



Revue des

BONNES

pratiques

100 FAÇONS DE BIEN SERVIR LES CONSOMMATEURS
en matière de commercialisation en circuits courts



La Revue des bonnes pratiques est un projet réalisé par la Table de concertation agroalimentaire de Laval. Ce projet a bénéficié du soutien financier du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries, de l'alimentations du Québec (MAPAQ)

ÉQUIPE DE RÉDACTION

.....

Direction : Nancy Guay

Coordination et réalisation : Josée Lafortune et Suzanne Chalifoux

Appui à la réalisation : Véronica Pinzon et Sophie Limoges

Un grand merci aux entreprises du secteur agroalimentaire de Laval pour leur collaboration ainsi qu'aux participants à la sélection de la collection des photos :

- Véronique Lefebvre, Agneaux de Laval/Les Serres Beaulieu
- Éric Brisebois, Les Serres Pierre Brisebois et Fils
- Mario Lavoie, Les Serres F.J.C. Lavoie
- Louis Marineau, Ferme Marineau

CRÉDIT DE PHOTOGRAPHIES:

.....

Les photos des entreprises lavalloises ont été prises par Izazoom Studio



Dépôt légal – Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2016

Imprimé au Canada

ISBN 978-2-9815640-6-1

ISBN 978-2-9815640-7-8 (PDF)



AVANT-PROPOS

Depuis quelques années, l'engouement pour les produits locaux ne cesse d'augmenter. Les consommateurs recherchent des produits variés et de qualité, tout en souhaitant vivre une expérience lorsqu'ils visitent un kiosque à la ferme ou un espace de vente en circuits courts. Ils recherchent ce qui ne se trouve pas dans une grande chaîne d'alimentation.

Comme entreprise, il n'est pas toujours facile de trouver l'élément qui fera la différence, tant en termes d'aménagement, d'accueil, de produits que d'activités. C'est donc avec le souci d'inspirer les entreprises à se surpasser, que la Revue des bonnes pratiques a été concoctée.

Pourquoi une revue? D'abord, parce que le format magazine, dans lequel nous retrouvons beaucoup de photos, nous est apparu comme le meilleur moyen d'illustrer les éléments qui attirent les consommateurs, leur font vivre une expérience et font le succès d'une entreprise. Nous avons ensuite retenu le titre de « revue », puisque par définition le mot revue vient de l'expression « passer en revue », faire l'inspection de quelque chose. Ce terme nous paraissait fort à propos, puisque nous souhaitions examiner le réseau de points de vente au détail lavallois, afin d'y trouver les meilleurs exemples en matière d'accueil.

Cette revue a donc été conçue avec l'aide des consommateurs qui, en participant à des activités, ont pris le temps de décrire ce qu'ils apprécient de leurs visites dans les entreprises lavalloises. Ces réponses ont par la suite été reprises sous forme de photos, afin d'illustrer l'ambiance et l'expérience mentionnées par les répondants. Pour bonifier notre collection, les consommateurs nous ont également référé aux bonnes pratiques qui se font dans différentes régions du Québec ou ailleurs dans le monde.

Il s'agit bien sûr d'un travail qualitatif, dans lequel toutes les pratiques peuvent être jugées bonnes, et un travail qui a dû se limiter dans le temps. Nous avons donc fait des choix, avec l'aide d'un comité de propriétaires d'entreprises. La première partie de la revue consiste en la présentation d'une collection de photos regroupées par thèmes pertinents à la création d'une expérience agrémentée de courts textes expliquant ce qui a retenu l'attention du consommateur. Dans la seconde partie, trois étapes sont proposées pour vous aider à faire encore mieux.

Rappelez-vous qu'une bonne pratique peut toujours être surpassée par une « meilleure bonne pratique »!

La revue des bonnes pratiques se veut évolutive. Elle sera disponible en format électronique dans la section entreprises du site Saveurs de Laval (saveursdelaval.com).

