



Rapport annuel

2016

Le BIO d'ici, on en veut, on
en achète, on en consomme!

F I L I È R E
BIOLOGIQUE
DU QUÉBEC 

2875, boul. Laurier, 9^e étage, Québec, G1V 2M2

Remerciements

La Filière biologique du Québec tient à remercier les membres du conseil d'administration pour leur engagement envers le secteur biologique, ainsi que le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ) qui investit dans des programmes de soutien au développement du secteur et appuie les initiatives de la Filière.

Mission

La Filière biologique du Québec a pour mission de favoriser la concertation entre tous les maillons du secteur (production, transformation, distribution et détail) et d'assurer la coordination des efforts des partenaires, dans une optique de valorisation des produits biologiques québécois et de développement des marchés.

Recherche et rédaction
Sophie Martel

Révision
Alain Rioux
Isabelle Chevalier
Sylvie Petitpas

Édition
Élise Gauthier



Contenu

Remerciements.....	1
Mission.....	1
Mot du président.....	4
Contexte	6
La concertation du secteur	6
Résultats	6
Campagne de valorisation du bio... 7	
Lancement de la campagne de valorisation	8
Résultats - An 1	10
Perspectives 2017	10
Autres projets.....	10
États financiers	11
Liste des membres du conseil	16

Mot du président



L'année 2016 aura été marquée par le lancement de la campagne de valorisation et de promotion du bio québécois. La Filière et ses partenaires se réjouissent de la mise en place de ce projet jugé essentiel pour le développement du secteur. Dès avril 2016, le MAPAQ a fait un investissement important de 600 000 \$ réparti sur trois ans pour soutenir cette campagne, qui va permettre à l'industrie de se mobiliser pour mieux faire valoir les multiples avantages d'acheter des produits biologiques d'ici.

Plusieurs partenaires du secteur se sont déjà associés au projet, avec une participation financière importante. Je veux remercier tout particulièrement les entreprises

Fruit d'Or, la Fromagerie L'Ancêtre, les Viandes du Breton et La boulangerie alternative Inéwa, qui se sont jointes comme partenaires majeurs de la campagne. Je veux aussi souligner l'apport des entreprises et des organisations qui ont contribué à l'essor de la campagne en investissant dans différents plans de visibilité.

Grâce à ce partenariat financier, nous avons réussi ensemble à nous donner les moyens de mieux faire connaître sur la place publique la plus-value des produits bio québécois et d'inciter ainsi les consommateurs à augmenter leurs achats de ce type de produits. En 2016, ce projet aura permis de donner une très bonne visibilité aux aliments bio d'ici. En effet, tous moyens de communication confondus, le secteur a obtenu près de 3,4 millions de personnes atteintes par nos messages.

La Filière biologique a également mis des efforts à faire avancer le dossier du financement de la concertation du milieu et de la coordination de ses travaux. Plusieurs démarches ont été faites en ce sens et des avenues intéressantes se dessinent pour 2017.

Depuis plus de 20 ans maintenant, la Filière agit un peu comme une police d'assurance collective, en veillant à ce que les intérêts du secteur biologique soient bien pris en compte dans les dossiers à caractère réglementaire et dans tous ceux liés au développement des marchés. Il est donc important de maintenir l'organisation en bonne santé et de lui donner les moyens de remplir pleinement son mandat.

En terminant, je remercie tous nos partenaires qui travaillent de façon continue pour faire reconnaître l'apport du secteur biologique québécois dans l'économie locale, la protection de l'environnement et la prévention en matière de santé. Nous pouvons être fiers de nous inscrire dans les valeurs de la société québécoise et de contribuer ainsi à l'atteinte d'objectifs gouvernementaux importants.

A handwritten signature in blue ink that reads "Daniel Dubé". The signature is fluid and cursive, with a long horizontal stroke at the end.

Daniel Dubé, président

Contexte

Depuis plusieurs années, le secteur biologique connaît une croissance soutenue. En 2016, plus de 1 500 entreprises québécoises mettaient en marché environ 7 500 produits certifiés biologiques. L'engouement des consommateurs pour ce type de produits stimule l'intérêt des partenaires de tous les maillons de la filière à travailler de façon concertée pour mieux valoriser les produits bio québécois.

