

RAPPORT ANNUEL 2017

Table bioalimentaire Côte-Nord
106, rue Napoléon, bureau 303
Sept-Îles (Québec) G4R 3L7
tablebioalimentairecotenord.ca

À PROPOS DE LA TABLE...



La Table bioalimentaire Côte-Nord est un organisme membre du réseau des TCAQ (Tables de concertation agroalimentaire du Québec). Sa mission est de promouvoir le développement, la mise en valeur et la commercialisation des produits bioalimentaires de la Côte-Nord. Le tout est réalisé dans une perspective de développement durable. La Table bioalimentaire Côte-Nord doit prendre tous les moyens efficaces et nécessaires afin de soutenir l'avancement de l'industrie bioalimentaire de la Côte-Nord. Pour y arriver, elle se concerte avec les intervenants locaux et régionaux, privés et publics de l'ensemble de la Côte-Nord.

Le conseil d'administration est constitué d'entreprises : des producteurs agricoles, des pêcheurs, des transformateurs alimentaires industriels et artisans, des restaurants ainsi que des distributeurs en gros et aux détails. Le Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ), l'Union des producteurs agricoles (UPA), les agences régionales de la santé, ainsi qu'un représentant des associations touristiques régionales (ATR), un représentant des sociétés d'aide au développement de la collectivité (SADC) et un représentant des centres locaux de développement (CLD) de la région siègent à nos rencontres à titre d'observateurs.

Les activités de la Table bioalimentaire Côte-Nord sont possibles grâce à la contribution du Ministère de l'Agriculture des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec.

TABLE DES MATIÈRES

À propos de la Table.....	2
Mot du président.....	4
La Table bioalimentaire en bref	5
Portrait du membership.....	5
Portrait des investissements	5
Activité de fonctionnement	8
Les projets 2016-2017.....	9
Forum bioalimentaire	9
Circuit gourmand.....	9
Les Marchés publics de la CÔte-Nord	10
Formation emballage	11
DÉmarche de consultation	12
Promotion.....	12
Kiosque.....	12
Nord-Goûteurs	13
Le grand Dégel.....	13
DÉveloppement de services	14
Communication.....	14
Bulletin Électronique	14
Chroniques bioalimentaires.....	14
Pages Facebook	15
CommuniquÉS.....	16
Représentation	16
Diners des intervenants	16
LES TCAQ (Tables de Concertation Agroalimentaires du QuÉbec).....	16
Composition du conseil d'administration	17
Postes nominatifs.....	17
Postes électifs - Secteur de la production.....	17
Postes électifs - Secteur de la transformation.....	17
Postes électifs - autres secteurs	17

MOT DU PRÉSIDENT



Pêche et agriculture ont toujours fait partie du paysage de la Côte-Nord. Pourtant, le travail ne manque pas si l'on parle de développement, de réseautage et de promotion concertée.

Le conseil d'administration de la TBCN est fermement engagé dans le développement économique de sa région. Les projets novateurs menés par la TBCN permettent collectivement, aux entreprises de saisir des opportunités et de poursuivre la réalisation de leurs objectifs d'affaires. Concrètement, la contribution de la TBCN à la concertation et à la mobilisation de l'industrie régionale porte lentement ses fruits et sa notoriété augmente chaque année. Cela est possible grâce au soutien de nos partenaires financiers et de nos collaborateurs.

Dans la dernière année, certains enjeux ont retenu l'attention plus que d'autres. Marketing, promotion et mise en marché des produits du terroir ont été au centre des discussions, notamment avec les lancements d'une démarche de consultation et du club gourmand « Les Nord-Goûteurs ». L'organisation et la tenue du Forum bioalimentaire a mobilisé en grande partie les ressources de la TBCN au cours de cette période. L'événement a permis à nouveau aux entrepreneurs d'élargir leur réseau d'affaires et de s'informer sur les nouvelles tendances et les avancées technologiques.

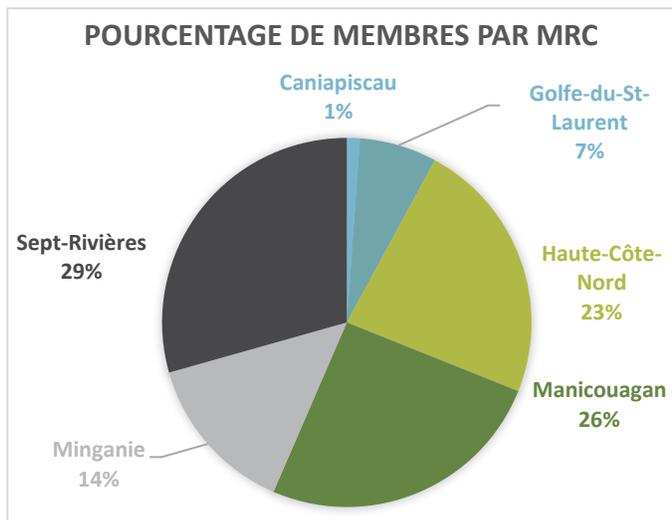
L'idée d'une stratégie de promotion des produits régionaux s'impose lentement. Pour réussir il faudra travailler ensemble : l'Est avec l'Ouest, le Nord avec le Sud, le secteur des pêches et de l'aquaculture avec le secteur agricole, les partenaires privés avec les organisations publiques, l'industrie bioalimentaire avec l'industrie touristique, pour identifier nos spécificités régionales, les mettre en valeur, les faire découvrir et faire rayonner la Côte-Nord au-delà de son territoire.

