

A person wearing a yellow safety vest is seen from behind, working with lobster traps on a boat deck. The scene is dimly lit, suggesting an evening or night setting. In the foreground, several large lobsters are visible, some resting on the deck and others inside the traps. A white line-art illustration of a boat is overlaid in the bottom left corner.

# Le rapport annuel

Le Bon goût frais des Îles de la Madeleine  
2025 - 2026



Le présent rapport annuel couvre la période du 1er février 2025 au  
31 janvier 2026.

Il est présenté dans le cadre de l'assemblée générale annuelle du  
Bon goût frais des Îles de la Madeleine, tenue le 13 mai 2026, et  
vise à informer les membres et les partenaires des activités réalisées  
et des résultats obtenus au cours de l'année.

# À Propos

Issu d'une volonté des entreprises du secteur bioalimentaire d'identifier la provenance de leur produit, la marque Le Bon goût frais des Îles de la Madeleine est apparue en 1993. En 2002, l'association sectorielle du même nom a vu le jour.

Le BGFÎM joue à présent deux rôles très distincts. C'est d'abord une association sectorielle bioalimentaire créée par le milieu pour répondre à des besoins régionaux spécifiques. L'organisme agit aussi à titre de Table de concertation bioalimentaire du Québec\* mandatée par le MAPAQ pour concerter le secteur agroalimentaire aux Îles et le représenter au niveau national.

Par son membership, l'association regroupe:

- 32 entreprises de production et/ou de transformation
- 17 restaurants
- 10 commerces de détail

Les Tables de concertation bioalimentaires du Québec sont présentes dans la plupart des régions de la province et sont mandatées par le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation pour représenter le secteur aux niveaux régional et national.

En 2025, 13 nouveaux membres se sont joints au BGF: Boulangerie Grandma's Bakery, Boulangerie Madelon, Concept Vé, La Tranche différente, Les Brassins de la Petite Baie, Salomia Santé Mieux-Être, Le Vrac des Îles, Buvette la Sirène, Café des Lupins, Effet Mer, O Franco, Pizza d'la Pointe.



REGROUPEMENT  
DES TABLES  
DE CONCERTATION  
BIOALIMENTAIRE  
DU QUÉBEC

# Mission

Pivot de la communauté bioalimentaire, le Bon goût frais des Îles de la Madeleine contribue à mettre en valeur et à cultiver les forces vives de son territoire insulaire.

# Vision

Le Bon goût frais des Îles de la Madeleine est un acteur incontournable de la vitalité bioalimentaire régionale. Il incarne l'engagement communautaire, la spécificité de ses membres et de leurs produits, l'innovation constante et le caractère unique de son territoire. Nous aspirons à propulser l'accessibilité à une alimentation locale, équitable et durable au cœur de chaque action.

Les valeurs que nous portons et qui guident chacune de nos actions sont **la résilience, l'intégrité, l'engagement, la fierté et le respect.**

# Champs d'intervention

Les champs d'action correspondent aux grands domaines dans lesquels le BGFÎM intervient. Ils servent à expliquer concrètement ce que fait l'organisme, comment il agit sur le terrain et comment ses activités s'inscrivent dans sa mission.

**CONCERTATION ET MOBILISATION** – Stimuler l'engagement des acteurs du secteur bioalimentaire et faire connaître les enjeux spécifiques du territoire, des travailleurs.euses du secteur et de leurs produits à l'échelle du territoire et du Québec.

**PROMOTION** - Faire rayonner les entreprises et leurs produits en misant sur les spécificités et l'unicité du territoire.

**SOUTIEN AUX ENTREPRISES** – Créer un environnement favorable à l'entrepreneuriat en offrant aux entreprises des ressources, des connaissances et des opportunités dont elles ont besoin pour croître, se consolider, innover et réussir sur le marché des Îles et/ou à l'extérieur.

**ÉDUCATION ET SENSIBILISATION** – Informer, sensibiliser et éduquer la communauté sur notre système alimentaire madelinot ainsi que sur la pertinence d'une alimentation de proximité et durable.

# Mot de la Présidente

Chers membres,

La dernière année au Bon goût frais s'est déroulée largement dans le sens d'un rapprochement majeur de l'organisme avec ses membres. L'équipe entière, ainsi que le conseil d'administration, ont été sollicités pour resserrer les liens qui nous unissent entre nous et avec les valeurs qui nous animent: Engagement, Intégrité, Fierté, Intégrité et Respect. Plus engagés que jamais envers notre mission de nourrir les gens des Îles avec les fruits de notre travail et de notre territoire (on est ce qu'on mange, après tout!), nous avons revu la structure des services aux membres afin de mieux représenter les identités des entreprises, améliorer le soutien offert et assurer l'intégrité des actions que nous posons. Les Îles continuent de bénéficier d'un grand engouement et il reste crucial de préserver la qualité des produits et services disponibles, ainsi que les ressources naturelles et culturelles qui les rendent possibles.

L'association a réalisé ce mandat dans un contexte de grande imprévisibilité. Sans aucun doute, nous vivons des années de grand changement: on entend jusque chez nous les échos du contexte mondial fragile, on voit les impacts des grands mouvements sociaux, économiques et culturels. À notre petite échelle, nous avons vécu la tristesse de voir le départ, le ralentissement ou la disparition de joueurs de premier plan, pour qui l'épuisement ou la mésaventure sonnaient le glas de la fin. Mais nous avons aussi vu l'établissement de nouveaux projets qui suscitent un espoir et enthousiasme envers les possibles qu'ils créent.

Ainsi, l'équipe entière s'est donné comme mandat de resserrer les cordons de la bourse et de miser sur des projets qui soutiennent notre résilience sectorielle. Nous avons développé nos capacités de soutien stratégique des membres avec une accréditation auprès des services agri-conseils et avons revendiqué - avec succès, la valeur et la qualité de notre travail de concertation intersectorielle. Nous avons récolté une reconnaissance de la part de nos partenaires locaux et nationaux pour le travail fait - et cela aussi nourrit notre vigueur.

Nous savons que notre mission de nourrir les Îles, on la porte mieux ensemble; que nous avons des forces complémentaires que nous gagnons à partager et des opportunités de développement qu'on ne peut saisir qu'en acceptant de changer. Mais dans toute décision, nous en revenons à nos valeurs: Engagement envers notre communauté, Intégrité dans nos choix, Fierté de notre héritage, Résilience devant l'inconnu et Respect envers tous et chacun.

Avec une grande reconnaissance pour l'honneur que j'ai de mener cette troupe au nom du conseil d'administration, je vous souhaite une agréable assemblée générale des membres et une heureuse et fructueuse saison 2026.

Nata



# Présentation des membres du conseil d'administration 2025-26

## Présidente

Natalia Porowoska, Jardins Havre Vert

## Vice-président

Mylaine St-Onge, Le Vrac des Îles

## Secrétaire

Anne-Sophie Devanne, Les Champs Marins

## Trésorière

Ève Beaudoin-Galaise, Buvette Chez Renard

## Administrateurs·trices

Christopher Hayes, Restaurant Eva

Jean-Philippe Déraspe, Marché Bonichoix Boni D. (jusqu'en novembre)

Marie-Claude Vigneault, Le Café de la Grave

## Personnes-ressource invités aux réunions du conseil d'administration (non votant)

Bruno Lachance (MAPAQ Agro)

# Présentation de l'équipe

L'équipe du BGFÎM est composée de personnes engagées, unies par une passion commune pour le secteur bioalimentaire, le territoire madelinot et la bonne bouffe. Chacun-e y joue un rôle essentiel pour soutenir, outiller et promouvoir les entreprises d'ici. Le BGFÎM s'appuie sur une petite équipe stable, composée majoritairement de ressources contractuelles engagées, **dont les mandats sont adaptés en fonction des projets.**



**Caroline Jomphe**

**Directrice**

Caroline assure la direction du BGFÎM et la concertation du secteur. Elle représente l'organisation auprès des partenaires locaux et nationaux, veille au suivi des enjeux territoriaux et assure la coordination de l'équipe, dans un souci de collaboration et de bien-être.



**Janie Prévost**

**Adjointe administrative**

Janie est responsable de l'administration et de la gestion budgétaire du BGFÎM. Bras droit de la direction, elle assure le suivi financier, la gestion du programme FIDSA ainsi que le service aux membres, en demeurant à l'écoute des besoins des entreprises.