Dans cette optique, la Filière biologique du Québec a assuré, au cours de l'année 2016, la concertation des travaux du secteur et la coordination de la mise en œuvre de l'axe sur la valorisation des produits d'appellation biologique découlant de la Stratégie collective de développement du secteur biologique québécois 2014-2018.

La concertation du secteur

La concertation du secteur biologique est soutenue par un agent de développement qui cumule plusieurs mandats : organisation de rencontres, suivi de la campagne de membership et représentation des besoins du secteur auprès de différentes instances.

En 2016, l'agent de développement a également travaillé à l'élaboration du projet « campagne de valorisation du bio québécois » et au renouvellement des règles de gouvernance de la Filière.

Résultats

Rencontres de la Filière

Dans l'exécution de son mandat, l'agent de développement a organisé **trois rencontres du conseil d'administration** de la Filière et a assuré la coordination des travaux nécessaires à la tenue de **l'assemblée générale annuelle** du 28 avril 2016. Il a également assuré les suivis des travaux du comité de gouvernance et de vérification de la Filière.

Campagne de membership

La Filière a recruté 25 nouveaux membres en 2016. Les entreprises ayant adhéré au membership de la Filière ont pu bénéficier de rabais de volume et de prix avantageux pour les produits publicitaires offerts dans le cadre de la « campagne de valorisation des produits bio ».

Représentation

L'agent de développement a assuré la présence de la Filière au Salon Expo **Manger Santé et Vivre Vert** de Montréal. Cette présence lui a permis de rencontrer des consommateurs de produits bio et de prendre le pouls de leurs besoins pour mieux orienter la campagne de valorisation.

Dans le cadre du salon, l'agent de développement a ainsi supervisé la production d'une **vidéo** visant à faire connaître les principales motivations des consommateurs pour acheter des aliments biologiques québécois. De plus, il

a coordonné les travaux d'un **sondage** mené auprès des visiteurs, dans le but de vérifier la pertinence des principaux éléments de la campagne de valorisation/promotion des aliments bio.

Toujours lors de ce salon, l'agent de développement et d'autres représentants de la Filière ont rencontré des dirigeants d'entreprises, afin de leur faire connaître les différentes façons d'investir dans la campagne et les avantages qu'ils auraient à s'engager dans ce type de projet associatif.

Par ailleurs, la Filière a présenté l'état d'avancement de la campagne de valorisation auprès de la **Table de développement de la production biologique de l'UPA**.

Cependant, en ce qui concerne les activités de représentation de la Filière, les limites budgétaires de l'organisation en 2016 ont fait en sorte qu'elle n'a pu assurer une présence au Salon international de l'alimentation (SIAL), aux réunions de la Fédération biologique du Canada et aux rencontres de la Table ronde fédérale sur la chaîne de valeur des produits biologiques.

Une gouvernance renouvelée

En 2016, la Filière s'est dotée d'un nouveau **code d'éthique et d'un « programme d'intégration »** visant à favoriser l'arrivée de nouveaux administrateurs au sein de l'organisation.

De plus, le comité de gouvernance a révisé les **règlements généraux de la Filière, qui ont pu être adoptés à l'AGA d'avril 2016**.

Campagne de valorisation du bio

Les efforts de concertation pour développer la campagne ont permis de former et de mettre en place un comité de valorisation, composé de dix experts en mise en marché et marketing dans le secteur biologique. Ce comité a consacré beaucoup d'efforts dans l'élaboration du projet qui comportait un défi important, soit celui de définir une approche et un concept de campagne de valorisation répondant à trois grands critères :

- mettre en valeur les attraits principaux des produits biologiques québécois;
- avoir un concept qui s'adapte facilement aux cinq grands secteurs de production (céréaliier, laitier, acéricole, maraîcher et des viandes);
- être de type associatif pour inciter les entreprises à investir dans le projet (associations de producteurs, transformateurs, détaillants et autres organisations en soutien au secteur).

Les travaux du comité de valorisation a permis :

- d'évaluer quatre propositions de concepts de campagne;
- de rédiger une proposition de stratégie de communication/marketing pour l'an 1 de la campagne;
- de recommander un concept de campagne et une stratégie de communication au C.A. de la Filière;
- d'adopter le concept de campagne et la stratégie de communication.

