



2023 - 2028

# STRATÉGIE TERRITORIALE CONCERTÉE POUR L'APPROVISIONNEMENT INSTITUTIONNEL EN ALIMENTS LOCAUX DANS LA MRC D'ARTHABASKA







## ÉQUIPE DE RÉALISATION

**Christine Gingras**, coordonnatrice de projets, CISA  
**Aude Fournier**, enseignante-chercheuse, CISA  
**Véronique Allard**, assistante chargée de projet, CISA  
**Christine Vigneault-Gingras**, chargée de projet, CISA

## AVEC LA CONTRIBUTION DE

**Benoît Lartigue**, chargé de projet, CISA  
**Alexis Tanguay**, assistant de recherche, CISA  
**Ariane Roberge**, assistante de recherche, CISA  
**Marilène Cadieux**, assistante de recherche, CISA

## POUR CITER CE DOCUMENT :

GINGRAS, Christine, Aude FOURNIER, Véronique ALLARD et Christine VIGNEAULT-GINGRAS. 2024. « Stratégie territoriale concertée pour l’approvisionnement en aliments locaux dans la MRC d’Arthabaska ». Centre d’innovation sociale en agriculture, Cégep de Victoriaville.

## REMERCIEMENTS

Merci aux membres du comité de gouvernance qui ont contribué à l’élaboration de la présente stratégie :

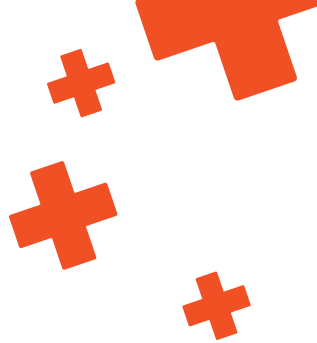
- **Dominic Poulin**, directeur secteur agroalimentaire – Corporation de développement économique de Victoriaville et sa région
- **Denis Deschamps**, directeur général – Cégep de Victoriaville
- **Étienne Croteau et Tania Hurtubise-Forget**, agents de développement des communautés – MRC d’Arthabaska
- **Ève Beauregard**, agente de développement, responsable des Petits ambassadeurs – Table intersectorielle régionale en saines habitudes de vie du Centre-du-Québec
- **Mariane Dion**, agente de planification, programmation et recherche – Direction de santé publique et responsabilité populationnelle du Centre intégré universitaire de santé et de services sociaux de la Mauricie-et-du-Centre-du-Québec
- **Julie Rondeau**, conseillère en développement régional – Direction régionale du Centre-du-Québec du ministère de l’Agriculture, des Pêcheries et de l’Alimentation du Québec
- **Raphaëlle Nodet**, conseillère en approvisionnement local – Centre d’expertise de l’Institut de tourisme et d’hôtellerie du Québec
- **Alain Girard**, professeur-chercheur – Institut de tourisme et d’hôtellerie du Québec / GastronomiQc Lab





## TABLE DES MATIÈRES

|                                                                                                                             |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Contexte général</b>                                                                                                     | <b>4</b>  |
| <b>Qu'est-ce qu'une stratégie territoriale concertée?</b>                                                                   | <b>5</b>  |
| <b>La mission de la stratégie</b>                                                                                           | <b>6</b>  |
| <b>Définition : « Aliment local »</b>                                                                                       | <b>7</b>  |
| <b>Étapes de réalisation</b>                                                                                                | <b>8</b>  |
| <b>Portrait du marché institutionnel dans la MRC d'Arthabaska</b>                                                           | <b>10</b> |
| Le marché institutionnel <b>actuel</b> dans la MRC d'Arthabaska                                                             | <b>10</b> |
| Le marché institutionnel <b>potentiel</b> dans la MRC d'Arthabaska                                                          | <b>11</b> |
| <b>Diagnostic des forces et des enjeux du territoire en lien avec l'approvisionnement institutionnel en aliments locaux</b> | <b>12</b> |
| Les forces                                                                                                                  | <b>12</b> |
| Les enjeux                                                                                                                  | <b>13</b> |
| <b>Vision concertée</b>                                                                                                     | <b>16</b> |
| <b>Orientations et objectifs de la stratégie territoriale</b>                                                               | <b>17</b> |



## CONTEXTE GÉNÉRAL

Au Québec, plusieurs institutions disposant de services alimentaires sont en marche afin d'accorder une place croissante aux aliments cultivés et transformés localement. Toutefois, les défis rencontrés pour y parvenir peuvent s'avérer difficiles à surmonter pour les acteurs institutionnels. De plus, la pérennité de ces initiatives d'approvisionnement local est parfois menacée par des changements de personnel ou de nouvelles contraintes, d'où l'importance de les soutenir par le déploiement de leviers territoriaux.

Pour ces raisons, en 2021, le Centre d'innovation sociale en agriculture (CISA) du Cégep de Victoriaville initie, en partenariat avec la Corporation de développement économique de Victoriaville et sa région (CDEV), une démarche de concertation afin de déployer une stratégie territoriale pour accroître l'approvisionnement institutionnel en aliments locaux dans les institutions publiques et privées de la municipalité régionale de comté (MRC) d'Arthabaska.

Cette démarche s'inscrit à la suite de l'annonce de la Stratégie nationale d'achat d'aliments québécois (SNAAQ) par le gouvernement du Québec en 2020 qui vise à ce que « toutes les institutions publiques du Québec priorisent les aliments québécois dans leur approvisionnement en se dotant d'une cible d'achat d'ici 2025 » (MAPAQ 2020). Les institutions visées par la SNAAQ sont :

- Les établissements des réseaux de l'éducation dont le service alimentaire est assuré par un concessionnaire alimentaire ou en autogestion;
- Les établissements de l'enseignement supérieur;
- Les établissements du réseau de la santé et des services sociaux.

Toutefois, notre démarche vise plus largement le secteur institutionnel, en y incluant le secteur institutionnel privé, soit :

- Les services de garde éducatifs à l'enfance (Centres de la petite enfance, garderies privées et garderies subventionnées);

- Les résidences privées pour personnes âgées, les Centres hospitaliers de soins de longue durée privés et les Ressources intermédiaires;
- Les établissements d'enseignement privés.

S'appuyant sur une vision de système alimentaire durable, cette stratégie territoriale mobilise également l'ensemble des acteurs de la chaîne d'approvisionnement alimentaire, des producteurs et productrices agricoles jusqu'aux mangeurs et mangeuses des institutions.

Par cette stratégie, ces acteurs souhaitent se doter d'une vision commune et soutenir des actions structurantes pour qu'il y ait « Plus d'ici dans nos cafétérias! ».



