

**UN SECTEUR BIOALIMENTAIRE FORT
POUR DÉVELOPPER LE QUÉBEC**

EDY NAMI QUES

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. 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^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 22 du présent numéro.

DYNAMIQUES, UN OUTIL DE PROMOTION

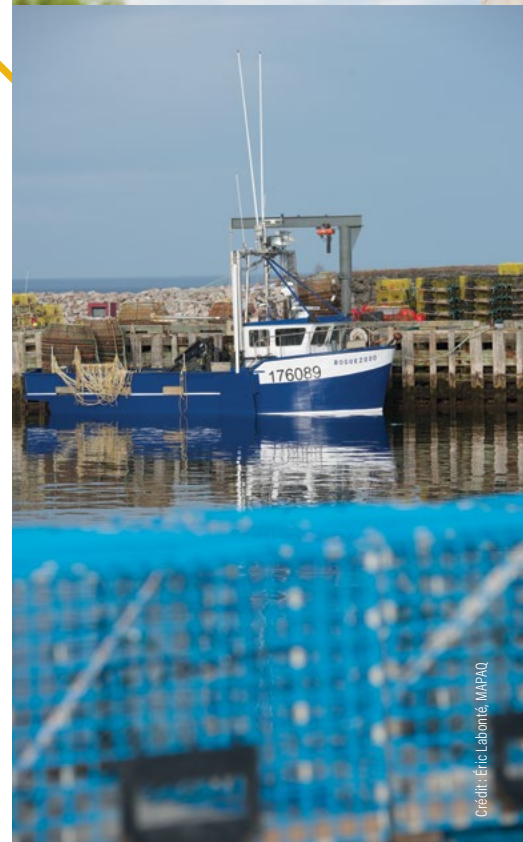
Pour les TCBQ, le Québec s'est développé et se développera demain à partir des régions ou en s'appuyant sur elles et sur le secteur bioalimentaire. C'est le sens du titre **DYNAMIQUES - Un secteur bioalimentaire fort pour développer le Québec.**

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



Credit : Table agri-alimentaire du Saguenay - Lac-Saint-Jean



Credit : Éric Labonté, MAPAQ

Édition : Manon Cyr

Textes :

Simon Beaubien, Manon Cyr, Johanne Michaud,
Marc Normand et Nancy Ouellet

Textes des régions :

TCBQ et autres organismes régionaux de
concertation et de promotion des aliments

Révision : Manon Cyr, Gaspésie Gourmande

Graphisme : 12H30.ca

Dépôt légal 2020

ISSN 2563-0105



UNE EXPERTISE RECONNUE ET APPRÉCIÉE

Les Tables de concertation bioalimentaire du Québec (TCBQ) œuvrent depuis plus de 25 ans et contribuent aux différents enjeux de l'industrie bioalimentaire du Québec. Bien ancrées dans leur milieu, elles entretiennent un lien de proximité avec les producteurs, les pêcheurs, les transformateurs, les restaurateurs, les distributeurs, les détaillants et les consommateurs.

Elles valorisent le secteur bioalimentaire, participent activement à l'élaboration des planifications stratégiques régionales, voient à la diversification des productions, à la promotion des produits, à la mise en marché de proximité et à l'exportation.

Grâce à l'approche concertée dont font preuve les TCBQ, elles renforcent la collaboration et favorisent la cohérence des actions entre les intervenants publics, parapublics et privés. Les retombées ainsi optimisées sont multiples et variées, notamment sur la compétitivité des entreprises par l'innovation et le développement des compétences, les pratiques écoresponsables et socialement acceptables, la qualité de vie des consommateurs et la vitalité des régions.

La confiance renouvelée de nos partenaires financiers démontre bien l'importance de l'expertise des TCBQ et de son impact sur le développement économique des régions. Mentionnons également l'apport des identifiants régionaux qui contribuent à la reconnaissance des produits et du secteur bioalimentaire.

Au fil des années, les TCBQ ont su s'adapter et relever de nouveaux défis. Aujourd'hui, elles sont plus dynamiques que jamais et ont resserré leur collaboration. Des projets comme le *Défi 100 % local* en témoignent. D'un projet initialement local, elles en ont étendu les retombées à l'échelle provinciale grâce à une structure de gestion novatrice et décentralisée. Et ce n'est que le début.

C'est avec fierté que nous vous invitons à lire *Dynamiques 6* et à découvrir le travail accompli en 2019 au bénéfice des régions, des entreprises et des consommateurs.

Les TCBQ sauront encore vous surprendre...

**Les présidentes et présidents des
Tables de concertation bioalimentaire du Québec**



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

Depuis plus de 25 ans, les Tables de concertation bioalimentaire du Québec (TCBQ) jouent un rôle stratégique en vue d'assurer le dynamisme du secteur bioalimentaire au sein de leur territoire. Au fil du temps, elles ont su répondre aux besoins de leur milieu en réalisant des projets aux quatre coins du Québec pour mettre en valeur le secteur bioalimentaire et appuyer les entreprises de leur région. C'est ainsi qu'elles sont devenues des partenaires privilégiés du Ministère.

Je suis fier d'appuyer le *Défi 100 % local* qui est déployé, cette année, à l'échelle du Québec. La collaboration entre les TCBQ pour mener à bien cette initiative a porté ses fruits. Je partage sans réserve le message envoyé aux Québécoises et aux Québécois qui consiste à célébrer ensemble la richesse de nos terroirs en consommant encore plus d'aliments de chez nous.

Le secteur bioalimentaire, par ses multiples fonctions, joue un rôle fondamental dans l'occupation et la vitalité des territoires. Son développement passe nécessairement par la concertation de ses acteurs. C'est pourquoi la Politique bioalimentaire 2018-2025 – *Alimenter notre monde* résulte d'une démarche qui mobilise une diversité de partenaires autour d'engagements partagés.

Par leur expertise, leur connaissance fine de leur territoire et les actions qu'elles mettent en œuvre, les TCBQ contribuent à la réussite de la Politique bioalimentaire, notamment en renforçant la synergie entre les territoires et le secteur bioalimentaire, en développant l'attractivité des territoires et en promouvant les produits bioalimentaires d'ici.

Félicitations aux membres de chacune des TCBQ !

André Lamontagne

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



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

Comme le secteur bioalimentaire ne cesse de prendre de l'expansion, le rôle des Tables de concertation bioalimentaire du Québec (TCBQ) évolue d'année en année. Les TCBQ sont une vraie plaque tournante pour l'ensemble des producteurs, des transformateurs, des distributeurs et des restaurateurs. Elles leur permettent de collaborer pour atteindre des objectifs communs et ainsi, contribuer au développement régional.