Martial Hovington, président

LA TABLE BIOALIMENTAIRE EN BREF

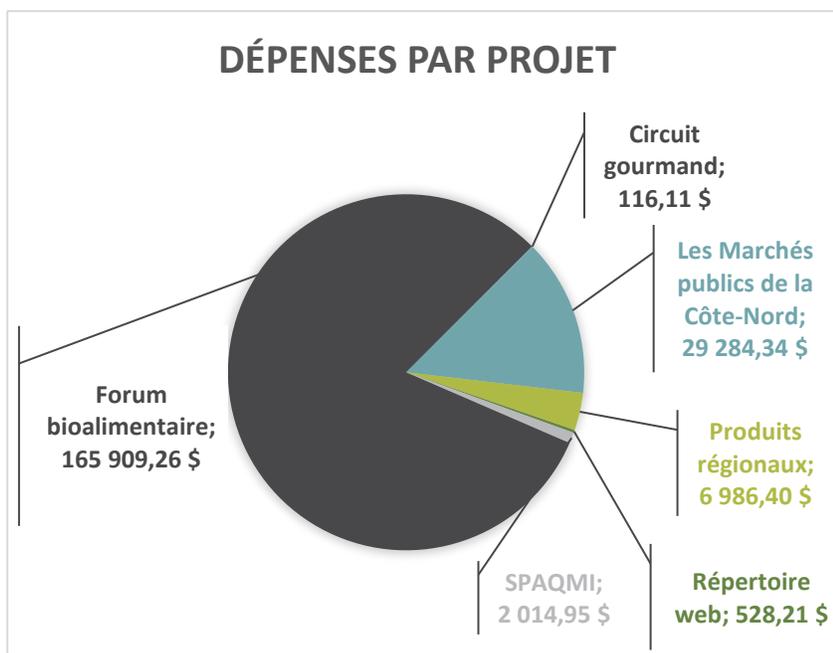
PORTRAIT DU MEMBERSHIP

Les actions de la TBCN visent à permettre aux entreprises de l'ensemble de l'industrie bioalimentaire nord-côtières de prospérer. Celles-ci œuvrent dans différents secteurs : pêches, aquaculture, agriculture, restauration, distribution, vente au détail ou en gros, ainsi que transformation artisanale ou industrielle. Celles qui ont participé à l'une ou l'autre des activités ou qui ont bénéficié des services de la TBCN au cours des dernières années sont comptées comme étant des membres. Au total, ces 177 membres sont répartis sur l'ensemble des territoires des municipalités régionales de comté (MRC).



PORTRAIT DES INVESTISSEMENTS

Le présent rapport est présenté au terme de l'année 2016-2017. Au total, c'est près de 244 000\$ investis dans des activités de formation, concertation, promotion et de soutien aux entreprises. Le Forum bioalimentaire est indéniablement le projet le plus ambitieux de la dernière année. Les autres projets ont bénéficié de financements moindres.

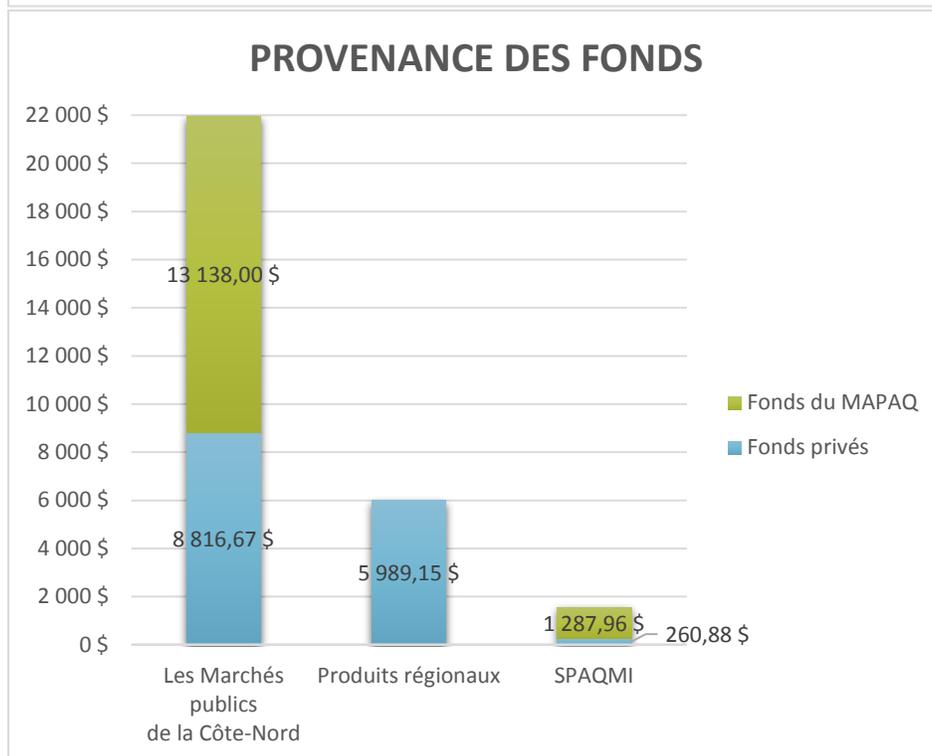
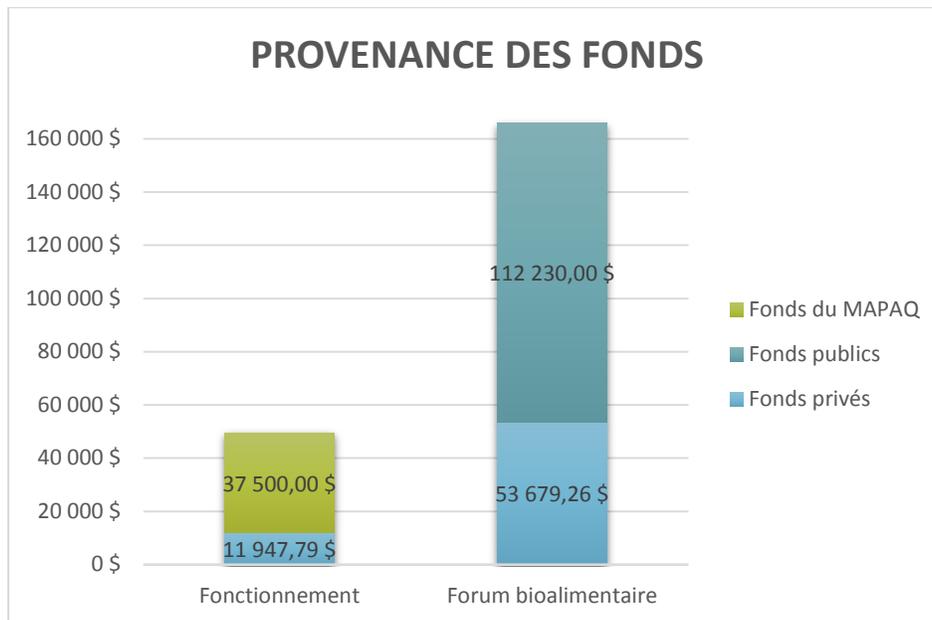


