



# RAPPORT ANNUEL 2022

## MOT DE LA PRÉSIDENTE ET DE LA DIRECTRICE GÉNÉRALE

### Chers membres, chers partenaires,

Encore une fois, nous pouvons dire que la dernière année ne fut pas de tout repos.

L'année 2022 a amené son lot de défis, notamment avec la pénurie de main-d'oeuvre et le contexte économique marqué par l'inflation. Malgré tout, les entreprises bioalimentaires ont su s'adapter et continuent d'innover au quotidien.

Chapeau aux entreprises bas-laurentiennes qui se démarquent par leur créativité, leur savoir-faire et leur agilité. Dans un contexte en pleine mouvance, ces qualités s'avèrent de réels atouts.

Merci à chacun de nos membres, partenaires et employés pour votre dévouement pour le milieu bioalimentaire bas-laurentien. Grâce à vous, notre belle région brille, autant à l'échelle régionale que provinciale.

Merci pour votre précieuse implication!

**Nancy Bergeron**

Présidente



### Innovation et détermination!

Savoir innover dans le monde bioalimentaire est un art, votre originalité et votre façon de vous renouveler est source d'inspiration. Cette année fut marquée par l'émergence d'entreprises en économie circulaire et la multiplication de nouveaux entrepreneurs sur le territoire un terrain fertile au Bas-Saint-Laurent.

Mon équipe et moi sommes très fiers de partager cette passion qui nous rassemble et de faire découvrir notre Bas-Saint-Laurent tout en saveurs au quotidien. Le développement de nouveaux outils de promotion nous permet d'offrir de nouvelles sources de promotion pour le développement de l'achat local. L'autonomie alimentaire n'aura jamais autant été promue dans toutes ses facettes et sur les différents réseaux, et vous êtes les vecteurs de cette croissance.

Je vous remercie, vous, membres du conseil d'administration, de votre implication et je remercie aussi mon équipe de leur dévouement à notre Association.

Merci aux entreprises du Bas-Saint-Laurent de croire en l'Association, un moteur de développement économique.

**Nicole Lavoie**

Directrice générale



## ■ MISSION

Faciliter la commercialisation des produits bioalimentaires de la région, d'une part, par la promotion d'une marque de prestige et, d'autre part, par des services adaptés qui respectent la réalité propre de chacune des entreprises membres.

## ■ OBJECTIFS

- Augmenter la visibilité et la notoriété des produits bioalimentaires bas-laurentiens ainsi que le savoir-faire et l'originalité des entreprises régionales;
- Développer des outils et des activités de promotion;
- Développer des alliances stratégiques avec les détaillants et les boutiques spécialisées de la région afin de commercialiser les produits régionaux;
- Sensibiliser les hôteliers, les restaurateurs et les institutions à utiliser les produits de la région et à en faire la promotion auprès des consommateurs;
- Favoriser la création de liens d'affaires avec les producteurs, les transformateurs, les distributeurs, les détaillants, les hôteliers, les restaurateurs et les institutions.

## ■ STRATÉGIES DE CONSOLIDATION

**La commercialisation/promotion** vise à augmenter la visibilité des produits bioalimentaires bas-laurentiens auprès des différentes clientèles à partir d'outils de promotion et d'activités organisées au Bas-Saint-Laurent et ailleurs au Québec.

**Les services-conseils** permettent d'offrir des services spécialisés reliés au bioalimentaire selon les tendances et les réglementations en vigueur afin d'aider les entreprises et aussi d'offrir des avantages à prix compétitifs.

**Le réseautage** consiste à développer des partenariats, des ententes ainsi que des projets sectoriels tels que maillage d'entreprises, réseau de contacts, regroupement sectoriel, colloques, etc.

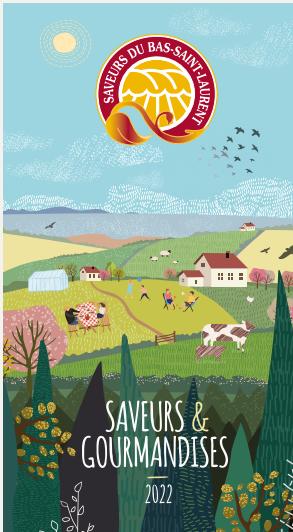
**Le développement** vise à accroître les compétences en offrant de la formation qui répond aux besoins des entreprises de l'industrie bioalimentaire.

## ■ CLIENTÈLES

- Producteurs et transformateurs
- Distributeurs
- Hôteliers, restaurateurs et institutions (HRI)
- Consommateurs de la région et du Québec
- Commerces de détail

# OUTILS DE PROMOTION

## ■ SAVEURS ET GOURMANDISES



« Un parcours gourmand pour découvrir la région tout en saveurs! »

Distribué à  
**30 000 exemplaires**

**147 entreprises** bioalimentaires y sont répertoriées

L'innovation et le savoir-faire des artisans bioalimentaires nous font voyager et découvrir les plus beaux trésors de notre région. La qualité et la diversité de notre terroir bas-laurentien permet à chacun de créer son propre parcours gourmand à l'aide de cet outil. Le développement des entreprises passe aussi par le rayonnement du secteur et par une ou des promotions adaptées dans un circuit gourmand.

