



La Coopérative de solidarité NORD-Bio se donne pour mission de mieux faire connaître, dans la région du Saguenay-Lac-St-Jean, l'agriculture biologique régionale et sa variété de produits certifiés. Par ses actions concertées et son réseautage, elle facilite la mise en place de projets collectifs et la mise en marché des produits biologiques régionaux.

PROJET : 11-MEM1-02

POURSUITE DE LA VALORISATION ET DE LA PROMOTION DE L'APPELLATION DE L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE AU SAGUENAY-LAC- ST-JEAN COMME PRÉALABLE AUX INITIATIVES DE MISE EN MARCHÉ

Projet présenté par :
Marlène Gaudreault, Dt.p, M.Sc
Éco-conseillère et chargée de projets
Coopérative de solidarité NORD-Bio (organisme demandeur)

Date de fin de projet :
28 février 2014

Dans le cadre du :
Programme d'appui à la mise en marché
Ministère de l'Agriculture, des pêcheries et de l'alimentation

Table des matières

1/ Brève description du projet.....	3
2/ Déroulement des travaux	3
3/ Résultats obtenus & Biens livrés	4
3.1/ Cahier & séances d'information aux détaillants	4
3.2/ Sondage-éclair en magasin	5
3.3/ Cahier de recrutement	5
3.4/ Partenariat Table Agroalimentaire.....	6
3.5/ Marchés, événements publics & Activités promotionnelles.....	6
3.6/ Comité de valorisation FBQ.....	7
3.7/ La force du réseau et de l'implication	7
4/ Difficultés rencontrées & moyens pour y remédier	7
4.1/ Manque de données économiques	7
4.2/ Résistance du milieu	8
4.3/ Mesure des résultats	9
5/ Rapport financier	9
5.1/ Description	9
6/ Conclusion	9
6.1/ Biens livrables.....	9
6.2/ Conclusion	9
Annexe 1 - Liste des membres de la Coopérative de solidarité NORD-Bio	11

1/ BRÈVE DESCRIPTION DU PROJET

Comme son nom l'indique, ce projet, «Poursuite de la valorisation et de la promotion de l'appellation de l'agriculture biologique au Saguenay-Lac-St-Jean comme préalable aux initiatives de mise en marché», s'inscrivait dans la suite logique d'un projet antérieur, réalisé dans le cadre du Programme de soutien au développement de l'agriculture biologique (PSDAB). Ce projet-ci, comme le dernier, avait pour but de promouvoir et valoriser l'agriculture biologique dans la région du Saguenay-Lac-St-Jean (SLSJ). Ainsi, les activités de communication occupaient une place majeure dans le projet. Si elles ciblaient encore principalement le public général, certaines étaient plus dirigées, comme par exemple aux commerçants.

Le projet s'articulait autour des trois objectifs suivants, tels que proposé lors du dépôt :

- 1- Crédibilité (véhiculer un message simple, cohérent et efficace expliquant ce qu'est l'agriculture biologique et décrivant ses enjeux);
- 2- Visibilité (faire connaître les producteurs bio du SLSJ, utiliser le logo BioQuébec pour identifier nos produits, développer et/ou consolider nos points de vente);
- 3- Accessibilité (démarginaliser l'agriculture biologique, rendre les produits disponibles sur les tablettes, promouvoir un juste prix tant pour le producteur que le consommateur).

Il avait aussi un souci de contribuer à l'atteinte des objectifs spécifiques du Plan de développement du secteur biologique du Québec et de poursuivre les collaborations avec la Filière biologique du Québec (FBQ).

2/ DÉROULEMENT DES TRAVAUX

La fin du projet a été plusieurs fois repoussée et nous tenons d'ailleurs à remercier la personne responsable du Programme au MAOAG, Mme Jacynthe Lareau, pour sa grande compréhension, qui fut fort appréciée. Les délais ont été causés principalement par manque de travail à donner à la chargée de projet, faute de financement. L'employée a donc dû se trouver un second emploi d'avril 2013 à fin décembre 2013, ne travaillant en moyenne pour NORD-Bio que 15 à vingt heures par semaine.

