



# Le point du l'économie

1. La TBCN
2. Retour sur les enjeux identifiés
3. Enquête et planification
4. Suivi des principales actions entreprises
5. Autres projets



# les TACQ

(Tables de concertation  
agroalimentaire du Québec)

## Réflexion du MAPAQ en 1991

- Enjeux régionaux
- Spécificités régionales
- Créer une synergie entre les intervenants (organismes et entreprises)
- Plan stratégique de développement

**Mission:**

**Contribuer au développement de leur région.**

**Comment:**

**La concertation**



## La TBCN

- 2009: incorporation de la TBCN
- 2012: reconnaissance de la Côte-Nord comme région agricole
- 2013: premier employé permanent
  - Sa mission:  
Promouvoir le développement, la mise en valeur et la commercialisation des produits bioalimentaires de la Côte-Nord dans une perspective de développement durable.



# Conseil d'administration

- 1-Producteur de produits carnés ou laitiers
- 2- Serriculteur
- 3-Producteur de petits fruits
- 4- Producteur de petits fruits
- 5-Producteur de légumes
- 6- Pêcheur
- 7-Producteur en aquaculture
- 8- Transformateur de produits marins
- 9- transformateur
- 11-Distributeur (grossiste)
- 12- Distributeur détaillant
- 13-Restaurateur
- 14- Restaurateur
- 15-Agrotourisme
- 17-Produits forestiers non ligneux



# Enquête et planification

## 1. Sondages

- Côte-Nord en mode solution
- Planification stratégique

## 2. Rencontre d'un comité consultatif:

- CLE
- DESI
- MAPAQ
- SADC
- RSTM



# Enquête et planification

## Enjeu no. 1

**Diversification de l'offre et développement de produits à valeur ajoutée.**

### Objectifs :

1. Encourager et promouvoir l'entrepreneuriat.
2. Acquérir et communiquer des connaissances sur les biotechnologies et les propriétés nutraceutiques.
3. Encourager la deuxième et troisième transformation alimentaire en région notamment en facilitant l'accès à des infrastructures, des équipements et des services adaptés aux besoins des entreprises.



# Enquête et planification

## Enjeu no.2 Compétitivité

Objectifs :

4. Encourager l'innovation, la modernisation et l'amélioration de la polyvalence des équipements et des procédés
5. Sensibiliser les promoteurs à la valeur ajoutée des produits nord-côtiers, ainsi qu'à l'importance de la qualité du produit et du service pour l'expérience du consommateur.
6. Faciliter l'accès aux ressources techniques, professionnelles, financières et foncières du milieu.
7. Diversifier les sources de revenus des entreprises.



# Enquête et planification

## Enjeu no.2 Compétitivité (suite)

### Objectifs :

8. Faciliter le transfert d'expertise entre les entreprises et les secteurs.
9. Régénérer un bassin de main-d'œuvre compétente par la valorisation des métiers, l'allongement de la saison, l'étalement et la diversification des tâches, l'amélioration des conditions d'emploi et la formation.





# Enquête et planification

## Enjeu #3 Mises en marché

### Objectifs :

10. Éduquer les consommateurs sur le potentiel culinaire des produits nord-côtiers, leur qualité, leur valeur et leurs caractéristiques.
11. Promouvoir l'industrie comme levier de développement économique et de création d'emplois.
12. Développer et renforcer une identité culinaire régionale forte agissant comme catalyseur pour la promotion des produits bioalimentaires par les entreprises.
13. Encourager la traçabilité, la certification, ainsi que les appellations réservées et les termes valorisants.



# Enquête et planification

## Enjeu #3 Mises en marché (suite)

Objectifs :

14. Développer des liens entre l'industrie bioalimentaire, le tourisme, la culture en s'associant à des événements et à de nouveaux collaborateurs.
15. Identifier, communiquer et développer des opportunités d'affaires liées aux marchés globaux, nationaux et régionaux (agrotourisme et tourisme gourmand, produits émergeant, coproduits ou de remplacement et nouvelles tendances).
16. Faciliter le rapprochement entre l'artisan alimentaire et le consommateur.



# Enquête et planification

## Enjeu #3 Mises en marché (suite)

### Objectifs :

17. Réseauter les producteurs, transformateurs, restaurateurs, distributeurs, établissement institutionnels entre eux.
18. Améliorer l'autonomie alimentaire de la région et des secteurs dont l'accessibilité est plus difficile.
19. Faciliter l'accès aux marchés des grands centres urbains et au marché de la vente en ligne.
20. Faciliter l'accès à des services liés au développement des marchés internationaux.



