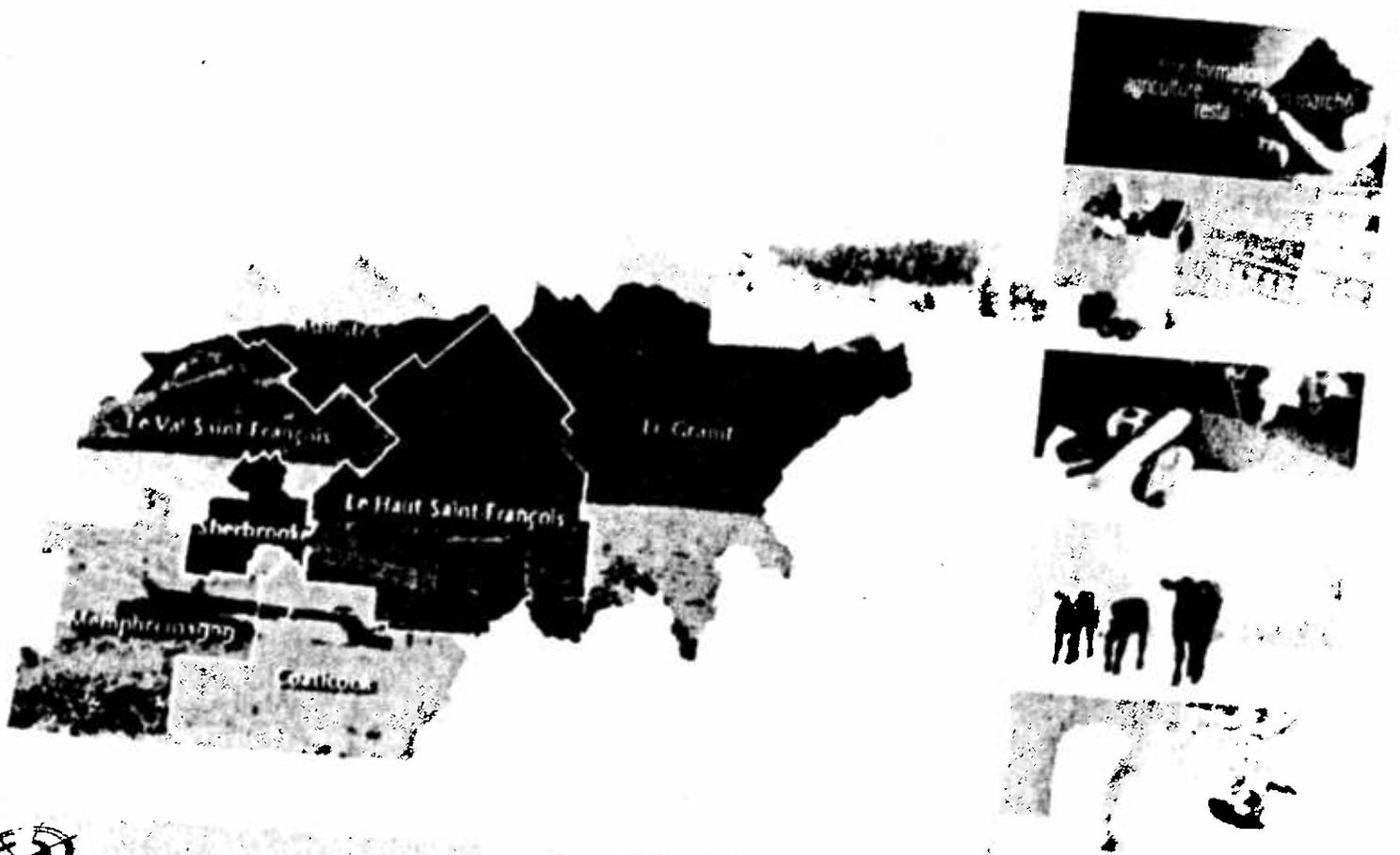


# Rapport annuel 2005/2006



**CIBLE**

0, boul. Bourque  
St-François Forest (Québec) J1N 2A5  
www.cible-estrie.qc.ca

**gourmet**  
**quebec.com**



www.gourmetquebec.com



---

# **Rapport annuel 2005-2006**

## **Table des matières**

<b>Liste des acronymes</b>	<b>1</b>
<b>Conseil d'administration</b>	<b>2</b>
<b>Mission et fonctionnement du CIBLE</b>	<b>4</b>
<b>Procès-verbal de l'assemblée générale annuelle 2005</b>	<b>7</b>
<b>Mot de la présidente</b>	<b>13</b>
<b>Mot du directeur</b>	<b>16</b>
<b>Rapport d'activités du CIBLE</b>	<b>18</b>
<b>Priorités du CIBLE pour l'année 2006-2007</b>	<b>33</b>
<b>États financiers du CIBLE au 31 mars 2006</b>	<b>section jaune</b>
<b>Budget prévisionnel du CIBLE 2006-2007</b>	<b>34</b>
<b>ANNEXES</b>	
<b>Nombre d'entreprises agroalimentaires de l'Estrie associées aux principales activités du CIBLE en 2005-2006</b>	<b>35</b>
<b>Revue de presse</b>	<b>36</b>

## Liste des acronymes

A.D.A.	Association des détaillants en alimentation du Québec
CACE	Conseil agrotouristique des Cantons de l'Est
CIBLE	Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie
CÉMEQ	Centre d'élaboration des moyens d'enseignement du Québec
CLD	Centre local de développement
CPAQ	Conseil de promotion alimentaire du Québec
CRÉ	Conférence régionale des élus
DEC	Développement économique Canada
DRHC	Développement des ressources humaines Canada
FADQ	Financière agricole du Québec
FNFMO	Fonds national de formation de la main d'œuvre
MAMR	Ministère des Affaires municipales et des Régions
MAPAQ	Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec
MRC	Municipalité régionale de comté
SADC	Société d'aide au développement de la collectivité
SCCPQ	Société des chefs, cuisiniers et pâtisseries du Québec
SIAL	Salon international de l'alimentation
TCAQ	Table de concertation agroalimentaire du Québec
UPA	Union des producteurs agricoles
VSC	Viandes Sélectionnées des Cantons

### Autres abréviations utilisées dans le texte

AGA	Assemblée générale annuelle
C.A.	Conseil d'administration
HRI	Hôtellerie, restauration et institutions
JDS	Journées des saveurs
min	minute
s	seconde

## Conseil d'administration

### **Mise en marché**

Robert Beauchemin, Président de La Meunerie Milanaise inc.  
Représentant de la mise en marché

### **Transformation**

Poste vacant

### **Distribution\***

Éric Bouchard, Co-proprétaire du IGA St-Élie-d'Orford  
Représentant du détail et de l'A.D.A.-Estrie

### **Hôtellerie, Restauration et Institutions (HRI)\***

Jean Côté, Président de la SCCPQ-Estrie  
Trésorier du CIBLE et Représentant du HRI

### **Développement rural**

Sylvain Laroche, Propriétaire de Sylvain Laroche Paysage  
Représentant du développement rural

### **CLD de la MRC de Coaticook**

Robert Perreault, Président de la Ferme Horizon de Coaticook  
Représentant du CLD de la MRC de Coaticook

### **CLD de la MRC de Memphrémagog**

Alain Godbout, Président de A. Lefebvre et Cie inc.  
Représentant du CLD de la MRC de Memphrémagog

### **CLD de la MRC des Sources**

Donald Mercier, Propriétaire du Versant Rouge enr.  
Représentant du CLD de la MRC des Sources

### **CLD de la MRC du Granit**

Claudine Godin, Présidente de la Ferme Coquelicot  
Présidente du CIBLE et Représentante du CLD de la MRC du Granit

### **CLD de la MRC du Val-Saint-François**

Stéphane Hervouet, Président de la Pâtisserie Val'Racine  
Représentant du CLD de la MRC du Val-St-François

### **CLD du Haut-Saint-François**

Marypascal Beauregard, Propriétaire de Caitya du Caprice Caprin  
Secrétaire du CIBLE et Représentante du CLD du Haut-St-François

### **Fédération de l'Union des producteurs agricoles (UPA)**

Réal Marcoux, Propriétaire de la Ferme Réal Marcoux  
Vice-président du CIBLE et Vice-président de l'UPA-Estrie

Robert Trudeau, Représentant des services à l'UPA-Estrie

### **Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (MAPAQ)**

Alain Roy, Directeur régional intérimaire du MAPAQ-Estrie

### **Personnes-ressources**

Idriss Ettabaá, M. Sc., Commissaire au développement régional, Agriculture et agroalimentaire au CIBLE

Patrick Chalifour, agr., Conseiller en aménagement et développement rural au MAPAQ-Estrie

Line Boulet, Agente de développement agroalimentaire au CLD de la MRC de Coaticook

*Simon Dugré, Agent de développement agroforestier au CLD de la MRC des Sources*

*Jerry Espada, Agent de développement agroalimentaire au CLD du Haut-St-François*

*Martine Lehoux, Agente de développement rural au CLD de la MRC de Memphrémagog*

*André Piette, Commissaire agroforestier au CLD de la MRC du Granit*

*Jutta Vieth, Agente de développement rural au CLD de la MRC du Val-St-François*

**(\*) Poste où le mandat du représentant est arrivé à échéance**

## Mission et fonctionnement du CIBLE

### Mission

À des fins purement sociales et économiques et sans intention pécuniaire pour ses membres, le Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie (CIBLE) a pour objectif de favoriser la concertation et la coordination des efforts de développement du secteur bioalimentaire de la région de l'Estrie.

### Composition

Le CIBLE est régi par un conseil d'administration d'au plus seize (16) membres. Le conseil d'administration se compose de membres délégués et de membres sectoriels.

#### Membres délégués

- Deux (2) personnes provenant de la Fédération de l'Union des producteurs agricoles de l'Estrie (UPA-Estrie);
- Une (1) personne provenant de chacune des tables agroalimentaires des Conseils locaux de développement (CLD) de la région;
- Une (1) personne provenant du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec - Financière agricole du Québec (MAPAQ – FADQ).

La désignation des membres délégués est faite par leur organisme respectif. Le groupe de membres délégués s'occupe d'élaborer une formule visant la désignation des autres membres du conseil et la formule de renouvellement des mandats.

#### Membres sectoriels

- Cinq (5) personnes représentant au moins chacun des secteurs suivants : la mise en marché, la transformation, la distribution, le détail et l'Hôtellerie, restauration et institutions (HRI);
- Une (1) personne-ressource en développement rural.

Les membres désignés ont un mandat de deux (2) ans renouvelable.

### **Autres considérations**

Les membres du conseil d'administration doivent provenir, autant que possible, de chacune des Municipalités régionales de comté (MRC) de la région. À cette fin, les MRC n'ayant pas de tables agroalimentaires seront sollicitées dans le but de trouver une façon de faire qui leur permettrait de participer à cette dynamique de concertation. Advenant qu'une de ces MRC se dote d'une table de concertation, ses membres pourront déléguer une personne comme membre délégué du conseil d'administration.

La participation des membres aux travaux du conseil d'administration se fait dans le respect de l'autonomie de leur organisation.

### **Mandat**

Le mandat du CIBLE est de :

- Assurer la concertation régionale entre les intervenants de la production, de la distribution et de la transformation;
- Doter la région de l'Estrie d'un plan de développement pour le secteur bioalimentaire;
- Représenter le secteur bioalimentaire de l'Estrie auprès de la Conférence régionale des élus de l'Estrie (CRÉ-Estrie) et auprès d'autres organismes de la région;
- Assurer un lien d'information entre les structures de concertation provinciale, régionale et locale.

### **Territoire**

Le territoire est celui de la région administrative de l'Estrie comprenant les sept (7) MRC suivantes : Coaticook, des Sources, Granit, Haut-Saint-François, Memphrémagog, Sherbrooke et Val-Saint-François. Il correspond au territoire de concertation et de développement régional reconnu par le gouvernement du Québec.

### **Caractère**

Le CIBLE est un organisme sans but lucratif à vocation économique qui est né d'un besoin déterminé par les représentantes et représentants du secteur bioalimentaire de l'Estrie. Il vise une démarche collective en regroupant des gens autour de projets à réaliser; il génère pour la collectivité des activités utiles ayant des retombées sociales et économiques; il est

générateur d'activités ou de services différents de ceux qu'offrent les ressources des services publics et parapublics.

En aucune circonstance, le CIBLE ne doit s'occuper de politique fédérale, provinciale ou municipale. Toutefois, ses membres peuvent professer les opinions politiques de leur choix. Ils peuvent donc, comme citoyens, briguer les suffrages populaires, mais il leur est interdit d'engager le CIBLE dans leurs actions politiques.

Le CIBLE peut cependant prendre parti pour ou contre des mesures, des doctrines, des lois qui affectent les intérêts du secteur bioalimentaire.

## Procès-verbal de l'assemblée générale annuelle 2005

Tenue au Pavillon du Vieux-Sherbrooke, Sherbrooke, le 16 novembre 2005.

### Étaient présents :

#### Membres du C.A.

- M. Robert Beauchemin, *prés.* (Représentant de la mise en marché, La Meunerie Milanaise inc.)  
Mme Marypascal Beauregard (Représentante du CLD du Haut-St-François, Caitya du caprice caprin)  
Mme Claudine Godin, *vice-prés.* (Représentante du CLD de la MRC du Granit, Ferme Coquelicot)  
M. Réal Marcoux, *secr.* (Vice-président de l'UPA-Estrie, Ferme Réal Marcoux)  
M. Donald Mercier (Représentant du CLD de la MRC d'Asbestos, Le Versant Rouge)  
M. Robert Perreault (Représentant du CLD de la MRC de Coaticook, Ferme Horizon de Coaticook)  
M. Alain Roy (Directeur régional intérimaire, MAPAQ-Estrie)  
M. Robert Trudeau (Responsable des services, UPA-Estrie)

#### Personnes ressources

- Mme Line Boulet (Agente de développement agroalimentaire, CLD de la MRC de Coaticook)  
M. Patrick Chalifour (Conseiller en aménagement et développement rural, MAPAQ-Estrie)  
M. Simon Dugré (Agent de développement agroforestier, CLD de la MRC d'Asbestos)  
M. Jerry Espada (Agent de développement agroalimentaire, CLD du Haut-St-François)  
M. Idriss Etabaâ (Commissaire au développement régional, Agriculture et agroalimentaire, CIBLE)  
M. Michel Giroux (Agent de développement rural, CLD de la MRC de Memphrémagog)  
M. André Piette (Chargé de projets agroforestiers, CLD de la MRC du Granit)  
Mme Jutta Vieth (Agente de développement rural, CLD de la MRC du Val-St-François)

#### Personnes invitées

- M. Guillaume Patry (Comptable général accrédité, Bilodeau, Patry c.a. inc.)

#### Personnel de soutien

- Mme Bénédicte Geay (Chargée de projet, CIBLE)  
Mme Caroline Morin (Agente d'information, CIBLE)

### 1. OUVERTURE DE L'ASSEMBLÉE

Le Président, Robert Beauchemin, souhaite la bienvenue à tous les participants qu'il remercie de leur présence à la neuvième assemblée générale annuelle du CIBLE.

## 2. LECTURE ET ADOPTION DE L'ORDRE DU JOUR

Robert Beauchemin fait la lecture de l'ordre du jour.

### Résolution AG 01/2005

Il est **PROPOSÉ** par Claudine Godin, **APPUYÉ** par Donald Mercier, d'adopter l'ordre du jour tel que présenté.

**ADOPTÉE UNANIMEMENT**

## 3. PRÉSENTATION DES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Avant de présenter les membres du conseil d'administration du CIBLE, Idriss Etabaâ remet aux membres la version préliminaire du *Rapport annuel 2004-2005* du CIBLE.

Il précise que durant la présentation de ce rapport, les commentaires et propositions des personnes présentes seront les bienvenus. Ils pourront ainsi être pris en compte pour l'impression du rapport annuel 2004-2005 qui sera mis en circulation.

Idriss Etabaâ présente les membres du conseil d'administration du CIBLE et informe les personnes présentes que pour certains postes le mandat du représentant est arrivé à échéance.

## 4. LECTURE ET ADOPTION DU PROCÈS-VERBAL DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ANNUELLE 2004

Idriss Etabaâ fait la lecture du procès-verbal de l'assemblée générale annuelle (AGA) du CIBLE tenue le 16 juin 2004 (voir rapport annuel).

Il précise que les erreurs d'années aux points 9 et 13 apparaissant dans la version envoyée aux membres avant l'assemblée ont été rectifiées dans le rapport.

Il informe, d'autre part, les personnes présentes que seuls les membres du conseil d'administration sont habilités à proposer ou appuyer une résolution.

## Résolution AG 02/2005

Il est **PROPOSÉ** par Donald Mercier, **APPUYÉ** par Robert Perreault, d'adopter le procès-verbal de l'assemblée générale annuelle 2004 tel que présenté.

### **ADOPTÉE UNANIMEMENT**

#### **5. MOT DU PRÉSIDENT**

Le Président, Robert Beauchemin, fait la lecture de son rapport (voir rapport annuel).

Comme précisé, il informe les membres qu'il quitte la présidence du CIBLE.

#### **6. RAPPORT D'ACTIVITÉS DU CONSEIL DE L'INDUSTRIE BIOALIMENTAIRE DE L'ESTRIE**

Idriss Etabaâ procède à la lecture du rapport d'activités de la permanence du CIBLE (voir rapport annuel) et répond aux questions.

Sur la question de l'achalandage du Salon agroalimentaire, il est convenu qu'une réflexion sera menée avec les partenaires des Journées des saveurs pour l'édition 2006 afin de trouver une formule qui permette d'attirer plus de clients intéressés et d'accroître les ventes des entreprises participantes.

Concernant les résultats de l'activité dans les restaurants pour les Journées des saveurs, Idriss Etabaâ précise que ceux-ci sont mitigés et qu'il s'agit d'un investissement à moyen ou long terme visant à inciter les restaurateurs à afficher des produits régionaux sur leur menu.

Pour ce qui concerne les raisons de l'annulation du circuit en autobus *Le lait, tout un savoir-faire* faute d'une participation suffisante, Idriss Etabaâ précise que la seule date disponible, un lundi, n'était pas idéale et que l'activité s'adressait à trois (3) clientèles différentes en même temps. Aussi, il précise qu'une formule intéressante élaborée dans la région de Lanaudière pourrait être envisagée.

Alain Roy tient à souligner le travail d'Idriss Etabaâ et de son équipe qu'il félicite.

**Résolution AG 03/2005**

Il est **PROPOSÉ** par Alain Roy, **APPUYÉ** par Donald Mercier, d'adopter le rapport d'activités de la permanence du CIBLE tel que présenté.

**ADOPTÉE UNANIMEMENT**

**7. LECTURE ET ADOPTION DES ÉTATS FINANCIERS AU 31 MARS 2005**

Monsieur Guillaume Patry, vérificateur externe, de Bilodeau, Patry c.a. inc. est invité à présenter le rapport financier du CIBLE au 31 mars 2005 (voir rapport annuel). Il commente le rapport et répond aux questions.

**Résolution AG 04/2005**

Il est **PROPOSÉ** par Claudine Godin, **APPUYÉ** par Alain Roy, d'adopter les états financiers au 31 mars 2005 du Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie tels que présentés.

**ADOPTÉE UNANIMEMENT**

**8. PRIORITÉS DE L'ANNÉE FINANCIÈRE 2005-2006**

Idriss Etabaâ présente les priorités du CIBLE pour l'année 2005-2006 (voir rapport annuel).

**Résolution AG 05/2005**

Il est **PROPOSÉ** par Robert Trudeau, **APPUYÉ** par Donald Mercier, d'adopter les priorités du CIBLE pour l'année 2005-2006 telles que présentées.

**ADOPTÉE UNANIMEMENT**

**9. BUDGET PRÉVISIONNEL 2005-2006**

Idriss Etabaâ présente le budget prévisionnel du CIBLE 2005-2006 (voir rapport annuel).

Sur la question de la possibilité d'intégrer les projets dans le budget prévisionnel, Idriss Etabaâ précise que c'est possible pour certains projets mais pas pour tous puisque les revenus ou dépenses afférentes ne sont pas toujours connus au début de l'année visée.

#### **Résolution AG 06/2005**

Il est **PROPOSÉ** par Claudine Godin, **APPUYÉ** par Donald Mercier, d'adopter le budget prévisionnel 2005-2006 du CIBLE tel que présenté.

**ADOPTÉE UNANIMEMENT**

### **10. NOMINATION D'UN VÉRIFICATEUR**

Il est proposé de nommer à nouveau la firme Bilodeau, Patry c.a. inc. de Sherbrooke comme vérificateur externe pour l'année financière 2005-2006 dans la mesure où celle-ci n'augmente pas ses tarifs et où le comptable travaillant pour le CIBLE vient d'intégrer cette firme.

#### **Résolution AG 07/2005**

Il est **PROPOSÉ** par Alain Roy, **APPUYÉ** par Claudine Godin, de nommer à nouveau la firme Bilodeau, Patry c.a. inc. de Sherbrooke comme vérificateur externe pour l'année financière 2005-2006.

**ADOPTÉE UNANIMEMENT**

### **11. NOMINATION ET ÉLECTION DES ADMINISTRATEURS**

Comme précisé plus haut, Idriss Etabaâ rappelle que certains postes au conseil d'administration du CIBLE sont vacants, soit le poste réservé à la transformation et le poste réservé au développement rural, et que, pour le poste réservé à la mise en marché, le mandat du représentant est arrivé à échéance.

Il invite les membres à proposer des candidats en précisant que pour représenter ces postes, une attention particulière a toujours été portée à l'implication de la personne dans

son milieu et particulièrement dans les associations d'entreprises afin de démultiplier les efforts et diffuser l'information auprès des membres.

