



RAPPORT ANNUEL 2024

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
MÉDIAS SOCIAUX	12
INFOLETTRE	12
SITE WEB	12
PROMOTION ET COMMERCIALISATION	14
PARCOURS GOURMAND SAVEURS & GOURMANDISES	15
CARTE-CADEAU SAVEURS DU BAS-SAINT-LAURENT	16
MARCHÉ DES SAVEURS DU BAS-SAINT-LAURENT	17
CAMPAGNE D'AFFICHAGE	18
RÉPERTOIRE POUR ACHÉTEURS PROFESSIONNELS	19
RENCONTRES D'ACHÉTEURS	19
ACCOMPAGNEMENT DU MARCHÉ INSTITUTIONNEL	20
LES PETITS AMBASSADEURS	21
REGROUPEMENT DE L'OFFRE	21
COLLOQUE INSTITUTIONNEL	22
DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL	23
TRANSPORT COLLABORATIF	23
FILIÈRE NOISETIER	24
FILIÈRE GENÉVRIER	25
DÉFINITION DE L'IDENTITÉ CULINAIRE	25
PARTENARIATS ET IMPLICATIONS	26
DÉFI JE MANGE LOCAL	27
RTCBQ	27
LES INSTITUTIONS MANGENT LOCAL	28
LA SOCIÉTÉ DES CHEFS, CUISINIERES ET PÂTISSIERS DU QUÉBEC	29
MARCHÉS PUBLICS	30
FILIÈRES PFNL ET CULTURES INNOVANTES DU BAS-SAINT-LAURENT	30
SIAL CANADA	31
NOURRIR LE BAS-SAINT-LAURENT	31
LES GRANDES FÊTES TELUS	31
TOURISME BAS-SAINT-LAURENT	32
JOURNÉE PORTES OUVERTES MANGEONS LOCAL	32
PÔLES LOGISTIQUES AGROALIMENTAIRES	33
INVITATION MÉDIAS	33
IMPLICATIONS	34
PLAN D'ACTION 2025	35

MOT DE LA PRÉSIDENTE

Chers membres,
Chers partenaires,

Encore cette année, nous avons eu un parcours parsemé d'embûches qui nous a amenés à relever plusieurs défis. Notamment la hausse du coût de la vie qui amène les consommateurs à faire des choix qui ne sont pas toujours à notre avantage. Malheureusement la prochaine année ne sera pas de tout repos en raison des nombreuses incertitudes causées par notre voisin américain.

Malgré tout, chers membres, chers partenaires, nous constatons plus que jamais auparavant la solidarité du peuple québécois et leur désir d'acheter local. Par votre passion, votre créativité, votre capacité d'adaptation, les entreprises bioalimentaires bas-laurentiennes devront se démarquer, tant à l'échelle régionale que provinciale afin de saisir toutes les opportunités causées par cette vague de solidarité pour les produits locaux.

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 fière de souligner les réalisations marquantes de notre association en 2024, une année où l'engagement et la collaboration ont été au cœur de nos actions. Grâce à l'engagement de nos entreprises membres et au travail accompli par notre équipe, nous avons consolidé notre impact sur l'économie locale tout en mettant en valeur les saveurs distinctives du Bas-Saint-Laurent.

L'année 2024 a également été marquée par des initiatives novatrices, notamment le lancement de plateforme de livraison collaborative. Ces projets ont permis non seulement de promouvoir les produits de notre région, mais aussi de sensibiliser un public encore plus large à l'importance d'une alimentation locale et durable.

Je tiens à remercier chaleureusement le conseil d'administration pour son soutien indéfectible, ainsi que toutes les entreprises qui partagent notre vision et travaillent à faire rayonner le Bas-Saint-Laurent. Votre passion et votre dévouement sont les pierres angulaires de notre succès collectif.

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 Saveurs du Bas-Saint-Laurent a vu le jour en 1998.

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.

À sa création, 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 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.

ENTENTE SECTORIELLE DE DÉVELOPPEMENT BIOALIMENTAIRE

À l'hiver 2024, une nouvelle entente sectorielle de développement bioalimentaire a été conclue. Grâce à cet engagement collectif, Saveurs du Bas-Saint-Laurent poursuit sa mission de promotion et de commercialisation des produits régionaux, en soutenant le dynamisme des entreprises bioalimentaires de notre territoire. Cette entente, coordonnée par le Collectif Régional de Développement du Bas-Saint-Laurent, témoigne de l'importance accordée au développement d'un secteur bioalimentaire fort et durable dans la région.

