



UN SECTEUR BIOALIMENTAIRE FORT
POUR DÉVELOPPER LE QUÉBEC

NADY NAMI QUES

MAI 2025 | NUMÉRO 11



REGROUPEMENT
DES TABLES
DE CONCERTATION
BIOALIMENTAIRE
DU QUÉBEC

Le RTCBQ, la voix pour un secteur bioalimentaire prospère et durable!

Fondé en 2022, le Regroupement des Tables de concertation bioalimentaire du Québec (RTCBQ) est un acteur clé du développement territorial bioalimentaire. Il rassemble et représente les tables de concertation bioalimentaire des différentes régions du Québec afin de renforcer leur collaboration et d'amplifier leur voix à l'échelle provinciale. En favorisant le partage d'expertise, la création de synergies et la mise en valeur de la diversité régionale, le RTCBQ contribue activement à un secteur bioalimentaire prospère et durable. Il constitue un espace d'échange et de codéveloppement pour ses membres tout en étant un interlocuteur privilégié pour les partenaires et les instances nationales du milieu bioalimentaire.

La raison d'être des Tables de concertation bioalimentaire du Québec (TCBQ) et autres organismes régionaux de concertation et de promotion des aliments

Les TCBQ existent depuis plus de 30 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.

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 5e édition, les TCBQ ont invité ces organismes à faire partie de Dynamiques de façon à illustrer la diversité des actions et des projets qui se réalisent aux quatre coins du Québec et qui contribuent au développement du secteur bioalimentaire. Ces régions sont présentées à partir de la page 26 du présent numéro.

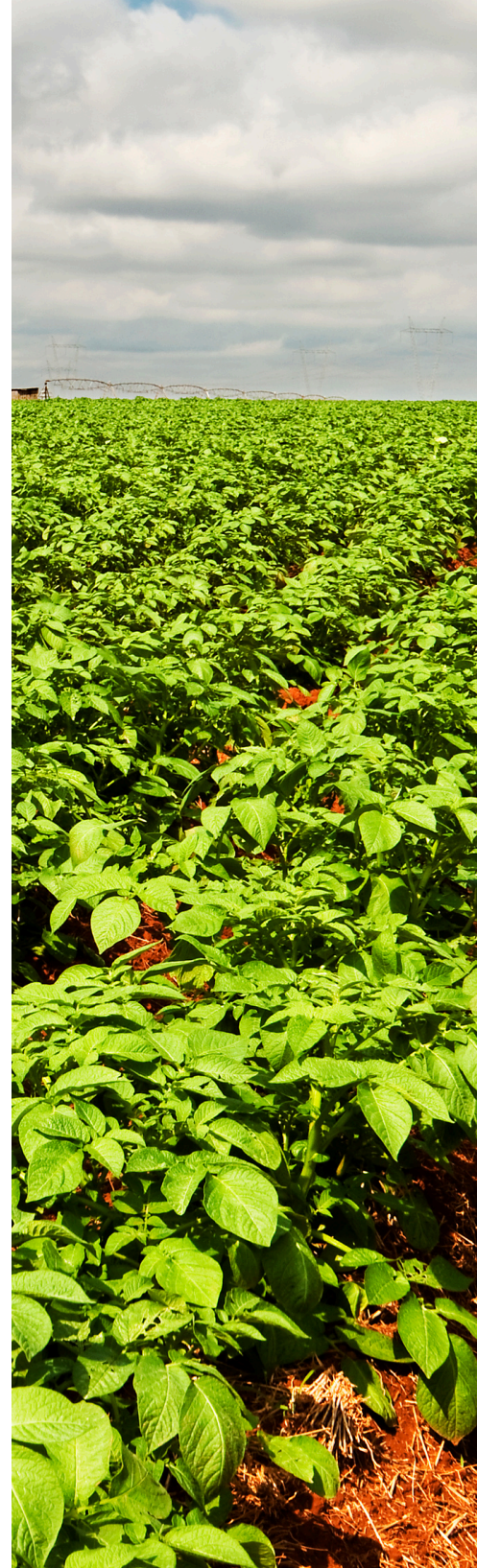
Régies par des conseils d'administration formés d'acteurs du secteur bioalimentaire et reconnues par le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (MAPAQ), les TCBQ sont ancrées dans leur milieu respectif dans onze régions du Québec tandis que l'on compte 7 organismes partenaires répartis dans 7 régions. 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), du ministère de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie (MEIE), de l'Union des producteurs agricoles (UPA) et des municipalités régionales de comté (MRC) de chacun de leur territoire. D'autres partenaires essentiels soutiennent également les actions des TCBQ, mais il serait difficile de tous les nommer ici.

Dynamiques, un outil de promotion

Pour les membres du RTCBQ, 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 du Regroupement des Tables de concertation bioalimentaire du Québec.



Édition : Regroupement des Tables de concertation bioalimentaire du Québec

Textes des régions : TCBQ et organismes partenaires

Montage graphique : Karina Marquis

Mobilisés pour un Québec bioalimentaire fort et ancré dans ses régions

L'année 2024 aura été marquée par une consolidation significative des actions du RTCBQ, un rayonnement accru de nos membres et une reconnaissance grandissante de notre rôle comme acteur stratégique du secteur bioalimentaire québécois. Chaque réalisation, petite ou grande, illustre la force du travail concerté et le dynamisme qui anime notre réseau.

Notre mission est demeurée claire : porter la voix des régions, créer des ponts entre les acteurs et favoriser la mise en commun des savoirs et des expertises. Grâce à l'implication de nos membres et à la collaboration d'un nombre croissant de partenaires, le RTCBQ agit comme catalyseur d'initiatives porteuses et de projets structurants dans toutes les régions du Québec.

Nous sommes particulièrement fiers de l'ampleur qu'a prise le Défi Je mange local, du déploiement continu du Programme des Petits Ambassadeurs, ainsi que de notre présence renforcée dans le secteur institutionnel, où les efforts pour intégrer davantage d'aliments locaux commencent à porter leurs fruits. Les nombreux moments d'échanges entre les régions ont été riches et fructueux, illustrant bien la valeur du codéveloppement dans un secteur en constante évolution.

Cette année a également été celle du maillage stratégique : des rencontres ciblées, une représentation accrue auprès d'instances provinciales et une volonté affirmée d'arrimer les forces de notre réseau aux grands enjeux du milieu. C'est dans cet esprit que notre conseil d'administration et notre équipe ont poursuivi leur travail avec rigueur, engagement et cohérence.

Enfin, nous tenons à saluer la passion, la disponibilité et l'expertise de toutes celles et ceux qui font vivre le RTCBQ au quotidien. C'est cette énergie collective qui fait la force du Regroupement et nous permet d'envisager l'avenir avec ambition.

Cette 11^e édition du magazine *Dynamiques* témoigne de cette vitalité. Elle met en lumière les projets réalisés, les apprentissages partagés et la mobilisation continue de nos membres, dans un esprit de concertation et de développement durable des territoires.

Bonne lecture à toutes et à tous!



Gilbert Berthelot

Président du Regroupement des Tables de concertation bioalimentaire du Québec (RTCBQ)



Marie-Christine Beaulé

Directrice générale du Regroupement des Tables de concertation bioalimentaire du Québec (RTCBQ)

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION DU REGROUPEMENT

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

TABLE DE CONCERTATION BIOALIMENTAIRE DU BAS-SAINT-LAURENT

Mario Hanfield

TABLE AGROALIMENTAIRE DU SAGUENAY-LAC-SAINT-JEAN

Francois Potvin

CARREFOUR DE L'INDUSTRIE BIOALIMENTAIRE DE L'ÎLE DE MONTRÉAL

Katell Burot

TABLE AGROALIMENTAIRE DE L'OUTAOUAIS

Sylvain Léger

TABLE BIOALIMENTAIRE CÔTE-NORD

à venir

GASPÉSIE GOURMANDE

Gilbert Berthelot

LE BON GOÛT FRAIS DES ÎLES DE LA MADELEINE

Natalia Porowska

TABLE AGROALIMENTAIRE DE LA CHAUDIÈRE-APPALACHES

Natacha Lagarde

CONSEIL DE L'INDUSTRIE BIOALIMENTAIRE DE L'ESTRIE

Étienne Fémond

CONSEIL DE DÉVELOPPEMENT BIOALIMENTAIRE DE LANAUDIÈRE

Joëlle Bolduc

EXPANSION PME

à venir

SAVEURS DU BAS-ST-LAURENT

Marilyn Labrecque

OBSERVATEUR

M^e Isabelle Blackburn, Cain Lamarre

L'ÉQUIPE RTCBQ

MARIE-CHRISTINE BEAULÉ

Directrice générale

MIREILLE NAJM

Dt.P., M.Sc.

Chargée de projets pour l'accès aux marchés

ROSALIE DRUM

Agente à l'accès aux marchés

AMÉLIE DESCHÊNES

Responsable des communications
et de la promotion



Manifeste

Manifeste

POUR UN DÉVELOPPEMENT DU QUÉBEC PAR ET POUR LES RÉGIONS

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



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

Planification stratégique

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

Concertation

Le développement de l'industrie bioalimentaire passe par la concertation des acteurs socioéconomiques 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.

S'ALLIER POUR L'ESSOR DU SECTEUR BIOALIMENTAIRE

Alors que la situation géopolitique actuelle place le secteur bioalimentaire québécois au cœur d'un contexte teinté d'incertitude, l'action du Regroupement des tables de concertation bioalimentaire du Québec (RTCQBQ) prend tout son sens, principalement en ce qui concerne l'accroissement de notre autonomie alimentaire.

Plus que jamais, nous devons promouvoir l'achat local, augmenter notre capacité de production et renforcer notre chaîne d'approvisionnement, et cela, tout en accélérant notre virage écologique.

Les Tables de concertation bioalimentaire et les autres organismes de concertation et de promotion des aliments constituent un véhicule idéal pour consolider le développement de la filière sur tout le territoire, notamment car ils suscitent la mobilisation de toutes et de tous et ils facilitent la création de partenariats fructueux.