Validation du concept de la campagne

En janvier 2016, le slogan et le concept ont été validés par les conseils d'administration d'Aliments du Québec et de la Filière biologique du Québec. Le concept de la campagne a également été présenté aux autorités du MAPAQ, à la Table de développement de la production biologique et au conseil général de l'UPA. La Filière a également présenté l'ensemble du projet aux membres lors de l'assemblée générale annuelle.

De plus, le concept de la campagne a fait l'objet d'un prétest auprès des visiteurs du Salon Manger Santé et Vivre Vert de Montréal de mars 2016.

Le slogan de la campagne retenu pour l'an 1 était :

Le bio, mon meilleur achat!

L'expression « **mon** meilleur achat » fait appel aux différentes raisons qui motivent les choix personnels d'achat de produits bio d'ici.

Par la suite, en avril 2016, la Filière a signé une convention avec le MAPAQ pour assurer la mise en place de la campagne de valorisation et de promotion des aliments biologiques québécois.

Stratégie de communication marketing

Pour établir une première stratégie de communication autour de la campagne, la Filière a consulté son comité de valorisation sur les principaux éléments devant la composer. Les membres du

comité se sont donc prononcés sur des propositions de relations publiques, de produits publicitaires, d'un plan d'activation des médias sociaux, d'activités en magasin, d'un programme de partenariat financier et d'outils de mesure des résultats de la campagne.

La validation des propositions par les membres du comité a donné lieu à la conception des produits nécessaires au déploiement d'une campagne multiplateforme (journaux, tablettes, téléphones intelligents, Web).

Lancement de la campagne de valorisation

La campagne de valorisation *Le bio, mon meilleur achat!* a été lancée à Longueuil le 29 septembre 2016, en compagnie des partenaires principaux de la campagne (Figure 1). Cette conférence de presse a permis de rassembler 53 participants et a obtenu un bon rayonnement dans les médias numériques et traditionnels.

Pour l'occasion, la Filière biologique a lancé un cahier spécial bio composé de **32 publiereportages**, chacun d'entre eux comprenant une publicité de l'entreprise ou de l'organisation participante.



Figure 1 Lancement de la campagne Le bio, mon meilleur achat!

(De gauche à droite : M. Daniel Dubuc (Inéwa), M. Pierre Cayer (biologico) M. Daniel Dubé (Rachelle-Béry), M. Alain Rioux (coordonnateur de la campagne de valorisation), Mme Claire Michaud (duBreton), M. Sylvain Dufour (Fruit d'Or), M. Lionel Levac (animateur).

Le lancement de la campagne a été l'occasion de faire découvrir aux invités les différents produits publicitaires de la stratégie marketing de la campagne 2016.

Cahier spécial bio (octobre 2016)

La Filière a coordonné les activités liées à l'envoi du cahier spécial bio de 40 pages, produit en **300 000 exemplaires** et diffusé dans les quotidiens du Groupe Capitales Médias. Sous le thème *Le bio, mon meilleur achat!*, ce cahier mettait en vedette des entreprises mettant en marché des produits biologiques du Québec. On y faisait valoir différents arguments liés à l'environnement, la santé et l'économie locale, pour stimuler l'achat d'aliments biologiques d'ici (voir Figure 2). Ce cahier spécial a également été diffusé auprès de 200 000 personnes sur le marché de Montréal, sous forme de magazine Web.



Figure 2 Image et thématique retenue pour le lancement de la campagne de valorisation

Annonces publicitaires (octobre et novembre 2016)

La Filière a supervisé les travaux liés à la parution de **15 annonces publicitaires** de type associatif (Figure 3).



Figure 3 Exemple d'annonces publicitaires de type associatif



Figure 4 Exemple d'un XTRA paru dans La Presse+

Outils Web (octobre 2016)

Le 5 octobre 2016, la Filière a mis en ligne le **site Web** lequebecbio.com dans le but d'en faire un lieu de référence pour la communauté biologique du Québec.