**Camille Tremblay  
Lalancette**

**Agente de développement**

Camille accompagne le développement de projets structurants et sectoriels, de la conception à la livraison. Elle veille à leur cohérence globale, coordonne les ressources et optimise les opérations en fonction des besoins du milieu et les capacités de l'équipe.



**Alissa Brunetti**

**Responsable des communications  
et chargée de projets**

Alissa assure la cohérence des communications et des actions de promotion du BGFÎM. Elle contribue également à la réalisation de projets, en collaboration étroite avec les membres et partenaires, afin d'adapter les outils et les messages aux réalités du secteur.



**Élodie Caron**

**Chargée de projets**

Élodie est également chargée de projets au sein du BGFÎM. Présente sur le terrain, elle participe à la mise en œuvre des initiatives de l'organisme et demeure à l'écoute des membres afin de soutenir des projets alignés avec leurs besoins concrets.

Ensemble, elles forment une équipe de terrain, à l'écoute constante des membres et bien ancrée dans les réalités du milieu. Elles déploient des projets tels que le Marché du Village, le Circuit des saveurs, Serveurs du terroir, S'unir pour se démarquer, Cultivons notre garde-manger, pour ne nommer que ceux-là, ainsi que plusieurs autres initiatives.





**Geneviève Morin**

**Animatrice culinaire**

Geneviève est animatrice culinaire pour les Cuistots et la communauté. Elle veille à la qualité et à la pertinence pédagogique des animations et des activités éducatives du BGFÎM, en s'appuyant sur ses solides compétences en pédagogie.



**Gabriel Bouliane**

**Animateur culinaire**

Gabriel anime les ateliers des Cuistots auprès des tout-petits et des adolescents. Sa créativité et son approche ludique soutiennent le développement d'activités éducatives favorisant l'autonomie alimentaire.

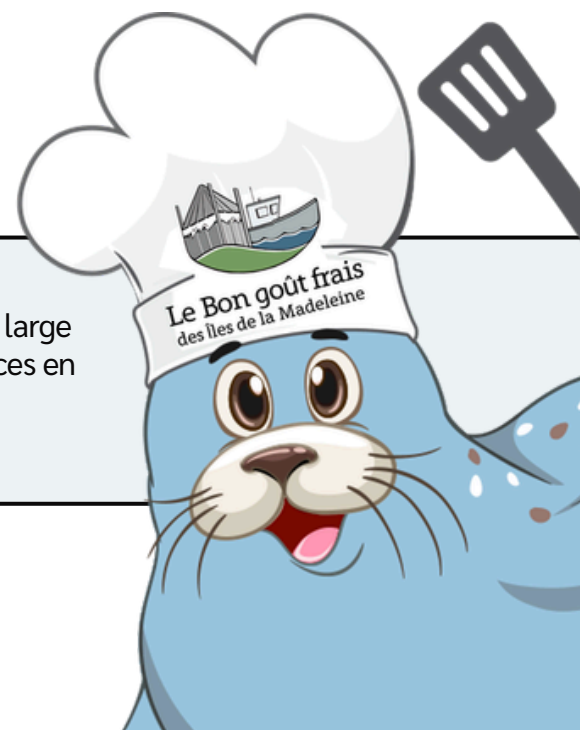


**Joy Davies**

**Agente de mobilisation et animatrice culinaire**

Joy est responsable du volet Lil' Cooks auprès de la communauté anglophone de Grosse-Île. Elle contribue à rendre les activités éducatives accessibles et adaptées.

Ensemble, ils forment une équipe complémentaire qui permet à un large public de développer son autonomie alimentaire et ses connaissances en alimentation locale.





**Guy Campeau**

**Chargé de projet**

Guy a été responsable des projets en commercialisation. Aujourd'hui à la retraite, il collabore avec le BGFÎM à titre de consultant externe, mettant son expertise au service de l'organisation et du milieu.



**Mariane P. Germain**

**Chargée de projet  
juin à novembre**

Mariane a coordonné les phases 1 et 2 du projet de commercialisation *S'unir pour se démarquer*, incluant une campagne en épicerie et le Rendez-vous de la commercialisation



**Marie-Philippe Chabot**

**Employée de soutien  
estival**

Marie-Philippe est venue prêter main-forte à l'équipe durant la saison estivale 2025. Elle a contribué à la réalisation de différents projets, en appui aux activités terrain et aux initiatives déployées par le BGFÎM.



A photograph of a sheep with thick, light-colored wool looking out from a stable doorway. The sheep is the central focus, with its head and front legs visible. The background shows other sheep and hay inside the stable. The doorway is framed by a white-painted wooden post on the left and a red-painted wooden post on the right. The lighting is bright, suggesting daylight.

Au  
Fonctionnement

## **Gouvernance**

Au cours de l'année, le conseil d'administration a poursuivi un travail structurant en matière de gouvernance afin de consolider les bases organisationnelles du BGFÎM. Les règlements généraux et les lettres patentes ont été révisés, incluant les catégories de membres, les droits de vote et le fonctionnement du conseil, puis entérinés lors des assemblées générales.

Un manuel de l'administrateur a été élaboré afin de clarifier les rôles et responsabilités. Le CA a également mené des travaux sur la structure organisationnelle, les sources de financement et le développement de revenus autonomes. Des comités et sous-comités (ressources humaines, financement, membership), réunissant des administrateurs et des membres de l'équipe, ont soutenu ces réflexions, de même que l'avancement des travaux liés à l'élaboration d'une politique financière et à l'adoption de divers outils de gestion.

## **Financement de fonctionnement et pérennité**

En 2025, le Bon goût frais des Îles a intensifié ses démarches afin de faire reconnaître la nécessité d'un financement mieux adapté aux réalités du secteur bioalimentaire insulaire, notamment en lien avec les pêches. En collaboration avec les Tables de concertation bioalimentaire de la Côte-Nord et de la Gaspésie, un argumentaire conjoint a été élaboré, menant à la production d'un mémoire mettant en lumière le rôle structurant des tables en matière de commercialisation, de promotion et de maillage sectoriel. Déposé au MAPAQ – volet Pêches en décembre 2025, ce mémoire afin de revoir le financement des Tables bioalimentaires et l'adapter à l'évolution des mandats et des réalités du secteur.

Parallèlement, des démarches de reconnaissance de la mission et des champs d'intervention des Tables ont été menées auprès des partenaires financiers, en collaboration avec le Regroupement des tables de concertation bioalimentaire du Québec.

Enfin, des négociations ont été entreprises avec le MEIE, le MAPAQ (agroalimentaire) et la Communauté maritime des Îles afin de tenir compte de l'augmentation des coûts d'opération et de l'élargissement des mandats du BGFIM, et d'ouvrir la voie à des ententes de financement plus adaptées et durables.

## **Ressources humaines et conditions de travail**

En 2025, le Bon goût frais des Îles a poursuivi ses efforts afin d'améliorer les conditions de travail et le bien-être de son équipe, reconnaissant le rôle central des ressources humaines dans sa capacité d'action. Des travaux ont été amorcés pour revoir et optimiser les avantages sociaux, en cohérence avec les valeurs et les capacités de l'organisation. Une première mesure concrète a été mise en place avec l'implantation d'un programme d'aide aux employés (PAE), offrant un soutien confidentiel aux membres de l'équipe. Par ailleurs, une politique d'utilisation du cellulaire a été adoptée et des travaux ont été amorcés afin de répondre aux obligations de la CNESST, notamment par l'élaboration d'un plan d'action en matière de risques physiques et psychosociaux.

## **Développement de processus de travail**

En 2025-2026, le BGFIM a poursuivi l'amélioration de ses façons de faire afin de mieux soutenir les projets et le travail de l'équipe. Des démarches ont été amorcées pour clarifier les rôles et responsabilités, notamment par la mise à jour de l'organigramme et des descriptions de poste, un travail appelé à se poursuivre en fonction de l'évolution des mandats.

Parallèlement, l'équipe a structuré davantage le développement et la gestion des projets. Des processus plus clairs ont été testés afin d'améliorer la planification, la coordination des ressources et l'arrimage avec les capacités internes et les besoins du milieu. Un processus d'appels de candidatures internes et externes a également été mis en place pour une meilleure répartition des mandats.

## **Formations**

En 2025, l'équipe a investi dans le développement de ses compétences afin de renforcer sa capacité d'intervention, la qualité de ses communications et son rôle de soutien auprès du milieu. Les formations suivies ont permis de consolider les pratiques en santé et sécurité, en intervention humaine, en communication et en compréhension des enjeux alimentaires et organisationnels.