La Politique bioalimentaire 2025-2035 que le gouvernement du Québec s'apprête à lancer servira d'outil pour soutenir le RTCBQ dans sa mission. Le gouvernement souhaite ainsi favoriser la collaboration dans le milieu, un élément essentiel pour atteindre nos objectifs communs et ambitieux.

La connaissance approfondie des organismes et des intervenants locaux qu'ont les membres du RTCBQ en fait des partenaires précieux. Grâce à eux, nous pouvons mieux cerner les besoins prioritaires et les enjeux de chacune des régions.

Nous saluons le RTCBQ pour sa contribution au développement d'un secteur bioalimentaire fort et prospère. Par la même occasion, votre gouvernement réaffirme sa volonté de venir en aide aux entreprises québécoises et de valoriser les produits québécois dans divers points de vente et institutions publiques.

C'est la pleine collaboration de toutes et de tous qui nous permettra de continuer à augmenter la capacité du Québec à nourrir sa population avec des produits d'ici.



André Lamontagne

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



Andrée Laforest

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

Votre 
gouvernement

Québec 





MOT DU PRÉSIDENT GÉNÉRAL DE L'UNION DES PRODUCTEURS AGRICOLES

Les tensions commerciales avec notre voisin du Sud ont remis l'achat local à l'ordre du jour et les appels à acheter québécois se multiplient depuis janvier dernier. Les agricultrices et les agriculteurs du Québec sont prêts à répondre à l'appel. Ils peuvent compter, comme l'Union des producteurs agricoles (UPA) et ses organisations affiliées, sur les structures de concertation régionale pour construire des secteurs bioalimentaires territorialisés créateurs de richesse. Je salue encore cette année 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 pour le développement régional.

Les consommateurs démontrent aussi un intérêt envers l'agriculture d'ici et les produits locaux. Selon un sondage Léger réalisé pour le compte de l'UPA (mars 2025), 94 % des Québécois qualifient d'importante la contribution du secteur agricole à l'économie et à la vitalité des régions du Québec. Une très large majorité (93 %) juge également qu'il est important de favoriser davantage l'achat de produits issus de l'agriculture locale au Québec.

Si notre mouvement *Mangeons local plus que jamais!*, lancé en 2020, contribue à satisfaire et à alimenter cet engouement, c'est notamment grâce au travail de mise en valeur des savoirs régionaux qui se réalise sur le territoire des différentes TCBQ. Avec la géolocalisation, l'application *Mangeons local* permet ainsi de repérer près de 1 500 points de vente, incluant des fermes de proximité, des producteurs-transformateurs, des petits transformateurs locaux, des marchés publics et des microbrasseries utilisant principalement des grains québécois; une solution simple et rapide pour faire des provisions ou des virées gourmandes.

En ces temps de mouvance économique, cette concertation et cette action collective sont plus que jamais nécessaires pour assurer le développement de ce type de mise en marché. Nous pouvons compter sur la participation active d'un représentant des TCBQ à la Table pour le développement des marchés de proximité de l'UPA pour maintenir le dialogue. Merci de permettre aux productrices et producteurs de poursuivre leur contribution à un projet de société essentiel, c'est-à-dire nourrir durablement nos concitoyennes et concitoyens.



Martin Caron

Président général, l'Union des producteurs agricoles

MOT DU PRÉSIDENT DE LA FÉDÉRATION QUÉBÉCOISE DES MUNICIPALITÉS

Le bioalimentaire : Un levier de développement pour nos territoires

La Fédération québécoise des municipalités, en tant que porte-parole des régions, n'a pas besoin d'être convaincue : le secteur bioalimentaire représente bien plus qu'une simple activité économique. Il s'agit d'un patrimoine vivant, intimement lié à l'identité et à la résilience de nos communautés.

Notre récente consultation auprès de 300 acteurs du milieu a révélé la richesse et la diversité de nos écosystèmes agroalimentaires. Elle a également confirmé ce que nous avançons depuis longtemps : nos municipalités sont des partenaires stratégiques du développement agricole.

Au quotidien, les municipalités travaillent à créer des environnements propices à la croissance des entreprises. Leurs politiques visent à soutenir les producteurs locaux, à valoriser leurs savoir-faire et à stimuler nos économies régionales. Chaque région a ses particularités, ses forces et ses défis spécifiques. Notre rôle est de les accompagner, de faciliter les connexions et de promouvoir l'innovation.

Les enjeux sont nombreux : attractivité des territoires, renouvellement de la relève agricole, adaptation aux changements climatiques. Mais notre détermination est claire : en misant sur la concertation, la créativité et notre capacité à travailler ensemble, nous construisons l'avenir bioalimentaire du Québec.

Un avenir ancré dans nos territoires, nourri par l'expertise de nos producteurs et porté par la vision collective de nos communautés!



Jacques Demers

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



Au RTCBQ, on s'active pour les saveurs d'ici!

En 2024, le RTCBQ a connu une progression marquante. Plus que jamais, il a renforcé son rôle rassembleur, favorisant la collaboration entre les régions et soutenant activement ses membres dans leurs initiatives. Son influence grandissante dans l'écosystème bioalimentaire québécois témoigne de la force de son réseau et de l'impact concret de ses actions.

Les moments d'échange et de codéveloppement se sont multipliés cette année, que ce soit à travers des forums, des congrès, des webinaires ou des rencontres stratégiques. Ces occasions privilégiées permettent non seulement de partager des expertises et des savoir-faire, mais aussi d'inspirer des projets structurants à l'échelle provinciale. Le RTCBQ est fier de voir ses membres jouer un rôle clé en tant que catalyseurs de changement, contribuant ainsi à dynamiser l'ensemble du secteur bioalimentaire québécois.

Pour soutenir cette croissance, le RTCBQ a accueilli trois nouvelles ressources en 2024, élargissant ainsi son équipe et sa capacité d'action. Cette expansion lui permet d'accompagner encore plus efficacement ses membres et de porter des projets d'envergure.

Sur le plan des communications, le RTCBQ a consolidé sa présence sur des canaux essentiels afin de faire rayonner ses membres, en mettant en avant leurs succès et en valorisant leurs initiatives. L'optimisation des contenus et l'évolution de son architecture visuelle ont non seulement renforcé sa notoriété, mais surtout permis d'accroître la visibilité et l'impact de ses membres auprès d'un public élargi.

À travers cette année riche en réalisations, une chose demeure incontestable : la force du RTCBQ réside dans la force de ses membres. Ensemble, ils façonnent un secteur bioalimentaire prospère, innovant et durable, où chaque région trouve sa place et contribue à bâtir l'avenir du Québec agroalimentaire.



Le marché institutionnel

Depuis le printemps 2022, le RTCBQ agit comme partenaire mandataire du MAPAQ au sein de la Stratégie nationale d'achat d'aliments québécois (SNAAQ) afin de faciliter l'intégration des entreprises bioalimentaires québécoises au marché institutionnel public. Son action repose sur trois axes clés : renforcer la collaboration et la concertation entre les partenaires institutionnels, rapprocher l'offre des entreprises bioalimentaires de la demande des institutions publiques et accompagner ces entreprises dans leur processus de commercialisation institutionnelle.

En 2024, 11 initiatives institutionnelles ont été mises en place dans 10 régions du Québec, rejoignant 1 920 entreprises et impliquant 1 333 institutions publiques. Ce déploiement a été rendu possible grâce au troisième appel à projets et à l'engagement des membres du RTCBQ qui y ont répondu.

Pour soutenir les entreprises et optimiser leur accès au marché institutionnel, le RTCBQ enrichit continuellement sa boîte à outils institutionnelle. Parmi les ressources mises à disposition : une cartographie des distributeurs régionaux favorisant l'achat local et l'autonomie alimentaire, une veille SEO pour une meilleure visibilité des appels d'offres, des guides pratiques sur la préparation des produits, la logistique et les stratégies de vente et de négociation, ainsi qu'un répertoire des produits régionaux et des contacts des chargés de projets. Les webinaires mensuels Midis-SNAAQ complètent cet accompagnement en offrant aux producteurs et transformateurs alimentaires du Québec des clés pour accéder aux marchés institutionnels publics.

Le RTCBQ multiplie ses collaborations et événements pour promouvoir les initiatives des TCBQ et de la SNAAQ à travers la province. En 2024, les TCBQ régionales ont organisé 20 événements destinés aux acheteurs institutionnels, en plus de partenariats stratégiques tels que Les institutions mangent local, le SIAL Montréal 2024, ainsi que la participation à la catégorie Produit Institutionnel des Prix DUX.

Enfin, la SNAAQ a permis d'établir de solides collaborations tant au niveau provincial que régional. L'entente avec le MAPAQ a été reconduite jusqu'en mars 2026, assurant ainsi la poursuite de ce déploiement à travers les différentes régions du Québec.



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

Depuis plus de 10 ans, cette initiative vise à outiller les consommateurs à travers un parcours gourmand annuel ponctué d'activités, d'astuces et d'outils pour intégrer plus d'aliments locaux dans leur quotidien. Le point culminant reste en septembre, où des actions qui se déroulent davantage sur le terrain seront mises en place par les Tables et les membres du RTCBQ.

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

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

Des changements qui renforcent l'engagement des Québécois

Cette année encore, le *Défi je mange local* a gagné en popularité, rejoignant désormais plus de 200 000 locavores à travers la province. Le parcours annuel s'est enrichi de thématiques revisitées, permettant de mieux refléter les spécificités des différentes régions du Québec. Cette approche a permis d'offrir un contenu dynamique et ancré dans la réalité des producteurs et consommateurs locaux.

En 2024, le site web du *Défi je mange local* a été entièrement revu afin de répondre aux besoins croissants des utilisateurs. Plus intuitif et visuellement attrayant, il facilite l'accès aux ressources, outils, recettes et articles, permettant de s'informer et de découvrir de nouvelles façons d'intégrer les aliments d'ici. Grâce à l'engagement des membres du RTCBQ et de ses partenaires, le Défi je mange local continue d'évoluer et de rallier de plus en plus de Québécois autour du plaisir de manger local.