COMMENT UTILISER CETTE REVUE

1. Laissez-vous aller à regarder les photos
2. Regardez-les à nouveau
3. Questionnez-vous sur votre performance d'entreprise
4. Comparez-vous
5. Sortez de chez vous! Faites des contacts, du réseautage. Participez à des formations
6. Faites votre plan d'action
7. Contactez-nous!





QUELQUES CHIFFRES CONCERNANT LA RÉALISATION DE CETTE REVUE...

18 entreprises participantes

26 activités permettant de «sonder» les consommateurs

Près de 2 000 répondants

1 500 photos analysées

100 idées

40 questions pour une autoévaluation

Le contenu

LA COLLECTION DES BONNES PRATIQUES

Accueil	10
Produits et services	14
Aménagement	20
Activités et attraits	24
Affichage	30
Commodités	34

LES ÉTAPES POUR METTRE EN PRATIQUE

S'évaluer	39
S'informer	42
Réseauter.	42



COMMENTAIRES DES *consommateurs*

*C'est beau, c'est propre. Bon service aussi.
Ma grand-mère y venait toujours.*

*Très accueillant et les légumes
toujours frais !*

*C'est simple, facile et les employés
sont disponibles.*

Pour le service et la qualité.

Pour la cueillette des p'tits fruits.

*C'est plaisant de pouvoir acheter des fruits,
légumes et fleurs qui ont poussé dans notre
coin.*



C'est joli et le personnel est très accueillant !

Bon service. La conférence à l'intérieur, agréable !

Belle vue d'ensemble des produits, les prix sont bien indiqués et les gens sont gentils.

C'est familial.

C'est tout près.

Je suis fidèle à l'entreprise.

C'est éclairé et il y a beaucoup de choix.

Personnel facile d'approche.

Les propriétaires sont gentils et nous regardent dans les yeux !

Accueil



Boulangerie Première Moisson

DES EXPLICATIONS CLAIRES

Une approche minutieuse et des explications claires permettent aux clients de faire les bons choix.

Les Serres Pierre Brisebois et Fils

BESOIN D'AIDE ?

Les clients aiment qu'on réponde à leurs questions. Ils aiment repérer les employés et c'est plus facile quand ils portent des chandails bien identifiés.



Ferme Marineau

UN SOURIRE

Se faire servir avec un grand sourire est essentiel.



Agneaux de Laval

LA PASSION DES EMPLOYÉS

La passion des employés et des propriétaires donne envie aux clients de passer plus de temps et, bien entendu, de revenir !

Charbonneau l'Expert

LE BONHEUR AU TRAVAIL

L'attitude positive des membres du personnel, même s'ils ne sont pas en lien direct avec la clientèle, est toujours appréciée et permet de créer un impact positif.



eturcot.com



Ferme F. Turcot et Fils



Les Serres F.J.C Lavoie

Pâtisserie Marius et Fanny



UNE AMBIANCE FAMILIALE

L'ambiance chaleureuse d'une entreprise familiale tisse des liens de confiance qui sont durables.

PRÉSENCE DES PROPRIÉTAIRES

Les consommateurs apprécient avoir un contact avec les propriétaires.



Restaurant O. Noir, Montréal

MANGER DANS LE NOIR: PAS BANAL COMME EXPÉRIENCE.

Mais que dire de l'accueil lorsqu'on est si bien «pris en main».



Benjo, Québec

Une porte à la «hauteur»!

**D'autres exemples
de bonnes pratiques...**

Le Jardin De Panos, Montréal

Un classique

Restaurant Wilensky, Montréal

De retour en 1932

Produits et services



Pâtisserie Marius et Fanny

ON AIME LE BEAU ET LE BON!

On a tous un côté «artiste» en nous.
On aime le beau, et quand, en
prime, c'est bon, on y prend goût!

*Verger
Gibouveau*

QUAND ÇA SENT BON!

Les clients sont
sensibles aux
odeurs et aux
couleurs et ils
achètent avec
plaisir!

Kiosque des Ancêtres

LA PROPRETÉ

La présentation soignée et la propreté des fruits
et légumes confirment l'excellence des produits!