La distribution se fait lors de nos activités, mais également dans les bureaux d'information touristique du Bas-Saint-Laurent, de la Gaspésie, Montmagny, Drummondville, Saint-Hyacinthe et Trois-Rivières, chez les maisons du tourisme de Québec et de Montréal, ainsi que chez les entreprises membres.

En plus des 147 entreprises locales, l'édition 2022 du guide **Saveurs et Gourmandises** contient la Route des bières de l'Est du Québec, la Route des Navigateurs, la Route des Frontières et la Route des Monts Notre-Dame.



## ■ SITE WEB **SAVEURSBSL.COM**

Les Saveurs du Bas-Saint-Laurent, c'est plus de **170 entreprises** membres œuvrant dans tous les secteurs bioalimentaires, soit la production, la transformation, l'hôtellerie-restauration, le commerce de détail, le milieu associatif et la distribution.

Son portail Web (saveursbsl.com) permet aux consommateurs de découvrir les produits bioalimentaires régionaux ainsi que les différents points de vente, mais également de découvrir l'humain au coeur de chacune des entreprises.

L'Association est fière de constater que les consommateurs du Bas-Saint-Laurent ont répondu «PRÉSENTS»! Du 1er au 4 décembre 2022, **près de 5 000 internautes** ont visité le site Web de l'Association, et ce, en 4 jours seulement!



## UN RÉEL ENGOUEMENT POUR LES ENTREPRISES D'ICI!

En 2022, le site Web a attiré  
**154 927 visiteurs uniques**

Au total, les pages du site Web ont été visitées **641 456 fois**

# OUTILS D'INFORMATION



## LE FURETEUR COMPLICE

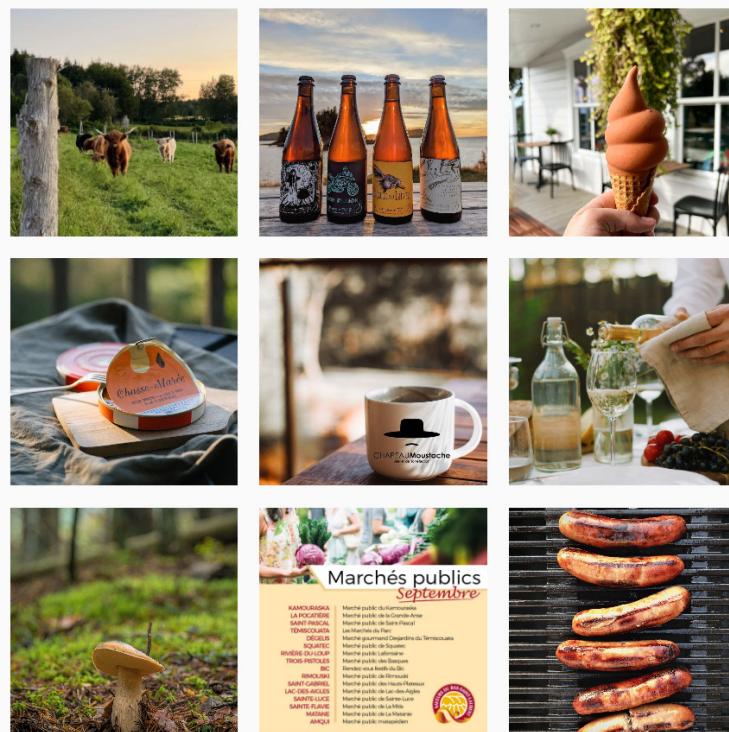
En 2022, les **11 parutions** du bulletin d'information ***Le Fureteur Complice*** ont été vues plus de **3 000 fois**. L'infolettre présente les dernières tendances et innovations du secteur bioalimentaire. Vous y retrouverez aussi les nouvelles découlant du grand réseau de l'Association ainsi qu'un calendrier des formations et événements du secteur.

## FILIÈRE PFNL

Les infolettres du projet ***Sélection de cultivars de noisetier et optimisation des pratiques d'implantation adaptées aux conditions du Bas-Saint-Laurent*** est un outil de communication servant à informer l'ensemble des producteurs du réseau sur les activités passées, en cours et à venir et les informations grand public.

## MÉDIAS SOCIAUX

Présente sur les médias sociaux, l'Association est active sur Facebook et Instagram où elle y présente les dernières nouvelles du secteur et de ses membres.