# Enquête et planification

## Enjeu #4 Environnement

### Objectifs :

21. Promouvoir une gestion durable et des pratiques responsables pour la santé, la conservation des ressources et des milieux naturels.
22. Encourager l'optimisation des performances environnementales des entreprises notamment par la réduction de la consommation énergétique et de l'émission de gaz à effet.
23. Éduquer la population sur les effets environnementaux, sociaux et économiques de leurs décisions d'acheter localement.



# Enquête et planification

## Enjeu #4 Environnement (suite)

### Objectifs :

24. Encourager la valorisation des résidus par le développement de coproduits.
25. Éduquer la population sur les risques sociaux et environnementaux réels de projet de développement (acceptabilité sociale).



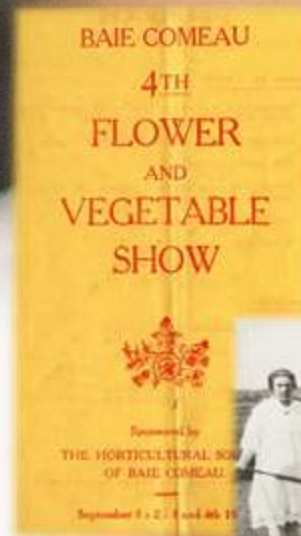
**Suivi des  
principales  
actions  
entreprises**

- Livre: Parcours du terroir alimentaire de la Côte-Nord
- Forum bioalimentaire 2014
  - Portrait du marché institutionnel
  - Les Marchés publics
  - Circuit gourmand
- Répertoire des produits régionaux
  - Club gourmand
  - Démarche de positionnement régional
- Bulletin électronique

*De la subsistance à la table d'hôte...*  
parcours du terroir alimentaire  
*de la Côte-Nord*

## Objectifs

- Promouvoir le potentiel régional
- Positionner l'industrie bioalimentaire comme levier de développement et de diversification économique
- encourager l'entrepreneuriat.



*De la subsistance à la table d'hôte...*  
parcours du terroir alimentaire  
*de la Côte-Nord*

## Résultats

- Lancement du livre en 2012-13
- 5 points de distribution en plus du réseau d'accueil touristique
  - Entrevue radio
  - Concours
- Représentation politique



*De la subsistance à la table d'hôte...*  
parcours du terroir alimentaire  
*de la Côte-Nord*

Guy Côté et Steve Dubreuil pour la Table bioalimentaire





# Forum bioalimentaire de la Côte-Nord

## Objectifs

- Informer les participants sur l'évolution des marchés et des nouvelles tendances.
  - Réseauter les entreprises.
- Promouvoir l'industrie comme levier de diversification économique.
  - Valoriser l'innovation, le rayonnement et l'excellence.
- Mobiliser les intervenants autour des enjeux du développement régional.



# Forum bioalimentaire de la Côte-Nord

## Résultats

- Un record de participation
- Une représentativité équilibrée entre
  1. les secteurs d'activités
  2. les zones géographiques
- Un taux de satisfaction de 82%





## Objectifs

- Diversifier les sources de revenus des entreprises
- Valoriser les produits régionaux.
  - Acquérir et communiquer des connaissances sur les marchés
  - Réseauter les entreprises de l'industrie.
- Améliorer l'autonomie alimentaire.
- Réduire la distance parcourue par les produits.





## Résultats

- Un marché de 8,3 M\$
- Constat #1: Méconnaissance
  1. des produits régionaux
  2. des opportunités du marché
- Un projet pilote en cours...





## Objectifs

- Diversifier les sources de revenus.
- Promouvoir l'industrie comme levier économique.
- Faciliter le rapprochement de l'artisan et du consommateur.
- Améliorer l'autonomie alimentaire.
- Réduire la distance parcourue.