Formations suivies :

- Formation Sentinelle en prévention du suicide
- Formation en secourisme en milieu de travail
- Formation sur Mailchimp
- Formation sur l'anxiété
- Formation Systèmes alimentaires territoriaux et transition socioécologique (Université Laval)
- Formation Communiquer efficacement avec les différents styles de personnalités
- Webinaire Le financement de nos organisations : quels sont les leviers
- Webinaire Identité culinaire : utilisation individuelle et collective à l'échelle provinciale

## **Rayonnement, reconnaissances et distinctions**

Le BGFÎM a entrepris une démarche de reconnaissance de ses expertises auprès du Réseau Agriconseils, menant à l'accréditation d'une première ressource à titre de conseiller. Cette avancée permet désormais d'offrir des services admissibles à un soutien financier pour les entreprises agroalimentaires.

Cette initiative contribue à structurer et valoriser l'offre de services du BGFÎM, tout en facilitant l'accès des entreprises à un accompagnement professionnel adapté à leurs besoins.

## **Entente sectorielle en agroalimentaire des Îles de la Madeleine**

L'entente sectorielle pour le soutien aux priorités agricoles et agroalimentaires des Îles-de-la-Madeleine réunit plusieurs partenaires qui mettent en commun des ressources financières et techniques afin de soutenir le développement du secteur agricole et agroalimentaire. Les contributions versées au Fonds d'intervention au développement du secteur agroalimentaire (FIDSA) permettent d'offrir des mesures d'aide aux entreprises et aux acteurs régionaux réalisant des projets alignés avec la Planification stratégique du secteur agroalimentaire 2023-2028.

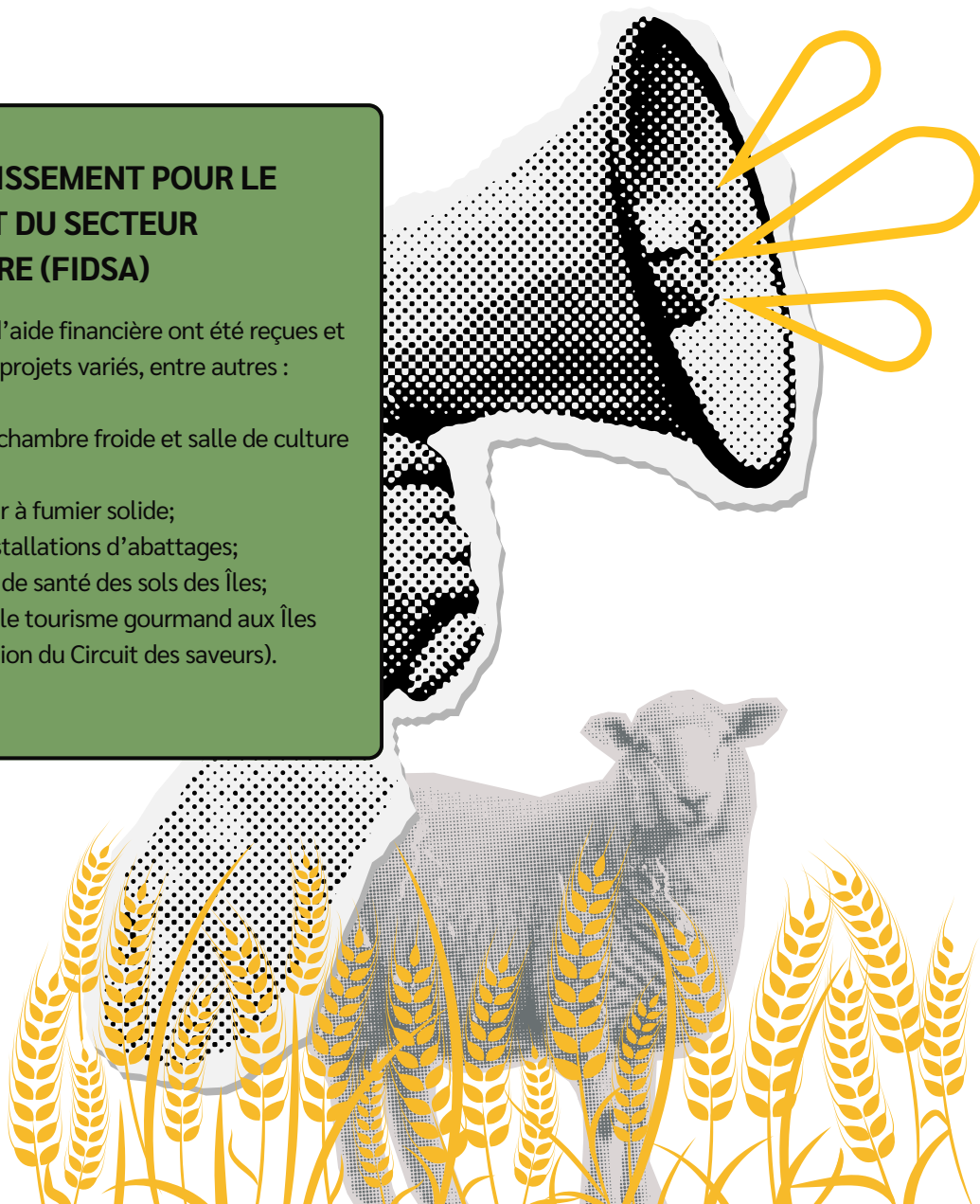
En 2025, le BGFÎM a assuré la gestion administrative de l'entente FIDSA, dans un contexte marqué par une bonne participation des entreprises agricoles de l'archipel. L'année confirme l'intérêt soutenu du milieu pour ce programme et sa pertinence pour accompagner les producteurs dans leurs projets de développement.

Un avenant à l'entente a également été conclu afin d'intégrer une contribution financière de 15 000 \$ de la Communauté maritime des Îles. Cet ajustement a permis de compléter le montage financier de l'entente pour l'année en cours et de soutenir les activités du Bon goût frais des Îles.

### **FONDS D'INVESTISSEMENT POUR LE DÉVELOPPEMENT DU SECTEUR AGROALIMENTAIRE (FIDSA)**

Au total, 14 demandes d'aide financière ont été reçues et analysées, couvrant des projets variés, entre autres :

- Construction d'une chambre froide et salle de culture des endives;
- Achat d'un épandeur à fumier solide;
- Amélioration des installations d'abattages;
- Évaluation de l'état de santé des sols des Îles;
- Nouveau regard sur le tourisme gourmand aux Îles (projet de revitalisation du Circuit des saveurs).



## Révision des critères de membership (phase 2)

En 2025-2026, le BGFÎM a poursuivi la révision de ses critères de membership à travers une deuxième phase de travail axée sur l'application concrète du nouveau modèle adopté précédemment. Un comité de travail réunissant des membres du conseil d'administration et de l'équipe a été mis sur pied afin d'analyser les premiers constats, d'affiner les critères et de s'assurer de leur adéquation avec la diversité des réalités du milieu bioalimentaire madelinot.

Le comité s'est réuni à plusieurs reprises afin de tester les critères, d'ajuster certains concepts clés et de clarifier les outils et le processus d'adhésion. Ces travaux ont permis de passer d'une approche strictement binaire à une démarche plus nuancée, basée sur le dialogue, l'appartenance et la progression des entreprises.

À la suite de cette démarche, le BGFÎM a lancé la campagne de membership 2026 en s'appuyant sur cette nouvelle structure. La campagne a permis de présenter clairement les catégories de membres, les attentes mutuelles et le parcours d'adhésion, tout en posant des bases plus solides, cohérentes et adaptées pour la suite.

## Activités de réseautage et de maillage

Dans le cadre du Rendez-vous de la commercialisation, un atelier a réuni producteurs, transformateurs et restaurateurs afin de discuter de l'arrimage de l'offre. Les échanges ont porté sur des enjeux concrets, notamment la planification de la production, la logistique de livraison, la rentabilité et l'adaptation des produits aux besoins du marché. Des pistes de travail ont été identifiées, dont une meilleure coordination entre les acteurs, la mutualisation des livraisons et le développement d'outils communs.

Un 5 à 7 tenu à la suite de l'atelier a permis de poursuivre les discussions dans un cadre informel et de favoriser l'émergence de collaborations potentielles. En janvier 2026, une activité de réseautage organisée à la suite d'une assemblée générale spéciale a également contribué à renforcer les liens entre les membres et le sentiment d'appartenance au réseau.