La page Facebook des Saveurs du Bas-Saint-Laurent comptait **8 414 abonnés** au 31 décembre 2022, soit plus de **1 000 abonnés supplémentaires** qu'au 1<sup>er</sup> janvier 2022. Au total, ce sont 262 publications qui ont été **vues 418 000 fois**!

L'Association est également active sur Instagram avec un compte cumulant **1 393 abonnés**. En 2022, ce sont 80 photos et vidéos mettant de l'avant les entreprises qui ont été partagées sur le compte.



# PROMOTION ET COMMERCIALISATION

## ■ CAMPAGNE « Une vague de produits à découvrir ! »



L'Association a déployé dans la dernière année une campagne d'identification visuelle auprès de **85 détaillants**. Sans exception, tous les détaillants de la région ont exprimé leur intérêt de mettre de l'avant les produits d'ici et leur volonté d'intégrer une meilleure offre aux consommateurs. Les commerçants ont profité d'un accompagnement personnalisé afin de répertorier les produits locaux sur leurs étals et d'identifier ces derniers avec des repères visuels, facilitant ainsi la recherche des consommateurs.

Lors de nos visites chez les détaillants, ce sont **128 producteurs et/ou transformateurs** qui ont été répertoriés. Les entreprises bioalimentaires ont bénéficié d'un service de recensement de leurs produits et d'une bonification de point de vente en proposant leurs produits vers les détaillants qui cherchaient à bonifier leurs tablettes par des produits d'ici. Chaque détaillant à reçu des propositions de produits personnalisés pour leur commerce et c'est ainsi que **plus de 120 produits régionaux ont été proposés**. Un besoin essentiel autant chez le détaillant qui manque de temps pour rechercher les produits d'ici qu'un gain de temps pour les entreprises qui n'ont pas les ressources nécessaires pour assurer le suivi en magasin. Un succès sur toute la ligne!

## ■ L'ACCOMPAGNEMENT AU MARCHÉ INSTITUTIONNEL

Les institutions CISSS du Bas-Saint-Laurent et deux RPA ont bénéficié d'un accompagnement personnalisé dans leur démarche d'approvisionnement afin d'augmenter l'apport en intrants locaux. L'accompagnement se faisant initialement avec un hôpital et une résidence pour personnes âgées, nous avons eu la chance de bonifier cette démarche avec tous les hôpitaux du CISSS du Bas-Saint-Laurent ainsi que deux RPA sur le territoire. Ayant comme objectif de départ une augmentation de 5% de l'approvisionnement en produits régionaux, c'est maintenant 80% de la demande en dessert du CISSS BSL et 13 CHSLD qui sont desservis par une entreprise locale!

L'instauration de menu thématique nous à permis d'intégrer un nouveau produit, soit la courge. Au total, ce sont **650 kilos de courge qui ont été distribués** dans 7 hôpitaux, 12 CHSLD et 12 RPA publiques du Bas-Saint-Laurent leur assurant un approvisionnement pour 1 mois. Pour 2023, nous souhaitons augmenter cet approvisionnement à 3 mois pour ce produit distinctif en intégrant d'autres fournisseurs de courges. Grâce à cet accompagnement, nous développerons 4 nouveaux projets d'approvisionnement en 2023 avec les institutions de santé et les collèges d'enseignement afin d'intégrer davantage de produits du Bas-Saint-Laurent.



## RÉPERTOIRE POUR ACHETEURS PROFESSIONNELS

Lancé en novembre 2022, [la version 2.0 du répertoire](#) présentant des fiches techniques des entreprises bioalimentaires bas-laurentiennes et de leurs produits destinés aux acheteurs professionnels est maintenant disponible sur le site Web de l'Association.

S'adressant aux hôteliers, restaurateurs, institutions, détaillants et distributeurs, ce dernier se veut un outil pour faciliter la recherche de produits régionaux.

Répertoriant déjà **près de 150 produits régionaux** à ce jour, le répertoire sera constamment bonifié pour inclure un éventail toujours plus grand d'entreprises et de produits.

Le répertoire est un **outil gratuit offert à toutes les entreprises bioalimentaires de la région** grâce à l'Entente sectorielle de développement bioalimentaire du Bas-Saint-Laurent.

MALTERRE | FICHE PRODUIT

### CRAQUELINS TOMATES ET BASILIC



**CONSERVATION**  
non-réfrigéré

**DURÉE DE VIE**  
9 à 12 mois

**CONDITIONNEMENT**  
Cultiféchés

**TYPE DE CONTENANT**  
sac

**PRIX DU PRODUIT**  
A l'unité

**FORMAT**  
100 g

**UNITÉS PAR CAISSE**  
12

**COMMANDE MINIMALE**  
Aucun minimum (sauf pour transport gratuit)

**DISPONIBILITÉ**  
A l'année

**INGRÉDIENTS**  
Farine de blé entier - Jus de tomate - Drôches de bière cichées - Salsa tomates zucchinis, vinaigre, piment, oignons, césarole, épices, sel - Huile de canola - Sirop d'érable - Poudre à pâte - Sel - Epices - Bicarbonate de sodium. Contient: Blé - Orge

**ATTRIBUTS**  
Faible en sucre Faible en sel  
Anti-gaspillage (co-produit du brassage de la bière)

**CERTIFICATION**  
Aucune

© Les Saveurs du Bas-Saint-Laurent inc.

