

PETITS
AMBASSADEURS



GUIDE DES BONNES PRATIQUES DE COMMERCIALISATION

Auprès du Réseau des services de garde éducatifs du Québec



Québec 

TCBQ 
Tables de concertation bioalimentaire du Québec



PRÉAMBULE

Ce guide a été créé dans le cadre du déploiement provincial du concept d'accréditation Petits ambassadeurs porté par le Regroupement des Tables de concertation bioalimentaire du Québec (RTCBO). Il est destiné aux entreprises bioalimentaires qui désirent en apprendre plus sur les besoins alimentaires et les préférences d'approvisionnement du marché des services de garde éducatifs au Québec. Les informations contenues dans ce guide favoriseront la démystification de ce segment à fort potentiel au sein du marché institutionnel québécois.

Plus précisément, les bonnes pratiques à adopter par une entreprise de production ou de transformation québécoise, en vue de commercialiser ses produits auprès des services de garde éducatifs, y seront exposées. Nous explorerons l'importance de saisir les conditions favorables, de comprendre le marché ciblé et sa demande, de s'arrimer aux potentiels de commercialisation, de bénéficier du support disponible et, finalement, de s'inspirer d'initiatives gagnantes en cours au Québec.

Le but étant de saisir les opportunités actuellement amenées, entre autres, par le projet de déploiement provincial des Petits ambassadeurs et de maximiser la capacité de commercialisation des entreprises bioalimentaires québécoises auprès de ce marché. De ce fait, nous pourrions également voir augmenter significativement les cibles d'approvisionnement alimentaire régional et québécois par les services de garde éducatifs, et ce, partout en province.

N. B. Ce guide contient les données d'un questionnaire transmis à l'automne 2021 à l'ensemble des membres des CPE ou des garderies des Cohortes régionales des Petits ambassadeurs, comportant 170 répondants de partout au Québec.

COLLABORATEURS À LA RÉDACTION

Émilie Tremblay, Table agroalimentaire du Saguenay–Lac-Saint-Jean
Mylène Hébert, Table agroalimentaire du Saguenay–Lac-Saint-Jean
Comité provincial de coordination des Petits ambassadeurs
Philippe Grand, Association québécoise des centres de la petite enfance (AQCPE)
Mathilde Laroche-Bougie, Aliments du Québec
Nicole Lavoie, Les Saveurs du Bas-Saint-Laurent



TABLE DES MATIÈRES

PRÉAMBULE	iii
TABLE DES MATIÈRES	iv
DÉFINITIONS.....	5
Petits ambassadeurs	5
Regroupement des Tables de concertation bioalimentaire du Québec.....	5
1. SAISIR LES CONDITIONS FAVORABLES	7
2. COMPRENDRE LE MARCHÉ DES SERVICES DE GARDE ÉDUCATIFS ET SA DEMANDE	8
Marché des services de garde éducatifs	8
Méthodes d’approvisionnement	8
Cadre de référence alimentaire	9
Transport et distribution.....	9
Préférences liées aux commandes et aux livraisons	10
Représentation gagnante	10
Avantages du marché	11
3. S’ARRIMER AUX POTENTIELS DE COMMERCIALISATION	12
Adaptabilité des parties	12
Force du groupe des Petits ambassadeurs	13
Données sur les gammes de produits recherchés.....	13
4. BÉNÉFICIER DU SUPPORT DISPONIBLE	15
Regroupement des Tables de concertation bioalimentaire du Québec	15
Les Saveurs du Bas-Saint-Laurent	16
Aliments du Québec	17
Autres ressources et documentations disponibles	18
DÉMARCHES INSPIRANTES	19
Les Fermiers de garderie, Saguenay–Lac-Saint-Jean	19
Livraison possible grâce à de nouveaux canaux de commercialisation, Centre-du-Québec.....	19
De ton jardin à mon bedon, Estrie	19



DÉFINITIONS

Petits ambassadeurs

Le déploiement provincial des Petits ambassadeurs vise le déploiement du concept d'accréditation initialement développé au Saguenay-Lac-Saint-Jean (SLSJ), destiné aux services de garde éducatifs respectant un minimum d'approvisionnement régional et québécois et offrant des activités éducatives liées au monde agroalimentaire. Porté par le Regroupement des TCBQ de 15 régions du Québec, sa réussite repose sur un réseautage stratégique de ce marché avec les entreprises bioalimentaires régionales.

Plus précisément, l'accréditation Petits ambassadeurs est destinée aux services de garde éducatifs qui se distinguent par la mise en valeur éducative et l'intégration des produits typiques de leur région au menu. Via un contrat d'accréditation, les milieux respectent un pourcentage d'approvisionnement alimentaire régional et québécois établi pour dix catégories d'aliments. Ils s'engagent également à offrir un minimum de deux activités éducatives par année liées au monde agroalimentaire.