Pour le poste réservé au développement rural, il est proposé d'approcher à nouveau Solidarité rurale, le regroupement SADC table rurale fédérale ou un élu de la région.

Sur la question de l'ouverture de l'AGA à d'autres personnes que les membres du C.A., Idriss Etabaâ précise que les statuts ne le permettent pas et que le CIBLE a eu dans le passé un rappel à l'ordre à ce sujet. D'autre part, s'agissant d'un exercice long et technique, il est proposé d'envisager la tenue de deux événements soit une AGA sur le type actuel et un forum ou réunion d'information pour présenter globalement les travaux effectués et résultats de l'année.

## 12. QUESTIONS DIVERSES

Aucun point n'a été apporté à cette rubrique.

## 13. LEVÉE DE L'ASSEMBLÉE

### Résolution AG 08/2005

Il est **PROPOSÉ** par Alain Roy, **APPUYÉ** par Robert Trudeau, de lever la réunion de l'assemblée générale annuelle.

### **ADOPTÉE UNANIMEMENT**

L'assemblée générale annuelle du CIBLE est levée à 17 h 15.



Idriss Etabaâ M. Sc.  
Secrétaire d'assemblée

## Mot de la présidente

Chers membres et partenaires,

C'est avec beaucoup de fierté que je m'adresse à vous pour cette dixième assemblée générale annuelle de notre organisation. En effet, en 1996, la dynamique des tables locales, de concert avec l'UPA et le MAPAQ, s'entendaient sur le besoin d'avoir un intervenant régional, ce qui a mené à la création du CIBLE. Les problématiques et les attentes étaient nombreuses et nous pouvons affirmer que le CIBLE a bien rempli la mission qui lui avait été confiée, en tant que coordonnateur des efforts de développement du secteur bioalimentaire de notre région.

Un des premiers mandats du CIBLE a été de coordonner l'élaboration et la mise en œuvre du premier Plan stratégique de développement du secteur agroalimentaire de l'Estrie 1997-2000, dont les priorités sont demeurées d'actualité jusqu'en 2003. Les problèmes de mise en marché se sont imposés et ont orienté les interventions du CIBLE durant ces années. L'organisation de la formation Tremplin agro-export vers les États-Unis, l'accompagnement d'entreprises au SIAL Montréal et la consultation pour la mise en place d'une filière bovine régionale en sont des exemples.

Le deuxième plan stratégique de développement 2004-2009, élaboré également sous la coordination du CIBLE, démontre bien l'évolution des préoccupations du secteur. Plus de 130 intervenants actifs en agroalimentaire se sont concertés pour retenir quatre axes de développement stratégique, soit : la mise en marché, la transformation alimentaire, l'agriculture et la restauration. La mise en œuvre de ce plan fait intervenir plus de 40 organismes reliés à notre secteur.

Au cours de ces dix ans, le CIBLE a été également l'initiateur de projets structurants, tels que la campagne *Goûtez l'Estrie comme c'est fin!*, en appui à la mise en marché des produits régionaux, l'Interface en technologie alimentaire, en réponse aux besoins d'adaptation technologique des entreprises, la mise sur pied du Portail bioalimentaire *GourmetQuebec.com*, un outil de promotion Internet d'envergure provinciale et plus récemment, le projet d'intervention regroupée en formation de la main d'œuvre des entreprises agroalimentaires de l'Estrie et l'Indice CIBLE-Chaire Bombardier, outil de valorisation des efforts des détaillants pour la promotion et la mise en marché des produits régionaux.

La signature, en novembre dernier, de la troisième entente spécifique sur le développement du secteur agroalimentaire de l'Estrie 2005-2008, en plus de reconduire le CIBLE dans son mandat, nous manifeste l'appui et la confiance de nos partenaires comme organisme d'intervention dans ces différents axes de développement stratégique.

Dix ans de concertation, de coordination et de réalisation de projets ciblés méritent d'être soulignés. L'expérience nous a montré que l'animation, l'accompagnement de projets d'entreprises, le réseautage et la réalisation de projets collectifs concrets, de manière concertée, constituent les ingrédients de base pour qu'un secteur soit et demeure compétitif.

Tout cela n'aurait pu être possible sans le dévouement d'une équipe qui constitue le cœur du CIBLE. Je tiens à remercier Idriss Etabaâ, directeur général, pour son implication inconditionnelle depuis les débuts du CIBLE, Bénédicte Geay, chargée de projet et Caroline Morin, agente d'information, pour la qualité de leur travail et leur sentiment d'appartenance.

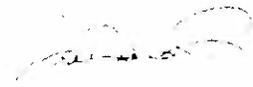
Cette année, la réalisation de l'Indice CIBLE-Chaire Bombardier et le déploiement du Portail GourmetQuebec.com, à l'échelle provinciale, nous ont donné deux outils majeurs de promotion et d'aide à la mise en marché des produits régionaux. Il fera partie de nos défis de 2006-2007 de les consolider au profit de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie.

Nous devons également nous pencher sur l'avenir de notre organisme et son financement à long terme. Encore bien des dossiers nous attendent tels que la formation de la main d'œuvre, l'adaptation et l'innovation technologique des entreprises, la loi sur les appellations contrôlées, etc.

L'annonce de la reprise des réunions de la Filière agroalimentaire du Québec par le Ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec est une bonne nouvelle pour l'industrie. La prise de conscience du gouvernement provincial sur la situation alarmante du secteur agroalimentaire du Québec et l'invitation à siéger à une table de concertation réunissant les acteurs majeurs de l'industrie sont d'autres signaux que les défis à relever seront nombreux.

Nous devons pouvoir compter plus que jamais sur nos partenaires et sur la dynamique avec les autres régions dans l'amorce de cette deuxième décennie, qui s'annonce pour le CIBLE.

À cet égard, je tiens à remercier le MAPAQ, la CRÉ, la fédération de l'UPA-Estrie et les six MRC rurales de la région pour leur soutien et leur confiance. Finalement un remerciement aux membres du conseil d'administration pour leur disponibilité, leur participation et leur dévouement à la cause d'un développement durable de notre industrie agroalimentaire.



Claudine Godin, Agr.  
Présidente



## Mot du directeur

L'année 2005-2006 a été pour le CIBLE une année de renforcement. Cent soixante et onze (171) entreprises différentes ont été associées à ses principales activités comparativement à 120 en 2004-2005. Ces entreprises proviennent de tous les secteurs de l'industrie agroalimentaire : 22 % de producteurs, 21 % de détaillants, 20 % de transformateurs, 19 % d'hôteliers, restaurateurs et institutions, 16 % de producteurs/transformatrices et 2 % de distributeurs. À ces 171 entreprises, s'ajoutent une quarantaine de détaillants et restaurateurs associés comme clients par le biais du service de marchandisage/représentation dans le cadre de la campagne promotionnelle *Goûtez l'Estrie* comme c'est fini!

Durant l'année, le CIBLE est intervenu activement sur plusieurs plans dont, notamment, la concertation, la circulation de l'information, la formation de la main d'oeuvre, l'innovation, la promotion, la mise en marché et le réseautage. Le CIBLE est demeuré aussi très actif sur les plans régional (CRÉ - Plan quinquennal de développement régional 2006-2011), interrégional (réseau des TCAQ, GourmetQuebec.com et appellations réservées) et provincial (Filière agroalimentaire du Québec, CPAQ-Aliments du Québec, etc.).

Cette année a été marquée par le développement et le lancement de l'Indice CIBLE-Chaire Bombardier grâce à l'appui de la Chaire Bombardier de gestion de la marque de l'Université de Sherbrooke. Cet Indice a permis au CIBLE de sensibiliser davantage les acteurs de l'industrie à l'importance de mettre en valeur les produits de notre belle région.

La situation financière du CIBLE est demeurée stable comme en témoignent les états financiers. Le budget géré par le CIBLE, incluant les budgets de projets, s'est élevé à 209 000 \$ comparativement à 211 000 \$ durant l'année financière 2004-2005. L'autofinancement, quant à lui, a régressé puisque plusieurs projets sont à leur début et donc les activités de recrutement n'ont pas encore commencé (programme d'appui à la mise en marché des produits régionaux).

Sur le plan des ressources humaines, le CIBLE a réorganisé son équipe éliminant le poste de secrétaire/réceptionniste dont les tâches sont maintenant assumées par les autres membres de l'équipe. Cette année a aussi été marquée par le départ du représentant/marchandiseur faute de participation des entreprises.

Relativement aux efforts de coordination de la mise en œuvre du plan stratégique, le CIBLE a réussi à colliger et à organiser les résultats des actions réalisées par les partenaires. Globalement se sont près de 180 actions réalisées au cours de la période 2004-2005 pour un investissement de plus de 580 000 \$.

Il faudrait mentionner que toutes ces réalisations ont été possibles, principalement, grâce à l'appui financier de base dont bénéficie le CIBLE et les six CLD de la région dans le cadre de l'Entente spécifique sur le développement du secteur agroalimentaire de l'Estrie. Les partenaires de cette entente, en 2005-2008, sont : la CRÉ-Estrie, le MAPAQ-Estrie, l'UPA-Estrie, le MAMR et, officiellement pour la première fois, les six MRC de la région.

Cette entente reconnaît que le développement du secteur agroalimentaire de la région passe par la concertation, l'animation du milieu ainsi que par l'accompagnement de projets collectifs et individuels. Elle permet donc au secteur et aux entreprises agroalimentaires de la région de continuer de bénéficier d'un appui significatif pour leur développement, et ce, aussi bien sur le plan local que régional.

Il faudrait ajouter que ces interventions et réalisations n'auraient été possibles sans le soutien indéfectible de la présidente du CIBLE, Claudine Godin, l'encadrement offert par les membres du comité de gestion, les orientations du conseil d'administration ainsi que l'excellent travail de Bénédicte Geay et de Caroline Morin que je tiens à remercier chaleureusement.

Je tiens aussi à remercier particulièrement Alain Roy, Patrick Chalifour et Serge Roy pour leur appui et leurs conseils ainsi que Line Boulet, Simon Dugré, Jerry Espada, Martine Lehoux, André Piette, Robert Trudeau et Jutta Vieth pour leur collaboration dans la réalisation du mandat du CIBLE.

En terminant, je tiens à remercier la CRÉ-Estrie et le MAPAQ-Estrie pour leur appui dans la mise en œuvre du Plan stratégique de développement du secteur agroalimentaire de l'Estrie.



Idriss Etabaâ, M. Sc.  
Commissaire au développement régional  
Agriculture et agroalimentaire

## Rapport d'activités du CIBLE

### Activités du CIBLE 2005-2006

Conformément aux axes de développement du Plan stratégique de développement du secteur agroalimentaire de l'Estrie 2004-2009 et aux priorités de l'année financière 2005-2006, le Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie (CIBLE) est intervenu dans plusieurs dossiers. Parmi ces derniers, citons notamment :

- L'annonce de la signature de l'Entente spécifique pour le développement du secteur agroalimentaire de l'Estrie 2005-2008;
- La coordination de la mise en oeuvre du Plan stratégique de développement du secteur agroalimentaire de l'Estrie 2004-2009;
- Le développement de *Gourmet*, le bulletin d'information de l'industrie agroalimentaire de l'Estrie;
- La coordination de la participation des entreprises de la région de l'Estrie au Salon international de l'alimentation (SIAL) de Montréal 2005;
- La coordination de la participation des entreprises de l'Estrie à la Flambée des couleurs du Mont Orford;
- La coordination des Journées des saveurs (JDS) 2005 en Estrie;
- L'achèvement de l'édition 2004-2005 de la campagne promotionnelle *Goûtez l'Estrie comme c'est fin!* et la planification du Programme d'appui à la mise en marché des produits régionaux de l'Estrie *Goûtez l'Estrie comme c'est fin!* 2006-2007;
- Le lancement et le déploiement du Portail agroalimentaire [GourmetQuebec.com](http://GourmetQuebec.com);
- Le développement et le lancement de l'Indice CIBLE-Chaire Bombardier 2006;
- La participation à une étude de valorisation des produits agroalimentaires bénéficiant d'une indication géographique (5 régions);
- L'appui au Projet de service technique et agronomique Viandes Sélectionnées des Cantons (VSC);

- La préparation de la phase 2 du projet pilote Interface en technologie alimentaire;
- Le développement et la mise en œuvre du projet de formation de la main d'œuvre des entreprises agroalimentaires de l'Estrie pour les entreprises ayant une masse salariale de 250 000 \$ et plus;
- L'appui à l'organisation du Gala dînatoire de la Société des chefs, pâtisseries et cuisiniers du Québec – chapitre Estrie (SCCPQ-Estrie) et la promotion des produits à usage gastronomique en collaboration avec la SCCPQ-Estrie;
- La représentation du secteur bioalimentaire de l'Estrie auprès des instances régionales et provinciales.

## **Entente spécifique sur le développement du secteur agroalimentaire de l'Estrie 2005-2008**

Le CIBLE, les CLD et les MRC de la région, la CRÉ-Estrie, le MAPAQ-Estrie, l'UPA-Estrie et le ministère des Affaires municipales et des Régions (MAMR) ont participé, le 27 mars 2006, à l'annonce de la signature de l'Entente spécifique sur le développement du secteur agroalimentaire de l'Estrie 2005-2008 lors d'une conférence de presse au *P'tit bonheur de St-Camille*. Cette entente générera des retombées, pour le secteur agroalimentaire de l'Estrie, d'un montant de un million quatre-vingt-quinze mille dollars (1 095 000 \$) pour la période 2005-2008.



L'Entente spécifique contribuera à l'atteinte des objectifs du secteur agroalimentaire de l'Estrie pour les prochaines années par la réalisation d'activités dans le cadre des axes suivants : le soutien à la concertation et à l'animation du milieu, le soutien à la transformation agroalimentaire, le soutien à la mise en marché, la gestion de l'eau en milieu agricole, l'innovation, le transfert technologique, la recherche et le développement du secteur de la transformation, le soutien à l'entrepreneurship et le soutien au développement de la main-d'œuvre et de la formation.

## **Résultats du Plan d'action 2004-2005 du Plan stratégique de développement du secteur agroalimentaire de l'Estrie 2004-2009**

Cette année, le CIBLE a coordonné la compilation des résultats du Plan d'action 2004-2005 du Plan stratégique de développement (PSD) du secteur agroalimentaire de l'Estrie 2004-2009.



Globalement, ce sont près de cent quatre-vingts (180) actions qui ont été réalisées ou étaient en cours de réalisation sur la période 2004-2005. Le coût de ces actions, évalué par les partenaires du PSD, s'élève minimalement à plus de cinq cent quatre-vingt mille dollars (580 000 \$).

La répartition des actions s'établit comme suit :

- L'axe Mise en marché représente vingt et un pour cent (21 %) des actions réalisées [trente-sept (37) actions] et vingt-cinq pour cent (25 %) des coûts évalués [cent quarante-quatre mille cent dollars (144 100 \$)];

- L'axe Transformation représente sept pour cent (7 %) des actions réalisées [treize (13) actions] et quatorze pour cent (14 %) des coûts évalués [quatre-vingt-un mille cinq cents dollars (81 500 \$)];
- L'axe Agriculture représente soixante-trois pour cent (63 %) des actions réalisées [cent douze (112) actions] et cinquante-sept pour cent (57 %) des coûts évalués [trois cent trente mille dollars (330 000 \$)];
- L'axe Restauration représente neuf pour cent (9 %) des actions réalisées [dix-sept (17) actions] et quatre pour cent (4 %) des coûts évalués [vingt-six mille dollars (26 000 \$)].

Résultant d'une démarche concertée unique au Québec, ces résultats issus des priorités identifiées dans le PSD 2004-2009, sont le fruit de la collaboration d'une quarantaine d'organismes, associations d'entreprises et ministères oeuvrant auprès du secteur agroalimentaire de la région.

### **Gourmet : le bulletin d'information de l'industrie agroalimentaire de l'Estrie**

Le CIBLE a développé un bulletin d'information de l'industrie agroalimentaire de l'Estrie, *Gourmet*. Il a été envoyé à plus de deux cents (200) intervenants du milieu, entreprises agroalimentaires, restaurateurs et détaillants. Ces derniers ont été invités à faire parvenir leurs nouvelles et événements au CIBLE pour qu'ils soient affichés dans les prochains numéros du bulletin.

### **Axe 1 - Mise en marché : Favoriser l'accès des produits agroalimentaires de l'Estrie au marché domestique et aux marchés d'exportation**

#### **SIAL Montréal 2005**



Le CIBLE souhaitait permettre à des entreprises de la région de saisir cette opportunité de se faire connaître auprès d'acheteurs du monde entier en réservant un espace de trois cent cinquante pieds carrés (350 pi<sup>2</sup>) dans le Pavillon Aliments du Québec avec l'appui financier du MAPAQ-Estrie et de la CRÉ-Estrie.

Le CIBLE a coordonné la participation de six (6) entreprises au SIAL Montréal 2005 qui s'est déroulé du 13 au 15 avril 2005 au Palais des congrès de Montréal.

Les entreprises participantes ont occupé des kiosques lors du salon qui réunissait plus de sept cents (700) entreprises exposantes provenant de trente-six (36) pays et a vu défiler plus de quatorze mille (14 000) visiteurs issus de quatre-vingts (80) pays.

Globalement, pour ces entreprises, le salon s'est traduit par des commandes fermes évaluées à huit cent vingt mille dollars (820 000 \$) et par des commandes potentielles (négociations en cours) estimées à un million huit cent trente mille dollars (1 830 000 \$).

### **Flambée des couleurs du Mont Orford**

Le CIBLE, en collaboration avec le Mont Orford, a proposé aux entreprises de l'Estrie d'occuper un espace au sommet de la montagne lors de la *Flambée des couleurs du Mont Orford*. Elles pouvaient y faire découvrir et vendre leurs produits au grand public.



La *Flambée des couleurs du Mont Orford* a attiré environ quarante mille (40 000) visiteurs. Elle se déroulait les 17, 18, 24 et 25 septembre et les 1<sup>er</sup> et 2 octobre 2005. Dix (10) entreprises y exposaient leurs produits. Cette activité a aussi été l'occasion de distribuer le dépliant des Journées des saveurs 2005 en Estrie et des *flyers* GourmetQuebec.com invitant les consommateurs à visiter le site.

### **Journées des saveurs (JDS) 2005 en Estrie**



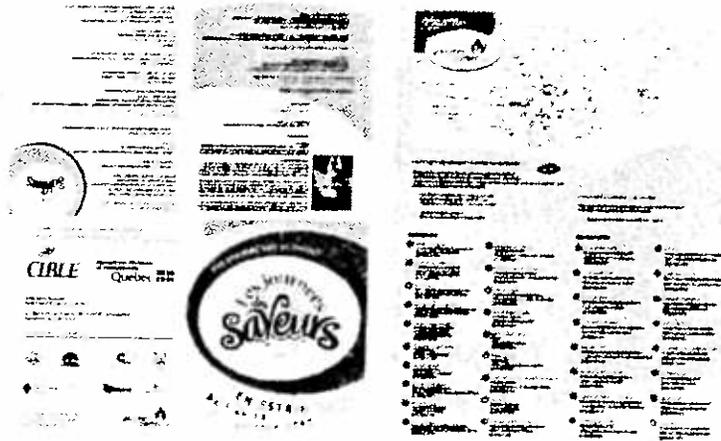
Les JDS 2005 se sont déroulées du 1 au 10 octobre 2005 dans toutes les régions du Québec avec pour objectif la promotion des produits de spécialité régionale et la mise en valeur des producteurs-artisans et de leur savoir-faire auprès du grand public.

Le projet a été défini et coordonné au niveau provincial par le MAPAQ avec le soutien d'un comité provincial. Le CIBLE a bénéficié d'un appui financier de la part du MAPAQ pour la réalisation d'activités en région.

En tant que coordonnateur en Estrie, le CIBLE a réuni un comité régional chargé de définir et d'organiser ces activités. Ce comité, composé du MAPAQ-Estrie, de la SÔCPQ-Estrie, des Galeries Quatre Saisons, des CLD d'Asbestos, de Coaticook, du Granit, du Haut-St-François, de Memphrémagog et du Val-St-François et de l'UPA-Estrie, a organisé six (6) activités principales au cours de ces journées : une activité dans les restaurants *Goûtez l'Estrie dans les restos*, un salon agroalimentaire *Goûtez les 4 Saisons*, des dégustations de

produits régionaux à la boutique *Nos douceurs champêtres* de Danville, une chasse aux saveurs au Moulin à laine d'Ulverton, un parcours gourmand *Produitsdelaferme.com* et des visites d'entreprises agroalimentaires lors de la Flambée des saveurs.

La promotion des activités en Estrie a été réalisée par le biais d'un communiqué de presse, par la diffusion du dépliant des activités en Estrie [trois mille (3000) exemplaires] auprès des bureaux d'information touristique de la région et lors du salon agroalimentaire, par la distribution d'une affiche promotionnelle, d'un signet et d'un livre de recettes, par l'affichage des activités sur le site *GourmetQuebec.com* et par de la publicité à la radio Cité rock détente, à la télévision (Galeries Quatre Saisons) et sur écrans.



Globalement, cet événement a permis d'attirer plus de quinze mille (15 000) visiteurs aux différentes activités organisées dans la région. D'autre part, soixante-dix (70) entreprises du secteur agroalimentaire régional (producteurs, transformateurs, restaurateurs, détaillants) ont participé à une ou plusieurs des activités proposées. Le taux de satisfaction pour cet événement est très appréciable.

Salon agroalimentaire Galeries Quatre Saisons - JDS 2005



Cette septième édition du salon agroalimentaire, qui a eu lieu du 7 au 9 octobre 2005 aux Galeries Quatre Saisons, a bénéficié de la participation de vingt (20) entreprises exposantes ayant des productions très diversifiées.