Recyclage de palettes

Les Serres F.J.C. Lavoie
**DES CONCEPTS ORIGINAUX
 À FAIRE SOI-MÊME**

Agriculture urbaine
 Potagers en pot, «Smart pot»



Photo fournie par Les Serres F.J.C. Lavoie

Boulangerie Première Moisson

UN SERVICE CLÉ-EN-MAIN

Le manque de temps au quotidien est une réalité pour plusieurs consommateurs. Il devient donc avantageux de pouvoir trouver de multiples services sous un même toit.



Ferme Aux Vieux Chênes

UNE BELLE DIVERSITÉ

Les clients aiment faire des découvertes étonnantes parmi la gamme de produits offerts.



Photo fournie par Café le Signet

Café Le Signet

Une entreprise d'économie sociale
qui favorise l'intégration et la
réinsertion sociale.

Talie Chocolat

ESPACE BISTROT

C'est plaisant de pouvoir goûter ces
délicieux produits dans un petit coin
tranquille de la boutique.



La Cerisaie Le Temps des Cerises, Charrette

Tout tourne autour du rouge cerise.



Le Paradis des Orchidées



DES PRODUITS RAFFINÉS

Le raffinement attire une clientèle qui aime se faire plaisir. C'est toujours intéressant d'en connaître davantage sur les produits.

Tessier dit Lavigne

Talie Chocolat



SAVOIR UTILISER LES THÉMATIQUES



Chez Elle, Saint-Élie-de-Caxton

Des cœurs pour la St-Valentin.

Kiosque des Ancêtres

Des citrouilles pour l'Halloween.



*Savonnerie des Diligences,
Eastman*

32 savons, 32 légendes.



Henri Sodas, Montréal

Embouteillent eux-mêmes leurs sodas dans une usine de la rue Ontario. Elle sera ouverte aux visiteurs dès le printemps prochain.

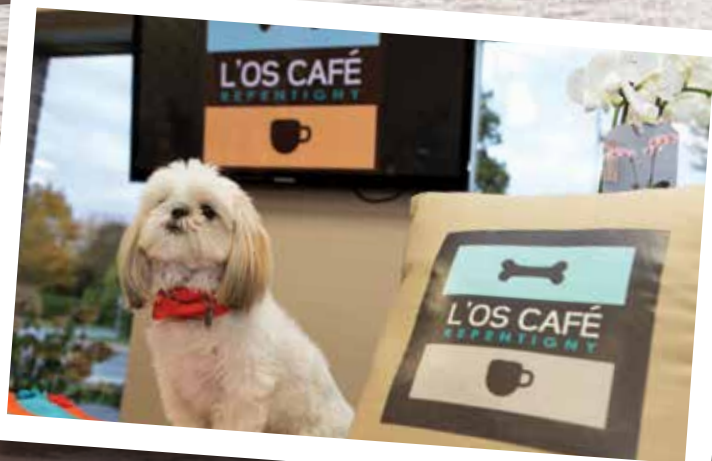
D'autres exemples de bonnes pratiques...

Les Serres Lefort, Ste-Clotilde
Des valeurs environnementales

COOK It, Montréal
Kit Prêt-à-cuisiner

La ferme Québec Oies, Saint-Tite-des-Caps
Des emballages explicites

Univers Toutou, Mont-Tremblant
Faites votre propre toutou en peluche et habillez-le!



L'Os Café, Repentigny
Apportez votre chien!



Domaine Floravie, Le Bic
Chalets sur roues à louer.

Aménagement



Charbonneau l'Expert

PAUSE-CAFÉ!

Un espace détente pour les accompagnateurs pendant le magasinage!



Ferme Aux Vieux Chênes

UTILISER L'ESPACE

À SON PLEIN POTENTIEL

C'est simple. C'est compact. C'est beau. Et, c'est tellement pratique!

Talie Chocolat

DE L'ART ET DE L'ART...

Pourquoi ne pas profiter des espaces perdus pour intégrer un volet créatif et éducatif à la liste des ingrédients ?



Les Serres Sylvain Cléroux



La Vieille Grange

UN ÎLOT CENTRAL

La disposition des produits dans l'îlot central nous permet de circuler aisément.