L'accréditation Petits ambassadeurs s'adresse aux CPE ainsi qu'aux garderies en installations subventionnées et non subventionnées.

Regroupement des Tables de concertation bioalimentaire du Québec

Le Regroupement des TCBQ est composé de 16 organismes membres, permettant une couverture quasi provinciale. Lorsqu'il ne s'agit pas d'une Table de concertation bioalimentaire, divers mécanismes de concertation régionaux effectuant la promotion des produits régionaux sont désignés au regroupement.

Le Regroupement, fondé officiellement en 2021, permet d'assurer une meilleure synergie entre ses membres, de développer davantage de projets communs qui seront déployés aux quatre coins du Québec, en plus de se doter d'orientations et d'enjeux conjoints.

Les TCBQ présentes sur le territoire québécois depuis une trentaine d'années sont issues principalement d'une réflexion effectuée par le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ) en 1995, visant à mieux saisir tous les enjeux du développement régional et favoriser le développement territorial. Leur mission est d'animer et de coordonner les efforts des différents acteurs du milieu afin d'assurer le développement du secteur bioalimentaire de leur région respective.

Dépendamment de l'organisation, des partenaires et de la région, les TCBQ couvrent sensiblement les mêmes domaines d'expertise, soit la concertation agroalimentaire, la planification stratégique, la commercialisation, la différenciation et la promotion des produits régionaux, la relève et l'établissement en agriculture, le tourisme gourmand, l'agrotourisme, la mise en réseau des producteurs et des transformateurs avec les différents marchés, la formation, les saines habitudes de vie et plus encore.

1

**SAISIR
LES CONDITIONS
FAVORABLES**

2

**COMPRENDRE
LE MARCHÉ
DES SERVICES
DE GARDE
ÉDUCATIFS ET
SA DEMANDE**

3

**S'ARRIMER
AUX POTENTIELS DE
COMMERCIALISATION**

4

**BÉNÉFICIER
DU SUPPORT
DISPONIBLE**



1

SAISIR LES CONDITIONS FAVORABLES

Que ce soit pour l'atteinte du marché du commerce de détail, de la restauration ou du marché institutionnel quel qu'il soit, il est toujours important de prendre un peu de recul pour cerner l'état actuel de la demande alimentaire des marchés ciblés.

Dans le cas qui nous intéresse, soit les services de garde éducatifs, au cours des dernières années, une forte volonté gouvernementale s'est fait sentir pour l'augmentation des approvisionnements de proximité au sein des institutions québécoises, et ce, majoritairement auprès du réseau de la santé et des services sociaux et du réseau de l'éducation et de l'enseignement supérieur, mais également au niveau des milieux de travail et du réseau des services de garde.

Cette volonté gouvernementale de faire évoluer les approvisionnements des institutions québécoises s'est d'abord manifestée en 2013 par la publication de la Stratégie de positionnement des aliments du Québec sur le marché institutionnel¹ et, plus récemment, en 2021, par la Stratégie nationale d'achat d'aliments québécois². C'est d'ailleurs dans le cadre de cette seconde stratégie lancée en 2021 que le MAPAQ finançait, via son Programme de développement des marchés bioalimentaires, le Déploiement provincial du concept des Petits ambassadeurs. Grâce à cette aide financière, c'est 15 régions du Québec qui soutiennent l'arrimage entre l'offre bioalimentaire de leur région et la demande des services de garde éducatifs raliés à la démarche, afin de faciliter l'augmentation des approvisionnements régionaux et québécois au sein de ces établissements.

Il est donc important, pour une entreprise intéressée par ce segment du marché institutionnel, de comprendre cette ébullition du secteur afin de bien saisir son plein potentiel de commercialisation.



NOTES :

1. Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ), 2013. *Stratégie de positionnement des aliments du Québec sur le marché institutionnel.*
2. Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ), 2021. *Stratégie nationale d'achat d'aliments québécois.*

2

COMPRENDRE LE MARCHÉ DES SERVICES DE GARDE ÉDUCATIFS ET SA DEMANDE

Marché des services de garde éducatifs

Le plus important à saisir lorsqu'on vise une commercialisation auprès du marché institutionnel, c'est que bien que plusieurs réseaux y soient regroupés, chaque segment de ce grand marché fonctionne différemment et toute forme d'entreprise bioalimentaire peut y trouver sa place si l'intérêt y est.

Le marché des services de garde éducatifs compte l'ensemble des Centres de la petite enfance (CPE), des garderies subventionnées, des garderies non subventionnées et des services de garde en milieu familial. En date du 31 mars 2022, on comptait plus de 1 600 installations en CPE et plus de 1 900 installations en garderies subventionnées ou non au Québec³.