Par l'entremise du Fonds d'appui au rayonnement des régions, le ministère des Affaires municipales et de l'Habitation travaille de concert avec les acteurs locaux et régionaux pour élaborer et réaliser des projets porteurs pour leur milieu. C'est ainsi qu'au cours des dernières années, des ententes sectorielles de développement concernant le domaine bioalimentaire ont été concrétisées dans différentes régions du Québec.

Comme vous le savez, ce domaine d'activité économique est important pour l'ensemble de la population. Pour un Québec en santé, il nous faut une société en santé, d'où l'importance de s'assurer de la qualité des aliments qui se trouvent dans nos assiettes.

D'ailleurs, je tiens à souligner les efforts que les TCBQ et leurs partenaires déploient pour la mise en marché et la commercialisation des produits régionaux. Leurs démarches auront sans nul doute des retombées positives pour toutes les collectivités du Québec. Je remercie donc tous les membres des Tables pour le travail remarquable qu'ils effectuent.

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**

Cette nouvelle édition de *Dynamiques* représente pour moi l'occasion de souligner l'importante contribution des Tables de concertation bioalimentaire du Québec (TCBQ) au développement des entreprises locales et au rayonnement de leur travail et des produits innovants qu'elles conçoivent. Au cœur de ce dynamisme régional, l'essor des marchés de proximité passe en grande partie par cette concertation nécessaire qu'offrent les TCBQ dans chacune de leur région.

L'Union des producteurs agricoles (UPA) et ses fédérations régionales sont donc fières de participer au dialogue continu avec ces acteurs de la valorisation des produits, du savoir-faire des producteurs agricoles et des transformateurs des régions. Grâce au travail combiné de tous et aux projets porteurs qui en découlent, l'industrie bioalimentaire participe activement à la croissance économique de nos régions, à leur vitalité et à la fierté que partagent les gens qui y vivent. En consommant les produits de sa région, le citoyen devient un ambassadeur des produits locaux et fait, par conséquent, la promotion des produits québécois.

L'UPA et ses affiliés, attentifs aux signaux lancés par le consommateur, ont élaboré des stratégies pour s'adapter aux attentes de celui-ci. En effet, une Table pour le développement des marchés de proximité a été mise en place. Cette dernière se veut un lieu de concertation et d'échanges afin de réfléchir aux perspectives de développement de ce type de marchés et de répondre aux demandes variées des consommateurs québécois. Un représentant des TCBQ participe d'ailleurs à cette Table.

Enfin, c'est toujours avec beaucoup d'enthousiasme que l'UPA continuera à collaborer avec le réseau des TCBQ et à lui accorder son appui.

Marcel Groleau

Président général, Union des producteurs agricoles

> **Mot du président de la Fédération québécoise des municipalités**

Les Tables de concertation bioalimentaire du Québec (TCBQ) participent activement au développement économique des régions avec la mise en place d'initiatives axées sur les besoins des communautés. En rassemblant les acteurs du bioalimentaire autour de projets porteurs, les TCBQ permettent de mettre en lumière les atouts des municipalités et MRC engagées dans cette démarche. À titre de porte-parole des régions, la Fédération québécoise des municipalités (FQM) salue ces initiatives qui contribuent à la vitalité et à l'occupation dynamique de notre territoire.

Dans plusieurs de nos régions, l'agriculture représente la colonne vertébrale de l'économie, alors que des milliers d'emplois dépendent de cette industrie. Sans compter les milliards de dollars générés par l'exploitation agricole en retombées économiques.

Dans ce contexte, l'esprit de concertation qui anime les TCBQ est essentiel. Cette collaboration entre les artisans du secteur bioalimentaire et le monde municipal apporte un précieux soutien aux acteurs locaux. Celle-ci a favorisé la naissance de plusieurs initiatives novatrices mettant en valeur le savoir-faire québécois, et ce, sans occulter les enjeux propres à chacun des milieux de vie.

Bien que la réalité soit différente d'une région à l'autre, l'importance de préserver cette richesse collective agit comme fil conducteur entre les différentes TCBQ.

Enfin, en favorisant l'achat local à travers des projets générateurs de prospérité, tout en ayant le souci de renforcer le développement durable, les TCBQ répondent à des objectifs et des valeurs portés par la FQM.

Jacques Demers

Président de la FQM

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

DES COLLABORATIONS INTERRÉGIONALES POUR LES TBCQ

Défi 100 % local

Depuis ses débuts, le *Défi 100 % local* est porté par Le Bon goût frais des Îles de la Madeleine, en partenariat avec l'ensemble des Tables de concertation bioalimentaire. Chacune des organisations a produit des outils de communication et organisé des événements dans leur région. Par exemple, Le Bon goût frais des Îles de la Madeleine a produit une infolettre comprenant les lieux d'approvisionnement pour informer les participants des Îles, la Table agroalimentaire de l'Outaouais avec son identifiant régional *Croquez l'Outaouais* ! a conçu un feuillet informatif sur les activités régionales dans le cadre du Défi. De son côté, le Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie a mobilisé de nombreux restaurants afin de mettre en valeur des plats 100 % locaux durant tout le mois de septembre tandis que Gaspésie Gourmande a organisé, en collaboration avec trois marchés publics de la région, des démonstrations culinaires et des dégustations qui ont mis en valeur les produits des producteurs et des transformateurs présents à ces marchés.



Au total, 62 activités de sensibilisation ont été organisées par les Tables et les autres organismes régionaux de concertation et de promotion des aliments durant le mois de septembre 2019.

La 5^e édition du *Défi 100 % local* a largement dépassé ses objectifs. Au-delà du fait que l'évènement augmente concrètement le niveau d'achat local dans les foyers des 1847 participants, c'est avant tout l'occasion de concerter l'ensemble des organisations œuvrant à la promotion de l'alimentation de proximité au Québec. Le Défi a réuni le MAPAQ, l'UPA, Aliments du Québec, l'Association des marchés publics du Québec ainsi que la Coopérative financière Desjardins.



De plus, près de 230 institutions se sont mobilisées afin de joindre l'initiative lors de la journée *Les institutions mangent local* !, le 24 septembre. Ainsi, 58 écoles, 23 cégeps, 45 universités, 13 établissements de santé, 82 CPE et 50 milieux de travail sont passés à l'action et ont offert une alimentation locale et de qualité à leurs usagers.

Le rayonnement du Défi a été propulsé par les partenaires, démontrant leur présence sur le terrain et leurs valeurs communes avec le Défi, soit l'achat local et l'agriculture de proximité.

Enfin, cette collaboration interrégionale démontre bien à quel point l'union de nos forces et de nos actions permet d'atteindre et même de dépasser nos objectifs.



