





Message de la direction
et du conseil d'administration 03

Qui sommes-nous 04

Notre vision et nos valeurs 06

Mise en contexte et enjeux 07

La grande idée de développement 09

Nos orientations stratégiques 10





C'est avec beaucoup de fierté que je vous présente cette planification stratégique des Saveurs du Bas-Saint-Laurent, une démarche qui reflète à la fois notre réalité, nos ambitions et la force de notre réseau.

Au fil des dernières années, j'ai pu constater à quel point notre secteur bioalimentaire est riche de talents, d'initiatives et de passion. Toutefois, il fait aussi face à des défis bien réels en matière de visibilité, de commercialisation et de structuration. Cette planification stratégique s'inscrit donc comme un levier essentiel pour mieux nous positionner collectivement et soutenir concrètement nos entreprises bas-laurentiennes.

Notre mission demeure claire : promouvoir et commercialiser les produits bioalimentaires du Bas-Saint-Laurent en misant sur des actions collectives fortes et un accompagnement adapté. Elle prend tout son sens à travers notre identité régionale, *Les Saveurs du Bas-Saint-Laurent*, qui incarne la qualité, l'authenticité et le savoir-faire d'ici.

La vision que nous portons est ambitieuse, mais profondément ancrée dans notre potentiel : faire du Bas-Saint-Laurent une référence gourmande incontournable, reconnue à l'échelle du Québec. Pour y parvenir, nous miserons sur la collaboration, l'innovation et la fierté territoriale qui nous distingue.

Nos deux grandes orientations - la promotion des Saveurs du Bas-Saint-Laurent et la commercialisation des produits bas-laurentiens - guideront chacune de nos actions. Elles traduisent notre volonté d'aller plus loin, ensemble, en renforçant à la fois notre rayonnement et notre impact économique. Je suis convaincue que c'est en unissant nos forces que nous pourrons créer un écosystème bioalimentaire encore plus structuré, performant et durable.

Cette planification est une invitation à poursuivre ce travail collectif avec engagement et audace. Je tiens à remercier sincèrement nos entreprises bioalimentaires bas-laurentiennes, partenaires et collaborateurs pour leur confiance et leur implication. C'est grâce à vous que nous pouvons continuer à faire rayonner notre région avec autant de fierté.

Nicole Lavoie
Directrice générale



C'est avec confiance et enthousiasme que nous présentons cette planification stratégique de notre association, Les Saveurs du Bas-Saint-Laurent.

Elle représente bien plus qu'un exercice de réflexion : elle trace une direction claire pour renforcer notre position collective et soutenir concrètement le développement de notre secteur bioalimentaire.

Le Bas-Saint-Laurent possède une richesse remarquable : des entreprises engagées, des produits distinctifs et un territoire reconnu pour son authenticité. Cette force doit continuer de se transformer en opportunités durables pour nos producteurs et transformateurs, afin qu'ils puissent faire grandir leurs marchés tout en demeurant profondément enracinés dans leur identité régionale.

Au cours des prochaines années, nous souhaitons accentuer notre impact en misant sur des actions structurantes, une meilleure synergie entre les acteurs du milieu et une approche encore plus orientée vers les résultats. La promotion de notre identité régionale et le développement de débouchés commerciaux demeurent au cœur de notre démarche, avec la volonté de créer un environnement favorable à la croissance de nos entreprises.

Nous croyons fermement que l'avenir du secteur passe par la collaboration, l'innovation et la mise en valeur de ce qui nous distingue. En travaillant ensemble, nous pouvons positionner le Bas-Saint-Laurent comme une référence incontournable pour la qualité et l'authenticité de ses produits.

Je remercie sincèrement l'ensemble des membres, partenaires et collaborateurs qui contribuent à cette dynamique collective. Leur engagement permet de bâtir un écosystème bioalimentaire solide, capable de se démarquer et d'évoluer avec ambition. Continuons d'avancer ensemble pour faire rayonner notre savoir-faire et assurer un développement durable et prospère pour notre région.