La grande majorité de ces milieux sert des repas complets et des collations aux tout-petits et a ainsi des volumes d'approvisionnement alimentaire intéressants au quotidien. En service de garde éducatif, cela équivaut à environ à 300 000 repas/jour et 600 000 collations/jour. Étant ouverts 260 jours/année, on peut estimer ces quantités à 78 millions de repas et 156 millions de collations par année. Si on vise seulement les milieux en installations, c'est 220 000 repas/jour et 57 millions de repas/année⁴.

La quasi-totalité des établissements du marché des services de garde éducatifs gère les commandes à l'interne, soit en autogestion. Ce mode de gestion en fait un marché facilitant pour les entreprises bioalimentaires de proximité. On peut voir cette technique d'approvisionnement du même œil que celle utilisée par le secteur de la restauration : par la liberté décisionnelle que cela apporte vis-à-vis les formats commandés, la fréquence des commandes, la forme et la provenance des achats.

Méthodes d'approvisionnement

Il existe deux principaux modes de gestion des services alimentaires dans les segments du milieu institutionnel :

- L'autogestion ou la gestion autogérée des services, signifiant la prise en charge par une institution publique des processus d'approvisionnement, de préparation des repas et du service;
- La gestion contractuelle, permettant aux institutions publiques de confier à forfait la gestion de leurs services alimentaires à une entreprise privée moyennant une redevance.

Source : Stratégie nationale d'achat d'aliments québécois, 2021



NOTES :

3. Ministère de la Famille, État de la situation au 30 juin 2021.

4. Données de l'Association québécoise des centres de la petite enfance (AQCPÉ).

2

COMPRENDRE LE MARCHÉ DES SERVICES DE GARDE ÉDUCATIFS ET SA DEMANDE

Cadre de référence alimentaire

Par leur liberté décisionnelle d'approvisionnement, les services de garde éducatifs peuvent orienter plus librement leurs décisions d'achat en fonction de leurs valeurs et, bien entendu, de leur budget. Bien que le développement durable prenne de plus en plus de place dans les décisions des services de garde éducatifs, l'offre alimentaire d'un milieu demeure souvent influencée par les habitudes de préparation de la ressource en cuisine, mais aussi par les diverses orientations données par la ou le gestionnaire et par le conseil d'administration regroupant les parents. Il est également inévitable dans les décisions d'approvisionnement du milieu de veiller de très près à la présence ou aux traces d'allergènes que peuvent contenir les ingrédients achetés, dépendamment des allergies déclarées au sein de l'établissement.

D'autres critères majeurs, entre autres nutritionnels, viennent également influencer les achats alimentaires, notamment par le Cadre de référence Gazelle et Potiron.

« Le Cadre de référence Gazelle et Potiron est un guide présentant les différentes pratiques à privilégier en service de garde éducatif (SGÉ) en matière d'alimentation et de jeu libre et actif. Il a été publié en 2014 par le ministère de la Famille.

Ce cadre est d'une grande aide pour les responsables en alimentation dans les différentes sphères de leur travail, que ce soit pour l'élaboration de menus, le choix de recettes ou le choix d'ingrédients. Les responsables en alimentation peuvent également consulter ce guide pour avoir des stratégies afin de stimuler l'éveil au goût ou la découverte des aliments chez les enfants.

Un nouveau chapitre concernant l'alimentation responsable en SGÉ a été ajouté au printemps 2022 afin d'être en cohérence avec le Guide alimentaire canadien de 2019. »

- Philippe Grand, directeur du service saine alimentation à l'AQCPE

En moyenne, les services de garde sondés dans le cadre du projet des Petits ambassadeurs affirment suivre le Cadre de référence Gazelle et Potiron à près de 71 %. Il joue donc un rôle majeur dans la création de leurs menus et leurs décisions alimentaires, tout en représentant une fenêtre de flexibilité pour le milieu.

Transport et distribution

En 2021, près de 79 % des services de garde éducatifs sondés affirmaient effectuer l'ensemble de leurs commandes presque exclusivement ou majoritairement auprès d'un distributeur grossiste. Toutefois, 87 % se disent également ouverts à scinder leurs achats afin d'en effectuer quelques-uns directement auprès de fournisseurs locaux, si le transport des produits demeure efficace et que le rapport qualité/prix demeure intéressant.

Il est essentiel pour une entreprise bioalimentaire de constater cette ouverture, mais également de respecter l'importance de disposer d'une méthode de transport ou de distribution efficace avant d'approcher ce marché. Plusieurs milieux sont ouverts à un transport directement assuré par l'entreprise lorsqu'il n'y a pas de minimum de commande trop élevé. Pour une entreprise désirant faire affaire avec un distributeur, il est même possible de vérifier auprès des services de garde éducatifs lequel serait le plus adéquat selon leurs méthodes actuelles de commande.

