



**RAPPORT ANNUEL
2023**

TABLE DES MATIÈRES

MOT DE LA PRÉSIDENTE	03
MOT DE LA DIRECTRICE	04
SAVEURS DU BAS-SAINT-LAURENT	05
MISSION	06
OBJECTIFS	06
STRATÉGIES DE CONSOLIDATION	07
SERVICES AUX MEMBRES	08
MEMBRARIAT	09
CONSEIL D'ADMINISTRATION	10
ÉQUIPE	11
COMMUNICATIONS	12
SITE WEB	12
INFOLETTRE	12
MÉDIAS SOCIAUX	12
PROMOTION ET COMMERCIALISATION	13
PARCOURS GOURMAND SAVEURS & GOURMANDISES	14
CARTE-CADEAU SAVEURS DU BAS-SAINT-LAURENT	15
MARCHÉ DES SAVEURS DU BAS-SAINT-LAURENT	16
CAMPAGNE D'AFFICHAGE	17
RÉPERTOIRE POUR ACHETEURS PROFESSIONNELS	18
RENCONTRES D'ACHETEURS	18
REGROUPEMENT DE L'OFFRE	18
ACCOMPAGNEMENT DU MARCHÉ INSTITUTIONNEL	19
LES PETITS AMBASSADEURS	19
DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL	20
TRANSPORT COLLABORATIF	20
DÉFINITION DE L'IDENTITÉ CULINAIRE	21
FILÈRE GENÉVRIER	22
FILÈRE NOISETIER	22
PARTENARIATS ET IMPLICATIONS	23
DÉFI JE MANGE LOCAL	24
LES INSTITUTIONS MANGENT LOCAL	24
RTCBQ	24
MARCHÉS PUBLICS	25
FILÈRES PFNL ET CULTURES INNOVANTES DU BAS-SAINT-LAURENT	25
INVITATION MÉDIAS	25
IMPLICATIONS	26
PLAN D'ACTION 2024	27

MOT DE LA PRÉSIDENTE

Chers membres,
Chers partenaires,

Le moins que l'on puisse dire c'est que l'année 2023 a été un long parcours parsemé de défis, notamment la pénurie de main-d'œuvre, le coût des intrants toujours à la hausse ainsi que le contexte économique qui nous a fait vivre régulièrement des périodes d'angoisse.

Malgré tout, chers membres, chers partenaires, nous pouvons débiter l'année 2024 la tête haute. Par votre passion, votre créativité, votre capacité d'adaptation, les entreprises bioalimentaires bas-laurentiennes se démarquent, tant à l'échelle régionale que provinciale. La qualité et la variété des produits offerts font honneur à notre belle région.

Merci à chacun de nos membres, partenaires et employés de croire à la continuité et au développement du milieu bioalimentaire. Votre implication et votre dévouement sont essentiels à la continuité de notre mission.

Stépanie Ross

Présidente des Saveurs du Bas-Saint-Laurent



MOT DE LA DIRECTRICE

Je suis particulièrement fière du travail accompli par notre équipe au cours de l'année 2023. Nous avons été témoins de l'essor remarquable des entreprises engagées dans l'économie régionale ainsi que de l'émergence de nouveaux entrepreneurs passionnés dans le Bas-Saint-Laurent.

Je tiens à exprimer ma gratitude envers les membres du conseil d'administration pour leur engagement continu et leur précieux soutien. Je souhaite également remercier sincèrement toutes les entreprises du Bas-Saint-Laurent qui croient en notre association et contribuent à faire avancer notre mission commune. Ensemble, nous incarnons les moteurs essentiels du développement économique dans notre région.

Continuons de cultiver notre passion pour le Bas-Saint-Laurent, une région où l'innovation et la diversité culinaire sont célébrées au quotidien.

Nicole Lavoie

Directrice des Saveurs du Bas-Saint-Laurent





SAVEURS DU BAS-SAINT-LAURENT

Née de la volonté des producteurs et transformateurs de mettre de l'avant les produits locaux, l'Association a vu le jour il y a 25 ans.