Bien que le projet se soit somme toute bien déroulé et que les engagements pris aient été réalisés, ce ne fut pas sans difficultés. En effet, les heures travaillées par l'employée servaient souvent à ne faire que des suivis généraux sur l'agriculture biologique.

Les membres du conseil d'administration ont été mis à contribution, plus particulièrement le président. Les membres utilisateurs ainsi que les membres de soutien se sont impliqués dans les événements publics, tout comme dans les activités générales de NORD-Bio.

3/ RÉSULTATS OBTENUS & BIENS LIVRÉS

3.1/ CAHIER & SÉANCES D'INFORMATION AUX DÉTAILLANTS

Le cahier se veut un guide des bonnes pratiques pour l'identification des produits biologiques, destiné aux détaillants et marchés d'alimentation. Les informations qu'il contient ont principalement été tirées du Guide des bonnes pratiques relatives à la manipulation des aliments certifiés biologiques destinés à la vente au détail au Québec, publié par le Conseil des appellations réservées et des termes valorisants (CARTV). Le contenu a d'ailleurs été révisé par le personnel du CARTV, que nous tenons à remercier. Le guide est disponible en pièce jointe 1- Guide Identification Produits Bio pour les détaillants.

Le guide a été distribué en main propre aux détaillants de la région, soit aux propriétaires des magasins, soit aux directeurs/gérants. Il a été très bien accueilli et les personnes rencontrées étaient heureuses d'avoir un outil bien conçu, solide (trois feuilles 3,25'' x 8,5'' en plastic styrène, boudinées), pouvant servir à tout le personnel. Le côté pratique est apprécié, de même que la qualité de l'information. L'intention de l'utiliser, par eux-mêmes ou les employés, est bien présente.

La distribution du guide nous a permis de constater l'ouverture des détaillants aux produits bio, particulièrement régionaux. Il faut dire que les producteurs y vendant des produits depuis longtemps y sont pour quelque chose, de même que les relations que nous avons créées avec les détaillants au cours de notre projet de mise en marché collective pour l'ail et la fleur d'ail. Notre crédibilité et notre réputation ont été gagnées au fil du temps, grâce aux contacts personnels que nous avons établis, et à la qualité des produits mis en marché.

Si la plupart des personnes rencontrées étaient au courant qu'une loi régissait l'utilisation des mots «biologique», «organic» et «bio», peu connaissaient les conséquences du non-respect de cette loi. Ils ont tous accueilli favorablement l'outil présenté, car il leur apportait de nouvelles connaissances, ainsi que des trucs pratiques. À la fin du projet, aucun n'avait sollicité de séances d'information.

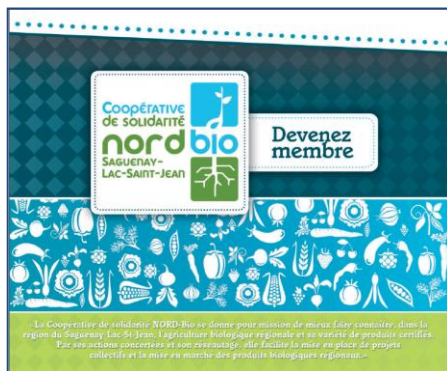


Un message annonçant la sortie du Guide a été mis en ligne sur le site Réseau Bio. Suite à cela, plusieurs producteurs, intervenants (directions régionales, club-conseils, marché de proximité, etc.) et détaillants hors-région ont fait une demande pour obtenir le Guide. C'est donc dire que ce Guide répond à un réel besoin, et qu'il est possible de concevoir des outils utiles, à peu de frais.

3.2/ SONDAGE-ÉCLAIR EN MAGASIN

Le sondage-éclair en magasin a été effectué directement auprès des propriétaires ou directeurs/gérants rencontrés lors de la distribution des guides de bonnes pratiques pour l'identification des produits biologiques. Il nous a permis de constater ce que la littérature suggère : la demande pour les produits bio dépasse largement l'offre. Les détaillants trouvent cela déplorable, car les consommateurs manifestent clairement cette demande, et aimeraient aussi que davantage de produits bio régionaux soient disponibles en supermarché.