RESPONSABLE DES COMMANDES : **Annick Bachand** | 581-673-1323  
craquelins.malterre@gmail.com

## LA RÉGION EN CADEAU



De retour en 2022, la [carte-cadeau](#) permet aux consommateurs de faire un investissement chez près de 60 entreprises membres de l'association.

Deux campagnes de promotion ont été diffusées sur plusieurs médias régionaux tels que TVA, CIMT et RADIO-CANADA. La première campagne s'est échelonnée sur plus d'un mois, soit de mai à juin. La seconde s'est quant à elle déroulée du mois d'octobre à la mi-novembre

pour profiter de l'engouement lié à l'approche du temps des Fêtes. Au total, ces campagnes auront été **diffusées à près de 210 occasions** sur les différents médias régionaux! En plus de profiter de cette visibilité, plus de **17 200 personnes ont été atteintes** lors du déploiement des campagnes sur les réseaux sociaux!

Encore cette année c'est **plus de 38 000\$** investis par les consommateurs sur cette carte-cadeau. Il faut le souligner, le contexte pandémique a entraîné des modifications dans les habitudes de consommation et a favorisé l'essor de l'achat en ligne. **Un véritable succès, ces deux campagnes ont eu un réel impact sur l'engouement lié à la carte-cadeau.** L'objectif était de permettre aux consommateurs de passer à l'action en investissant auprès des entreprises locales, sans avoir à quitter leur domicile.

## LE MARCHÉ DES SAVEURS DU BAS-SAINT-LAURENT



DU 1<sup>ER</sup> AU 4 DÉCEMBRE 2022

AUX TENNIS DE RIMOUSKI  
416, avenue Rouleau



C'est un franc succès pour la 17<sup>e</sup> édition du Marché des Saveurs du Bas-Saint-Laurent qui s'est déroulé du 1<sup>er</sup> au 4 décembre 2022. C'est **plus de 6 780 personnes** qui se sont déplacés aux Tennis de Rimouski, soit une hausse de 17% par rapport à l'édition précédente!

En plus de profiter de la magnifique offre de produits des **47 entreprises** bioalimentaires de la région, chaque visiteur a reçu un sac écoresponsable aux couleurs de l'Association. Pour l'occasion, plusieurs chefs de la région ont réalisé des **ateliers culinaires** avec des produits du Marché, permettant ainsi aux visiteurs de déguster leurs délicieuses créations.

Cet évènement incontournable pour la région représente des retombées économiques majeures pour le secteur. Ce salon bioalimentaire unique au Bas-Saint-Laurent a atteint un **chiffre d'affaires de plus d'un demi-million de dollars**, et ce, en seulement 4 jours! Les Bas-Laurentiens ont concrètement exprimé leur volonté d'investir dans les entreprises d'ici.

### Un moteur de développement économique indispensable

Le Marché des Saveurs, c'est l'occasion pour les entreprises bioalimentaires membres de se faire connaître et se promouvoir lors de ces 4 jours. Cet événement représente même pour certaines entreprises **plus de 30 % de leur chiffre d'affaires** annuel!

En plus de bénéficier d'une visibilité régionale et provinciale, chaque exposant peut profiter de l'ambiance festive du Marché pour faire connaître ses produits et offrir des dégustations aux visiteurs. De retour en 2022, les ateliers animés par les chefs ont également mis de l'avant les produits des exposants lors de créations culinaires inédites.



Chaque année, c'est un réel plaisir de collaborer avec les bénévoles qui contribuent à la réussite du Marché.

Merci aux étudiants en Technologie forestière du Cégep de Rimouski et aux étudiants en production animale du CFP de Mont-Joli-Mitis pour leur précieuse collaboration!

# ORGANISATION ET IMPLICATION



## ■ NOURRIR LE BAS-SAINT-LAURENT

L'activité organisée avec la collaboration du comité sur la saine alimentation pour tous et initiés par la TIR SHV s'est tenue le 1er juin 2022.

Cette journée de mobilisation et d'échange animée par madame Hélène Raymond était en lien avec les résultats de l'[Étude bas-laurentienne sur le transport des aliments](#).



