (3.3)

## IDENTIFIANTS RÉGIONAUX

Treize 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, 1 639 entreprises adhèrent à un identifiant régional dans l'une ou l'autre des catégories suivantes**

**PRODUCTEURS ET  
TRANSFORMATEURS**



**PARTENAIRES  
ÉPICIERS**



**PARTENAIRES  
RESTAURATEURS**







175148

BWS 11



Tables de concertation bioalimentaire du Québec

# TABLES DE CONCERTATION BIOALIMENTAIRE DU QUÉBEC

## **BAS-SAINT-LAURENT**

Table de concertation bioalimentaire du Bas-Saint-Laurent

## **CANTONS-DE-L'EST**

Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie

## **CHAUDIÈRE-APPALACHES**

Table agroalimentaire de la Chaudière-Appalaches

## **CÔTE-NORD**

Table bioalimentaire Côte-Nord

## **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

## **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

## **LAVAL**

Table de développement agroalimentaire de Laval

## **MAURICIE**

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

## **MONTÉRÉGIE**

Expansion PME