À cette époque, des études avaient démontré que les détaillants et les consommateurs connaissaient très peu les produits de la région. Les membres fondateurs de l'Association se sont donc donné comme mission d'améliorer la notoriété des entreprises bas-laurentiennes et d'augmenter leur visibilité par la création d'une marque de prestige.

En 1998, Les Saveurs du Bas-Saint-Laurent est la seule association à proposer un concept du genre dans toute la province. Des années plus tard, notre mission se poursuit.

Les Saveurs du Bas-Saint-Laurent cumulent les activités de réseautage, de maillage, de formation et la participation à divers comités, toujours dans le but de favoriser la découverte des produits d'ici et de faire rayonner la région par le savoir-faire et l'originalité des artisans bioalimentaires.

MISSION

Notre mission est de 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 et des entreprises de la région bas-laurentienne à partir d'un identifiant régional, ou label de provenance, c'est-à-dire le logo des *Saveurs du Bas-Saint-Laurent*.

Développer divers outils de promotion et de commercialisation.

Participer et créer des activités de promotion.

Développer des alliances stratégiques avec les détaillants et les boutiques spécialisées de la région afin de commercialiser les produits d'ici.

Sensibiliser et accompagner les hôteliers, restaurateurs et responsables d'approvisionnement dans les institutions à substituer les intrants par des produits locaux et à en faire la promotion auprès de leur clientèle.

Favoriser l'échange et 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 et la promotion visent 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.

SERVICES AUX MEMBRES

- Service à la commercialisation
- Répertoire des entreprises pour acheteurs professionnels
- Accompagnement pour le code-barre
- Développement de différents segments de marché
- Visite des détaillants et proposition personnalisée de produit
- Services-conseils et programme de formation
- Relations médias
- Visibilité Web, infolettre et médias sociaux
- Brochure promotionnelle Saveurs et Gourmandises
- Salon bioalimentaire Marché des Saveurs
- Plateforme de livraison collaborative
- Représentation de l'entreprise lors d'activités

UN LABEL DE PROVENANCE

Le logo des Saveurs du Bas-Saint-Laurent, c'est un identifiant régional qui permet d'augmenter la visibilité et la notoriété des produits et des entreprises de la région bas-laurentienne.



MEMBRARIAT

Les Saveurs du Bas-Saint-Laurent, c'est 180 entreprises membres oeuvrant dans tous les secteurs bioalimentaires, soit la production, la transformation, l'hôtellerie, la restauration, le commerce de détail, le milieu associatif et la distribution.

180

ENTREPRISES MEMBRES

124

MEMBRES
PRODUCTEURS
TRANSFORMATEURS

45

MEMBRES
TERTIAIRES
(RESTAURATEURS, DÉTAILLANTS,
DISTRIBUTEURS, INSTITUTIONS ET
MARCHÉS PUBLICS)

11

MEMBRES
ASSOCIÉS

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Stéphanie Ross, présidente

Bergerie de La Colline

Claude Ouellet, vice-président

Porc O'Rye du Kamouraska

Marie-Christine Coulombe, secrétaire-trésorière

Ferme Bococo

Weena Beaulieu, 4e officier

Érablière du Domaine de Beaufor

Pierre-Luc Arsenault, 5e officier

Metro Rimouski

Caroline Durette, administratrice

Les Jardins de l'Orme

Gaston Dupont, administrateur

Bergerie Du Pont

Marilyne Labrecque, administratrice

Verger patrimonial du Témiscouata

France Gagnon, administratrice

Justine Vinaigrette

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

Mélodie Mondor, personne-ressource

Collectif Régional de Développement du Bas-Saint-Laurent

Nathalie Lemieux, invitée

Fédération de l'UPA du Bas-Saint-Laurent



5 rencontres du conseil d'administration
2 rencontres du comité exécutif
Assemblée générale le 17 avril 2023



ÉQUIPE



Nicole Lavoie
Directrice générale



Danielle Labrosse
Adjointe administrative



Justine Bélanger
Agente aux communications



Vincent Pomerleau
Agent de commercialisation



Marie-Anne Robitaille
Agente de développement



COMMUNICATIONS

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.