## ■ LES PRODUITS D'ICI AU COEUR DE NOTRE COMMUNAUTÉ

Dans le cadre de la 4<sup>e</sup> édition du défi «Les institutions mangent local!», nous avons eu la chance de travailler avec le Centre de formation professionnelle Le Pavillon de L'Avenir de Rivière-du-Loup. Les étudiants ont pu réaliser un atelier culinaire avec des produits bas-laurentiens inusités, provenant de 7 entreprises sur le territoire. Pour l'occasion, nous avons également présenté nos 147 membres présents dans la brochure *Saveurs & Gourmandises*. Nous avons orchestré l'activité afin de faire rayonner les aliments d'ici et les faire découvrir aux futurs chefs.

## ■ DÉFI 100% LOCAL

L'édition 2022 du Défi 100% local a connu un succès record. À travers la province, **15 106 participants** se sont lancé le défi de mettre plus d'aliments locaux au menu durant tout le mois de septembre, soit une **hausse de 152% par rapport à 2021**.

Au Bas-Saint-Laurent, c'est une **hausse de 170%** du nombre de participants. Près de **80 000 personnes** ont été touchées par le Défi et ses activités. À cela s'ajoutent **près de 200 entreprises bioalimentaires régionales qui ont été mises de l'avant** grâce à ces actions.

En s'inscrivant au Défi 100% local, les participants devaient choisir, dans une liste d'objectifs, ceux qu'ils souhaitaient se lancer pour le mois de septembre. Parmi ces objectifs : découvrir un nouveau marché public, s'approvisionner majoritairement en alcool québécois, visiter un producteur de leur région et trouver un aliment local pour remplacer un produit de base.

Sur le site Web du Défi, une section dédiée à la région du Bas-Saint-Laurent comptait plusieurs trucs et astuces pour réussir leur défi en plus de recettes mettant en vedette des produits originaux purement bas-laurentiens. Ces activités ont également été soutenues sur les réseaux sociaux et sur le site des Saveurs du Bas-Saint-Laurent.



## DYNAMIQUES 8

Issu des Tables de concertation du Québec et de ses partenaires, cet outil de promotion provincial sert à démontrer l'importance de la concertation des régions et du développement des labels de provenance sur le territoire. Une page dédiée à l'Association y présente les projets réalisés en cours d'année et les objectifs à atteindre pour 2022.

## PROMOTION DES MARCHÉS PUBLICS



Une nouvelle section fut dédiée à la promotion des marchés publics bas-laurentiens dans le Guide du Québec nouveau 02. Publié par Atelier 10, ce guide met en valeur la richesse et les savoirs bas-laurentiens.

Dans le but d'inciter à l'achat local et de soutenir les marchés publics de la région, nous avons également fait la promotion de la 15<sup>e</sup> édition de la Semaine québécoise des marchés publics, une initiative de l'Association des marchés publics du Québec. En plus de donner des sacs écoresponsables aux visiteurs des marchés publics, nous avons promu une vidéo des marchés publics sur nos réseaux sociaux, rejoignant plus de **13 000 personnes!**

01 mai 2022 • Escapades bios  
Un séjour bio champêtre au Bas-Saint-Laurent

## QUÉBEC BIO

Un billet de blogue mettant en vedette le Bas-Saint-Laurent a été publié sur le site Web de Québec Bio. Sur le thème **Un séjour bio champêtre au Bas-Saint-Laurent**, ce billet met en valeur la région bas-laurentienne et les entreprises d'ici en présentant les attraits gourmands de la région. L'Association a pu profiter de cette visibilité pour faire rayonner ses membres à l'échelle provinciale.

**FONDATION COMMUNAUTAIRE**  
BAS-SAINT-LAURENT  
GASPÉSIE - LES ÎLES

## SOUPER-BÉNÉFICE

Le 5 novembre 2022 s'est déroulé le souper-bénéfice de la Fondation communautaire Bas-Saint-Laurent Gaspésie-Les Îles pour une première fois au Bas-Saint-Laurent. Pour l'occasion, l'association a accompagné 2 restaurateurs et traiteurs bas-laurentiens pour la réalisation de boîtes-repas préparés avec des aliments de la région.

Une partie des sommes amassées a été versée à Moisson Rimouski-Neigette, au Carrefour d'initiatives populaires de Rivière-du-Loup et à la Cuisine collective de la région de Matane. Au profit de la sécurité alimentaire, l'événement a permis d'amasser un total de **46 000\$**.

Servant principalement à informer et à promouvoir les initiatives et les nombreux projets menés par le [Comité Filières des produits forestiers non ligneux et cultures innovantes du Bas-Saint-Laurent](#), cette plateforme permet d'en savoir davantage sur les principales filières en émergence.

La filière noisetier, la filière genévrier et la filière mycologique possède chacune une section regroupant les différents documents et communiqués du projet. Une section privée du site Web permet également aux intervenants du milieu et aux producteurs participants de consulter et déposer des informations utiles au développement de chacune des filières.