Les Serres Pierre Brisebois et Fils

DES ÉLÉMENTS INSPIRANTS

Les entreprises tireront avantage à mettre en valeur des éléments de décoration attrayants pour susciter l'intérêt chez les consommateurs.



Kiosque des Ancêtres

PLEIN LA VUE!

Un étalage à niveau, bien monté, permet de distinguer la variété des produits.



*Agneaux de Laval /
Les Serres Beaulieu*

RÉCUPÉRATION DE L'EAU DE PLUIE

On apprécie la conscience
environnementale.

Kiosque «mobile» chez Forget

SE DÉMARQUER!

On aime l'originalité du concept et
l'aspect pratique du kiosque mobile.



Photo fournie par Véronique Pinzon



La Vieille Grange

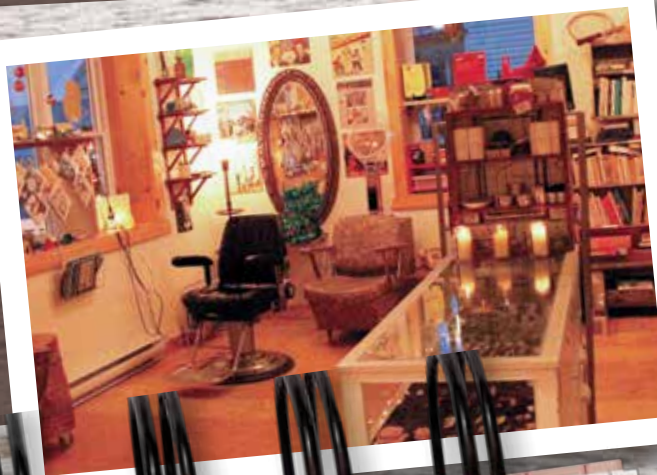
LA PROPRETÉ DES LIEUX

On apprécie l'air champêtre, la
nature et la propreté des lieux.



*Bar à lait Natrel par java u,
Montréal*

Alléchant, n'est-ce pas ?



Chez Méo, Saint-Élie-de-Caxton
La chaise du barbier.



Lumbec, Gatineau
Une touche de couleur peut
faire la différence.

*D'autres exemples
de bonnes pratiques...*

Boulangerie Lazio, Terrebonne
Pour manger en bonne compagnie

Activités et attraits

**DES CONCOURS: C'EST
TOUJOURS GAGNANT!**

*Agneaux de Laval /
Les Serres Beaulieu*

Est l'une des entreprises
participantes au concours
Saveurs de Laval.



Talie Chocolat

**LES MASCOTTES ET
LES PERSONNAGES**

Ils contribuent à donner une
image de marque.

La Fudgerie, Québec

Concours «Les Foodies
de la Fudgerie».





Agneaux de Laval

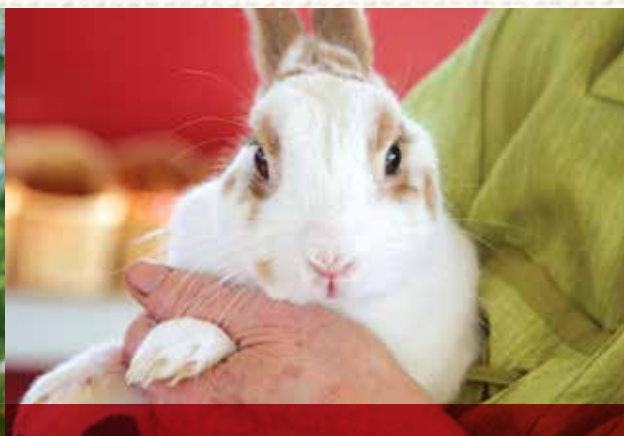


Charbonneau l'Expert

LES ENFANTS Y TROUVENT AUSSI LEUR COMPTE!



