



CRÉDIT PHOTO: FRANÇOIS MAISONNEUVE, LA PINCÉE

Caravane des Cultures: une vitrine pour nos produits locaux

PRÉSENTATION JOURNÉES HORTICOLES ET GRANDES CULTURES – 4 DÉCEMBRE 2018

Historique

- 2009: La MRC des Jardins-de-Napierville mandate le CLD afin d'élaborer une politique de développement social.
- 2011: Adoption de la Politique de développement social et embauche de l'agent de soutien au développement social. **Un des dix enjeux est la sécurité alimentaire.**
- 2012: Arrivée des saines habitudes de vie au CLD.
- 2013: Embauche de la coordonnatrice en saines habitudes de vie. Dépôt d'un portrait, d'un plan stratégique et d'un premier plan d'action à Québec en Forme.
- Été 2013: Formation du comité d'accessibilité à la saine alimentation (CASA)



Objectifs du CASA



- Améliorer l'accès aux fruits et légumes frais produits localement à la population de la MRC
- Desservir l'ensemble du territoire
- Favoriser la vente de légumes et de fruits de deuxième catégorie (déclassés sur des critères de format)
- Offrir, dans la mesure du possible, des fruits et légumes de producteurs locaux mettant en pratique la lutte intégrée
- Vendre à l'année des fruits et légumes frais et à prix moindre qu'en épicerie

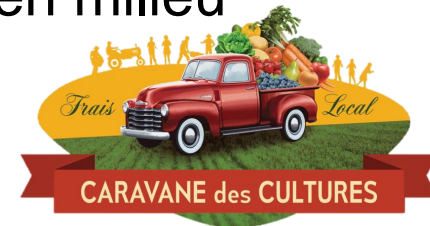
Comité d'accessibilité à la saine alimentation (CASA)



- **Mathilde Morin**, conseillère régionale en agrotourisme et commercialisation en circuits courts au MAPAQ Montérégie Ouest
- **Nancy Gagnon**, organisatrice communautaire au CLSC Jardin-du-Québec à Saint-Rémi (table de concertation sécurité alimentaire)
- **Maurice Lando**, président du comité des producteurs maraîchers Montérégie Ouest
- **Daniel Lussier**, maire de la municipalité de Saint-Patrice-de-Sherrington, nommé par la table des maires
- **Élaine Grignon**, agronome, coordonnatrice du Pôle d'excellence en lutte intégrée, CLD
- **Sonia Dumais**, agente de soutien au développement social, CLD
- **Maude St-Hilaire**, coordonnatrice aux saines habitudes de vie, CLD