## EN RAFALE

### COMITÉS

#### Révinciaux

- Filières PFNL et cultures innovantes du Bas-Saint-Laurent
- Comité filière Noisetier et filière Genévrier
- Comité Kamouraska mycologique
- Commission touristique du Bas-Saint-Laurent
- Comité relance économique
- PDZA Rimouski / Comité communications
- Table intersectorielle en saines habitudes de vie du Bas-Saint-Laurent et Saine alimentation pour tous
- Chantier Alliance Témiscouata
- Comité Petits Ambassadeurs
- Agrotourisme, transport et bio (TCBBSL)
- C.A. de la Table de concertation bioalimentaire du Bas-Saint-Laurent
- C.A. de la Chambre de commerce de Rimouski - Comité avantages aux membres et Comité gouvernance
- Manger notre Saint-Laurent
- Comité directeur et comité analyse de l'entente sectorielle bioalimentaire Bas-Saint-Laurent
- Comité aviseur - Plan de développement régional
- Comité Institutionnel
- Comité pilotage Transport collaboratif
- Comité pilotage sur l'identité culinaire au Bas-Saint-Laurent

#### Partenaire de nos activités

**SADC**

Société  
d'aide au développement  
des collectivités  
DU BAS-SAIN-T LAURENT

**Canada**

Développement économique Canada  
pour les régions du Québec appuie  
financièrement les SADC

# Filières

## PFNL et cultures innovantes du Bas-Saint-Laurent

#### Provinciaux

- Regroupement des Tables de concertation bioalimentaire du Québec / Comité transition / Comité des 6 DG / Comité communication / Comité Institutionnel
- C.A. de l'Association de l'ACAPFN
- Comité Tourisme Gourmand
- Comité provincial des PFNL
- Pôle logistique bioalimentaire

### CONGRÈS

- Congrès national du Regroupement des Tables de concertation bioalimentaire du Québec

### PARTENARIATS

- Partenariat de visibilité avec l'UPA et l'application Mangeons Local
- Entente de collaboration Gaspésie Gourmande
- FAB Région
- Programme d'achat local - Metro et Super C
- Kamouraska Mycologique
- Québec Bio

### ADHÉSION

- Regroupement des Tables de concertation bioalimentaire du Québec
- Associations touristiques Bas-Saint-Laurent et de la Gaspésie
- Table de concertation bioalimentaire du Bas-Saint-Laurent

# PROJETS DE DÉVELOPPEMENT

## FILIÈRE GENÉVRIER

Tout comme dans plusieurs régions du Québec, le besoin d'approvisionnement en genévrier augmente, parallèlement aux besoins grandissants des microdistilleries québécoises, les baies de genévrier étant un arôme utilisé dans la confection de spiritueux. Bien que deux espèces de genévriers poussent à l'état sauvage au Québec, aucun producteur n'en cultive actuellement en grande quantité et presque la totalité de l'approvisionnement repose sur l'importation. Il s'agit d'une belle opportunité pour le Bas-Saint-Laurent d'explorer ce domaine forte demande.

En décembre 2022, une somme de 405 990 \$ fut accordée au déploiement stratégique de la filière genévrier du Bas-Saint-Laurent. Porté par l'Association Les Saveurs du Bas-Saint-Laurent, ce projet a pour objectif d'accroître l'expertise régionale et de positionner le Bas-Saint-Laurent comme une région productrice de genévrier. Cet investissement permettra d'appuyer le déploiement de la filière genévrier mise sur pied en 2017 par le Comité Filières PFNL et cultures innovantes du Bas-Saint-Laurent.

Le développement de la filière passe par la recherche et l'étude des techniques de récolte, l'établissement de collaborations régionales notamment avec des producteurs préalablement sélectionnés, la formation, la création de pépinières et le développement de produits transformés. Débuté en novembre 2022, le projet s'échelonnera jusqu'en mars 2025.

## Filières PFNL et cultures innovantes du Bas-Saint-Laurent



## ■ ÉTUDE DE FAISABILITÉ SUR LE TRANSPORT COLLABORATIF

Suite au rapport publié en 2022 sur l'étude sur le transport et la distribution des aliments au Bas-Saint-Laurent, il a révélé que plus du quart des producteurs et des transformateurs indiquent avoir des difficultés en lien avec l'entreposage, le transport ou la distribution de leurs produits alimentaires. Devant les constats de cette étude, l'Association mène une étude de faisabilité sur le transport collaboratif dans la région.

Le mandat consistait à réaliser une étude d'opportunité agile sur le potentiel de développement du transport collaboratif dans la région du Bas-Saint-Laurent. Lors d'un sondage mené à l'automne 2022 auprès des entreprises bioalimentaires de la région, c'est plus de 90% des répondants qui souhaitent voir se mettre en place un nouveau concept et sont favorables à y participer.