Le site est une source de renseignements permettant de répondre aux questions suivantes : « Quels sont les produits bio offerts par les entreprises d'ici? Où peut-on se les procurer? Quels sont les avantages liés à la consommation d'aliments bio? » En plus de ces informations, le site présente le profil de plusieurs entreprises du Québec qui produisent et transforment des aliments biologiques.

[La page Facebook lequebecbio.com](#) a également été mise en ligne le 11 octobre 2016. Elle s'adresse avant tout aux consommateurs de produits bio du Québec. On y fait les liens avec le site et on y présente des actualités du secteur bio, des vidéos, des témoignages de consommateurs et d'entreprises, ainsi que des infos sur les sources d'approvisionnement de produits.

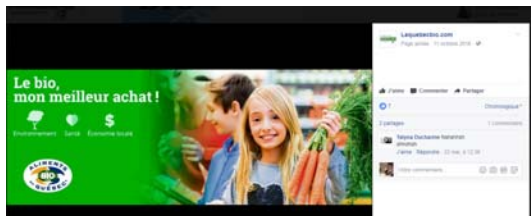


Figure 5 Publication de lequebecbio.com sur Facebook

Résultats - An 1

En 2016, tous moyens de communication confondus, le projet de campagne de valorisation du bio québécois aura permis

de donner une très bonne visibilité aux aliments bio d'ici, avec près de 3,4 millions d'impressions auprès des consommateurs.

Perspectives 2017

La campagne de valorisation se poursuivra en 2017 et se déclinera en plusieurs activités : évaluation des résultats de l'an 1, nouveau plan de communication, plan d'activation des médias sociaux, production de capsules vidéo et stratégie publicitaire.

Autres projets

En 2016, la Filière a donné son appui à différents projets provenant d'organisations du milieu et permettant de soutenir le secteur biologique québécois :

- Élaboration et mise en place d'un portail interactif servant de trousse à la transition à l'agriculture biologique pour les entreprises agricoles (déposé par la Table de développement de la production biologique de l'UPA, en évaluation)
- [Mise en valeur des succès d'innovation en agriculture biologique et établissement des priorités en recherche appliquée pour le secteur biologique québécois](#) (déposé par le [Comité agriculture biologique du CRAAQ](#)) grâce à une lettre d'appui et à une participation dans le projet)
- Commandite Conférence scientifique bio (septembre 2016).

États financiers

MALLETTE

Malette S.E.N.C.R.L.

501-1200 boulevard Guillaume-Couture
Lévis QC G6W 5M6

Téléphone 418 839-7531
Télécopie 418 839-8415
Courriel info.levis@malette.ca

RAPPORT DE MISSION D'EXAMEN

Aux membres de la
Filière biologique du Québec,

Nous avons procédé à l'examen du bilan de la **FILIÈRE BIOLOGIQUE DU QUÉBEC** au 31 décembre 2016 ainsi que des états des résultats, de l'évolution de l'actif net et des flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date. Notre examen a été réalisé conformément aux normes d'examen généralement reconnues du Canada et a donc consisté essentiellement en demandes d'informations, procédures analytiques et entretiens portant sur les informations qui nous ont été fournies par l'Organisme.

Un examen ne constitue pas un audit et, par conséquent, nous n'exprimons pas une opinion d'audit sur ces états financiers.

Au cours de notre examen, nous n'avons rien relevé qui nous porte à croire que ces états financiers ne sont pas conformes, dans tous leurs aspects significatifs, aux normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif.

*Malette S.E.N.C.R.L.*¹

Malette S.E.N.C.R.L.
Société de comptables professionnels agréés

Lévis, Canada
Le 30 mai 2017

Filière biologique du Québec

ÉTAT DES RÉSULTATS

Pour l'exercice terminé le 31 décembre

	2016	2015
PRODUITS		
Cotisation des membres	10 565	16 469
Documentation	-	300
Partenariat	45 306	-
Passeports	61 500	-
Subventions du gouvernement provincial	193 367	88 177
	310 738	104 946
CHARGES		
Assurances	1 334	905
Dons	-	250
Fournitures de bureau et papeterie	486	744
Frais de location	5 676	-
Frais de voyage et de représentation	7 511	4 550
Intérêts et frais bancaires	489	692
Publicité	24 955	-
Services professionnels	273 762	108 028
Télécommunications	1 672	2 060
Amortissement des immobilisations corporelles	767	741
	316 652	117 970
INSUFFISANCE DE PRODUITS SUR LES CHARGES	(5 914)	(13 024)