3.3/ CAHIER DE RECRUTEMENT



Le cahier de recrutement est disponible depuis avril 2013. Les membres en ont reçu quelques copies papier afin qu'ils puissent faire du recrutement parmi leurs contacts (entreprises - détaillants, fermes bio, etc.-, ou partenaires de leur ferme). La version électronique leur a également été partagée.

Vues les activités très limitées de la coopérative au cours de la dernière année, donc de notre contexte incertain, il n'est pas évident de recruter de nouveaux membres. Nous avons tout de même recruté quelques membres. Nous avons aussi profité de la distribution électronique des guides de bonnes pratiques pour inciter les personnes ou entreprises nous ayant contactés, à devenir membre de NORD-Bio en leur faisant parvenir la version électronique de notre cahier de recrutement.

Nos activités seront à nouveau réduites au cours du mois de mars 2014, ce qui laissera du temps à la chargée de projet de faire du développement, et rencontrer personnellement des membres potentiels.

3.4/ PARTENARIAT TABLE AGROALIMENTAIRE

Nous sommes régulièrement en contact avec le personnel de la Table Agroalimentaire et participons aux activités et rencontres organisées. Leur site vient tout juste d'être mis en ligne, et des informations relatives à l'agriculture biologique y seront ajoutées car quelques sujets étaient manquants. Nous avons été impliqués dans certains comités de travail, et avons été consultés dans le cadre de leur plan quinquennal. Toutefois, l'agriculture biologique, ou les produits qui en sont issus, ne fait malheureusement pas l'objet de mesures spécifiques.

Mentionnons toutefois le manque de données économiques caractérisant le secteur biologique, provincialement comme régionalement. Les intervenants du secteur nous ont souvent manifesté leur hâte que ces données soient rendues disponibles. Cela aiderait grandement à la réalisation de projets.

3.5/ MARCHÉS, ÉVÉNEMENTS PUBLICS & ACTIVITÉS PROMOTIONNELLES

Nous avons participé à plusieurs événements publics : marchés de Noël (2012, 2013), marchés publics (Jeux du Québec), événements agroalimentaires (Portes ouvertes de l'UPA, Fêtes Gourmandes / Tournée des chefs, salon régional), conférences (Agence de la santé et des services sociaux, Table régionale en sécurité alimentaire, UQAC, CSSS de Chicoutimi, Chaire de recherche en Éco-Conseil, Journées horticoles du Sag-Lac, etc.), ateliers de dégustation (Programme Jeunes-Pousses), remise d'un panier bio (Saines habitudes de vie / Domaine-du-Roy en forme), etc.



Nos outils promotionnels y sont toujours bien appréciés. Avoir une signature professionnelle pour nos outils de communication et de promotion nous donne une crédibilité et contribue à déconstruire les stéréotypes entourant le bio.

Nous avons aussi donné des formations aux stagiaires du Centre de Solidarité International du Saguenay-Lac-St-Jean dans le cadre des stages Québec Sans Frontières. Un partenariat entre nos deux organisations a d'ailleurs été formulé.

Les informations générales sur l'agriculture biologique véhiculées par les organismes provinciaux (FABQ, FBQ, etc.) et les divers médias sont fort importantes. Par contre, le contact direct avec les consommateurs est, selon nous, tout aussi essentiel à la réussite de la sensibilisation à l'agriculture biologique. Nous avons été en mesure de constater l'impact de ces interventions à chaque activité à laquelle nous

avons participé. La relation directe que nous créons, tant avec les consommateurs que les intervenants (SADC, CLD, Club-Conseils, Table Agro, Créneau Agriculture Nordique, etc.) et les acteurs du milieu (détaillants, distributeurs, etc.), permet de fournir une information personnalisée, directe et adaptée au public cible. Cela améliore grandement la compréhension du bio et contribue à en augmenter la consommation.

3.6/ COMITÉ DE VALORISATION FBQ

Notre président, M. Serge Leboeuf, a été mandaté pour siéger au Comité de valorisation de la FBQ. Il fait état de l'évolution des projets et de la situation auprès des administrateurs du CA, et auprès des membres de la coopérative au besoin.