Les fruits de ce travail de réflexion stratégique a mené à un canevas de modèle d'affaires de transport collaboratif pertinent et adapté, le tout accompagné de recommandations stratégiques qui seront mises en place en 2023 pour doter la région d'un tout nouveau concept de transport collaboratif.



## ■ DÉFINITION DE L'IDENTITÉ CULINAIRE AU BAS-SAINT-LAURENT

À l'heure où les régions tentent de se distinguer les unes par rapport aux autres, il importe d'approfondir davantage ce qui nous distingue sur le plan alimentaire et d'en faire un outil de développement. Le Bas-Saint-Laurent, de concert avec la Société du réseau Économusées tente d'aller encore plus loin.

Déjà, une recherche patrimoniale, un portrait bioalimentaire, une recension des événements et une série d'entretiens individuels avec des acteurs locaux ont eu lieu. En novembre 2022, 4 groupes de discussions et 12 entrevues individuelles animés par madame Hélène Raymond, journaliste indépendante et communicatrice spécialisée en agroalimentaire, ont permis d'alimenter la discussion autour de ce qui caractérise le Bas-Saint-Laurent. Toujours en cours, le projet de la définition de l'identité culinaire fera l'objet d'un rapport qui sera publié en 2023.

# PLAN D'ACTION 2023



## ACTIONS DE PROMOTION

### Campagne de promotion

L'objectif est de sensibiliser les consommateurs bas-laurentiens à l'importance des retombées économiques du secteur bioalimentaire et de favoriser prioritairement l'achat de produits régionaux.

### Autres actions

- Accompagner le milieu institutionnel vers une offre adaptée (substitution par des produits locaux)
- Bonifier le répertoire d'entreprises bioalimentaires du Bas-Saint-Laurent
- Accroître le nombre de membres
- Créer des projets collectifs
- Développer la filière genévrier
- Diffuser l'étude de faisabilité sur le transport collaboratif
- Développer le concept de transport collaboratif
- Analyser les tendances qui se développent en bioalimentaire à l'échelle locale, nationale et internationale
- Développer un partenariat avec des organismes similaires au nôtre afin de sensibiliser le Québec à l'achat local
- Promouvoir l'achat local dans ses différentes facettes de commercialisation (marchés publics, boutique virtuelle, etc.)
- Contribuer à trouver de meilleures opportunités de distribution et de transport vers les grands centres
- Faire connaître la région bas-laurentienne en représentant cette dernière lors de salons bioalimentaires et activités diverses hors région
- Travailler de concert à l'organisation d'activités découvertes sur le territoire
- Favoriser l'échange national et international afin de développer de nouvelles stratégies, et ainsi mettre en place de nouveaux concepts de commercialisation novateurs
- Favoriser le développement de la transformation sur le territoire
- Être à l'affût des nouvelles opportunités de maillage ou de promotion dans le milieu

## ACTIVITÉS

### Défi Je mange local

Dans le cadre du Défi Je mange local, le mois de septembre est l'occasion de faire découvrir l'abondance sur le territoire. Cette initiative provinciale se déploie dans notre région par différentes activités qui font l'objet de promotions spécifiques sur le site Internet provincial et sur nos plateformes respectives. Au Bas-Saint-Laurent, en plus de promouvoir les initiatives bioalimentaires, nous mettrons de l'avant des activités afin de découvrir notre région en saveurs.

### Marché des Saveurs

Ce salon bioalimentaire est l'occasion pour les entreprises de faire connaître leur savoir-faire et leur originalité, en plus de pouvoir vendre leurs produits aux consommateurs sans passer par un intermédiaire.

Une activité qui permet à près de **8 000 personnes** de découvrir les entreprises membres de l'Association, et ce, pendant 4 jours. Une opportunité pour le monde bioalimentaire bas-laurentien qui permet entre autres d'accompagner les entreprises dans leur mise en marché, d'utiliser la proximité de ces dernières pour partager les enjeux auxquels ils font face en plus de favoriser le développement économique.

## ■ OUTILS D'INFORMATION

### Site Internet

### Réseaux sociaux

### Infolettre

- Le Fureteur Complice
- Filière PFNL

## ■ OUTILS PROMOTIONNELS

### **Saveurs et gourmandises**

Distribué à 30 000 copies, notre parcours gourmand a un impact sur le développement des micro et moyennes entreprises régionales en incitant les consommateurs à découvrir et à se procurer les produits bioalimentaires régionaux.

### **Répertoire des fournisseurs du Bas-Saint-Laurent**

Le répertoire est un outil qui présente les entreprises du Bas-Saint-Laurent ciblant le marché de détail. En constante évolution, ce répertoire permettra aussi de couvrir d'autres segments de mise en marché afin de faciliter le maillage entre fournisseurs et acheteurs professionnels.