L'ensemble des initiatives a été entrepris par la TBCN pour répondre à l'une ou l'autre des problématiques régionales. Le tableau suivant donne un aperçu des objectifs du plan stratégique élaboré par la TBCN relativement à chaque projet.

Objectifs par projet

Objectif	Projet							
	Forum bioalimentaire	Circuit gourmand	Marchés publics de la Côte-Nord	Le Grand dégel	Bulleth électronique	Terror Côte-Nord	Nord-Gotéteurs	SPAOMI
Enjeu #1 - Diversification de l'offre et développement de produits à valeur ajoutée								
1	Encourager et promouvoir l'entrepreneuriat.							
2	Acquérir et communiquer des connaissances sur les biotechnologies et les propriétés nutraceutiques.	X				X		
3	Encourager la deuxième et troisième transformation alimentaire en région notamment en facilitant l'accès à des infrastructures, des équipements et des services adaptés aux besoins.							
Enjeu #2 - Compétitivité								
4	Encourager l'innovation, la modernisation et l'amélioration de la polyvalence des équipements et des procédés (bateau du futur, technique de culture et d'élevage en milieu nordique).	X				X		
5	Sensibiliser les promoteurs à la valeur ajoutée des produits nord-côtiers, à l'importance de la qualité du produit et du service pour l'expérience du consommateur.	X				X	X	
6	Faciliter l'accès aux ressources techniques, professionnelles, financières et foncières du milieu.	X				X		
7	Diversifier les sources de revenus des entreprises.		X	X			X	X
8	Faciliter le transfert d'expertise entre les entreprises et les secteurs.	X				X		
9	Régénérer un bassin de main-d'œuvre compétente par la valorisation des métiers, l'allongement de la saison, l'étalement et la diversification des tâches, l'amélioration des conditions d'emploi et la formation.	X				X		
Enjeu #3 - Mises en marché								
10	Éduquer les consommateurs sur le potentiel culinaire des produits nord-côtiers, leur qualité, leur valeur et leurs caractéristiques.	X	X	X	X	X	X	X
11	Promouvoir l'industrie comme levier de développement économique et de création d'emplois.	X	X	X	X	X		
12	Développer et renforcer une identité culinaire régionale forte agissant comme catalyseur pour la promotion des produits bioalimentaires par les entreprises.		X		X	X	X	
13	Encourager la traçabilité, la certification, ainsi que les appellations réservées et les termes valorisants.	X				X		
14	Développer des liens entre l'industrie bioalimentaire, le tourisme, la culture en s'associant à des événements et à de nouveaux collaborateurs.							
15	Identifier, communiquer et développer des opportunités d'affaires liées aux marchés globaux, nationaux et régionaux (agrotourisme et tourisme gourmand, produits émergeant, coproduits ou de remplacement et nouvelles tendances).	X				X	X	X
16	Faciliter le rapprochement entre l'artisan alimentaire et le consommateur.		X	X			X	
17	Réseauter les producteurs, transformateurs, restaurateurs, distributeurs, établissement institutionnels entre eux.	X	X			X	X	X
18	Améliorer l'autonomie alimentaire de la région et des secteurs dont l'accessibilité est plus difficile.		X	X			X	X
19	Faciliter l'accès aux marchés des grands centres urbains et au marché de la vente en ligne.						X	
20	Faciliter l'accès à des services liés au développement des marchés internationaux.					X		
Enjeu #4 - Environnement								
21	Promouvoir une gestion durable et des pratiques responsables pour la santé, la conservation des ressources et des milieux naturels.	X				X		
22	Encourager l'optimisation des performances environnementales des entreprises notamment par la réduction de la consommation énergétique et de l'émission de gaz à effet.	X				X		
23	Éduquer la population sur les effets environnementaux, sociaux et économiques de leurs décisions d'acheter localement.		X	X			X	X
24	Encourager la valorisation des résidus par le développement de coproduits.	X				X		
25	Éduquer la population sur les risques sociaux et environnementaux réels de projet de développement (acceptabilité sociale).							