2

COMPRENDRE LE MARCHÉ DES SERVICES DE GARDE ÉDUCATIFS ET SA DEMANDE

Préférences liées aux commandes et aux livraisons auprès du marché des services de garde éducatifs

- 39 % des milieux affirment préférer des paiements par virement bancaire et les autres répondants indiquant ne pas connaître les préférences de leur comptabilité;
- En moyenne, le délai optimal exprimé entre le moment de commande et la livraison est de deux à trois jours;
- Les périodes de réception des commandes alimentaires idéales pour les services de garde éducatifs sont exclusivement en avant-midi, du lundi au mercredi;
- 79 % des milieux sondés affirment que la capacité d'entreposage limitée des aliments de leur installation les contraint à faire des commandes plus petites et plus fréquentes ou les limite dans les formats de produits commandés.

Représentation gagnante

Le marché des services de garde éducatifs apprécie rencontrer ses fournisseurs et se faire présenter les nouveaux produits. À ce sujet, il est important de savoir que les commandes sont majoritairement assurées par une ou un responsable de l'alimentation (RA).

« Les responsables de l'alimentation, avec le soutien de la direction générale, portent la responsabilité de la qualité de l'alimentation de façon globale et quotidienne dans un CPE. Le rôle et la fonction quotidienne de la ou du RA sont larges. Cela implique d'abord l'entièreté des tâches liées à la gestion d'un service alimentaire, dont :

- 1) Élaborer des menus variés et équilibrés en tenant compte du Guide alimentaire canadien et du budget alloué.
- 2) Préparer des repas complets et des collations, en respectant notamment les allergies, intolérances et accommodements alimentaires en cours au CPE.
- 3) Acheter et entreposer les aliments.
- 4) Nettoyer et entretenir la vaisselle, les ustensiles, les équipements et les lieux de travail.
- 5) Effectuer toute autre tâche connexe : par exemple, la rédaction de recettes, la planification de l'organisation du travail, la recherche et l'établissement de liens avec les distributeurs alimentaires, l'organisation et la planification des remplacements, etc. »

- Philippe Grand, directeur du service saine alimentation à l'AQCPE

C'est donc à cette ressource qu'il sera pertinent de présenter tout nouveau produit et avec qui il sera gagnant de maintenir un lien de confiance, afin de renouveler efficacement les commandes et de s'arrimer à ses besoins au fil des saisons.

2

COMPRENDRE LE MARCHÉ DES SERVICES DE GARDE ÉDUCATIFS ET SA DEMANDE

Il est aussi intéressant de collaborer avec cette ressource en matière de développement de produit. Tout comme un restaurateur, la majorité des milieux sondés (94 %) démontre une ouverture à tester de nouveaux produits alimentaires locaux et 84 % d'entre eux auraient également de l'intérêt à participer à la mise au point d'un nouveau produit alimentaire, si celui-ci répond à un besoin au sein de son service alimentaire.

Comment s'assurer d'une représentation gagnante auprès des responsables de l'alimentation?

Près de 80 % des milieux sondés affirment apprécier lorsqu'une entreprise ou un courtier les approche pour leur présenter de nouveaux produits alimentaires, en précisant toutefois, pour la plupart, l'importance de devoir trouver un moment opportun pour cette rencontre et de la rendre rapide et efficace, puisque le manque de temps est un enjeu majeur pour eux. À noter également que ces ressources sont indisponibles pour une rencontre sur l'heure du dîner et terminent leur journée généralement vers le milieu de l'après-midi.

Cela dit, en plus de la participation à des activités de réseautage entre l'industrie et les acheteurs du marché des services de garde éducatifs, les meilleures approches individuelles sont les suivantes :

- La remise d'un catalogue de produits;
- Le courriel;
- Une rencontre en personne;
- Le téléphone.

Avantages du marché

Plusieurs avantages souvent méconnus ou minimisés sont à considérer pour une entreprise songeant à développer sa mise en marché auprès des services de garde éducatifs :