## Résultats

- Une image commune pour les 4 marchés.
- Meilleure promotion de chacun des marchés sur l'ensemble de la Côte-Nord.
- Expansion du marché de Tadoussac grâce à de nouveaux chapiteaux
- Allongement de la saison du marché de Baie-Comeau
- Premier marché à L-P-M





## Objectifs

- Diversifier les sources de revenus.
- Favoriser la régénération d'un bassin de main-d'oeuvre par l'allongement des saisons.
  - Valoriser les produits régionaux.
  - Promouvoir l'industrie.
- Développer et renforcer une identité culinaire régionale.
- Favoriser le rapprochement entre l'artisan et le consommateur.
  - Réseauter les entreprises.
  - Améliorer l'autonomie alimentaire.
  - Réduire les distances parcourues



## CONCOURS - 400 ADEPTES FACEBOOK



C'est simple, lorsque la page du circuit gourmand aura atteint 400 adeptes, nous ferons tirer 2001 de certificats-cadeaux des membres parmi tous les fans.

Pour participer, partagez et cliquez J'aime sur la page Facebook du circuit gourmand, invitez tous vos amis à participer, c'est gratuit et ça peut rapporter!



## Résultats

- 30 entreprises membres de Tadoussac à Blanc-Sablon.
- Une brochure distribuée chez les membres et dans tout le réseau d'accueil touristique.
- Un site web avec capsules vidéos.
- Présence dans les médias sociaux.



À L'EMPORTÉE COOP

Découvrez nos pains, viennoiseries, pâtisseries et mets à emporter!



INDUSTRIAL

154-B, rue Main

Site web

[industrial@emporteecoop.com](mailto:industrial@emporteecoop.com)

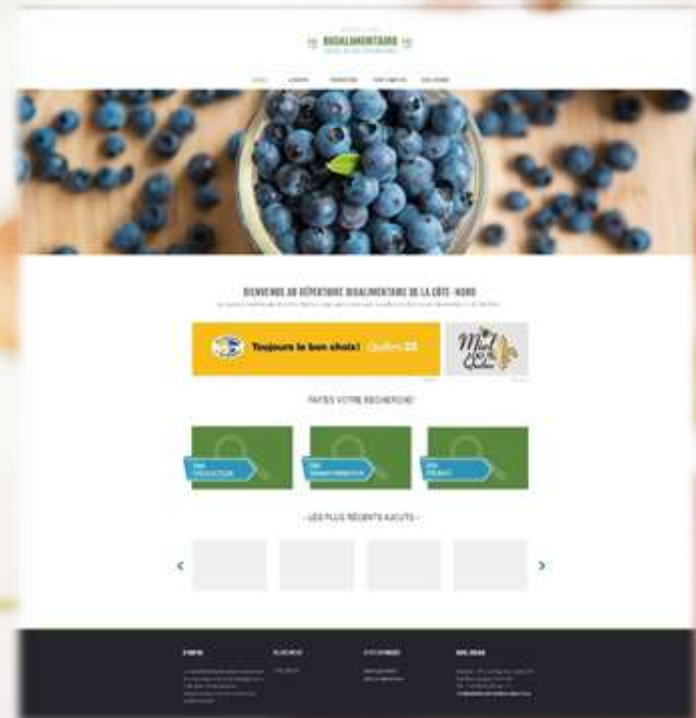
Tel: (418) 238-4782





## Objectifs

- Valoriser les produits régionaux.
- Diversifier les sources de revenus.
- Développer une identité culinaire régionale.
  - Acquérir et communiquer des connaissances sur les marchés régionaux.
    - Réseauter les entreprises.
  - Améliorer l'autonomie alimentaire.
- Faciliter l'accès aux marchés des grands centres urbains.
  - Réduire la distance parcourue.





## Résultats à venir...

- Plus de produits régionaux dans nos restaurants
- Meilleure connaissance du marché régional (l'offre et la demande)



# Club gourmand

## Objectifs

- Diversifier les sources de revenus.
- Valoriser les produits régionaux.
- Développer une identité culinaire régionale.
- Réseauter les entreprises.
- Réduire la distance parcourue par les produits.



# Club gourmand

## Résultats à venir...

- Club régional
- 15 restaurants participants
- 15 producteurs et transformateurs
- 25 repas
- 50 membres



# Démarche de positionnement régionale

## Objectifs

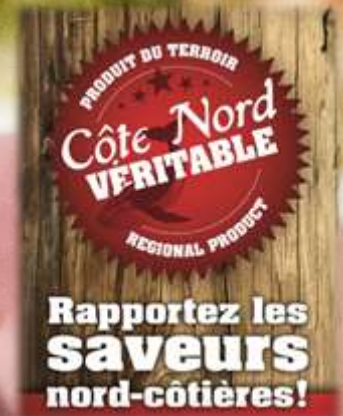
- Promouvoir l'industrie comme levier économique.
- Développer une identité culinaire régionale.
  - Encourager la traçabilité, la certification et les appellations réservées.
- Acquérir et communiquer les connaissances sur les marchés
  - Faciliter l'accès aux marchés extérieurs.