### **Sac réutilisable**

Imprimé à 8 000 exemplaires, un outil de promotion incontournable attendu par les visiteurs du Marché des Saveurs et une visibilité extraordinaire.

## ■ ACTIONS À RÉALISER

- Promotion de l'Association dans d'autres régions
- Création de liens d'affaires
- Représentation à divers événements

Les actions menées par l'Association contribuent à faire connaître les produits bioalimentaires de la région en effectuant une promotion se référant au regroupement *Les Saveurs du Bas-Saint-Laurent*.

Cet organisme est devenu une référence pour le consommateur ainsi que les entreprises de l'industrie bioalimentaire au Bas-Saint-Laurent. Les actions et les outils de promotion permettent de favoriser le développement socioéconomique de notre région.

## ENTENTE SECTORIELLE

Une entente sectorielle 2021-2024 a été conclue entre le gouvernement du Québec, le Collectif régional de développement du Bas-Saint-Laurent, les 8 MRC du Bas-Saint-Laurent, la Fédération de l'UPA du Bas-Saint-Laurent, la Table de concertation bioalimentaire du Bas-Saint-Laurent et l'Association Les Saveurs du Bas-Saint-Laurent.

Merci à nos précieux partenaires d'appuyer le développement bioalimentaire!



**COLLECTIF RÉGIONAL  
DE DÉVELOPPEMENT  
DU BAS-SAINT-LAURENT**

**Québec** 

# CONSEIL D'ADMINISTRATION

- **Nancy Bergeron**, présidente  
Le Broutard des Appalaches (Production F.A.T)
- **Stéphanie Ross**, vice-présidente  
Bergerie de La Colline
- **Marie-Christine Coulombe**, secrétaire-trésorière  
Bidon & Bococo inc.
- **Weena Beaulieu**, 4<sup>e</sup> officier  
Érablière du Domaine de Beaufor
- **Pierre-Luc Arsenault**, 5<sup>e</sup> officier  
Metro Rimouski
- **Caroline Durette**, administratrice  
Les Jardins de l'Orme
- **Gaston Dupont**, administrateur  
Bergerie Du Pont
- **Claude Ouellet**, administrateur  
O'Rye du Kamouraska
- **Nadia Tremblay**, administratrice  
Représentante des SADC du Bas-Saint-Laurent
- **Bertin Denis**, administrateur  
Représentant des MRC du Bas-Saint-Laurent
- **Katy Dumont**, personne-ressource  
Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation
- **Méloïdie Mondor**, personne-ressource  
Collectif Régional de Développement du Bas-Saint-Laurent
- **Nathalie Lemieux**, invitée  
Fédération de l'UPA du Bas-Saint-Laurent

## REPRÉSENTATION

### DIVERS COMITÉS

L'Association Les Saveurs du Bas-Saint-Laurent participe à différents comités bioalimentaires provinciaux et régionaux notamment pour la promotion ou encore l'organisation d'activités.

L'organisme siège également sur des conseils d'administration, comités organisateurs (7) et est porteur du projet Filière genévrier (plants et aromates). Cela correspond à 307 rencontres au cours de l'année 2022 pour ces divers comités et toutes les autres demandes jugées pertinentes pour la croissance de notre Association.

## VIE ADMINISTRATIVE

**3** rencontres du conseil d'administration

**2** rencontre du comité exécutif

Assemblée générale annuelle 7 juin 2022

## MEMBERSHIP

**171** entreprises membres

**109** membres producteurs / transformateurs

**51** membres tertiaires (restaurateurs, détaillants, distributeurs et institutions)

**11** membres associés (SADC, TCBBSSL, etc.)

## SERVICES DISPONIBLES

- Service à la commercialisation
- Fiche présentation entreprise et fiches techniques produits
- Répertoire des entreprises pour acheteurs professionnels
- Accompagnement pour le code-barre
- Développement de différents segments de marché
- Proposition personnalisée de produits chez les détaillants
- Services-conseils et programme de formation
- Relations médias
- Représentation de votre entreprise lors d'activités

## MERCI À NOS COLLABORATEURS



## NOTRE ÉQUIPE



NICOLE LAVOIE  
Directrice  
générale



JUSTINE BÉLANGER  
Agente aux  
communications



VINCENT POMERLEAU  
Agent de  
commercialisation



GAËLLE GUÉGUEN  
Agente de recherche



DANIELLE LABROSSE  
Adjointe-administrative

## SAVEURS DU BAS-SAINT-LAURENT

348, boulevard Arthur-Buies Ouest  
Rimouski, Québec G5L 5C7

Tél. : 418.724.9068

Téléc. : 418.727.3967

[info@saveursbsl.com](mailto:info@saveursbsl.com)

[saveursbsl.com](http://saveursbsl.com)