- **Clientèle stable** : La clientèle d'un CPE ou d'une garderie est probablement l'une des plus stables. Sauf exception lors des vacances, le milieu dessert toujours le même nombre de jeunes et offre sensiblement le même style de cuisine, et ce, à longueur d'année;
- **Volumes d'achat constants** : La planification des menus est souvent cyclique. Ainsi, un responsable de l'alimentation est en mesure de prévoir ses commandes et celles-ci reviennent généralement aux trois à six semaines;
- **Recherche de produits de qualité** : Par la recherche de caractéristiques répondant au Cadre de référence Gazelle et Potiron, les services de garde éducatifs ne sont pas dans la recherche absolue du plus bas prix. Bien qu'un prix respectant leur budget soit primordial, la qualité et la fraîcheur des aliments comptent également pour beaucoup;
- **Ouverture à l'adaptation saisonnière des menus** : Toujours par leurs menus cycliques et souvent saisonniers, les services de garde sont en mesure d'adapter leurs commandes aux arrivages des producteurs du coin. Il suffit d'une bonne planification entre les deux parties;
- **Intérêt au réseautage** : Les responsables de l'alimentation, à l'affût des produits qui entrent dans leur cuisine, sont toujours curieux d'en apprendre plus sur les produits locaux et sur les entreprises;
- **Aspect éducatif** : Pionnières dans l'éducation à la petite enfance, il est toujours pertinent pour les entreprises bioalimentaires de partager leurs connaissances sur leurs domaines au service de garde éducatif, qui pourra ainsi les transmettre aux jeunes.
- **Fiers ambassadeurs** : Disposant d'un contact direct avec les parents, les services de garde éducatifs fiers de leurs approvisionnements locaux et les jeunes sensibilisés à leur assiette peuvent, ensemble, avoir un réel impact sur la sensibilisation des parents à long terme.

3

S'ARRIMER AUX POTENTIELS DE COMMERCIALISATION

Adaptabilité des parties

Les responsables de l'alimentation des services de garde désirant améliorer leurs approvisionnements locaux font preuve d'une mobilisation incroyable face à l'amélioration de leur connaissance de l'offre bioalimentaire de leur région. Un milieu désirant augmenter ses approvisionnements régionaux et québécois s'attend bien souvent à devoir travailler à la substitution de certains de ses ingrédients.

À ce sujet, 94 % des milieux sondés membres des cohortes régionales des Petits ambassadeurs se disent ouverts à adapter leur menu à un produit d'une entreprise régionale, si celui-ci respecte les contraintes d'allergènes, détient de bonnes valeurs nutritives, est facile d'accès et respecte leur budget.



Il est tout aussi important pour une entreprise bioalimentaire désirant commercialiser ses produits au sein du marché des services de garde éducatifs de garder une importante ouverture d'esprit et une adaptabilité des produits qu'elle propose. Il se pourrait, par exemple, que vos boulettes végétariennes soient plus utiles aux milieux en vrac que préfabriquées, tout comme il se pourrait que votre nouvelle variété de compote de pommes contienne trop de sucre pour les attentes des milieux ou que l'ajout de sésame sur vos pains nuise à leur gestion des allergies. Bien souvent, dans ces situations, un simple ajustement peut permettre l'accès au marché.

Les services de garde n'auront pas des exigences qui dénaturent les produits en question. Souvent, un simple ajustement dans le format proposé, l'emballage, la fréquence des livraisons ou, lorsque possible, dans la composition des produits peut changer totalement l'intérêt de ceux-ci.

Une entreprise qui entreprend une telle démarche d'adaptation de ses produits se doit de clarifier rapidement les attentes du milieu :

- Le temps de développement demandé au milieu;
- Les objectifs d'amélioration;
- Le coût final du produit attendu;
- Le niveau d'implication possible dans le processus de développement par le milieu.

3

S'ARRIMER AUX POTENTIELS DE COMMERCIALISATION

Force du groupe des Petits ambassadeurs

Plusieurs régions du Québec mettent en place le projet des Petits ambassadeurs et regroupent ainsi les CPE et les garderies privées en installations les plus mobilisés au sein de cohortes régionales. Avec ces cohortes, les régions offrent des activités de réseautage avec leur industrie bioalimentaire respective. Pour une entreprise bioalimentaire, il est essentiel de prendre en considération et d'exploiter ce canal de réseautage afin de rejoindre facilement de nombreux milieux dans sa propre région. Les activités de réseautage sont généralement organisées bisannuellement par les Tables de concertation bioalimentaire du Québec et il est ainsi possible, pour une entreprise bioalimentaire, de venir y présenter son entreprise, faire déguster ses produits et échanger sur ses idées de développement de produits. Les services de garde éducatifs ayant obtenu leur accréditation Petits ambassadeurs composent également ces cohortes et sont ainsi à la recherche de produits locaux pour atteindre les cibles d'approvisionnement régional et québécois contenues dans l'accréditation, en plus de vouloir les améliorer en continu.

Données sur les gammes de produits recherchés⁵

Voici quelques notions de départ qui aideront une entreprise bioalimentaire à arrimer directement son offre à la demande et aux critères d'achat du Cadre de référence des services de garde éducatifs.