Claude Ouellet
Président du conseil d'administration

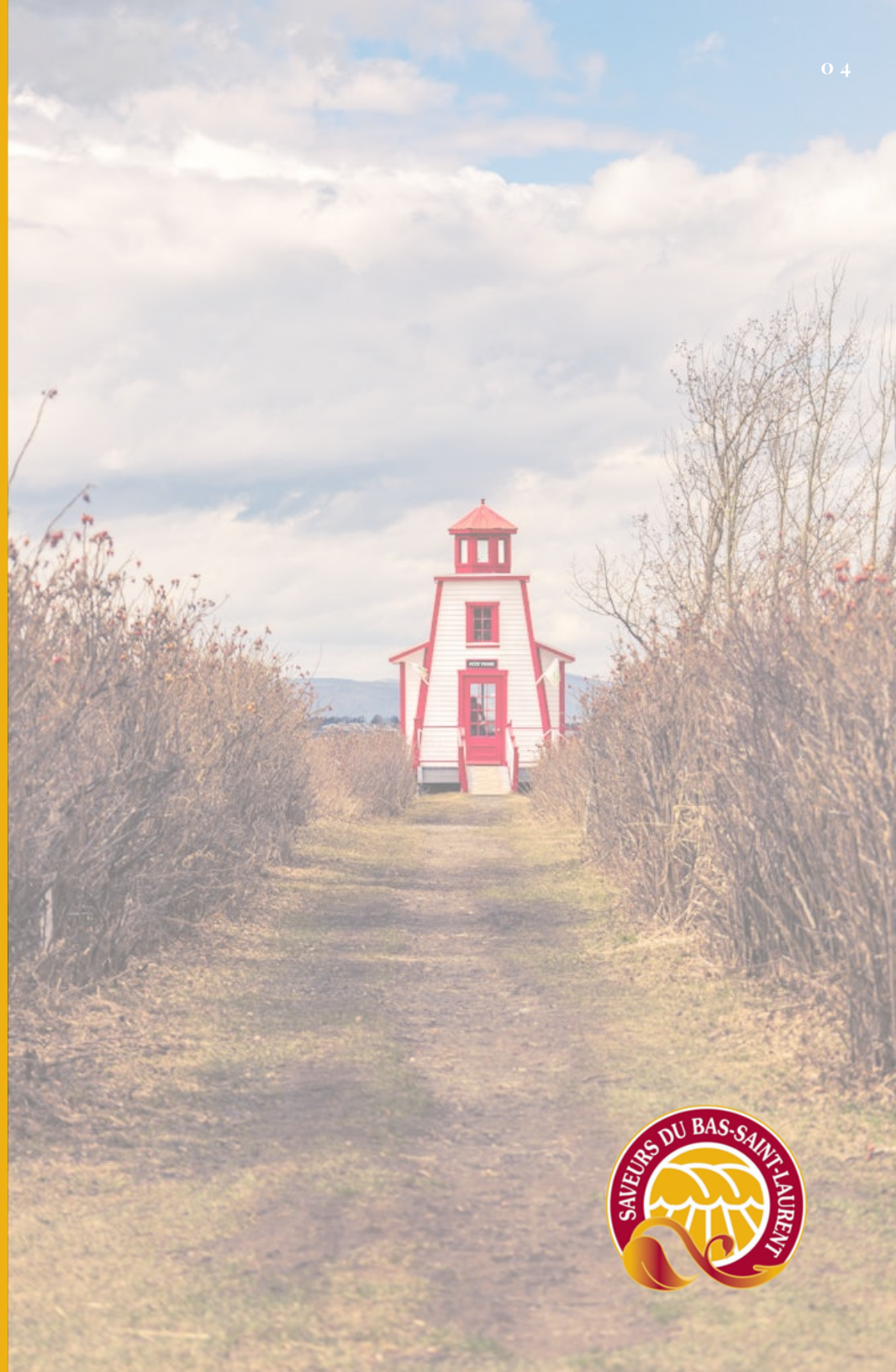
Qui sommes-nous ?

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 donnés comme mission d'améliorer la notoriété des entreprises bas-laurentiennes et d'augmenter leur visibilité par la création d'une identité régionale 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 acteurs bioalimentaires.





4 500

Livraison collaborative



119 entreprises se sont inscrites au projet de livraison collaborative à travers lequel plus de **4 500** messages ont été échangés.

VISIBILITÉ NUMÉRIQUE (2025)



FACEBOOK **10 561** abonné-e-s



INSTAGRAM **2 015** abonné-e-s



SITE WEB
282 237 visiteurs uniques (2025)
1 122 438 pages visitées (2025)



INFOLETTRE (2025)
1 938 abonnés

30 000

Avec
30 000
exemplaires imprimés

Le parcours gourmand
Saveurs & Gourmandises est
bien plus qu'un simple guide
touristique!