# Mise en œuvre du plan de communication 2025-2026

---

En 2025-2026, le BGFÎM a poursuivi la mise en œuvre de son plan de communication en tenant compte de sa capacité organisationnelle et des priorités de l'année. Les actions ont principalement visé à consolider les pratiques internes et à soutenir le déploiement du nouveau modèle de membership.

## Communications internes

La consolidation des bases internes amorcée en 2024-2025 s'est poursuivie. Des pratiques de communication plus structurées ont été mises en place, notamment par la tenue régulière de rencontres d'équipe et de rencontres individuelles, ainsi que par l'utilisation systématique d'ordres du jour et de comptes rendus. Une transition vers une utilisation plus optimale de Microsoft 365 a également été amorcée afin de soutenir la collaboration, l'efficacité et la gestion de l'information. En parallèle, des travaux ont débuté pour développer les compétences de l'équipe et élaborer un plan de communication en situation de crise.

## Communications externes

Le plan de communication a été adapté afin de soutenir le déploiement du nouveau modèle de membership, en clarifiant les catégories de membres, la proposition de valeur et les parcours d'adhésion et de renouvellement. L'équipe a renforcé la régularité, la lisibilité et la cohérence des communications, tant à l'écrit que sur les plateformes numériques. Cette évolution s'est traduite par une meilleure appropriation de la ligne de communication et une cohérence plus grande dans les communications externes.

La mise à jour continue du site Web et des fiches membres s'est poursuivie, tout comme le maintien d'une présence active auprès du grand public et des partenaires par les réseaux sociaux, les chroniques à CFIM et l'envoi de communiqués de presse. Des travaux d'analyse des données de rayonnement (ouvertures, engagement, fréquentation Web) ont également été amorcés afin de préparer l'élaboration du plan de promotion B2B et B2C du BGFÎM.

# Rayonnement médiatique

Entre février 2025 et janvier 2026, le Bon goût frais des Îles a bénéficié de 21 retombées médiatiques dans des médias locaux, régionaux, provinciaux et sectoriels.

Ces interventions ont permis de faire connaître les projets de l'organisation, de vulgariser des enjeux du secteur bioalimentaire et de donner une visibilité directe aux entreprises du territoire.

- 21 retombées médiatiques distinctes
- Présence dans des médias variés : CFIM, Le Radar, Radio-Canada, Québec maritime, La Terre de chez nous et des réseaux sectoriels
- Formats diversifiés : articles web et imprimés, entrevues radio (courtes et longues), série éditoriale, lettre ouverte et couverture en une
- Projets et thèmes abordés : Cultivons notre garde-manger, Marché du Village, Serveurs du terroir, Les Cuistots aux Îles, Rendez-vous de la commercialisation, achat local et gestion de crise
- 22 entreprises bioalimentaires membres mises en valeur à travers leurs réalités, leurs pratiques et leur savoir-faire





Soutien aux membres en

# Commercialisation

## Le projet Serveurs du terroir

Le projet Serveurs du terroir visait à renforcer les liens entre les entreprises bioalimentaires locales et les restaurants de l'archipel en outillant les équipes de service pour mieux valoriser les produits d'ici. Par une approche immersive, serveurs et serveuses ont été formé-es à jouer un rôle d'ambassadeurs, capables de raconter l'histoire des produits et des producteurs tout en enrichissant l'expérience client.

Trois demi-journées de formation ont été offertes, combinant transfert de connaissances et visites en entreprise. Au total, 45 participant-es provenant de 8 restaurants ont pris part au projet, incluant la découverte de produits issus de 8 entreprises bioalimentaires.

Des outils pratiques ont également été développés (fiches techniques, portrait du secteur, calendrier de disponibilité) afin de faciliter le travail des équipes de service au quotidien.

Bien que les retombées économiques immédiates aient été limitées, plusieurs maillages prometteurs ont été créés, ouvrant la voie à une meilleure intégration des produits locaux et à une collaboration accrue entre producteurs et restaurateurs dès 2026.



## Le projet S'unir pour se démarquer

Le projet S'unir pour se démarquer vise à renforcer la visibilité et la commercialisation des produits locaux des Îles de la Madeleine. En 2025-2026, les deux premières phases du projet ont été réalisées. Une ressource en commercialisation a été embauchée de juin à novembre 2025 afin de soutenir le déploiement des actions, notamment en période estivale et à l'automne.

Ces phases ont permis de poser les bases de la campagne *Coup de cœur madelinot* et de déployer des outils visuels dans les commerces de détail, en plus d'organiser le *Rendez-vous de la commercialisation*. À la suite du départ de la ressource en novembre, une ressource interne a été redirigée vers le projet à compter de décembre afin d'assurer la continuité des travaux. Cette expérience a permis de préciser les conditions de succès liées à la fonction en commercialisation, qui demeure prioritaire pour soutenir la mise en marché des produits locaux.

## Coup de coeur madelinot

En juillet 2025, le Bon goût frais des Îles a lancé la campagne Coup de cœur madelinot afin d'améliorer la visibilité des produits alimentaires de l'archipel dans les commerces locaux. Cette initiative s'inscrivait dans un contexte marqué par l'annonce de tarifs douaniers et par la mise en place de plusieurs campagnes nationales et provinciales visant à encourager l'achat local.

Dans ce contexte, il apparaissait important de proposer une réponse adaptée aux réalités des Îles de la Madeleine, en misant sur une identification claire des produits locaux pendant la période estivale, alors que l'achalandage est à son plus fort. La campagne a ainsi mis de l'avant des outils simples et concrets pour faciliter le repérage des produits d'ici en magasin.

Déployée dans les commerces de détail et relayée dans les médias locaux, la campagne a permis de rendre les produits madelinots plus visibles auprès de la clientèle locale et touristique. Première action du projet S'unir pour se démarquer, elle a amorcé une démarche plus structurée de mise en marché des produits locaux, appelée à se poursuivre dans les phases suivantes.

## Rendez-vous de la commercialisation

Tenu du 23 au 28 octobre 2025, le Rendez-vous de la commercialisation a proposé une série d'activités de formation, d'échange et de maillage destinées aux entreprises du secteur bioalimentaire. Malgré une participation plus modeste en raison de la période de fin de saison, l'événement a généré près de 70 participations cumulées.

Parmi les activités offertes, le Forum sur l'alimentation locale et durable dans les institutions publiques (SNAAQ), présenté sous forme de déjeuner-causerie, a favorisé des échanges entre entreprises bioalimentaires et acteurs institutionnels autour des enjeux liés à l'approvisionnement local. Des ateliers ont également permis d'aborder l'arrimage de l'offre entre producteurs, transformateurs et restaurateurs, ainsi que la création d'expériences agrotouristiques cohérentes et attrayantes. Une formation sur le coût de revient a complété la programmation en outillant les participantes et participants sur des aspects concrets de gestion et de prise de décision.



## Service de code-barres

Depuis juin 2021, le BGFÎM est propriétaire de cent codes-barres GS1, offrant à ses membres et partenaires un service facilitant la commercialisation de nouveaux produits. Ce service inclut un accompagnement personnalisé visant à soutenir l'intégration et l'utilisation efficace des codes-barres, selon les besoins des entreprises. En 2025, le service des codes-barres demeure stable et pleinement opérationnel. Aucune nouvelle adhésion n'a été enregistrée au cours de l'année, et six entreprises continuent de bénéficier de ce service, qui répond à un besoin ponctuel et spécifique au sein du réseau du BGFÎM.

## Accompagnements individuels en commercialisation

En 2025, le BGFÎM a poursuivi son offre d'accompagnements individuels en commercialisation grâce à l'expertise de son consultant, Guy Campeau. Ces accompagnements personnalisés visent à soutenir le développement, la structuration et l'optimisation des stratégies commerciales. Au cours de l'année, Pizza d'la Pointe, Le Vrac des Îles, la Boulangerie Régionale ont bénéficié de cet appui, adapté aux réalités et aux objectifs propres à chaque organisation.

## Accompagnement de la Coopérative de solidarité en production animales des Îles de la Madeleine

En 2025, toujours en collaboration avec le BGFIM, Guy Campeau a accompagné la Coopérative de solidarité en production animale des Îles-de-la-Madeleine (CSPAİM) dans une démarche stratégique structurante visant à assurer la pérennité et le repositionnement de l'abattoir régional, dans un contexte de transition importante qui impact plusieurs producteurs membres du BGFIM. Le mandat a notamment porté sur l'analyse de la situation actuelle, la consultation des parties prenantes et l'élaboration de scénarios de développement.