Cet événement visait principalement à faire découvrir et déguster les produits de l'Estrie aux visiteurs. Grâce à la participation des producteurs, treize (13) paniers-cadeaux d'une valeur de cinquante dollars (50 \$) chacun ont pu être tirés auprès du grand public.

Un sondage réalisé auprès des exposants a permis de savoir que globalement (ventes, emplacement, promotion et dégustations), l'activité a répondu aux attentes de soixante-dix pour cent (70 %) des répondants. En général, ces derniers ont été satisfaits de l'organisation de l'événement et du matériel fourni pour l'occasion à quatre-vingt-quatorze pour cent (94 %).

Des dégustations de produits régionaux ont été organisées à la boutique *Nos douceurs champêtres* de Danville afin de faire goûter au grand public les produits de plus de quinze (15) entreprises agroalimentaires de la région. L'activité a eu lieu du 3 au 10 octobre, de 9 h 00 à 17 h 00. L'événement a été publicisé dans le journal local. Une cinquantaine de dégustations ont été effectuées.

La Chasse aux saveurs a eu lieu durant la quatrième édition du Festival de la laine et de l'agneau 2005 du Moulin à laine d'Ulverton. Trois paniers (3) de produits régionaux ont été tirés parmi les participants (produits d'une quinzaine de transformateurs de la région). Cette activité a eu lieu le 10 octobre 2005, à partir de 15 h 00. Malgré le mauvais temps, dix-neuf (19) équipes de deux (2) à cinq (5) personnes [environ soixante-dix (70) participants] se sont inscrites à cette activité. En général, les participants ont apprécié l'activité.

Un parcours a été organisé dans la MRC de Coaticook les 1 et 2 octobre 2005 à partir de 10 h 00. Les cent dix-huit participants (118) ont pu découvrir la gamme de produits d'une vingtaine d'entreprises agroalimentaires : boissons, viandes, fromages, beurre, légumes, produits de l'érablé, pommes et autres fruits, mets à base de produits régionaux, etc. Les producteurs ont beaucoup apprécié participer à ce parcours et comptent s'assurer qu'il soit organisé à nouveau (avec la formation d'un comité, les Comptonales) l'an prochain.

La Flambée des saveurs a eu lieu les 8 et 9 octobre de 10 h 00 à 16 h 00. L'activité a permis au grand public de visiter cinq (5) entreprises agroalimentaires de la MRC de Memphrémagog en autobus et de déguster les produits des hôtes artisans.

Le tirage de deux (2) paniers de produits régionaux a également été effectué auprès des participants afin de leur faire connaître et goûter les produits de la région. Sur l'heure du dîner, une visite au petit marché d'Orford et dans quelques boutiques du terroir a été organisée afin de permettre aux visiteurs de déguster et d'acheter des produits de la région. La Flambée des saveurs a, malgré le mauvais temps, accueilli une vingtaine de participants. Ces derniers ont beaucoup apprécié les visites.

### **Campagne promotionnelle *Goûtez l'Estrie comme c'est fin!***



Le CIBLE a finalisé la campagne promotionnelle 2004-2005. Il a encouragé la cinquantaine d'entreprises membres de la campagne 2004-2005 à utiliser le matériel promotionnel de cette dernière (étiquettes, dangles, grandes affiches). Près de 200 000 étiquettes *Goûtez l'Estrie* ont été distribuées. Le CIBLE a aussi coordonné les services de positionnement et de notoriété à la télévision et de merchandising/représentation.

La campagne promotionnelle 2004-2005 *Goûtez l'Estrie comme c'est fin!* a été réalisée grâce à la participation financière des entreprises participantes, du MAPAQ-Estrie, de la CRÉ-Estrie et grâce à l'appui des médias régionaux participants (TVA, etc.).

Au-delà des services proposés, différentes activités auxquelles ont collaboré le CIBLE et les entreprises participantes ont été l'occasion de publiciser la campagne et de mettre en valeur les produits de l'Estrie et des entreprises participantes ainsi que le logo et le slogan *Goûtez l'Estrie comme c'est fin!* (exemple : SIAL Montréal, Flambée des couleurs du Mont Orford, JDS 2005).

Durant l'année, le CIBLE a aussi élaboré un nouveau programme d'appui à la mise en marché des produits régionaux de l'Estrie, *Goûtez l'Estrie comme c'est fin! 2006-2007*. Un comité régional chargé de définir et d'organiser le programme a été constitué. Ce comité était composé du MAPAQ-Estrie, de l'Association des détaillants en alimentation (A.D.A.) de l'Estrie, des CLD d'Asbestos, de Coaticook, du Granit, du Haut-St-François, de Memphrémagog et du Val-St-François et de l'UPA-Estrie. Le lancement de ce nouveau programme est prévu pour septembre 2006.

Le CIBLE a coordonné la réalisation des profils *entreprise-produits* de quatre (4) entreprises membres sur la période 2005-2006 ayant choisi le service positionnement et notoriété à la télévision dans le cadre de l'émission *Salut Bonjour!* de TVA.

Les entreprises ont aussi bénéficié d'une belle visibilité avec une côte d'écoute représentant les 2/3 du marché estrien.

Le CIBLE a coordonné le service de marchandisage/représentation auquel six (6) entreprises participaient sur la période 2005-2006. Ce service consistait à offrir aux entreprises l'appui d'un marchandiseur/représentant dont le mandat était, entre autres, de les appuyer dans leurs rencontres et rendez-vous d'affaires.

#### **Portail agroalimentaire [GourmetQuebec.com](http://GourmetQuebec.com)**

Durant l'année 2004-2005, le CIBLE a lancé et a débuté le déploiement du Portail agroalimentaire [GourmetQuebec.com](http://GourmetQuebec.com), composé du site grand public [www.gourmetquebec.com](http://www.gourmetquebec.com) et du site affaires [www.agrisaveurs.com](http://www.agrisaveurs.com), en collaboration avec ses concepteurs, les quatorze (14) autres Tables de concertation agroalimentaire du Québec (TCAQ).



Le lancement a eu lieu le 15 septembre 2005 au Marché Jean Talon de Montréal en présence d'une centaine d'acteurs du secteur agroalimentaire des régions du Québec.

Le déploiement du Portail a ensuite débuté avec l'envoi de documentation à plus de mille cinq cents (1 500) entreprises du secteur agroalimentaire dont plus de deux cent soixante (260) pour la seule région de l'Estrie.

Au 31 mars 2006, soixante-quatre (64) entreprises du secteur étaient affichées [cent dix (110) produits] dont quarante (40) provenant de l'Estrie [soixante et un (61) produits] et vingt-huit (28) entreprises étaient inscrites [quarante (40) produits] dont seize (16) entreprises provenant de l'Estrie.

Un annuaire de mille cent soixante (1160) entreprises a été constitué dont cent soixante quinze (175) provenant de l'Estrie. Cent dix-sept (117) recettes de produits régionaux sont affichées dont une cinquantaine pour l'Estrie. Une banque de près de cent trente (130) experts du secteur agroalimentaire du Québec a aussi été constituée sur la section affaires du site GourmetQuebec.com. Enfin, tout au long de l'année, plus d'une centaine d'événements du secteur ont été affichés de même que des nouvelles et tendances en collaboration avec des partenaires et des entreprises du secteur.

La promotion de GourmetQuebec.com s'est faite dans le cadre des JDS, de la Flambée des couleurs du Mont Orford, du Gala de la SCCPQ-Estrie, du SIAL Montréal et auprès de partenaires (TCAQ, MAPAQ, CLD, SADC, A.D.A., UPA, etc.).

Un plan de commandites a été élaboré pour contribuer au financement des opérations du Portail. Le CIBLE a signé une entente avec le Groupe I-TEK de Sherbrooke pour la mise en œuvre de ce plan.

Le déploiement de GourmetQuebec.com a été réalisé grâce à la participation financière de la CRÉ-Estrie, des TCAQ et des entreprises participantes. Afin de développer une stratégie de déploiement à moyen et à long terme pour le Portail, le CIBLE travaille présentement à la formation d'un comité provincial constitué de représentants de l'UPA, d'Aliments du Québec et du MAPAQ.

### **Indice CIBLE-Chaire Bombardier 2006**



Ce projet a été développé par le CIBLE, en collaboration avec la Chaire Bombardier de gestion de la marque de l'Université de Sherbrooke, dans le but de développer un palmarès reflétant le niveau de présence des produits régionaux dans les magasins d'alimentation de l'Estrie. L'indice a permis de mettre en avant ceux qui encouragent les produits régionaux dans un contexte de concentration de la distribution.

Dans cet objectif, et en vue de développer un palmarès le plus objectif possible, la Chaire Bombardier a élaboré une méthodologie qui, après une recherche documentaire et une cueillette d'informations sur le terrain, a été proposée à un comité d'appui constitué de représentants de l'Université, du CIBLE, du MAPAQ, d'un transformateur et d'un détaillant.

Ce comité s'était fixé comme objectif de constituer un focus groupe composé de douze (12) personnes [trois (3) issues du secteur de la production, trois (3) du secteur de la transformation, trois (3) du secteur du détail et trois (3) du secteur du développement] afin de valider la méthodologie et les informations proposées. La pondération des variables a été faite par des spécialistes. Une enquête a ensuite été réalisée auprès de trente-six (36) détaillants en alimentation de la région de l'Estrie pour connaître le taux de présence des produits régionaux dans chaque magasin.



Les résultats de l'Indice ont été dévoilés lors d'une conférence de presse qui a eu lieu à l'Université de Sherbrooke, le 28 février 2006. Les trois (3) détaillants s'étant le plus démarqués sont : Métro Plouffe de Magog (or), IGA de Coaticook (argent) et IGA Extra de Sherbrooke, coin Galt et Belvédère (bronze). Le CIBLE a également fait parvenir par courrier à chaque détaillant participant le classement de son magasin.

Notons que l'Indice CIBLE-Chaire Bombardier pourrait être utilisé par d'autres régions.

### **Étude de valorisation des produits agroalimentaires bénéficiant d'une indication géographique (5 régions)**

Une étude sur le potentiel de développement des produits d'appellations réservées a permis au CIBLE d'accompagner trois (3) étudiants chercheurs chez quatre (4) entreprises agroalimentaires de l'Estrie intéressées par la question. Les étudiants ont tenté d'établir les liens entre le développement des produits des entreprises visitées et celui de la région.



Cette étude, coordonnée par un comité dont fait partie le CIBLE, a été encadrée par des professeurs de l'Université Laval et de l'Institut supérieur d'agriculture et d'agroalimentaire Rhône-Alpes Lyon dans 5 régions du Québec (Estrie, Centre-du-Québec, Montérégie, Capitale-Nationale et Chaudière-Appalaches).

Les résultats de cette étude seront connus en septembre 2006.

## **Axe 2 - Transformation : Augmenter le soutien aux entreprises de transformation et développer le savoir-faire en transformation dans la région**

### **Projet de service technique et agronomique Viandes Sélectionnées des Cantons (VSC)**



Le CIBLE a appuyé la demande de subvention pour le projet de service technique et agronomique Viandes Sélectionnées des Cantons (VSC) auprès du Programme d'appui aux initiatives des tables filières québécoises afin de consolider la filière. Un montant de cinquante mille dollars (50 000 \$) a été octroyé au projet. Ce dernier permettra la production d'un boeuf haut de gamme et le développement d'un marché de niche pour cette viande. Il repose sur le respect des pratiques d'élevage reconnues, la sélection de races particulières et sur le rôle de chaque intervenant (producteurs de veaux, finisseurs, abattoirs, distributeurs, détaillants) sur la qualité de la viande. Le projet vise à développer un élevage bovin de qualité en structurant la mise en marché d'un boeuf haut de gamme tendre, maigre, sans hormones et traçable.

### **Projet pilote Interface en technologie alimentaire (Phase 2)**

Le CIBLE a élaboré une demande financière auprès de Développement économique Canada (DEC), toujours à l'étude, afin de permettre la réalisation de la deuxième phase de l'Interface en technologie alimentaire (service d'accompagnement et accès à l'expertise en R&D). L'Interface répond à un besoin exprimé par le milieu dans le PSD 2004-2009 et confirmé par les entreprises ayant bénéficié de la phase 1 du projet.

Le projet pilote Interface en technologie alimentaire de l'Estrie a été créé afin de faire le pont entre les centres d'expertise, de transfert et de recherche et les entreprises participantes.

### **Projet de formation de la main d'œuvre des entreprises agroalimentaires de l'Estrie**

Le CIBLE a développé et mis en œuvre le Projet de formation de la main des entreprises agroalimentaire de l'Estrie.

Ce projet destiné aux entreprises ayant une masse salariale de deux cent cinquante mille dollars (250 000 \$) et plus a réuni cinq (5) entreprises de la région dans le cadre d'une intervention regroupée. Il a touché quatre-vingts (80) employés pour lesquels un total de plus de deux cent quatre-vingts (280) heures de formation ont été données par des

formateurs du Centre d'élaboration des moyens d'enseignement du Québec (CÉMEQ), qui œuvre dans le domaine de la formation professionnelle et technique.

Les formations reçues par les employés de ces entreprises ont notamment permis :

- la formation de formateurs au sein des entreprises pour passer d'une formation sur le tas à une formation structurée;
- d'améliorer les compétences acquises sur des thèmes tels que : la gestion du temps, la gestion du personnel et le leadership, la gestion de conflits, la communication, l'hygiène et la salubrité, le lavage et l'assainissement, la rédaction en français ou Word Office 2000.

Il est à noter que le CIBLE a aussi appuyé trois (3) autres entreprises dont deux (2) ont bénéficié d'un programme de formation individuelle qui a touché quarante-quatre (44) employés supplémentaires.

Les entreprises participantes se sont montrées généralement très satisfaites des formations reçues.

Ce projet a été réalisé grâce à l'appui financier du Fonds national de formation de la main-d'œuvre (FNFMO).

#### ***Axe 4 - Restauration : Accentuer l'utilisation des produits agroalimentaires de l'Estrée par le réseau HRI (Hôtellerie, restauration et institutions) de la région***

##### **Gala dînatoire de la SCCPQ-Estrée 2005**



En appui à la SCCPQ-Estrée, qui a organisé son deuxième Gala dînatoire le 19 octobre 2005, le CIBLE a coordonné la billetterie de l'évènement (constitution de listes d'envoi, conception de l'invitation et du coupon-réponse, envois, suivis téléphoniques, gestion de la facturation et des billets) et appuyé la SCCPQ-Estrée dans l'organisation de la conférence de presse pour le lancement de l'évènement (rédaction du communiqué de presse, envoi auprès des médias, préparation de la pochette de presse).

Avec la participation de vingt (20) chefs et d'une vingtaine de producteurs et fournisseurs agroalimentaires partenaires de l'évènement, le Gala de la SCCPQ-Estrée 2005 a accueilli près de cent dix (110) personnes autour d'un buffet gastronomique de produits régionaux et

a permis à la SCCPQ-Estrie de faire un don de plus de cinq mille dollars (5 000 \$) à Moisson-Estrie.

Les visiteurs du salon agroalimentaire *Goûtez les 4 saisons* avaient la chance, les 8 et 9 octobre, d'assister en direct à des démonstrations culinaires exécutées par deux réputés chefs de la région, membres de la SCCPQ-Estrie.

Seize (16) restaurants et traiteurs de l'Estrie ont participé à l'activité *Goûtez l'Estrie dans les restos* en proposant à leur clientèle, du 1 au 10 octobre 2005, des plats à base de produits régionaux.

De plus, chaque restaurant participant s'est associé à un producteur de la région pour offrir un plat mettant en vedette un de ses produits. Les chefs de chaque établissement participant ont aussi été invités à afficher gratuitement leurs recettes de produits régionaux sur le site [GourmetQuebec.com](http://GourmetQuebec.com).

Sept (7) restaurants participants, choisis au hasard, ont reçu la visite d'un animateur de Cité Rock Détente 102,7 FM qui les associait aux JDS et faisait la promotion de leur menu régional.

### **Représentation du secteur bioalimentaire de l'Estrie auprès des instances régionales et provinciales**

Le CIBLE participe à tous les événements, rencontres et réunions jugés nécessaires à la réalisation de son mandat, et ce, aussi bien sur le plan régional que sur le plan provincial [Conseil de promotion alimentaire du Québec (CPAQ), Observatoire des marques, Conseil agrotouristique des Cantons de l'Est (CACE), etc.].

Le CIBLE a participé aux travaux d'élaboration du Plan quinquennal de développement de l'Estrie 2006-2011.

Le CIBLE participe également aux travaux de la Table filière agroalimentaire du Québec, à titre de représentant des TCAQ, par le biais de sa permanence et de sa présidente.

## **Communication**

Grâce aux projets qu'il coordonne, le CIBLE a pu bénéficier d'une couverture médiatique non négligeable (télévision, radio, journaux, revues spécialisées, Internet, etc.).

Pour plus de détails, se référer à la section Revue de presse en annexe.

## Priorités du CIBLE pour l'année 2006-2007

- 1) Coordonner la mise en œuvre de la planification stratégique du secteur agroalimentaire de l'Estrie 2004-2009;
- 2) Élaborer et mettre en œuvre un plan d'action pour positionner l'offre de service du CIBLE et assurer son financement à long terme;
- 3) Coordonner et superviser la mise en œuvre de projets et d'activités répondant aux besoins du secteur bioalimentaire de l'Estrie :
  - Réalisation du Programme d'appui à la mise en marché des produits agroalimentaires de l'Estrie 2006-2007;
  - Organisation des Journées des saveurs 2006 en Estrie;
  - Coordination de la phase 2 du projet Interface en technologie alimentaire;
  - Participation à l'organisation du colloque sur les appellations et développement d'une expérience régionale pour appuyer les démarches d'appellations;
  - Coordination du comité provincial pour le déploiement du Portail GourmetQuebec.com;
  - Coordination du projet de formation de la main d'œuvre des entreprises du secteur agroalimentaire de l'Estrie 2006-2007 – Intervention regroupée;
  - Appui à l'organisation du Gala dînatoire de la SCCPQ-Estrie 2006;
  - Missions exploratoires pour les marchés émergents.
- 4) Participer à toute activité régionale ou provinciale pouvant améliorer l'offre de services du CIBLE;
- 5) Effectuer les représentations nécessaires auprès de la Conférence régionale des élus de l'Estrie (CRE-Estrie), notamment au chantier industriel et à ce qui peut en découler dans le cadre du Plan quinquennal de développement de l'Estrie 2006-2011;
- 6) Représenter les Tables de concertation agroalimentaire du Québec (TCAQ) auprès de la Filière agroalimentaire du Québec et des instances provinciales liées à celle-ci;
- 7) Soutenir le réseau des TCAQ.



**Conseil de l'industrie bioalimentaire  
de l'Estrie  
États financiers  
31 mars 2006**

# Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie

## États financiers

31 mars 2006

<b>Rapport des vérificateurs</b>	2
<b>États financiers</b>	
Résultats	3
Évolution des actifs nets	4
Bilan	5
Flux de trésorerie	6
Notes complémentaires	7-9
<b>Renseignements complémentaires</b>	
Frais de fonctionnement	10
Projet - Promotion des produits régionaux de l'Estrie	11
Projet - Portail agroalimentaire	12
Projet - Interface en technologie alimentaire	13

## Rapport des vérificateurs

Aux administrateurs de  
**Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie**

Nous avons vérifié le bilan du *Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie* au 31 mars 2006 ainsi que les états des résultats, de l'évolution des actifs nets et des flux de trésorerie de l'exercice terminé à cette date. La responsabilité de ces états financiers incombe à la direction de la société. Notre responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en nous fondant sur notre vérification.

Notre vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues du Canada. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir l'assurance raisonnable que les états financiers sont exempts d'inexactitudes importantes. La vérification comprend le contrôle par sondages des éléments probants à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À notre avis, ces états financiers donnent, à tous égards importants, une image fidèle de la situation financière de la société au 31 mars 2006, ainsi que des résultats de son exploitation et de ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus du Canada.

*Bilodeau, Patry, c.a. Inc.*

Comptables agréés

Sherbrooke, le 14 juin 2006

# Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie

## Résultats

3

Exercice terminé le 31 mars 2006

	2006		2005
	Projets \$	Fonction- nement \$	Total \$
<b>Revenus</b>			
Subventions			
Conférence régionale des élus de l'Estrie (CRÉ) et Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ)-Estrie	66 200	100 000	166 200
Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ)-Québec		5 000	5 000
Ministère du Développement économique, Innovation et Exportation (MDEIE)		(4 750)	4 750
CPAQ - Aliments du Québec			261
CRÉ - Fonds de diversification économique	16 907		16 907
Fédération de l'Union des Producteurs Agricoles de l'Estrie	1 000		1 000
Fonds National de la main d'œuvre Salariale-Emploi Québec		28 444	28 444
Entreprises et organismes		6 879	6 879
Autres activités	21 293		21 293
Apports reportés (note 6)		3 399	3 399
	(34 677)		(34 677)
	<u>70 723</u>	<u>138 972</u>	<u>209 695</u>
			<u>211 034</u>
<b>Dépenses</b>			
Frais de fonctionnement et projets	69 812	137 918	207 730
Frais reportés (note 6)			258 369
Amortissement des immobilisations	911	1 014	(55 723)
	<u>70 723</u>	<u>138 932</u>	<u>1 925</u>
			<u>2 588</u>
			<u>205 234</u>
<b>Excédent des revenus sur les dépenses</b>		<u>40</u>	<u>40</u>
			<u>5 800</u>

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers.

# Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie

## Évolution des actifs nets

Exercice terminé le 31 mars 2006

	2006		2005
	Investis en immobilisations	Non affectés	Total
	\$	\$	\$
<b>Solde au début</b>	6 725	(18 406)	(11 681)
<b>Excédent des revenus sur les dépenses (des dépenses sur les revenus)</b>	(1 925)	1 965	40
<b>Solde à la fin</b>	4 800	(16 441)	(11 681)

*Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers.*

# Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie

## Bilan

31 mars 2006

5

	<u>2006</u>	<u>2005</u>
	\$	\$
<b>Actif</b>		
<b>Court terme</b>		
Encaisse		
Créances et effets à recevoir (note 3)	44 855	3 160
Frais payés d'avance	34 200	69 715
	<u>964</u>	
<b>Immobilisations (note 4)</b>	<u>80 019</u>	<u>72 875</u>
	<u>4 800</u>	<u>6 725</u>
	<u><b>84 819</b></u>	<u><b>79 600</b></u>
<b>Passif</b>		
<b>Court terme</b>		
Emprunt bancaire (note 5)	60 000	46 200
Fournisseurs et charges à payer	7 475	50 773
	<u>67 475</u>	<u>96 973</u>
<b>Apports (frais) reportés (note 6)</b>	<u>28 985</u>	<u>(5 692)</u>
	<u>96 460</u>	<u>91 281</u>
<b>Actifs nets</b>		
Investis en immobilisations	4 800	6 725
Non affectés	<u>(16 441)</u>	<u>(18 406)</u>
	<u>(11 641)</u>	<u>(11 681)</u>
	<u><b>84 819</b></u>	<u><b>79 600</b></u>

Pour le conseil,

 , administrateur

\_\_\_\_\_, administrateur

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers.

**Flux de trésorerie**

Exercice terminé le 31 mars 2006

	<u>2006</u>	<u>2005</u>
	\$	\$
<b>Activités d'exploitation</b>		
Excédent des revenus sur les dépenses	40	5 800
Éléments sans effet sur la trésorerie		
Amortissement des immobilisations	1 925	2 588
Apports reportés	34 677	
Frais reportés		(55 723)
	<u>36 642</u>	<u>(47 335)</u>
Variation nette des éléments hors caisse du fonds de roulement (note 7b)	<u>(8 747)</u>	<u>58 772</u>
	<u>27 895</u>	<u>11 437</u>
<b>Activités de financement</b>		
Emprunt bancaire	<u>13 800</u>	<u>(4 000)</u>
<b>Activités d'investissement</b>		
Acquisition d'immobilisations		<u>(1 032)</u>
<b>Augmentation de la trésorerie et des équivalents de trésorerie</b>	<b>41 695</b>	<b>6 405</b>
<b>Trésorerie et équivalents de trésorerie (insuffisance) au début</b>	<u>3 160</u>	<u>(3 245)</u>
<b>Trésorerie et équivalents de trésorerie à la fin</b>	<u>44 855</u>	<u>3 160</u>

La trésorerie et les équivalents de trésorerie se composent de l'encaisse

# Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie

## Notes complémentaires

7

31 mars 2006

### 1. Statuts et nature des activités

L'organisme, constitué en vertu de la Partie III de la Loi sur les compagnies du Québec, a pour objectif de favoriser la concertation et la coordination des efforts de développement du secteur bioalimentaire de la région de l'Estrie.

### 2. Conventions comptables

#### Constatation des revenus

L'organisme applique la méthode du report pour comptabiliser les apports. Selon cette méthode, les revenus affectés à des charges d'exercices futurs sont reportés et constatés à titre de revenus au cours de l'exercice où sont engagées les charges auxquelles ils sont affectés. Les apports non affectés sont constatés à titre de revenus lorsqu'ils sont à recevoir si le montant à recevoir peut faire l'objet d'une estimation raisonnable et que son encaissement est raisonnablement assuré.

#### Immobilisations

Les immobilisations sont comptabilisées au coût et amorties en fonction de leur durée probable d'utilisation selon la méthode de l'amortissement dégressif aux taux annuels de 30 % pour l'équipement informatique et de 20 % pour le mobilier de bureau.

#### Utilisation d'estimations

La préparation des états financiers selon les principes comptables généralement reconnus du Canada exige que la direction fasse des estimations et des hypothèses qui touchent les éléments d'actif et de passif présentés, la divulgation de l'actif et du passif éventuel à la date des états financiers et les produits et les charges présentés pour l'exercice. Les résultats réels pourraient différer des estimations.

### 3. Créances et effets à recevoir

	<u>2006</u>	<u>2005</u>
	\$	\$
Subventions à recevoir		
Conférence régionale des élus de l'Estrie (CRÉ) et Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ)-Estrie	24 000	30 926
Conseil du Trésor - Fonds de l'autoroute de l'information		10 000
CRÉ - Fonds de diversification économique		9 393
Ministère du Développement économique, Innovation et Exportation (MDEIE)		2 000
Fédération de l'Union des Producteurs Agricoles de l'Estrie		500
Taxes à recevoir	2 090	4 021
Contribution des entreprises et d'organismes à recevoir	8 110	12 875
	<u>34 200</u>	<u>69 715</u>

Notes complémentaires

31 mars 2006

4. Immobilisations

	2006		
	Coût	Amortissement cumulé	Coût non amorti
	\$	\$	\$
Équipement informatique	31 359	27 302	4 057
Mobilier de bureau	1 032	289	743
	<u>32 391</u>	<u>27 591</u>	<u>4 800</u>
	2005		
	Coût	Amortissement cumulé	Coût non amorti
	\$	\$	\$
Équipement informatique	31 359	25 563	5 796
Mobilier de bureau	1 032	103	929
	<u>32 391</u>	<u>25 666</u>	<u>6 725</u>

5. Emprunt bancaire

L'emprunt bancaire, taux de base plus 2,75 %, est autorisé jusqu'à 60 000 \$, 30 000 \$ entre les mois de juillet et décembre de chaque année et est renouvelable annuellement.

6. Apports (frais) reportés

	2006	2005
	\$	\$
Solde au début	(5 692)	50 031
Montant constaté aux résultats	<u>34 677</u>	<u>(55 723)</u>
Solde à la fin	<u>28 985</u>	<u>(5 692)</u>

Les apports reportés sont constitués des revenus (dépenses) excédentaires accumulés pour les projets en cours et non présentés dans les résultats de fonctionnement. L'excédent de chaque projet sera viré aux résultats de fonctionnement au moment où il sera achevé.

31 mars 2006

**7. Informations sur les flux de trésorerie**

a) Les flux de trésorerie se rapportant aux intérêts se détaillent comme suit :

	<u>2006</u>	<u>2005</u>
Intérêts payés	\$ 2 815	\$ 2 916

b) Les variations d'éléments du fonds de roulement se détaillent comme suit:

	<u>2006</u>	<u>2005</u>
Créances et effets à recevoir	\$ 35 515	\$ 91 961
Frais payés d'avance	(964)	
Fournisseurs et charges à payer	<u>(43 298)</u>	<u>(33 189)</u>
	<u>(8 747)</u>	<u>58 772</u>

**8. Instruments financiers**

**Juste valeur**

L'encaisse, les créances et effets à recevoir, l'emprunt bancaire et les fournisseurs et charges à payer sont des postes dont la juste valeur se rapproche de la valeur comptable en raison de leur courte échéance.

**9. Chiffres de l'exercice précédent**

Les comptes de l'exercice terminé le 31 mars 2005 présentés aux fins de comparaison ont été reclassés en fonction de la présentation adoptée pour le présent exercice.

**Renseignements complémentaires**

Exercice terminé le 31 mars 2006

	<u>2006</u>	<u>2005</u>
	\$	\$
<b>Frais de fonctionnement</b>		
Salaires et charges sociales	129 402	132 072
Salons et événements	3 275	30 127
Frais de déplacement et de représentation	9 085	884
Télécommunications	6 802	7 703
Frais de bureau	2 220	9 235
Honoraires professionnels	4 894	4 069
Réunions et activités	3 763	3 387
Intérêts et frais bancaires	3 731	3 668
Assurances	1 889	2 045
Entretien et réparation d'équipement	274	684
Publicité et promotion	86	442
Formation et colloque	12 521	380
Charges locatives	8 260	3 840
Attribution des frais de fonctionnement aux projets	<u>(48 284)</u>	<u>(68 798)</u>
	<u>137 918</u>	<u>129 738</u>

**Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie**  
**Renseignements complémentaires**

Exercice terminé le 31 mars 2006

	<u>2006</u>	<u>2005</u>
	\$	\$
<b>Projet - Promotion des produits régionaux de l'Estrie</b>		
<b>Revenus</b>		
Subventions		
Conférence régionale des élus de l'Estrie (CRÉ)		
et Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de		
l'Alimentation du Québec (MAPAQ)-Estrie	65 000	14 675
Fédération de l'Union des Producteurs Agricoles		
de l'Estrie		
Entreprises et organismes	1 000	500
	<u>9 634</u>	<u>40 241</u>
	<u>75 634</u>	<u>55 416</u>
<b>Dépenses</b>		
Étiquettes		408
Publicité télé		10 211
Honoraires du représentant	1 397	
Frais de représentation et déplacements	5 751	24 780
Salons et événements		6 848
Frais de bureau		538
Frais bancaires	3 589	
Frais de gestion et coordination	152	152
	<u>48 284</u>	<u>13 584</u>
	<u>59 173</u>	<u>56 521</u>
<b>Excédent des revenus sur les dépenses</b>		
<b>(des dépenses sur les revenus)</b>	16 461	(1 105)
<b>Apports reportés au début</b>		
	<u>8 196</u>	<u>9 301</u>
<b>Apports reportés à la fin</b>		
	<u>24 657</u>	<u>8 196</u>

Renseignements complémentaires

Exercice terminé le 31 mars 2006

	<u>2006</u>	<u>2005</u>
	\$	\$
<b>Projet - Portail agroalimentaire</b>		
<b>Revenus</b>		
Subventions		
Conférence régionale des élus de l'Estrie (CRÉ)		
et Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de		
l'Alimentation du Québec (MAPAQ)-Estrie	1 200	
Entreprises et organismes	<u>13 874</u>	
	<u>15 074</u>	
<b>Dépenses</b>		
Publicité et promotion	1 904	817
Frais de bureau et administration	4 328	128
Frais de gestion et coordination		43 300
Honoraires de consultations	2 153	2 688
Frais bancaires	151	78
Amortissement des immobilisations	<u>911</u>	<u>1 301</u>
	<u>9 447</u>	<u>48 312</u>
<b>Excédent des revenus sur les dépenses</b>		
<b>(des dépenses sur les revenus)</b>	5 627	(48 312)
<b>Apports (frais) reportés au début</b>	<u>(41 459)</u>	<u>6 853</u>
<b>Frais reportés à la fin</b>	<u>(35 832)</u>	<u>(41 459)</u>

**Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie**  
**Renseignements complémentaires**

Exercice terminé le 31 mars 2006

	<u>2006</u>	<u>2005</u>
	\$	\$
<b>Projet - Interface en technologie alimentaire</b>		
<b>Revenus</b>		
Subventions		
Conférence régionale des élus de l'Estrie (CRÉ)		
et Ministère du Développement économique, Innovation		
et Exportation (MDEIE)		
et Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de		
l'Alimentation du Québec (MAPAQ)-Estrie		
CRÉ - Fonds de diversification économique	16 907	14 250
Entreprises et organismes	(2 215)	9 393
	<u>14 692</u>	<u>(4 850)</u>
		<u>18 793</u>
<b>Dépenses</b>		
Honoraires de consultations		
Frais de déplacements	2 000	12 299
Frais de bureau		680
Frais de gestion et coordination		80
Frais de représentation		11 914
Frais bancaires		43
	<u>103</u>	<u>83</u>
	<u>2 103</u>	<u>25 099</u>
<b>Excédent des revenus sur les dépenses</b> <b>(des dépenses sur les revenus)</b>	12 589	(6 306)
<b>Apports reportés au début</b>	<u>27 571</u>	<u>33 877</u>
<b>Apports reportés à la fin</b>	<u><u>40 160</u></u>	<u><u>27 571</u></u>

## Budget prévisionnel du CIBLE 2006-2007

Revenus	2006-2007
MAPAQ	52 500 \$
CRÉ-Estrie	50 000 \$
DRHC	1 824 \$
Coordination et gestion de projets	44 997 \$
<b>Revenus totaux</b>	<b>149 321 \$</b>

Dépenses	2006-2007
Salaires et avantages sociaux	106 742 \$
Salaires et avantages - stagiaires	2 177 \$
Déplacements, représentation et formation	3 500 \$
Réunions et activités	2 300 \$
Messagerie	1 500 \$
Téléphone, cell. et Internet	6 600 \$
Loyer	7 500 \$
Administration	2 040 \$
Assurances	1 200 \$
Fourniture de bureau	4 214 \$
Publicité, promotion et cotisations	1 200 \$
Honoraires prof. et consul. (vérif)	1 720 \$
Immobilisations	350 \$
Entretien d'ordinateurs	480 \$
Intérêts et frais bancaires	2 198 \$
Événements	5 000 \$
Divers	600 \$
<b>Total des dépenses</b>	<b>149 321 \$</b>

Note : Dans le cas où les activités du CIBLE permettraient de générer un excédent des revenus par rapport aux dépenses, celui-ci serait consacré, en totalité, à la couverture du déficit accumulé des années précédentes.

## Nombre d'entreprises agroalimentaires de l'Estrie associées aux principales activités du CIBLE en 2005-2006

Activités	Nombre d'entreprises participantes ou bénéficiaires
Salon agroalimentaire <i>Goûtez les 4 Saisons</i> - JDS 2005	20 entreprises exposantes
Démonstrations culinaires - JDS 2005	2 chefs cuisiniers de la SCCPQ-Estrie
Goûtez l'Estrie dans les restos - JDS 2005	- 16 restaurants ou traiteurs participants - 10 entreprises agroalimentaires associées par le biais de leurs produits dans le cadre des menus
Dégustations de produits régionaux à la boutique <i>Nos douceurs champêtres</i> de Danville - JDS 2005	10 entreprises agroalimentaires associées par le biais de la dégustation de leurs produits
Parcours gourmand <i>Produitsdelaferme.com</i> - JDS 2005	21 entreprises participantes
Flambée des saveurs - JDS 2005	5 entreprises participantes
SIAL Montréal 2005	6 entreprises exposantes
Flambée des couleurs du Mont Orford	10 entreprises participantes
Campagne promotionnelle <i>Goûtez l'Estrie comme c'est fin!</i> 2004-2005 - Logo, matériel promotionnel et publicité générique - Positionnement et notoriété à la télévision - Service de merchandisage/représentation	- 54 entreprises inscrites au volet général - 4 entreprises inscrites au service de positionnement et notoriété à la télévision - 6 entreprises inscrites au service de merchandisage / représentation, une vingtaine de restaurants et une cinquantaine de détaillants associés comme clients
Portail <i>GourmetQuebec.com</i>	- 40 entreprises estriennes affichées dont 16 inscrites - 175 entreprises inscrites dans l'annuaire - 117 recettes affichées dont une cinquantaine par des entreprises ou chefs de la région
Indice CIBLE-Chaire Bombardier 2006	36 détaillants participants
Étude de valorisation des produits agroalimentaires bénéficiant d'une indication géographique (5 régions)	4 entreprises participantes
Projet de formation de la main d'œuvre des entreprises agroalimentaires de l'Estrie	- 5 entreprises participantes – intervention regroupée - 1 entreprise participante – intervention individuelle
Gala dînatoire de la SCCPQ -Estrie 2005	- 20 chefs cuisiniers de la SCCPQ-Estrie (dont 15 de la région) - 9 entreprises agroalimentaires de la région associées au banquet de produits régionaux
<b>TOTAL</b>	<b>308 participations d'entreprises<sup>1</sup></b> <b>(+ 42 autres détaillants et restaurateurs associés comme clients)</b>

<sup>1</sup> Globalement, ce sont 171 entreprises différentes qui ont été associées aux principales activités du CIBLE en 2005-2006 (ce qui représente, en moyenne, 1,8 participations par entreprise).

Ces entreprises sont réparties de la façon suivante (approximation) : 22 % de producteurs, 21 % de détaillants, 20 % de transformateurs, 19 % d'hôteliers, restaurateurs et institutions, 16 % de producteurs-transformateurs et 2 % de distributeurs.

A ces 171 entreprises, s'ajoutent une quarantaine de détaillants et restaurateurs associés comme clients par le biais du service de merchandisage représentation dans le cadre de la campagne promotionnelle *Goûtez l'Estrie comme c'est fin!*

Annexe

---

**Revue de presse**

---

# Campagne promotionnelle Goûtez l'Estrée comme c'est fini 2004-2005

## Médias électroniques

### 1. Station de télévision TVA (TÉLÉ-7)

Profils entreprise-produits à l'émission *Salut Bonjour!*  
Semaines du 21 mars 2005 au 4 juillet 2005  
Diffusion de 4 profils entreprise-produits d'une durée de 60 s. chacun diffusés 20 fois  
chacun (80 diffusions)

*Salut Bonjour!*, 60 s, lun. 21 mars au ven. 25 mars 2005, Ducs de Montrichard  
*Salut Bonjour!*, 60 s, lun. 28 mars au ven. 1 avril 2005, Ducs de Montrichard  
*Salut Bonjour!*, 60 s, lun. 4 avril au ven. 8 avril 2005, Ducs de Montrichard  
*Salut Bonjour!*, 60 s, lun. 11 avril au ven. 15 avril 2005, Ducs de Montrichard  
*Salut Bonjour!*, 60 s, lun. 18 avril au ven. 22 avril 2005, Laiterie de Coaticook  
*Salut Bonjour!*, 60 s, lun. 25 avril au ven. 29 avril 2005, Laiterie de Coaticook  
*Salut Bonjour!*, 60 s, lun. 2 mai au ven. 6 mai 2005, Laiterie de Coaticook  
*Salut Bonjour!*, 60 s, lun. 9 mai au ven. 13 mai 2005, Laiterie de Coaticook  
*Salut Bonjour!*, 60 s, lun. 16 mai au ven. 20 mai 2005, Fromagerie La Station  
*Salut Bonjour!*, 60 s, lun. 23 mai au ven. 27 mai 2005, Fromagerie La Station  
*Salut Bonjour!*, 60 s, lun. 30 mai au ven. 3 juin 2005, Fromagerie La Station  
*Salut Bonjour!*, 60 s, lun. 6 juin au ven. 10 juin 2005, Fromagerie La Station  
*Salut Bonjour!*, 60 s, lun. 13 juin au ven. 17 juin 2005, Viandes Giroux  
*Salut Bonjour!*, 60 s, lun. 20 juin au ven. 24 juin 2005, Viandes Giroux  
*Salut Bonjour!*, 60 s, lun. 27 juin au ven. 1 juil. 2005, Viandes Giroux  
*Salut Bonjour!*, 60 s, lun. 4 juil. au ven. 8 juil. 2005, Viandes Giroux

## GourmetQuebec.com

### Journaux et revues spécialisées

#### 1. Bulletin d'information CDAFCQ, Centre-du-Québec

Déploiement du site *GourmetQuebec.com*, Bulletin d'information CDAFCQ, Centre-du-Québec, vol. 7, no. 4, octobre-novembre 2005

#### 2. Bulletin mensuel de la Table agroalimentaire du Saguenay – Lac-Saint-Jean

*Un marché virtuel pour les gourmets du Québec*, Bulletin mensuel de la Table agroalimentaire du Saguenay – Lac-Saint-Jean, année 4, no. 43, janvier 2006

#### 3. L'actualité alimentaire

Lancement officiel du site *www.gourmetquebec.com*, L'actualité alimentaire, vol. 2, no. 5, octobre 2005, p. 12

#### 4. La Revue HRI

*GourmetQuébec.com*, La Revue HRI, vol. 9, no. 5, septembre 2005, p. 62  
*Le Québec en toutes saisons : Le miel : quand je sucre, je mielle*, La Revue HRI, vol. 9, no. 6, novembre 2005, p. 36

#### 5. La Tribune

La Tribune, le 1 octobre 2005, C16  
*Les régions s'allient pour promouvoir le Québec Gourmet*

## **6. Le Journal de Montréal**

Le Journal de Montréal, le 23 septembre 2005, p. 53  
*GourmetQuebec.com : Un marché virtuel*

## **7. Un tour de table**

*Gourmet Québec*, Un tour de table, mars-avril 2006

## **8. Voir Estrie**

Voir Estrie, le 29 septembre 2005, p. 20  
*Le Web gastronomique*

Logo de GourmetQuebec.com dans une publicité de L'Ardoise Éco-Resto, Voir Estrie, le 13 avril 2006, p. 7

## **Promotion médias écrits**

### **1. Dépliant promotionnel de la Flambée des couleurs du Mont Orford**

Logo de GourmetQuebec.com, Dépliant promotionnel de la Flambée des couleurs du Mont Orford, du 10 au 23 octobre 2005

### **2. Dépliant promotionnel des Journées des saveurs 2005 en Estrie**

Logo de GourmetQuebec.com, Dépliant promotionnel des Journées des saveurs 2005 en Estrie, du 1 au 10 octobre 2005

### **3. Invitation et coupon-réponse du Gala dînatoire de la Société des chefs, cuisiniers et pâtisseries du Québec – Chapitre Estrie**

Logo de GourmetQuebec.com, Invitation et coupon-réponse du Gala dînatoire de la Société des chefs, cuisiniers et pâtisseries du Québec – Chapitre Estrie, septembre-octobre 2005

### **4. Signet des Journées des saveurs**

Mention de GourmetQuebec.com, Signet des Journées des saveurs, du 1 au 10 octobre 2005