Tout au long de l'année, nous vous invitons à favoriser l'achat local et à intégrer les produits régionaux dans vos menus. Cette pratique facilitera ainsi la participation d'un plus grand nombre de consommateurs et d'établissements à la 6^e édition du *Défi 100 % local* prévue pour septembre 2020.

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 suivants :

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 implique 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 porteuse et structurante pour le développement de nos régions et du secteur bioalimentaire.

DYNAMIQUES 6

Les TCBQ sont fières de présenter les initiatives qui ont vu le jour en 2019 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 initiatives sont classées 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

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	24
	1.2 Diversification des productions	8
	1.3 Recherche, éducation, formation et accompagnement	34
Sensibiliser les citoyens-consommateurs à l'impact du secteur bioalimentaire sur le développement des régions	2.1 Promotion des produits	41
	2.2 Valorisation du secteur bioalimentaire	19
	2.3 Implication dans les enjeux de société régionaux	13
Assurer l'approvisionnement des différents marchés à partir des entreprises de productions régionales	3.1 Marché de détail	8
	3.2 Circuits courts de mise en marché	12
	3.3 Hôtellerie, restauration et marchés institutionnels	8
	3.4 Exportations	2

Compilation des projets

Secteur bioalimentaire prospère,
CRÉATEUR DE RICHESSES



Impact du bioalimentaire sur le
DÉVELOPPEMENT DES RÉGIONS



**APPROVISIONNEMENT
DES MARCHÉS**



Les TCBO

Les pages qui suivent présentent les régions en ordre alphabétique et les actions des TCBO. 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 6*, les actions entreprises par les autres organismes régionaux de concertation et de promotion des aliments.



Légende

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



Nom du projet vedette

Transférer sa ferme : des outils pour les producteurs agricoles sans relève identifiée

> BUTS DU PROJET

Élaboré par une vingtaine de partenaires, le projet vise à amener les producteurs agricoles à s'informer auprès des ressources existantes quant aux différentes options qui leur sont offertes afin d'éviter un démantèlement par manque d'une relève identifiée. Afin de les rejoindre, trois outils de communication ont été développés, notamment la ligne téléphonique 1 833 MA FERME où il est possible de joindre une conseillère en transfert afin d'amorcer une réflexion.

> RÉSULTATS

Au Bas-Saint-Laurent, une entreprise sur trois est à risque de démantèlement, cela signifie autant d'occasions possibles de transferts non apparentés. Ainsi, plus de 4 000 encarts ont été distribués sur le territoire. Une tournée des huit MRC a permis de rencontrer 95 propriétaires agricoles et 77 intervenants. De cette démarche, 18 entreprises ont entamé des démarches auprès du CRÉA Bas-Saint-Laurent et 20 entreprises auprès de L'ARTERRE.

> PROCHAINES ÉTAPES

- Poursuivre les efforts de promotion de la ligne téléphonique 1 833 MA FERME;
- Mettre à jour en continu le microsite et la page Facebook de *TRANSFÉRER SA FERME*;
- Faire une relance postale auprès des producteurs dans le but d'obtenir leur consentement pour transmettre leurs coordonnées au CRÉA Bas-Saint-Laurent et à L'ARTERRE afin que ceux-ci puissent communiquer avec eux et ainsi entamer une réflexion quant à l'avenir de leur entreprise.

> PROJETS MOBILISATEURS

Dernières réalisations

- Démarche de renouvellement de la planification stratégique du secteur bioalimentaire (1.1)
- Déploiement de la stratégie régionale *TRANSFÉRER SA FERME* (1.3)
- Création d'un Comité biologique (1.2)
- Élaboration d'un plan d'action régional pour le développement de l'agriculture biologique (1.2)
- Organisation du *Colloque horticole* (1.3)
- Organisation d'une troisième activité réseautage en lien avec la transformation alimentaire (1.3)
- Mise en œuvre du plan d'action régional en agrotourisme (1.1)
- Organisation du *Colloque Grandes cultures et plantes fourragères biologiques* à La Pocatière (1.3)
- Collaboration à l'organisation de l'événement *Nourrir le Bas-Saint-Laurent, venez partager vos ingrédients* (2.3)
- Collaboration à l'organisation du premier *Colloque en agrotourisme Partager sa passion, créer l'émotion* (1.3)
- Collaboration au projet *Terre-à-terres/remise en culture des terres en friche* (1.3)
- Collaboration à l'élaboration du portrait régional des initiatives alimentaires (2.2)





Crédit photo : S.Allard - TCA

Nom du projet vedette

Relance des Arrêts Gourmands

> BUTS DU PROJET

Créé en 2006, le concept des *Arrêts Gourmands* a été précurseur dans le domaine agroalimentaire. Quasiment inactif depuis les deux dernières années, *Les Arrêts Gourmands* seront relancés grâce à l'octroi d'une subvention du programme FARR. Une demande a également été déposée au MAMH dans le cadre de son programme de proximité. Un comité de pilotage a été mis en place en 2018 et une ressource a été engagée en août 2019; un lancement est prévu au printemps 2020.

> RÉSULTATS

- Nous avons embauché un chargé de projet pour le volet *Arrêts Gourmands*;
- Nous avons embauché une firme pour le volet *Positionnement stratégique de l'agroalimentaire*;
- Les intervenants de la région s'engagent à travailler ensemble à la solution de la relance des *Arrêts Gourmands*.

> PROCHAINES ÉTAPES

- Élaborer des pistes de solution dans le but de relancer les *Arrêts Gourmands*;
- Développer des stratégies de communication et de marketing pour le volet des *Arrêts Gourmands* et le positionnement de l'agroalimentaire;
- Réflexion sur l'image des *Arrêts Gourmands* et des visuels associés.

> PROJETS MOBILISATEURS

Dernières réalisations

- Arrimage des journées *Couleurs et Saveurs* avec le *Défi 100 % local* (2.1)
- Réflexion sur la gouvernance de la Table Agroalimentaire de la Chaudière-Appalaches (1.1)
- Accompagnement des entreprises dans le cadre du programme d'achat local des épiceries Métro (3.1)



Nom du projet vedette

Plan d'action concerté en agrotourisme et tourisme gourmand

> BUTS DU PROJET

- Mobiliser l'industrie et les partenaires du développement régional autour d'un plan d'action cohérent et concerté;
- Définir l'offre régionale;
- Former la main d'œuvre;
- Établir une offre d'accompagnement compétente et innovante aux entreprises;
- Structurer et développer l'offre existante;
- Accompagner les entreprises dans la formation et le coaching;
- Faire du bioalimentaire un élément identitaire;
- Mobiliser la population;
- Favoriser un accueil personnalisé;
- Améliorer l'attractivité de la région.