Pour l'ensemble des activités de la TBCN, le financement de sources privées atteint 33 %. Notons que le MAPAQ demeure le partenaire financier qui a contribué le plus au financement des activités de la TBCN. Parmi les autres partenaires publics mentionnons : Développement Économique Canada, le ministère de l'Économie, des Sciences et de l'Innovation.

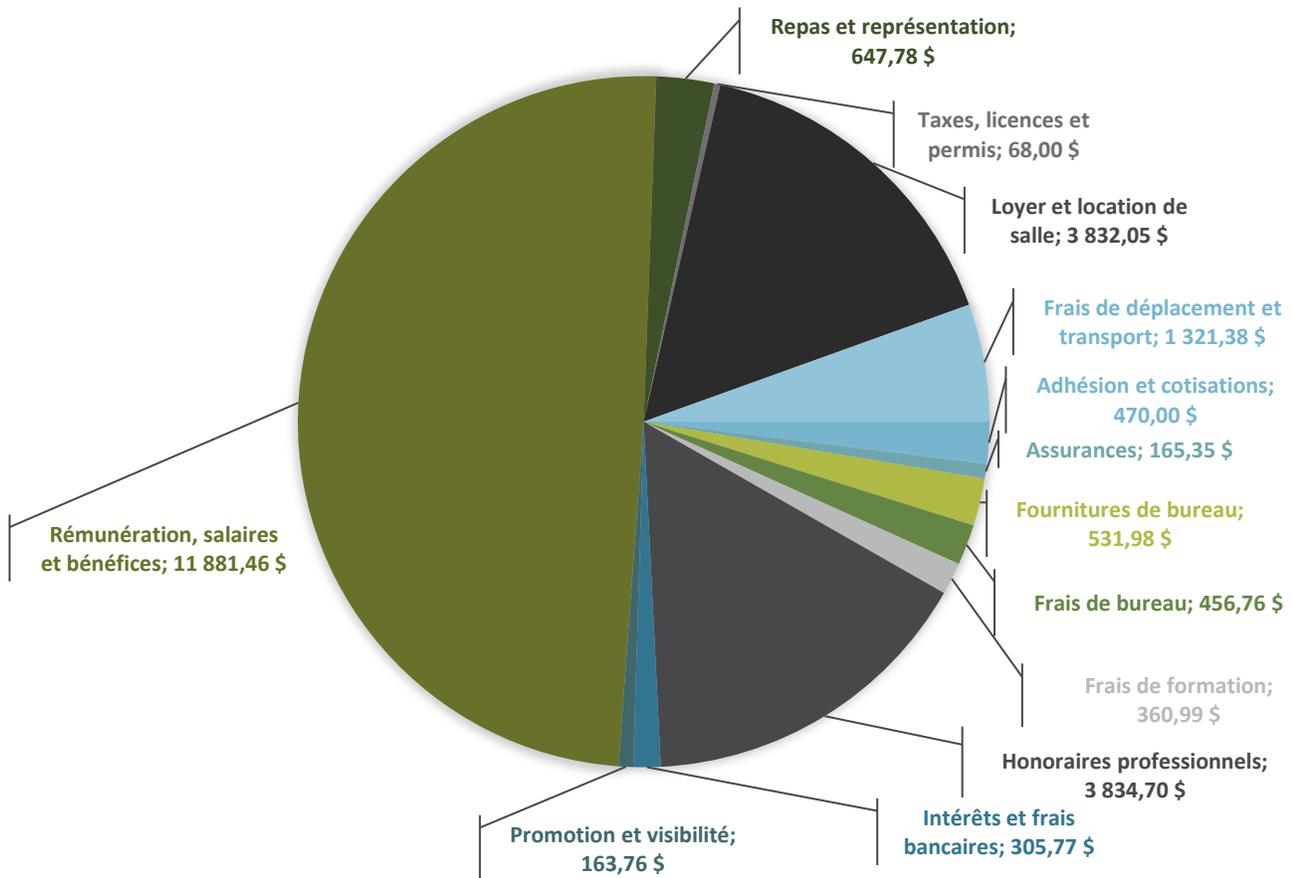


Le financement demeure un enjeu pour toutes les organisations. Des pourparlers sont en cours afin de conclure une entente spécifique avec le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec et les MRC. Ce protocole permettrait de financer le fonctionnement de la TBCN, de renforcer ses actions et d'en multiplier les retombées pour les entreprises.

ACTIVITÉ DE FONCTIONNEMENT

Les dépenses de fonctionnement de la dernière année ont totalisé 24 040\$. Les principales dépenses sont liées aux salaires dédiés à la gestion de l'organisme, au loyer et aux honoraires de comptabilité. Chacun de ces postes de dépenses demeure proportionnel à l'an dernier.