3.7/ LA FORCE DU RÉSEAU ET DE L'IMPLICATION



Nous savons tous que l'implication citoyenne est importante, et c'est une valeur importante pour notre employée. Elle s'implique, sur son propre temps, tant localement au niveau de la table en économie sociale que régionalement au niveau du réseau de nutritionnistes ou de professionnels en développement durable. Cela a par la suite un impact sur les activités de NORD-Bio; plusieurs activités que nous avons réalisées, ou qui sont à venir, découlent de ces implications.

Mentionnons encore une fois le bénéfice d'avoir une ressource temps plein, qui permet de consolider le réseau de contacts dans le milieu. Cela contribue à donner de la crédibilité au secteur de l'AB régionale, et les répercussions se ressentent bien au-delà du réseau de l'agroalimentaire régional.

4/ DIFFICULTÉS RENCONTRÉES & MOYENS POUR Y REMÉDIER

4.1/ MANQUE DE DONNÉES ÉCONOMIQUES

Nous faisons face à un important problème : le manque de données économiques caractérisant le secteur biologique provincial et plus particulièrement celui régional. En effet, pour les acteurs socio-politico-économiques (Table Agroalimentaire, CRÉ, MRC, CLD, SADC, députés, maires, etc.), les bénéfices pour la santé de la population, l'économie, l'environnement ou la biodiversité, s'ils ne sont

pas chiffrés, ne veulent rien dire et demeurent abstraits. Pour la simple et bonne raison qu'ils ne parlent qu'en termes d'argent. Alors si nous voulons "parler le langage de la bête" et nous adresser à ces acteurs de manière à ce qu'ils nous comprennent, nous devons nous aussi parler en dollars. Nous avons besoin de connaître le nombre d'emplois régionaux liés à l'AB, la valeur du secteur, par type de production, etc.

Au fil des conversations et des démarches entreprises avec ces acteurs (souvent vaines par manque de données économiques), nous nous sommes rendus compte que les potentiels économique et de diversification de l'agriculture que représente le secteur biologique pour une région comme la nôtre sont inconnus, ce qui fait que l'AB est toujours mise de côté. La raison est aussi simple qu'évidente : le manque de données économiques. Sans chiffre, il semble que le secteur n'existe pas puisqu'aucune valeur économique ne lui est associée. Il ne vaut donc pas la peine, pour les acteurs, d'y accorder crédibilité, attention et investissement, et du coup, de nous appuyer.

Il est donc évident que nous avons un besoin criant de ces données, et pressons le MAPAQ d'enfin publier les résultats de recherches qui sont en cours depuis deux ans. Nous savons que le Ministère a collecté des données auprès, entre autres, des entreprises détenant la certification biologique. Nous fondons beaucoup d'espoir en une analyse pertinente et utile de ces données, et espérons que le MAPAQ les rendra disponibles le plus rapidement possible, pour que nous puissions enfin nous adresser aux différents acteurs et instances avec des arguments qu'ils seront en mesure de comprendre.



Tournée des chefs

Étaient présents à la Tournée des Chefs à Alma au début du mois d'août, M. Jean-Francois Robert des Jardins de St-Félicien et Marlène Gaudreault de la Coopérative Nord Bio ainsi que M. Gérard Bouchard et sa conjointe Suzie de la Fromagerie Ferme des chutes. Nous avons pu déguster leurs excellents produits.

4.2/ RÉSISTANCE DU MILIEU

Comme mentionné à la section précédente, nous faisons face à beaucoup de résistance du milieu, entre autres par manque de données économique caractérisant le secteur de l'AB régionale.

Aussi, il y a encore beaucoup de stéréotypes véhiculés autour de l'agriculture biologique et des produits qui en sont issus. Ces deux éléments sont encore méconnus par un grand nombre de personnes. Nous poursuivons donc nos efforts de communication et travaillons à défaire les mythes véhiculés.

4.3/ MESURE DES RÉSULTATS

Il est extrêmement difficile de tisser un lien entre l'augmentation des ventes d'un de nos membres et les activités de promotion de l'AB menés par la coop, et de le chiffrer. Et cela est souvent l'unique avantage recherché par les nouveaux membres. En effet, lorsque nous sollicitons de nouvelles entreprises à devenir membre de NORD-Bio, elles nous demandent quels bénéfices elles en tireront, en ne pensant qu'au côté monétaire. Il faudra donc nous préparer à faire face à de tels commentaires lorsque nous serons en période de recrutement. Nous porterons aussi une attention spéciale à la mise en valeur de tous les avantages à être membre de NORD-Bio dans le cahier de recrutement.

