



**CONFÉRENCE DE PRESSE  
MERCREDI 1<sup>er</sup> OCTOBRE 2008**

**L'appellation biologique au Québec  
mieux la connaître pour mieux la valoriser**

**Allocution de Mme France Gravel, présidente de la Filière biologique du Québec**

Bonjour mesdames et messieurs,

Tout d'abord, je veux remercier la Coopérative d'Alentour de nous accueillir ce matin. Il s'agit d'un lieu tout à fait approprié pour parler du biologique.

En tant que présidente de la Filière biologique du Québec, je suis très heureuse de procéder aujourd'hui au lancement officiel de la **Campagne de valorisation de l'appellation biologique au Québec**.

Ce projet collectif correspond, en effet, à un besoin exprimé par l'industrie, qui souhaite mettre davantage en valeur le mode de production biologique et augmenter ainsi la crédibilité de ce type de produits auprès des consommateurs. Ce projet a également comme priorité d'inciter un plus grand nombre d'entreprises québécoises à participer à la production, à la transformation et au commerce des produits biologiques.

L'objectif général de la campagne est donc de valoriser l'appellation biologique au Québec, dans le but d'augmenter la confiance et l'intérêt des consommateurs et des entreprises envers les produits biologiques.

Cet objectif est en conformité avec deux des objectifs de croissance indiqués dans le *Plan stratégique du secteur des aliments biologiques du Québec*. Le premier de ces objectifs est « d'augmenter à 80 %, d'ici 2009, le degré de confiance des consommateurs au regard de l'appellation biologique au Québec » et le deuxième « de tripler, en 5 ans, le nombre d'entreprises certifiées biologiques ou en transition au Québec. »

**Les objectifs spécifiques de la campagne bio sont :**

- Augmenter la visibilité des produits d'appellation biologique québécois;
- Augmenter le volume de produits biologiques provenant du Québec et le nombre d'entreprises certifiées biologiques au Québec;
- Augmenter les achats des produits biologiques québécois.

Comme vous pourrez le constater à la lecture du document qui vous a été remis ce matin, la Filière a décidé, pour atteindre ces objectifs, d'établir une stratégie de communication à l'échelle du Québec, sur une période de trois ans.

Au cours de la première année, différents outils de communication seront développés pour soutenir la valorisation de l'appellation biologique. Ces outils seront validés au fur et à mesure. Une utilisation importante de ces outils de communication sera faite dans les entreprises biologiques québécoises pendant la deuxième année, qui marquera également le début d'un volet pédagogique, avec la collaboration d'entreprises certifiées biologiques et de commissions scolaires. Puis, au cours de la troisième année, un volet médiatique important sera intégré à la campagne, dans le but de s'adresser au plus grand nombre possible de consommateurs québécois.

*Je tiens à souligner* que l'élaboration de cette stratégie a été rendue possible grâce à la contribution financière du *Programme de soutien au développement de l'agriculture biologique* du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ).

Cette campagne de valorisation s'inscrit bien dans la foulée de la campagne de promotion « *Mettez le Québec dans votre assiette* », puisque qu'elle vise l'augmentation de la confiance et de l'intérêt des consommateurs québécois envers les produits du Québec.

Tel que je vous le disais plus tôt, l'année 1 sera consacrée au lancement de la campagne et au développement des outils de communication. La Filière va vérifier et valider l'efficacité de ces outils auprès de clientèles cibles. Le budget de l'an 1 est *modeste, de l'ordre* de 50 000 \$, ce qui exigera, dès le départ, la mise en place d'une collaboration étroite avec les partenaires gouvernementaux et ceux du milieu. Ce fonds de 50 000 \$ est actuellement disponible et a été obtenu du MAPAQ par son *Programme de soutien au développement de l'agriculture biologique*.

**Concernant les outils de communication à développer, il est prévu :**

- De déposer une marque d'identification visuelle pour les produits biologiques certifiés provenant du Québec;
- D'utiliser le site Internet de la Filière pour diffuser les activités de la campagne et l'information sur la valorisation de l'appellation biologique;
- De mettre en place un concours sur le site Internet de la Filière, dans le but de retenir un slogan pour l'année 2 de la campagne;

- De remettre aux détaillants des affiches, des affichettes et des banderoles, avec la marque d'identification visuelle retenue.