Facebook

9 262 abonnés (+ 848 abonnés)

Instagram

1 545 abonnés (+ 152 abonnés)

INFOLETTRE

L'infolettre présente les dernières tendances et innovations du secteur bioalimentaire. Elle y présente aussi les nouvelles découlant du grand réseau de l'Association ainsi qu'un calendrier des formations et événements du secteur.

12 parutions

1 276 abonnés

46,2% d'ouverture moyen

Vu plus de 4 600 fois

SITE WEB

Ce dernier permet entre autres de découvrir les entreprises bioalimentaires bas-laurentiennes, leurs produits ainsi que leurs différents points de vente.

164 545 visiteurs uniques (+ 9 618 visiteurs)

616 127 pages visitées

COLLABORATEUR

OKI:OO
Agence Web



PROMOTION ET COMMERCIALISATION

PARCOURS GOURMAND

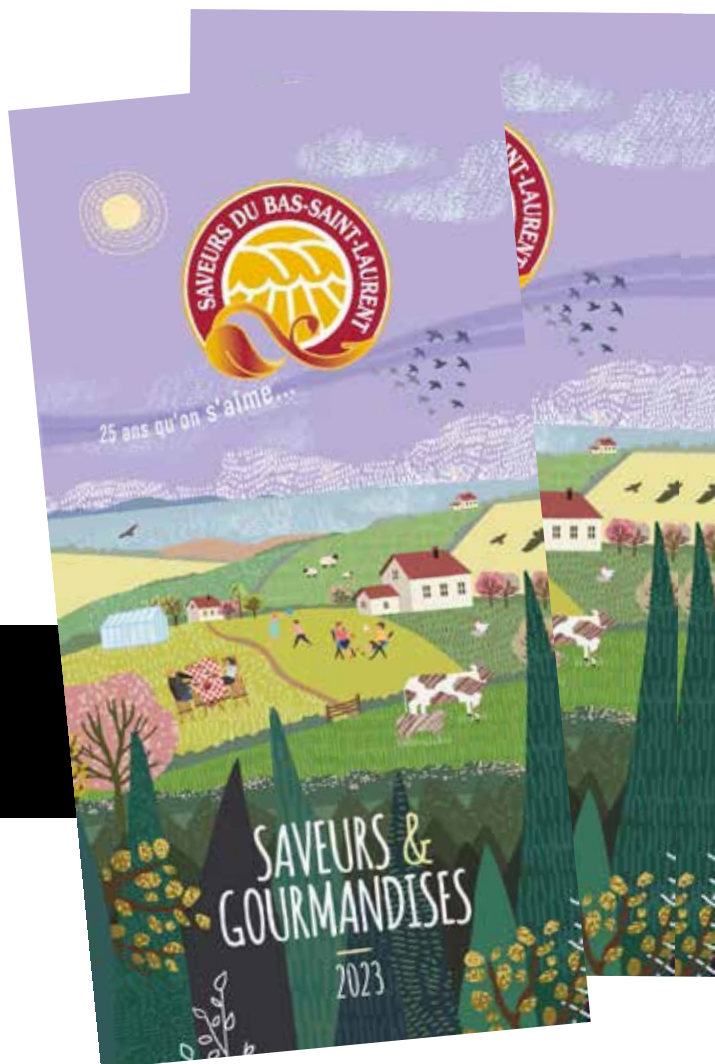
SAVEURS & GOURMANDISES

Notre parcours gourmand Saveurs & Gourmandises est un guide indispensable en tourisme gourmand. Ce parcours invite la population à découvrir les saveurs régionales en y proposant plusieurs entreprises oeuvrant dans le domaine bioalimentaire.