*Mid'Otruche,
Saint-Eustache*



*Ferme d'Auteuil /
Kiosque chez
Vaillancourt*



*Fromagerie du Vieux
Saint-François*



Ferme Marineau

AIRE DE JEUX



*Agneaux de Laval /
Les Serres Beaulieu*

AIRE DE DÉTENTE

Quoi de mieux que d'admirer le
paysage avant ou après avoir fait
ses provisions !

Talie Chocolat

AIRE DE LECTURE

Les adeptes de littérature pourront
profiter d'un espace tranquille en
goûtant leurs produits.



Kiosque des Ancêtres

AIRE DE FOU RIRE



**DES ÉVÉNEMENTS ET
DES ACTIVITÉS
ÉDUCATIVES REHAUSSENT
L'ACHALANDAGE ET
PERMETTENT DE FAIRE
CONNAÎTRE L'ENTREPRISE**



Photo fournie par Véronica Pinzon

*Marchés de quartier de l'est
de Laval*



La Vallée Secrète, St-Raymond
Activités au clair de lune.

*Saveurs
de Laval*



Photo fournie par Saveurs de Laval



*Ferme Guyon,
Chambly*

La papillonnerie :
une volière unique.



Photo fournie par Le Ceramic Café de Laval

Le Ceramic Café de Laval

Créer dans le plaisir.



Domaine de la forêt perdue, Notre-Dame-du-Mont-Carmel

Un prix d'entrée qui rapporte...
aux visiteurs.

Ferme Genest, Saint-Nicolas

On s'amuse!



**Le nom de votre
entreprise peut aussi
être un attrait!**

Binerie Chik du centre-ville,
Trois-Rivières

L'Maudit Francais - Cuisine
Pas Fine, Thetford Mines



Restaurant Le Grec, Trois-Rivières
L'histoire du mouton emblématique.

D'autres exemples de bonnes pratiques...

*Ferme du Bassin,
Saint-Joachim-de-Courval*
Volet éducatif

Le circuit du paysan, Hemmingford
Pour faire de belles découvertes

Vieille prison de Trois-Rivières, Trois-Rivières
Visite-expérience

Brûlerie Le Café de la poste, Québec
Pour en apprendre plus sur les cafés



*D'Antan magasin général,
Hemmingford*

Venez plonger dans l'atmosphère
d'un magasin général d'autrefois.

Affichage

**L'IDENTIFICATION
CLAIRE DES
PRODUITS
ET SERVICES**



Les Serres Sylvain Cléroux



Les Serres Pierre Brisebois et Fils



*La fille lumière,
Saint-Élie-de-Caxton*

Pas question de se mettre en
veilleuse pour la fille lumière.

Talie Chocolat

Des matériaux
de qualité et
une présentation
soignée.



Ferme aux Vieux Chênes

Une identification qu'on remarque de loin.



*Motel Etchemin,
St-Romuald*

Une affiche invitante.



L'AUTHENTICITÉ

Une citation qui illustre
les valeurs de l'entreprise.

*Agneaux de Laval /
Les Serres Beaulieu*



Ferme F. Turcotte et Fils



La Vieille Grange



Ferme Marineau



Ferme Marineau

SUIVRE LES CONSIGNES...

Les consignes clairement illustrées sont essentielles au respect des règlements.

UNE TOUCHE PERSONNALISÉE

De belles affiches et un affichage original sont des atouts pour une entreprise.

Commodités

Fromagerie du Vieux Saint-François

DES TABLES À PIQUE-NIQUE

C'est toujours agréable de pouvoir s'asseoir à table.



Miss Prêt à Manger, Montréal

Service de traiteur ou chef à domicile,
présentation originale.



Ferme Marineau



Ferme Marineau

PETITS OU GRANDS

Peu importe, on sera content d'avoir un panier à notre disposition.



Les Serres Pierre Brisebois et Fils

DES ENTREPRISES ENGAGÉES SOCIALEMENT

Quelle bonne idée d'offrir des solutions pour la récupération!

ACCESSIBILITÉ

Ici, trouver un espace de stationnement c'est évident!