Filière biologique du Québec

ÉTAT DE L'ÉVOLUTION DE L'ACTIF NET

Pour l'exercice terminé le 31 décembre

	Investissement en immobilisations corporelles	Non affecté	Total	Total
SOLDE , début de l'exercice	1 730	18 786	20 516	33 540
Insuffisance des produits sur les charges	(767)	(5 147)	(5 914)	(13 024)
Investissement en immobilisations corporelles	1 082	(1 082)	-	-
SOLDE , fin de l'exercice	2 045	12 557	14 602	20 516

Filière biologique du Québec

BILAN

Pour l'exercice terminé le 31 décembre

ACTIF	2016	2015
ACTIF À COURT TERME		
Encaisse	7 805 \$	114 048 \$
Créances	58 479	7 796
Subventions gouvernementales à recevoir	88 683	4 677
Frais payés d'avance	3 247	-
	158 214	126 521
IMMOBILISATIONS CORPORELLES	2 045	1 730
	160 259 \$	128 251 \$
<hr/>		
PASSIF		
PASSIF À COURT TERME		
Emprunt bancaire	8 450 \$	-
Dettes de fonctionnement	25 929	10 874
Apports reportés	100 000	96 861
Produits reportés	11 278	-
	145 657	107 735
<hr/>		
ACTIF NET		
Investi en immobilisations corporelles	2 045	1 730
Non affecté	12 557	18 786
	14 602	20 516
	160 259 \$	128 251 \$

Filière biologique du Québec

ÉTAT DES FLUX DE TRÉSORIE

Pour l'exercice terminé le 31 décembre

	2016	2015
ACTIVITÉS DE FONCTIONNEMENT		
Insuffisance des produits par rapport aux charges	(5 914 \$)	(13 024 \$)
Élément sans effet sur la trésorerie		
Amortissement des immobilisations corporelles	767	741
	(5 147)	(12 283)
Variation nette des éléments hors caisse liés au fonctionnement	(108 464)	124 719
	(113 611)	112 436
ACTIVITÉ D'INVESTISSEMENT		
Acquisition d'immobilisations corporelles	(1 082)	-
ACTIVITÉ DE FINANCEMENT		
Variation de l'emprunt bancaire	8 450	(19)
AUGMENTATION (DIMINUTION) DE LA TRÉSORIE ET DES ÉQUIVALENTS DE TRÉSORIE	(106 243)	112 417
ENCAISSE, début de l'exercice	114 048	1 631
ENCAISSE, fin de l'exercice	7 805 \$	114 048 \$

Liste des membres du conseil d'administration 2016

Daniel Dubé

Président
Secteur de la distribution et du détail

Élaine Bélanger

Trésorière
Secteur de la transformation

Louis Bigaouette

Responsable du lien avec le
gouvernement du Québec

Murielle Bournival

Administratrice
Secteur de la recherche et de
l'innovation

Serge Dubois

Administrateur
Secteur de la transformation

Daniel Dubuc

Administrateur
Secteur de la distribution et du détail

Renée Frappier

Administratrice
Organisme de soutien

Réal Gauthier

Administrateur
Secteur de la production

France Gravel

Administratrice
Système de contrôle de l'appellation

Serge Leboeuf

Administrateur
Secteur de la production

Isabelle Joncas

Secteur du transfert d'expertise et de
la formation

Personnes-ressources :**Isabelle Chevalier**

Consultante
Groupe PGP inc.

Alain Rioux

Consultant
Groupe PGP inc.

Nicolas Turgeon

Conseiller expert en agriculture
biologique
Ministère de l'Agriculture, des
Pêcheries et de l'Alimentation du
Québec

Pour joindre la Filière :



Filière biologique du Québec
Édifice Delta 1
2875, boul. Laurier, 9^e étage
Québec (Québec) G1V 2M2
Tél. : 418 564-6366
info@filierebio.qc.ca