757 000 \$

la **20e édition** du Marché des Saveurs du Bas-Saint-Laurent a généré des ventes dépassant les **750 000\$** pour les entreprises participantes en 4 jours.



11,3%

c'est une hausse de 11,3% en comparaison à l'édition précédente (680 000\$ en 2024).



CAMPAGNE D'AFFICHAGE EN MAGASIN

Une campagne d'identification visuelle auprès de 143 détaillants et restaurants a permis de mettre de l'avant les produits de 247 producteurs / transformateurs.



Mission

Favoriser la promotion et la commercialisation des produits bioalimentaires du Bas-Saint-Laurent en orchestrant des actions collectives de mise en marché et en accompagnant les entreprises avec des services adaptés, le tout porté par l'identité régionale Les Saveurs du Bas-Saint-Laurent.



Vision

Faire du Bas-Saint-Laurent une région gourmande incontournable où l'excellence bioalimentaire, l'innovation collaborative et la fierté territoriale convergent pour créer un écosystème prospère et distinctif, reconnu à l'échelle du Québec.

Nos valeurs



COLLABORATION AUTHENTIQUE

La force d'un collectif de gens passionnés où le partage et la confiance transforment les défis individuels en succès et fiertés partagés.



EXCELLENCE ENTREPRENEURIALE

L'amélioration, en continu, d'une organisation qui exige et mesure sa grande part de réussite par la somme des succès de chaque membre.



ANCORAGE TERRITORIAL

La fierté d'être l'association gardienne et ambassadrice pérenne de la signature bioalimentaire d'excellence du Bas-Saint-Laurent.



DIMENSION HUMAINE

L'accompagnement bienveillant et personnalisé qui outille et révèle le plein potentiel entrepreneurial de chacun-e.



IMPACT DURABLE

Cultiver aujourd'hui le terreau renouvelée de l'audace entrepreneuriale pour la prospérité bioalimentaire de demain.

Mise en contexte

Le secteur bioalimentaire du Bas-Saint-Laurent se trouve à un moment charnière de son développement. Riche d'un patrimoine gastronomique distinctif et d'un savoir-faire reconnu, la région possède tous les atouts pour s'imposer comme un terroir gourmand d'exception.

L'identifiant régional "Les Saveurs du Bas-Saint-Laurent" incarne cette promesse territoriale unique qui unit les acteurs clés du secteur bioalimentaire et des HRIDD (hôtellerie, restauration, institutions, détaillants et distributeurs) autour d'une vision commune d'excellence.

Cependant, dans un marché alimentaire de plus en plus concurrentiel et globalisé, la qualité seule ne suffit plus. Les entreprises bioalimentaires régionales font face à des défis structurels importants : fragmentation des efforts de mise en marché, accès limité aux grands réseaux de distribution, et difficulté à se démarquer dans un océan d'offres alimentaires.

Cette réalité appelle une transformation profonde des approches traditionnelles. Il devient impératif de conjuguer la force identitaire des Saveurs du Bas-Saint-Laurent avec une stratégie commerciale collective robuste pour assurer la pérennité et la croissance du secteur bioalimentaire régional.



Enjeux stratégiques

01 La valorisation identitaire dans un marché standardisé

Le premier enjeu majeur réside dans la capacité à faire rayonner l'authenticité et le caractère unique des produits bas-laurentiens dans un marché dominé par la standardisation et les prix bas.

Comment positionner "Les Saveurs du Bas-Saint-Laurent" comme identifiant régional proposant des produits locaux uniques? Comment créer une connexion émotionnelle durable avec les consommateurs qui dépasse la simple transaction commerciale?

La région doit naviguer entre la préservation de son authenticité territoriale et les exigences d'un marché qui demande volume, constance et accessibilité. Cet enjeu touche autant la stratégie de marque que les choix de positionnement, la segmentation des marchés cibles et les investissements en communication. Il s'agit de transformer l'identité régionale en avantage concurrentiel tangible qui génère de la valeur pour l'ensemble de la chaîne.

02 L'équilibre entre collaboration et autonomie entrepreneuriale

Le second enjeu fondamental concerne la construction d'un modèle de commercialisation collective qui respecte l'individualité entrepreneuriale tout en créant une force de frappe commune. Comment structurer des initiatives de mise en marché partagées sans diluer l'identité propre de chaque entreprise? Comment assurer une distribution équitable des bénéfices et des responsabilités dans un écosystème aux réalités diverses?