Avec la participation financière de :





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 ENTREPRISES

- Service à la commercialisation
- Salon bioalimentaire Marché des Saveurs
- Brochure promotionnelle Saveurs et Gourmandises
- Visite des détaillants et proposition personnalisée de produit
- Campagne d'affichage avec outils de repérage chez les détaillants
- Répertoire des entreprises et fiches techniques produits
- Développement de différents segments de marché
- Accompagnement pour le code-barre
- Services-conseils et programme de formation
- Relations médias
- Visibilité Web, infolettre et médias sociaux
- 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 190 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.

190

ENTREPRISES MEMBRES

129

MEMBRES
PRODUCTEURS
TRANSFORMATEURS

52

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

9

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

Gaston Dupont, 4e officier

Bergerie Du Pont

Pierre-Luc Arsenault, 5e officier

Metro Rimouski

Marilyne Labrecque, administratrice

Verger patrimonial du Témiscouata

Annick Bachand, administratrice

Malterre

Philippe Massé, administrateur

Représentant 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

Nathalie Lemieux, invitée

Fédération de l'UPA du Bas-Saint-Laurent



5 rencontres du conseil d'administration
1 rencontre du comité exécutif
Assemblée générale le 28 mai 2024



ÉQUIPE



Nicole Lavoie
Directrice
générale



Justine Bélanger
Agente aux
communications



Vincent Pomerleau
Agent de
commercialisation



Nancy Bergeron
Adjointe
administrative



Danielle Labrosse
Adjointe
administrative



Benoit Gendreau
Agent de
développement



Mylène Cliche
Adjointe à la
commercialisation



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

9 881 abonnés (+ 619 abonnés)

Instagram

1 721 abonnés (+ 176 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

1 661 abonnés

38% d'ouverture moyen

Vu plus de 6 300 fois

SITE WEB

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

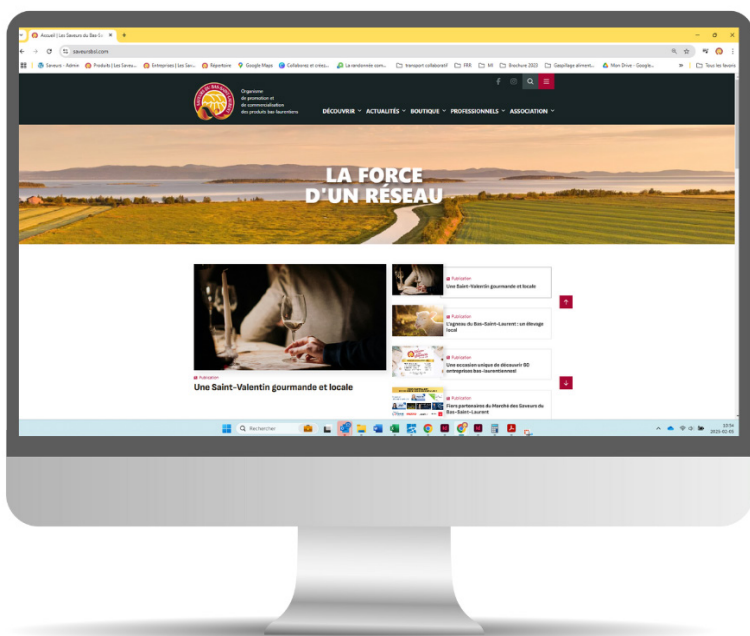
2024

190 054 visiteurs (+ 25 509)

749 637 pages visitées (+ 133 510)