# QU'EST-CE QU'UNE STRATÉGIE TERRITORIALE CONCERTÉE?

Une stratégie territoriale est un plan d'action dont peut se doter une collectivité afin de mobiliser ses acteurs vers des objectifs communs pour les années à venir. Dans le cas présent, ce plan d'action concerne principalement la MRC d'Arthabaska.

À noter que certaines organisations identifiées comme porteuses ou partenaires des actions ont un mandat de portée régionale ou encore provinciale. Bien que la stratégie territoriale vise le territoire de la MRC d'Arthabaska, les institutions s'y trouvant ont besoin de l'appui des entreprises bioalimentaires et des acteurs de soutien régionaux et provinciaux afin d'atteindre leurs cibles. C'est dans cet esprit que la stratégie territoriale a été élaborée.







## LA MISSION DE LA STRATÉGIE

La stratégie a pour mission d'assurer la mise en place de conditions favorables à l'approvisionnement en aliments locaux des institutions publiques et privées de la MRC d'Arthabaska en vue de susciter leur engagement envers l'achat local et d'assurer que les réponses apportées aux défis qui se présentent bénéficient au plus grand nombre. Pour ce faire, elle vise à :

- Identifier et diffuser à l'ensemble des acteurs de la chaîne d'approvisionnement institutionnelle des leviers économiques, réglementaires, politiques, procéduraux et partenariaux leur permettant de mener à bien cet engagement;
- Favoriser l'innovation sociale par le maillage d'acteurs de la chaîne d'approvisionnement;
- Soutenir les actions concertées répondant aux enjeux vécus sur le terrain et portées par au moins une organisation.

Cette stratégie identifie de grandes orientations accompagnées d'actions à court, moyen et long terme que les acteurs clés - tels que les producteurs, les transformateurs, les distributeurs, ainsi que les différents services alimentaires, organisations de développement territorial et institutions - s'engagent à mener ou à soutenir afin de lever les freins à l'approvisionnement institutionnel en aliments locaux sur le territoire.







## DÉFINITION: « ALIMENT LOCAL »

Dans le cadre de la présente stratégie, est considéré comme « local » tout aliment a minima produit et/ou transformé au Québec, tel que défini par Aliments du Québec<sup>1</sup>, mais idéalement produit et/ou transformé à la distance géographique la plus courte possible du lieu final de consommation.

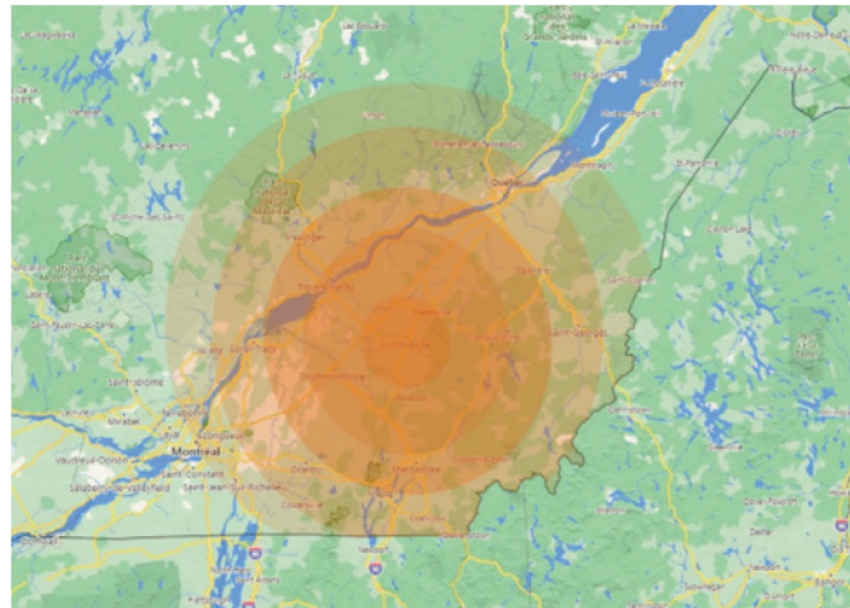
C'est donc une logique de cercles concentriques qui s'impose: on priorise l'aliment ayant été produit et/ou transformé au plus près du lieu où il sera consommé, et on augmente le rayon jusqu'à obtenir l'aliment désiré.



Pour en apprendre plus sur

### LES BÉNÉFICES

de l'approvisionnement institutionnel  
en aliments locaux



<sup>1</sup> « Peut être considéré comme Aliments du Québec, tout produit entièrement québécois ou tout produit composé d'un minimum de 85 % d'ingrédients d'origine québécoise, et ce, à condition que tous les ingrédients principaux proviennent du Québec. Toutes les activités de transformation et d'emballage doivent être réalisées au Québec. » (Aliments du Québec 2017, 7).

« Peut être considéré comme Aliments préparés au Québec tout produit entièrement transformé et emballé au Québec. Lorsque les ingrédients principaux sont disponibles au Québec en quantité suffisante, ils doivent être utilisés. » (Aliments du Québec 2017, 8).



# ÉTAPES DE RÉALISATION

L'élaboration de la stratégie territoriale a commencé en septembre 2021 et a été marquée par six grandes étapes :

## ÉTAPE 1 | PORTRAIT ET DIAGNOSTIC TERRITORIAL

ÉCHÉANCIER : SEPTEMBRE 2021 À MARS 2022

- Revue de la littérature grise et scientifique
- Inventaire de l'offre alimentaire centricoise et de la demande institutionnelle dans la MRC d'Arthabaska
- Entretiens semi-dirigés avec les acteurs clés de la chaîne d'approvisionnement
- Analyse des forces, faiblesses, opportunités et menaces du territoire en matière d'approvisionnement institutionnel local
- Formation d'un comité de gouvernance

## ÉTAPE 2 | 1<sup>er</sup> SOMMET

ACTIVITÉ RÉALISÉE LE 3 JUIN 2022

- 83 personnes participantes
- Introduction à la SNAAQ et aux services offerts aux institutions
- Présentation des forces et des enjeux de la MRC d'Arthabaska en matière d'approvisionnement institutionnel local
- Animation d'un atelier sur la priorisation des enjeux et l'identification de pistes de solutions
- Réseautage entre les acteurs de l'offre et de la demande

## ÉTAPE 3 | FORMULATION DES ORIENTATIONS

ÉCHÉANCIER : JUILLET 2022 À FÉVRIER 2023

- Analyse des contenus tirés de l'atelier tenue lors du 1<sup>er</sup> Sommet
- Proposition d'orientations pour la stratégie
- Validation et bonification des orientations avec le comité de gouvernance