Le programme des Petits ambassadeurs

Depuis son lancement provincial en 2022, le Programme des *Petits ambassadeurs* a pris racine dans le paysage des services de garde éducatifs à l'enfance québécois, tissant des liens solides entre les services de garde et les producteurs locaux. Le Programme, piloté provincielement par les Tables de concertation bioalimentaire du Québec, vise à intégrer les produits régionaux et québécois dans l'alimentation des tout-petits, tout en les sensibilisant aux richesses agroalimentaires de leur terroir régional.

En adoptant cette démarche, les responsables alimentaires et autres intervenants des services de garde éducatifs respectent des critères d'approvisionnement alimentaire régional et québécois. De plus, ils s'engagent à organiser, avec les jeunes, des activités éducatives en lien avec le monde agroalimentaire, offrant ainsi aux enfants une immersion dès leur plus jeune âge.

Avec son déploiement provincial, plus de 125 services de garde accrédités *Petits ambassadeurs* génèrent des achats annuels de près de 6 millions de dollars en aliments québécois. Cette somme reflète une augmentation significative par rapport aux années précédentes, témoignant de l'engouement croissant et du savoir-faire de plus en plus fort pour l'approvisionnement local.

Cette mobilisation se vit à la grandeur de la province. Initialement développé au Saguenay-Lac-Saint-Jean, le Programme perdure maintenant dans une douzaine de régions du Québec, démontrant son adaptabilité et son succès à travers la province.

Le Programme des *Petits ambassadeurs* a révélé ce marché insoupçonné pour les entreprises bioalimentaires québécoises en structurant un approvisionnement local viable, économiquement rentable et aligné naturellement avec le cadre éducatif des services de garde éducatifs du Québec.

DYNAMIQUES 11

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

Les projets sont classés selon trois (3) objectifs généraux :

- 1. Planification stratégique et concertation ;**
- 2. Mise en marché et structuration du secteur ;**
- 3. Promotion et différenciation.**

Chacun de ces objectifs généraux se subdivise par la suite en plusieurs thèmes de travail, tels que décrit 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
PLANIFICATION STRATÉGIQUE ET CONCERTATION	1.1 Élaboration et/ou coordination d'une planification stratégique sectorielle régionale	19
	1.2 Animation d'une cellule de concertation du secteur	50
	1.3 Coordination et/ou fiduciaire d'une entente sectorielle	16
MISE EN MARCHÉ ET STRUCTURATION DU SECTEUR	2.1 Développement de stratégies d'accès aux marchés	36
	2.2 Soutien aux entreprises bioalimentaires régionales	44
	2.3 Développement du marché institutionnel (incluant les services de garde éducatifs)	28
	2.4 Développement du marché de la restauration	16
	2.5 Développement du marché du commerce de détail	18
	2.6 Développement du marché de proximité, de l'agrotourisme et du tourisme gourmand	35
	2.7 Optimisation du transport et de la distribution	9
	2.8 Structuration du secteur	19
PROMOTION ET DIFFÉRENCIATION	3.1 Activation d'une marque territoriale ou d'identifiants régionaux	20
	3.2 Caractérisation et valorisation de l'identité alimentaire	13
	3.3 Recensement des entreprises et/ou des produits	20
	3.4 Promotion, sensibilisation et/ou éducation du secteur bioalimentaire	39

COMPILATION DES PROJETS

Secteur bioalimentaire
ORGANISÉ
ET CONCERTÉ



Le SOUTIEN à la mise en
marché et STRUCTURATION du
secteur bioalimentaire



LA PROMOTION ET
DIFFÉRENCIATION du secteur
bioalimentaire



LES TCBQ

Les pages qui suivent présentent les régions en ordre alphabétique et les actions des TCBQ. Chacune d'elle dévoile son projet vedette : ses buts, ses résultats, ainsi que ses dernières réalisations reliées à des projets mobilisateurs, décrites sommairement. Vous constaterez qu'elles ont des répercussions positives sur une multitude d'aspects du secteur bioalimentaire. Nous exposons également, dans la section suivante de Dynamiques 11, 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 Estrie
- 5 Gaspésie
- 6 Îles-de-la-Madeleine
- 7 Lanaudière
- 8 Montérégie
- 9 Montréal
- 10 Outaouais
- 11 Saguenay-Lac-Saint-Jean



PROJET VEDETTE

Projet expérimental d'approvisionnement des institutions publiques en légumes locaux

BUT DU PROJET

Ce projet visait à explorer la faisabilité agronomique et économique de l'approvisionnement des institutions publiques de la région en légumes locaux, par l'entremise d'un transformateur régional. Le projet a permis de documenter les paramètres de culture, de récolte et de conservation de cultivars de légumes utilisés dans les cuisines institutionnelles. Les coûts de production et la rentabilité de ce canal de mise en marché pour les entreprises maraîchères ont également été évalués.

RÉSULTATS

Au niveau agronomique, l'ensemble des variétés testées ont atteint des calibres répondant aux besoins du transformateur et du marché institutionnel. Au niveau économique, le projet a permis de démontrer que l'expérience et le niveau de mécanisation de l'entreprise sont des facteurs déterminants pour dégager un bénéfice. Le projet a permis à huit entreprises maraîchères de la région de fournir 27 000 kg de légumes aux établissements du CISSS du Bas-Saint-Laurent.

PROCHAINES ÉTAPES

Nous souhaitons diffuser largement les résultats de cette étude, entre autres auprès des entreprises maraîchères de la région. Nous aimerions également poursuivre les tests en cuisine dans les institutions pour documenter le rendement des légumes locaux, comparativement aux légumes surgelés ou autres légumes frais ayant parcourus une plus grande distance. Une rencontre avec l'Association des producteurs maraîchers du Québec sera fixée afin de leur présenter les résultats de notre étude.

PROJETS MOBILISATEURS

PLANIFICATION ET CONCERTATION

- Coordination du *Plan régional de développement bioalimentaire*;
- Coordination de l'axe agroalimentaire de la démarche *FabRegion BSL*;
- Coordination du comité régional relève - cédant-e-s;
- Coordination d'un comité de mise en marché institutionnelle.

MISE EN MARCHÉ ET STRUCTURATION DU SECTEUR

- Coordination du *Germoir, parcours d'incubation* : un programme de soutien au démarrage d'entreprises agricoles;
- Expérimentation d'un programme de coupons nourriciers dans les marchés publics;
- Coordination du *Salon de la relève agricole du Bas-Saint-Laurent*;
- Coordination de *Cultiver le Bas-Saint-Laurent* : une campagne de mise en valeur du Bas-Saint-Laurent comme destination pour l'entrepreneuriat agricole;
- Coordination de *Transférer sa ferme* : une campagne de promotion des ressources et stratégies de transfert d'entreprises agricoles;
- Coordination de *J'aime mon marché* : campagne régionale de promotion des marchés publics;
- Étude de faisabilité sur la mise en marché collective de légumes d'hiver biologiques;
- Organisation d'achats groupés d'intrants acceptés en régie biologique;
- Organisation d'un groupe de co-développement pour les maraîchers;
- Réalisation d'un mini parcours agrotouristique pour les tout-petits.

PROJETS MOBILISATEURS

PLANIFICATION ET CONCERTATION

- Organisation du Forum régional avec la participation de 70 acteurs importants du secteur bioalimentaire de Chaudière-Appalaches;
- Animation de comités.

MISE EN MARCHÉ ET STRUCTURATION DU SECTEUR

- Tournage de 10 capsules vidéos mettant en vedette des entreprises qui contribuent au dynamisme régional par leur façon de faire innovante;
- Promotion des marchés publics de la région;
- Relais du *Défi Je mange local* pour la Chaudière-Appalaches.

PROMOTION ET DIFFÉRENCIATION

- Mise en place d'un plan de communication global;
- Optimisation du site web;
- Campagnes publicitaires webs et imprimées;
- Organisation d'un tour agrotouristiques pour retraités;
- Lancement d'une première édition du Marché gourmand de Noël aux Galeries Chagnon avec des entreprises de la région;
- Village Arrêts Gourmands - proposition de 2 itinéraires à réaliser en une demi-journée. 500 dépliants distribués, 200 scans du code QR en 1 mois;
- Enregistrement de 8 épisodes chez des membres des Arrêts Gourmands pour un nouveau balado qui met en valeur le savoir-faire agroalimentaire et entrepreneurial de nos entreprises;
- Tournage de 35 vidéos promotionnelles réalisées d'août à novembre 2024 chez les commerçants, qui ont été vues par près de 300 000 personnes.

PROJET VEDETTE

AgroTaxi - la première application de livraison collaborative destinée aux entreprises de la Chaudière-Appalaches!

BUT DU PROJET

Les entreprises locales, à échelle humaine, ne disposent pas des mêmes ressources en temps, argent et en personnel que les grands détaillants pour livrer leurs produits. En ce sens, collaborer dans une région avec une superficie comme la nôtre est essentiel pour promouvoir l'économie locale. C'est de là qu'est né le projet AgroTaxi, une volonté de simplifier et d'optimiser la logistique de livraison des produits bioalimentaires pour les producteur-rices et transformateur-rices de la Chaudière-Appalaches. L'application, offerte gratuitement, sans abonnement et facile d'utilisation, met en contact les entreprises bioalimentaires qui cherchent à faire livrer leurs produits et celles qui possèdent un véhicule de transport, prêtes à répondre à l'appel.

RÉSULTATS

Depuis son lancement en novembre 2024, près de 50 entreprises s'y sont inscrites avant même que des campagnes de promotion aient été lancées. Depuis janvier, 8000 cartons promotionnels ont été envoyés directement à toutes les fermes de la région en deux campagnes d'envois sur une période de 3 mois. Un reportage a été diffusé sur les ondes de Radio-Canada télé, web et radio. Simultanément, un communiqué de presse a été lancé. Des entrevues ont ensuite suivi à CBC, EnBeauce.com, le réseau des détaillants alimentaires du Québec, etc.