> RÉSULTATS

Les résultats attendus sont essentiellement de maximiser les retombées de chaque objectif et de chaque action pour les entrepreneurs. Le plan permettra également d'optimiser les ressources humaines et financières nécessaires à la réalisation des projets, d'éviter le dédoublement d'initiatives sur le territoire, de mieux cibler les interventions et de mettre à profit les compétences spécifiques de chaque organisation partenaire.

> PROCHAINES ÉTAPES

La prochaine étape consiste à réviser le plan d'action et à évaluer les actions.

> PROJETS MOBILISATEURS

Dernières réalisations

- *Forum bioalimentaire* (1.3)
- *Défi 100 % local* (2.1)
- Stratégie de marque régionale :
le Goût de la Côte-Nord (2.1)
- *Les Marchés publics de la Côte-Nord* (3.2)
- *Les Jardins communautaires* - Guide et formation (2.3)



Nom du projet vedette

Gaspésie Gourmande Mer

> BUT DU PROJET

- Mobiliser l'industrie des pêches autour d'un projet pilote régional;
- Véhiculer une image positive et dynamique du secteur bioalimentaire;
- Positionner et identifier les produits marins gaspésiens dans les poissonneries gaspésiennes;
- Guider la clientèle locale et touristique dans l'identification des produits gaspésiens, selon la saisonnalité;
- Jeter le premier jalon d'une nouvelle perspective de commercialisation dans les produits marins.

> RÉSULTATS

- Nouvelle collaboration avec le secteur des pêches qui s'insère dans les grandes tendances de consommation que sont l'achat local et la traçabilité;
- Neuf poissonneries gaspésiennes participantes et affiliées à des usines de transformation pour ce projet pilote;
- Six espèces mises en valeur dans les points de vente;
- Outils de communication efficaces et adaptés;
- Tournée de formation auprès des employés des poissonneries;
- Clientèle plus sensibilisée à l'achat d'espèces locales.

> PROCHAINES ÉTAPES

Une identité visuelle forte et efficace a été développée. Elle permet de mieux mettre en vedette les produits marins d'ici, qui sont un produit d'appel distinctif de la région. Ce projet a aussi été une excellente occasion de positionner le secteur des pêches de façon positive. Les poissonneries participantes considèrent comme essentielle la poursuite de cette initiative afin de pouvoir en mesurer les retombées à plus long terme. Une suite, d'une durée de trois ans, est prévue.

> PROJETS MOBILISATEURS

Dernières réalisations

- Production d'une synthèse de la recherche-action *L'agriculture autrement? Pourquoi pas?* (1.3)
- Avec le comité Concertation agroalimentaire, élaboration d'un nouveau programme régional de développement du secteur agroalimentaire (1.1)
- Comité Transformation : un nouveau mandat et un plan d'action triennal (1.1)
- Collaboration à la mise en œuvre d'AGROFOR, un groupe tactique multidisciplinaire qui a pour objectif d'assurer la coordination du développement de filières agroalimentaires et forestières (1.2)
- Publication de la 14^e édition du Guide-Magazine Gaspésie Gourmande (2.1)
- Tenue d'une activité de maillage selon une formule B2B entre des producteurs/transformateurs et des acheteurs (restaurants, détaillants et responsables de cuisine d'établissement) en collaboration avec le CLD de La Haute-Gaspésie (3.3)
- Mise à jour de la boutique en ligne Gaspésie Gourmande et nouveaux partenariats avec des commerces complices pour la vente de boîtiers gourmands (3.1)
- Déploiement du *Défi 100 % local* pour une seconde année (2.2)
- Une deuxième année porteuse pour *La GAMME Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine*, un service de distribution des produits régionaux vers les marchés de Montréal et Québec, en partenariat avec GIMXPORT et Le Bon goût frais des Îles de la Madeleine. L'objectif de vente de l'an 2 est de 400 000 \$, soit le double des ventes de l'an 1 (3.4)



Nom du projet vedette

Projet de valorisation des emplois du secteur bioalimentaire

> BUTS DU PROJET

- Mettre en place une campagne d'information, d'attraction et de promotion des emplois disponibles et des opportunités dans le secteur bioalimentaire;
- Recenser les emplois disponibles dans le secteur bioalimentaire des Îles de la Madeleine;
- Réaliser une série de capsules vidéo dynamique qui présentera à la fois les employés, les entreprises et le milieu de vie dans lequel ils s'inscrivent, afin de faire ressortir les particularités du territoire;
- Attirer de nouveaux travailleurs à s'installer aux Îles de la Madeleine, pour ainsi combler des postes vacants dans le secteur bioalimentaire.

> RÉSULTATS

- 12 capsules d'emplois réalisées, mettant en vedette huit entreprises du secteur bioalimentaire des Îles de la Madeleine;
- Campagne de valorisation des emplois du secteur bioalimentaire, en concordance avec la Stratégie d'attraction des personnes aux Îles de la Madeleine;
- Projet novateur qui mobilise différents intervenants du milieu (Carrefour Jeunesse Emploi, Centre local d'emploi, SADC et MRC).

> PROCHAINES ÉTAPES

- Lancer la campagne de valorisation d'emplois (hiver 2020);
- Diffuser les capsules au *Festival Montréal en lumières*;
- Diffuser les capsules dans des *Salons de l'emploi*;
- Continuer de recenser les emplois disponibles dans le secteur bioalimentaire des Îles de la Madeleine.

> PROJETS MOBILISATEURS

Dernières réalisations

- 5^e édition du *Défi 100 % local* qui, pour la première fois, était déployé sur l'ensemble du territoire québécois (2.2)
- Lancement du projet *Terrafoin*, un projet novateur qui a comme objectif d'adresser la problématique de la protection et de la rentabilité des terres agricoles, intégrant notamment L'ARTERRE pour le territoire des Îles (1.3, 2.3)
- Début du projet *Rencontrer l'identité culinaire madelinienne* mettant en valeur les savoir-faire et traditions alimentaires de l'archipel (1.3)
- Une deuxième année porteuse pour *La GAMME Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine*, un service de distribution des produits régionaux vers les marchés de Montréal et Québec, en partenariat avec GIMXPORT et Gaspésie Gourmande. L'objectif de vente de l'an 2 est de 400 000 \$, soit le double des ventes de l'an 1 (3.4)
- Célébrations entourant la 20^e saison d'existence du marché public des Îles, le *Marché du Village* (3.2)
- Les ateliers *Petits Cuistots*, qui en sont à leur 6^e année, sont maintenant menés dans toutes les classes de niveau primaire de la Commission scolaire des Îles (1.3)
- Réédition du *Répertoire gourmand* de l'association. Outil largement utilisé par la clientèle touristique (2.1)
- Mise en œuvre d'une campagne promotionnelle des restaurants membres de l'association sur les réseaux sociaux (3.3)



Simon Beaubien

418 986-6650 #221

direction@lebon goutfraisdesiles.com

LEBONGOUTFRAISDESILES.COM



Nom du projet vedette

Projet pilote : Scène d'animation culinaire et de promotion Goûtez Lanaudière!