## ÉTAPE 4 | COCONSTRUCTION DU PLAN D'ACTION

ÉCHÉANCIER : DÉCEMBRE 2022 À MAI 2023

- Formation de 5 comités de travail intersectoriels
- Animation d'ateliers sur la priorisation des actions
- Validation et bonification des actions avec le comité de gouvernance
- Soutien à l'expérimentation de mécanismes d'approvisionnement innovants
- Mise en relation des acteurs

## ÉTAPE 5 | 2<sup>e</sup> SOMMET

ÉCHÉANCIER : JUIN 2023

- 140 personnes participantes
- Panels et formations variées
- Atelier de réseautage pour soutenir le développement de projets émergents sur le territoire
- Dévoilement de la stratégie territoriale préliminaire
- Reconnaissance des institutions de la MRC d'Arthabaska engagées à accroître leur approvisionnement en aliments locaux

## ÉTAPE 6 | LANCEMENT DE LA STRATÉGIE TERRITORIALE

ÉCHÉANCIER : JANVIER 2024

- Rédaction et suivi d'avancement des actions
- Préparation du document final de la stratégie territoriale
- Lancement de la stratégie auprès des acteurs y ayant contribué



## ÉTAPE 1

SEPTEMBRE 2021 - MARS 2022  
PORTRAIT DIAGNOSTIC TERRITORIAL

## ÉTAPE 2

JUIN 2022  
1<sup>er</sup> SOMMET

## ÉTAPE 3

JUIN 2022 - FÉVRIER 2023  
FORMULATION DES ORIENTATIONS

## ÉTAPE 4

DÉCEMBRE 2022 - MAI 2023  
COCONSTRUCTION DU PLAN D'ACTION

## ÉTAPE 5

JUIN 2023  
2<sup>e</sup> SOMMET

## ÉTAPE 6

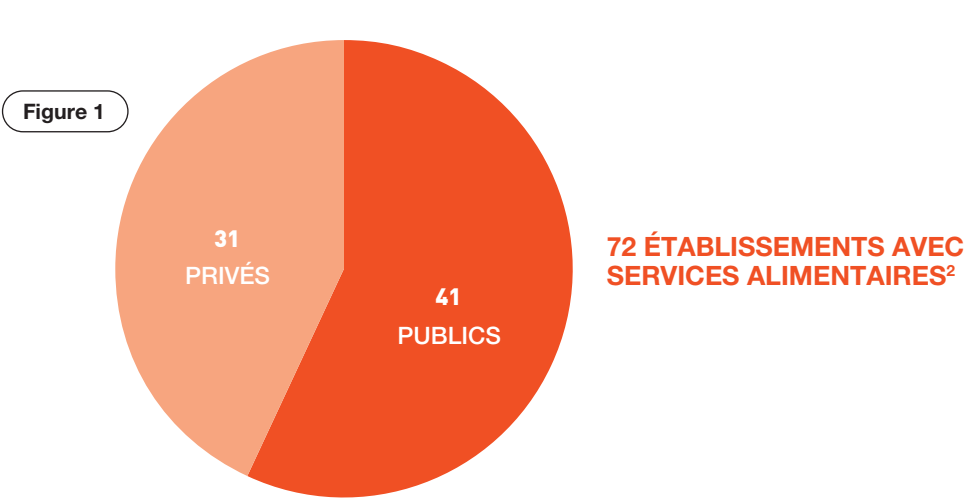
JANVIER 2024  
LANCEMENT DE LA STRATÉGIE TERRITORIALE



# PORTRAIT DU MARCHÉ INSTITUTIONNEL DANS LA MRC D'ARTHABASKA

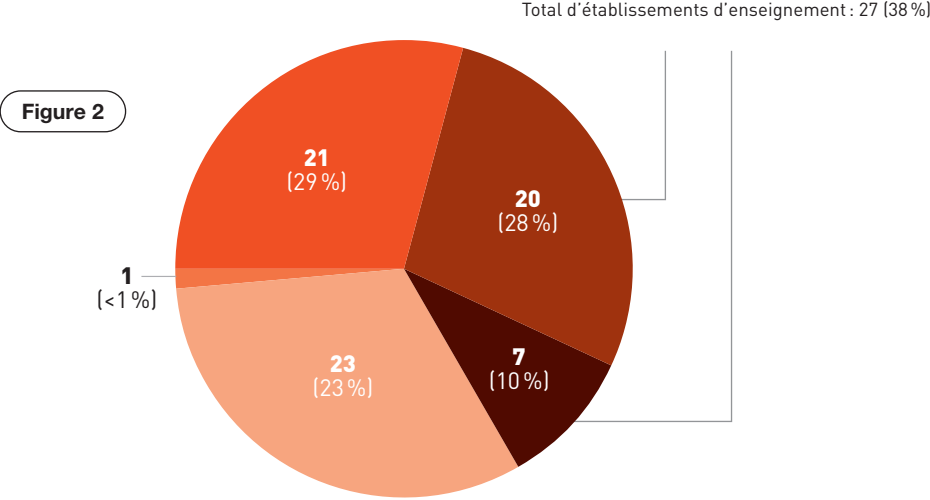
## LE MARCHÉ INSTITUTIONNEL ACTUEL DANS LA MRC D'ARTHABASKA

Un marché dominé par les établissements scolaires, les services de garde et les centres d'hébergement.



**Nombre d'établissements institutionnels avec un service alimentaire dans la MRC d'Arthabaska**

- **31 institutions privées:** RPA, CPE, garderies privées, écoles privées
- **41 institutions publiques:** écoles publiques, CHSLD, ressources intermédiaires (RI), hôpital Hôtel-Dieu d'Arthabaska