Ce défi implique de concevoir des mécanismes de gouvernance souples, des outils mutualisés adaptables et des stratégies commerciales qui servent autant les entreprises à échelle humaine que les entreprises de transformation d'envergure.

L'enjeu est de créer un écosystème collaboratif où la somme génère plus de valeur que les parties individuelles, tout en préservant l'agilité et la créativité entrepreneuriale qui font la richesse du secteur bioalimentaire régional.

Une grande idée de développement

L'écosystème collaboratif à dimension humaine qui connecte les entrepreneurs-es bioalimentaires du Bas-Saint-Laurent avec leurs opportunités.

Cette grande idée s'articule autour de 4 piliers interconnectés :



01. Plateforme numérique collaborative

Un hub digital évolutif qui centralise l'offre des membres et facilite les connexions envers les professionnels et les particuliers. Cette plateforme intégrera des outils de gestion adaptés, des modules de formation et des espaces de collaboration virtuelle pour maximiser l'utilisation de nos services et renforcer les synergies entre entreprises.



02. Réseau de maillages stratégiques

Un système dynamique de connexions qui unit les acteurs bioalimentaires et HRIDD. En orchestrant ces relations, nous créerons des chaînes de valeur optimisées qui faciliteront l'accès aux marchés et stimuleront l'innovation territoriale par des projets collaboratifs porteurs.



03. Accompagnement personnalisé et bienveillant

Une approche centrée sur l'humain qui reconnaît la singularité de chaque entreprise. Par un soutien adapté et proactif, nous outillerons les entrepreneurs-es pour révéler leur plein potentiel, assurant ainsi la rétention et la croissance du membrariat tout en cultivant l'excellence distinctive du terroir bas-laurentien.



04. Rayonnement territorial amplifié

Une stratégie de promotion intégrée qui célèbre la gastronomie régionale et positionne le Bas-Saint-Laurent comme une région gourmande incontournable. En multipliant les occasions de visibilité et en optimisant la participation aux événements commerciaux, nous générerons des retombées économiques durables pour l'ensemble de la communauté bioalimentaire.



01

Promouvoir les Saveurs du Bas-Saint-Laurent

Accroître la visibilité, la notoriété et l'attractivité des produits bioalimentaires du Bas-Saint-Laurent auprès des consommateurs, des partenaires et des marchés cibles, en mettant en lumière le savoir-faire, la qualité et l'identité territoriale, par la mise en avant de l'identifiant régional Les Saveurs du Bas-Saint-Laurent.