FRAIS DE FONCTIONNEMENT PAR POSTE DE DÉPENSE



LES PROJETS 2016-2017



FORUM BIOALIMENTAIRE

Les 25 et 26 janvier 2017, a eu lieu au Centre des arts de Baie-Comeau, le Forum bioalimentaire Côte-Nord. Cette 5^e édition du forum était l'aboutissement d'un premier pas vers l'élaboration d'une stratégie de positionnement régional des produits nord-côtiers et du tourisme gourmand en région.

L'événement comprenait des présentations, un salon du terroir et un souper patrimonial. Il était attendu par les entrepreneurs de l'industrie bioalimentaire régionale. Il a permis à quelque 140 participants de la Côte-Nord de mettre à jour leurs connaissances, de réseauter avec d'autres entrepreneurs et de mieux connaître les services offerts par les organismes de développement économique et les ministères.

Le projet a eu des retombées significatives pour les entreprises. Un sondage nous a révélé plusieurs faits intéressants :

- À la suite du forum, 61 % des participants souhaitaient effectuer des changements dans leur stratégie de mise en marché ou de commercialisation;
- Mieux, 85 % souhaitaient participer à une stratégie régionale de mise en valeur des produits et de l'identité culinaire de la Côte-Nord;
- 95 % estimaient leur participation au prochain forum certaine ou probable;
- 100 % mentionnaient que le forum leur a permis d'établir des contacts qui pourraient évoluer vers des relations d'affaires;
- 82 % des participants ont grandement apprécié la formule « panel » qui a permis à des entreprises et des organismes de témoigner de leur expérience sur un sujet donné.

Finalement, malgré une météo difficile et des changements à la programmation du forum, les objectifs du forum ont été atteints avec succès.

CIRCUIT GOURMAND

Le magazine est normalement édité au deux ans. L'hiver 2017 aurait normalement été le moment de la réédition. Toutefois, des changements importants dans la promotion de la région et de ses produits se dessinent. Par souci de cohérence, la décision a donc été prise de retarder le projet à la prochaine année financière.

Un point majeur doit toutefois être souligné : Terroir du littoral, organisme initiateur du circuit gourmand, a pris la décision de confier l'entière gestion du projet à la TBCN et de cesser ses activités.



LES MARCHÉS PUBLICS DE LA CÔTE-NORD



Les marchés publics sont en forte expansion au Québec depuis plusieurs années. La Côte-Nord n'y fait pas exception et fait découvrir les produits régionaux à la population depuis 8 ans. L'intérêt de la population pour les produits régionaux a permis la mise sur pied de 4 marchés publics. Leur croissance est constante. Toutefois, le nombre de producteurs et leur étalement sur le vaste territoire de la région freinent quelque peu leur développement.



Les deux principaux enjeux auxquels s'attaquent les marchés publics de la région sont la mise en valeur et la disponibilité des produits régionaux. Plus les marchés sont visibles et plus la population prend conscience de l'offre de produits et de leurs disponibilités. De plus, dans le cas des marchés publics, le moyen privilégié pour rencontrer ces enjeux est le contact personnel, donc sans intermédiaire, entre le producteur et le consommateur.

De manière spécifique, le projet rejoint 5 des 25 objectifs énoncés dans le plan stratégique de l'industrie élaboré par la TBCN soit :

1. Diversifier les sources de revenus des entreprises;
2. Promouvoir l'industrie comme levier de développement économique et de création d'emplois.
3. Faciliter le rapprochement entre l'artisan alimentaire et le consommateur;
4. Améliorer l'autonomie alimentaire de la région et des secteurs dont l'accessibilité est plus difficile.
5. Réduire la distance parcourue par les produits.



Les coupons de tirages des marchés publics ont permis de dresser un portrait de la clientèle :

- ■ 79 % sont des femmes
- ■ La moyenne des achats par visite atteinte 28,85 \$
- ■ Elles effectuent un achat au marché 1 semaine sur 5



Nous souhaitons toutefois mentionner que selon nos observations, bien que certains couples fréquentent le marché à deux, c'est souvent la femme qui complète le coupon.

Pour les marchés de la Côte-Nord, outre la promotion, le principal enjeu est la diversification des produits offerts dans les marchés. Cette diversification est freinée par le nombre restreint de producteurs en région et leur dissémination sur le vaste territoire de la Côte-Nord, un climat peu propice à certaines cultures, un achalandage des marchés peu attractif pour les producteurs et un manque de personnel à la ferme. À ce propos, l'offre de produits non alimentaires peut être un moyen de diversifier l'offre dans les marchés.

En 2016, les marchés publics de la Côte-Nord ont affiné leur stratégie de communication. La campagne a été menée sur Facebook. Une suite de semaines thématique au cours de l'été (semaine des framboises, des chicoutais, des bleuets, des gourganés, etc.). Ceci jusqu'à la fin septembre. Finalement, des concours, tirages de paniers du terroir et

autres outils promotionnels permettront d'impliquer la population dans la promotion des marchés et leur faire découvrir les produits locaux.

Le virage web permettra de mieux connaître la portée des publicités. Les statistiques web permettront notamment de mieux évaluer leur impact.