## **Internet**

### **1. Aliments du Québec**

Aliments du Québec, [www.alimentsduquebec.com](http://www.alimentsduquebec.com), du 17 octobre 2005 au 1 mars 2006  
*Lancement de « gourmetquebec.com »*

### **2. Circuit gourmand**

Circuit gourmand, [www.circuitgourmand.net](http://www.circuitgourmand.net), le 11 octobre 2006  
*Gourmetquebec.com*

### 3. Mont Orford

Logo de GourmetQuebec.com dans la section partenaires de l'activité Flambée des couleurs du Mont Orford, Mont Orford, [www.orford.ca](http://www.orford.ca), du 1 septembre au 23 octobre 2005

Mention de GourmetQuebec.com dans la programmation de l'activité Flambée des couleurs du Mont Orford, Mont Orford, [www.orford.ca](http://www.orford.ca), du 1 septembre au 23 octobre 2005

## Étude de valorisation des produits agroalimentaires bénéficiant d'une indication géographique

### Médias électroniques

#### 1. Station de radio Radio-Canada 101,1 FM

Entrevue avec les stagiaires français  
Le 28 février 2006

## Journées des saveurs 2005 en Estrie

### Journaux et revues spécialisées

#### 1. Le Progrès de Coaticook

Le Progrès de Coaticook, vol. 56-39, le 1 octobre 2005, p. 24  
*Visite chez les producteurs et transformateurs de la région : Les Journées des saveurs en Estrie*

#### 2. Les Actualités

Les Actualités, le 3 octobre 2005  
*Nous vous invitons, du 3 au 11 octobre de 9 h 00 à 17 h 00, à venir déguster des produits régionaux*

#### 3. Voir Estrie

Voir Estrie, le 29 septembre 2005, p. 20  
*Goûtez l'Estrie : Les Journées des saveurs représentent l'occasion rêvée de découvrir les parfums du terroir estrien*

### Médias électroniques

#### 1. Station de radio Cité rock détente 102,7 FM

Du 28 septembre au 6 octobre 2006

Publicité pour les Journées des saveurs 2005 en Estrie  
Semaines du 26 septembre 2006 au 10 octobre 2006  
Diffusion de 25 publicités d'une durée de 30 s

8 h 19, 30 s, mer. 28 sept. 2005  
20 h 58, 30 s, mer. 28 sept. 2005  
8 h 49, 30 s, mer. 28 sept. 2005  
12 h 44, 30 s, jeu. 29 sept. 2005

12 h 17, 30 s, lun. 03 oct. 2005  
22 h 31, 30 s, lun. 03 oct. 2005  
5 h 16, 30 s, mar. 04 oct. 2005  
6 h 20, 30 s, mar. 04 oct. 2005

17 h 59, 30 s, jeu. 29 sept. 2005  
21 h 59, 30 s, jeu. 29 sept. 2005  
22 h 49, 30 s, jeu. 29 sept. 2005  
6 h 27, 30 s, ven. 30 sept. 2005  
14 h 27, 30 s, sam. 01 oct. 2005  
12 h 41, 30 s, dim. 02 oct. 2005  
15 h 29, 30 s, dim. 02 oct. 2005  
5 h 59, 30 s, lun. 03 oct. 2005  
10 h 28, 30 s, lun. 03 oct. 2005

13 h 44, 30 s, mar. 04 oct. 2005  
13 h 59, 30 s, mar. 04 oct. 2005  
17 h 31, 30 s, mar. 04 oct. 2005  
11 h 47, 30 s, mar. 04 oct. 2005  
10 h 59, 30 s, mer. 05 oct. 2005  
14 h 00, 30 s, mer. 05 oct. 2005  
19 h 41, 30 s, mer. 05 oct. 2005  
6 h 59, 30 s, jeu. 06 oct. 2005

Publicité pour les Journées des saveurs 2005 en Estrie  
Semaines du 26 septembre 2006 au 10 octobre 2006  
38 mentions en direct d'une durée variée

(sans détails)

Publicité pour les Journées des saveurs 2005 en Estrie  
Semaines du 26 septembre 2006 au 10 octobre 2006  
14 interventions en direct d'une durée variée

9 h 30, sam. 01 oct. 2005  
11 h 30, sam. 01 oct. 2005  
9 h 30, dim. 02 oct. 2005  
10 h 30, dim. 02 oct. 2005  
17 h 30, lun. 03 oct. 2005  
17 h 30, mar. 04 oct. 2005  
16 h 30, mer. 05 oct. 2005

17 h 30, jeu. 06 oct. 2005  
15 h 30, ven. 07 oct. 2005  
15 h 30, sam. 08 oct. 2005  
14 h 30, dim. 09 oct. 2005  
15 h 30, dim. 09 oct. 2005  
10 h 30, lun. 10 oct. 2005  
11 h 30, lun. 10 oct. 2005

## **Gala dinatoire de la SCCPQ-Estrie 2005**

### **Journaux et revues spécialisées**

#### **1. Voir Estrie**

Voir Estrie, le 29 septembre 2005, p. 20  
*Charitables gourmandises*

#### **2. La Tribune**

La Tribune, le 12 octobre 2005, A7  
*Cueillette de fonds pour Moisson Estrie*

## **Indice CIBLE – Chaire Bombardier 2006**

### **Journaux et revues spécialisées**

#### **1. La Nouvelle agricole**

La Nouvelle agricole, le 12 avril 2006, p. 9  
*Où peut-on « Goûtez l'Estrie » ?*

#### **2. La Tribune**

La Tribune, le 1 mars 2006, A7  
*Produits régionaux dans les supermarchés : Le Métro Plouffe de Magog premier de classe*

### **3. Le Journal de Sherbrooke**

Le Journal de Sherbrooke, le 4 mars 2006, p. 15  
*Produits régionaux : une bataille à finir contre les « grands »*

### **4. Le Reflet du Lac**

Le Reflet du Lac, le 5 mars 2006, p. 12  
*La meilleure vitrine du terroir est au Métro Plouffe*

### **5. Radar**

*Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie, Radar, mai-juin 2006, p. 23*

## **Internet**

### **1. La Toile du Québec**

La Toile du Québec, [www.toile-quebec.com](http://www.toile-quebec.com), le 2 mars 2006  
*La meilleure vitrine du terroir est au Métro Plouffe*

### **2. Corus Nouvelles**

Corus Nouvelles, [www.corusnouvelles.com](http://www.corusnouvelles.com), le 28 février 2006  
*Les produits régionaux à l'honneur dans les supermarchés*

### **3. Cyberpresse**

Cyberpresse, [www.cyberpresse.ca](http://www.cyberpresse.ca), le 28 février 2006  
*Création d'un indice unique : Des produits régionaux bien en vue*

### **4. GourmetQuebec.com**

GourmetQuebec.com, [www.gourmetquebec.com](http://www.gourmetquebec.com), mars 2006  
*Où peut-on Goûter l'Estrie?*

### **5. Université de Sherbrooke**

Université de Sherbrooke, [www.usherbrooke.ca](http://www.usherbrooke.ca), mars 2006  
*Où peut-on goûter l'Estrie?*

## **Médias électroniques**

### **1. Station de radio CHLT 630**

Le 28 février 2006

### **2. Station de radio Génération Rock 104,5 FM**

Entrevue avec M. Idriss Ettabaâ  
*L'Estrie d>Show*, le 28 février 2006

Du 28 février au 1 mars 2006 (mention à plusieurs reprises lors émissions d'information)

### **3. Station de radio Radio-Canada 101,1 FM**

Entrevue avec M. Idriss Etabaâ  
Le 24 février 2006

Le 28 février 2006

### **4. Station de radio Rythme FM 98,1**

Le 28 février 2006

### **5. Station de télévision LCN**

Du 28 février au 6 mars 2006

### **6. Station de télévision TVA**

Entrevue avec M. Idriss Etabaâ et développement sur Indice  
*TVA midi*, le 1 mars 2006, 12 h 00

## **CIBLE (général)**

### **Journaux et revues spécialisées**

#### **1. La Nouvelle agricole**

Photo de Idriss Etabaâ, *La Nouvelle agricole*, le 12 octobre 2005  
*Sympathiques sourires*

*La Nouvelle agricole*, le 15 février 2006, p. 8  
*Ne pas tenir compte que la qualité coûte cher*

*La Nouvelle agricole*, le 12 avril 2006, p. 3  
*Plus de 1 M\$ pour appuyer le développement du secteur agroalimentaire en Estrie*

#### **2. Radar**

*Produits régionaux*, Radar, janvier-février 2006, p. 17

### **Médias électroniques**

#### **1. Station de télévision TVA CANAL ARGENT (réseau provincial)**

Entrevue avec M. Idriss Etabaâ  
*Votre argent*, le 3 novembre 2005, 12 h 40

Entrevue avec M. Idriss Etabaâ  
*Votre argent*, le 3 novembre 2005, 21 h 40

Entrevue avec M. Idriss Etabaâ  
*Votre argent*, le 6 novembre 2005, 12 h 40



## Bulletin d'information CDAFCQ

Centre-du-Québec

Volume 7, Numéro 4  
Octobre-Novembre 2005

Centre-du-Québec 303-1, Éboule-Grandmont, Nicolet, J5T 2R4

### Déploiement du site [GourmetQuebec.com](http://GourmetQuebec.com)

Le 15 septembre, les Tables de concertation agroalimentaire du Québec (TCAQ) ont procédé à la conférence de presse pour le lancement de leur site GourmetQuébec, qui se veut un marché virtuel de l'agroalimentaire québécois. Bien que certains produits gourmets soient déjà inscrits sur ce site accessible à [www.gourmetquebec.com](http://www.gourmetquebec.com), on souhaite augmenter l'offre pour chaque région. Des entreprises ciblées de chaque région recevront prochainement une correspondance postale à cet effet. Les entrepreneurs intéressés peuvent aussi communiquer au (819) 293-5836.

## UN MARCHÉ VIRTUEL POUR LES GOURMETS DU QUÉBEC

---

L'industrie agroalimentaire de la province possède désormais son marché virtuel. Ce portail, développé par les tables de concertation agroalimentaire du Québec (TCAQ), vise à faciliter la commercialisation des produits et services du secteur. Destiné au grand public, ce site présente, en toute gourmandise, l'offre des produits des régions du Québec. Pour chacun des produits répertoriés, on y trouve une brève description ainsi que des renseignements pertinents pour savoir où trouver, pour connaître les formats disponibles et les prix suggérés et pour obtenir la liste d'ingrédients et différents conseils d'apprêt. Une invitation à parcourir le [www.GourmetQuebec.com](http://www.GourmetQuebec.com). (Source : L'Alimentation, novembre 2005)

**LANCEMENT  
OFFICIEL DU SITE**  
[www.GourmetQuebec.com](http://www.GourmetQuebec.com)



Le 15 septembre dernier, les Tables de concertation agroalimentaire du Québec (TCAQ) ont officiellement lancé le marché virtuel de l'agroalimentaire québécois: [GourmetQuebec.com](http://GourmetQuebec.com). Ce site vise à rallier les professionnels de l'agroalimentaire et les consommateurs. Il présente notamment des produits gourmets, des épiceries, des recettes et des restaurants.



Fournisseurs et producteurs - répertoires

**Carrefour alimentaire  
du Québec**



Site qui répertorie les producteurs et fournisseurs par région du Québec ou par catégorie de produit.

[www.carrefouralimentaire.com](http://www.carrefouralimentaire.com)

**GourmetQuébec.com** ■ ■ ●

GourmetQuébec.com regroupe, de manière volontaire, l'offre des entreprises effectuant des activités de transformation agro-alimentaire dans les différentes régions du Québec. À visiter : la section « Annuaire d'entreprises ».

[www.gourmetquebec.com](http://www.gourmetquebec.com)

**Icriq.com** ■ ■ ●

Répertoire de fournisseurs et de produits fabriqués et distribués au Québec, produit par le Centre de recherche industrielle du Québec (CRIQ).

[www.criq.com](http://www.criq.com)

# Le Québec en toutes saisons

## Le miel : quand je sucre, je mielle' ...



Le miel est un produit naturel qui se compose de sucres et d'eau. Il est produit par les abeilles à partir du nectar des fleurs. Le miel est un produit très apprécié pour ses propriétés gustatives et ses bienfaits pour la santé. Il est également utilisé dans la cuisine et la pâtisserie.

Au Canada, une ruche produit en général deux fois plus de miel que la moyenne mondiale. Le pays se classe au sixième rang des pays producteurs de miel. Les étés longs et ensoleillés des prairies canadiennes assurent aux abeilles l'accès à de vastes étendues de canola, de trèfle et de luzerne qu'elles butinent pour élaborer un miel blanc et doux, très apprécié pour son bon goût<sup>2</sup>.

En 2004, on estimait à 190 le nombre d'apiculteurs au Québec et à 25 000 le nombre de colonies d'abeilles. La production totale de miel, pour sa part, représente 1 505 000 livres, soit 682 tonnes métriques<sup>3</sup>.

Le miel se distingue principalement du sucre raffiné par son contenu élevé en fructose (sucre des fruits) qui le rend plus facile à assimiler; le miel a un pouvoir sucrant plus élevé, ce qui permet de réduire de 15 % les calories assimilées. Plus un miel contient de fructose, moins il cristallise, c'est un miel liquide, limpide et fluide. Plus un miel contient de glucose, plus il cristallise et plus sa consistance est

épaisse. La cristallisation est un phénomène naturel et complexe qui intervient à plus ou moins long terme, mais elle n'altère en rien les propriétés du miel (gustatives ou autres). Certains grands connaisseurs en produits alimentaires comparent les miels aux grands crus de vins. La saveur, la couleur et la viscosité du miel varient en règle générale selon l'origine florale. Par ailleurs, plus le miel serait foncé, plus sa saveur serait prononcée.

### La conservation

Grâce à son pouvoir hygroscopique, le miel retient l'humidité, il prolonge donc la durée de conservation des pâtisseries et il ne permet pas à d'éventuelles bactéries de proliférer ou même de survivre; ceci est dû à sa forte concentration en sucre et à des substances inhibitrices qu'il contient naturellement.

### Le miel artisanal

Les miels commerciaux sont en général pasteurisés. On les pasteurise pour ralentir le processus naturel de cristallisation et aussi pour détruire toute levure naturelle qui pourrait causer la fermentation du produit. Cependant, il ne peut y avoir fermentation si la teneur en eau du miel est basse. Le miel non pasteurisé est parfaitement sécuritaire et tout aussi bon.

### L'hydromel

L'hydromel est au miel ce que le vin est au raisin. Il consiste

en une fermentation de miel dilué dans l'eau, auquel on a ajouté des éléments minéraux et des levures à vins. La fermentation dure environ un mois et le vieillissement a une durée moyenne de trois mois à deux ans. Il existe plusieurs variétés d'hydromels, du sec au sucré, à chacun sa préférence. N'hésitez pas à utiliser l'hydromel en cuisine ou à l'offrir comme boisson...

### Ciins d'œil :

• L'Économusée de l'abeille à Château-Richer vous emmène à la découverte fascinante de l'utilisation du miel chez les peuples anciens, de la domestication de l'abeille, de l'évolution des techniques apicoles d'hier à aujourd'hui, des miels du monde, et une boutique vous offre différents produits.

[www.musee-abeille.com](http://www.musee-abeille.com)



• **Gourmet Québec** est le marché virtuel de l'agroalimentaire des régions du Québec. Le Portail développé par Les Tables de concertation agroalimentaire du Québec vise à faciliter la commercialisation des produits et services du secteur auprès du grand public.

[www.gourmetquebec.com](http://www.gourmetquebec.com)

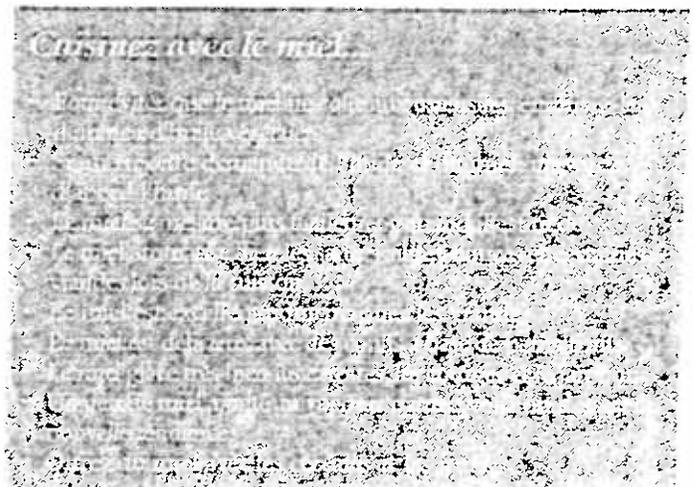
Section affaires :

[www.agriculteurs.com](http://www.agriculteurs.com)

• Fédération des apiculteurs du Québec, (450) 679-0530, poste 8601.

• Agriculture et Agroalimentaire Canada.

• Statistique Canada.





# Les régions s'allient pour promouvoir le Québec Gourmet

L'industrie agroalimentaire du Québec possède désormais son marché virtuel: [GourmetQuebec.com](http://GourmetQuebec.com). Ce portail, développé par les Tables de concertation agroalimentaire du Québec (TCAQ), vise à faciliter la commercialisation des produits et services du secteur par le biais de son site grand public [www.gourmetquebec.com](http://www.gourmetquebec.com) et de sa section affaires Agrisaveurs.

Destiné au grand public, le site [www.gourmetquebec.com](http://www.gourmetquebec.com) présente l'offre de produits *gourmet* des régions du Québec. Il vise donc à permettre aux consommateurs à la recherche de trésors régionaux de visualiser chaque produit, de savoir où les trouver, de connaître les formats disponibles et prix de détail suggérés, d'en avoir une description complète, de connaître leurs ingrédients et d'obtenir des conseils d'apprêt. De plus, pour chaque produit présenté, le consommateur peut accéder à toute l'information nécessaire sur l'entreprise qui le produit.

Dans sa volonté de permettre aux fins gourmets de parcourir

le Québec gourmand, le site [www.gourmetquebec.com](http://www.gourmetquebec.com) offre aussi la possibilité de visiter les entreprises agroalimentaires offrant des services touristiques, les restaurateurs et traiteurs proposant une cuisine dite régionale, les détaillants offrant des produits régionaux, de consulter des recettes de produits régionaux réalisées par de grands chefs du Québec ainsi que des événements, nouvelles et offres d'emploi de l'industrie. «GourmetQuebec.com a un double avantage: d'une part il me permet de trouver sur un même site des produits régionaux de plus en plus nombreux et d'autre part, il donnera prochainement de la visibilité à mon épicerie qui offre et a à cœur d'appuyer les produits de chez nous. Un beau travail à poursuivre», avance M. Dominic Arsenault, directeur du IGA de Coaticook. De son côté, M. Roland Ménard, chef exécutif du Manoir Hovey de North Hatley, affirme: «GourmetQuebec.com nous permet de mettre en valeur notre cuisine québécoise revisitée et notre passion pour les meilleurs produits régionaux. J'encourage les TCAQ à continuer leur beau travail».

Avec sa section affaires Agrisaveurs, [GourmetQuebec.com](http://GourmetQuebec.com) est aussi le lieu de rencontre privilégié des entreprises du secteur. En effet, cette section leur permet, grâce à un code d'accès, de consulter l'offre de produits agroalimentaires de qualité transformés au Québec, de demander des soumissions *en ligne* pour ces produits, d'accéder à l'offre d'experts et de fournisseurs du secteur, d'afficher des offres d'emploi en ligne, des petites annonces et enchères en ligne, etc.

Fruit des efforts du Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie (CIBIE) en étroite collaboration avec les TCAQ, [GourmetQuebec.com](http://GourmetQuebec.com) se veut le point de ralliement de toute une industrie au service des consommateurs. Actuellement, [GourmetQuebec.com](http://GourmetQuebec.com) entame sa phase de déploiement auprès des entreprises agroalimentaires du Québec afin d'offrir son offre de produits et services. Il invite donc les fins gourmets à visiter et à explorer régulièrement les différentes facettes de [www.gourmetquebec.com](http://www.gourmetquebec.com).

GOURMETQUEBEC.COM

# Un marché virtuel

53

■ Un portail développé par les Tables de concertation agroalimentaire du Québec

L'industrie agroalimentaire du Québec possède désormais son marché virtuel: [Gourmetquebec.com](http://Gourmetquebec.com).

**MONIQUE GIRARD-SOLOMITA**

Le Journal de Montréal

Ce portail, développé par les Tables de concertation agroalimentaire du Québec, vise à faciliter la commercialisation des produits et services par le biais de son site grand public [www.gourmetquebec.com](http://www.gourmetquebec.com).

Destiné au grand public, le site [www.gourmetquebec.com](http://www.gourmetquebec.com) présente l'offre de produits *gourmet* des régions du Québec.

Le lancement officiel de ce nouvel outil a eu lieu au marché Jean-Talon, en présence d'une cinquantaine d'intervenants du milieu agroalimentaire.

M. Idriss Ettabaâ, directeur du projet, a précisé qu'il s'agissait d'une initiative du Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie (CIBLRE) en étroite collaboration avec la Table de concertation de cette région.

«Avec un seul clic, une personne peut accéder à des chefs, à des événements agroalimentaires régionaux», a-t-il mentionné, ajoutant que déjà 1000 entreprises étaient inscrites.

## Mine d'informations

En visitant le site, le consommateur peut visualiser chaque produit, savoir où les trouver, connaître les formats disponibles, leur prix, etc. On peut également y consulter des recettes à base de produits régionaux réalisées par des chefs québécois.

■ Pour chaque produit présenté, on peut accéder à toute l'information sur l'entreprise qui le produit.