Imprimé en 30 000 exemplaires, ce dernier est distribué chez les entreprises membres ainsi que dans les bureaux d'information touristique du Bas-Saint-Laurent et de la Gaspésie, de même que certains bureaux d'information touristique de Montmagny, Drummondville, Saint-Hyacinthe et Trois-Rivières. Le guide est également disponible en version numérique directement sur le site Web des Saveurs du Bas-Saint-Laurent.

En plus des 164 entreprises présentées, l'édition 2023 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.

30 000 exemplaires
164 entreprises répertoriées



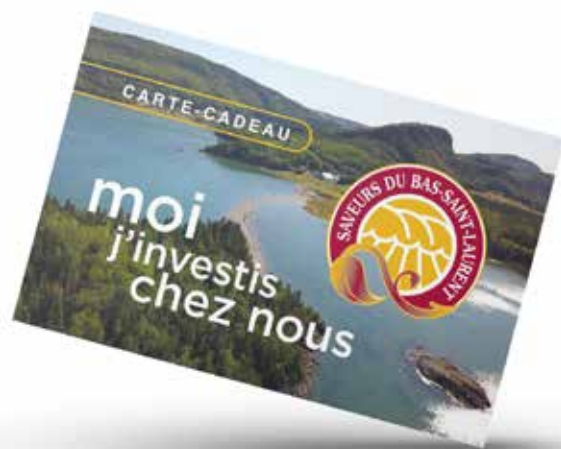


CARTE-CADEAU LES SAVEURS DU BAS-SAINT-LAURENT

Afin de propulser l'achat local, l'Association a mis en place en 2020 une nouvelle façon d'investir dans les entreprises de la région : la [carte-cadeau](#) des Saveurs du Bas-Saint-Laurent.

Cette dernière permet aux consommateurs de payer leur achat chez près de 60 entreprises membres de l'Association. Offerte en format physique ou virtuelle, la carte est un cadeau idéal à offrir à un être cher ou encore à soi-même.

Promue sur les différents médias régionaux, la carte-cadeau des Saveurs du Bas-Saint-Laurent a engendré des ventes de plus de 75 000 \$ depuis son lancement.





SALON BIOALIMENTAIRE

MARCHÉ DES SAVEURS DU BAS-SAINT-LAURENT

Le Marché des Saveurs, c'est un grand marché qui réunit plus d'une cinquantaine d'entreprises bioalimentaires de la région. Après plus de 18 éditions couronnées de succès, le Marché est devenu un incontournable dans la région, attirant plus de 7 700 visiteurs du 30 novembre au 3 décembre 2023, soit une hausse de 13% par rapport à 2022!

DES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES IMPORTANTES

Cet événement représente un moteur de développement économique indispensable pour la région apportant des retombées économiques majeures pour le secteur bioalimentaire. En 2023, l'événement a atteint un chiffre d'affaires de plus de 610 000\$, et ce, en 4 jours seulement. Le Marché représente même pour certaines entreprises plus de 30% de leur chiffre d'affaires annuel!

LES SAVEURS D'ICI

En plus de bénéficier d'une visibilité régionale, chaque exposant profite de l'ambiance festive du Marché pour faire connaître ses produits et offrir des dégustations aux visiteurs. Des ateliers animés par des chefs mettent également de l'avant les produits des exposants lors de créations culinaires inédites. L'édition 2023 du Marché a même permis aux détaillants et restaurateurs de la région de rencontrer les exposants lors d'une rencontre d'acheteurs qui s'est déroulée avant l'ouverture du Marché!

7 700 visiteurs
610 000\$ de chiffre d'affaires

CAMPAGNE D’AFFICHAGE

L’Association a déployé dans la dernière année une campagne d’identification visuelle auprès de 81 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 199 producteurs et/ou transformateurs qui ont été répertoriés. Les entreprises bio-alimentaires 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.