## Soutien et gestion de crise

À la suite de l'incendie de la ferme avicole, le BGFÎM s'est mobilisé pour offrir un soutien en gestion de crise, notamment par une rencontre avec les propriétaires et la mise en place d'une campagne de sociofinancement. L'organisation a également participé à des rencontres de partenaires afin d'assurer une coordination des actions et d'aborder les impacts à l'échelle du secteur.

## Préparation des entreprises pour l'événement Grande dégustation des produits d'ici 2026

Dans le cadre de la Grande dégustation des produits d'ici, organisée par le CIBÎM et tenue en février 2026, le BGFÎM a accompagné deux entreprises — Fruits de mer Madeleine et Le Fumoir d'Antan — afin de soutenir leur préparation et leur participation au marché HRI. L'édition visait à mettre en valeur les produits du Saint-Laurent.

En amont de l'événement, le BGFÎM a développé des fiches techniques et des fiches recettes mettant en valeur les produits du secteur des pêches. Une rencontre préparatoire a également permis d'outiller les entreprises sur les bonnes pratiques en salon, notamment l'approche client, la présence sur place et les suivis post-événement.





Visibilité et  
**promotion**  
des membres et des produits

# Performance des réseaux sociaux du BGFÎM

---

En 2025–2026, la présence numérique du BGFÎM a continué de jouer un rôle central dans la mise en valeur du secteur bioalimentaire des Îles. Sans jamais recourir à la publicité payante, nos plateformes ont rejoint des milliers de personnes, créé des centaines de conversations et permis de faire rayonner nos entreprises membres à travers un contenu éducatif, identitaire et profondément ancré dans le territoire.

## Publications

- Facebook : 101 publications (≈ 8,4/mois)
- Instagram : 39 publications
- 140 contenus publiés au total.
- 112 mentions de membres

## Croissance de la communauté

- Facebook : +559 abonnés
- Instagram : +141 abonnés

La publication la plus performante de l'année 2025–2026 est le Reel «Comment on mange ça — Homard», qui a généré 535 interactions organiques et 23 137 vues, soit le plus haut niveau d'engagement toutes plateformes confondues.

## Performance du site web

Les pages les plus visitées sont :

- les recettes issues du patrimoine culinaire local (chaudrée, beignets, etc.);
- la page d'accueil, utilisée comme point de repère pour découvrir les projets et les entreprises ;
- des pages d'entreprises membres (Chez Renard et Fromagerie du Pied-De-Vent);
- la page du Marché du Village, particulièrement fréquentée durant la période estivale.





# Campagnes et outils promotionnels

## Comment on mange ça? - Campagne promotionnelle des produits marins

La campagne Comment on mange ça? visait à faire connaître et valoriser les produits marins des Îles de la Madeleine, tout en mettant de l'avant les entreprises qui les capturent et les transforment. À travers une série de contenus diffusés sur les réseaux sociaux, le BGFÎM a présenté le homard, le crabe, les pétoncles, les buccins, les moules, les palourdes et les huîtres sous un angle accessible et concret. Des reels mettant en vedette des employées du BGFÎM proposaient des recettes simples ainsi que des conseils pratiques pour apprêter et cuisiner les produits marins à la maison. La campagne figure parmi les publications les plus consultées et partagées de l'année sur nos plateformes.

## Le Répertoire gourmand

Le Répertoire a été édité cette année encore dans les deux langues officielles et a été distribué dans tous les foyers des Îles de la Madeleine, en plus d'être mis à la disposition des visiteurs chez les membres et commerçants intéressés. Tous les membres du Bon goût frais des Îles souhaitant y être affichés ont été promus, en plus de quelques projets de l'association.

Près de 15 000 répertoires distribués.

## Circuit des Saveurs

Le BGFÎM a poursuivi la promotion du Circuit des Saveurs en intégrant une publicité dans le guide touristique de Tourisme Îles de la Madeleine, en plus de distribuer des affiches dans les entreprises et les lieux publics de l'archipel.

## Bouilli d'histoires salées

La promotion de l'outil s'est poursuivie, notamment avec un placement publicitaire dans le guide touristique de Tourisme Îles de la Madeleine et dans le Répertoire gourmand.

## Vitrine sur le CTMA traversier

Le BGFÎM continue de faire rayonner le secteur bioalimentaire et les projets de l'association grâce à sa vitrine promotionnelle à bord du navire de traverse Le Madeleine II. Cette vitrine a été mise à jour cette année pour mettre en lumière 19 entreprises, ainsi que le Marché du Village, le Circuit des Saveurs et Bouilli d'histoires salées.

## Recette dans le cahier culturel du Radar

14 recettes ont été publiées dans le cahier culturel estival du Radar, faisant la promotion d'une vingtaine de membres producteurs et transformateurs.



## Défi je mange local

En septembre, Le Bon goût frais des Îles a déployé plusieurs actions pour promouvoir l'alimentation locale dans le cadre du Défi je mange local. Les initiatives mises en place :



- Accompagnement de la cafétéria du campus des Îles de la Madeleine du Cégep de la Gaspésie et des Îles dans la coordination et l'élaboration de menus mettant en valeur les produits locaux de 7 entreprises membres.
- Animation de 4 ateliers dans les résidences pour personnes âgées de l'archipel, intégrant les produits de 4 entreprises membres.
- Un Marché du Village sous la thématique Défi je mange local, permettant de rassembler producteurs et consommateurs autour des saveurs locales.
- Tout au long de l'année, le Bon goût frais s'engage avec le RTCBQ à faire au moins une publication par mois sur ses réseaux sociaux par rapport au Défi je mange local.

## Mandat de services et rayonnement

En 2025-2026, le Bon goût frais des Îles a réalisé deux mandats distincts de services professionnels, mettant à profit son expertise en identité culinaire et sa connaissance du milieu bioalimentaire madelinot pour faire la promotion du secteur bioalimentaire des Îles-de-la-Madeleine.

Dans le cadre d'un contrat avec Québec maritime, l'organisme a produit une série de quatre articles saisonniers mettant en valeur l'identité culinaire des Îles. Ces contenus ont permis de promouvoir la destination auprès de clientèles hors Québec en faisant connaître, au fil des saisons, les produits, les pratiques et les traditions alimentaires de l'archipel.

Par ailleurs, un mandat a été réalisé pour le magazine agricole The Furrow, publié par John Deere. Le BGFÎM a offert un soutien logistique et de l'interprétation sur le terrain afin d'accompagner l'équipe éditoriale lors de reportages auprès d'entreprises agricoles des Îles, contribuant à la mise en valeur de leurs réalités et de leur savoir-faire.



Café  
de  
La Grange

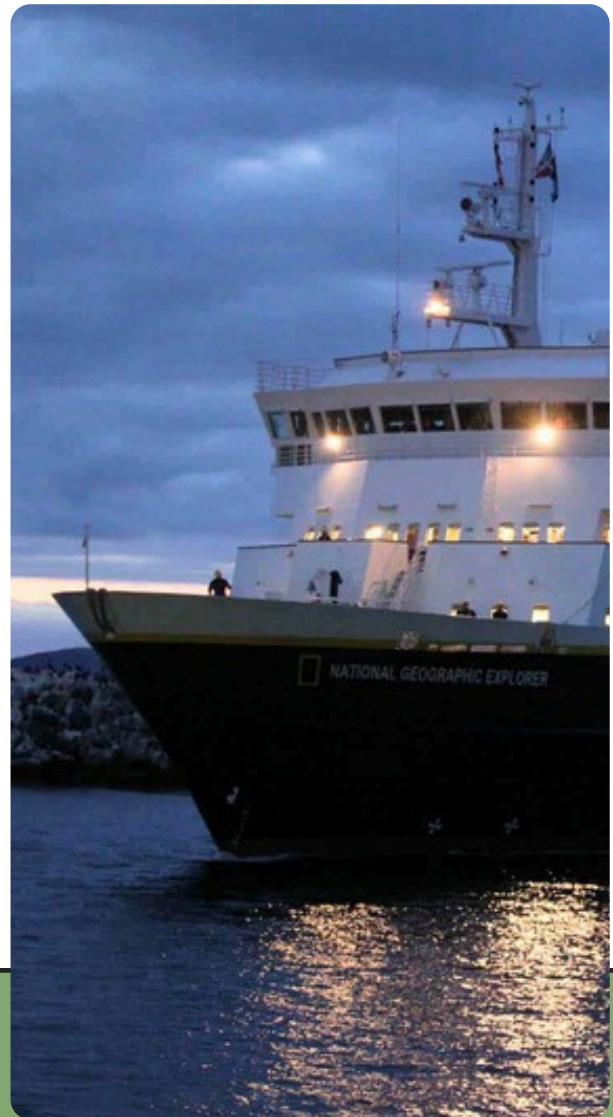
Développement de

marchés

## La Gamme Gaspésie-Les Îles

Le BGFÎM a poursuivi ses efforts pour maintenir et optimiser les activités de La Gamme, en testant différentes approches pour stimuler les ventes et en analysant les conditions de succès du service. Face aux limites du modèle et à la fin du financement dédié, une réflexion stratégique soutenue a été menée, avec une implication très importante au sein du conseil d'administration et particulièrement du comité des opérations, où le BGFÎM s'est fortement investi. Cette mobilisation a permis d'orienter les décisions, d'analyser les scénarios et d'identifier des pistes concrètes pour l'avenir.