[mgisolomita@journalmtl.com](mailto:mgisolomita@journalmtl.com)



PHOTO RAYNALD LEBLANC

■ Fier représentant des produits régionaux, le chef André-Paul Morneau était présent au lancement de [gourmetquebec.com](http://gourmetquebec.com).

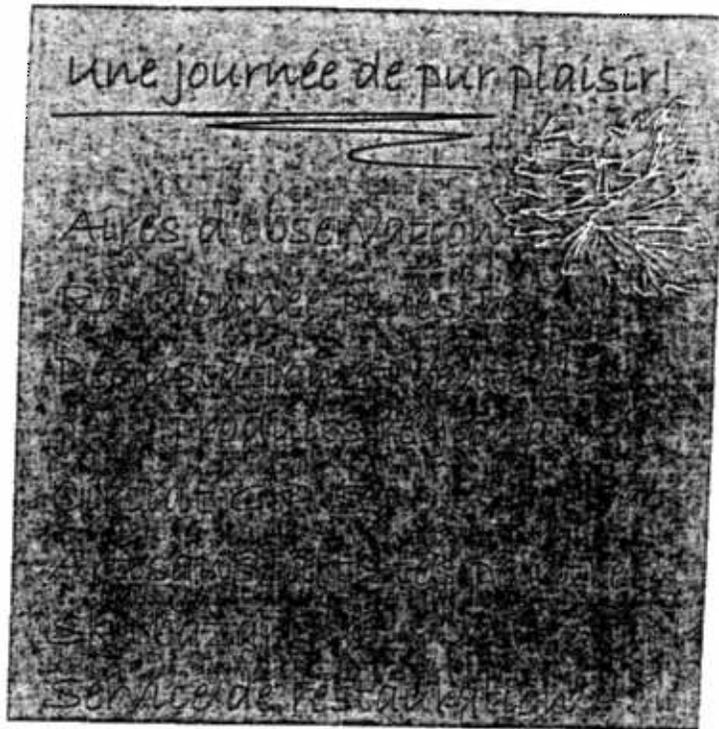
## **Gourmet Québec**

Portail électronique développé par les Tables de concertation agroalimentaire du Québec, cet outil est une belle vitrine des produits gourmets de toutes les régions du Québec. Pour en faire partie, visitez le [www.gourmetquebec.com](http://www.gourmetquebec.com) et composez le 1-877-972-8387.

## LE WEB GASTRONOMIQUE

Un nouveau site présentant un large éventail de produits régionaux québécois vient d'être mis en ligne sur Internet. Véritable marché virtuel, le *www.gourmetquebec.com* permet de visualiser les produits, de savoir à quels endroits les trouver, de connaître les formats disponibles, leurs prix et leurs ingrédients, d'en obtenir la description complète et de trouver des conseils pour les apprêter. Les consommateurs ont aussi accès à des descriptions des entreprises productrices. Réservé aux affaires, le portail AgriSaveurs entend pour sa part devenir le lieu de rencontre privilégié des entreprises du secteur agroalimentaire. Cette section leur donne notamment la possibilité de consulter l'offre de produits de qualité transformés au Québec, de demander des soumissions en ligne et d'afficher des offres d'emploi. GourmetQuebec.com est une initiative du Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie (CIBLE), réalisée en collaboration avec les Tables de concertation agroalimentaire du Québec (TCAQ). (K.B.) ▶

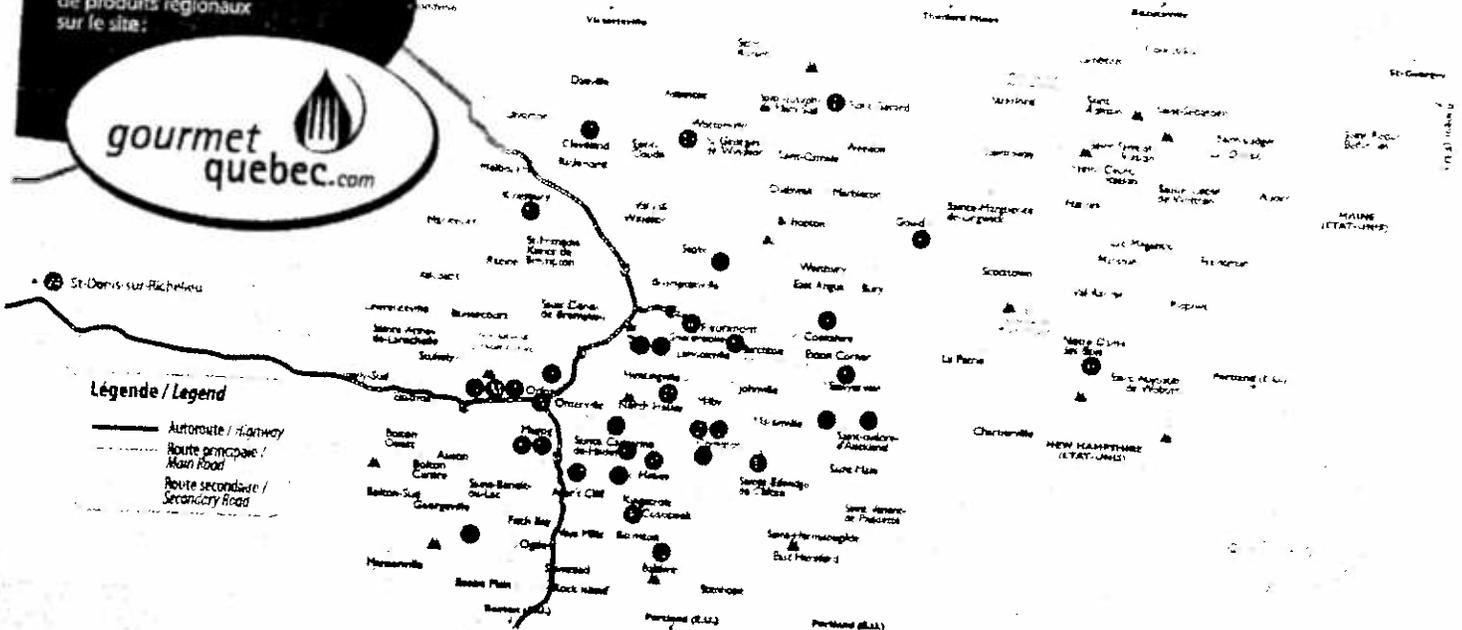




**gourmet**  
**quebec.com**

Essayez les recettes de produits régionaux sur le site:

**gourmet quebec.com**



**Légende / Legend**

- Autoroute / Highway
- - - Route principale / Main Road
- ... Route secondaire / Secondary Road

**Salon agroalimentaire « Goûtez les 4 saisons »**

**GRATUIT**

- Dégustations et vente de savoureux produits de l'Estrie
- Démonstrations de chefs cuisiniers de la Société des chefs, cuisiniers et pâtisseries du Québec - Chapitre Estrie, samedi et dimanche après-midi
- Paniers de produits régionaux à gagner

Vendredi 7 octobre, de 11 h 00 à 20 h 30  
 Samedi 8 octobre, de 9 h 00 à 17 h 00  
 Dimanche 9 octobre, de 12 h 00 à 17 h 00

Galeries Quatre Saisons  
 930, 13e Avenue Nord à Sherbrooke

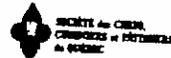
Les journées des saveurs sont coordonnées en Estrie par :  
 le Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie (CIBLE)



4260, boul. Bourque  
 Rock Forest (Québec) J1N 2A5

Le CIBLE est financé par la CRÉ, le MAPAQ et l'industrie agroalimentaire de l'Estrie.

Partenaires et commanditaires :



Information : (819) 823-2719  
 www.gourmetquebec.com  
 www.mapaq.gouv.qc.ca



# Invitation



SOCIÉTÉ des CHEFS,  
CUISINIERS et PÂTISSIERS  
du QUÉBEC

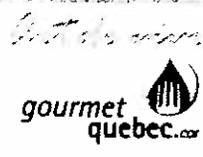


La Société des chefs, cuisiniers et pâtisseries du Québec - Chapitre Estrie vous convie à son  
Gala dînatoire au profit de Moisson-Estrie :

Mercredi le 19 octobre 2005 dès 17 h 30  
au Vignoble Le Cep d'Argent  
1257, chemin de la Rivière à Magog  
Billet : 150 \$ par personne

Buffet gastronomique, avec musique d'ambiance, mettant en vedette l'expertise des chefs  
estriens qui vous feront déguster des produits et fromages régionaux haut de gamme, des  
desserts savoureux et des vins du terroir.

Information : Caroline Morin au (819) 823-2119 ou [info@cible-estrie.qc.ca](mailto:info@cible-estrie.qc.ca)  
Veuillez compléter et nous retourner le coupon-réponse ci-joint accompagné de votre paiement.



## Coupon-réponse Gala dînatoire



SOCIÉTÉ des CHEFS,  
CUISINIERS et PÂTISSIERS  
du QUÉBEC

Société des chefs, cuisiniers et pâtisseries du Québec  
- Chapitre Estrie

Nom(s) : .....

Entreprise ou organisme : .....

Adresse : .....

Code postal : ..... Tél. : .....

Quantité(s) : ..... billets(s) x 150 \$ = ..... \$

À compléter et retourner accompagné de votre paiement à l'ordre de la SCCPQ - Estrie au :  
CIBLE, 4260, boul. Bourque, Rock Forest (Québec) J1N 2A5

Dès réception de votre réponse accompagnée du paiement, nous vous ferons parvenir vos billets et votre facture.  
Pour les réservations faites après le 1 octobre 2003, les billets seront disponibles sur le lieu de l'événement seulement.



Pour obtenir de  
l'information sur le  
programme des Journées des  
saveurs, communiquer avec les  
bureaux de concertation agroalimentaire  
du Québec (TCAO) et la Corporation  
des restaurateurs de Québec :

**TCAO**

COMMISSION  
CONCERTATION  
AGROALIMENTAIRE  
DU QUÉBEC

- |  |  |
|--|--|
| <b>Abitibi-Témiscamingue</b><br>(819) 777-4333<br>info@abiti-temiscamingue.com | <b>Laaudières</b><br>(506) 587-7151<br>info@abiti-temiscamingue.com                              |
| <b>Bas-Saint-Laurent</b><br>(418) 833-2337<br>info@bas-saint-laurent.com       | <b>Laurentides</b><br>(800) 551-6678<br>(800) 512-1111<br>(450) 721-7007<br>info@laurentides.com |
| <b>Capitale-Nationale</b><br>(418) 521-3131<br>info@capitale-nationale.com     | <b>Laval</b><br>(514) 771-7771<br>info@laval.com   |
| <b>Centre-du-Québec</b><br>(819) 938-5555<br>info@centre-du-quebec.com         | <b>Mauricie</b><br>(819) 731-1111<br>info@mauricie.com   |
| <b>Chaudière-Appalaches</b><br>(819) 741-1111<br>info@chaudiere-appalaches.com | <b>Monterégie</b><br>(450) 451-1111<br>info@monteregie.com                                       |
| <b>Estrie</b><br>(450) 221-1111<br>info@estrie.com                             | <b>Montreal</b><br>(514) 271-1111<br>info@montreal.com   |
| <b>Gaspésie</b><br>(418) 692-1111<br>info@gaspesie.com                         | <b>Outaouais</b><br>(819) 581-1111<br>info@outaouais.com   |
| <b>Haute-Côte-Nord</b><br>(418) 681-1111<br>info@haute-cote-nord.com           | <b>Saguenay-Eric-Saint-Jean</b><br>(418) 601-1111<br>info@saguenay-eric-saint-jean.com           |
| <b>Îles-de-la-Madeleine</b><br>(418) 331-1111<br>info@iles-de-la-madeleine.com | <b>Corporation des<br/>restaurateurs de Québec</b><br>(418) 681-1111<br>info@restaurateurs.com   |

[www.mapaq.gouv.qc.ca](http://www.mapaq.gouv.qc.ca)  
[www.gourmetquebec.com](http://www.gourmetquebec.com)



Informations

Promotion

Diffusion

Accueil

Présentation

Réalisations

Contactez-nous

Produits

Partenaires

Bottin

Événements

Liens utiles

Salle de presse

Nouvelles

Autocollants

Adhésion

### ALIMENTS DU QUÉBEC

T. 450.679.2244 F. 450.463.5221

Infos@alimentsduquebec.com



#### SAVIEZ-VOUS QUE :

- ▣ Aliments du Québec est l'unique label de provenance reconnu par toute l'industrie agroalimentaire du Québec;
- ▣ Notre démarche d'identification et de promotion des aliments du Québec est appuyée par 88% des détaillants en alimentation;
- ▣ Sept consommateurs sur dix estiment qu'il est important d'identifier les produits du Québec lorsqu'ils font l'épicerie;
- ▣ Pour 81% des consommateurs le fait de pouvoir identifier aisément les produits du Québec dans les épiceries représente un incitatif suffisamment important pour les stimuler à acheter ces produits plutôt que d'autres (Léger Marketing - août 2001);
- ▣ Si chaque famille remplace 20\$ d'achat de biens étrangers par la même valeur en produits québécois, nous contribuons à créer des dizaines de milliers d'emploi.

15 septembre 2005

#### Lancement de "gourmetquebec.com"

**Les Tables de concertation agroalimentaire du Québec (TCAQ) ont le plaisir de lancer le nouveau marché virtuel de l'agroalimentaire québécois, [GourmetQuebec.com](http://GourmetQuebec.com), jeudi le 15 septembre prochain au Marché Jean-Talon.**

Fruit de la mobilisation et de la concertation des différents acteurs de l'agroalimentaire québécois, [GourmetQuebec.com](http://GourmetQuebec.com) se veut le point de ralliement de l'industrie au service des consommateurs. Il propose, entre autres, à ses visiteurs une offre de produits gourmet, des recettes de produits régionaux, de l'agrotourisme, des restaurants proposant une cuisine régionale et des épiceries offrant des produits régionaux.

Les TCAQ vous invitent à souligner cet événement avec elles en participant aux démonstrations culinaires de produits régionaux prévues en après-midi au Marché des saveurs du Marché Jean-Talon et présentées par le renommé chef André-Paul Moreau (recettes disponibles sur notre site).

Source : TCAQ

[Retour à la liste des nouvelles](#)

[Qui sommes-nous?](#) | [Politique de confidentialité](#) | [Pour nous joindre](#) | [Plan du site](#)

- ALIMENTS DU QUÉBEC -

555, boul. Roland-Thérien, Bureau 240, Longueuil (Québec) J4H 4E7 T. 450.679.2244 F. 450.463.5221

Copyright © 2005 Aliments du Québec. Tous droits réservés.

# CIRCUIT GOURMAND

**Propos gourmands  
par Rollande DesBois**

---

Octobre 2005

Bon Matin...

Gourmetquebec.com

Journées des saveurs,

Sirop d'érable de Noël

La passion de Maryse Quentin

---

**Gourmetquebec.com**

Grâce au nouveau Portail, GourmetQuebec.com l'industrie agroalimentaire du Québec possède, désormais, son marché virtuel. Le consommateur pourra visualiser chaque produit des régions, connaître son lieu d'origine, les formats disponibles, le prix de détail suggéré et éventuellement acheter en ligne. Sa curiosité sera satisfaite en prenant connaissance de la composition des produits transformés et en obtenant toutes les informations nécessaires sur les entreprises qui les produisent. On découvre sur le site -en constante évolution- des offres intéressantes : services touristiques de certaines entreprises agroalimentaires, restaurateurs et traiteurs proposant une cuisine régionale, détaillants offrant des produits régionaux, recettes réalisées par des chefs du Québec ainsi qu'événements, nouvelles et offres d'emploi de l'industrie. Le site réserve aussi une approche toute particulière aux entreprises du secteur avec sa section affaires

"AgriSaveurs". Grâce à un code d'accès, on pourra consulter l'offre de produits agroalimentaires de qualité transformés au Québec, demander des soumissions en ligne pour ces produits, accéder à l'offre d'experts et de fournisseurs du secteur, afficher des offres d'emploi, des petites annonces et enchères en ligne, etc.

Grand public : [www.gourmetquebec.com](http://www.gourmetquebec.com)

---

# CIRCUIT GOURMAND

Tous droits réservés 2005



DANS LES CANTONS-DE-L'EST  
MAGOG-ORFORD, QUÉBEC, CANADA

Planifiez vos  
vacances en ligne >>

Accueil

HIVER ÉTÉ FORFAITS

VILLE ET VILLAGE

GROUPES ET AFFAIRES

À PROPOS DE NOUS

NOUS JOINDRE

Activités

- Ski alpin
- Planche à neige
- Ski de fond
- Raquette
- Yourtes

Carte des pistes

Parc à neige

École de neige

Haute garderie hiver

Nouveautés

Événements

Bulletin Accès-Orford

Conditions/Météo

Conseils de Nicolas Fontaine

Galerie photo

Comment se rendre

Forfaits

Tarifs

Hébergement

Achat en ligne

MÉTÉO

min : 5 °C  
max : 9 °C

7 °C

Détails >>



Nos partenaires

English

Envoyez cette page  
à un ami

Nos partenaires

Gourmet Québec



Venez découvrir les saveurs de l'Estrie les **17-18, 24-25 septembre et 1-2 octobre 2005** au sommet de la montagne.  
Dégustation et vente de produits régionaux en collaboration avec **Gourmet Québec**



Centre de formation théâtrale Bruit Public

Cette école de théâtre privée s'adressant aux jeunes de 17 à 24 ans vous présente de courtes scènes du dramaturge Georges Feydeau les **1 et 2 octobre**.  
Éric J. St-Jean  
Directeur et metteur en scène  
bruitpublic@hotmail.com



Les Productions Littoriale

Parcours Contes & Légendes les 1,2,8,et 9 octobre.



Accueil  
HIVER ÉTÉ FORFAITS

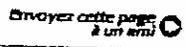
VILLE ET VILLAGE    GROUPES ET AFFAIRES    À PROPOS DE NOUS    NOUS JOINDRE

- activités
- Ski alpin
- Planche à neige
- Ski de fond
- Raquette
- Yourtes
- Carte des pistes
- Parc à neige
- École de neige
- Table garderie hiver
- Nouveautés
- Événements
- Bulletin Accès-Orford
- Conditions/Météo
- Conseils de Nicolas Fontaine
- Galerie photo
- Comment se rendre
- Forfaits
- Tarifs
- Hébergement
- Achat en ligne



## Programmation complète

English



Téléchargez la programmation complète en format pdf

### Samedi 10 septembre

Trio Mike Goudreau dès 14h00 sur la terrasse du Sialom Pub

### Samedi 17 septembre

Dégustation et vente au sommet de produits régionaux en collaboration avec [Gourmet Québec.com](http://Gourmet Québec.com)

#### Producteurs :

- Arômes et tisanes
- Produits d'érable pur Léopold & Carole Tessier
- Miellerie Réal Beaupré
- Chocolats Vanden Eynden
- Ferme Borealis

### Dimanche 18 septembre

Dégustation et vente au sommet de produits régionaux en collaboration avec [Gourmet Québec.com](http://Gourmet Québec.com)

#### Producteurs :

- Arômes et tisanes
- Produits d'érable pur Léopold & Carole Tessier
- Miellerie Réal Beaupré
- Chocolats Vanden Eynden
- Ferme Borealis

### Samedi 24 septembre

Dégustation et vente au sommet de produits régionaux en collaboration avec [Gourmet Québec.com](http://Gourmet Québec.com)

#### Producteurs :

- Le Versant Rouge
- Terre unie
- Arômes et tisanes
- Produits d'érable pur Léopold & Carole Tessier
- Miellerie Réal Beaupré
- Chocolats Vanden Eynden
- Rose de Nel
- Ferme Borealis

Spectacle de musique avec Jason et Fred dès 13h

### Dimanche 25 septembre

Dégustation et vente au sommet de produits régionaux en collaboration avec [Gourmet Québec.com](http://Gourmet Québec.com)

#### Producteurs :

- Le Versant Rouge
- Terre unie
- Arômes et tisanes
- Produits d'érable pur Léopold & Carole Tessier
- Miellerie Réal Beaupré
- Chocolats Vanden Eynden
- Rose de Nel
- Ferme Borealis

Spectacle de musique avec avec Jason et Fred dès 13h

### Samedi 1er octobre

Parcours Contes & Légendes en collaboration avec [Productions Littorale de](http://Productions Littorale de) 11h à 16h

#### Conteurs :

- Michel Thibault
- Petronella
- Jean-Sébastien Dube
- Lison Nicolas

Théâtre en plein air de 11h à 16h

Spectacle de musique avec le Trio Mike Goudreau dès 13h

Dégustation et vente au sommet de produits régionaux en collaboration avec [Gourmet Québec.com](http://Gourmet Québec.com)

#### Producteurs :

- Le Versant Rouge
- Terre unie
- Arômes et tisanes
- Produits d'érable pur Léopold & Carole Tessier
- Miellerie Réal Beaupré
- Chocolats Vanden Eynden
- Ferme Borealis

### Dimanche 2 octobre

Parcours Contes & Légendes en collaboration avec [Productions Littorale de](http://Productions Littorale de) 11h à 16h

#### Conteurs :

- Marc Brazeau
- Petronella
- Michel Thibault
- Jean-Louis Parr

Théâtre en plein air de 11h à 16h

Dégustation et vente au sommet de produits régionaux en collaboration avec [Gourmet Québec.com](http://Gourmet Québec.com)

#### Producteurs :

- Le Versant Rouge
- Terre unie
- Arômes et tisanes
- Produits d'érable pur Léopold & Carole Tessier
- Miellerie Réal Beaupré
- Chocolats Vanden Eynden
- Ferme Borealis

## MÉTÉO

min : 5 °C  
max : 9 °C

7 °C



étails >>

*Visite chez les producteurs et  
transformateurs de la région*

## **Les Journées des saveurs en Estrie**

Le Conseil de l'industrie bio alimentaire de l'Estrie (CIBLE), en collaboration avec le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (MAPAQ), est heureux de dévoiler le programme de ses activités dans le cadre des Journées des saveurs. Celles-ci se dérouleront du 1<sup>er</sup> au 10 octobre dans toutes les régions du Québec.