Les produits alimentaires généralement privilégiés par ce marché ont les caractéristiques suivantes :

- Ils présentent une liste d'ingrédients simples, incluant une majorité d'ingrédients dont on pourrait disposer à la maison;
- Ils ne contiennent pas ou très peu d'ingrédients très raffinés et d'additifs alimentaires;
- Ils ne contiennent pas d'édulcorants artificiels;
- Ils sont produits au Québec, lorsque possible;
- Ils privilégient les ingrédients favorables aux principes de développement durable, lorsque possible, car ils le sont aussi souvent pour la santé humaine (exemple d'ingrédient à éviter : huile de palme).

NOTES :

3

S'ARRIMER AUX POTENTIELS DE COMMERCIALISATION

D'autres critères considérés importants par ces milieux s'ajoutent, entre autres le prix par portion, la qualité des ingrédients utilisés, leur provenance et le respect des principes de développement durable. Pour ce marché, il est également important de tenir compte des contraintes particulières par rapport à la clientèle desservie, soit :

Risques d'étouffements

Avant l'âge de quatre ans, les capacités à bien mastiquer et à avaler varient d'un enfant à l'autre. Il faut donc leur offrir des aliments sécuritaires afin de prévenir les étouffements et éviter les aliments petits, ronds, durs ou collants :

- Arachides
- Noix et graines entières
- Raisins secs et fruits séchés (sauf s'ils sont réhydratés dans des préparations comme des muffins)
- Maïs soufflé

Allergènes

- Les services de garde doivent tenir compte des allergènes dans la préparation des repas et des collations lorsque des enfants allergiques fréquentent leur établissement;
- Dix principaux allergènes selon Santé Canada : arachides, noix, graines de sésame, soja, lait, œufs, produits de la mer (poissons, crustacés et mollusques), moutarde, blé et autres grains céréaliers contenant du gluten, ainsi que les sulfite⁶.

Mise en garde :

Certains aliments sont également à éviter en services de garde éducatifs pour leur risque au niveau de l'innocuité, considérant la jeune clientèle. Les responsables de l'alimentation sont les mieux placés pour prendre la bonne décision (ex. : miel non pasteurisé, fèves germées, micropousses, lait et fromages de lait cru, etc.).

En vue de faciliter la mise au point et le développement de produits agroalimentaires québécois répondant aux besoins parfois bien précis de ce segment du marché institutionnel, il vous est possible de consulter le document à **l'annexe 1**, provenant du rapport de l'année 2021 « Produits alimentaires québécois dans les milieux institutionnels », soit les fiches spécifiques de 11 catégories de produits recherchés par les milieux institutionnels exemplaires.

1. Barres collations	7. Pains
2. Biscuits et galettes	8. Substituts de viande
3. Craquelins et biscottes	9. Yogourts, desserts au lait et substituts végétaux
4. Fruits transformés	10. Viandes et poissons panés
5. Gâteaux et tartes	11. Vinaigrettes
6. Pains desserts et muffins	

6. EXTENSO, 2021. Produits alimentaires québécois dans les milieux institutionnels, Document interne.

4

BÉNÉFICIER DU SUPPORT DISPONIBLE

Regroupement des Tables de concertation bioalimentaire du Québec

Les TCBQ présentes sur le territoire québécois depuis une trentaine d'années sont issues principalement d'une réflexion effectuée par le MAPAQ en 1995 qui visait à mieux saisir tous les enjeux du développement régional et favoriser le développement territorial.

Mission

Animer et coordonner les efforts des différents acteurs du milieu afin d'assurer le développement du secteur bioalimentaire de leur région respective.

Champs d'expertise

Dépendamment de l'organisation, de ses partenaires et de sa région, les TCBQ couvrent sensiblement les mêmes domaines d'expertise, soit la concertation agroalimentaire, la planification stratégique, la commercialisation, la différenciation et la promotion des produits régionaux, la relève et l'établissement en agriculture, le tourisme gourmand, l'agrotourisme, la mise en réseau des producteurs et des transformateurs avec les différents marchés, la formation, les saines habitudes de vie et plus encore.

Le saviez-vous?

Le Regroupement des TCBQ est actuellement en collaboration pour le déploiement provincial du concept des Petits ambassadeurs. Ce projet a comme objectif de mettre en place, dans 15 régions du Québec, un concept d'accréditation destiné aux services de garde éducatifs respectant un apport minimal en approvisionnement régional et en éducation au monde agroalimentaire. Des chargés de projet régionaux au sein des TCBQ travaillent, entre autres, à la mise en réseau et à l'arrimage entre l'offre des entreprises bioalimentaires de leur région et la demande des services de garde participants.