La Table bioalimentaire Côte-Nord a pu compter sur l'implication de responsables dans trois marchés. Ces personnes ont permis le bon fonctionnement des marchés :

-  Pascale Lacouline, citoyenne engagée, Tadoussac
-  Stéphanie Landry, SADC Manicouagan, Baie-Comeau
-  Claude Lussier, Coop le Grenier Boréal, Longue-Pointe-de-Mingan

Horaire des marchés publics de la Côte-Nord

Marché de	« Emplacement »	Jours et heures d'ouverture	Périodes
Tadoussac	Stationnement de l'église	Les samedis de 10 h à 16 h	Du 18 juin au 24 septembre
Baie-Comeau	Place de la biosphère	Les jeudis de 16 h à 20 h	Du 28 juillet au 15 septembre
Sept-Îles	Promenade du Vieux-Quai	Les samedis de 10 h à 16 h	Du 23 juillet au 24 septembre
Longue-Pointe-de-Mingan	Carrefour de mer et de culture (site du festival des Paspayas)	Les samedis de 10 h à 15 h	Les 13 et 27 août, le 17 septembre

FORMATION EMBALLAGE

L'approvisionnement des institutions de la Côte-Nord en produits régionaux ne fait certainement pas partie des pratiques courantes. La stratégie de positionnement des aliments québécois sur le marché institutionnel vise à arrimer l'offre québécoise à la demande institutionnelle de chaque région.

Une dernière activité a été réalisée dans le cadre du projet pilote, soit une formation sur l'emballage.

Le marché institutionnel régional représente certainement un potentiel intéressant, mais certaines particularités sont liées à ce marché. Que ce soit le format ou même l'identification du produit, l'emballage représente un élément important.

La Table bioalimentaire Côte-Nord a donc permis à des entreprises de profiter de l'expertise de monsieur Bruno Ponsard, directeur de l'Institut de technologie de l'emballage et du génie alimentaire (ITEGA). Les connaissances acquises par les entrepreneurs étaient directement applicables au marché institutionnel et indirectement dans d'autres marchés connexes tels que celui de la restauration.



DÉMARCHE DE CONSULTATION

Lors de l'événement le Grand Dégel et de la conférence de M. Michel Lambert sur le patrimoine culinaire de la Côte-Nord, l'auditoire a été invité à répondre aux questions suivantes : selon vous, quel est le plat typiquement Nord-Côtier? Qu'est-ce qui distingue le terroir régional de ceux des autres régions? La discussion a été animée par la firme Papilles. Après l'événement, la Table bioalimentaire a lancé un concours pour déterminer les 20 plats les plus typiquement nord-côtiers. Ces mesures ont permis à la population de participer à la consultation.



Les mêmes questions ont également été posées à des entrepreneurs et intervenants du développement bioalimentaire et touristique lors de rencontre de groupe et d'entrevue téléphonique. L'ensemble des informations a mené à la rédaction et au dépôt d'un plan d'action pour la mise en valeur du tourisme gourmand dans la région.

Finalement, une conférence qui avait pour titre « Saveurs nord-côtières : un patrimoine distinctif? » a été présentée par Emmanuelle Choquette et Audrey Simard de la même firme aux participants du forum bioalimentaire. Un sondage maison, envoyé aux participants après l'événement, nous a permis de découvrir qu'à la suite de cette conférence, 61 % des participants souhaitaient effectuer des changements dans leur stratégie de mise en marché ou de commercialisation, et 85 % souhaitaient participer à une stratégie régionale de mise en valeur des produits et de l'identité culinaire de la Côte-Nord.

Une telle stratégie de positionnement régionale pourrait faire l'objet d'un projet ambitieux si elle trouve les appuis nécessaires.

PROMOTION

Kiosque

La TBCN a tenu un kiosque à différentes occasions afin de faire la promotion des produits régionaux. Quelques fois en faisant de la vente, d'autres fois seulement par la sensibilisation. Voici la liste des événements où la TBCN a tenu un kiosque :

- Fête de la terre (école Jean-du-Nord)
- Marché public de Longue-Pointe-de-Mingan
- Accueil des croisiéristes internationaux à l'escale de Sept-Îles



Nord-Goûteurs

La première saison du club gourmand « Les Nord-Goûteurs » a été couronnée de succès. La formule proposée par la Table bioalimentaire Côte-Nord permet aux membres du club d'accéder de façon exclusive à un menu original et exclusif mettant en valeur les produits nord-côtiers.

Le concept du club est simple : le souper est offert sur une base mensuelle chez un restaurateur différent. Plus qu'un simple repas, c'est l'occasion de rencontrer les artisans du terroir régional. Le restaurateur et le producteur prennent la parole pour nous parler de leurs motivations, leurs passions, leurs défis et de leur vision du terroir nord-côtier.



« Les activités des Nord-Goûteurs dynamisent le secteur de la restauration et éveillent les sens. L'initiative ravive l'intérêt pour les produits régionaux et favorise l'appropriation du terroir nord-côtier par la population régionale. » Brigitte Cloutier, restauratrice.

« Pour un producteur, voir le fruit de son labeur, ainsi mis en vedette dans un événement comme celui-ci, c'est la reconnaissance de notre travail au champ. C'est gratifiant de voir la finalité du produit soumis à la créativité du restaurateur. » Denis Picard, producteur.