> BUTS DU PROJET

Développer et animer une scène culinaire dans quatre événements bioalimentaires importants et complémentaires de la région : *L'Expo Rive-Nord* à L'Assomption, le *Festival Vins et Histoire de Terrebonne*, les *Fêtes Gourmandes de Lanaudière* et l'*Oktoberfest de Repentigny*.

Mettre de l'avant l'offre en agrotourisme et la mise en marché de proximité à travers une rencontre entre les consommateurs, les produits, les producteurs, les transformateurs et les chefs.

> RÉSULTATS

- Plus de 60 animations réalisées joignant plus de 67 000 visiteurs;
- Plus de 80 produits différents utilisés provenant de 35 entreprises lanaudoises;
- Distribution d'outils de promotion : répertoires et carte *Goûtez Lanaudière !*, dépliant de l'École hôtelière de Lanaudière et de différentes entreprises, guide touristique de Lanaudière;
- Deux chefs de la région, Benjamin Alarie de Tout Simplement B et Dominique Gagnon de DG, ont proposé des recettes qui seront réutilisées ultérieurement.

> PROCHAINES ÉTAPES

- Un sondage auprès des entreprises participantes;
- Un bilan après chacun des événements afin d'améliorer la collaboration en vue d'une phase II.

> PROJETS MOBILISATEURS

Dernières réalisations

- Participation aux travaux des PDZA de la région (2.3)
- Tournée *Véro Magazine* avec *Aliments du Québec* (2.1 et 2.2)
- *Défi 100 % local* : marchés publics, marché institutionnel et atelier à l'École hôtelière de Lanaudière (2.1, 3.2 et 3.3)
- Politique d'achat local bioalimentaire de Lanaudière (2.3)
- Organisation de *La Grande Tablee* : repas gastronomique (neuf services) réalisé à partir de produits lanaudois à l'École hôtelière de Lanaudière (2.1 et 3.3)
- Démarche écoresponsable pour nos paniers de produits régionaux (2.3)
- Révision de la planification stratégique du développement bioalimentaire de Lanaudière (1.1)
- Formation *Marché public lanaudois : marchandisage et techniques de vente* (1.3)
- Soutien promotionnel lors de l'ouverture officielle de détaillants (3.1)
- Services-conseils et accompagnement d'entreprises en innovation et développement (1.3)
- Nouvelle identité graphique pour le *Conseil de développement bioalimentaire de Lanaudière* (1.1)



Nom du projet vedette

Sécurité alimentaire - Chantier transport durable des denrées

> BUTS DU PROJET

Dans le cadre de la mise en œuvre de la *Stratégie bioalimentaire Laurentides 2018-2023*, une approche systémique du secteur est privilégiée regroupant ainsi les partenaires socio-économiques de la région. La mise en place du chantier, *Transport durable des denrées - volet sécurité alimentaire*, vise la caractérisation et l'optimisation du transport tout comme la mise en place de pratiques durables pour offrir des denrées alimentaires de qualité aux personnes en situation de vulnérabilité.

> RÉSULTATS

Une caractérisation du transport et de la logistique des denrées alimentaires en surplus ou en fin de vie dans les Laurentides.

Une sensibilisation des intervenants aux meilleures pratiques de gestion des denrées ainsi qu'un plan collectif de logistique et de transport des denrées. C'est plus de 100 organismes du secteur qui ont participé à la cueillette de données.

> PROCHAINES ÉTAPES

Le portrait permettra une analyse des enjeux et l'élaboration de pistes de solutions à mettre en place dans le territoire.

Des modèles seront développés afin d'inspirer l'amélioration, voire la transformation, de ce système régional et territorial.

Ultimement, le transport et la logistique des denrées seront optimisés et l'empreinte carbone sera également réduite.

> PROJETS MOBILISATEURS

Dernières réalisations

- Finalisation de la *Planification stratégique bioalimentaire Laurentides 2018-2023* et mise en place de six chantiers partenariaux (1.1, 2.2, 2.3)
- Développement du 2^e parcours de commercialisation et de mise en marché de proximité (3.1, 3.2, 3.3)
- Tenue du 1^{er} *Rendez-vous bioalimentaire* et planification du 2^e événement en cours (1.3)
- Développement d'une stratégie de positionnement de l'organisme, transformation de l'image de marque et des services (1.1, 1.3)
- Déménagement de l'organisme (1.2)
- Développement d'une entente sectorielle bioalimentaire (1.1, 2.2)
- Promotion et création de paniers gourmands corporatifs (2.1)
- Promotion des entreprises et de leurs produits par une entente avec la radio locale (2.1, 2.2)
- *Défi 100 % local* (2.1)
- Coordination du volet gourmand du nouvel événement *Marché en fête* à Saint-Jérôme (2.1, 3.2)
- Accréditation de trois conseillères au Réseau Agriconseils (1.3)



Marie-Eve Morin

450 530-7615

info@agrolaurentides.qc.ca

LAURENTIDESJENMANGE.CA / AGROLAURENTIDES.QC.CA



Nom du projet vedette

Les Virées gourmandes de la Montérégie

> BUTS DU PROJET

- Poursuivre le développement des *Circuits gourmands de la Montérégie* à partir du bilan et des recommandations du projet-pilote en favorisant les clientèles de la Montérégie et de proximité;
- Mettre en commun les ressources et les efforts des partenaires afin d'assurer une portée de rayonnement régional et d'augmenter l'achalandage;
- Promouvoir l'importante offre et la grande diversité des entreprises agroalimentaires de la Montérégie auprès des clientèles cibles pour encourager l'achat local.

> RÉSULTATS

- Huit MRC partenaires, six virées et 78 entreprises participantes de domaines variés;
- Plusieurs nouveaux membres complices, augmentation de l'achalandage du site web et du nombre d'abonnés sur les réseaux sociaux;
- Production et distribution d'un passeport *foodie* régional gratuit (12 000 copies) avec cartes régionales et offres exclusives;
- Développement web (version numérique du passeport *foodie* avec statistiques de téléchargement, intégration de cartes interactives et coupons numériques promotionnels dans l'infolettre).

> PROCHAINES ÉTAPES

- Ajuster la stratégie de promotion pour inciter les consommateurs à découvrir les producteurs et acheter des produits locaux;
- Bonifier la stratégie numérique;
- Réaliser des capsules vidéo promotionnelles;
- Continuer l'envoi de l'infolettre consommateur afin d'augmenter la base de données;
- Encourager l'achat local durant la période du temps des fêtes;
- Évaluer l'expérience client par un sondage de satisfaction aux consommateurs;
- Professionnaliser les entreprises dans l'expérience offerte.