Contactez votre chargé de projet régional en consultant le « <https://tcbq.org/petits-ambassadeurs/> »



NOTES :



UN ALLIÉ RÉGIONAL

L'ASSOCIATION LES SAVEURS DU BAS-SAINT-LAURENT

NOTRE MISSION

Faciliter la commercialisation des produits bioalimentaires du Bas-Saint-Laurent, d'une part par la promotion d'une marque de prestige et, d'autre part, par des services adaptés qui respectent la réalité propre de chacune des entreprises membres.

NOS OBJECTIFS

- Développer divers outils de promotion et de commercialisation
- Favoriser l'échange et la création de liens d'affaires et d'alliances stratégiques
- Augmenter la notoriété des produits et entreprises bioalimentaires de la région
- Sensibiliser les institutions à utiliser les produits régionaux et en faire la promotion

DEVENIR MEMBRE

Bénéficiez d'une visibilité provinciale et de nombreux services-conseils dont un accompagnement personnalisé à la commercialisation.

Cotisation annuelle* (taxes en sus)

257,50\$

*Tarif réduit à 128,75\$ pour 2022-2023

*Nous sommes là pour vous accompagner
dans votre mise en marché*

ENTREPRISE X | FICHE PRODUIT

Berliner Kirsche

Cette bière d'inspiration allemande est une version fruitée de la typique Berliner. Les cerises griottes utilisées pour sa confection proviennent d'un verger bas-laurentien. Le goût acidulé des griottes balancent à merveille de

CONSERVATION
Température pièce

DURÉE DE VIE
1 an

CONDITIONNEMENT
Scellé

TYPE DE CONTENANT
Canette aluminium

GRAMMAGE PAR UNITÉ
473 ml

PRIX DU PRODUIT
À la caisse

UNITÉS PAR CAISSE
12

COMMANDE MINIMALE
1 caisse

DISPONIBILITÉ
À l'année

MARCHÉS CIBLÉS
Supermarché



INGRÉDIENTS
Eau, orge, blé, griotte, houblon, levure

ATTRIBUTS
4,8% Alc. Vol.
Peut contenir : blé, gluten.

CERTIFICATION

© Les Saveurs du Bas-Saint-Laurent Inc.

RESPONSABLE DES COMMANDES : Jean-Luc Boucher
418 123-0123

NOTRE RÉPERTOIRE

Le répertoire des entreprises bioalimentaires bas-laurentiennes destiné aux acheteurs professionnels se veut un outil pour faciliter la recherche de produits régionaux pour les détaillants, restaurateurs, gîtes, hôteliers et institutions dont notamment les CPE.

Accessible à tous, le répertoire est disponible en version numérique sur le site Web des Saveurs du Bas-Saint-Laurent à l'adresse suivante : saveursbsl.com/repertoire.

Les entreprises intéressées à intégrer gratuitement le répertoire peuvent contacter l'association ou remplir le formulaire de demande d'inscription directement sur la page Web du répertoire.

*Toutes les entreprises bioalimentaires
bas-laurentiennes peuvent intégrer le
répertoire, et ce, **gratuitement!***

Des fiches conçues sur mesure pour
mettre en valeur chacun de vos
produits et votre entreprise!

Les Saveurs du Bas-Saint-Laurent
348, boulevard Arthur-Buies O, Rimouski (Qc), G5L 5C7
info@saveursbsl.com | 418 724-9068 | www.saveursbsl.com



AFFICHER FIÈREMENT SA PROVENANCE

Un incontournable pour se démarquer

NOTRE MISSION

Promouvoir l'industrie agroalimentaire québécoise et contribuer à son développement, son essor et son rayonnement à travers nos marques et nos programmes.

DES MARQUES DE CONFIANCE

Pour porter le sceau « Aliments du Québec » ou « Aliments préparés au Québec », les produits doivent répondre à des critères rigoureux et être validés par notre organisation.



FIABLE ET RECONNUE

Aliments du Québec est la seule organisation qui vérifie la provenance des produits québécois.

UNE GRILLE TARIFAIRE ÉQUITABLE

Aliments du Québec offre des tarifs d'adhésion annuelle proportionnels à la taille des entreprises. La vérification des produits est gratuite et illimitée.

TARIFICATION ANNUELLE*

Nombre d'employés	Producteurs	Transformateurs
1 à 10	175 \$	200 \$
11 à 25	225 \$	260 \$
26 à 50	375 \$	450 \$
51 à 100	600 \$	685 \$
101 à 250	1 050 \$	1 180 \$
250 et +	2 175 \$	2 450 \$

*Tarifs hors taxes applicables à partir du 1er avril 2022.