Ayant lieu 2 fois durant l’année, les visites des détaillants ont donné lieu à plus de 850 propositions personnalisées pour l’intégration de produits régionaux. 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!



RÉPERTOIRE POUR ACHETEURS PROFESSIONNELS



Disponible sur notre site Web, le répertoire présente les fiches techniques des entreprises bioalimentaires bas-laurentiennes et leurs produits destinés aux hôteliers, restaurateurs, institutions, détaillants et distributeurs. Ce dernier se veut un outil pour faciliter la recherche de produits régionaux.

Répertoriant déjà 54 entreprises et plus de 350 produits régionaux à ce jour, le répertoire est constamment bonifié pour inclure un éventail toujours plus grand d'entreprises et leurs produits.

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

RENCONTRES D'ACHETEURS

Deux rencontres d'acheteurs ont été organisées en 2023 pour permettre aux producteurs et transformateurs d'élargir leur mise en marché et de rejoindre le marché de détail, de la restauration et le marché institutionnel.

La première rencontre s'est déroulée le 12 septembre et a permis d'accompagner 18 entreprises. La seconde rencontre d'acheteurs s'est déroulée le 1er décembre, juste avant l'ouverture du Marché des Saveurs. Pour l'occasion, 400 invitations furent transmises à des acheteurs potentiels donnant une visibilité pour les 24 entreprises participantes. Cette dernière rencontre a d'ailleurs permis le maillage de 9 entreprises avec une ou plusieurs institutions, pour une variété de produits : ail, viande, miel, pain, fromage, herbes et assaisonnement, huiles et marinades, hydromel.

REGROUPEMENT DE L'OFFRE

Mis sur pied en 2023, le projet de regroupement de l'offre consiste à recenser l'offre ponctuelle des producteurs et transformateurs du Bas-Saint-Laurent et en faire l'annonce auprès des restaurateurs, hôteliers et institutions de la région. Les pairages du regroupement de l'offre totalisent des ventes pour un montant d'environ 12 000\$. Cet outil de maillage, initialement circonscrit à la viande et aux petits fruits, pourra éventuellement élargir l'offre de produits.



ACCOMPAGNEMENT DU MARCHÉ INSTITUTIONNEL

L'Association accompagne les institutions dans leur démarche d'approvisionnement en produits régionaux. C'est notamment le cas de 7 hôpitaux, 12 CHSLD et 12 RPA et 2 établissements qui ont bénéficié d'un accompagnement personnalisé afin d'augmenter l'apport en intrants locaux.

Les menus thématiques nous ont permis d'intégrer dès le mois de novembre un nouveau produit : la courge. Ce dernier avait fait l'objet d'un projet pilote afin de tester le rendement et la possibilité de percer les différents segments de marché. Au total, 5 500 kilos de courge qui ont été transformés et distribués par une entreprise qui est déjà fournisseur auprès des institutions du Bas-Saint-Laurent. Nous avons assuré un approvisionnement pour ce produit aux 31 établissements, et ce pour 6 mois. En 2023, nous avons également développé une offre regroupée de viande et petits fruits congelés. Les informations ont été partagées à plus de 120 institutions de mai à décembre et ont permis aux 17 entreprises participantes de faire connaître leur offre. C'est jusqu'à 38 produits différents qui ont été proposés lors d'une même annonce. Les ventes de courge représentent une valeur de 34 000\$. Intégrer davantage de produits du Bas-Saint-Laurent au sein du milieu institutionnel repose sur la continuité de ces actions diverses.

LES PETITS AMBASSADEURS

Facilitant le maillage entre l'industrie bioalimentaire et les services de garde éducatifs à la petite enfance, Les Petits Ambassadeurs est une démarche visant l'augmentation de l'achat local institutionnel. Présent sur le comité régional, Les Saveurs du Bas-Saint-Laurent a accompagné 4 CPE à la substitution de produits et l'intégration de produits régionaux. Une rencontre de réseautage a d'ailleurs eu lieu en 2023, mettant en relation 9 producteurs transformateurs et 7 CPE.