COLLABORATEUR

OKI:OOO
Agence Web

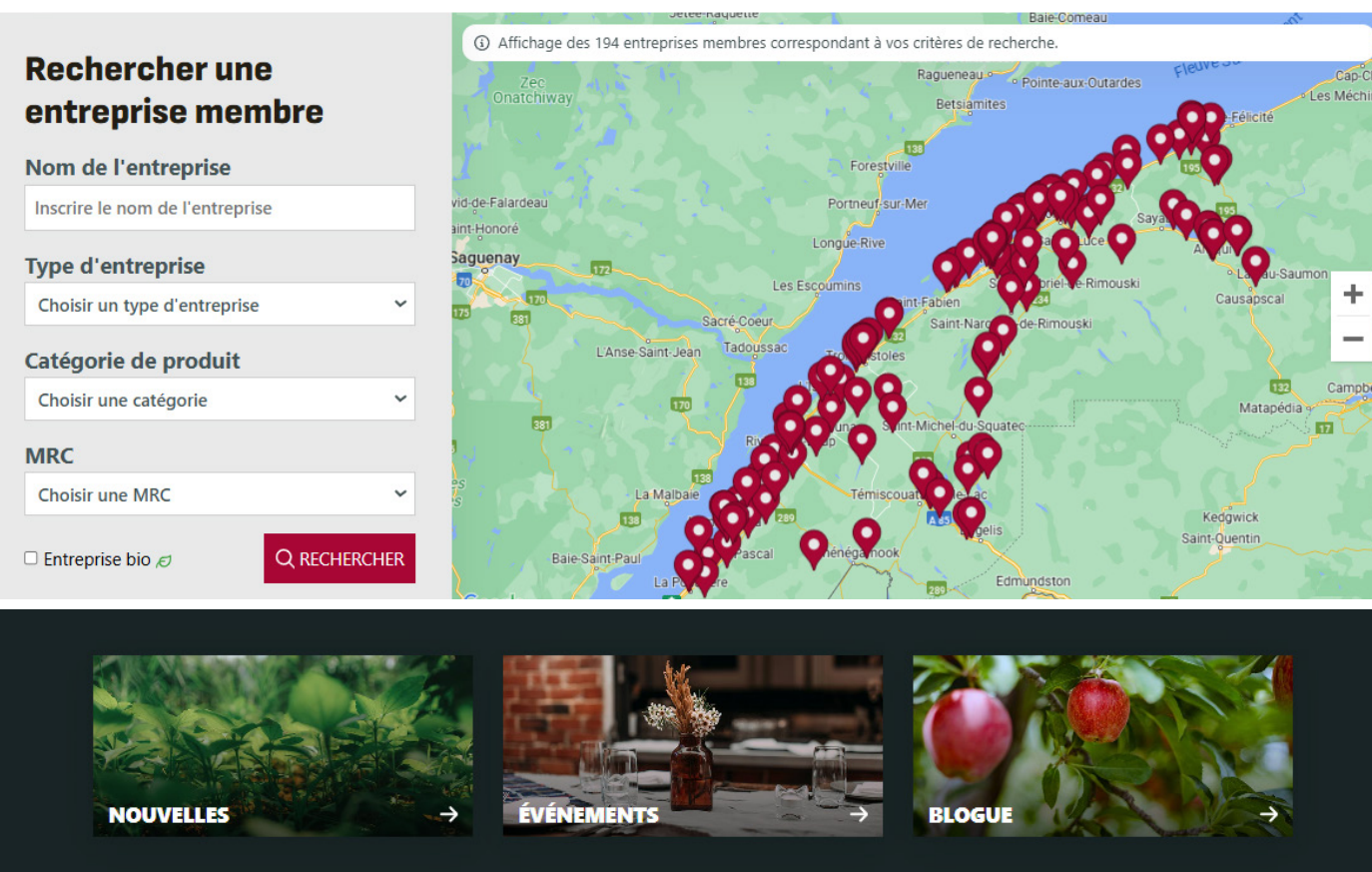


En 2024, notre site Web s'est refait une beauté!

Cette refonte complète a permis de moderniser son image et son ergonomie tout en enrichissant l'expérience utilisateur grâce à de nouvelles fonctionnalités essentielles.

Une section blogue a été intégrée afin de partager des articles sur les saveurs locales et les initiatives de notre réseau. Une page dédiée aux marchés publics a également été créée pour mieux informer les consommateurs.

Les entreprises membres bénéficient désormais d'une visibilité accrue grâce à des photos de qualité et une carte interactive facilitant leur repérage sur le territoire du Bas-Saint-Laurent. Ces améliorations renforcent notre mission de valoriser les produits régionaux et de favoriser les liens entre producteurs et consommateurs.





PROMOTION ET COMMERCIALISATION

PARCOURS GOURMAND

SAVEURS & GOURMANDISES

Le parcours gourmand Saveurs & Gourmandises est bien plus qu'un simple guide touristique! Véritable référence en tourisme gourmand et levier stratégique pour la promotion des entreprises bioalimentaires du Bas-Saint-Laurent, il met en lumière la richesse des saveurs régionales et incite la population à découvrir des producteurs et transformateurs passionnés.

Avec 30 000 exemplaires imprimés, il bénéficie d'une large distribution dans les entreprises membres, les bureaux d'information touristique du Bas-Saint-Laurent et de la Gaspésie, ainsi que dans certains points de service à Montmagny, Drummondville, Saint-Hyacinthe et Trois-Rivières. Notre équipe était également présente 2 jours lors des Terrasses Urbaines Cogeco de Rimouski où nous avons échangé avec les visiteurs pour faire connaître l'association et ses initiatives. Enfin, sa version numérique, disponible sur le site Web des Saveurs du Bas-Saint-Laurent, permet d'élargir sa portée et de toucher un public toujours plus vaste.



L'édition 2024 met à l'honneur 177 entreprises et des circuits thématiques attractifs tels que la Route des bières de l'Est du Québec, la Route des Navigateurs, la Route des Frontières et la Route des Monts Notre-Dame.

Grâce à cette vitrine exceptionnelle, Saveurs & Gourmandises joue un rôle clé dans la dynamisation du secteur agroalimentaire régional et le développement du tourisme gourmand.