10 AVANTAGES D'ADHÉRER

1. Faire vérifier la provenance de vos produits
2. Droit d'utiliser les marques de certification obtenues sur vos emballages et vos communications
3. Présence de vos produits dans le répertoire en ligne d'Aliments du Québec
4. Identification de vos produits en lieu de vente et en circulaire
5. Profiter de la notoriété et des campagnes de publicité d'Aliments du Québec
6. Bénéficier de tarifs compétitifs à des projets de co-publicité dans les médias québécois, notre blogue et nos réseaux sociaux
7. Participer à des événements exclusifs aux adhérents, tels que des conférences et formations
8. Bénéficier des services connexes offerts par nos partenaires
9. Participer à des événements de l'industrie grâce à des forfaits clés-en-main (Expo Manger Santé et Vivre Vert, SIAL, etc.)
10. Contribuer au développement des emplois dans la province et au rayonnement des produits locaux



AUTRES RESSOURCES ET DOCUMENTATIONS DISPONIBLES

- LIEN** Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ), 2021. Stratégie nationale d'achat d'aliments québécois.
- PDF** Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ), 2015. Guide d'accès au Marché institutionnel. https://www.mapaq.gouv.qc.ca/fr/Publications/Guide_acces_marche_institutionnel.pdf
- PDF** Équiterre, 2020. La recette clé pour un approvisionnement local et écoresponsable.
- PDF** Ministère de la Famille, 2017. Cadre de référence Gazelle et Potiron.
- LIEN** Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ), 2018. Préparer et réussir une présentation à un acheteur.
- PDF** Coopérative pour l'agriculture de proximité écologique, 2021. Vendre aux institutions, Guide des producteurs.
- LIEN** Commun'assiette, la communauté de pratique en alimentation institutionnelle durable.



DÉMARCHES INSPIRANTES

Les Fermiers de garderie, Saguenay–Lac–Saint-Jean

Le concept des Fermiers de garderie a été lancé en 2020 au SLSJ, adopté en projet pilote en 2021 et officiellement déployé en 2022. Devant la popularité que connaissent depuis quelques années les paniers de légumes auprès des consommateurs qui s'approvisionnent directement auprès des producteurs, la Table agroalimentaire du SLSJ a voulu s'inspirer du concept pour l'exporter au sein des services de garde éducatifs en installation accrédités Petits ambassadeurs.

Le projet est destiné à des producteurs maraîchers prêts à planifier, dès l'automne, leurs semences, en collaboration avec un service de garde éducatif désirant augmenter la présence de fruits et légumes frais et locaux dans son menu. Ces deux parties sont maillées en fonction de leur proximité, de leurs besoins et de leurs affinités. Elles s'arriment dès l'automne afin de planifier les commandes de la saison suivante. Dans ce partenariat, le Fermier de garderie assure, dans la plupart des cas, la livraison des commandes directement au milieu (voir l'annexe 2 « Modèle d'entente d'approvisionnement estival »).

Livraison possible grâce à de nouveaux canaux de commercialisation, Centre-du-Québec

Un moulin ancestral qui produit des farines biologiques sur meules de pierre de façon artisanale avait de l'intérêt à approvisionner les services de garde éducatifs participant aux Petits ambassadeurs de sa région. Toutefois, il ne pouvait desservir une MRC où des milieux étaient fortement intéressés par ses produits, puisque l'entreprise, qui gère sa propre distribution, ne se déplaçait pas à cet endroit et la MRC ne se situait pas sur son chemin de distribution. Grâce à la demande d'un nouveau commerce de détail situé dans cette MRC pour vendre les farines du moulin, il est devenu avantageux pour l'entreprise de se déplacer dans ce secteur où une demande plus importante commençait à s'étendre. Ainsi, dans le cas où une entreprise ne dessert pas un territoire en particulier où une demande limitée est présente, il est toujours possible de cibler de nouveaux canaux de commercialisation et des marchés potentiels complémentaires aux services de garde éducatifs pour distribuer ses produits, ce qui devient alors rentable pour l'entreprise de se déplacer.

De ton jardin à mon bedon, Estrie

Le projet De ton jardin à mon bedon facilite l'approvisionnement des CPE en fruits et légumes frais auprès des producteurs locaux de proximité. Les enfants des CPE Au cœur des mésanges, Les Trois pommes, Magimo, Manche de pelle et Pop Soleil ont la chance de déguster des repas et des collations élaborés à partir de produits fraîchement cueillis et livrés par les producteurs. Certains producteurs rendent également leurs produits disponibles aux familles et aux gens du quartier directement au CPE, par le biais de paniers de produits frais et d'un petit marché éphémère. Quel beau projet pour promouvoir le développement des saines habitudes de vie et l'achat local!⁷

7. <https://cpe-estrie.org/de-ton-jardin-a-mon-bedon/>

PETITS
AMBASSADEURS



La réalisation de ce guide a été rendue possible
grâce à la collaboration de :

Québec 



TCBQ 
Tables de concertation bioalimentaire du Québec