PETITS
AMBASSADEURS

BAS-SAINT-LAURENT

DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL

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 2024 pour doter la région d'un tout nouveau concept de transport collaboratif.



COLLABORATEUR

ÉCOLE-B
MARKETING AGROALIMENTAIRE



DÉFINITION DE L'IDENTITÉ CULINAIRE

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. Des groupes de discussion et des 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 au courant de l'année 2024.

SADC

Société
d'aide au développement
des collectivités

DU BAS-SAINT-LAURENT

Canada

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

**TOURISME
BAS-SAINT-LAURENT**

COLLABORATEUR

SRÉ | SOCIÉTÉ DU
RÉSEAU
ÉCONOMUSÉE®

FILIÈRE GENÉVRIER

Tout comme dans plusieurs régions du Québec, le besoin d'approvisionnement en genévrier augmente, parallèlement aux besoins grandissant des microdistilleries québécoises, les baies de genévrier étant un aromate 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 à forte demande.

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. Un investissement de 517 430\$ 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'échelonne jusqu'en mars 2026.

FILIÈRE NOISETIER

Identifiée par consultation comme un produit à fort potentiel économique, faisant partie du terroir et de l'histoire de la population du Bas-Saint-Laurent, la noisette fait l'objet d'efforts de développement importants depuis 2016 grâce au Comité Filières PFNL et cultures innovantes du Bas-Saint-Laurent.

À l'automne 2023, l'Association a pris part à la mission économique et exploratoire axée sur la culture de la noisette. Regroupant plusieurs producteurs et intervenants du secteur, la délégation bas-laurentienne s'est rendue en Ontario et dans la région du Midwest américain dans le but de comprendre et s'inspirer de ce qui se fait dans ces deux régions productrices d'importance en Amérique du Nord.

D'une durée de 7 jours, la mission a permis de rencontrer des producteurs de noisettes dont les vergers en sont à différents stades de maturité, des pépiniéristes et des chercheurs qui développent et multiplient des cultivars de noisetiers hybrides.



PARTENARIATS ET IMPLICATIONS



DÉFI JE MANGE LOCAL

Les Saveurs du Bas-Saint-Laurent porte le Défi je mange local à l'échelle régionale. À travers la province, 17 000 participants se sont lancés le défi de mettre plus d'aliments locaux au menu, dont plus de 900 participants au Bas-Saint-Laurent. Plusieurs articles et recettes mettant en vedette des produits originaux purement bas-laurentiens ont été promus sur nos réseaux et sur le site Web du Défi je mange local. Le chef Adrian Pastor fut également notre ambassadeur régional, présent lors de chroniques radio ou lors de tournage de vidéos culinaires. Près de 200 entreprises bioalimentaires régionales qui ont été mises de l'avant par ces actions.



LES INSTITUTIONS MANGENT LOCAL

Dans le cadre de la 5e 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 défi culinaire avec plus de 60 produits bas-laurentiens.

Pour l'occasion, nous avons également présenté nos 164 membres présents dans la brochure Saveurs & Gourmandises. L'activité fut orchestrée afin de faire rayonner les aliments d'ici et les faire découvrir aux futurs chefs.



REGROUPEMENT
DES TABLES
DE CONCERTATION
BIOALIMENTAIRE
DU QUÉBEC

RTCBQ

Membre du Regroupement des Tables de concertation bioalimentaire du Québec, l'Association est présentée dans le magazine Dynamiques 9. Cet outil de promotion provincial sert à démontrer l'importance de la concertation des régions et du rayonnement des labels de provenance sur le territoire.