> PROJETS MOBILISATEURS

Dernières réalisations

- Coordination de la campagne régionale « La Montérégie, le Garde-Manger du Québec » (2.1)
- Développement d'une nouvelle offre de service aux membres complices (2.1)
- Mise en place de partenariats avec certaines MRC pour la promotion des entreprises sur leur territoire (2.2)
- Lancement des *Virées gourmandes de la Montérégie* (projet vedette) (3.2)
- Table Agrotourisme Montérégie (TAM) (2.3)
- Comité « Membership » (2.3)
- Projet d'étude d'impact (1.3)
- Tournée *Aliments du Québec* (2.2)
- Parcours bioalimentaire avec le Pôle de l'entrepreneuriat collectif de l'Est de la Montérégie (PECEM) (1.3)
- Campagne de sensibilisation sur la cohabitation harmonieuse de la zone agricole en Montérégie (2.3)
- Défi 100 % local (2.1)
- Partenariats avec différents événements sur le territoire - volet gourmand (2.2)
- Deux événements d'information et de formation *Agri-Vision* pour les producteurs et transformateurs en collaboration avec le MAPAQ (1.3)
- Élaboration d'un outil de calcul de coût de revient pour les petites entreprises agroalimentaires *L'Agrocalculateur* (1.3)



Nom du projet vedette

Table régionale des partenaires du milieu institutionnel

> BUTS DU PROJET

Créer un espace de concertation pour les différents maillons de la chaîne alimentaire afin de mieux connaître les besoins des acheteurs du milieu institutionnel et d'y répondre tout en créant des opportunités de marché pour les entreprises.

> RÉSULTATS

- Mobilisation de plus d'une cinquantaine d'acteurs autour des enjeux de l'achat local dans les institutions;
- Participation à la *Journée Les institutions mangent local*;
- Organisation de deux rencontres de partenaires à chaque année afin d'échanger sur les bonnes pratiques, de réseauter et de développer des projets;
- Création de trois comités de travail : identification des produits locaux, les collations en milieu scolaire, la promotion des aliments du Québec.

> PROCHAINES ÉTAPES

- Poursuivre la mobilisation des acteurs;
- Développer des partenariats avec le milieu de la santé;
- Organiser une série d'événements de maillage et de réseautage pour permettre une meilleure adéquation de l'offre et de la demande en produits sains et locaux.

> PROJETS MOBILISATEURS

Dernières réalisations

- Réflexion stratégique (1.1)
- Déjeuners-conférences (1.3)
- Organisation de 5 à 7 pour les partenaires du secteur bioalimentaire de Montréal (1.3)
- Salon *Expo Manger Santé et Vivre Vert 2019* (2.1)
- Répertoire des produits québécois – *MTLàTABLE 2019* (2.1)
- *Défi 100 % local* (2.1)
- Infolettre *Le Cibiorités* pour les entreprises et les partenaires (2.2)
- Étude de faisabilité pour mettre en place un regroupement d'achats pour les organismes communautaires, solidaires et alternatifs (2.3)
- Organisation d'une *Journée Rencontres d'acheteurs* (3.3)
- Animation du Réseau régional des organismes communautaires, solidaires et alternatifs par l'organisation de deux rencontres régionales (2.3)
- Table régionale des partenaires – Secteurs de l'éducation, de la petite enfance et de la santé (3.3)
- Organisation d'une journée sur l'innovation (1.3)



Nom du projet vedette

Plan de structuration et de développement de l'agrotourisme et du tourisme gourmand en Outaouais

> BUTS DU PROJET

Depuis 2016, afin de structurer l'agrotourisme en Outaouais, celui-ci étant un réel moteur de développement régional, ce projet de concertation vise à :

- Structurer et développer l'agrotourisme et le tourisme gourmand en Outaouais;
- Effectuer un diagnostic régional et favoriser l'acquisition de connaissances en agrotourisme;
- Stimuler le développement de projets novateurs en agrotourisme;
- Assurer un accompagnement de qualité aux entreprises;
- Inscrire l'offre agrotouristique à l'intérieur de l'offre touristique globale.

> RÉSULTATS

- Élaboration du Plan de développement de l'agrotourisme en Outaouais 2016-2019;
- Comité régional regroupant : MAPAQ, Tourisme Outaouais, UPA, SADC, les MRC de la région, Développement économique Canada et Emploi Québec;
- Conception d'outils porteurs : *Parcours Outaouais Gourmet* (carte et application mobile); portrait de la demande; guide d'auto-évaluation; etc.;
- Organisation d'événements novateurs (Fête gourmande, 5 à 7) et de formations;
- Augmentation du nombre d'entreprises agrotouristiques.

> PROCHAINES ÉTAPES

Ayant connu un réel succès, ce projet a reçu du financement additionnel nous permettant de mettre en oeuvre le Plan d'action pour le développement de l'agrotourisme et du tourisme gourmand en Outaouais 2019-2021. Nous poursuivons donc la concertation, l'organisation d'événements, de formations et d'accompagnement d'entreprises en agrotourisme et tourisme gourmand ainsi que le développement d'outils porteurs et de campagnes promotionnelles mettant en valeur l'agrotourisme en Outaouais.

> PROJETS MOBILISATEURS

Dernières réalisations

- Planification stratégique bioalimentaire 2019-2024 en Outaouais (1.1)
- Développement d'une stratégie de communication collective pour les marchés publics de l'Outaouais (1.1, 1.3, 2.1, 2.2, 2.3 et 3.2)
- 4^e édition de la *Fête gourmande de l'Outaouais* pour mettre en vitrine les produits d'ici (2.1 et 2.2)
- *Marché de Noël 100 % Croquez l'Outaouais* aux Promenades Gatineau regroupant une dizaine de producteurs locaux (1-24 déc.) (2.1, 2.2, 3.1 et 3.2)
- Campagne *Découvrez les produits de l'Outaouais* pour mettre en valeur les produits locaux sur les tablettes des détaillants (3.1)
- Campagne *Croquez l'Outaouais !* (2.1, 2.2 et 3.2)
- Campagne *Le temps des sucres* (2.1 et 3.2)
- Campagne *Croquez l'Outaouais en santé !* pour promouvoir les saines habitudes de vie par les produits d'ici (2.1, 2.2 et 3.2)
- *Parcours Outaouais Gourmet* et lancement d'une application mobile (3.2)
- *Rendez-vous agroalimentaires de l'Outaouais 2019* : 12 journées thématiques de formation (1.3)
- Répertoire des cuisines et équipements de l'Outaouais à louer (1.2 et 3.2)
- Agent régional de soutien à la commercialisation (1.3, 3.1, 3.2 et 3.4)
- Gestion du Centre de recherche et de développement technologique agricole de l'Outaouais et du Réseau Agriconseils Outaouais (1.2, 1.3, 2.3 et 3.2)
- *Défi 100 % local* (2.1)



Nom du projet vedette

« Vive les saveurs d'ici »

> BUTS DU PROJET

Le projet de campagne de promotion estivale *Vive les saveurs d'ici* a été créé en réponse à une volonté des marchands IGA de mettre de l'avant et de bonifier leur offre de produits locaux. Une identité visuelle a été développée pour l'occasion et du matériel promotionnel a été produit.