Le BGFÎM a ainsi amorcé une transition en travaillant activement à la mise en place d'une alternative de distribution inspirée de La Gamme, tout en accompagnant les entreprises vers de nouveaux canaux et en maintenant un soutien en commercialisation afin d'assurer une continuité d'accès aux marchés.



## Croisières internationales

En 2025, le BGFÎM a assuré l'approvisionnement de trois navires de croisière, pour un total de cinq opérations : Le Boréal (1 occasion), Le Lyrial (1 occasion) et le National Geographic Explorer (3 occasions).

Huit entreprises membres du BGFÎM ont participé à ces livraisons, permettant de faire rayonner une diversité de produits locaux auprès des équipages et des passagers.

Les ventes générées par l'approvisionnement des croisières s'élèvent à 12 775 \$, confirmant l'intérêt de ce créneau pour les produits madelinots, malgré certains défis logistiques, les enjeux de coordination et les exigences propres à ce type de clientèle.

## Tourisme gourmand : Circuit des saveurs 2.0

Le Bon goût frais des Îles a amorcé le projet Circuit des Saveurs 2.0 par une phase de diagnostic visant à évaluer son rôle, sa pertinence pour les entreprises et son positionnement dans l'écosystème régional. Cette étape s'est appuyée sur l'analyse de documents stratégiques, des échanges avec des partenaires clés et une tournée terrain de type client-mystère auprès des entreprises membres.

Des consultations qualitatives ont permis de documenter les perceptions et attentes des entreprises. Ces travaux ont mené à la production d'un portrait-diagnostic identifiant les forces, enjeux et pistes d'évolution du Circuit.

Ce diagnostic pose les bases d'une démarche de co-construction qui se poursuivra en 2026-2027. En parallèle, les activités régulières de promotion ont été maintenues dans l'attente des orientations futures.

## Projet Institutions publiques

En 2025-2026, la phase 3 du projet d'approvisionnements institutionnels s'est poursuivie afin de faciliter les liens entre les producteurs bioalimentaires des Îles et les institutions publiques, notamment le CISSS et le Cégep. Les principales actions suivantes ont été réalisées :

- Élaboration d'un bottin des producteurs à l'intention des institutions, incluant des informations pratiques sur l'offre et la logistique.
- Production de capsules vidéo présentant les réalités du marché institutionnel (volumes, formats, normes, emballage), bien accueillies par les producteurs et les institutions.
- Tests de plats à base de produits locaux (agneau, jeune bœuf, pousses, flétan) en collaboration avec la cafétéria du Cégep.
- Tenue de rencontres de maillage réunissant quatre producteurs afin d'explorer des possibilités de collaboration.



# Marché du Village



Pour une troisième année, le Marché du Village s'est imposé comme un rendez-vous estival incontournable, mettant en valeur les produits locaux et le savoir-faire bioalimentaire des Îles. Tenue en formule 5 à 8, un mercredi sur deux de la mi-juillet à la mi-septembre, la saison 2025 a compté six événements et près de 8000 visiteurs, un achalandage record.

En priorisant la présence des entreprises bioalimentaires membres et en multipliant les collaborations culturelles et communautaires, le Marché du Village a permis de générer des retombées économiques importantes, tout en sensibilisant le public à l'importance de choisir une alimentation locale. Malgré certains défis, notamment l'absence de maraîchers cette saison, le Marché a su maintenir une offre diversifiée et renforcer son positionnement comme événement structurant pour le secteur bioalimentaire madelinot.

## Faits saillants

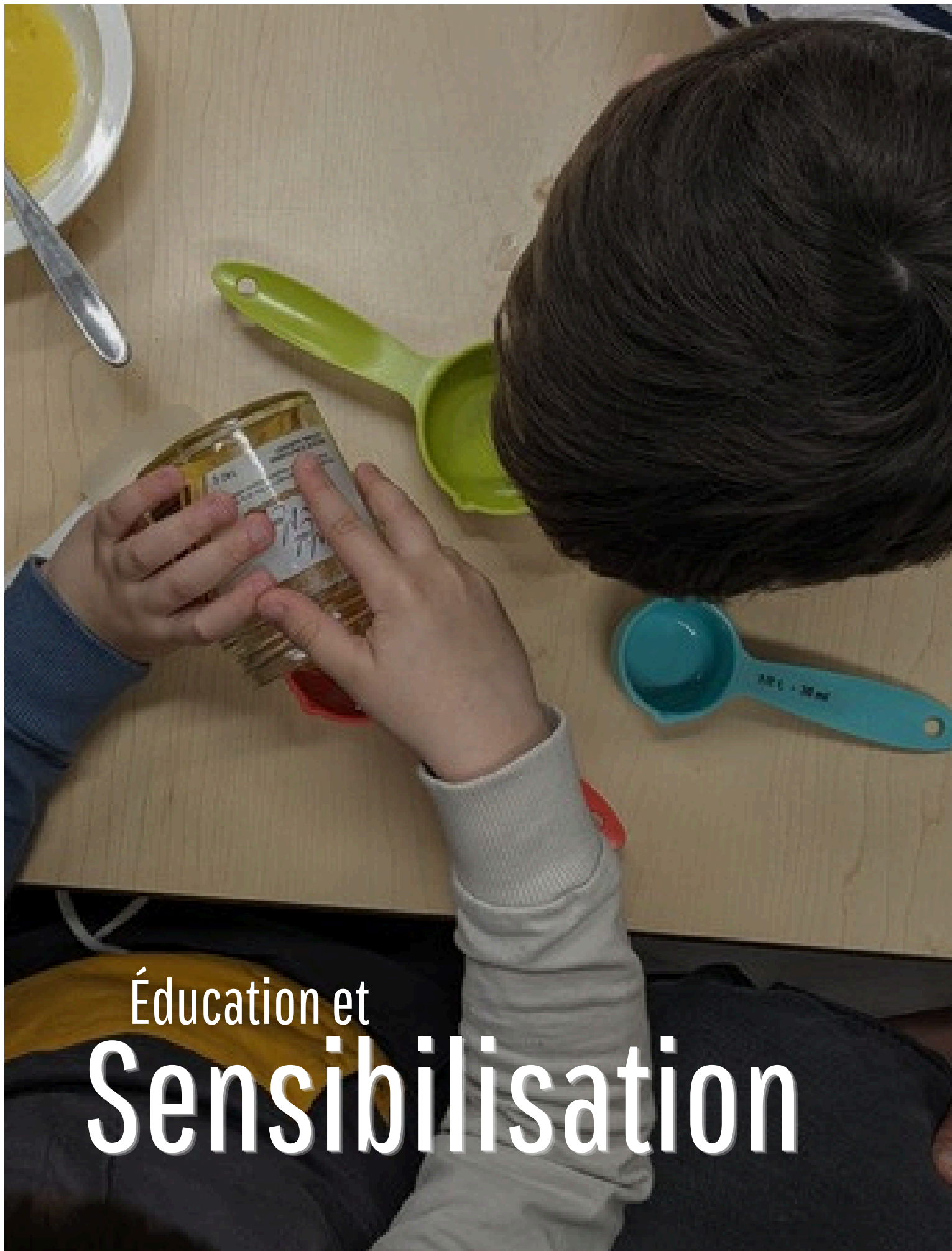
- 18 entreprises bioalimentaires participantes au cours de la saison, en priorité des membres du BGFÎM
- 6 marchés tenus durant l'été 2025, en formule 5 à 8
- Environ 8000 visiteurs, un record d'achalandage depuis la création du Marché
- Participation de plus de 16 artistes et artisan-es, en collaboration avec FOËNE
- Retombées économiques estimées à 150 000\$ pour le secteur bioalimentaire
- Programmation variée : démonstrations culinaires, animations familiales, musique, cirque et activités de sensibilisation
- Forte visibilité médiatique et numérique pour les entreprises et les partenaires

## Facebook Marché du Village

- 49 publications
- 3286 abonnés

La publication ayant obtenu le plus d'engagement est le Reel « Saveurs du monde », avec 250 interactions et 14 883 vues. Ce contenu mettait en valeur plusieurs entreprises locales, soit la Coop l'Unité, les Moutons du Large, la Boucherie Côte-à-Côte et Alcyon.