**Nombre d'établissements avec un service alimentaire dans la MRC d'Arthabaska - Par secteur d'activité**

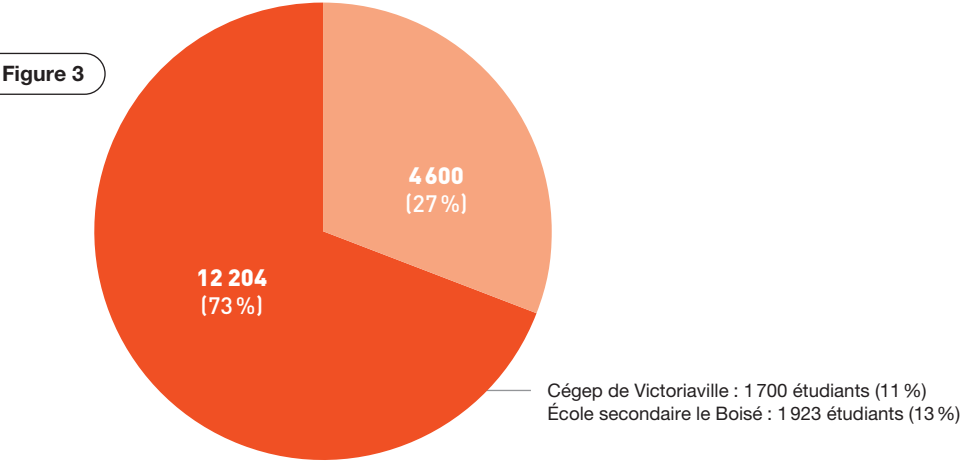
- **20 établissements d'enseignement**  
Préscolaire / Primaire
- **7 établissements d'enseignement**  
Secondaire / Collégial / Formation professionnelle
- **23 services de garde**  
CPE / garderies privées
- **1 hôpital**
- **21 centre d'hébergement**  
CHSLD / RPA / RI

<sup>2</sup>**Note au lecteur:** Pour des raisons de traitement et de disponibilité des données, ce portrait exclut les établissements municipaux (p. ex. : arénas, centres sportifs) dotés d'un service alimentaire ainsi que les cafétérias en milieu de travail. À noter que les établissements de détention, les ministères et organismes publics offrant un service alimentaire à même leur établissement et le secteur des transports (trains, bateaux de croisière, avions, etc.) font également partie du marché institutionnel, mais ne sont pas comptabilisés ici, car absents du territoire de la MRC d'Arthabaska.

# PORTRAIT DU MARCHÉ INSTITUTIONNEL DANS LA MRC D'ARTHABASKA (SUITE)

## LE MARCHÉ INSTITUTIONNEL POTENTIEL DE LA MRC D'ARTHABASKA

Une clientèle potentielle de près de 17 000 usagers, aux deux tiers au sein d'établissements publics<sup>3</sup>:

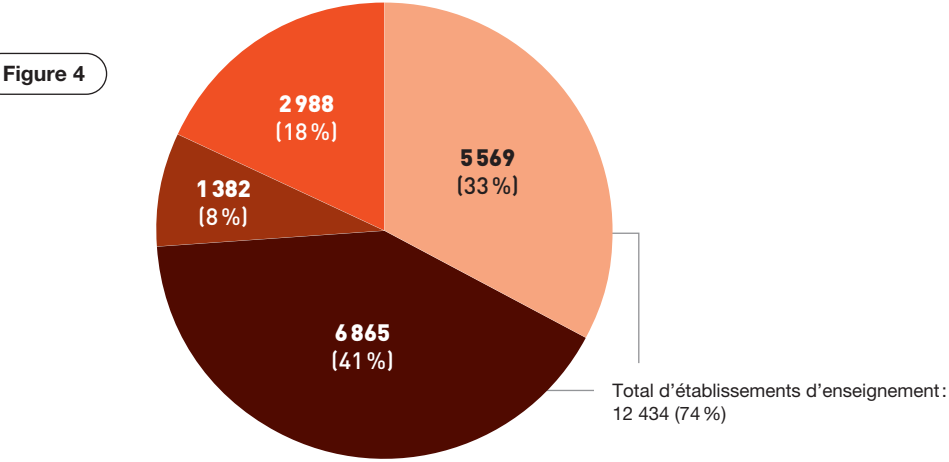


### Estimation du nombre d'usagers potentiels des services alimentaires institutionnels dans la MRC d'Arthabaska

- 4 600 institutions privées: RPA, CPE, garderies privées, écoles privées
- 12 204 institutions publiques: écoles publiques, CHSLD, ressources intermédiaires (RI)

Total d'usagers potentiels : 16804

74 % de ces usagers potentiels sont des élèves d'établissements d'enseignement, une part qui atteint 82 % si l'on ajoute les enfants de nos services de garde:



### Estimation du nombre d'usagers potentiels des services alimentaires institutionnels dans la MRC d'Arthabaska – Par secteur d'activité

- 5 569 établissements d'enseignement  
Préscolaire / Primaire
- 6 865 établissements d'enseignement  
Secondaire / Collégial / Formation professionnelle
- 1 382 services de garde  
CPE / garderies privées
- 2 988 centre d'hébergement  
CHSLD / RPA / RI

Total d'usagers potentiels : 16804

<sup>3</sup>Note au lecteur: Ces données sont une estimation de ce que représente, en nombre d'usagers potentiels, l'ensemble des établissements publics et privés de la MRC. Elles incluent donc autant les établissements déjà pourvus de services alimentaires (n=72) que ceux qui en sont dépourvus (n=10). Elles excluent toutefois les employés travaillant au sein de ces institutions qui peuvent, eux aussi, recourir aux services alimentaires, ainsi que la clientèle potentielle du service alimentaire de l'hôpital Hôtel-Dieu d'Arthabaska. Il s'agit donc d'une estimation conservatrice des usagers potentiels des services alimentaires en milieu institutionnel sur le territoire.



# DIAGNOSTIC DES FORCES ET DES ENJEUX DU TERRITOIRE EN LIEN AVEC L'APPROVISIONNEMENT INSTITUTIONNEL EN ALIMENTS LOCAUX

Ce diagnostic est basé sur des informations tirées d'entrevues semi-dirigées réalisés par le CISA auprès de représentants d'institutions, de distributeurs alimentaires et d'acteurs du développement socioéconomique et territorial de la MRC d'Arthabaska. La collecte de données s'est déroulée entre 2019 et 2022.

Des membres du CISA ont également participé à différents comités et communautés de pratiques, ce qui leur a permis de prendre connaissance des leviers, des outils et programmes d'accompagnement déployés à l'échelle du Québec dans le cadre de la SNAAQ, ainsi que des enjeux vécus et des solutions expérimentées dans d'autres territoires.



## LES FORCES



# LES ENJEUX

## ENJEU 1 PROVENANCE ET TRAÇABILITÉ DES ALIMENTS

L'accessibilité aux informations sur la provenance des aliments est l'une des conditions essentielles à la fixation de cibles d'approvisionnement en aliments locaux et, ultimement, à l'accroissement des achats locaux par les institutions. Ces informations sont cruciales afin de :

1. brosser un portrait initial de la part qu'occupent les aliments locaux dans les achats des institutions (le travail de « quantification ») en vue de se fixer une cible;
2. repérer des aliments locaux pouvant servir de substituts aux aliments venant d'ailleurs;
3. suivre l'évolution des cibles d'approvisionnement en aliments locaux que les institutions se seront fixées.