30 000 exemplaires
177 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. Disponible 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 **85 000 \$** depuis son lancement.





SALON BIOALIMENTAIRE

MARCHÉ DES SAVEURS DU BAS-SAINT-LAURENT

Le Marché des Saveurs, un événement unique en son genre, rassemble 60 entreprises bioalimentaires de la région. Après plus de 19 éditions couronnées de succès, le Marché est devenu un incontournable dans la région, attirant plus de **8 300 visiteurs** du 28 novembre au 1^{er} décembre 2024, soit une **hausse de 8%** par rapport à 2023!

RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

Cet événement représente un moteur de développement économique indispensable pour la région apportant des retombées économiques majeures pour le secteur bioalimentaire. En 2024, l'événement a atteint un chiffre d'affaires de 680 000\$, 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. Les étudiants en cuisine d'établissements du Centre de formation professionnelle Pavillon de l'Avenir de Rivière-du-Loup ont également participé à 6 ateliers culinaires lors des journées du jeudi et du vendredi, leur permettant de cuisiner avec les produits régionaux dans un contexte événementiel.

8 300 visiteurs
680 000\$ de chiffre d'affaires

PARTENAIRE

SADC

Société
d'aide au développement
des collectivités
DU BAS-SAINT-LAURENT



CAMPAGNE D’AFFICHAGE

L’Association a déployé dans la dernière année une campagne d’identification visuelle auprès de 89 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.

Lors de nos visites chez les détaillants, ce sont 176 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. Des outils en collaboration avec Ali-ments du Québec ont également installés pour une meilleure visibilité des produits locaux.

Organisées 2 fois par an, les visites des détaillants ont donné lieu à plus de 178 propositions personnalisées pour l’intégration de produits régionaux. Un besoin essentiel autant chez le détaillant qui manque de temps pour rechercher les produits du Bas-Saint-Laurent, qu’un gain de temps pour les entreprises qui n’ont pas les ressources nécessaires pour assurer le suivi en magasin.

En parallèle, une campagne promotionnelle a été lancée à la télévision et sur les médias sociaux afin de mettre en lumière les produits d’ici et faciliter leur repérage en magasin.



RÉPERTOIRE DÉDIÉ AUX ACHETEURS PROFESSIONNELS

ENTREPRISE X | FICHE PRODUIT

Berliner Kirsche

Cette bière d'inspiration allemande est une version fruitée de la typique Berliner. Les notes fruitées
utilisées pour sa confection proviennent d'un vergier bas-laurentien. Le goût acide des groseilles
balancé à merveille de

CONSERVATION
Température ambiante

DURÉE DE VIE
1 an

CONDITIONNEMENT
Socle

TYPE DE CONTENANT
Canette aluminium

GRAMMAGE PAR UNITÉ
475 ml

PRIX DU PRODUIT
À la caisse

UNITÉS PAR CAISSE
12

COMMANDE MINIMALE
1 unité

DISPONIBILITÉ
À l'année

MARCHÉS CIBLES
Supermarché

INGRÉDIENTS
Eau, orge, houblon, levure

ATTRIBUTS
A.P.H. A.C. V.Q.
Bière conventionnelle, sans gluten

CERTIFICATION

RESPONSABLE DES COMMANDES
Jean Luc Bruchet
468 123 1234

TERME DE PAIEMENT
30 jours

POLITIQUE DE RETOUR
Non

POSSIBILITÉ DE FAIRE DE LA PRODUCTION POUR UNE AUTRE MARQUE
Non

NOM ENTREPRISE
123, rue Notre-Dame
Mont-Carmel, Qc
COD 123

Horaires d'opération
Du lundi au vendredi
De 9h à 17h

PERSONNES CONTACT
Jean Luc Bruchet
468 123 1234
jeanluc@gmail.com

Luc Bruchet
468 123 1234
lucbruchet@gmail.com

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 près de 400 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.

RENCONTRE D'ACHETEURS

La rencontre s'est déroulée le 29 novembre, juste avant l'ouverture du Marché des Saveurs. Pour l'occasion, près de 400 invitations furent transmises à des acheteurs potentiels donnant une visibilité pour les 29 entreprises inscrites.

Cette rencontre a d'ailleurs permis aux producteurs et transformateurs d'élargir leur mise en marché et de rejoindre le marché de détail, de la restauration et le marché institutionnel.

En 2024, nous avons également organisé une séance d'information pour les entreprises intéressées à intégrer la grande chaîne Costco. Cette séance a permis de répondre aux questions de 63 entreprises et de faciliter les démarches.