Lors de la journée de lancement, chaque IGA invitait une entreprise partenaire à venir faire découvrir son travail et ses produits. Une place de choix lui était accordée, tout au long de la belle saison.

> RÉSULTATS

- Une rencontre avec l'industrie (21 mai 2019);
- Une journée de lancement (15 juin 2019);
- 11 IGA participants;
- Du matériel promotionnel développé;
- Une vidéo promotionnelle produite et propulsée;
- 14 entreprises ont offert des dégustations en magasin.

> PROCHAINES ÉTAPES

Relance de la campagne pour un deuxième été.

> PROJETS MOBILISATEURS

Dernières réalisations

- Comité pour une stratégie sectorielle en agroalimentaire (1.1)
- Gala des Grands Prix agroalimentaires (2 mai 2019) (2.2)
- Série MATv Saguenay-Lac-Saint-Jean, Zone boréale (2.2)
- Lancement des Distributeurs de la Zone boréale (3.3)
- Partenariat avec Saguenay en bouffe pour sa transition boréale (2.1)
- Guide de l'utilisation de la marque (1.3)
- Charte alimentaire durable (2.3)
- Offre d'une promotion groupée personnalisée (2.1)
- Carte en papier du réseau Agrotourisme au Saguenay-Lac-Saint-Jean (3.2)
- Route des bières Saguenay-Lac-Saint-Jean (3.2)
- Table fermière Zone boréale (22 septembre 2019) (3.3)

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 Estrie
- 3 Laval
- 4 Mauricie



Nom du projet vedette

Les Têtes à Table, l'événement branché en bioalimentaire

> BUTS DU PROJET

Dernière phase d'un grand projet marketing intitulé *Le Bas-Saint-Laurent, une région en appétit* qui s'inscrit dans une démarche d'amélioration de la visibilité et du rayonnement des artisans bioalimentaires de la région du Bas-Saint-Laurent. Accroître la notoriété des artisans bioalimentaires par la renommée de la marque territoriale, leur offrir de nouveaux outils de promotion de façon à augmenter considérablement leur visibilité et, par conséquent, soutenir l'économie locale.

> RÉSULTATS

Valorisation collective des richesses de notre territoire afin d'inspirer les entreprises bioalimentaires, leur faire prendre conscience de leur unicité, les encourager à être fières de leur identité bioalimentaire et leur donner le goût de la faire rayonner.

Nous souhaitons :

- Inspirer
- Motiver
- Outiller

les entreprises bioalimentaires par ces trois grands thèmes :

- la valorisation;
- les richesses du territoire;
- les tendances.

> PROCHAINES ÉTAPES

- Campagne de promotion sur les réseaux sociaux;
- Campagne de promotion *Valorisation des initiatives bioalimentaire au Bas-Saint-Laurent*;
- Campagne d'affichage chez les détaillants.

> PROJETS MOBILISATEURS

Dernières réalisations

- Campagne de promotion *Valorisation des artisans bioalimentaires* (2.2)
- Parcours gourmand : *Saveurs de Gourmandises* (2.1)
- Journée sur l'attractivité à la Maison des Régions à Montréal (2.1, 2.2, 2.3)
- Salon bioalimentaire, *Marché des Saveurs du Bas-Saint-Laurent* (2.1, 2.2, 3.2)
- Politique d'achat local avec Metro (3.1)
- Infolettre: *Fureteur Complice* (1.3, 2.2, 3.3)
- Promotion : *Semaine des Marchés publics* (2.1)
- Mission économique en Espagne sur la filière champignons (1.3)
- Filières innovantes des produits forestiers non ligneux (1.1, 1.3, 2.3)
- Filière de noisetiers du Bas-Saint-Laurent (1.2, 1.3)
- Défi 100 % local (2.1)
- Souper gastronomique aux saveurs bas-laurentiennes (2.1, 2.2, 3.3)
- Comité attractivité (2.2)
- Comité régional bio (1.1)
- Comité agrotourisme (1.1)
- Comité distribution (1.1)



Nicole Lavoie

418 724-9068
nicolelavoie@saveursbsl.com
SAVEURBSL.COM



Nom du projet vedette

Circuit de fromageries Les Têtes fromagères

> BUTS DU PROJET

- Regrouper les fromageries des Cantons-de-l'Est;
- Mobiliser le groupe de fromageries dans un travail de visibilité collectif;
- Créer le premier circuit régional de fromageries du Québec;
- Mettre de l'avant l'aspect humain et artisanal des fromageries de la région en misant sur les *Têtes fromagères*.

> RÉSULTATS

- 14 fromageries participantes;
- 55 000 dépliants imprimés en français et en anglais;
- Le circuit a connu un immense engouement dès son lancement;
- Succès médiatique avec beaucoup de visibilité régionale et nationale dont TVA, ICI Première, La Presse et La Presse+;
- Augmentation moyenne de l'achalandage dans les boutiques des fromageries de l'ordre de 25 %.

> PROCHAINES ÉTAPES

Le groupe décidera des prochaines étapes et des nouveaux aspects à travailler à partir des succès de la première année.

Il y a fort à parier que le dépliant sera de retour avec quelques nouveautés et des surprises pour les amateurs de fromages.