Or, la provenance (provinciale et/ou régionale) des produits et des ingrédients ainsi que les lieux où se déroulent les activités de transformation sont souvent difficilement repérables dans les listes de prix, les rapports d'achats et les factures envoyées par les fournisseurs aux clients institutionnels.

*« Le premier défi, c'est de se donner les bons outils pour faire l'état de situation. Pour me donner une cible, il faut que je sache d'où je pars. Le premier obstacle, c'est celui de la traçabilité et de pouvoir quantifier où on en est. »*

**— Un acteur du milieu institutionnel**

## ENJEU 2 DES RÉALITÉS ET DES BESOINS PROPRES À CHAQUE INSTITUTION

Les disparités entre les institutions, notamment en matière de volumes d'approvisionnement, de contraintes politiques et réglementaires, de clientèles, de capacité d'entreposage et de préparation des aliments, ainsi que d'accessibilité aux services de livraison de certains fournisseurs (en particulier entre les institutions en milieu rural et celles en milieu urbain) complexifient le transfert de solutions et la collaboration entre les institutions.

Les mécanismes d'approvisionnement en aliments locaux développés dans le cadre de la stratégie territoriale devront pouvoir s'adapter aux réalités et besoins spécifiques de chaque institution.

*« Pour les CPE, ça peut être correct d'avoir juste un maillage avec une ferme maraîchère et les besoins peuvent être assez comblés pendant la saison estivale. Mais après ça, si tu tombes dans une plus grosse institution, ça peut être plus complexe. »*

**— Un acteur du développement territorial**



Pour en apprendre plus sur  
**LES ENJEUX**  
de l'approvisionnement institutionnel  
en aliments locaux



# LES ENJEUX

## ENJEU 3

### LA RECONNAISSANCE ET LA DISPONIBILITÉ DE LA MAIN-D'ŒUVRE

La pénurie de main-d'œuvre, additionnée au contexte pandémique et à un roulement de personnel élevé dans certains secteurs, occasionne une pression sur tous les acteurs de la chaîne de valeur (services alimentaires, institutions, distributeurs, producteurs et transformateurs). Ce contexte contribue à une certaine forme de résistance au changement, pourtant nécessaire si l'on veut accroître la part d'aliments locaux dans nos institutions.

Par exemple, la recherche et l'intégration de nouveaux produits ou l'adoption de nouvelles pratiques en cuisine (ex. ajouts d'activités de conditionnement d'aliments) est difficilement envisageable lorsque l'urgence est constamment de pallier le manque de personnel. L'approvisionnement local peut toutefois s'avérer une source de sens et de valorisation pour ces travailleurs et travailleuses peu visibles.

*« Ma responsable alimentaire [...] n'a pas beaucoup de temps pour faire des appels [aux fournisseurs] pour demander : "As-tu ci, as-tu ça?". Il faut qu'elle soit le plus efficace possible dans un court laps de temps. »*

**— Un acteur du milieu institutionnel**

## ENJEU 4

### ACCÈS AUX INFORMATIONS ET AUX RESSOURCES DISPONIBLES EN MATIÈRE D'APPROVISIONNEMENT ALIMENTAIRE LOCAL

Pour entamer une transition vers l'achat local en milieu institutionnel, l'ensemble des acteurs de la chaîne d'approvisionnement ont besoin d'accéder à des informations et des ressources qui faciliteront leur cheminement vers cet objectif collectif. Toutefois, les acteurs rencontrés affirment manquer de connaissances au regard, par exemple, de l'offre locale en produits alimentaires adaptés aux différents milieux institutionnels et des conditions d'accès au marché institutionnel. La diffusion des informations, la formation et le partage des connaissances apparaissent donc comme des avenues à envisager pour soutenir l'approvisionnement local.

*« On constate que les institutions connaissent très peu l'offre régionale ou locale. »*

**— Un acteur du développement territorial**

# LES ENJEUX

## ENJEU 5 UNE OFFRE D'ALIMENTS LOCAUX ADAPTÉE ET DISPONIBLE

Actuellement, les produits alimentaires offerts par les producteurs et transformateurs régionaux ne sont pas tout à fait adaptés aux besoins des institutions, notamment en matière de formats offerts, de volumes disponibles, de degré de transformation (p. ex. : carottes prédécoupées, poulet découpé), de durée de conservation et de fréquence de livraison. Au Centre-du-Québec, on observe une offre de produits alimentaires variée, mais également dispersée sur le territoire et écoulee via des réseaux de distribution divers.

De plus, pour le moment, seul le Centre Humami de Cintech agroalimentaire offre un service d'accompagnement aux transformateurs souhaitant percer le marché institutionnel. Toutefois, pour les transformateurs de plus petite taille, ainsi que les producteurs, aucun accompagnement spécifique n'est actuellement disponible afin de les soutenir dans le développement et/ou l'adaptation de leurs produits et services au marché institutionnel. Il apparaît donc crucial de soutenir la capacité d'adaptation des producteurs et transformateurs locaux aux besoins des institutions, mais aussi, de faire connaître leur réalité aux acteurs institutionnels.

*« C'est beau de dire que [le concessionnaire alimentaire] devrait acheter ici, mais il faut produire, ça prend du volume. Il faut avoir une variété et une complémentarité. »*

**— Un acteur du milieu institutionnel**

## ENJEU 6 UN PRIX JUSTE ET ÉQUITABLE POUR TOUS

Un accroissement de l'approvisionnement en aliments locaux dans les institutions soulève le risque d'une augmentation du prix de l'assiette pour les usagers finaux et/ou d'une réduction des marges pour les gestionnaires de services alimentaires. Cet enjeu est particulièrement pertinent considérant le contexte d'inflation actuel et l'est encore plus pour les services alimentaires en milieu scolaire qui doivent compétitionner avec les établissements de restauration rapide situés à proximité. D'autres services alimentaires, comme ceux des CPE ou des établissements publics de santé, doivent quant à eux composer avec un tarif par repas fixé par le gouvernement. Des stratégies telles que la végétalisation de certains menus ou la lutte contre le gaspillage alimentaire s'avèrent prometteuses par rapport à cet enjeu.