L'objectif du départ était d'atteindre une trentaine de membres dont près d'une douzaine participerait à chaque souper. Le club compte maintenant plus d'une centaine de membres et la majorité des soupers ont fait salle comble. La réussite des Nord-Goûteurs démontre bien que l'initiative répond aux besoins des amateurs de produits régionaux, autant qu'à ceux des entrepreneurs de la côte. La TBCN salue les collaborateurs au projet, soit la SADC Côte-Nord et la radio O99, 1 - Le meilleur de la musique. Il est fort à parier que l'initiative s'étendra à d'autres localités de la région.

Le Grand Dégel

Le Musée régional de la Côte-Nord, en partenariat avec la Table bioalimentaire Côte-Nord, invitait la population à l'événement Le Grand Dégel : le rendez-vous des saveurs nord-côtières, qui a eu lieu samedi 16 avril 2016 et ayant débuté à 13 h 30. Plusieurs activités étaient prévues au programme pour fêter les produits régionaux du printemps et notre patrimoine culinaire : conférence de Michel Lambert sur le patrimoine culinaire de la Côte-Nord, concours, dégustation et 5 à 7 du terroir.

Le concours culinaire mettant en vedette les produits régionaux a fait le bonheur des participants qui nous ont fait connaître leur « incontournable », que ce soit votre recette familiale fétiche ou la recette qui titille les papilles de vos invités.

En plus des activités annoncées dans le cadre de l'événement « Le Grand Dégel », la Table bioalimentaire Côte-Nord a fait des annonces supplémentaires : le lancement de la démarche de consultation sur l'identité culinaire régionale, le lancement du répertoire web des produits régionaux, le lancement d'un club gourmand et le lancement d'un livre de recettes, produit et publié par les élèves de l'école du boisé de Sept-Îles. Ce fut également l'occasion d'annoncer à la population et aux médias la tenue du Forum bioalimentaire régional.

DÉVELOPPEMENT DE SERVICES

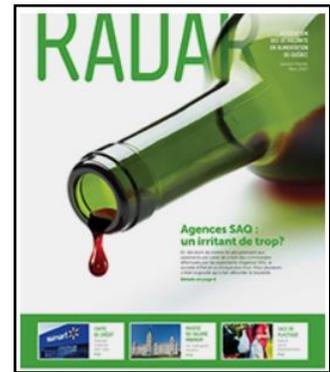
La TBCN tend à développer pour ses membres, certains services qui n'étaient pas offerts en région. Ainsi un support à l'organisation de souper du terroir est maintenant offert aux ceux qui en font la demande. La première organisation à s'en être prévalu est la Table Régionale de Concertation des Aînés de la Côte-Nord dans le cadre d'un colloque qui a eu lieu à Sept-Îles. Le souper du terroir a été préparé par Mels Traiteur. La Table a bénéficié de quelques minutes pour expliquer sa mission aux participants de cet événement.

COMMUNICATION

BULLETIN ÉLECTRONIQUE

La TBCN a commencé à transmettre, à ses membres et partenaires, un bulletin de veille. Au cours de l'année, quatre publications ont traité d'actualités régionales (15), d'actualités nationales ou internationales (9), de tendances (7). Pour y parvenir, les publications suivantes sont lues, analysées et partagées :

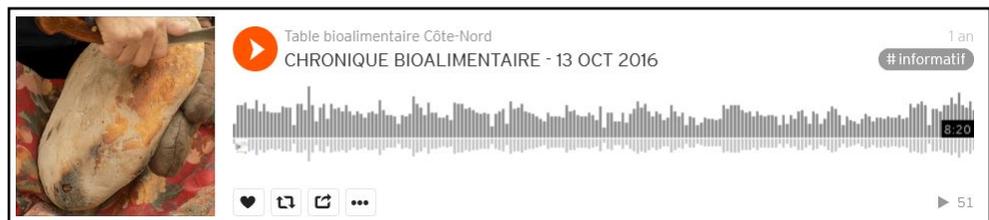
- ■ ■ Le bulletin des agriculteurs
- ■ ■ Agroboraal (ACCORD)
- ■ ■ Bioclip (MAPAQ)
- ■ ■ CNW Telbec (Communiqué de presse gouvernemental)
- ■ ■ Centre de Référence en Agriculture et Agroalimentaire du Québec (CRAAQ)
- ■ ■ La Revue Hotels, Restaurants et Institutions
- ■ ■ Les Infolettres de toutes les Tables de concertation bioalimentaires du Québec
- ■ ■ RADAR (Association des détaillants en alimentation du Québec)



CHRONIQUES BIOALIMENTAIRES

À l'automne, la TBCN a tenu des chroniques bioalimentaires à la radio locale (Pur FM). Ces chroniques avaient pour principaux objectifs de sensibiliser la population aux potentiels bioalimentaires de la région, de valoriser les produits, les artisans et les métiers de l'industrie. Plusieurs personnes ont été invitées à participer aux chroniques en raison de leur expérience et de leur expertise : des entrepreneurs, des gestionnaires, des chercheurs et des passionnés.

Après avoir été diffusées sur les ondes de la radio, les chroniques ont été publiées sur SoundCloud et partagées sur Facebook.