Nos défis stratégiques

01 Augmenter la visibilité de l'identité régionale Saveurs du Bas-Saint-Laurent

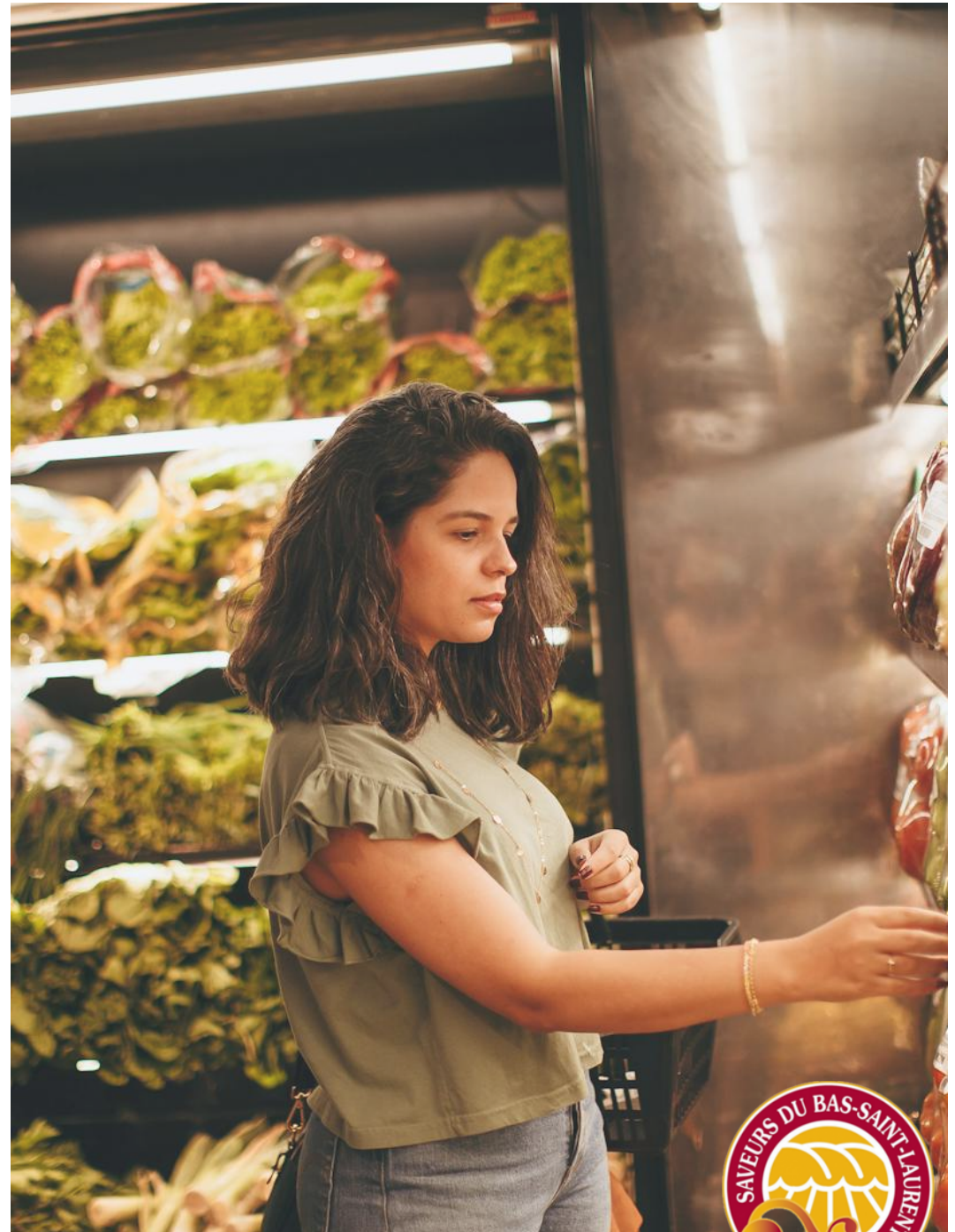
Augmenter la visibilité des Saveurs du Bas-Saint-Laurent sur le web afin de créer un levier essentiel pour les entreprises. Plus l'identité est connue et recherchée par les consommateurs, plus le logo devient un avantage concurrentiel pour les entreprises qui l'arborent. En augmentant notre présence numérique, nous créons une vitrine collective puissante qui profite à l'ensemble des entreprises.

02 Rayonner sur des marchés concurrentiels

Développer une présence forte et cohérente qui se démarque dans l'univers des identités régionales, en maximisant la portée multicanaux tout en préservant l'authenticité et les valeurs du Bas-Saint-Laurent.

03 Contribuer à l'essor du tourisme gourmand régional

Collaborer avec les acteurs touristiques et bioalimentaires pour enrichir l'expérience gourmande du Bas-Saint-Laurent, en valorisant les produits et entreprises comme composantes essentielles de l'attractivité territoriale, tout en respectant les mandats et expertises de chaque partenaire.



01

Promouvoir les Saveurs du Bas-Saint-Laurent

Nos objectifs

découlant des défis stratégiques

1.1 Augmenter la visibilité de l'identité régionale sur le web

Nous augmenterons la visibilité des Saveurs du Bas-Saint-Laurent sur le web afin que les entreprises bioalimentaires profitent pleinement de cette notoriété collective. En optimisant le référencement du site web et en produisant du contenu de qualité, nous attirerons davantage de consommateurs et de professionnels vers l'identifiant. Cette visibilité accrue bénéficiera directement aux entreprises qui arborent le logo Saveurs du Bas-Saint-Laurent.

2.1 Augmenter la notoriété de l'identité régionale sur les réseaux

Nous voulons positionner Les Saveurs du Bas-Saint-Laurent comme une identité de référence sur ses marchés cibles. Nous développerons une stratégie de communication distinctive qui valorisera l'authenticité et la qualité de notre terroir à travers des campagnes adaptées aux différents publics et marchés visés. Cette approche s'appuiera sur des alliances stratégiques avec des acteurs clés du secteur bioalimentaire, créant un réseau d'ambassadeurs pour porter notre message. Le succès sera mesuré grâce à des indicateurs de performance permettant d'ajuster continuellement nos stratégies et d'assurer une croissance soutenue de la reconnaissance de notre identité collective.