ACCOMPAGNEMENT DU MARCHÉ INSTITUTIONNEL

Au cours de la dernière année, nous avons poursuivi et intensifié notre accompagnement des institutions bas-laurentiennes afin de favoriser l'intégration et la bonification des produits locaux dans leur offre alimentaire. Cet accompagnement s'est traduit par un soutien personnalisé auprès des établissements du réseau de la santé, des résidences pour aînés et des institutions scolaires, en tenant compte des réalités spécifiques de chacun. Nous avons travaillé en étroite collaboration avec les gestionnaires, les cuisiniers et les responsables de l'approvisionnement pour les aider à identifier des solutions concrètes et adaptées à leurs besoins, que ce soit en matière de disponibilité des produits, de logistique ou de coûts.

En parallèle, nous avons également renforcé notre appui aux producteurs et transformateurs de la région en les outillant pour mieux répondre aux exigences du marché institutionnel.

Des conseils stratégiques, des formations et des échanges ont permis aux entreprises de mieux comprendre les attentes de ce secteur et d'adapter leur offre en conséquence. Ces efforts ont contribué à resserrer les liens entre les acteurs de la chaîne alimentaire et à créer des opportunités durables pour les producteurs locaux.

Grâce à ces actions concertées, nous participons activement à la mise en valeur des produits du Bas-Saint-Laurent et à la construction d'un réseau d'approvisionnement structuré, favorisant une alimentation de qualité et ancrée dans le territoire. En misant sur cette dynamique, nous souhaitons continuer à soutenir le développement d'une offre alimentaire institutionnelle où les produits locaux occupent une place de choix.

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 portée conjointement par COSMOSS et la Table de concertation bioalimentaire du Bas-Saint-Laurent 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. Deux rencontres de réseautage ont d'ailleurs eu lieu en 2024, mettant en relation les producteurs et les CPE.



REGROUPEMENT DE L'OFFRE

Mis sur pied en 2023, le 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. En 2024, ce sont 20 pairages qui ont permis aux producteurs de vendre plus de 420 kg d'aliments! Cet outil de maillage, initialement circonscrit à la viande et aux petits fruits congelés, a vu l'ajout des légumes à son offre en réponse aux besoins des maraichers.



COLLOQUE

EMBALLONS-NOUS POUR LE MARCHÉ INSTITUTIONNEL

Le 15 octobre 2024, nous avons organisé le 2^e colloque Emballons-nous pour le marché institutionnel, une journée d'échanges et de conférences visant à mieux comprendre et développer l'approvisionnement institutionnel en produits locaux.

L'événement a réuni plus de 70 de producteurs, transformateurs, experts et acteurs du milieu institutionnel autour de conférences variées, abordant des thématiques clés comme la Stratégie nationale d'achat d'aliments québécois (SNAAQ), l'écoconception des emballages et le fonctionnement du marché institutionnel. Nous tenons à remercier les membres du panel de discussion qui ont permis d'approfondir les enjeux et les opportunités du marché.

UNE PORTE D'ACCÈS VERS LE MILIEU INSTITUTIONNEL

En complément, plusieurs kiosques informatifs étaient accessibles aux participants, mettant en lumière des initiatives et services liés à l'approvisionnement institutionnel. La journée s'est conclue sur un cocktail réseautage favorisant les échanges entre les différents acteurs. Nous tenons à remercier les panélistes et conférenciers présents d'avoir pris part à cette journée institutionnelle.



DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL

LIVRAISON COLLABORATIVE

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, Saveurs du Bas-Saint-Laurent a mené une étude de faisabilité sur le transport collaboratif dans la région. L'engouement est sans équivoque : plus de 90 % des entreprises sondées souhaitaient voir se mettre en place un nouveau concept de livraison et sont favorables à y participer.

C'est ainsi que la nouvelle plateforme de livraison collaborative a été lancée en avril 2024 lors d'une rencontre réunissant plusieurs producteurs, transformateurs et intervenants du milieu. Issue d'un partenariat entre le Québec et la France, la plateforme est le fruit d'une collaboration entre Saveurs du Bas-Saint-Laurent et La Charette. Ce projet vise à optimiser la distribution en mutualisant les trajets et en facilitant les échanges entre entreprises. Depuis son lancement, 70 entreprises se sont inscrites, plus de 600 messages ont été échangés et plusieurs présentations ont eu lieu afin de présenter la plateforme. Les entreprises bioalimentaires intéressées ont pu assister au courant de l'année à 59 webinaires et 11 d'entre elles ont également reçu un accompagnement personnalisé.

Le défi lié au transport des entreprises confirme le potentiel de la livraison collaborative au Bas-Saint-Laurent. En 2025, nous poursuivrons le développement de la plateforme en intégrant de nouvelles fonctionnalités et en élargissant notre réseau d'utilisateurs. Avec l'appui de partenaires régionaux, nous visons à faire de ce modèle une référence en logistique alimentaire durable.