*Fédération
des locataires
d'habitations à
loyer modique
du Québec
(FLHLMQ)*



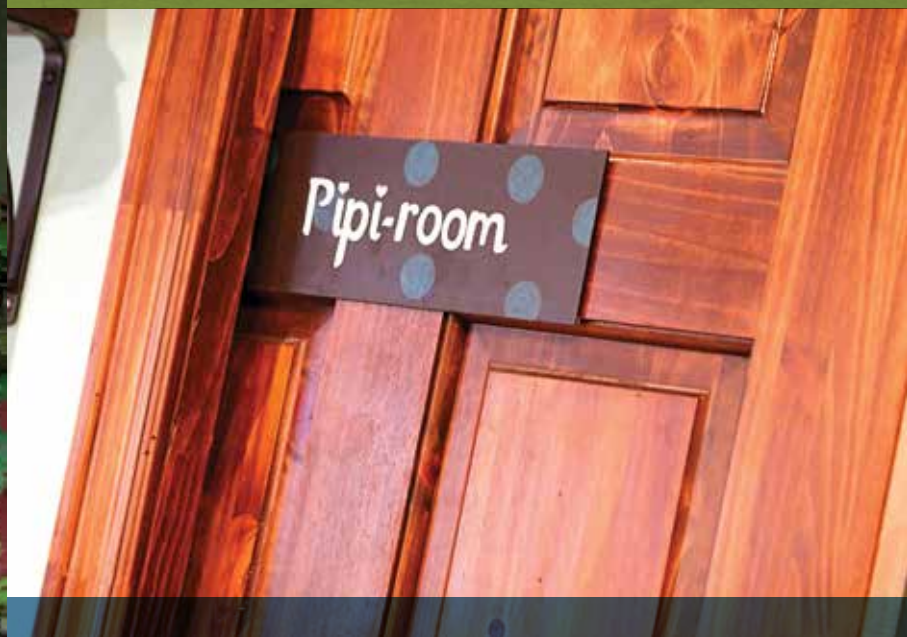
*Fromagerie
du Vieux
Saint-François*

**LES CHOSES UTILES
PEUVENT (AUSSI)
ÊTRE BELLES!**

Les Serres Sylvain Cléroux



Vérger Giboulean



Talie Chocolat

*Entre cimes et racines,
Bolton-Est*



D'autres exemples de bonnes pratiques...

Le Café Chat L'Heureux, Montréal
Espace de détente avec votre chat

Tiffy tube Québec, Bois-des-Filion
Un lave-chien 24h/24 et 7 jours sur 7

Nomad boutique mobile, Montréal
Les «Fashion Trucks!»

Le ricanoux, Saint-Charles-de-Bellechasse
Halte pour cyclistes et visite dans les champs

Cabane à Sucre Constantin, Saint-Eustache
Service de courtoisie jusqu'à la voiture. Merci!

SE DÉMARQUER PAR SON SITE INTERNET

Les sites internet et les médias sociaux sont des incontournables!

*Fromagerie du
Vieux Saint-François*



LES ÉTAPES POUR METTRE EN PRATIQUE

**Notre collection de bonnes
pratiques vous a inspiré ?**

1. S'évaluer
2. S'informer
3. Réseauter

1. S'ÉVALUER

Avant de se lancer dans la mise en place d'un projet inspirant, il est essentiel de faire le point et de dresser une évaluation.

Voici deux chemins qui pourront vous guider dans votre démarche :

- L'évaluation par un tiers non lié (les employés et les membres de la famille ne doivent pas être les seuls répondants. Profitez plutôt de l'expertise de vos clients).
- L'autoévaluation (voir page suivante).