Pour la région de Coaticook, c'est en fin de semaine que ça se passe. Les visiteurs sont effectivement invités à un parcours de découvertes des produits du terroir de la région au cours des journées du 1<sup>er</sup> et 2 octobre (samedi et dimanche).

Les visiteurs auront alors l'opportunité de rencontrer de sympathiques producteurs, transformateurs et restaurateurs qui feront connaître leurs produits.

Pour obtenir une carte-trajet, les visiteurs n'ont qu'à se pointer au Bureau d'information touristique de Coaticook les samedi et dimanche entre 10 h et 16 h.

Selon le ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation, Laurent Lessard, la demande pour les produits régionaux est en pleine croissance et les journées des saveurs représentent une extraordinaire vitrine pour les producteurs et les transformateurs.

« Le marché potentiel de ces produits est estimé à environ un milliard de dollars, soit 4% de la demande alimentaire. Cette tendance profite grandement aux entreprises des régions en leur permettant d'occuper une plus grande part du marché et de mettre en valeur la qualité et la diversité de leurs produits ».

Salon de produits régionaux, démonstrations culinaires, menus aux saveurs régionales dans les restaurants de la région, parcours découverte des produits du terroir et chasses aux saveurs, ce ne sont là que quelques-unes des activités organisées à cette occasion. Ces festivités, auxquelles la population de la région de l'Estrie est conviée, seront notamment l'occasion de découvrir les produits régionaux et d'échanger avec les producteurs, les transformateurs et les artisans du milieu.

**NOUS VOUS INVITONS**  
**DU 3 AU 11 OCTOBRE DE 9H00 À 17H00**

**A VENIR DEGUSTER**  
**DES PRODUITS REGIONAUX**

*Les journées*  
*du*  
**Sauveurs**

- Vins (Vignoble le Cap d'Argent, Vignoble les Blancs Estacés)
- Confitures (Boulangerie Artisanale, Le petit chaperon rouge)
- Marinades (Boulangerie Artisanale, Le petit chaperon rouge)
- Boeuf Angus (maître Louche)
- Fruits au chocolat (Les Amourpandues)
- Bonbon au miel (Mâtérie Lambert)
- Gâteau aux fruits (Boulangerie Artisanale)
- Rillettes de canard (le Cap d'Argent)
- Pâté de campagne (le Cap d'Argent)
- Tartinades de bananes (Marie Label)
- Framel au beurre, bonbon, chocolat noir (La petite table de L'Estacés)
- Apéritif de cassis (Le petit chaperon rouge)
- Apéritif de mûres (Le petit chaperon rouge)
- Fleurs d'ail (Le Petit Miel)
- Bison (Ferme Borani)
- Clafoutis de glace (Boulangerie Artisanale)

**EN COLLABORATION AVEC**  
**CLD, TACARA,**  
**COMITÉ TOURISTIQUE**  
**12, ROUTE 116 OUEST**  
**D'ANVILLE - 7839-2911**

**NOUS DOUCEURS CHAMPETRES**  
 Artisanat Produits régionaux

# GOÛTER L'ESTRIE

## Les Journées des saveurs

représentent l'occasion rêvée de découvrir les parfums du terroir estrien.



La cuisine québécoise a considérablement évolué depuis les 20 dernières années. Sans renier notre héritage culinaire, avouons que notre gastronomie est largement bonifiée par son ouverture sur le monde. Imaginatifs et audacieux, plusieurs producteurs et artisans offrent d'alléchantes alternatives à la consommation de produits transformés à la chaîne. Ils profitent des Journées des saveurs pour nous les présenter.

Du 1<sup>er</sup> au 10 octobre, différentes activités sont prévues dans chacune des MRC de la région. La Boutique Nos douceurs champêtres de Danville est le théâtre de dégustations de produits régionaux, du 3 au 11 octobre (de 9 h à 17 h). Une chasse aux saveurs familiale est organisée dans le cadre du Festival de la laine et de l'agneau d'Ulverton, le 10 octobre, au Moulin à laine de la petite localité (15 h). Les producteurs, transformateurs et restaurateurs du secteur de Coaticook mettent sur pied un parcours de découverte des produits du terroir, à partir du Bureau d'information touristique de l'endroit, les 1<sup>er</sup> et 2 octobre (de 10 h à 16 h). Des visites guidées d'entreprises agroalimentaires de la MRC Memphrémagog, dont la Ferme Seigneur des agneaux et le Maître charcutier Ducs de Montrichard, ont lieu les 8 et 9 octobre. Le trajet se fait en autobus et le point de départ est le Kiosque touristique de Magog (à 10 h, midi et 14 h).

Cette année, une vingtaine d'entreprises sont attendues au Salon agroalimentaire Goûtez les 4 saisons, qui se tient du 7 au 9 octobre aux Galeries Quatre Saisons de Fleurimont. Parmi elles, nommons Rose de Nel (produits de la

rose), Chocolats Vanden Eynden (chocolats fins) et Caritya du Caprice caprin (fromages, yogourts, pâtés et saucisses de chèvre). Au programme: dégustations, vente et tirages de paniers de produits régionaux ainsi que démonstrations de chefs cuisiniers. Aussi, plusieurs restaurants se sont associés aux Journées des saveurs et proposent des dégustations de plats composés de produits du terroir. Le Manoir Hovey (North Hatley), Le Poivron rouge (Sherbrooke), l'Auberge Estrimont (Orford) et l'Auberge La Mara (Saint-Joseph-de-Ham-Sud),

notamment, participent à l'activité Goûtez l'Estrie dans les restos.

Le gastronomique événement est coordonné par le Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie (CIBLE). Cet organisme a pour mandat d'améliorer le secteur agroalimentaire au moyen d'une stratégie régionale. «Nous travaillons beaucoup sur la mise en marché. Nous mettons en relation les producteurs, les détaillants et les restaurateurs», explique **Johas Etibaut**, directeur de projet. Les Journées des saveurs sont l'un des moyens



**Producteurs et artisans proposent d'alléchantes alternatives à la consommation de produits transformés à la chaîne.**

utilisés pour inciter le public à consommer des produits régionaux. «Les gens ne doivent pas se gêner pour demander à leur épicerie d'offrir des produits d'ici. Ça a un impact tant sur le plan économique que social.» La programmation

complète est disponible sur le site Internet du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation, au [www.mapa.gouv.qc.ca](http://www.mapa.gouv.qc.ca).

**KARINE BELLERIVE**

## CHARITABLES GOURMANDISES

Les chefs cuisiniers et pâtisseries de la région invitent le public à savourer leurs œuvres d'art gastronomiques lors d'un gala dînatoire au profit de l'organisme Moisson-Estrie. L'événement se tient le 19 octobre, dès 17 h 30, au Vignoble Le Cep d'argent (1257, chemin de la Rivière, Magog). Au menu, des produits et fromages régionaux haut de gamme, de fins desserts et des vins du terroir. Il en coûte 150 \$ par personne pour participer à cette activité-bénéfice, organisée par le Chapitre Estrie de la Société des chefs, cuisiniers et pâtisseries du Québec. Pour réserver ou pour obtenir davantage d'information, communiquer avec **Caroline Morin**, au (819) 823-2119, ou par courriel, à l'adresse suivante: [info@cible-estrie.ca](mailto:info@cible-estrie.ca). Bon appétit! (K.B.)

**CUEILLETTE  
DE FONDS  
POUR MOISSON  
ESTRIE**

La Société des chefs de l'Estrie  
en collaboration avec le Cible et  
SAQ art de vivre, vous invitent  
à un souper d'înatatoire au

**Cep d'argent,**  
le mercredi 19 octobre.

*Billets en vente au*  
**823-2119,**  
demandé Caroline Morin  
Courriel : [info@cible-estrie.qc.ca](mailto:info@cible-estrie.qc.ca)

# On peut-on « Gôûtez l'Estrie »?



Idriss  
**ETTABAÏ**  
Commissaire au  
développement régional  
CIBLE

**Quels magasins d'alimentation valorisent le plus les produits régionaux transformés en Estrie? La Chaire Bombardier de gestion de la marque de l'Université de Sherbrooke et le Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie (CIBLE) en collaboration avec le MAPAQ ont conçu et appliqué l'indice CIBLE-Chaire Bombardier auprès de 36 magasins de l'Estrie pour répondre à cette question.**

Cet indice, unique en Amérique du Nord, a ainsi permis d'identifier les trois détaillants qui se sont le plus démarqués parmi les magasins visités. Il s'agit, dans l'ordre, de Métro Plouffe de Magog, IGA de Coaticook et IGA Extra de Sherbrooke (coin Belvédère et Gall Ouest).

Depuis 1998, nous coordonnons des programmes d'appui à la mise en marché des produits régionaux et des campagnes promotionnelles sous le slogan « Gôûtez l'Estrie comme c'est fini! ». Afin de mieux cibler nos activités de promotion, nous souhaitons nous doter d'un outil de veille marketing pour le marché du détail de la région.

Dans cet objectif, nous nous sommes associés en 2004 à la Chaire Bombardier de gestion de

la marque de l'Université de Sherbrooke pour développer une méthodologie visant à mesurer les efforts de mise en marché des produits régionaux déployés par les magasins d'alimentation de l'Estrie.

Le développement de l'indice CIBLE-Chaire Bombardier a débuté par une revue de la littérature scientifique et un recensement des activités de promotion en cours dans une quarantaine de magasins situés au Québec, en Ontario et aux États-Unis.

À partir de cette analyse préliminaire, il a été possible de dégager douze actions regroupées en cinq composantes touchant l'étendue de l'offre, la qualité de l'aménagement, la publicité sur le lieu de vente, la publicité de masse et les politiques du magasin.

Ces actions ont ensuite été soumises à dix experts issus du milieu du détail, de la production et du développement économique, en vue d'en déterminer l'importance. Cette méthodologie, appliquée par le biais d'une enquête en magasin et d'une entrevue, a permis d'obtenir les résultats pour l'année 2005.

La région de l'Estrie peut se compter privilégiée de pouvoir utiliser l'indice CIBLE-Chaire Bombardier en premier. Nous tenons à souligner la collaboration des détaillants qui ont tous voulu se prêter à l'exercice. Nous les remercions d'avoir participé à l'enquête. Selon M. François Coderre, professeur à l'Université de Sherbrooke et titulaire de la Chaire Bombardier de gestion de

la marque, « les autres régions de Québec pourront utiliser cet outil de mesure si elles le souhaitent. Certaines Tables de concertation agroalimentaire du Québec (TCAQ) ont déjà démontré de l'intérêt ».

L'indice CIBLE-Chaire Bombardier a été conçu par la Chaire Bombardier de gestion de la marque de l'Université de Sherbrooke et le CIBLE en partenariat avec la Direction régionale de l'Estrie du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (MAPAQ), la Conférence régionale des élus de l'Estrie (CRE) et l'Université de Sherbrooke.



CIBL

**Les trois détaillants s'étant le plus démarqués dans l'offre de produits régionaux transformés sont : Dominic Arseneault du IGA de Coaticook, Métro Plouffe de Magog et Michel Lefebvre du**

PRODUITS RÉGIONAUX DANS LES SUPERMARCHÉS

# Le Métro Plouffe de Magog premier de classe

CLAUDE PLANTE

Chaire de planification de la région

**SHERBROOKE** — La Chaire Bombardier de gestion de la marque de l'Université de Sherbrooke et le Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie (CIBLE) ont conçu et appliqué un indice pour connaître quels magasins d'alimentation vendent le plus les produits régionaux transformés en Estrie.

L'indice baptisé CIBLE Chaire Bombardier, unique en Amérique du Nord, a ainsi permis d'identifier les trois détaillants qui se sont le plus démarqués parmi les magasins visités.

Il s'agit dans l'ordre des magasins Métro Plouffe de Magog, IGA Coaticook et IGA Extra de Sherbrooke (coin Belvédère-Galt). Ces commerces se retrouvent parmi 86 magasins estriens s'étant prêtés au jeu, indique un communiqué.

L'indice a été conçu par la Chaire Bombardier de gestion de la marque de l'Université de Sherbrooke et le CIBLE en partenariat avec la direction régionale du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (MAPAQ), la Conférence régionale des élus de l'Estrie (CRE) et l'Université de Sherbrooke.

L'indice, qui reviendra après une année, pourrait même faire des petits, indique Idriss Eltabaâ du CIBLE. «Il pourrait être étendu à d'autres régions. C'est un outil qui nous permet de connaître quel supermarché mise le plus sur les produits régionaux.»

«S'ils le font pour ceux de l'Estrie, ils peuvent être ouverts à le faire pour ceux d'autres régions du Québec. Nous avons eu une très bonne collaboration des détaillants. Personne n'a refusé de participer.»

Depuis 1998, le CIBLE coordonne des programmes d'appui à la mise en marché des produits régionaux et des campagnes promotionnelles sous le slogan *Goûtez l'Estrie vraie c'est fini!* Afin de mieux cibler ses activités de promotion, l'organisme souhaitait se doter d'un outil de veille marketing pour le marché du détail de la région.

Conférence régionale des élus de l'Estrie (CRE) et l'Université de Sherbrooke.

L'indice, qui reviendra après une année, pourrait même faire des petits, indique Idriss Eltabaâ du CIBLE. «Il pourrait être étendu à d'autres régions. C'est un outil qui nous permet de connaître quel supermarché mise le plus sur les produits régionaux.»

«S'ils le font pour ceux de l'Estrie, ils peuvent être ouverts à le faire pour ceux d'autres régions du Québec. Nous avons eu une très bonne collaboration des détaillants. Personne n'a refusé de participer.»

Depuis 1998, le CIBLE coordonne des programmes d'appui à la mise en marché des produits régionaux et des campagnes promotionnelles sous le slogan *Goûtez l'Estrie vraie c'est fini!* Afin de mieux cibler ses activités de promotion, l'organisme souhaitait se doter d'un outil de veille marketing pour le marché du détail de la région.

Dans cet objectif, le CIBLE s'est associé en 2004 à la Chaire Bombardier de gestion de la marque de l'Université de Sherbrooke pour développer une méthodologie visant à mesurer les efforts de mise en marché des produits régionaux déployés par les magasins d'alimentation de l'Estrie.

À partir de cette analyse, il a été possible de dégager 12 actions regroupées en cinq composantes touchant l'étendue de l'offre, la qualité de l'aménagement, la visibilité sur le lieu de vente, la publicité de masse et les politiques du magasin.

Ces actions ont ensuite été soumises à dix experts issus du milieu du détail, de la production et du développement économique, en vue d'en déterminer l'importance. Cette méthodologie est appliquée par le biais d'une enquête en magasin et d'une entrevue.

«On ne s'attarde pas seulement à l'offre de produits régionaux des magasins, il y a aussi la publicité qui s'y fait et le positionnement des produits régionaux», ajoute M. Eltabaâ.

# Produits régionaux : une bataille à finir contre les « grands »

ALAIN BÉLUBÉ

**Alors que les producteurs agro-alimentaires de la région cherchent à augmenter leur visibilité, un Sherbrookeois s'inquiète du quasi monopole exercé par les grandes surfaces d'alimentation.**

André Nault lancera prochainement un marché de solidarité régionale. Il souhaite rejoindre le grand public, l'invitant à faire appel à un répertoire de producteurs régionaux. Selon lui, ce marché est encore trop méconnu.

« Les marques maison, vendues à prix avantageux, prennent beaucoup de place. Le problème, c'est que la production provient habituellement de l'extérieur de l'Estrie et même du Québec. Pendant ce temps, plusieurs agriculteurs d'ici souffrent d'un important endettement », observe-t-il.

M. Nault considère pourtant que les produits régionaux n'ont rien à envier à ceux d'ailleurs.

« Les pains de la Boulangerie Georges, originaire de Sherbrooke, est au moins aussi bon (si ce n'est pas meilleur) que ceux de compagnies telles Weston. Et pourtant, ils ne prennent pas toujours beaucoup de place sur les étagères de nos épiceries. J'estime que les produits locaux représentent à peine 1 % de ce qu'on retrouve dans les grandes chaînes, qui elles-mêmes contrôlent 98 % du marché québécois », note-t-il.

## Valoriser nos produits

L'initiative du Conseil de l'industrie de l'Estrie

(CIBLE), qui a mis sur pied une étude sur la valorisation des produits régionaux dans 36 supermarchés d'ici, tombe à point.

De concert avec la Chaire Bombardier de gestion de la marque de l'Université de Sherbrooke, CIBLE souhaite ainsi donner suite à sa campagne promotionnelle « Goutez l'Estrie comme c'est fin! ».

Dominic Arseneault, propriétaire du IGA Coaticook (au 2<sup>e</sup> rang selon l'indice CIBLE-Chaire Bombardier) et président de l'Association des détaillants en alimentation de l'Estrie, applaudit ce projet.

« Il y a ici un potentiel fort intéressant, avec des produits de qualité. Je pense par exemple au Domaine Falgout (cèdre de glace) et à la campagne les Lapins de Stanstead, qui gagnent à être connus. Nos fromages, notre viande d'agneau et nos produits de l'érable ont également une très bonne réputation. Il faut cependant faire preuve d'originalité, en combinant par exemple deux aliments pour ainsi proposer des recettes typiquement de chez nous », souligne-t-il.

## Demande en croissance

Michel Lefebvre, superviseur du Métro Plouffe de Magog (qui a remporté le meilleur résultat selon l'enquête), considère que la demande pour les produits d'ici est en croissance.

« Nous avons aménagé un espace très attrayant afin de les mettre en valeur. La réponse de nos clients est enthousiaste. Avec la popularité grandissante des magazines et émissions portant sur la cuisine, ils se font plus exigeants et cherchent à innover. On consacre beaucoup d'efforts afin d'appuyer nos producteurs du mieux que l'on peut », clame-t-il.

La troisième place du palmarès est détenue par le IGA Extra de Sherbrooke, au coin des rues Belvédère et Galt Ouest. Les composantes identifiées sont l'étendue de l'offre, la qualité de l'aménagement, la publicité sur le lieu de vente, la publicité de masse et les politiques du magasin.



Photo CLAUDE ROSETHÈRE  
Les produits régionaux, bien qu'ils soient généralement de grande qualité, sont souvent fort méconnus. On voit ici des employés de la Laiterie Coaticook, lors de la confection de bâches de Noël, un fleuron estrien.

## **La meilleure vitrine du terroir est au Métro Plouffe**

Patrick Trudeau

Le supermarché Métro Plouffe de Magog offre la meilleure vitrine pour les produits du terroir régional parmi un groupe de 36 détaillants en alimentation de l'Estrie.

L'épicerie magogoise est en effet sortie bonne première d'une étude réalisée conjointement par la Chaire Bombardier de gestion de marque de l'Université de Sherbrooke et le Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie (CIBLE). Le IGA Coaticook et le IGA Extra de Sherbrooke ont complété le podium.

La méthodologie de l'étude, basée selon l'Indice CIBLE, touchait notamment le nombre de produits régionaux en magasin, la place qui leur était accordée et la publicité dont ils bénéficiaient.

Pour la direction du Métro Plouffe, ce prix vient reconnaître tous les efforts que le personnel a mis depuis quelques années dans sa section exclusive aux produits québécois. "Notre coin terroir offre 1 500 produits différents, dont quelque 250 qui viennent de l'Estrie. Nous pouvons nous permettre d'avoir une grande quantité car, à titre de détaillant indépendant, nous n'avons pas à demander au bureau-chef lorsque nous voulons faire entrer de nouveaux produits sur nos tablettes", fait valoir le superviseur du supermarché magogois, Michel Lefebvre.

"Quand on mise sur les produits régionaux, c'est toute l'économie de l'Estrie qui en sort gagnante", ajoute M. Lefebvre.

*trudeaup@transcontinental.ca*

### **Illustration(s) :**

Les efforts mis dans la promotion des produits du terroir ont apporté une belle reconnaissance à l'équipe du Métro Plouffe de Magog. De gauche à droite, on reconnaît la gérante du département "charcuterie", Marie-Andrée Lavoie, le superviseur Michel Lefebvre, le directeur Roger Garneau et l'une des responsables de la section "terroir", Louise Ray. (photo: Patrick Trudeau)

**Conseil de l'industrie bioalimentaire  
de l'Estrie Ajouter logo CIBL E**

**Félicitations aux lauréats 2006  
de l'Indice CIBL E-Chaire Bombardier**

La Chaire Bombardier de gestion de la marque de l'Université de Sherbrooke et le Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie (CIBL E) ont appliqué l'Indice CIBL E-Chaire Bombardier auprès de 36 magasins de l'Estrie pour répondre à cette question.

Quels magasins d'alimentation valorisent le plus les produits régionaux transformés en Estrie?

L'Indice CIBL E - Chaire Bombardier a été conçu par la Chaire Bombardier de gestion de la marque de l'Université de Sherbrooke et le CIBL E en partenariat avec la direction régionale du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (MAPAQ), la Conférence régionale des élus de l'Estrie (CRÉ) et l'Université de Sherbrooke.



**CIBL E**

Cet Indice, unique en Amérique du Nord, a ainsi permis d'identifier les trois détaillants qui se sont le plus démarqués parmi les magasins visités. Il s'agit dans l'ordre de : **Métro Plouffe de Magog, IGA Coaticook et IGA Extra de Sherbrooke** (coin Belvédère-Galt).