3.1 Faire du parcours Saveurs & Gourmandises la vitrine incontournable du tourisme gourmand au Bas-Saint-Laurent

Nous positionnerons le parcours Saveurs & Gourmandises comme la référence en matière de tourisme gourmand au Bas-Saint-Laurent. En mettant en valeur les entreprises à travers une expérience de découverte unique, nous attirerons les visiteurs à la recherche d'authenticité et de saveurs locales. Le parcours deviendra un incontournable pour les touristes et les résidents, générant des retombées économiques directes pour les entreprises participantes tout en renforçant l'identité gourmande distinctive du territoire.

02

Commercialiser les produits bas-laurentiens

Développer et structurer la mise en marché collective des produits bioalimentaires du Bas-Saint-Laurent en soutenant l'innovation commerciale, les initiatives structurantes et la collaboration entre les acteurs, afin d'optimiser l'accès aux marchés, de renforcer la performance des entreprises et d'assurer la pérennité de l'écosystème régional.

Nos défis stratégiques

04 Orchestrer l'accès aux marchés

Créer et coordonner un écosystème d'opportunités commerciales équitable qui maximise les retombées pour tous les acteurs clés du secteur bioalimentaire et des HRIDD, considérant la diversité des produits et les capacités de production de chacun.

05 Catalyser l'innovation territoriale

Stimuler l'émergence d'initiatives porteuses et collaboratives qui renforcent l'identité bioalimentaire régionale, en mobilisant les ressources nécessaires et en favorisant la synergie entre les acteurs du milieu.

06 Pérenniser la croissance collective

Bâtir un écosystème collaboratif attractif et performant qui favorise l'adhésion et la fidélisation des membres, tout en générant des synergies durables et en assurant la vitalité continue du secteur bioalimentaire régional.



02

Commercialiser les produits bas-laurentiens

Nos objectifs

découlant des défis stratégiques

4.1 Optimiser la participation aux événements commerciaux

Nous maximiserons le retour sur investissement des entreprises participant aux événements commerciaux en offrant une coordination professionnelle et un accompagnement stratégique. Cela comprendra la sélection ciblée d'événements porteurs, la préparation des entreprises (formation en techniques de vente, outils promotionnels adaptés), et l'organisation de participations collectives permettant de partager les coûts. Un suivi rigoureux des résultats permettra d'évaluer la performance et d'ajuster continuellement notre approche pour garantir des retombées commerciales optimales.

5.1 Stimuler les projets collaboratifs entre les entreprises

Nous faciliterons l'émergence de projets collaboratifs visant à commercialiser les produits bas-laurentiens sur de nouveaux marchés. En maintenant et consolidant les filières existantes (genévrier et noisetier), en créant des espaces de rencontre entre producteurs, transformateurs et distributeurs, et en structurant des partenariats commerciaux, nous ouvrirons de nouvelles opportunités de ventes pour les entreprises du territoire. La mise en commun des forces permettra d'accéder à des marchés autrement inaccessibles individuellement, que ce soit auprès des restaurateurs, des détaillants, des institutions ou des marchés extérieurs à la région. Le nombre croissant d'entreprises participantes aux filières et aux projets collaboratifs témoignera de la valeur ajoutée de cette approche qui renforce la compétitivité commerciale collective du territoire.

6.1 Assurer la fidélisation des membres

Nous développerons une proposition de valeur claire et des services adaptés qui démontrent concrètement les bénéfices de l'adhésion. En maintenant une relation de proximité avec nos membres et en ajustant continuellement notre offre à leurs besoins évolutifs, nous créerons un sentiment d'appartenance fort. Cette approche centrée sur la satisfaction et l'engagement des membres assurera leur fidélisation à long terme.

Comment pouvons-nous aider votre organisation?

Nos services de conseil en stratégie d'affaires et marketing agroalimentaire aident nos clients à prendre les bonnes décisions, à s'améliorer et à se développer de manière durable.



Planifier un rendez-vous

Cyril Gonzales, CPA
Cofondateur, Associé
Stratège d'affaires

T. 514-805-9713
cg@ecole-b.com



www.ecole-b.com



www.linkedin.com/company/ecole-b

ÉCOLE B



Plan de commercialisation
et marketing agroalimentaire



Étude de marché
agroalimentaire



Réflexions stratégiques
et stratégies collectives



Stratégie d'affaires et
d'innovation agroalimentaires



Création de produits
agroalimentaires



Stratégie de marque
agroalimentaire



Conférences et formation
agroalimentaire