PROCHAINES ÉTAPES

Bien qu'AgroTaxi commence déjà à bénéficier d'une belle visibilité dans la région, il reste encore beaucoup de travail à faire pour faire connaître la plateforme à un maximum de producteur-rices et transformateur-rices. Plusieurs actions de communication restent encore à venir pour poursuivre les efforts de promotion auprès des acteurs clés. L'aspiration pour cette année est d'avoir un nombre encore plus important d'abonné-es sur la plateforme pour ainsi générer un maximum de "matches".



le **Goût** de la
CÔTE-NORD

PROJET VEDETTE

Promotion et mise en valeur des nouveaux bioproduits marins

BUT DU PROJET

Faire la promotion et la mise en valeur de nouveaux bioproduits marins au moyen de capsules vidéo, d'une édition spéciale du magazine Le Goût de la Côte-Nord ainsi que de soirées de projection-discussion dans toutes les MRC de la région.

RÉSULTATS

Augmenter l'offre de bioproduits marins et la diversifier.

PROCHAINES ÉTAPES

- Tournage et montage des capsules;
- Production du magazine;
- Campagne de publicité régionale;
- Tournée de diffusion dans les six MRC du territoire.

PROJETS MOBILISATEURS

DERNIÈRES RÉALISATIONS

- Documentaire sur des initiatives d'agriculture urbaine en Côte-Nord;
- Capsules de marketing pédagogique pour un futur programme collégial portant sur les PFNL.



Crédit photo : Alysson Gallant

PROJETS MOBILISATEURS

DERNIÈRES RÉALISATIONS

- Propulsion de notre nouvelle identité visuelle avec la marque Créateurs de Saveurs Cantons-de-l'Est pour renforcer la notoriété des produits d'ici;
- Refonte de la certification Restaurant Saveurs Cantons-de-l'Est pour mieux valoriser l'offre locale;
- Accompagnement d'une cohorte de 23 CPE dans le cadre du programme Les Petits ambassadeurs, avec 6 CPE qui ont déjà atteint leurs cibles et pourront être accrédités;
- Organisation de la 1^{re} édition de La Grande Foire des Saveurs, réunissant près de 70 exposants, 75 acheteurs et plus de 1 100 visiteurs;
- Lancement de nouveaux sites web pour promouvoir nos initiatives et services;
- Concertation des marchés publics pour favoriser la collaboration et la structuration du réseau;
- Renforcement de la concertation entre les partenaires bioalimentaires et les entreprises;
- Animation du comité agrotouristique pour dynamiser le secteur;
- 7^e saison du circuit les Têtes fromagères (16 fromageries);
- 9^e saison du circuit Brasseurs des Cantons (28 microbrasseries);
- 10^e saison du projet Souvenirs de Cueillette (52 fermes avec 24 cultures différentes);
- Concertation des marchés publics de la région avec campagne promotionnelle;
- Collaboration avec plusieurs festivals et événements gourmands;
- Campagnes web, télévisuelles et radiophoniques;
- Speed-meeting entre les services de garde et les entreprises bioalimentaires;
- Et bien plus encore pour propulser le bioalimentaire estrien!

PROJET VEDETTE

Innover et briller : soutenir les entreprises bioalimentaires de l'Estrie

BUT DU PROJET

Offrir aux entreprises bioalimentaires de l'Estrie un programme varié comprenant des formations, des conférences inspirantes, des panels interactifs et des voyages de prospection stratégique, dans le but de renforcer leurs compétences et d'accélérer leur croissance. Ces initiatives ciblent des thématiques essentielles telles que l'agrotourisme, l'intelligence artificielle, la gestion des réseaux sociaux et l'utilisation efficace des outils numériques. Elles visent également à promouvoir activement l'échange d'expertises, à encourager les partenariats innovants et à créer un réseau dynamique favorisant la collaboration entre les acteurs du secteur bioalimentaire.

RÉSULTATS

Grâce à un programme riche et diversifié intégrant des virées agrotouristiques stimulantes, des formations pratiques sur des outils comme Canva et l'intelligence artificielle, ainsi que des conférences et des panels spécialisés en stratégies de mise en marché, plusieurs entreprises bioalimentaires estriennes ont pu renforcer notablement leur visibilité sur le marché, optimiser efficacement leurs outils numériques et élargir significativement leur réseau professionnel. Ces activités ont non seulement permis d'accroître les compétences individuelles et collectives, mais ont également favorisé des échanges dynamiques et des collaborations fructueuses, contribuant ainsi à consolider durablement le secteur bioalimentaire de l'Estrie.

PROCHAINES ÉTAPES

- Maintenir les efforts de concertation auprès des entreprises afin de proposer des activités qui répondent précisément à leurs besoins actuels;
- Planifier de nouvelles formations adaptées aux attentes et aux réalités des entreprises;
- Organiser davantage de journées et virées agrotouristiques;
- Proposer des conférences et panels abordant des enjeux stratégiques pertinents;
- Encourager activement les collaborations et le partage d'expériences entre entrepreneurs;
- Évaluer régulièrement l'impact des activités afin d'ajuster efficacement les prochaines actions.

Johanick Riendeau
819 346-8905 poste 5114
direction@cible-estrie.org

cibleestrie.ca
createursdesaveurs.com





PROJET VEDETTE

3^{ème} édition des Rencontres marchandes Gaspésie Gourmande

BUT DU PROJET

Les Rencontres marchandes Gaspésie Gourmande (RMGG), c'est le seul salon commercial et professionnel au Québec uniquement dédié à la mise en valeur des produits bioalimentaires de la Gaspésie. Elles visent à mettre en relation les entreprises bioalimentaires de la région et les acheteurs de l'hôtellerie, de la restauration, du détail et du marché institutionnel afin de créer des opportunités d'affaires. L'événement en mots : découvrir, goûter et acheter!

RÉSULTATS

- 21 entreprises de production et de transformation et une entreprise de distribution ont tenu un kiosque;
- 120 visiteur.euses dont 32 acheteur.euses;
- Démonstrations culinaires et de mixologie avec les chefs Yannick Ouellet et Antoine Vendette;
- Panel sur la place que peuvent occuper les produits locaux dans les menus des institutions et ceux des restaurants;
- Échanges sur les défis rencontrés dans l'approvisionnement en produits locaux et conférence sur les grandes tendances en marketing agroalimentaire.

PROCHAINES ÉTAPES

La 4^{ème} édition des Rencontres marchandes Gaspésie Gourmande (RMGG) est en préparation depuis l'automne 2024 et aura lieu en mai 2025. Près d'une trentaine d'entreprises ont réservé leur kiosque et plus de 125 visiteurs sont attendus. Quelques nouveautés ont été ajoutées à l'édition de 2025 : un souper découverte sera offert et des ateliers en lien avec la commercialisation auront lieu le lendemain des RMGG en collaboration avec Papilles développement.

PROJETS MOBILISATEURS

PLANIFICATION ET CONCERTATION

- Coordination des travaux d'élaboration de la planification stratégique sectorielle 2023-2028, mise en place du plan d'action régional et sa mise en œuvre;
- Organisation d'une journée de travail avec les partenaires visant à déterminer les actions prioritaires pour le développement du secteur et des entreprises;
- Rôle accru pour Gaspésie Gourmande dans la gestion et la coordination de l'Entente sectorielle 2023-2026;
- Collaboration à la mise en œuvre des PDZA, PDTA et PAU des MRC de la région.

MISE EN MARCHÉ ET STRUCTURATION DU SECTEUR

- Mise à jour du catalogue de produits pour le marché de la restauration (500 produits) et celui pour le marché du commerce de détail (450 produits);
- Rencontres personnalisées avec 80 acheteur.euses de la région;
- Déploiement du projet pilote pour le marché institutionnel : rencontres avec 30 entreprises, 20 institutions et création d'une liste de 325 produits;
- Mise en œuvre d'une stratégie de commercialisation ciblée des produits régionaux auprès du marché institutionnel.

PROMOTION ET DIFFÉRENCIATION

- Publication de la 19^e édition du Guide-Magazine Gaspésie Gourmande;
- Dans le cadre du Défi je mange local, collaboration à la tenue du marché des récoltes de New Richmond, mobilisation de nombreuses institutions et réalisation d'un concours.



Gaspésie
Gourmande

CONCERTE
PROMOUVOIR
COMMERCIALISER



Le Bon goût frais
des Îles de la Madeleine



PROJETS MOBILISATEURS

PLANIFICATION ET CONCERTATION

- Administration de l'entente sectorielle;
- Élaboration d'un plan d'action agroalimentaire régional 2024-2026;
- Réalisation de la nouvelle planification stratégique du BGFIM;
- Travaux de restructuration de la table de concertation agroalimentaire des Îles;
- Coordination des rencontres des partenaires agroalimentaires des Îles, la mise en œuvre de l'entente de développement sectorielle agroalimentaire et de ses appels de projets;
- Participation à l'élaboration du PDCN des Îles;
- Participation au comité Nourrir notre monde aux Îles;
- Contribution à la mise en œuvre de l'entente sectorielle 2023-2026;
- Participation au projet territoire Horizon 2035;
- Participation à la consultation sur l'octroi des permis d'acquéreur de produits marins;
- Identification et structuration du nouveau modèle d'affaires du BGFIM afin de structurer des offres de services à la carte.

MISE EN MARCHÉ ET STRUCTURATION DU SECTEUR

- Réalisation de la 20e édition du Marché du village;
- Réalisation d'un projet de mise en marché en épicerie pour consolider les espaces de produits locaux et les ententes;
- Organisation d'activités de réseautage avec les institutions publiques et les détaillants;
- Organisation d'une tournée d'entreprises avec les employés des IGA;
- Approvisionnement des bateaux de croisières internationales;
- Organisation du 1er Rendez-vous de la commercialisation;
- Organisation de trois 5@7 de réseautage pour les membres du BGFIM;
- Réalisation d'un portrait de l'offre et de la demande en lien avec l'approvisionnement en milieu institutionnel;

PROJET VEDETTE

Programme Les Cuistots aux Îles - Volet Grands cuistots

BUT DU PROJET

Offrir un continuum d'apprentissage en alimentation aux jeunes madelinots de 3 à 16 ans en intégrant les adolescents au programme des Cuistots aux Îles. Les ateliers Grands cuistots approfondissent la littératie alimentaire à travers divers thèmes, comme la planification de menus, des défis culinaires, la mise en valeur de produits locaux et la réduction du gaspillage alimentaire.