PARTENAIRES



FILIÈRE NOISETIER

Identifiée 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 produits forestiers non ligneux (PFNL) et cultures innovantes du Bas-Saint-Laurent.

Après l'implantation de 22 vergers de recherche, une mission économique et exploratoire sur la culture de la noisette, l'accompagnement des producteurs notamment lors d'une journée producteurs le 8 mars 2024, l'année a été marquée par le premier Colloque sur la Noisette du Québec, organisé les 21 et 22 novembre 2024 à Rivière-du-Loup. Cet événement majeur a réuni 150 participants, dont des experts, producteurs, chercheurs et intervenants en développement. Il a permis de mettre en lumière les défis, solutions et perspectives économiques de cette culture prometteuse, tout en renforçant les collaborations entre les acteurs du secteur. Chaque participant a reçu le guide de culture de la noisette réalisé grâce aux efforts de recherche de la filière noisetier.

Le colloque a marqué une étape clé pour le développement de la filière, posant les bases d'initiatives structurantes et ouvrant la voie à de nouvelles opportunités sur les marchés régional et national. Son succès repose sur l'engagement des partenaires qui ont contribué à faire de cet événement un moment déterminant pour l'avenir de la noisette au Québec, positionnant les producteurs de noisettes du Bas-Saint-Laurent comme une référence d'une filière prospère.



Photo : Membres du Comité Filières produits forestiers non ligneux et cultures innovantes du Bas-Saint-Laurent



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 du Fonds régions et ruralité octroyé en 2022 permet d'appuyer le déploiement de la filière genévrier mise sur pied en 2017 par le Comité Filières produits forestiers non ligneux (PFNL) et cultures innovantes du Bas-Saint-Laurent.

Le développement de la filière s'est poursuivi en 2024 avec la recherche et l'étude des techniques de récolte, l'établissement de collaborations régionales et la formation l'accompagnement de pépiniéristes, notamment lors d'une journée de formation le 17 avril 2024. L'Escouade genévrier et aromates a également été formée afin de développer de nouveaux produits et recettes qui seront lancées à l'automne 2025. Pour ce faire, ces professionnels s'attarderont à expérimenter avec les baies de genévrier, mais également les branches et d'autres aromates à fort potentiel de développement.

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. Avec une publication prévue pour 2025, le rapport sera le point de départ d'un projet sur la transmission des savoirs régionaux.



PARTENARIATS ET IMPLICATIONS



DÉFI JE MANGE LOCAL

À travers la province, la population s'est lancé le défi de mettre plus d'aliments locaux au menu. Au Bas-Saint-Laurent, le Défi est porté par Saveurs du Bas-Saint-Laurent. 13 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 a également réalisé une recette de tarte à la rhubarbe qui fut partagée sur les réseaux sociaux. Pour le mois d'avril, nous avons réalisé un guide sur l'érable et une vidéo sur les acers du Québec mettant de l'avant le Domaine Vallier Robert. Durant l'année, près de 200 entreprises bioalimentaires régionales ont été mises de l'avant par ces actions!



**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. Cet outil de promotion provincial sert à démontrer l'importance de la concertation des régions et du rayonnement des marques territoriales. Nous avons également organisé le congrès annuel du RTCBQ qui s'est déroulé au mois de mai 2024. Les membres ont ainsi pu découvrir le territoire bas-laurentiens lors de plusieurs visites en entreprise.





LES INSTITUTIONS MANGENT LOCAL

La 5e édition de la semaine « Les institutions mangent local! » a réuni plus de 550 institutions à travers la province, dont 18 institutions au Bas-Saint-Laurent.

Nous avons eu le plaisir de travailler avec le Centre de formation professionnelle Le Pavillon de L'Avenir de Rivière-du-Loup. Les étudiants en cuisine ont pu réaliser un défi culinaire mettant en valeur plus de 60 produits bas-laurentiens, notamment des légumes d'automne, des viandes locales et des épices régionales. Chaque équipe devait concevoir une entrée originale à partir de ces ingrédients, puis présenter son plat devant un jury. Cette initiative a permis de démontrer la diversité et la qualité des produits régionaux tout en sensibilisant les futurs chefs à l'importance de privilégier des aliments locaux dans leurs menus.

Nous avons également organisé un atelier de création de pizzas locales avec les jeunes de la Jeunathèque d'Amqui, en collaboration avec le comptoir gourmand Au Bec Pointu. Lors de cet événement, les participants ont pu découvrir et utiliser divers produits régionaux pour garnir leurs pizzas, allant des fromages artisanaux aux viandes et légumes cultivés localement. L'atelier a été un moment d'échange convivial où les jeunes ont non seulement appris à cuisiner, mais ont aussi pris conscience de l'impact de leurs choix alimentaires sur l'économie et l'environnement de leur région.