*« Un des enjeux, c'est d'assurer sa rentabilité et de garder un équilibre entre les coûts de production alimentaire et le prix de l'assiette, pour rester rentable avec une certaine marge bénéficiaire. C'est sûr que ça fait partie de la réalité du concessionnaire alimentaire [...] Si les étudiants trouvent ça trop cher, ils vont apporter leur lunch ou aller vers la restauration rapide autour. Il y a une certaine compétition aussi. »*

**— Un acteur du milieu institutionnel**

## ENJEU 7 LA MÉCONNAISSANCE DES BÉNÉFICES DE L'ACHAT D'ALIMENTS LOCAUX

Les entrevues réalisées relèvent un certain manque de sensibilité de la part des différents acteurs de la chaîne d'approvisionnement à l'égard des retombées sociales et environnementales associées à l'achat d'aliments locaux. Principalement motivés par les bénéfices économiques engendrés par l'achat local, ces acteurs semblent écarter de leurs motivations les retombées écologiques et sociales qui caractérisent pourtant une telle pratique, et la rendent d'autant plus pertinente. Une certaine résistance au changement provient également des mangeurs et mangeuses, dont les habitudes alimentaires et les désirs mériteraient d'être mieux documentés.





## VISION CONCERTÉE

En 2028, la MRC d'Arthabaska se distingue par une offre accrue d'aliments locaux dans les menus des cafétérias au sein des institutions publiques et privées de son territoire.

Les acteurs de l'approvisionnement institutionnel du territoire sont réseautés ce qui facilite l'intégration d'aliments locaux dans l'offre des cafétérias. Des mécanismes d'approvisionnement novateurs sont déployés pour soutenir cet effort collectif.

De plus, l'ensemble des institutions publiques et privées de la MRC d'Arthabaska se sont dotées d'une cible d'approvisionnement en aliments locaux et soutiennent leurs services alimentaires dans l'atteinte de cet objectif.

Enfin, cette offre d'aliments locaux dans les menus des cafétérias est source de fierté et de retombées sociales, économiques et environnementales pour la MRC.



An aerial photograph of agricultural fields, showing various patterns of tilled soil and crop rows. The image is overlaid with a semi-transparent orange filter. Several large, solid orange crosses are scattered across the field patterns, primarily in the upper right and lower right quadrants.

## **ORIENTATIONS ET OBJECTIFS DE LA STRATÉGIE TERRITORIALE**

La Stratégie territoriale concertée pour l'approvisionnement institutionnel en aliments locaux dans la MRC d'Arthabaska 2023-2028 se décline en dix grandes orientations autour desquelles se greffent des actions concertées ayant fait l'objet d'un exercice de priorisation en comités de travail.

**>> CONSULTEZ LE PLAN  
D'ACTION COMPLET ICI**



## ORIENTATION 1

ASSURER L'ADOPTION DE CIBLES D'APPROVISIONNEMENT PAR LES INSTITUTIONS PUBLIQUES ET PRIVÉES DANS LA MRC D'ARTHABASKA

### ACTIONS RETENUES

- 1** Accompagner les institutions publiques prioritaires par la SNAAQ dans la fixation d'une cible d'achat d'aliments québécois et inventorier ceux s'étant dotés d'une cible.
- 2** Informer les institutions privées non-visées par la SNAAQ des programmes d'accompagnement disponibles pour les soutenir dans la fixation d'une cible d'achats en aliments locaux.
- 3** Diffuser l'outil de suivi numérique TRACÉCO auprès de l'ensemble des institutions et fournisseurs de services alimentaires de la MRC d'Arthabaska, et former les institutions et les fournisseurs de services alimentaires à l'utilisation de cet outil d'analyse de provenance.
- 4** Diffuser et transférer aux institutions concernées les pratiques éprouvées par d'autres institutions sous gestion contractuelle au Québec.
- 5** Transférer aux institutions concernées les pratiques éprouvées par d'autres institutions sous gestion contractuelle au Québec, pouvant encourager l'approvisionnement en aliments locaux de leur concessionnaire, franchise ou traiteur.
- 6** Organiser une rencontre avec tous les services traiteurs des écoles primaires et secondaires de la MRC d'Arthabaska.
- 7** Faire rayonner les initiatives inspirantes dans la MRC sur le site web **plusdici.ca**.





## ORIENTATION 2

RENDRE ACCESSIBLE L'ORIGINE DES PRODUITS ALIMENTAIRES  
SUR TOUTE LA CHAÎNE DE VALEUR



## ACTIONS RETENUES

- 1 Identifier l'origine des produits québécois dans les catalogues, listes de prix, factures et/ou plateformes de commande des distributeurs régionaux.
- 2 Identifier l'origine des produits régionaux dans les catalogues, listes de prix, factures et/ou plateformes de commande des distributeurs régionaux.
- 3 Réaliser un projet-pilote avec les fournisseurs de services informatiques des distributeurs régionaux afin d'adapter leur modèle de facturation au calculateur développé par le GastronomiQc Lab.
- 4 Créer un nouveau répertoire en vue de faciliter l'identification des entreprises de production et de transformation régionales.