5/ RAPPORT FINANCIER

5.1/ DESCRIPTION

Le rapport financier permet de constater que les dépenses prévues ont été engagées comme il se devait.

Comme à l'habitude, l'implication des membres dans ce projet est notable. Nous avons un excellent taux de participation à nos assemblées générales (annuelle comme spéciale) et à nos activités sociales. Au fil des ans, le sentiment d'appartenance s'est développé et ce, en grande partie grâce à l'embauche d'une ressource temps plein.

6/ CONCLUSION

6.1/ BIENS LIVRABLES

Nous avons réalisé toutes les activités prévues au projet. Vous trouverez dans un envoi postal les documents que nous nous étions engagés à produire, soit un outil promotionnel, un exemplaire du cahier de recrutement et du Guide d'identification. Il serait apprécié que ces deux derniers documents nous soient retournés, vue la quantité limitée dont nous disposons.

6.2/ CONCLUSION

Ce projet nous a permis de poursuivre la valorisation et la promotion de l'agriculture biologique dans la région du Saguenay-Lac-St-Jean. Dans une région comme la nôtre, il est essentiel que cela soit pris en charge par un organisme. D'abord parce que l'agriculture biologique est encore méconnue, mais surtout parce qu'aucun

autre organisme n'est chargé de le faire. C'est ainsi que NORD-Bio a su devenir le point de référence en agriculture biologique dans la région du Saguenay-Lac-St-Jean.

Les relations solides que nous avons bâties avec les consommateurs, les intervenants et les acteurs témoignent du rôle que nous jouons dans notre milieu, et de la notoriété que nous avons su construire depuis notre fondation.

Considérant tout le travail qu'il reste à faire relativement à la valorisation de l'agriculture biologique, nous avons été désolés et fort déçus d'apprendre les coupures qui ont été faites auprès de la FBQ, qui jouait un rôle essentiel sur la scène provinciale. Aussi, bien que nous comprenions les avantages de la campagne Aliments du Québec, nous sommes d'avis que la multiplication des logos ne fait qu'amener plus de confusion auprès des consommateurs et que le changement n'a pas été dans leur intérêt. Finalement, rappelons, une dernière fois, l'importance que le MAPAQ rende disponibles des données économiques relatives à l'agriculture biologique.

ANNEXE 1 - LISTE DES MEMBRES DE LA COOPÉRATIVE DE SOLIDARITÉ NORD-BIO

Membres utilisateurs (21)

Ferme Patrimoniaire - Serge Leboeuf (président)

Ferme Tournevent - Jacques Dallaire (vice-président)

Ferme Nelson Paradis - Nelson Paradis (trésorier)

Ferme Philippe Legault - Agathe Boivin (administrateur)

Les Fermes Solidar - Harold Leroux (administrateur)

Les Jardins de St-Félicien- Jean-François Robert

Fraisière biologique Chambord - Régis Bolduc

Ferme Taillon et Fils - Christian Taillon

Fromagerie Ferme des Chutes - Pierre Bouchard

Ferme des Feuilles - Daniel Baril

Ferme Réginald Gauthier - Réginald Gauthier

Les Jardins Bio-Forestiers - Serge Turcotte

Ferme Almas Simard et Murielle Beaulieu - Murielle Beaulieu

Les Jardins de Lily - Lily Munger

Ferme Éliro / Moulin A. Coutu - Rodrigue Tremblay

L'Orée des Bois - Lyna Bouchard

Naturalait - Gérard Bouchard

Nutrinor - Paul Pomerleau

Merci la Terre - Réjean Côté

Les Jardins de Sophie - Sophie Gagnon

Café Cambio - Guylaine Pelletier

Membres de soutien (12)

Audrey Bouchard (administratrice)

Sara Villeneuve (secrétaire)

André Gagnon

Françoise Rodrigue

André Michaud

Caroline Lemay

Kathleen Pelletier

Marlène Gaudreault

Martine Bergeron

Josée-Anne Simard

Tamara Koziég

Sylvie Denis