MARCHÉS PUBLICS

Une campagne régionale de promotion des marchés publics a été active en août et septembre 2023. Diffusées sur les réseaux sociaux de l'Association, 6 vidéos promotionnelles ont été réalisées en partenariat avec la Table de concertation bioalimentaire du Bas-Saint-Laurent. Hébergé sur notre site Web, le microsite jaimemonmarche.ca présente tous les marchés de la région.

Dans le but d'inciter à l'achat local et de soutenir les marchés publics de la région, nous avons également donné des sacs écoresponsables aux visiteurs des marchés publics et fait la promotion de la 15e édition de la Semaine québécoise des marchés publics, une initiative de l'Association des marchés publics du Québec.



FILIÈRES PFNL ET CULTURES INNOVANTES DU BAS-SAINT-LAURENT

Le microsite du Comité Filières des produits forestiers non ligneux et cultures innovantes du Bas-Saint-Laurent est hébergé sur le site de l'Association. Servant principalement à informer et à promouvoir les initiatives du secteur, cette plateforme permet d'en savoir davantage sur la filière noisetier, la filière genévrier et la filière mycologique.

L'Association publie également les infolettres du projet Sélection de cultivars de noisetier et optimisation des pratiques d'implantation adaptées aux conditions du Bas-Saint-Laurent.

INVITATION MÉDIAS

Lors d'un séjour gourmand, 6 journalistes, blogueurs et influenceurs culinaires ont eu l'opportunité de découvrir la richesse des produits de la région. En collaboration avec l'équipe du Vieux Loup de Mer, l'Association a organisé un 5 à 7 gourmand durant lequel les produits des membres étaient à l'honneur. Un séjour qui a eu des retombées sur les médias sociaux, positionnant le Bas-Saint-Laurent comme une région unique pour le tourisme gourmand!



IMPLICATIONS

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 287 rencontres au cours de l'année 2023 pour ces divers comités et toutes les autres demandes jugées pertinentes pour la croissance de notre Association.

COMITÉS RÉGIONAUX

- Filières PFNL et cultures innovantes du Bas-Saint-Laurent
- Comité filière Noisetier et filière Genévrier
- Comité Kamouraska mycologique
- Commission touristique du Bas-Saint-Laurent
- 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
- C.A. de la Table de concertation bioalimentaire du Bas-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

CONGRÈS

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



Canada

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

COMITÉS PROVINCIAUX

- C.A. Regroupement des Tables de concertation bioalimentaire du Québec / Comité communication / Comité Institutionnel
- C.A. de l'Association de l'ACAPFNL
- Comité provincial des PFNL
- Pôle logistique bioalimentaire
- Démarche stratégique provinciale pour l'avenir du tourisme gourmand au Québec 2024-2029

PARTENARIATS

- Partenariat de visibilité avec l'UPA et l'application Mangeons Local
- Gaspésie Gourmande
- FAB Région
- Programme d'achat local - Metro et Super C
- Kamouraska Mycologique
- Tourisme Bas-Saint-Laurent
- Québec Bio
- À la Bonne Franquette

ADHÉSIONS

- 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

PLAN D'ACTION 2024

Les actions menées par l'Association contribuent à faire connaître les produits bioalimentaires de la région permettent de favoriser le développement socioéconomique de notre région.

- Réaliser la brochure Saveurs et Gourmandises
- Déployer de nouvelles campagnes de promotion
- Faire rayonner les entreprises bas-laurentiennes et leurs produits, notamment via le Défi je mange local
- Réaliser le Marché des Saveurs
- Promouvoir l'achat local dans ses différentes facettes de commercialisation (marchés publics, boutique virtuelle, etc.)
- Accompagner le milieu institutionnel vers une offre adaptée
- Bonifier le répertoire d'entreprises bioalimentaires du Bas-Saint-Laurent
- Accroître le nombre de membres
- 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
- 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



LES SAVEURS DU BAS-SAINT-LAURENT

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

418 724-9068
info@saveursbsl.com
saveursbsl.com

Avec la participation financière de :