> PROJETS MOBILISATEURS

Dernières réalisations

- Lancement du circuit *Les Têtes fromagères* (14 fromageries) (3.2)
- 4^e saison du projet *Souvenirs de cueillette* (45 fermes en autocueillette) (3.2)
- 3^e saison du circuit *Brasseurs des Cantons* (20 microbrasseries) (3.2)
- Campagne télé et web de mise en valeur du projet d'affichage de la photo des producteurs (45) chez les IGA de la région (17 magasins) (3.1)
- Lancement du projet *Restaurants complices* (20 restaurants) (3.3)
- Visibilité des projets de Créateurs de saveurs Cantons-de-l'Est dans les six journaux de Capitales Médias en collaboration avec Desjardins (2.1)
- Lancement de la saison des marchés publics de la région en juin (3.2)
- Production de contenu vidéo en collaboration avec *La Route des vins de l'Estrie*, aussi dans le cadre des *Portes ouvertes de l'UPA* et dans des projets spécifiques tels que *Souvenirs de cueillette* et *Restaurants complices* (2.2)
- Organisation d'une journée de conférences pour les producteurs et les restaurateurs (1.3)
- Animation de journées de travail dans le cadre de PDZA des MRC (2) et présentation de conférences (2) à diverses activités (1.1)
- Promotion des vins de la région avec sept vignerons et 15 magasins IGA pour la Fête nationale (2.1)
- Collaboration à l'affichage des produits de la MRC du Granit dans cinq boutiques du territoire (3.1)



Nom du projet vedette

Plan stratégique des kiosques à la ferme de Laval

> BUTS DU PROJET

- Fidéliser la clientèle à travers le développement de l'unicité et de la notoriété de l'agriculture lavalloise;
- Implanter une culture d'innovation et d'amélioration des compétences des gestionnaires des kiosques à la ferme;
- Développer des outils de communication pour la promotion des kiosques;
- Mobiliser les gestionnaires des kiosques à la ferme autour d'une vision collective et d'un réseau solide;
- Reconnaître la multifonctionnalité de l'agriculture urbaine et périurbaine lavalloise.

> RÉSULTATS

- 46 kiosques à la ferme bénéficient du *Plan stratégique des kiosques à la ferme*.
- Un plan de communication a été élaboré afin d'accroître la notoriété des activités agricoles lavalloises.
- Cinq axes d'intervention et 16 objectifs stratégiques ont été identifiés.
- 50 actions précises à mettre en place ont été identifiées.

> PROCHAINES ÉTAPES

Réaliser les actions identifiées dans le plan stratégique et le plan de communication des kiosques à la ferme.

> PROJETS MOBILISATEURS

Dernières réalisations

- Coorganisation du *Festival des tulipes de Laval* avec la marque Saveurs de Laval (1.2, 2.1)
- Signature d'une entente pour la gestion de médias sociaux avec Tourisme Laval (2.1)
- Mise en œuvre du plan de communication pour les kiosques à la ferme (2.1)
- Financement de deux initiatives de distribution en circuits courts (2.1)
- Diffusion massive du *Répertoire des kiosques à la ferme* de Saveurs de Laval (2.2, 3.2)
- Réalisation de l'accompagnement collectif en coût de revient pour les entreprises de transformation alimentaire (1.3)
- Installation de 16 panneaux de signalisation agrotouristique sur le territoire agricole lavallois (2.2, 2.3)
- Mise à niveau des meilleures pratiques en agrotourisme et en marchandisage chez les kiosques à la ferme (2.2, 3.2)
- Mise en œuvre du projet *Plan de développement et de valorisation de la transformation alimentaire* de Laval (1.1, 2.2)
- Mise en œuvre de l'initiative *Souper champêtre gastronomique* à Laval (2.1, 2.2)
- Réalisation du portrait des entreprises manufacturières agroalimentaires à Laval (1.1, 2.3)
- Mise en œuvre du projet pilote de glanage chez les exploitants agricoles de Laval (2.2, 2.3)
- Déploiement de l'activité *Les Samedis à la ferme* chez huit kiosques à la ferme (2.1, 2.2)
- Implantation du service de maillage L'ARTERRE à Laval (2.3)



Nom du projet vedette

Portrait de l'agrotourisme et du tourisme gourmand en Mauricie

> BUTS DU PROJET

L'agrotourisme et le tourisme gourmand sont des activités bien vivantes dans la région de la Mauricie comme en font foi les nombreuses fermes, restaurants et microbrasseries que l'on retrouve sur le territoire. Il s'agit encore d'un produit émergent dont le potentiel a déjà suscité plusieurs initiatives telles que la campagne *Mauricie Gourmande*. Le mandat vise à élaborer un plan de développement de ce secteur d'activité pour la Mauricie.

> RÉSULTATS

Portrait individuel des 125 entreprises du secteur réalisé en allant à la rencontre de l'ensemble des acteurs du secteur agricole et de l'industrie bioalimentaire en Mauricie;

Élaboration d'un portrait et d'un diagnostic régional comprenant :

- L'analyse des composantes de l'offre et de la demande;
- Le portrait et les constats portant sur l'organisation du secteur et sur les efforts actuels de développement et de promotion.

> PROCHAINES ÉTAPES

Élaborer un plan de développement et de commercialisation de l'agrotourisme et du tourisme gourmand incluant :

- Une vision rassembleuse;
- Des grandes orientations pour l'agrotourisme en Mauricie;
- Des pistes d'intervention prioritaires qui traduisent les besoins en développement et en commercialisation du produit, sur un horizon de cinq ans.

> PROJETS MOBILISATEURS

Dernières réalisations

- 20^e édition des *Délices d'automne* (2.1)
- 3^e *Grand rendez-vous gourmand* et *Marché gourmand des Fêtes* (2.2)
- Appui à la coordination des marchés publics de la Mauricie (3.2)
- Avenir Entreprises Agricoles Mauricie et L'ARTERRE (1.3)
- Centre d'innovation agroalimentaire de Trois-Rivières (1.3 et 3.2)
- Étude de faisabilité concernant la mise en place d'un lieu commun de transformation alimentaire (C1) axée sur la valorisation des produits locaux *Les Faims Produits de la Mauricie* - (Phase 1) (1.3)
- Étude diagnostique sur le portrait de l'abattage en Mauricie (1.1)
- Filière mycologique de la Mauricie (1.1 et 1.2)
- Gala *Gens de Terre et de Saveur* (Édition 2018) (2.2)
- Inventaire des friches et des actifs agricoles inutilisés (1.3)
- *L'Agroalimentaire s'invite à l'école ! École Louis-de-France* (Phase 2) (2.2. et 3.3)
- *Les enfants de la Mauricie mangent des produits d'ici* (CPE Flocons de rêve et CPE Jean-Noël Lapin) (3.3)
- Marché public estival au Musée Pop à Trois-Rivières (Projet-pilote) (3.2)
- *Mauricie Gourmande* (Campagne 2019) (2.1)
- Portrait de l'agrotourisme et du tourisme gourmand en Mauricie (Phase 1) (1.1)
- Promotion des saines habitudes de vie par la valorisation d'actions en agriculture urbaine (La Brouette) (2.3)
- Travailleur de rang (1.3)

IDENTIFIANTS RÉGIONAUX

13 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, 1 420 entreprises adhèrent à un identifiant régional dans l'une ou l'autre des catégories suivantes.

**PRODUCTEURS ET
TRANSFORMATEURS**



**PARTENAIRES
ÉPICIERS**



**PARTENAIRES
RESTAURATEURS**





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

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

ESTRIE

Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie

LAVAL

Table de développement agroalimentaire de Laval

MAURICIE

Plan de Développement de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire de la Mauricie