Tel qu'énoncé dans notre invitation, M. Yves Gélinas, du Conseil des appellations réservées et des termes valorisants, dévoilera tout à l'heure la marque d'identification qui occupera une place centrale dans la production de nos outils de communication.

**Concernant les activités en magasin, il est prévu :**

- De mettre en place des projets pilotes dans des points de vente ciblés, pour valoriser l'appellation biologique en magasin;
- De vérifier, auprès des consommateurs, l'efficacité des outils de communication utilisés dans ces points de vente.

Comme les activités en magasin seront vraisemblablement les premières activités à être mises en place, nous avons cru bon de profiter de l'occasion offerte généreusement par nos hôtes pour faire une première expérience d'identification de produits.

C'est M. Éric Jean, directeur des opérations à la Coopérative d'Alentour, qui viendra nous entretenir de son expérience d'identification des produits biologiques québécois, menée ici même, à la Coopérative.

La région de l'Estrie a d'ailleurs été choisie comme région pilote pour les activités qui seront tenues en magasin, au cours de l'année 2008-2009. Comme la région compte déjà plusieurs expériences et collaborations avec les représentants du secteur du détail, grâce aux travaux réalisés par le Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie, les interventions en seront facilitées.

**Concernant les activités pédagogiques, il est prévu :**

- De définir, avec les commissions scolaires, les types d'activités pédagogiques à tenir ;
- De réaliser ces activités pédagogiques dans les écoles et les entreprises biologiques ciblées ;

Comme certains de nos partenaires agissent dans cette sphère d'activité, nous comptons bien les mettre à contribution pour ce volet de la campagne.

**Pour l'an 1, nous prévoyons les retombées suivantes :**

- Une marque d'identification visuelle efficace, qui soutiendra bien la reconnaissance des produits biologiques provenant du Québec;
- Un partenariat étroit entre les instances gouvernementales et le milieu pour valoriser l'appellation biologique au Québec;
- Un intérêt accru des détaillants à rendre plus visibles et à mettre en valeur dans leurs magasins les produits biologiques;
- Des outils de communication adaptés aux besoins des consommateurs et des entreprises.

Par la suite, **l'année 2** de la campagne bio marquera le démarrage des activités à caractère pédagogique dans les fermes et les écoles ciblées, ainsi que la continuité des activités en magasin.

Le budget pour l'an 2 devrait atteindre au moins 150 000 \$. Cette somme sera nécessaire, compte tenu des coûts liés à une plus grande diffusion des outils de communication et des partenariats à consolider.

Je vous invite à prendre connaissance de la liste des activités prévues pour l'an 2.

**La troisième année** de la campagne sera soutenue par un volet médiatique important, qui permettra de mieux diffuser auprès des consommateurs les principaux messages de valorisation de l'appellation et de faire connaître les principales activités de la campagne.

Nous entendons également poursuivre et augmenter les activités d'ordre pédagogique et les activités en magasin.

Le budget de l'an 3 devra lui aussi être augmenté, pour atteindre un montant d'au moins 300 000 \$, afin de tenir compte des coûts liés aux activités médiatiques. Ce montant servira de levier pour engager d'autres partenaires dans la campagne bio.

Comme vous pouvez le constater, l'approche graduelle retenue pour mener à bien cette campagne tient compte des moyens limités dont dispose la Filière. Cette approche a aussi l'avantage de nous permettre d'évaluer les retombées de façon continue pour faire les ajustements nécessaires au fur et à mesure.

Afin d'assurer le succès de la campagne, nous devons nous assurer de la bonne progression des travaux et d'un suivi rigoureux des activités prévues au calendrier. Dans les prochaines semaines, la Filière précisera les partenariats à établir, les échéanciers et les budgets pour chaque année de la campagne et s'assurera de coordonner les travaux liés à la réalisation de ce projet collectif.

Je tiens aujourd'hui à remercier toutes les personnes et les organisations qui ont travaillé à l'avancement de ce dossier important pour le secteur biologique.

Je suis d'avis que « grâce à ces nombreux partenariats, les aliments biologiques obtiendront une meilleure reconnaissance, ce qui permettra de renforcer leur positionnement dans la gamme des produits agricoles et agroalimentaires québécois, au grand bénéfice de l'industrie et des consommateurs. »

Je vous remercie de votre attention et je vous invite à suivre les activités de la campagne par l'intermédiaire de notre site Internet, dont l'adresse est inscrite à la fin du document.

France Gravel, présidente

Filière biologique du Québec