AUTOÉVALUATION

	A - TOUT À FAIT	B - MOYENNEMENT	C - TRÈS PEU	D - PAS DU TOUT	E - NON APPLICABLE
ACCUEIL... Est-ce que....					
1. vous connaissez bien vos clients (provenance, goût, éléments personnels, etc.) ?					
2. vos employés sont en mesure de répondre adéquatement aux questions des clients ?					
3. vos employés sont assez nombreux pour répondre aux demandes des clients ?					
4. vous offrez des formations sur le service à la clientèle à vos employés ?					
5. le temps d'attente à la caisse est convenable ?					
ACTIVITÉS ET ATTRAITS... Est-ce que...					
6. vous servez des dégustations ou donnez des échantillons de produits ?					
7. vous organisez des concours ?					
8. vous offrez des activités éducatives (visites, exposition, camp de jour, etc.) ?					
9. vous disposez d'une aire de jeux pour les enfants ou une aire de détente pour les adultes ?					
10. vous avez des animaux, un symbole ou une mascotte dans votre entreprise qui attirent la clientèle et qui contribue à donner une image de marque à votre entreprise ?					
PRODUITS... Est-ce que...					
11. vous révisiez votre offre de produits sur une base régulière ?					
12. vous offrez des produits ou des services qui se démarquent ?					
13. votre inventaire est suffisant pour répondre à la demande des clients ?					
14. le nom du produit, le prix et autres informations importantes sont inscrits lisiblement sur l'étiquette ou l'emballage ?					
15. l'étiquette et l'emballage de vos produits sont attirants ?					
16. vos produits sont disposés de façon stratégique favorisant la vente ?					
17. vos présentoirs sont attrayants et bien entretenus ?					
18. vous offrez des produits locaux autres que les vôtres ?					
19. vous offrez des produits d'autres régions ?					
PRODUITS... Est-ce que...					
20. vous entretenez régulièrement votre aménagement extérieur (décor, réparation) ?					
21. votre décoration intérieure représente bien votre entreprise ?					
22. les couleurs de peinture sont attrayantes et la peinture en bon état ?					
23. vous avez un élément décoratif qui personnalise votre entreprise ?					
24. l'espace pour circuler entre les rangées est suffisamment dégagé ?					
25. l'entretien général est fait régulièrement (ramassage de déchets, balayage, toilettes, etc.) ?					

AUTOÉVALUATION

	A - TOUT À FAIT	B - MOYENNEMENT	C - TRÈS PEU	D - PAS DU TOUT	E - NON APPLICABLE
AFFICHAGE et PROMOTION... Est-ce que...					
26. vous avez une enseigne bien visible en bordure de route pour annoncer votre entreprise ?					
27. votre enseigne est en bon état et de belle apparence ?					
28. vous avez une affiche extérieure indiquant les heures d'ouverture ?					
29. vous faites de l'affichage promotionnel dans les médias traditionnels (journaux, dépliants, radio, télévision, etc.) ?					
30. vous faites partie d'un regroupement qui fait de la promotion (Exemple : Saveurs de Laval, Tourisme Laval) ?					
31. vous êtes satisfait de la retombée de cette promotion ? (avez-vous remarqué une augmentation de l'achalandage) ?					
32. vous avez un site internet ou un profil Facebook ?					
33. vous êtes en mesure de connaître les statistiques de fréquentation de votre site internet et compte Facebook ?					
COMMODITÉS... Est-ce que...					
34. vous avez un espace de stationnement réservé à vos clients ?					
35. la chaussée de votre stationnement est en bon état ?					
36. vous disposez d'accès pour diverses clientèles: fauteuils roulants, poussettes, supports à vélos ?					
37. vous offrez des paniers/chariots à vos clients ?					
38. vous offrez un service de livraison à l'auto ?					
39. vous proposez différentes options de paiement (argent, cartes, etc.) ?					
40. une toilette est accessible pour les clients ?					

Pour vous aider à interpréter les résultats de votre autodiagnostic, nous vous suggérons d'examiner vos réponses en deux temps : d'abord les questions 1 à 10 et, ensuite, les questions 11 à 40.

Questions 1 à 10 - SERVICE À LA CLIENTÈLE

- Une majorité de «Tout à fait» : Vous excellez dans le service à la clientèle. Vous faites partie des exemples à suivre. Poursuivez vos efforts, demeurez vigilants. Contribuer à alimenter le site des bonnes pratiques!
- Une majorité de «Moyennement» : Vous savez que le service à la clientèle est important. Vous pouvez cependant apporter davantage de soin à vos clients, à développer une offre d'activités en vous inspirant des bonnes pratiques illustrées aux sections **accueil et activités/attraits**.
- Une majorité de «Très peu» ou «Pas du tout» : En matière de service à la clientèle, vous avez du travail à accomplir. Pour vous améliorer, vous devrez travailler davantage sur l'aspect humain, vous intéressez plus à votre clientèle que vous ne le faites actuellement. Inspirez-vous des bonnes pratiques illustrées aux pages **accueil et activités/attraits**.