Depuis 1998, le CIBL E coordonne des programmes d'appui à la mise en marche des produits régionaux et des campagnes promotionnelles sous le slogan *Goûtez l'Estrie comme c'est fin !*. Afin de mieux cibler ses activités de promotion, l'organisme souhaitait se doter d'un outil de veille marketing pour le marché du détail de la région. Dans cet



De gauche à droite Dominic Arseneault du IGA de Coaticook, Dominic Larochelle du IGA Extra de Sherbrooke (coin Galt et Belvédère) et Michel Lefebvre du Metro Plouffe à Magog.

objectif, le CIBL E s'est associé en 2004 à la Chaire Bombardier de gestion de la marque de l'Université de Sherbrooke pour développer une méthodologie visant à mesurer les efforts de mise en marché des produits régionaux déployés par les magasins d'alimentation de l'Estrie.



L'Indice CIBL E - Chaire Bombardier a pour but de mesurer les efforts de mise en marché des produits régionaux des magasins d'alimentation en région.

**LAURÉAT OR**

Métro Plouffe de Magog

**LAURÉAT ARGENT**

IGA Coaticook

**LAURÉAT BRONZE**

IGA Extra de Sherbrooke (coin Galt-Belvédère)

Voir la nouvelle : [www.gotruxquebec.com](http://www.gotruxquebec.com)

L'Indice CIBL E - Chaire Bombardier a été conçu par la Chaire Bombardier de gestion de la marque de l'Université de Sherbrooke et le Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie (CIBL E).

[radar • mai-juin 2006 23]



Date de mise en ligne — 02.03.2006

### **Métro Plouffe de Magog : la meilleure vitrine du terroir**

Le supermarché Métro Plouffe de Magog offre la meilleure vitrine pour les produits du terroir régional parmi un groupe de 36 détaillants en alimentation de l'Estrie. L'épicerie magogoise est en effet sortie bonne première d'une étude réalisée conjointement par la Chaire Bombardier de gestion de marque de l'Université de Sherbrooke et le Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie (CIBLE). Le IGA Coaticook et le IGA Extra de Sherbrooke ont complété le podium. La méthodologie de l'étude, basée selon l'Indice CIBLE, touchait notamment le nombre de produits régionaux en magasin, la place qui leur était accordée...

Le Reflet du Lac  
Détails >>>

## **La meilleure vitrine du terroir est au Métro Plouffe**

### **Patrick Trudeau**

trudeaup@transcontinental.ca

Article mis en ligne le: 01.03.2006

**Le supermarché Métro Plouffe de Magog offre la meilleure vitrine pour les produits du terroir régional parmi un groupe de 36 détaillants en alimentation de l'Estrie.**

L'épicerie magogoise est en effet sortie bonne première d'une étude réalisée conjointement par la Chaire Bombardier de gestion de marque de l'Université de Sherbrooke et le Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie (CIBLE). Le IGA Coaticook et le IGA Extra de Sherbrooke ont complété le podium.

La méthodologie de l'étude, basée selon l'Indice CIBLE, touchait notamment le nombre de produits régionaux en magasin, la place qui leur était accordée et la publicité dont ils bénéficiaient.



**Les efforts mis dans la promotion des produits du terroir ont apporté une belle reconnaissance à l'équipe du Métro Plouffe de Magog. De gauche à droite, on reconnaît la gérante du département «charcuterie», Marie-Andrée Lavoie, le superviseur Michel Lefebvre, le directeur Roger Garneau et l'une des responsables de la section «terroir», Louise Ray.  
(photo: Patrick Trudeau)**

Pour la direction du Métro Plouffe, ce prix vient reconnaître tous les efforts que le personnel a mis depuis quelques années dans sa section exclusive aux produits québécois. «Notre coin terroir offre 1 500 produits différents, dont quelque 250 qui viennent de l'Estrie. Nous pouvons nous permettre d'avoir une grande quantité car, à titre de détaillant indépendant, nous n'avons pas à demander au bureau-chef lorsque nous voulons faire entrer de nouveaux produits sur nos tablettes», fait valoir le superviseur du supermarché magogois, Michel Lefebvre.

«Quand on mise sur les produits régionaux, c'est toute l'économie de l'Estrie qui en sort gagnante», ajoute M. Lefebvre.



## CORUS NOUVELLES

LA RÉFÉRENCE NOUVELLES AU QUÉBEC

Régional | Mardi 28 fév 2006 | 16:28

### **Les produits régionaux à l'honneur dans les supermarchés**

(CHLT)- Un nouvel outil de mesure existe pour connaître quels supermarchés font des efforts pour valoriser les produits de la région.

La Chaire Bombardier de l'Université de Sherbrooke et le conseil de l'industrie bioalimentaire de L'Estrie, le CIBLE, ont fait le lancement officiel de cet indice qui est unique en Amérique du Nord.

Idriss Ettabaâ, commissaire au développement régional du CIBLE, explique qu'indiquer la provenance d'un produit est nettement insuffisant.

L'indice a permis d'identifier les trois supermarchés de la région qui se démarquent par leurs efforts de valorisation. Il s'agit, dans l'ordre, du Métro Plouffe de Magog, du IGA de Coaticook et du IGA Extra au coin des rues Galt et Belvédère.

Accueil » La Tribune » Texte complet

Le mardi 28 février 2006.

CRÉATION D'UN INDICE UNIQUE

## Des produits régionaux bien en vue

**Clyde Plante**  
La Tribune  
Sherbrooke

**La Chaire Bombardier de gestion de la marque de l'Université de Sherbrooke et le Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie (CIBLE) ont conçu et appliqué un indice pour connaître quels magasins d'alimentation valorisent le plus les produits régionaux transformés en Estrie.**

L'Indice baptisé CIBLE-Chaire Bombardier, unique en Amérique du Nord, a ainsi permis d'identifier les trois détaillants qui se sont le plus démarqués parmi les magasins visités.

Il s'agit dans l'ordre de: Métro Plouffe de Magog, IGA Coaticook et IGA Extra de Sherbrooke (coin Belvédère-Galt).

Ces commerces se retrouvent parmi 36 magasins estriens ayant répondu à cette question, indique un communiqué.

L'Indice CIBLE - Chaire Bombardier a été conçu par la Chaire Bombardier de gestion de la marque de l'Université de Sherbrooke et le CIBLE en partenariat avec la direction régionale du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (MAPAQ), la Conférence régionale des élus de l'Estrie (CRÉ) et l'Université de Sherbrooke.

Plus de détails dans *La Tribune* de mercredi.



Agrandir

L'Indice CIBLE - Chaire Bombardier permet de connaître quels magasins d'alimentation valorisent le plus les produits régionaux transformés en Estrie.

*La Tribune, archives*

## Où peut-on Goûter l'Estrie?



Quels magasins d'alimentation valorisent le plus les produits régionaux transformés en Estrie? La Chaire Bombardier de gestion de la marque de l'Université de Sherbrooke et le Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie (CIBLE) ont conçu et appliqué l'Indice CIBLE - Chaire Bombardier auprès de 36 magasins de l'Estrie pour répondre à cette question. Cet indice, unique en Amérique du Nord, a ainsi permis d'identifier les trois détaillants qui se sont le plus démarqués parmi les magasins visités. Il s'agit dans l'ordre de : Métro Plouffe de Magog, IGA Cookbook et IGA Extra de Sherbrooke (côté Belvédère-Galt).

Depuis 1998, le CIBLE coordonne des programmes d'appui à la mise en marché des produits régionaux et des campagnes promotionnelles sous le slogan Goûtez l'Estrie comme c'est fini. Afin de mieux cibler ses activités de promotion, l'organisme souhaitait se doter d'un outil de veille marketing pour le marché du détail de la région. Dans cet objectif, le CIBLE s'est associé en 2004 à la Chaire Bombardier de gestion de la marque de l'Université de Sherbrooke pour développer une méthodologie visant à mesurer les efforts de mise en marché des produits régionaux déployés par les magasins d'alimentation de l'Estrie.

Le développement de l'Indice a débuté par une revue de la littérature scientifique et un recensement des activités de promotion en cours dans une quarantaine de magasins situés au Québec, en Ontario et aux États-Unis. À partir de cette analyse préliminaire, il a été possible de dégager 12 actions regroupées en 5 composantes touchant l'étendue de l'offre, la qualité de l'aménagement, la publicité sur le lieu de vente, la publicité de masse et les politiques du magasin. Ces actions ont ensuite été soumises à 10 experts issus du milieu du détail, de la production et du développement économique, en vue d'en déterminer l'importance. Cette méthodologie, appliquée par le biais d'une enquête en magasin et d'une entrevue, a permis d'obtenir les résultats de l'Indice pour l'année 2005.

La région de l'Estrie peut se compter privilégiée de pouvoir, en primeur, utiliser l'Indice. « Nous tenons à souligner la collaboration des détaillants qui ont tous voulu se prêter à l'exercice. Nous les remercions d'avoir participé à l'enquête », indique Idriss Ettaïbi du CIBLE. François Codrès, professeur à l'Université de Sherbrooke et titulaire de la Chaire Bombardier de gestion de la marque, avance que : « les autres régions du Québec pourront utiliser l'Indice si elles le souhaitent. D'ailleurs, certaines Tables de concertation agroalimentaire du Québec (TCAQ) ont déjà démontré de l'intérêt ».

L'Indice CIBLE - Chaire Bombardier a été conçu par la Chaire Bombardier de gestion de la marque de l'Université de Sherbrooke et le CIBLE en partenariat avec la direction régionale du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (MAPAQ), la Conférence régionale des élus de l'Estrie (CRÉ) et l'Université de Sherbrooke.

C'est en 1998 que La Fondation de l'Université de Sherbrooke a concrétisé une entente d'un million de dollars avec la Famille Bombardier et la Fondation J.-Armand-Bombardier. Cette somme a permis de créer la Chaire de gestion de la marque et, à ce jour, 600 000 \$ ont été remis au titulaire de la chaire, François Codrès, afin qu'il poursuive des recherches dans le domaine. La Fondation de l'Université de Sherbrooke est heureuse de participer au financement de plusieurs projets importants à l'Université de Sherbrooke dont les activités de la Chaire en gestion de la marque.

Source : Caroline Morin, Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie (CIBLE).

ÉQUIPE 2014/2015

## Où peut-on goûter l'Estrrie?

**Sherbrooke, le 28 février 2006** - Quels magasins d'alimentation valorisent le produits régionaux transformés en Estrie? La Chaire Bombardier de gestion de la l'Université de Sherbrooke et le Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie (CI conçu et appliqué l'Indice CIBLE - Chaire Bombardier auprès de 36 magasins de l répondre à cette question. Cet Indice, unique en Amérique du Nord, a ainsi permis d'identifier les trois détaillants qui se sont le plus démarqués parmi les magasins s'agit dans l'ordre de : Métro Plouffe de Magog, IGA Coaticook et IGA Extra de Sh (coin Belvédère-Galt).

Depuis 1998, le CIBLE coordonne des programmes d'appui à la mise en marché d régionaux et des campagnes promotionnelles sous le slogan *Goûtez l'Estrie comm fin!*. Afin de mieux cibler ses activités de promotion, l'organisme souhaitait se dot outil de veille marketing pour le marché du détail de la région. Dans cet objectif, l s'est associé en 2004 à la Chaire Bombardier de gestion de la marque de l'Univers Sherbrooke pour développer une méthodologie visant à mesurer les efforts de mi: marché des produits régionaux déployés par les magasins d'alimentation de l'Est

Le développement de l'Indice a débuté par une revue de la littérature scientifique recensement des activités de promotion en cours dans une quarantaine de magas au Québec, en Ontario et aux États-Unis. À partir de cette analyse préliminaire, il possible de dégager 12 actions regroupées en 5 composantes touchant l'étendue la qualité de l'aménagement, la publicité sur le lieu de vente, la publicité de mass politiques du magasin. Ces actions ont ensuite été soumises à 10 experts issus du détail, de la production et du développement économique, en vue d'en déterminer l'importance. Cette méthodologie, appliquée par le biais d'une enquête en magasin entrevue, a permis d'obtenir les résultats de l'Indice pour l'année 2005.

La région de l'Estrie peut se compter privilégiée de pouvoir, en primeur, utiliser l' Nous tenons à souligner la collaboration des détaillants qui ont tous voulu se prêt l'exercice. Nous les remercions d'avoir participé à l'enquête», indique Idriss Etaba CIBLE. François Coderre, professeur à l'Université de Sherbrooke et titulaire de la Bombardier de gestion de la marque, avance que : « les autres régions du Québec utiliser l'Indice si elles le souhaitent. D'ailleurs, certaines Tables de concertation agroalimentaire du Québec (TCAQ) ont déjà démontré de l'intérêt ».

L'Indice CIBLE - Chaire Bombardier a été conçu par la Chaire Bombardier de gest marque de l'Université de Sherbrooke et le CIBLE en partenariat avec la direction du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (MAPAQ), la Conf régionale des élus de l'Estrie (CRÉ) et l'Université de Sherbrooke.

La Chaire Bombardier de gestion de la marque a été créée en 1998 grâce à l'impli La Fondation de l'Université de Sherbrooke qui a conclu une entente d'un million c avec la Famille Bombardier et la Fondation J.-Armand-Bombardier. À ce jour, 600 été remis au titulaire de la chaire, François Coderre, afin qu'il poursuive des reche le domaine. La Fondation de l'Université de Sherbrooke participe au financement l plusieurs projets importants à l'Université dont les activités de la Chaire en gestio marque.

-30-

### Source :

Caroline Morin  
Agente d'information  
Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie  
(819) 823-2119

### Renseignements :

Idriss Etabaâ, M. Sc.  
Commissaire au développement régional, Agriculture et agroalimentaire  
Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie  
(819) 823-2119

François Coderre  
Professeur, titulaire de la Chaire Bombardier de gestion de la marque  
Université de Sherbrooke  
(819) 821-8000, poste 2319



## Sympatiques sourires

À la ferme Le Versant Rouge (production de pommes et fraises) à St-Georges, la transformation et la mise en marché des produits agricoles étaient expliquées.

# Ne pas tenir compte que la qualité coûte cher



Kéris  
**ETTABÁ**  
Commissaire au  
développement régional  
CURLE

**Vous désirez accroître la satisfaction de votre clientèle, améliorer votre image ou encore servir de nouveaux marchés? Ces raisons sont toutes bonnes pour vous lancer dans une démarche « qualité ». Gardez à l'esprit qu'un des impacts les plus tangibles reste la réduction**

**des coûts de la « non qualité ».**  
Voici quelques conseils qui peuvent vous aider à les déterminer.

## PRÉPARATION

La méthode que vous choisirez pour évaluer vos coûts de « non qualité » doit être adaptée à votre entreprise. Elle doit refléter votre réalité, vos contraintes et vos besoins et favoriser une relation qui encourage la collaboration de votre équipe de travail, surtout des gestionnaires de la comptabilité et du contrôle de la qualité. Ensuite, il importe de délimiter l'étendue de votre projet (ciblage). Vous devez, par exemple, limiter votre démarche à un seul produit ou à une seule gamme de produits (coûts engendrés de sa réception à sa livraison) ou se concentrer sur un seul département de la fabrication.

## CHOIX DES ÉLÉMENTS

Afin de quantifier facilement les coûts de « non qualité » vous pouvez considérer les éléments de défaillance suivants : rebuts, dégradation (produit expiré, vente rapide suite à une décongélation); retouches, réparations

(correction d'une commande avec expédition, ajout d'un code oublié); reconditionnement (reprise d'une mauvaise pasteurisation, triage à 100 %); retour, remplacement (produit refusé parce que non commandé ou à cause d'un défaut important); remboursement, dédommagement (le client trie aux frais du fournisseur, le client demande un crédit pour la portion défectueuse).

Vous devez identifier et définir les éléments importants qui constituent la base de l'évaluation de vos coûts de « non qualité ».

## COLLECTE DE DONNÉES

Il est maintenant temps de structurer la collecte de vos données en répondant aux points suivants :

**Quoi?** Spécifiez la nature des renseignements à recueillir. A l'élément rebuts, par exemple, que devez-vous enregistrer : poids, nombre d'unités, pour quels produits? A l'élément retour-remplacement, le nombre de voyages retournés et leur destination originale peuvent être notés.

**Où?** Où devez-vous vous pro-

curer vos renseignements (relevés de fabrication, feuilles de temps).

**Qui, quand, comment?** Assignez les responsabilités à votre personnel en leur précisant la date de début et de fin du projet ainsi que la manière dont les informations seront recueillies. Il est important de prévoir aussi qui fera la synthèse et l'analyse des renseignements obtenus.

## LA TRADUCTION EN DOLLARS

Les données quantitatives doivent ensuite être traduites en dollars. La publication des coûts en dollars peut stimuler les gestionnaires à prendre des actions pour les réduire.

## L'IMPORTANCE RELATIVE DES COÛTS DE LA « NON QUALITÉ »

Vous pouvez maintenant évaluer l'importance relative de vos coûts de « non qualité », soit par rapport au volume des ventes ou aux données de production.

Prochaines étapes : recherchez et analysez les causes de la « non qualité » et trouvez des moyens pour réduire les coûts.

# Plus de 1 M\$ pour appuyer le développement du secteur agroalimentaire en Estrie



Julie  
**DEVOST**  
Conseillère  
en communication  
MAPAQ-Estrie

Le 27 mars dernier, le ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (MAPAQ), M. Yvon Vallières, a annoncé la conclusion d'une entente spécifique sur le développement du secteur agroalimentaire en Estrie. Au total, cette entente de trois ans octroiera 1 095 000 \$ aux secteurs de la transformation alimentaire, de la mise en marché, de la gestion de l'eau, de l'innovation et du transfert technologique.

L'entente spécifique représente, en fait, l'aboutissement de la concertation de plusieurs acteurs qui sont le pivot du développement de l'agroalimentaire en Estrie. « Elle exerce un effet de levier remarquable, contribuant au développement de la région de l'Estrie autant sur les plans économique et environnemental que social », a souligné le ministre Yvon Vallières.

La contribution du MAPAQ s'élève à 420 000 \$. À cette somme s'ajoutent la participation financière des six municipalités régionales de comté (MRC), de 360 000 \$, celle de la Conférence régionale des élus de l'Estrie (CRÉ), de 300 000 \$, et celle de la Fédération de l'UPA de l'Estrie (UPA-Estrie), de 15 000 \$. Il faut également mentionner la précieuse collaboration du Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie (CIBLE) et



Mme Godin, présidente du CIBLE, M. Boulanger, directeur de la CRÉ, M. Yvon Vallières, ministre du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation et M. Marcoux, premier vice-président de l'UPA-Estrie, ont souligné l'importance de la signature de l'Entente spécifique pour le secteur agroalimentaire

des Centres locaux de développement (CLD) qui participeront à l'application de cette entente.

## L'EFFET LEVIER DE L'ENTENTE

L'entente contribuera au développement et à la diversification des entreprises agroalimentaires de l'Estrie. « Cette entente spécifique a un impact direct sur la vie économique des six MRC concernées puisqu'elle permet d'y créer de l'emploi, mais aussi de faire du secteur agroalimentaire un moyen de contribuer à l'occupation dynamique des territoires ruraux en Estrie », a ajouté le directeur général de la CRÉ de l'Estrie, M. Claude Boulanger.

Le défi des entreprises agricoles est de se tailler une place sur les marchés. Et comme le rappelle M. Réal Marcoux, premier vice-président de l'UPA-Estrie : « Cette entente spécifique consolide les liens d'affaires. » En développant un réseau de distribution et de promotion des produits offerts ainsi qu'un réseau de dis-

pensateurs de formation, les signataires de l'entente réunissent les conditions idéales pour favoriser l'essor de l'agroalimentaire.

Par le passé, ce genre d'entente a fait ses preuves. L'entente 2001-2004 a, en effet, favorisé la création et le maintien de 500 emplois ainsi que l'investissement de 18 M\$ dans le secteur. « Cette entente a contribué à l'émergence de nouveaux produits agroalimentaires en région tout en ayant des répercussions de 2,6 M\$ sur la croissance des ventes des produits régionaux de l'Estrie. Elle a permis, entre autres, la réalisation de la campagne promotionnelle "Goûtez l'Estrie comme c'est fin!", la mise en place d'une Interface en technologie alimentaire en Estrie, la création d'un diplôme d'études professionnelles (DEP) en acériculture et d'un outil de promotion, le Portail GourmetQuebec.com », a mentionné Mme Claudine Godin, présidente du CIBLE.

## Produits régionaux

Il y a environ un an, je m'étais engagé avec la table agroalimentaire régionale (CIBLE) à travailler à l'élaboration d'une stratégie de mise en marche pour maximiser les ventes des produits régionaux. Les producteurs sont très efficaces pour élever, cultiver et développer des produits, mais sont souvent mal outillés quand vient le temps de mettre leurs produits en marché. Par exemple, les « standards » de service, de signalétique, de listes de prix et de produits, tout comme le suivi sur les ventes, sont tous des points qu'il faut améliorer afin de développer des produits à valeur ajoutée créateurs d'emplois dans notre région et partout au Québec.



# CIBLE

Conseil de l'industrie  
bioalimentaire de l'Estrie

Si vous désirez obtenir  
plus de détails sur le  
Conseil de l'industrie  
bioalimentaire de l'Estrie  
(CIBLE), vous n'avez qu'à  
consulter leur site Internet  
à l'adresse suivante :  
[www.cible-estrie.qc.ca](http://www.cible-estrie.qc.ca)

**Partenaires financiers (fonctionnement) :**

**Agriculture, Pêcheries  
et Alimentation**



**Société de la région  
de la Capitale-Nationale**

**Autres partenaires :**

**Développement  
économique, Innovation  
et Exportation**



**Emploi**



**Développement des  
ressources humaines Canada**

**Principaux collaborateurs :**