# Démarche de positionnement régionale

## Résultats à venir...

- Cohésion régionale en promotion.
- Promotion facilitée des produits par les entreprises.
- Accroissement de la demande extrarégionale pour les produits régionaux.



TERROIR - BAIE-COMEAU - SEPT-ÎLES & YORKE - POINT-DE-MONCAN

# Bulletin électronique

## Objectifs

- Acquérir et communiquer des connaissances
  - Encourager l'innovation
- Faciliter l'accès aux ressources
- Faciliter le transfert d'expertises
  - Valoriser les métiers
- Valoriser les produits et les artisans
- Promouvoir l'industrie comme levier de développement économique
  - Etc.



# Bulletin électronique

## Vous dites informations?

1. Les initiatives régionales
2. Ce qui se fait ailleurs
3. Les tendances du marché
4. Les évènements à l'agenda
5. Ressources régionales

Actualités, tendances, recettes et événements à ne pas manquer

[View this email in your browser](#)



Ne manquez pas... l'agenda en bas de page!

### Actualités régionales



#### Produits nord-côtiers recherchés!

Vous produisez, récoltez, exploitez ou transformez un produit sur la Côte-Nord? Faites-le ajouter gratuitement au répertoire web des produits régionaux de la Côte-Nord! Contactez Josée Vallée à la Table bioalimentaire Côte-Nord. Téléphone: 418 962-0469 poste 111 ou courriel: [info@tablebioalimentairecotenord.ca](mailto:info@tablebioalimentairecotenord.ca)

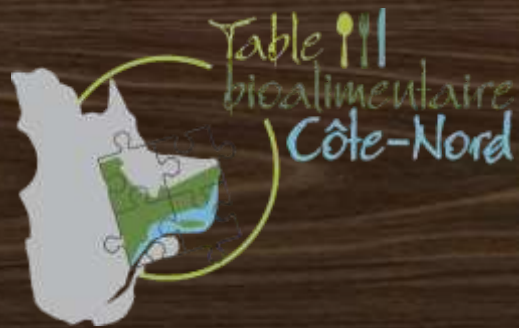
#### Quel est votre plan?

Quels sont les besoins des entreprises de l'industrie? Quelles sont les priorités pour favoriser leur essor sur la Côte-Nord? Fidèle à son mandat premier de concertation et dans un souci de cohérence régionale, la Table bioalimentaire Côte-Nord soumet des éléments à votre évaluation en vue de la planification stratégique régionale.

[J'ai quelque chose à dire...](#)



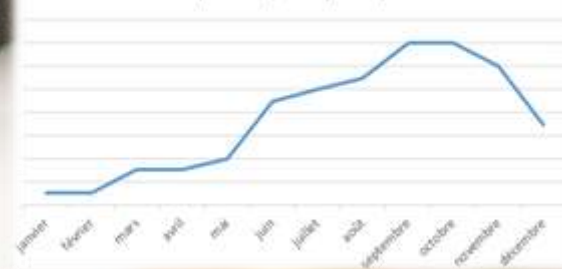




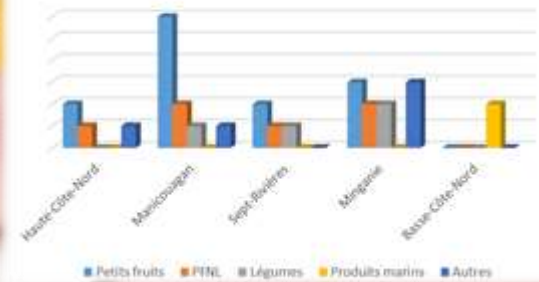
## Autres projets...

- Concertation transport
- Concertation transformation
- Kiosque de produits régionaux
- Contrôle des adventices en bleuetière
  - Dynamiques
  - Sensibilisation

Les besoin de transports au cours de l'année  
(n entreprises/mois)



Type de production des entreprises répondantes  
qui n'ont pas accès à des équipements selon leurs  
besoins par MRC



DYNAMIQUES

Un secteur  
bioalimentaire fort  
pour développer  
le Québec





**En conclusion...**

- **Un plan ambitieux**
- **Des partenaires de choix**
- **Un financement adéquat sera nécessaire**