## ORIENTATION 3

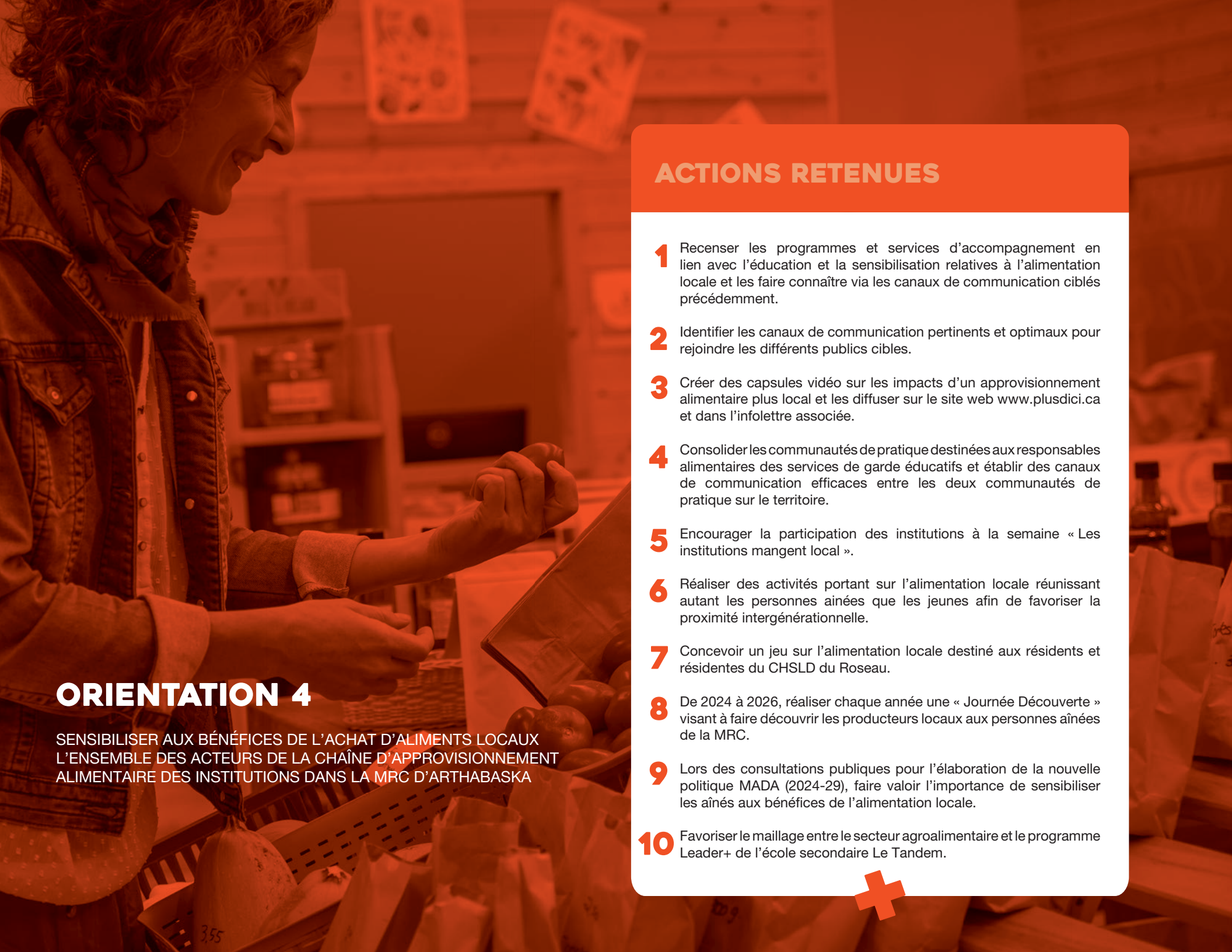
FAVORISER L'INTERCONNAISSANCE ENTRE LES ACTEURS DE LA  
CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT INSTITUTIONNELLE

### ACTIONS RETENUES

- 1** Réaliser une enquête sur les habitudes alimentaires des élèves du Cégep de Victoriaville.
- 2** Intégrer des questions sur l'alimentation locale à travers un sondage prévu auprès des usagers du CIUSSS MCQ pour les MRC d'Arthabaska et de l'Érable.
- 3** Trouver le financement pour une ressource facilitant l'arrimage entre l'offre et la demande institutionnelle locale.
- 4** Identifier une activité de rapprochement entre le secteur agroalimentaire et les services alimentaires des institutions à l'échelle de la région du Centre-du-Québec; Déposer une demande de financement au RTCBQ.
- 5** Tenir de manière récurrente une activité de rapprochement entre les fournisseurs alimentaires émergents et le comité alimentaire du CIUSSS Mauricie-Centre-du-Québec.







## ORIENTATION 4

SENSIBILISER AUX BÉNÉFICES DE L'ACHAT D'ALIMENTS LOCAUX  
L'ENSEMBLE DES ACTEURS DE LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT  
ALIMENTAIRE DES INSTITUTIONS DANS LA MRC D'ARTHABASKA

### ACTIONS RETENUES

- 1** Recenser les programmes et services d'accompagnement en lien avec l'éducation et la sensibilisation relatives à l'alimentation locale et les faire connaître via les canaux de communication ciblés précédemment.
- 2** Identifier les canaux de communication pertinents et optimaux pour rejoindre les différents publics cibles.
- 3** Créer des capsules vidéo sur les impacts d'un approvisionnement alimentaire plus local et les diffuser sur le site web [www.plusdici.ca](http://www.plusdici.ca) et dans l'infolettre associée.
- 4** Consolider les communautés de pratique destinées aux responsables alimentaires des services de garde éducatifs et établir des canaux de communication efficaces entre les deux communautés de pratique sur le territoire.
- 5** Encourager la participation des institutions à la semaine « Les institutions mangent local ».
- 6** Réaliser des activités portant sur l'alimentation locale réunissant autant les personnes âgées que les jeunes afin de favoriser la proximité intergénérationnelle.
- 7** Concevoir un jeu sur l'alimentation locale destiné aux résidents et résidentes du CHSLD du Roseau.
- 8** De 2024 à 2026, réaliser chaque année une « Journée Découverte » visant à faire découvrir les producteurs locaux aux personnes âgées de la MRC.
- 9** Lors des consultations publiques pour l'élaboration de la nouvelle politique MADA (2024-29), faire valoir l'importance de sensibiliser les aînés aux bénéfices de l'alimentation locale.
- 10** Favoriser le maillage entre le secteur agroalimentaire et le programme Leader+ de l'école secondaire Le Tandem.





## ORIENTATION 5

DÉVELOPPER LES COMPÉTENCES ET CONNAISSANCES DES TRAVAILLEUSES ET TRAVAILLEURS DE LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

### ACTIONS RETENUES

- 1 Intégrer des activités d'enseignement et du contenu en lien avec l'approvisionnement institutionnel local dans : Les quatre profils du DEC Gestion et technologies d'entreprise agricole (GTEA); La Technique d'éducation à l'enfance.
- 2 Sonder les besoins en matière de formation pour le personnel des services alimentaires institutionnels.
- 3 Développer au moins une formation destinée au personnel des services alimentaires institutionnels répondant aux besoins diagnostiqués.
- 4 Développer une formation destinée aux entreprises bioalimentaires (producteurs et transformateurs) de la région Centre-du-Québec
- 5 Développer une séquence logique de webinaires portant sur différents outils, stratégies et pratiques permettant l'atteinte des objectifs ciblés dans la stratégie territoriale concertée.



## ORIENTATION 6

ADAPTER ET DIVERSIFIER L'OFFRE DES ENTREPRISES AGROALIMENTAIRES RÉPONDANT AUX BESOINS DES INSTITUTIONS

### ACTIONS RETENUES

- 1** Intégrer l'approvisionnement institutionnel dans la réflexion sur l'ouverture et le développement de marchés dans le cadre de la révision du Plan de développement de la zone agricole.
- 2** Diffuser les programmes d'accompagnement destinés aux entreprises agroalimentaires afin d'adapter leur production et leur mise en marché aux besoins institutionnels.
- 3** Réaliser un projet visant à démystifier les pratiques des distributeurs régionaux afin de permettre aux producteurs et transformateurs locaux d'avoir tous les outils en main pour établir leurs stratégies de commercialisation et développer le marché institutionnel.