Pour l'occasion, nous avons présenté nos 177 membres présents dans la brochure Saveurs & Gourmandises, mettant ainsi en lumière la richesse culinaire du Bas-Saint-Laurent. Les activités ont été orchestrées dans le but de faire rayonner les aliments d'ici et de sensibiliser les jeunes à l'importance des produits régionaux. Grâce à ces initiatives, nous avons pu renforcer notre mission de promouvoir l'approvisionnement local et d'encourager les nouvelles générations à adopter une alimentation ancrée dans leur terroir.





COMPÉTITION DU MEILLEUR APPRENTI CUISINIER DU QUÉBEC



Nous sommes fiers d'avoir contribué à la tenue de la Compétition du Meilleur Apprenti Cuisinier du Québec, qui s'est déroulée pour la première fois en région, au Bas-Saint-Laurent.

Cette édition a rassemblé huit jeunes talents, qui ont relevé plusieurs défis culinaires autour d'un thème imposé et d'une boîte noire d'ingrédients mystères. L'événement, ouvert au public et gratuit, a offert une vitrine exceptionnelle pour les compétences et la créativité des apprentis, tout en rassemblant plusieurs acteurs du secteur bioalimentaire.

Saveurs du Bas-Saint-Laurent a été un partenaire clé, en coordonnant le déroulement de l'activité et de sa promotion, mais également en organisant une tournée de visites chez les producteurs afin que les participants puissent pleinement s'imprégner du secteur bioalimentaire de la région.

En mobilisant plus de 7 000 \$ en produits locaux grâce à la collaboration de nombreux producteurs, nous avons permis aux jeunes talents culinaires de travailler avec des ingrédients d'exception et de découvrir la richesse du terroir bas-laurentien.

Cet événement a également favorisé des échanges entre chefs et acteurs du secteur bioalimentaire, renforçant ainsi les liens entre production et gastronomie. Cette première édition en région ouvre la porte à de nouvelles collaborations et à un rayonnement accru du savoir-faire local, notamment grâce à la [vidéo promotionnelle de la compétition](#)!



Une campagne régionale de promotion des marchés publics a été active du 2 août au 29 septembre 2024. Diffusées sur les réseaux sociaux de l'Association, 6 vidéos promotionnelles ont été réalisées par la Table de concertation bioalimentaire du Bas-Saint-Laurent. La campagne s'est également déroulée à la télévision, atteignant une portée de plus de 2 millions de vues. 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, nous avons également donné des brochures Saveurs & Gourmandises aux visiteurs des marchés publics et fait la promotion 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. Elle constitue un outil essentiel pour valoriser le développement de ces filières et faciliter l'accès aux informations pertinentes pour les producteurs, transformateurs et autres acteurs intéressés.

L'Association est activement impliquée dans les différents comités de la Filière PFNL, contribuant ainsi aux réflexions stratégiques, aux initiatives de développement et aux actions visant à structurer ces secteurs émergents.

De plus, nous assurons la gestion de la page Facebook de la Filière et les publications des infolettres du projet Sélection de cultivars de noisetier et optimisation des pratiques d'implantation adaptées aux conditions du Bas-Saint-Laurent. Ces communications régulières permettent de partager les avancées du projet, de diffuser les bonnes pratiques et d'encourager l'essor de la culture du noisetier dans la région.



SIAL CANADA

Le 16 mai 2024, nous étions présents au Salon International de l'Alimentation dédié aux professionnels de l'agroalimentaire se tenant au Palais des congrès de Montréal, le SIAL CANADA.

Nous avons accompagné Pat BBQ et la Distillerie Mitis, qui ont fièrement représenté le Bas-Saint-Laurent et les saveurs des régions. Cette activité est rendue possible grâce à la collaboration avec le Regroupement des Tables de concertation bioalimentaire du Québec.



NOURRIR LE BAS-SAINT-LAURENT

Le 28 octobre 2024, nous avons pris part à la journée Nourrir le Bas-Saint-Laurent, un événement clé pour l'accès aux aliments sains et locaux dans la région. En tant que membre du comité sur la saine alimentation pour tous (SAPT), nous avons collaboré avec plusieurs partenaires pour faire de cette rencontre un succès.

Lors de cette journée, nous avons présenté notre plateforme de livraison collaborative, une initiative visant à optimiser la distribution pour les producteurs et transformateurs de la région. Cette participation s'inscrit dans notre engagement à renforcer les circuits courts et à favoriser une alimentation locale accessible à tous!