Les contenus vidéo courts, notamment les Reels mettant de l'avant des membres et des produits locaux, sont ceux qui ont obtenu les meilleurs résultats en termes d'interactions.



Éducation et  
**Sensibilisation**

# Les Cuistots aux Îles



Les Cuistots aux Îles a poursuivi son déploiement à travers l'archipel, en misant sur une approche éducative, inclusive et ancrée dans les réalités du territoire. Le projet vise à développer l'autonomie alimentaire des jeunes en favorisant le plaisir de cuisiner, la découverte des aliments et la compréhension du système alimentaire local.

Le programme se décline en trois volets complémentaires. Les Minis Cuistots (3 à 5 ans) proposent des ateliers d'éveil sensoriel en petite enfance, axés sur la manipulation des aliments et la découverte des saveurs. Les Petits Cuistots (6 à 12 ans), offerts dans les écoles primaires francophones et anglophones, combinent des apprentissages théoriques et des ateliers culinaires en classe. Les Grands Cuistots (12 à 16 ans), offerts en contexte parascolaire, visent à responsabiliser les adolescents et à les amener à réfléchir à leurs choix alimentaires, à la santé et à l'environnement.

## Faits saillants 2025-2026

- Plus de 800 jeunes rejoints, répartis dans plus de 70 groupes scolaires
- Près de 190 ateliers culinaires réalisés
- 13 groupes du primaire ont participé à une sortie éducative chez Miel en Mer
- Plus de 900 participations de parents et grands-parents dans les écoles primaires
- Mise en valeur de plus de 10 producteurs locaux dans le cadre des ateliers
- 100 % des enseignantes du primaire sondées se disent très satisfaites de leur expérience

Réalisé en étroite collaboration avec les milieux éducatifs, les partenaires locaux et les familles, le projet génère depuis 2014 des retombées positives tant chez les jeunes que dans leur famille.



## La Journée carrière

Le BGFÎM a pris part à La journée carrière organisée par la Stratégie d'attraction des personnes [Les Îles], tenue le 22 octobre 2025, afin de faire connaître les opportunités d'emploi et de relève au sein du secteur bioalimentaire local.

L'événement a rejoint près de 350 jeunes et adultes :

- Un peu plus de 230 élèves de la Polyvalente (secondaire 3, 4 et 5)
- Entre 100 et 120 étudiant-es du campus des Îles de tous les programmes offerts, étudiants du Centre de formation générale des adultes, jeunes du Carrefour jeunesse emploi et grand public intéressé par l'événement



À travers un kiosque interactif, l'équipe a mis en valeur plus de 30 métiers liés au secteur, en les associant aux intérêts des participants. Des outils concrets, un quiz sur les produits locaux et des dégustations ont permis de susciter la curiosité et l'intérêt. Cette présence s'inscrivait directement dans les efforts visant à répondre aux enjeux de main-d'œuvre et à encourager la relève aux Îles.

## Mandats de service d'animation

En 2025-2026, le Bon goût frais des Îles a réalisé trois mandats éducatifs auprès de publics variés, mettant à profit son expertise en animation culinaire et en transmission des savoirs alimentaires.

Une activité immersive a été offerte au camp de jour municipal, permettant de sensibiliser les enfants aux réalités agricoles et à l'importance du garde-manger collectif à travers une approche ludique. Des ateliers culinaires en adaptation scolaire ont également été animés à la Polyvalente des Îles, favorisant l'autonomie, la collaboration et le plaisir de cuisiner chez les élèves. Enfin, un atelier culinaire a été réalisé en partenariat avec Groupe Collégia, auprès d'adultes inscrits à un programme de développement de compétences essentielles.

Ces mandats illustrent l'expertise désormais reconnue du BGFÎM en matière d'éducation et de sensibilisation alimentaire, ainsi que sa capacité à adapter ses interventions aux besoins de différents milieux et clientèles.





Développement ■

# agricole et territorial



# Cultivons notre garde-manger

## Mise en valeur du patrimoine nourricier

Le projet Cultivons notre garde-manger a permis au BGFÎM de mener une démarche de sensibilisation visant à renforcer la reconnaissance des terres agricoles et du patrimoine nourricier des Îles comme piliers de l'alimentation locale. Réalisée avec dix entreprises bioalimentaires, l'initiative a mobilisé producteurs, citoyens, partenaires institutionnels et milieux éducatifs autour d'une vision commune du territoire.

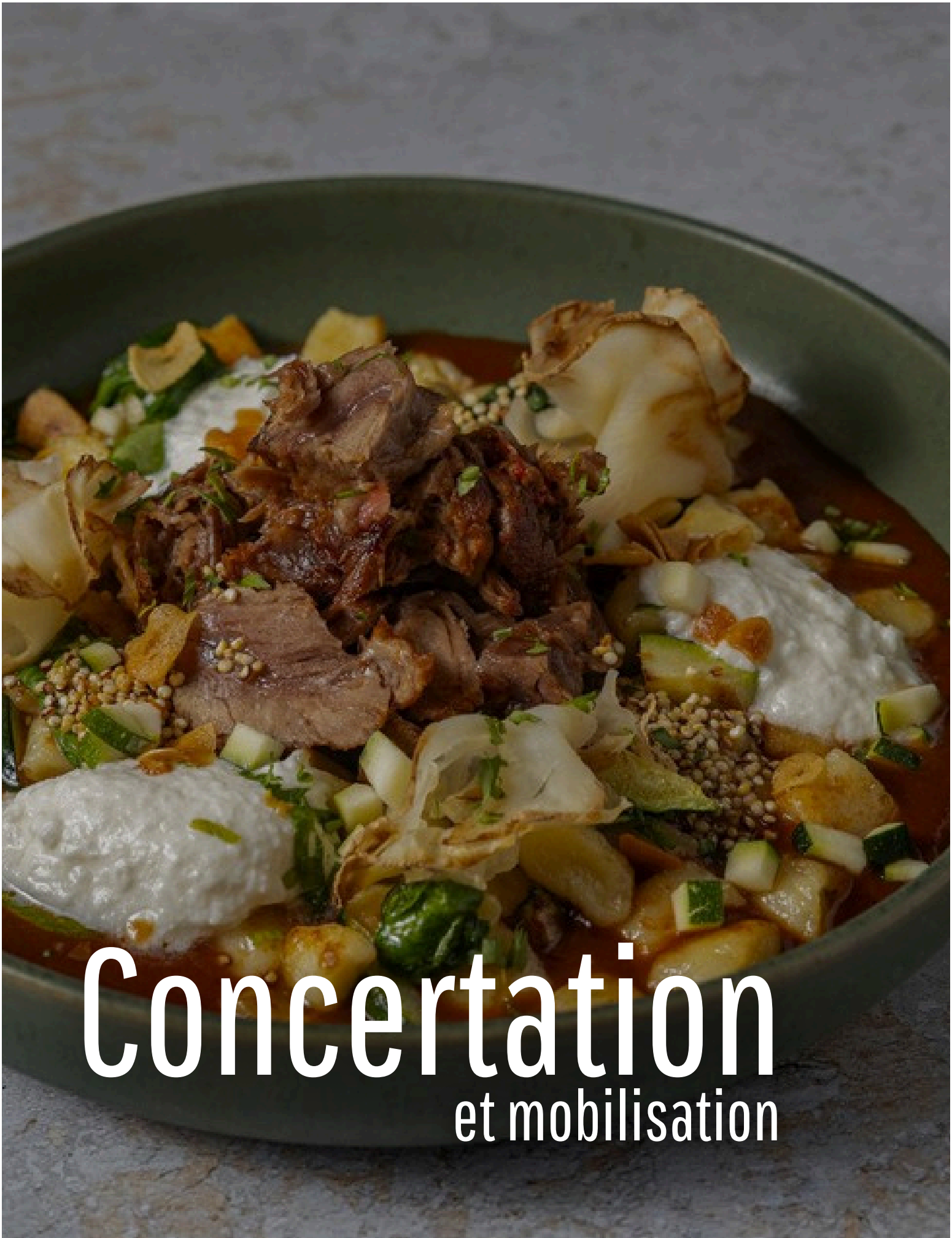
Le projet s'est concrétisé par la création d'un sentier d'interprétation, d'un parcours éducatif en entreprise et d'outils numériques accessibles. Ces actions ont permis d'aborder huit grands enjeux agricoles propres au contexte insulaire, tout en mettant en valeur les réalités du métier agricole. Plus de 400 participations à la mission en ligne ont été enregistrées, témoignant de l'intérêt du public pour cette démarche.