## ORIENTATION 7

ACCROÎTRE LE POUVOIR D'ACHAT D'ALIMENTS LOCAUX DANS LES INSTITUTIONS

### ACTIONS RETENUES

- 1** Trouver un financement pour documenter les contraintes économiques limitant l'achat local dans les établissements de services publics.
- 2** Identifier un ou des organismes revendiquant une bonification du soutien gouvernemental pour l'achat local dans les institutions.
- 3** Diffuser les campagnes nationales pour la bonification du financement public de l'alimentation institutionnelle auprès des acteurs concernés de la MRC d'Arthabaska





## ORIENTATION 8

CONSOLIDER DES CHÂÎNES LOGISTIQUES INTÉGRÉES FAVORISANT L'ACHEMINEMENT DE PRODUITS LOCAUX FRAIS, CONDITIONNÉS ET PRÉ-TRANSFORMÉS VERS DES SECTEURS INSTITUTIONNELS CIBLÉS

### ACTIONS RETENUES

- 1** Développer une chaîne logistique permettant d'acheminer des aliments locaux frais ou conditionnés vers les services de garde éducatifs à l'enfance.
- 2** Développer un processus simple et efficace permettant aux directions des services de garde d'obtenir des plats intégrant des aliments locaux en cas d'absence de la personne responsable alimentaire.
- 3** Développer une chaîne logistique permettant d'acheminer des produits pré-transformés intégrant des aliments locaux vers le secteur des résidences privées pour aînés.
- 4** Déployer dans les écoles de Victoriaville de collations saines, avec une tarification sociale (Écollation), et en accordant une priorité aux écoles de milieux défavorisés.





## ORIENTATION 9

DÉVELOPPER UNE LOGISTIQUE DE MISE EN MARCHÉ GROUPEE DESTINÉE AUX INSTITUTIONS

### ACTIONS RETENUES

- 1 Évaluer la faisabilité d'avoir une plateforme transactionnelle destinée au marché institutionnel.
- 2 Évaluer la faisabilité de la mutualisation de l'offre des producteurs et transformateurs pour l'approvisionnement institutionnel.



## ORIENTATION 10

ASSURER LA MISE EN PLACE D'UNE GOUVERNANCE TERRITORIALE AFIN DE MAINTENIR LA MOBILISATION DES ACTEURS ET LA MISE EN ŒUVRE DES ACTIONS DE LA STRATÉGIE.

### ACTIONS RETENUES

- 1 Assurer des représentations auprès des instances potentiellement porteuses de la stratégie.
- 2 Accompagner le porteur dans la reprise du mandat de coordination de la stratégie territoriale.







## MERCI À TOUTES LES PERSONNES QUI SE SONT IMPLIQUÉES DANS LES COMITÉS DE TRAVAIL POUR L'ÉLABORATION DE LA PRÉSENTE STRATÉGIE TERRITORIALE!

**Alain Girard**, professeur agrégé, Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec – GastronomiQc Lab

**Angèle Martin-Rivard**, chargée de projet, Artha-Récolte, Corporation de développement économique de Victoriaville et sa région

**Alexis Beaudet**, conseiller aux entreprises, VEC Entreprises et communauté, Cégep de Victoriaville

**Cynthia Allaire**, directrice générale – CPE Hoplavie

**Denis Deschamps**, directeur général – Cégep de Victoriaville

**Dominic Poulin**, directeur – Secteur agroalimentaire, Corporation de développement économique de Victoriaville et sa région

**Étienne Croteau**, agent de développement des communautés – MRC d'Arthabaska

**Étienne Marquis**, gestionnaire de projets – Service d'aide aux entreprises Centre-du-Québec

**Ève Beauregard**, agente de développement et responsable des Petits ambassadeurs – Table intersectorielle régionale en saines habitudes de vie du Centre-du-Québec

**Ève Lambert**, co-proprétaire – Ferme des possibles

**France Gagnon**, directrice – Parcours

**Guyline Martin**, répondante en formation agricole – Collectif en formation agricole du Centre-du-Québec

**Joanie Lemire**, conseillère en approvisionnement local – Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec

**Jonathan Daigle**, administrateur – Mon Marché et co-proprétaire – Ferme des possibles

**Julie Chabot**, conseillère en transformation alimentaire – Direction régionale du Centre-du-Québec du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec

**Julie Rondeau**, conseillère en développement régional – Direction régionale du Centre-du-Québec du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec

**Manon Couture**, conseillère en développement durable – Cégep de Victoriaville

**Mariane Dion**, agente de planification, programmation et recherche – Direction de santé publique et responsabilité populationnelle du Centre intégré universitaire de santé et de services sociaux de la Mauricie-et-du-Centre-du-Québec

**Marie-Ève Croteau**, ex-coordonnatrice – Pro-Enjeux

**Mathieu Dumont**, directeur général – Alimentation du Lac

**Mathilde Laroche-Bougie**, gestionnaire – Programme Aliments du Québec au menu

**Maurice Lampron**, propriétaire – Famille Lampron

**Raphaëlle Nodet**, conseillère en approvisionnement local – Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec

**Sébastien Trottier**, directeur – Locavora et administrateur – Mon Marché

**Sophie Martel**, coordonnatrice du programme Gestion et technologies d'entreprises agricoles – Cégep de Victoriaville

**Sylvie Courchesne**, conseillère – Développement agricole, Corporation de développement économique de Victoriaville et sa région

**Sylvie Garneau**, administratrice – Comité des usagers Arthabaska-Érable

**Tania Hurtubise-Forget**, agente de développement des communautés – MRC d'Arthabaska

**Vicky Caron**, coordonnatrice – Pro-Enjeux

**Vicky Martineau**, directrice générale – Baska – Cuisine commerciale

**Zoé Tétreault**, chargée de projet agroalimentaire – AgrÉcole



#### POUR INFORMATIONS ET COMMENTAIRES

**Centre d'innovation sociale en agriculture  
du Cégep de Victoriaville**

33 rue Notre-Dame Est, 2<sup>e</sup> étage  
Victoriaville (Québec) G6P 9W4

[info@cisainnovation.com](mailto:info@cisainnovation.com) | [cisainnovation.com](http://cisainnovation.com)



Corporation de  
développement économique  
**Victoriaville et sa région**



**CISA**

Centre d'innovation  
sociale en agriculture

INAB  CÉGEP DE VICTORIVILLE

Ce projet a été financé par le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec dans le cadre du Programme de développement des marchés bioalimentaires ainsi que par la Corporation de développement économique de Victoriaville et sa région.