Questions 11 à 40 - ASPECT PRATIQUE, ESTHÉTIQUE ET QUALITÉ DES PRODUITS

- Une majorité de «Tout à fait» : Vous excellez dans les aspects produits et esthétique. Vous faites partie des exemples à suivre. Poursuivez vos efforts, demeurez vigilants. Contribuer à alimenter le site des bonnes pratiques!
- Une majorité de «Moyennement» : Vous êtes conscient de l'aspect esthétique et la qualité de vos produits. Vous pouvez cependant apporter davantage de soin à ces aspects en vous inspirant des bonnes pratiques illustrées aux sections **produits, aménagement, affichage et commodités**.
- Une majorité de «Très peu» ou «Pas du tout» : En matière d'esthétique et de produits, vous avez du travail à accomplir. Toutefois, le premier pas est déjà fait : vous vous êtes évalués, sans vous mentir. Inspirez-vous des bonnes pratiques illustrées aux sections **produits, aménagement, affichage et commodités**.



2. S'INFORMER

Pour trouver de nouvelles «bonnes pratiques», il est important de :

- Porter une attention particulière lorsque vous magasinez ou visitez des lieux touristiques.
- Consulter des sites Internet d'entreprises œuvrant dans différents secteurs d'activités.
- Consulter des revues spécialisées.
- Assister à des ateliers-conférences.
- Visiter des salons offerts par des organismes ou des associations.

3. RÉSEAUTER

- Échanger avec votre famille, vos amis, vos clients, votre communauté.
- Participer et s'impliquer dans différents événements et projets locaux.
- Trouver des partenaires pour vous aider à bonifier votre offre et vous rapprocher du consommateur.



COOP Paniers-Saveurs de Laval, Laval

Une belle aventure maraîchère!

La populaire campagne
Paniers-Saveurs Les jardiniers :
Agathe Vaillancourt, Gilles
Lacroix, Louis Marineau et
Jean-François Legault.



Vancouver Murals Tour, Vancouver

Une initiative développée par la Ville de Vancouver

le projet consiste à
créer des environ-
nements physiques
attrayantes et
accueillantes par
l'amélioration de rues,
bâtiments, espaces
publics, et la sécurité
publique.



Provender, Montréal

De La Ferme À La Fourchette

Provender est un marché en
ligne conçu pour faciliter les
liens entre les chefs et les
fermiers locaux.

Les Breuvages Gingo en vente à la Boulangerie Première Moisson

Des produits locaux... chez nous!

En plus de leurs propres
produits, certaines entre-
prises offrent des produits
des entreprises voisines.

Jardins de Doris, Matane

Un cadran solaire.

Une oeuvre de M. André
Beaulieu de Montréal en
collaboration avec un
groupe de jeunes volon-
taires. Ce cadran solaire
indique les heures de
la journée en utilisant le
soleil comme seule
énergie motrice.



Mosaïque collective, Saint-Élie-de-Carleton

Œuvre collective réalisée
par Roxane Campeau
(mosaïque), Suzanne
Jacques (céramique),
Isabelle St-Arnaud (verre
fusion), Diane Gendron
(feutre) et Christine Ouellet
(céramique).

RÉSEAUTAGE

École hôtelière de Laval, Laval

Banc d'essai, venez travailler avec les futurs chefs!

Rassembler les entreprises, les chefs lavallois ainsi que
les étudiants de l'École hôtelière de Laval autour d'une
même table.





Agriculture, Pêcheries
et Alimentation
Québec 

Canada 

Cultivons l'avenir 2
Une initiative fédérale-provinciale-territoriale