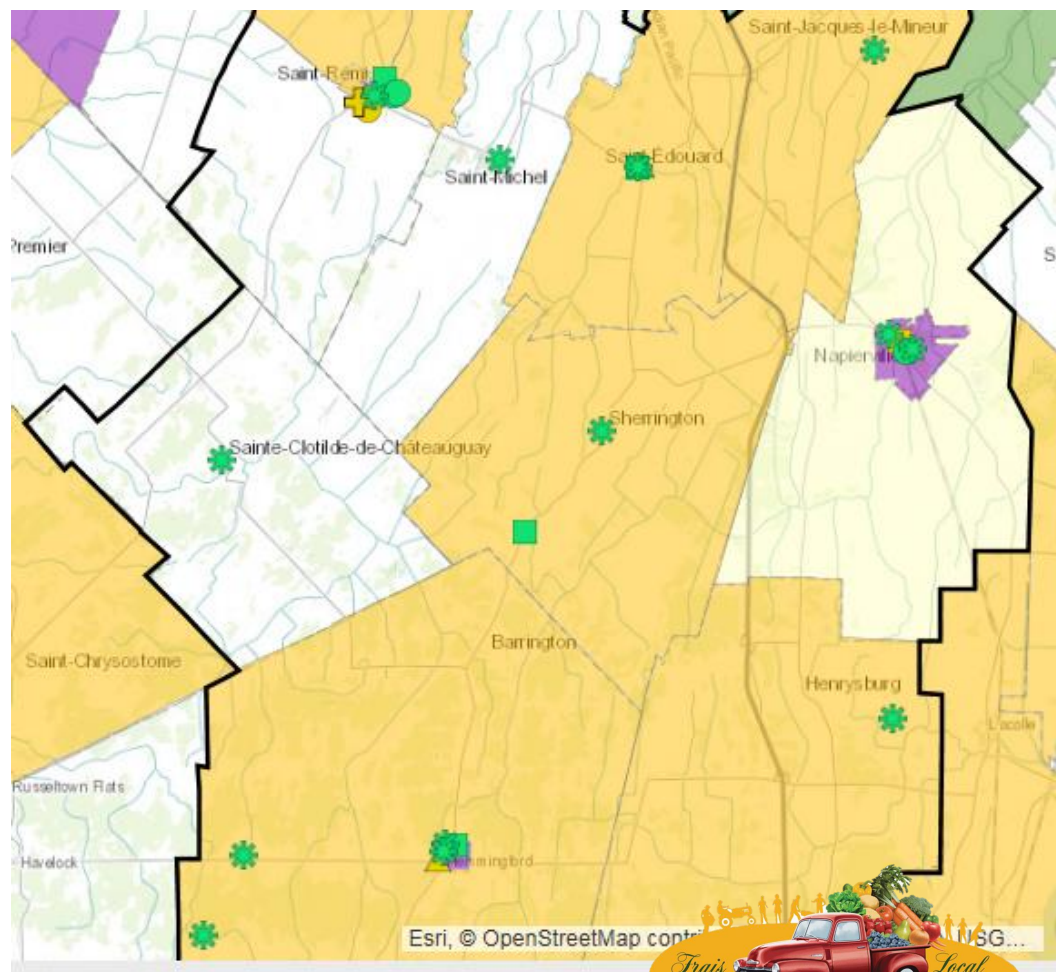
Portrait de la région

- Population de la MRC des jardins-de-Napierville en 2018: 28 642 personnes pour 11 municipalités
 - 2 pôles importants:
 - Saint-Rémi: 8 530habitants
 - Napierville et Saint-Cyprien: 5 649 habitants
 - 98% Zonée agricole
 - 18 % de ses habitants ont moins de 15 ans alors que seulement 13 % ont plus de 65 ans
- 2/3 travailleurs travaillent dans la MRC
 - + de 30% de la population est inactive et nombreux emplois saisonniers
 - Taux inquiétant de personnes sans diplôme
 - Région présentant de nombreux déserts alimentaires en milieu rural



Offre alimentaire sur le territoire

- 2 grandes bannières et un magasin à grande surface à Saint-Rémi
- 1 grande bannière à Napierville
- 1 petite bannière à Hemmingford
- 1 petite épicerie indépendante à Saint-Patrice-de-Sherrington
- Centre de liquidation et d'économie à Saint-Édouard
- Quelques kiosques saisonniers de fruits et légumes sur le territoire
- 2 points de chute de paniers biologiques



Source: CISSMO





NOTRE SOLUTION:

Un marché mobile de fruits et légumes

La Caravane des Cultures, une initiative du CLD des Jardins-de-Napierville, est un marché mobile qui a pour mission d'assurer un approvisionnement stable à prix abordable de fruits et légumes sur l'ensemble du territoire de la MRC.

Ce projet a aussi l'ambition de sensibiliser, la population desservie, à l'importance d'une saine alimentation, à l'achat local et à une saine pratique de l'agriculture.



Fonctionnement



2017

- 19 semaines d'opération, du 22 mai au 1er octobre
- 7 jours / semaine
- 9 municipalités, 2h à 3 h/sem. chacune
- Approvisionnement dans la MRC (1^{ère} et 2^e catégorie, conventionnel, lutte intégrée et biologique)
- 2 commis à 20 h/semaine et 24 bénévoles
- Projet-pilote de paniers sur un mois à la suite des 19 semaines

2018

- 19 semaines d'opération, du 21 mai au 30 septembre
- 6 jours/semaine
- 9 municipalités, 1.5h à 5h / sem. chacune
- 1 point de vente/ sem. chez une entreprises
- Approvisionnement dans la MRC (1er et 2e catégorie, conventionnel, lutte intégrée et biologique)
- 2 commis (1 temps plein et 1 occasionnel), 1 employé pour l'approvisionnement et 20 bénévoles

The collage consists of two vertical photographs. The top photograph shows a chalkboard menu with a drawing of a mermaid. The bottom photograph shows a woman and a young boy in a kitchen setting.

Top Photograph: Chalkboard Menu

At the top, a piece of paper with the word "Menu" is partially visible. Below it, a drawing of a mermaid is drawn in white and blue chalk. The menu text is written in white chalk on a dark background:

- EN VÉGETARIEN
- CHOU KRAUT
- SALADE MÉSCLUN
- RADIS ASSORTIS
- CAROTTES ^{colorées}
- KALE
- POIS SUCCES
- POMMES
- POMMES
- POMMES
- POMMES

To the right of the vegetable list, the word "LAITIERS" is written, followed by a list of items:

- ROMANESCO
- BROCCOLI
- FRISÉE
- PRIMEUR
- PABOLES

Bottom Photograph: Kitchen Scene

A woman with short brown hair, wearing a grey hoodie and blue jeans, is standing in a kitchen. She is looking down at something in her hands. A young boy with short brown hair, wearing a grey jacket and blue jeans, is standing in front of her, looking down at something in his hands. The kitchen has wooden cabinets and a yellow and black striped safety barrier in the foreground.