RÉSULTATS

Le projet assure une continuité éducative cohérente pour les jeunes madelinots. Développés par le BGFIM, les ateliers leur permettent de consolider leurs acquis culinaires, d'adopter de meilleures habitudes alimentaires et de mieux comprendre les enjeux liés à l'alimentation. En valorisant les produits locaux et en abordant des thématiques engageantes, il renforce leur ancrage territorial et développe des compétences essentielles à leur autonomie et leur réussite.

PROCHAINES ÉTAPES

- Finaliser la conception des séries ateliers;
- Poursuivre la tenue des ateliers avec le groupe pilote de 10 élèves en parascolaire;
- Structurer l'ensemble du programme des Cuistots aux Îles en un parcours éducatif de proximité en littératie alimentaire et nutrition (Parcours ÉPLAN);
- Collaborer avec les partenaires pour assurer la pérennité des ateliers et élargir leur accessibilité au-delà du cadre parascolaire.

- Création et diffusion d'un guide de bonnes pratiques en commercialisation;
- Participation à l'événement Les Institutions mangent local;
- Poursuite du développement de La GAMME Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine;
- Réalisation et diffusion d'outils grand public visant la protection des terres agricoles.

PROMOTION ET DIFFÉRENCIATION

- Participation au Défi je mange local, prise en charge de la thématique "développement durable" et réalisation de deux capsules vidéo;
- Renouvellement et distribution de la carte Circuit des saveurs;
- Réalisation, distribution et mise en ligne du Répertoire gourmand;
- Réalisation d'un plan de communication;
- Réalisation de campagnes publicitaires radiophoniques, webs et imprimées visant la sensibilisation à l'achat local;
- Réalisation d'une série de chroniques radiophonique sur les enjeux agricoles;
- Réalisation d'une série de chroniques radiophonique : minute mollusque et minute jardin;
- Réalisation et diffusion de recettes dans cahier culturel du journal local.

Caroline Jomphe
418-986-6650
direction@lebonoutfraisdesiles.com

lebonoutfraisdesiles.com
bouillidhistoires.com





PROJET VEDETTE

Nouvelle image de marque pour Goûtez Lanaudière!

BUT DU PROJET

Sensiblement inchangée depuis 2008, l'image de marque de "Goûtez Lanaudière!" avait besoin d'être actualisée avec comme objectifs une plus grande appropriation et fierté des utilisateurs, une excellente visibilité et versatilité dans tous ses contextes d'utilisation et un arrimage encore plus affirmé avec la marque territoriale Vivez Lanaudière, Osez grand, vivez grand.

RÉSULTATS

- Lancement de la nouvelle image de marque, 61 entreprises et partenaires présents;
- Campagne numérique de notoriété;
- Large diffusion dans les médias ainsi que par les partenaires;
- Le nouveau logo de "Goûtez Lanaudière!" se distingue par son design ludique et déconstruit, rappelant une assiette de nourriture soigneusement assemblée. Il reflète la diversité et l'originalité de la région ainsi que la richesse de ses produits;
- Deux déclinaisons du logo ont été développées pour l'application sur les étiquettes produits et une autre pour les circuits touristiques gourmands;
- 5 déclinaisons de couleurs dans 10 tonalités permettront une plus grande adaptabilité sur les emballages et chez les marchands;
- Réalisation d'un guide de normes et d'une trousse médias à partager pour les membres.

Déploiement

- 40 déclinaisons de visuels;
- Dans les mois qui suivront, ce nouveau logo (et ses déclinaisons) fera son apparition sur les produits, chez les commerçants, restaurants et entreprises agrotouristiques membres des campagnes promotionnelles Goûtez Lanaudière!;
- Site Web actualisé.

PROCHAINES ÉTAPES

Poursuite du déploiement des nouveaux outils.

PROJETS MOBILISATEURS

DERNIÈRES RÉALISATIONS

- Table Champêtre Goûtez Lanaudière!
Collaboration avec la Chambre de commerce de Brandon pour mettre Lanaudière au menu, 100 convives;
- Offre de panneaux signalétiques (20 panneaux produits pour 9 entreprises);
- Conférence sur les réseaux sociaux 101 (17 entreprises participantes, 4 partenaires);
- Salon des acheteurs Détail HRI Goûtez Lanaudière!
 - 17 exposants agroalimentaires
 - Visiteurs : 64 personnes représentant 50 établissements ou organisations ont participé au Salon des acheteurs, dont :
 - 2 distributeurs
 - 8 organisations partenaires
 - 15 milieux institutionnels (Notez que le CISSS et le Centre de services scolaire des Affluents ne comptent que pour 1 malgré un grand nom d'établissements couverts)
 - 10 restaurants / 15 détaillants
 - 67 occasions d'affaires potentiels entre fournisseurs et acheteurs
- Déjeuner réseautage du milieu institutionnel en octobre – 28 personnes présentes représentant l'écosystème institutionnel lanaudois : producteurs, transformateurs, résidences pour personnes âgées, Centre de services scolaires, École hôtelière de Lanaudière, un distributeur et les partenaires de ce projet : MAPAQ, ITHQ et RTCBQ;
- Coordination de 7 comités régionaux;
- Campagne promotionnelle concertée de 17 marchés publics lanaudois;
- Services-conseils 2e ligne individuels en commercialisation 124 entreprises;
- Circuits touristiques gourmands et Restaurants Goûtez Lanaudière!





LA MONTÉRÉGIE LE GARDE- MANGER DU QUÉBEC

PROJET VEDETTE

Le Guide gourmand Tastet de la Montérégie

BUT DU PROJET

Le Guide gourmand Tastet de la Montérégie est un projet novateur qui vise à promouvoir l'agrotourisme de la région. Initié par *La Montérégie, le Garde-Manger du Québec*, en collaboration avec Tastet et Tourisme Montérégie, ce projet vise à moderniser les circuits agrotouristiques en offrant aux excursionnistes une expérience immersive et personnalisée. À travers quatre itinéraires saisonniers, il propose des parcours adaptés aux différentes périodes de l'année, permettant ainsi aux visiteurs de profiter des meilleures expériences selon la saison. Un Happening gourmand hivernal a également été organisé pour réaliser une activation sur le terrain et pour promouvoir le Guide. Cet événement a engagé les visiteurs tout en valorisant la diversité culinaire et les acteurs locaux, renforçant la vitalité régionale.

RÉSULTATS

Le Guide gourmand Tastet de la Montérégie a généré un fort engouement depuis son lancement en septembre 2024, positionnant la région comme une destination agrotouristique de choix. Son format numérique, pratique et accessible, a déjà été téléchargé par plus de 900 utilisateurs, permettant à un large public de découvrir les itinéraires saisonniers et les richesses du terroir montréalais. Le projet a eu un impact économique positif pour les producteurs, artisans et restaurateurs, avec une hausse de fréquentation durant les périodes phares. Il a aussi renforcé l'image de la Montérégie grâce à une stratégie de marketing territorial efficace, mobilisant *La Montérégie, le Garde-Manger du Québec*, Tourisme Montérégie, les MRC et les entreprises participantes. L'association avec Tastet, une entreprise de grande notoriété, a également permis un déploiement stratégique et ciblé. Enfin, le Happening gourmand, tenu en février 2024 à la Brasserie Barabas, a réuni plus de 350 participants et une dizaine d'entreprises locales. Cet événement sur le terrain a été une excellente activation pour renforcer l'impact du Guide et attirer encore plus de passionnés d'agrotourisme dans la région.

PROCHAINES ÉTAPES

- Analyser les données de téléchargement du Guide pour mieux comprendre les comportements des utilisateurs;
- Mettre à jour les itinéraires saisonniers en modifiant certaines entreprises et en appliquant les recommandations émises;
- Renforcer la promotion du Guide à travers des campagnes de communication ciblées et des collaborations avec des influenceurs et médias spécialisés;
- Sonder les partenaires, les entreprises et les visiteurs afin d'améliorer l'expérience et la pertinence du contenu;
- Évaluer les impacts économiques et touristiques du projet pour justifier sa pérennisation;
- Continuer la diffusion et la promotion du Guide en intégrant les apprentissages et les ajustements nécessaires.

PROJETS MOBILISATEURS

PLANIFICATION ET CONCERTATION :

- Participation à l'entente sectorielle bioalimentaire en Montérégie 2022-2025;
- Co-porteur du comité régional en tourisme gourmand;
- Développement d'un partenariat avec Tourisme Montérégie.

MISE EN MARCHÉ ET STRUCTURATION DU SECTEUR :

- Projet concerté de développement du marché HRI en partenariat avec Tourisme Montérégie et la Stratégie bioalimentaire Montérégie;
- Mise à jour du répertoire de produits destinés au marché HRI;
- Participation à l'événement *Les Institutions mangent local*;
- Organisation de l'événement *La Montérégie passe à Table*;
- Poursuite du projet des *Petits ambassadeurs*.

PROMOTION ET DIFFÉRENCIATION :

- Coordination de la campagne régionale *La Montérégie, le Garde-Manger du Québec*;
- Participation au *Défi je mange local* et réalisation d'activités promotionnelles;
- Participation à la démarche de circuits distinctifs de Terroir & Saveurs avec l'ATR.



PROJETS MOBILISATEURS

DERNIÈRES RÉALISATIONS

MutuAli : La plateforme numérique qui facilite le partage de ressources alimentaires partout au Québec.

Dans un secteur où l'efficacité et la durabilité sont essentielles, MutuAli offre une solution innovante : la mutualisation des ressources. Que ce soit pour des cuisines de production, des espaces d'entrepôts, des camions, des équipements, des surplus et bien plus encore, cette plateforme facilite le partage pour les entreprises et organismes bioalimentaires.