LES GRANDES FÊTES TELUS

En 2024, Saveurs du Bas-Saint-Laurent a eu le plaisir de collaborer avec Les Grandes Fêtes Telus, un festival musical d'envergure dans la région. Dans le cadre de cette première collaboration, nous avons mis en relation nos producteurs-transformateurs membres avec l'organisation du festival afin de mettre en valeur le savoir-faire local lors des réceptions VIP et des loges d'entreprises. Chaque soir, des produits régionaux ont été offerts sous forme de dégustations de type cocktail, permettant à 280 convives par soir de découvrir des saveurs authentiques du Bas-Saint-Laurent. Cette initiative a permis d'accroître la visibilité des artisans de notre région tout en bonifiant l'expérience des festivaliers dans un cadre prestigieux.

En 2024, nous avons poursuivi notre collaboration avec Tourisme Bas-Saint-Laurent. Lors du Colloque de l'industrie touristique du Bas-Saint-Laurent, nous avons eu le plaisir de présenter le cocktail aux saveurs régionales. Ce partenariat a permis aux participants de découvrir des produits d'exception de notre territoire, dont le cidre de l'Estran et le kombucha des Chants du Fleuve. Ce fut une belle occasion de réseautage et de mise en lumière du savoir-faire régional dans un contexte où le tourisme durable et responsable prend de plus en plus d'importance.

En plus de prendre part à la conférence de presse lors du lancement de la saison touristique, nous avons également collaboré dans le cadre de leur nouvelle campagne marketing «Les Temps Forts». À travers cette initiative, nous avons contribué en fournissant plusieurs articles et recettes mettant en valeur les produits locaux pour différentes périodes phares de l'année : le Temps du Crabe, le Temps des Piques-Niques et le Temps des Couleurs à l'automne.

En plus de renforcer les liens entre le secteur bioalimentaire et l'industrie touristique, cette collaboration nous permet de promouvoir les saveurs de notre région auprès des visiteurs et des résidents, en intégrant l'alimentation locale à l'expérience touristique bas-laurentienne.



Crabe cakes en croûte de caméline, verdure de pomme et sa douce huile vierge de caméline



S' imprégner de l'été grâce aux marchés publics

JOURNÉE PORTES OUVERTES MANGEONS LOCAL

Dans le cadre de la journée portes ouvertes Mangeons local à la ferme Pakama, nous étions présents pour promouvoir les entreprises bioalimentaires régionales et échanger avec les visiteurs. Nous avons profité de cette occasion pour distribuer notre brochure Saveurs & Gourmandises, mettant en lumière nos 177 membres et la richesse du territoire. Cet événement, organisé par l'Union des producteurs agricoles (UPA), a permis à près de 700 visiteurs de découvrir le quotidien des producteurs et de mieux comprendre l'importance d'une agriculture locale et durable.



PÔLES LOGISTIQUES AGROALIMENTAIRES

En 2024, nous avons participé à la première rencontre des pôles logistiques agroalimentaires, un moment charnière pour structurer et consolider les initiatives en logistique et transport dans le secteur bioalimentaire. Cette rencontre a été l'occasion de discuter des enjeux et des opportunités liés aux pôles logistiques en économie sociale, en mettant de l'avant la mutualisation des ressources et le développement d'un système alimentaire durable.

Nous avons notamment participé au groupe pilote provincial en logistique et transport, contribuant activement à la définition et à l'amélioration des pratiques dans ce domaine. Cette implication nous a permis d'échanger avec d'autres acteurs engagés, de partager nos expériences et d'explorer des solutions innovantes pour renforcer l'efficacité et la viabilité des pôles logistiques agroalimentaires au Québec.



INVITATION MÉDIAS VIEUX LOUP DE MER

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), est porteur du projet Filière genévrier plants et aromates et coordonne les rencontres du Comité PFNL et cultures innovantes du Bas-Saint-Laurent (3). Cela correspond à 296 rencontres au cours de l'année 2024 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 (TIR-SHV) et saine alimentation pour tous (SAPT)
- Chantier Alliance Témiscouata
- Comité Petits Ambassadeurs
- C.A. de la Table de concertation bioalimentaire du Bas-Saint-Laurent
- Comité directeur 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
- Comité régional tourisme gourmand

CONGRÈS

- Congrès national du Regroupement des Tables de concertation bioalimentaire du Québec
- Colloque de l'industrie touristique du Bas-Saint-Laurent

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

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
- Kamouraska Mycologique
- Tourisme Bas-Saint-Laurent
- Québec Bio
- Terrasses Urbaines Cogeco avec Maxime Blanchette-Joncas

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
- Terroirs et Saveurs du Québec

PLAN D'ACTION 2025

Les actions menées par l'Association contribuent à faire connaître les produits bioalimentaires de la région et 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 et noisetier
- Développer le concept de transport collaboratif
- Planification stratégique 2026-2028
- 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



SAVEURS DU BAS-SAINT-LAURENT

337 rue Moreault, RC.04
Rimouski (Québec) G5L 1P4

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

Avec la participation financière de :