Des démarches ciblées auprès des écoles primaires, secondaires et du Cégep ont favorisé l'intégration du projet dans le milieu scolaire. Une présentation et une visite du sentier ont notamment été réalisées avec des étudiants du Cégep, contribuant à sensibiliser la relève aux enjeux liés au territoire et à notre alimentation locale.

Une attention particulière a été portée à la cohabitation sur le territoire. La diffusion d'un guide auprès des propriétaires ciblés et sur le site Web du BGFÎM a permis de mieux outiller les acteurs et de favoriser une compréhension des réalités agricoles.

À l'automne, la campagne interactive Aventure-surprise a prolongé la portée du projet en invitant le public à découvrir les entreprises participantes. Ce parcours ludique, basé sur la collecte d'éléments thématiques, a stimulé la fréquentation, favorisé la complétion du circuit et maintenu l'intérêt pour le projet.





# Concertation

et mobilisation

# Concertation du secteur agroalimentaire

---

La concertation demeure un champ d'intervention central du Bon goût frais des Îles. Par l'animation de la Table de concertation agroalimentaire des Îles de la Madeleine (TCAIM), l'organisation joue un rôle de coordination et d'arrimage entre les partenaires du secteur. En complément des actions réalisées dans le cadre des projets portés par le BGFÎM, des efforts spécifiques sont déployés afin d'assurer une concertation structurée, cohérente et bien ancrée dans les réalités du territoire.

## **Planification stratégique du secteur agroalimentaire 2023-2028**

En 2025-2026, les travaux liés à la Planification stratégique agroalimentaire 2023-2028 se sont poursuivis avec la réalisation d'un bilan mi-parcours et le démarrage des travaux menant à l'élaboration du plan d'action 2026-2028. Cette démarche a permis de faire le point sur l'avancement des objectifs, d'identifier les actions à reconduire ou à ajuster et de dégager des orientations réalistes en fonction des capacités du milieu. L'élaboration du prochain plan d'action est en cours et repose sur une approche concertée, incluant des consultations et des travaux en sous-comité.

## **Animation de la TCAIM**

En 2025-2026, la TCAIM a poursuivi son rôle de lieu d'échange et de réflexion stratégique pour le secteur. Cinq rencontres ont été tenues, permettant d'assurer le suivi du plan d'action 2023-2025, de suivre l'évolution des dossiers structurants et d'alimenter les travaux du plan d'action 2026-2028. Un suivi continu de la mise en œuvre a été présenté à chaque rencontre, facilitant les ajustements de priorités et l'identification des actions nécessitant un porteur. Les discussions ont notamment porté sur la mise en marché, la relève et le transfert d'entreprises, l'optimisation des pratiques agricoles, l'accès aux ressources et les enjeux liés à l'insularité. En parallèle, les travaux visant à clarifier le cadre de référence de la TCAIM se sont poursuivis afin de préciser les rôles, les mécanismes de fonctionnement et les modalités de collaboration entre partenaires.



## **Comités de travail – Relève et transfert**

Un comité de travail sur la relève et le transfert d'entreprises a été mis en place en complément des travaux de la TCAIM. Cinq rencontres tenues entre octobre 2025 et février 2026 ont permis de structurer une réflexion commune, de mobiliser les partenaires et de mieux cerner les besoins du milieu. Bien que la tenue d'une journée thématique ait été mise sur pause, les enjeux de relève et de transfert demeurent prioritaires et seront intégrés au plan d'action 2026-2028.

## **Arrimage avec l'Entente sectorielle**

Le BGFÎM a assuré un arrimage continu entre la TCAIM et le comité de gestion de l'Entente sectorielle. Le bilan de la concertation et du plan d'action a été présenté en cours d'année afin d'assurer une cohérence entre les priorités sectorielles et les leviers de financement. Le bilan mi-parcours et le futur plan d'action 2026-2028 viendront également alimenter les travaux du comité au cours de la prochaine période.



## **Implication dans le développement territorial**

En 2025-2026, le Bon goût frais des Îles a poursuivi son implication dans les démarches de développement territorial, notamment dans le cadre du projet Horizon 2035, piloté par la Communauté maritime des Îles. Cette participation s'est traduite par une présence au comité de pilotage, au Forum des partenaires et au Rendez-vous annuel Horizon 2035. Ces espaces ont permis de contribuer aux réflexions entourant le projet de territoire et de faire ressortir des enjeux prioritaires pour le secteur, dont les coûts de transport, la mutualisation des besoins collectifs et la protection des terres agricoles.

Par ailleurs, le BGFÎM a été activement impliqué au sein du comité de pilotage du projet Nourrir notre monde, accompagnant la nouvelle ressource dans l'appropriation de son mandat et l'arrimage de ses actions avec les priorités du secteur bioalimentaire.

## Implication au sein de comités et instances de concertation

Le BGFÎM contribue activement à plusieurs comités et instances de concertation afin de représenter le secteur bioalimentaire, de porter les enjeux du milieu et de participer aux réflexions stratégiques qui influencent le développement du territoire.

En 2025-2026, le BGFÎM a notamment été impliqué dans les espaces suivants :

- Forum des partenaires
- Comité de pilotage Horizon 2035
- Table de concertation régionale
- Nourrir notre monde aux Îles
- Comité de gouvernance de Nourrir notre monde
- Comité alimentation de proximité
- Table pêche et mariculture
- Comité consultatif sur les terres publiques et l'environnement
- Comité des DG du Regroupement des Tables de concertation bioalimentaires du Québec (RTCQB)
- Cellule de concertation du RTCQB
- Conseil d'administration du RTCQB
- Conseil d'administration de La GAMME Gaspésie - Les Îles
- Comité d'opération de La GAMME Gaspésie - Les Îles



---

## Participation à des événements et espaces de concertation

En complément de son implication au sein de comités, le BGFÎM a pris part à plusieurs événements et espaces de concertation afin de représenter le secteur, développer des collaborations et contribuer aux réflexions collectives.

**En 2025-2026, le BGFÎM a notamment participé à :**

- La Journée du tourisme de l'ATR;
- Le Rendez-vous annuel Horizon 2035, un espace de planification territoriale;
- La Journée sur les enjeux sociaux du territoire;
- Le Rendez-vous Accès entreprise Québec (Municipalité des Îles);
- Le Rendez-vous des pêches et de la mariculture, 17e édition
- Le congrès annuel et le forum du RTCBQ, où nous participons activement en tant que Table de concertation régionale;

**Ainsi qu'à divers espaces complémentaires:**

- Journée « Écosystème en action » (La Vague);
- Forum SAT 2025 (Saint-Hyacinthe);
- Rencontre annuelle du Réseau des partenaires en immigration des Îles;
- Atelier « Vivre ensemble »;
- Journée de développement social aux Îles;
- 30e anniversaire des cuisines collectives.

## Portée et retombées

Le BGFÎM a maintenu une présence active dans plusieurs espaces de concertation, de planification et de développement afin de représenter le secteur bioalimentaire des Îles et d'influencer les décisions qui touchent son évolution.

Cette implication a permis de positionner les enjeux du secteur auprès de divers partenaires régionaux et nationaux.

Elle a également favorisé le développement de collaborations, le partage de connaissances et l'identification d'opportunités structurantes pour le territoire, contribuant ainsi à renforcer la cohérence des actions et le développement d'un système bioalimentaire durable.





# Le Bon goût frais des Îles de la Madeleine

remercie ses précieux partenaires!

Québec 



REGROUPEMENT  
DES TABLES  
DE CONCERTATION  
BIOALIMENTAIRE  
DU QUÉBEC