L'objectif ? Optimiser les coûts, réduire le gaspillage et favoriser la collaboration. Plutôt que d'investir dans de nouvelles infrastructures ou équipements, les entreprises peuvent louer ou partager des ressources existantes. Un espace d'entreposage inutilisé peut ainsi bénéficier à un producteur en manque de stockage. Un transformateur peut accéder à du matériel sans acheter du neuf.

En encourageant une économie de partage et plus circulaire, MutuAli permet aux acteurs du secteur de maximiser leur efficacité tout en réduisant leur empreinte environnementale.

www.mutuali.ca

PROJET VEDETTE

Le HUB du CIBÎM – Un trait d'union entre les transformateurs alimentaires et les institutions québécoises

BUT DU PROJET

Le HUB du CIBÎM facilite l'intégration des produits locaux dans les institutions en créant des liens entre entreprises bioalimentaires et acheteurs institutionnels. Grâce à un accompagnement stratégique et des initiatives concrètes, il vise à structurer une chaîne d'approvisionnement efficace et durable ; favorisant ainsi une alimentation locale, saine et accessible dans les établissements publics.

RÉSULTATS

Depuis son ouverture en juillet 2024, le HUB du CIBÎM a permis d'augmenter la présence des produits québécois dans les institutions de Montréal en optimisant les processus d'approvisionnement. Le HUB c'est plus qu'une centrale de livraison en institutions! C'est un service d'accompagnement des entreprises de transformation, nouvelles sur le marché institutionnel, allant de la mise en relation acheteur-transformateur, la préparation au pitch de vente, la modification du produit pour rencontrer les critères institutionnels (coût de revient, formats, valeurs nutritives, emballages, dégustations et promotions ...) jusqu'à la livraison en institutions.

PROCHAINES ÉTAPES

- Déployer la livraison des produits aux institutions de tout le Québec;
- Poursuivre l'accompagnement des compagnies bioalimentaires pour développer une offre de produits en adéquation avec les besoins des institutions;
- Poursuivre des actions de promotion pour supporter les ventes des produits dans les établissements.



Croquez l'Outaouais!

PROJET VEDETTE

Campagne promotionnelle Croquez l'Outaouais! : Promotion des entreprises agroalimentaires de l'Outaouais

BUT DU PROJET

La campagne promotionnelle **Croquez l'Outaouais!** promeut les entreprises agroalimentaires de l'Outaouais et leurs produits. Elle vise à mettre un visage derrière les aliments que l'on consomme, et à valoriser le travail de celles et ceux qui les produisent. Grâce à des outils comme des campagnes thématiques et des circuits agrotouristiques et gourmands, et à du contenu en littérature agricole/agroalimentaire, la campagne renforce le lien entre consommateurs et entrepreneurs, et sensibilise les consommateurs à l'importance de choisir les produits régionaux.

RÉSULTATS

D'abord, la campagne permet d'accroître la visibilité des entreprises agroalimentaires de l'Outaouais et de leurs produits et, par là même, leurs ventes. D'un autre côté, elle permet d'accroître les connaissances des consommateurs sur les besoins et les réalités des entrepreneurs, les procédés de production et de transformation, etc., et leur fierté régionale.

PROCHAINES ÉTAPES

- Planification stratégique;
- Déploiement d'une nouvelle phase de promotion, incluant des campagnes numériques;
- Poursuite de la production de contenu (articles, portraits d'entrepreneurs, contenu pour les écoles...);
- Renforcement des partenariats avec les entreprises et les partenaires;
- Amélioration continue de la carte interactive et recrutement de nouvelles entreprises participantes.

PROJETS MOBILISATEURS

DERNIÈRES RÉALISATIONS

- Démarche d'élaboration et diffusion du Plan de développement bioalimentaire de l'Outaouais 2025-2030;
- Participation aux démarches de renouvellement et de suivi des Plans de développement de la zone agricole de la région;
- Coordination de l'Entente sectorielle de développement du secteur bioalimentaire de l'Outaouais 2022-2025;
- Coordination, avec la direction régionale de l'Outaouais du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (MAPAQ), des Rendez-vous agroalimentaires de l'Outaouais 2025;
- Campagne promotionnelle régionale Croquez l'Outaouais!, et développement de circuits agrotouristiques et gourmands;
- Campagne promotionnelle des marchés publics (Croquez l'été, Croquez les marchés!);
- Marché de Noël Croquez l'Outaouais!;
- Gestion du Centre de recherche et de développement technologique agricole de l'Outaouais (CREDÉTAO), incluant L'ARTERRE et RésOterres, le Réseau de plateformes agricoles de l'Outaouais.

PROJETS MOBILISATEURS

DERNIÈRES RÉALISATIONS

- Mise en place du membership organisationnel;
- Renouvellement de l'Entente sectorielle;
- Planification stratégique sectorielle 2024-2030;
- Projet d'Optimisation de la logistique de distribution agroalimentaire au SLSJ (En cours);
- Renouvellement et distribution de la carte Expériences gourmandes;
- Foire agroalimentaire (B2B et B2C, 2 au 4 mai 2024);
- Activité de réseautage metro;
- Forum régional sur l'avenir de l'industrie agroalimentaire (12 juin 2024);
- Tournée de renouvellement des déclinaisons de la Zone boréale;
- Catalogue de produits et sa tournée de représentation;
- 2 Campagne de promotion groupées;
- L'Épique assiette.



PROJET VEDETTE

Caractérisation de l'identité alimentaire régionale

BUT DU PROJET

Le projet vise à définir et à promouvoir l'identité alimentaire régionale afin de renforcer la stratégie de positionnement de la Table agroalimentaire du Saguenay-Lac-Saint-Jean. En mettant en lumière les particularités uniques du territoire et de ses produits, cette initiative ouvre la voie à une mise en marché accrue pour les entreprises bioalimentaires de la région. Elle contribue à bâtir un récit fort, mobilisateur et distinctif pour appuyer les efforts de commercialisation, d'attractivité et de rayonnement. Les travaux ont permis de mieux cerner les éléments distinctifs de l'identité alimentaire régionale et d'établir des bases solides pour en maximiser la visibilité et favoriser son appropriation par les milieux.

RÉSULTATS

Les recherches menées par Amélie Masson-Labonté, Geneviève Sicotte et Florence Gagnon-Brouillet ont permis d'identifier quatre terroirs : agropastoral, forestier, lacustre et urbain. Cette hybridité distinctive se manifeste par des produits emblématiques (bleuet, gourgane, ouananiche, tourtière) et des rituels ancrés dans la culture régionale comme la chasse, la pêche, les grandes tablées et la vie de chalet. Ce socle commun offre un puissant levier de marketing territorial, permettant aux entreprises d'ancrer leurs communications dans une image forte et cohérente, et de se démarquer sur les marchés locaux comme hors région.

PROCHAINES ÉTAPES

- Déploiement d'une stratégie renouvelée pour Zone boréale;
- Mise en ligne des résultats sur zoneboreale.com;
- Création d'outils pour les entreprises (guides, formations, contenu clé en main);
- Appropriation de l'identité alimentaire par les milieux (entreprises, institutions, événements);
- Valorisation du positionnement gourmand du territoire dans les efforts de mise en marché, de développement économique, de tourisme et de rétention des talents.



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 Abitibi-Témiscamingue
- 2 Bas-Saint-Laurent
- 3 Capitale-Nationale
- 4 Centre-du-Québec
- 5 Laurentides
- 6 Laval
- 7 Mauricie



PROJET VEDETTE

Réseau de fermes en grandes cultures biologiques

BUT DU PROJET

Le projet de l'UQAT a permis de mettre en place un réseau de fermes pour favoriser l'innovation et transférer les connaissances de la recherche aux entreprises en Abitibi-Témiscamingue. Sur le principe de codéveloppement, il accompagne les agriculteurs dans la production de grains biologiques et dans leur adaptation aux nouvelles pratiques. Ce réseau renforcera la durabilité des fermes et complètera les recherches de l'UQAT sur les écosystèmes agricoles en climat froid et les adaptations aux changements climatiques.

RÉSULTATS

Depuis la création du réseau, les 13 producteurs et productrices du réseau se sont réunis à neuf reprises pour des rencontres de réseautage et des activités de mentorats. Ils ont aussi participé à 47h de formation continue sur divers sujets, de la gestion des mauvaises herbes à l'utilisation d'indicateurs économiques. Trois projets de recherche ont été mis en place directement sur les entreprises. Les analyses ont été réalisées dans le laboratoire de l'UQAT nouvellement équipé, grâce à l'apport de l'Entente sectorielle bioalimentaire. Les résultats ont été présentés lors d'une journée champ à l'été 2024.

PROCHAINES ÉTAPES

- Poursuite des essais;
- Nouveaux essais sur la gestion des mauvaises herbes;
- Poursuite des activités de formation et de réseautage;
- Diffusion des résultats aux producteurs et intervenants de la région lors de journées champs;
- Analyses de grains au Centre du Témiscamingue;
- Recrutement d'une personne étudiante à la maîtrise.

PROJETS MOBILISATEURS

DERNIÈRES RÉALISATIONS

- Réseau de ferme en grandes culture biologique de l'Unité de recherche en développement agroalimentaire en Abitibi-Témiscamingue (URDAAT) / UQAT;
- Journée mobilisatrice des acteurs de la filière viandes afin d'élaborer un plan d'action;
- Cohorte de commercialisation pour les entreprises commercialisant de la viande avec 48e Nord International;
- Cours de Boucherie 101 avec le CFP du Lac-Abitibi;
- Mise en place d'un service ARTERRE régional.