Date	Sujet	Invité
15 septembre	La place du gibier dans le terroir de la Côte-Nord	Christian Marcotte, chasseur
22 septembre	Qu'est-ce qui pousse sur la Côte-Nord?	Marjolaine Bezeau, herboriste et passionnée de jardinage
29 septembre	Le visage méconnu en changeant de la pêche d'aujourd'hui	Serge Langelier, Amik
3 octobre	La mariculture	Sandra Blais Ferme Maricole Purmer
13 octobre	L'héritage autochtone au terroir alimentaire de la Côte-Nord	Sylvie Basile, Conseil des Innu Ekuanitshit
20 octobre	Se lancer en agriculture en 2016	Denis Picard, producteur de bleuets
27 octobre	Apport de la recherche et du développement de connaissances en lien avec les petits fruits et leurs propriétés nutraceutiques au développement de l'industrie	Ève-Catherine Desjardins CEDFOB
3 novembre	Algue	Marie Lionard, Mérinov
10 novembre	Savoir Affaires	Myriam Desjardins (les Jardins d'océane), Jean Christophe Dubreuil (Poissonnerie Fortier), Emmanuelle Choquette (Papilles)
17 novembre	Bilan des marchés publics	
24 novembre	Les produits sauvages	Russel Tremblay, Les Saveurs Boréales
1 ^{er} décembre	Forum bioalimentaire	
8 décembre	Suggestion cadeaux pour le temps des fêtes	

PAGES FACEBOOK

	TBCN	Circuit gourmand	Les marchés publics de la Côte-Nord
Nombres de publications	84	146	43
Nombre de mentions "J'aime" au 31 mars	604	619	1330
Augmentation du nombre de mentions "J'aime"	94,8%	5,45%	91,9%

Site web	Nombre de visites	Augmentation
www.circuit-gourmand.ca	5224	21%
www.tablebioalimentairecotenord.ca	5717	90%



COMMUNIQUÉS

La TBCN a publié quelques communiqués de presse au cours de l'année. En voici la liste :

Date	Titre
24 mars 2016	Le Grand Dégel : le rendez-vous des saveurs nord-côtières
1er avril 2016	Concours culinaire
15 avril 2016	D'autres surprises lors du Grand Dégel
5 mai 2016	À la recherche des 20 plats les plus typiquement nord-côtières
8 juin 2016	Les Nord-Goûteurs, un club qui répond aux besoins de la région
15 décembre 2016	Changement de présidence à la Table bioalimentaire Côte-Nord

REPRÉSENTATION

DINERS DES INTERVENANTS

Le dîner des intervenants est organisé mensuellement par la SADC de la Côte-Nord, c'est un moment privilégié par les intervenants de tous les secteurs pour partager de l'information et une vision du développement socioéconomiques. Il permet de positionner l'industrie bioalimentaire face aux autres secteurs économiques régionaux. La direction de la TBCN y a participé à 4 reprises au cours de l'année.

LES TCAQ (TABLES DE CONCERTATION AGROALIMENTAIRES DU QUÉBEC)

La TBCN continue de collaborer avec les TCAQ à différents projets. Fait à noter, trois d'entre elles ont disparu en raison d'un manque de financement. Une autre, soit l'une des plus dynamiques a annoncé la fin de ses activités. La rencontre provinciale tenue par visioconférence pour éviter des frais de déplacement. En février, les TCAQ ont publié la troisième édition de « Dynamiques », un document faisant le portrait des réalisations des TCAQ dans chacune des régions. La Côte-Nord y trouve sa place.



En plus d'apporter un appui pour le développement de projet sur la Côte-Nord, la participation aux discussions des TCAQ permet d'être au fait des dossiers nationaux comme :

- ■ ■ Partenariat UPA – TCAQ
- ■ ■ Conseil de promotion des aliments du Québec
- ■ ■ Groupe québécois de concertation en agrotourisme et tourisme gourmand
- ■ ■ Association des détaillants en alimentation du Québec
- ■ ■ Centre de Référence en Agriculture et en Agroalimentaire du Québec
- ■ ■ Positionnement des aliments régionaux dans les supermarchés
- ■ ■ Stratégie de positionnement des aliments du Québec sur le marché institutionnel

COMPOSITION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

POSTES NOMINATIFS

Organisation régionale représentative du secteur agricole

Martial Hovington | UPA | **Président**

Organisation régionale représentative du secteur des pêches et de l'aquaculture

Tony Wright | Conseil de l'industrie des pêches et de l'aquaculture | **Vice-président**

POSTES ÉLECTIFS - SECTEUR DE LA PRODUCTION

Culture la plus importante (bleuet)

Daniel Harvey | Bleuetière Manicouagan

Produits carnés et laitiers

Yves Laurencelle | Producteur bovin

Pêche

Serge Langelier | AMIK

Aquaculture

Sandra Blais | Ferme maricole Purmer

Autre production (maraichère, apicole, petit fruit)

Donald Bérubé | Ferme Manicouagan

POSTES ÉLECTIFS - SECTEUR DE LA TRANSFORMATION

Produits marins

Pierre Léonard | Conseil des Innus Essipit

Petits fruits

Michèle Beaulieu | Confiserie de la Mère Michèle

POSTES ÉLECTIFS - AUTRES SECTEURS

Distribution

Jean-Christophe Dubreuil | Poissonnerie Fortier

Restauration

Martin Brisson | La Galouine Auberge et restaurant

Agrotourisme

Claude Lussier | COOP le Grenier boréal

Produits forestiers non-ligneux

Russel Tremblay | Les Saveurs Boréales | **Secrétaire-trésorier**

Autre (neutraceutique, biotechnologie, services technique ou professionnel, etc.)

Ève-Catherine Desjardins | CEDFOB