-
- The logo for 'Caravane des Cultures' features a central red vintage pickup truck filled with various fresh vegetables like carrots, broccoli, and tomatoes. The truck is set against a yellow oval background. To the left of the truck, the word 'Frais' is written in a cursive font, and to the right, 'Local' is written in a similar font. Silhouettes of people are shown around the truck: some are walking, one is pushing a stroller, and another is carrying a basket. A red banner at the bottom of the logo contains the text 'CARAVANE des CULTURES' in white capital letters.

Partenaires

Une initiative de :



Rendu possible grâce au soutien de :



En collaboration avec :



Les municipalités

Budget

2015

- Revenus: 170 500\$
 - (52 000\$ en ventes)
- Dépenses: 162 091\$
 - (49748\$ pour l'achat et l'aménagement du camion)

2016

- Revenus: 69 500\$
 - (42 000\$ en ventes)
- Dépenses: 69 500\$

2017

- Revenus: 81 000\$
 - (65 000\$ en ventes)
- Dépenses: 75 000\$



Retombées 2018

VENTES



108 749 \$

Augmentation de 43 155 \$
par rapport à 2017

BÉNÉVOLAT



377 h

Plus de 20 bénévoles
retraités, travailleurs, étudiants

PRODUCTEURS



45

Variété de plus de 150 produits
77 701 \$ d'achats chez les producteurs

CONSOMMATION



63 %

Près de 2 répondants sur 3 consomment
davantage de fruits et légumes

SATISFACTION



95 %

Fraîcheur, service, sécurité, prix et variété
selon le sondage de satisfaction 2018

FRUITS ET LÉGUMES EN ATTENTE



115 \$

Argent amassé pour des dons de fruits et
légumes à la clientèle défavorisée pour 2018

Retombées 2018

6 766

Transactions 2018
augmentation de 1 938 (2017)

16,07\$

Moyenne d'achat 2018
augmentation de 3,68 \$ (2017)
augmentation de 5,51 \$ (2016)

267 543 \$

Ventes totales
depuis 2015

498

Heures de ventes
durant la saison 2018

422 \$ /h

Meilleur rendement
horaire 2018
HEMMINGFORD

8 755 \$

Meilleure augmentation
des ventes totales 2018
HEMMINGFORD



Producteurs fournisseurs - 2018

- Nous assurons nous-mêmes l'approvisionnement, sauf pour quelques exceptions.
 - 77 701,27\$ en achats chez ces producteurs dont 17 468,71\$ de produits biologiques.
 - Plusieurs producteurs sont en culture raisonnée et 6 sont en agriculture biologique.
 - Nous classifions nos fruits et légumes: moches, lutte intégrée, biologique.
- Approvisionnement auprès de 45 producteurs:
 - 10 de Saint-Patrice-de-Sherrington
 - 7 de Hemmingford
 - 7 de Saint-Rémi
 - 5 de Saint-Michel
 - 4 de Sainte-Clotilde
 - 3 de Saint-Édouard
 - 3 de Saint-Bernard-de-Lacolle
 - 3 de Saint-Cyprien-de-Napierville
 - 2 de Saint-Jacques-le-Mineur
 - 1 seul à l'extérieur de notre MRC





Témoignages

- «J'ai adoré mon expérience à la Caravane cet été! Au lieu de rester seule chez moi à m'ennuyer, j'allais rencontrer du monde.»;
 - «C'est la première fois de ma vie qu'on me remercie et souligne mes efforts.»;
 - «La Caravane remplace le perron de l'église. Je viens rencontrer des gens et discuter avec eux.»;
- « Votre présence près du centre communautaire a augmenté la fréquentation de la bibliothèque municipale les mercredis soirs cet été! »
 - « Merci d'aider notre communauté à grandir en santé. Grâce à vous! »
 - « C'est une idée/initiative géniale, tant pour la région que pour les gens! Vivement l'été prochain pour poursuivre l'expérience! »

Enjeux

- Financement
 - Pistes de solutions:
 - Visibilité et partenariat
 - Dollars Caravane
- Ressource humaine
 - Pistes de solutions:
 - Coaching
 - bénévolat
- Horaire et emplacements
 - Pistes de solutions:
 - Plus d'heures de vente
 - Éviter le déplacement entre 17h et 18h
 - Avoir un point de vente fixe



EN CONCLUSION...

- Un projet qui fait jaser et qui inspire;
- C'est un projet qui répond aux besoins de la communauté et des maraîchers;
- La clé: le partenariat;
- Venez nous visiter en 2019!





CRÉDIT PHOTO: FRANÇOIS MAISONNEUVE, LA PINCÉE

MERCI!

CARAVANE des CULTURES

**MAUDE ST-HILAIRE, AGENTE DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE,
CLD JARDINS-DE-NAPIERVILLE**