PROJETS MOBILISATEURS

DERNIÈRES RÉALISATIONS

- Salon bioalimentaire Marché des Saveurs du Bas-Saint-Laurent;
- Répertoire des fournisseurs bioalimentaires bas-laurentiens pour les acheteurs professionnels;
- Parcours gourmand Saveurs & Gourmandises présentant 177 entreprises bioalimentaires;
- Colloque régional « Emballons-nous pour le marché institutionnel »;
- Plateforme pour la livraison collaborative;
- Carte-cadeau utilisable chez 60 entreprises participantes;
- Accompagnement du marché institutionnel (substitution d'intrants par des produits d'ici);
- Campagne d'affichage de valorisation des artisans bioalimentaires chez les détaillants;
- Promotion : Semaine québécoise des marchés publics;
- Filières des produits forestiers non ligneux et cultures innovantes du Bas-Saint-Laurent;
- Filière de noisetiers du Bas-Saint-Laurent;
- Filière genévrier et aromates du Bas-Saint-Laurent;
- Promotion du secteur avec l'infolettre mensuelle;
- Participation au Défi je mange local et rayonnement des produits régionaux;
- Participation à la semaine Les institutions mangent local;
- Accompagnement des entreprises dans le cadre du programme d'achat local des épiceries Metro.

Nicole Lavoie
418 724-9068
info@saveursbsl.com

saveursbsl.com



PROJET VEDETTE

Un site de rencontre pour professionnels du bioalimentaire local!

BUT DU PROJET

Face aux défis logistiques rencontrés par les entreprises bioalimentaires du Bas-Saint-Laurent, l'initiative de livraison collaborative a vu le jour. Ce projet novateur vise à optimiser la distribution des produits locaux en mutualisant le transport entre producteurs et transformateurs de la région et bien plus encore. En favorisant une logistique plus efficace et durable, cette initiative permet de réduire les coûts de livraison, d'améliorer l'accessibilité des produits locaux et de renforcer la compétitivité des entreprises du secteur. Un réseau de mise en relation commerciale! Le projet a été développé en collaboration avec La Charrette, un organisme de la France qui a de l'expérience dans la livraison collaborative pour les produits locaux. Ce partenariat nous a permis de nous inspirer de leur modèle et d'adapter leurs outils à notre réalité. Nous remercions nos précieux partenaires financiers, le ministère de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie, les SADC du Bas-Saint-Laurent ainsi que Desjardins grâce à qui ce projet a pu voir le jour.

RÉSULTATS

Depuis son lancement en 2024, la plateforme de livraison collaborative a généré des impacts significatifs. Plus de 70 entreprises ont déjà adhéré à cette solution, facilitant ainsi la distribution de leurs produits vers les détaillants, restaurants et institutions de la région. Grâce à l'optimisation des trajets, des réductions de coûts et de temps liées au transport peuvent être observées. Bien plus qu'un outil pour le transport, elle permet également aux entreprises d'afficher une offre ou une demande de produits. En plus de l'aspect logistique, ce projet encourage la collaboration entre les entreprises. Il facilite les échanges, crée des occasions d'affaires et soutient l'innovation en favorisant les partenariats locaux. Ce réseau dynamique contribue à bâtir une chaîne d'approvisionnement régionale plus forte, résiliente et axée sur le développement durable.

PROCHAINES ÉTAPES

- Élargir le réseau de participants pour inclure davantage d'entreprises;
- Intégrer de nouveaux outils technologiques pour optimiser encore davantage la logistique;
- Accroître la portée du projet afin d'assurer une distribution locale plus efficace;
- Accompagner les utilisateurs présents sur la plateforme;
- Élargir l'offre et la demande aux produits afin de trouver de nouveaux débouchés;
- Faire rayonner la plateforme et son rôle de site de rencontre pour professionnels du secteur.





**SAVEURS DE
CHEZ NOUS**

CAPITALE-NATIONALE
LÉVIS

PROJET VEDETTE

| Saveurs de chez nous

BUT DU PROJET

Saveurs de chez nous a pour but de faire rayonner les produits agroalimentaires de la Capitale-Nationale et de Lévis. Cette initiative souhaite faciliter l'accès aux produits régionaux en les rendant disponibles dans une épicerie près de chez nous, en plus d'encourager la consommation locale. Elle contribue ainsi à soutenir les acteurs agricoles et agroalimentaires et à promouvoir le développement durable de la région.

RÉSULTATS

Plus de 150 produits régionaux sont disponibles depuis le printemps 2024 dans près de 60 épicerie de la Capitale-Nationale et de Lévis. Les produits se retrouvent sur les tablettes régulières ou dans des sections réservées à l'appellation *Saveurs de chez nous*. Pour que les consommateurs puissent identifier les produits sur les tablettes, une image de marque, des outils de mise en marché ainsi qu'un site web ont été développés. Une campagne publicitaire numérique a été lancée de juin 2024 au début septembre de la même année..

PROCHAINES ÉTAPES

- Le déploiement des produits dans d'autres épicerie ainsi que le recrutement de nouveaux producteurs vont se poursuivre;
- Il est également prévu de maintenir l'offensive publicitaire numérique débutée en 2024;
- Les pages Facebook et Instagram associées continueront d'être alimentées en continu.

PROJETS MOBILISATEURS

DERNIÈRES RÉALISATIONS DE L'ENTENTE

- Programme d'aide financière à la remise en production des terres agricoles inexploitées;
- Programme d'aide financière aux circuits agrotouristiques;
- Programme d'aide financière aux marchés publics;
- Les Petits ambassadeurs;
- Le Camp d'entraînement agricole;
- Le concours en entrepreneuriat agricole Sur les traces de Louis Hébert.



ENTENTE AGRICOLE &
AGROALIMENTAIRE
Capitale-Nationale et Lévis



Nos aînés mangent local



PROJETS MOBILISATEURS

DERNIÈRES RÉALISATIONS

- Poursuite du programme des *Petits ambassadeurs* : nouveaux milieux de la petite enfance dans la cohorte, nouvelles accréditations, activités, etc.;
- Intégration de *Goutez-y!* au sein de la Table des MRC Centre-du-Québec;
- Mise en place d'un plan d'action et d'un plan de communication 2024-2027;
- Création d'un nouveau comité d'orientation incluant des producteurs, transformateurs et des marchés;
- Chantiers de travail pour la refonte du membership, du site Web et du logo;
- Partenaire et organisateur de la journée INPACQ Commercialisation & marketing du MAPAQ;
- Membre du comité régional en tourisme gourmand;
- Défi je mange local : Déploiement de la thématique du mois d'octobre sur la canneberge du Québec.

PROJET VEDETTE

Projet pilote Nos aînés mangent local

BUT DU PROJET

- Démystifier la démarche d'accès des résidences pour aînés publics et privés du Centre-du-Québec;
- Documenter les pratiques et besoins afin d'outiller les producteurs et transformateurs pour qu'ils soient en mesure d'évaluer cette option de mise en marché sur le territoire;
- Préparer les entreprises bioalimentaires de la région aux besoins de ces acheteurs;
- Stimuler l'approvisionnement de produits bioalimentaires régionaux auprès des résidences pour aînés et accroître la part de leurs achats de produits de la région.

RÉSULTATS

Les entreprises bioalimentaires du Centre-du-Québec sont dorénavant en mesure :

1. D'évaluer si la mise en marché auprès des résidences pour aînés publiques et privées peut être une occasion d'affaires pour elles;
2. D'identifier, de géolocaliser et d'avoir en main les coordonnées des établissements du milieu public et privé de la région du Centre-du-Québec en vue de les approcher pour une potentielle mise en marché;
3. De se préparer adéquatement avant de rencontrer une résidence pour aînés grâce aux recommandations suggérées.

Outil développés et mis à la disposition des entreprises bioalimentaires :

- Fiche *Approvisionner une résidence pour aînés : ce qu'il faut savoir*
- Cartographie des établissements du milieu public et privé de la région du Centre-du-Québec

Outils développés et mis à la disposition des responsables des résidences pour aînés :

- Boîte à outils : répertoires de l'offre alimentaire locale, outils pratiques, recettes et formations
- Webinaire *Des aliments sains et locaux en résidence pour aînés : trucs et astuces sans augmenter les coûts*

PROCHAINES ÉTAPES

- Pérenniser les liens bâtis avec les résidences pour aînés de la région;
- Favoriser de futurs maillages entre les producteurs et transformateurs avec les résidences pour aînés;
- Suivre le projet pilote du CIUSSS MCQ sur l'accompagnement offert par les nutritionnistes de la direction de santé publique et responsabilité populationnelle aux résidences pour aînés dans l'amélioration de la qualité nutritionnelle de leurs menus;
- Poursuivre la promotion du projet et des outils développés;
- Créer des ponts avec d'autres projets sur le territoire, notamment les *Petits ambassadeurs*;
- Organiser un seul grand événement de maillages réunissant tous les créneaux de marchés.



PROJET VEDETTE

| Le Grand forum bioalimentaire

BUT DU PROJET

Le Grand Forum Bioalimentaire des Laurentides s'est tenu le 28 février 2025. Cet événement de concertation multisectoriel a constitué le point culminant des démarches de concertation vers la nouvelle stratégie bioalimentaire 2025-2030, visant à renforcer la filière bioalimentaire régionale. Le forum a également servi de plateforme pour le lancement de la nouvelle campagne de promotions des produits de la région «Laurentides j'en mange! », accompagné de sa toute nouvelle identité visuelle.

RÉSULTATS

Près de 90 participant-es, incluant plusieurs entreprises du secteur bioalimentaire et partenaires clés, ont pris part à cet événement. Les discussions et ateliers ont permis de partager des perspectives et de contribuer activement à l'identification des priorités et des solutions collectives. Les fonds amassés grâce aux frais d'inscription, totalisant 2 150,00 \$, ont été remis à Moisson Laurentides. De plus, le nouveau logo "Laurentides j'en mange!" et ses slogans accrocheurs ont suscité l'intérêt et l'engagement envers l'identifiant notre identifiant!

PROCHAINES ÉTAPES

Adoption de la stratégie bioalimentaire 2025-2030 et du plan d'action à la fin avril 2025.

Objectifs :

- Assurer des entreprises prospères et pérennes;
- Favoriser la croissance et le développement de nouveaux marchés;
- Promouvoir un système bioalimentaire durable et responsable.

Promotion continue de la campagne :

- Forte présence publicitaire de la campagne "Laurentides j'en mange" tout au long de l'année;
- Initiatives de soutien à l'achat local offrant des avantages aux consommateurs et aux entreprises;
- Des entreprises mobilisées et investies autour de cette grande campagne!

PROJETS MOBILISATEURS

DERNIÈRES RÉALISATIONS

- Forte mobilisation des partenaires du secteur via une entente sectorielle rassembleuse;
- Stratégie bioalimentaire 2025-2030;
- Nouvelle identité visuelle Laurentides j'en mange;
- Nouvelle campagne de promotion grand média Laurentides j'en mange;
- Laboratoire agro-forestier pour une valorisation des terres en friche;
- Cohorte en gestion évolutive pour entreprises en transformation alimentaire;
- Continuum de service - Écoute agricole Laurentides;
- Collaboration régionale vers une optimisation et mutualisation de la distribution alimentaire.



PROJETS MOBILISATEURS

DERNIÈRES RÉALISATIONS

- Élaboration et lancement du Plan de développement de la zone agricole (PDZA) de Laval;
- Déploiement du Plan de développement et de valorisation de la transformation agroalimentaire de Laval;
- Élaboration du Plan de développement de la communauté nourricière de Laval (PDCNL) - en cours;
- Déploiement d'un Programme de remise en culture de terres agricoles en friche;
- Mise en oeuvre du Parc en innovation agricole de Laval (PIAL);
- Mise en oeuvre d'actions de promotion de l'autonomie alimentaire et de l'achat local sous l'égide de la marque Saveurs de Laval;
- Participation au Défi je mange local (recettes, articles promotionnels, vidéo promotionnel);
- Continuation du projet d'accréditation des Petits ambassadeurs de Laval.

PROJET VEDETTE

Plan de développement de la zone agricole de Laval

BUT DU PROJET

Doter le territoire d'un plan d'action afin de faire de l'agriculture lavalloise une destination de choix et un garde-manger diversifié tant pour les lavallois que pour l'ensemble de la région métropolitaine, en comptant sur des entrepreneurs agricoles fiers, au sein d'entreprises dynamiques, innovantes et prospères qui préparent la relève pour assurer le développement à son plein potentiel d'un territoire agricole protégé.

RÉSULTATS

Un PDZA 2024-2030 en continuité avec le précédent et un plan d'action comprenant 7 chantiers de travail :

- Accès à la terre;
- Agriculture de proximité, agrotourisme et promotion des produits locaux;
- Mise en valeur des boisés;
- Maillage, accompagnement entrepreneurial et main-d'œuvre;
- Réglementation et cohabitation;
- Attractivité en cultures abritées et cultures en milieu clos;
- Gestion durable des cours d'eau.

PROCHAINES ÉTAPES

Afin de mettre en œuvre les projets du PDZA, les partenaires du secteur ont mis en commun des ressources financières et techniques sous la forme d'une entente sectorielle de développement du secteur agroalimentaire.

Sous la responsabilité de Laval économique et de la Ville de Laval, la mise en œuvre des actions du PDZA fera l'objet d'un suivi par le comité technique du PDZA. Ce dernier, qui a été impliqué dans le processus de révision et qui est composé de partenaires du secteur agroalimentaire lavallois, sera sollicité au moins une fois par année à participer à des groupes de travail portant sur les orientations stratégiques dans le but de veiller à la concrétisation du PDZA.



PROJET VEDETTE

Accroître la part des aliments de la Mauricie dans le milieu HRI

BUT DU PROJET

Afin d'augmenter la présence des produits alimentaires de la Mauricie dans le secteur HRI (hôtels, restaurants et institutions), ce projet comporte trois axes majeurs : le transfert d'informations, l'accompagnement des entreprises et la mobilisation du milieu institutionnel. Une activité de maillage, sous forme de Salon d'acheteurs, a été organisée, réunissant un panel d'invités et offrant deux formations destinées aux exposants pour favoriser les échanges et renforcer les partenariats. Ce premier Salon d'acheteurs marque une étape importante dans le développement d'un réseau solide entre les producteurs locaux et les acheteurs, renforçant ainsi la visibilité et l'accessibilité des produits mauriciens.

RÉSULTATS

- Neuf entreprises ont suivi la formation présalon « L'art de vendre, ça s'apprend ! », pour optimiser leur offre et fidéliser la clientèle avant le salon. Lors du salon d'acheteurs;
- Vingt-deux exposants ont présenté leurs produits à 64 acteurs du milieu HRI, détaillants, et partenaires, renforçant ainsi les liens dans le secteur;
- Près de quatre-vingt-dix personnes ont participé au salon d'acheteurs qui a permis de favoriser les rencontres et les échanges entre professionnels, les représentants du milieu HRI et les producteurs transformateurs;
- Cinq représentants du milieu, dont un chef, une direction de CPE, une maraîchère, une conseillère cadre en alimentation au CIUSSS MCQ et une propriétaire d'entreprise agroalimentaire ont pris part au panel « Démystifier le milieu HRI » qui a permis de mettre en lumière les spécificités de ce milieu. L'objectif était de permettre aux participants de mieux appréhender les défis et les attentes de ce secteur qui est en constante évolution;
- Douze entreprises ont pris part à la formation post salon, « Le marketing, ce n'est pas seulement une affaire de réseaux sociaux ! » qui leur a permis d'approfondir leurs compétences en marketing 360, visant à accroître leur visibilité et stimuler leurs ventes.

PROCHAINES ÉTAPES

- Bonifier la collaboration avec les écoles, concessionnaires, traiteurs et distributeurs;
- Développer des projets dans le milieu scolaire dans le but d'améliorer l'approvisionnement local;
- Créer des outils de sensibilisation pour encourager l'approvisionnement en collations locales;
- Favoriser le maillage avec les milieux intéressés et créations de liens B2B avec les entreprises locales;
- Faire connaître les bons coups à travers le réseau pour inspirer d'autres milieux à participer au projet;
- Consolider et déployer encore plus l'identifiant agroalimentaire régional le MIAM Mauricie.

PROJETS MOBILISATEURS

PLANIFICATION ET CONCERTATION:

- Co-coordination du comité ATG avec Tourisme Mauricie et mise en oeuvre du plan d'actions;
- Coordination du comité Petits ambassadeurs Mauricie et mise en oeuvre du plan d'actions;
- Coordination du comité MIAM Mauricie et mise en oeuvre du plan d'actions;
- Création du Comité Alimentation Scolaire Mauricie pour projet de collations et d'accompagnement en milieu scolaire;
- Présence sur le comité directeur de la Filière mycologique de la Mauricie et de l'événement MYCO;
- Présence sur la Table de concertation en agroenvironnement de la Mauricie.

MISE EN MARCHÉ ET STRUCTURATION DU SECTEUR:

- Bonification des fiches membres dans le répertoire, pour un meilleur référencement SEO;
- Évaluation des entreprises pour la mise en place de circuits gourmands distinctifs;
- Partenariat avec l'ADAQ pour une activité de maillage entre les producteurs et les détaillants.

PROMOTION ET DIFFÉRENCIATION:

- Soutien au déploiement du service de l'ARTERRE et d'AVENIR entreprises agricole Mauricie;
- Financement de 11 projets collectifs visant la mise en valeur des produits régionaux et le développement de l'agriculture et de l'agroalimentaire;
- Déploiement du Défi je mange local en Mauricie;
- Participation à l'événement Les Institutions mangent local! avec deux RPA de la région.



PDAAM

Partenaires du Développement de
l'Agriculture et de l'Agroalimentaire
en Mauricie



IDENTIFIANTS RÉGIONAUX

17 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.

PRODUCTEURS ET TRANSFORMATEURS



PARTENAIRES DÉTAILLANTS



PARTENAIRES RESTAURATEURS



MARCHÉS PUBLICS



CIRCUITS TOURISTIQUES GOURMANDS



ORGANISMES DE SOUTIEN PARTENAIRE





REGROUPEMENT
DES TABLES
DE CONCERTATION
BIOALIMENTAIRE
DU QUÉBEC

TABLES DE CONCERTATION BIOALIMENTAIRE DU QUÉBEC



Table de
concertation
bioalimentaire
du Bas-Saint-Laurent
Mobiliser. Concerter. Rayonner.

BAS-SAINT-LAURENT
Table de concertation bioalimentaire
du Bas-Saint-Laurent



LANAUDIÈRE
Conseil de développement
bioalimentaire de Lanaudière



CHAUDIÈRE-APPALACHES
Table agroalimentaire de la
Chaudière-Appalaches



MONTÉRÉGIE
Expansion PME



CÔTE-NORD
Table bioalimentaire Côte-Nord



MONTREAL
Carrefour de l'Industrie
Bioalimentaire de l'Île de Montréal



ESTRIE
Conseil de l'industrie bioalimentaire
de l'Estrie



OUTAOUAIS
Table agroalimentaire de
l'Outaouais



GASPÉSIE
Gaspésie Gourmande



SAGUENAY-LAC-SAINT-JEAN
Table agroalimentaire du
Saguenay-Lac-Saint-Jean



ÎLES-DE-LA-MADELEINE
Le Bon goût frais des Îles de la
Madeleine

Autres organismes régionaux de concertation et de promotion des aliments



ABITIBI-TÉMISCAMINGUE
Centre local de développement
Abitibi



CONSEIL DES PRÉFETS
ET DES ÉLUS
RÉGION DES LAURENTIDES
76 municipalités, 650 000 Québécois

LAURENTIDES
Conseil des préfets et des élus
des Laurentides



BAS-SAINT-LAURENT
Saveurs du Bas-Saint-Laurent



LAVAL
Table de développement
agroalimentaire de Laval



ENTENTE AGRICOLE &
AGROALIMENTAIRE
Capitale-Nationale et Lévis

CAPITALE-NATIONALE
Communauté métropolitaine de
Québec



MAURICIE
Partenaires du développement
de l'agriculture et de
l'agroalimentaire
de la Mauricie



CENTRE-DU-QUÉBEC
Table des MRC Centre-du-Québec