



Transformation Alimentaire Québec  
(TRANSAQ)

**RÉPERTOIRE DES SITES INTERNET DE RÉFÉRENCE  
POUR LES ENTREPRISES DE TRANSFORMATION  
ALIMENTAIRE ET AGROTOURISTIQUES**

**DIRECTION DU DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL  
JUN 2005**

## TABLE DES MATIÈRES

- Objectifs du document
  
- Sites à vocation provinciale
  1. [Transformationalimentairequebec.com](http://Transformationalimentairequebec.com)
  2. [Gourmetquebec.com](http://Gourmetquebec.com)
  3. [Agrisaveurs.com](http://Agrisaveurs.com)
  4. [Reseaudesproduitsfins.com](http://Reseaudesproduitsfins.com)
  5. [Agricotours.qc.ca](http://Agricotours.qc.ca)
  6. [Produits-regionaux.qc.ca](http://Produits-regionaux.qc.ca)
  
- Sites thématiques (de produit unique)
  1. [Vignerons-du-quebec.com](http://Vignerons-du-quebec.com)
  2. [Routedesfromages.com](http://Routedesfromages.com)
  
- Sites à vocation régionale
  1. [Produitsdelaferme.com](http://Produitsdelaferme.com)
  2. [Saveursbsl.com](http://Saveursbsl.com)
  3. [Saveursabitemis.com](http://Saveursabitemis.com)
  4. [Tourisme-charlevoix.com](http://Tourisme-charlevoix.com)
  5. [Chaudiereappalaches.com](http://Chaudiereappalaches.com)
  6. [Agrolaurentides.qc.ca](http://Agrolaurentides.qc.ca)
  7. [Iledorleans.com](http://Iledorleans.com)
  8. [Gaspesiegourmande.com](http://Gaspesiegourmande.com)
  9. [Lebongoutfraisdesiles.com](http://Lebongoutfraisdesiles.com)
  10. [Parcoursgourmand.com](http://Parcoursgourmand.com)
  11. [Cotedebeaupre.com](http://Cotedebeaupre.com)
  12. [Rangdezvous.com](http://Rangdezvous.com)
  13. [Pommes-en-fete.com](http://Pommes-en-fete.com)
  14. [MontsetDelices.com](http://MontsetDelices.com)
  
- Répertoires d'Agriculture et Agroalimentaire Canada
  1. <http://atn-riae.agr.ca/seafood/home-f.htm>
  2. [http://www2.agr.gc.ca/nutraceuticals/index\\_f.cfm](http://www2.agr.gc.ca/nutraceuticals/index_f.cfm)
  3. <http://www2.agr.ca/cansup/canada/canproducts-f.asp>

## OBJECTIFS DU DOCUMENT

Ce répertoire s'adresse en priorité aux entreprises de transformation alimentaire qui désirent augmenter leur visibilité et faciliter la vente de leurs produits par des moyens non traditionnels. La conception d'un site par une entreprise a pour but de faciliter et de diversifier ses efforts promotionnels. Sans promotion adéquate, ces sites demeurent peu fréquentés et finissent par avoir peu d'impact sur les résultats de l'entreprise. Par son inscription à un site regroupant de nombreuses entreprises en réseau à l'intérieur d'une communauté d'intérêt, la firme peut augmenter substantiellement sa visibilité en profitant des efforts promotionnels faits par le gestionnaire du site. L'objectif de ce répertoire est de mettre en valeur ces sites et de faciliter leur accès par les entreprises québécoises.

Vous retrouverez dans ce document une liste non exhaustive de sites promotionnels ou transactionnels de type portail ou de référence, regroupant des entreprises de transformation alimentaire dont les objectifs sont de promouvoir les entreprises inscrites au site ainsi que leurs produits, et de faciliter les transactions de leurs produits auprès des clients internautes.

Ce document se veut une référence aux sites existants sans que le Ministère n'endosse leur contenu, leur valeur ou leur pertinence. Nous présentons une courte description du contenu des sites, de leurs objectifs, et du coût d'inscription (à titre indicatif) selon les informations disponibles. Nous vous invitons à profiter des adresses fournies pour faire une investigation plus poussée de la valeur des différents sites en fonction de vos besoins et objectifs.

Ainsi que nous l'avons mentionné, cette liste n'est pas exhaustive ; il existe certainement d'autres sites que nous avons omis par manque d'information. Nous avons également volontairement ignoré les sites de nature privée à *membership* fermé pour nous limiter aux sites ouverts à tous ainsi qu'aux associations représentatives. Nous avons également ciblé les sites les plus pertinents pour le marché québécois.

Si vous avez des suggestions à nous soumettre, il nous fera plaisir de les recevoir à l'adresse indiquée ci-dessous.

Bonne lecture !

Richard Lepage  
Transformation Alimentaire Québec  
Direction du développement régional  
201, boul. Crémazie Est, 4<sup>e</sup> étage  
Montréal (Québec) H2M 1L4  
Tél. : (514) 873-4147, poste 236  
Télec. : (514) 873-2364  
[Richard.lepage@mapaq.gouv.qc.ca](mailto:Richard.lepage@mapaq.gouv.qc.ca)

## SITES À VOCATION PROVINCIALE

### 1. [Transformationalimentairequebec.com](http://Transformationalimentairequebec.com)

Site promotionnel bilingue de type portail dirigé vers les acheteurs et mis à jour par Transformation alimentaire Québec (TRANSAQ). Il contient la plus grande banque d'entreprises de transformation alimentaire au Québec. L'information sur l'entreprise se limite à une page contenant les coordonnées, les personnes contacts, les catégories de produits, la liste des produits, ainsi que les attributs tels que biologique, cachère, etc. L'annuaire offre également des possibilités de recherche d'autres catégories d'entreprises telles que les distributeurs, les courtiers, les grossistes, les maisons de commerce, les associations et organismes de développement économique; l'annuaire ne donne que des coordonnées et des personnes contacts. L'inscription au site est gratuite.

La recherche sur les entreprises de transformation peut se faire par région, par catégorie de produits et selon des critères liés à des attributs, ainsi que par mot-clé. Des hyperliens permettent de diriger l'utilisateur vers les sites Internet des entreprises ou vers les courriels des entreprises ou des personnes contacts.

En plus des listes d'intervenants, ce site offre des informations sous forme de chroniques, d'articles de journaux et de recherches bibliothécaires.

[Retour](#)

### 2. [Gourmetquebec.com](http://Gourmetquebec.com)

Ce site grand public est de type portail et offre un grand nombre d'informations et de services dont un répertoire d'entreprises limité aux produits « gourmet », de « niche » et du « terroir québécois » - définition fournie par le Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie (CIBLE) : « Un produit gourmet, de niche ou des terroirs est un produit différencié qui se distingue par ses caractéristiques organoleptiques, son mode de production ou son origine. Il doit être transformé au Québec » -.

Le site est construit par section : gourmet, restauration, épicerie, agrotourisme, conseils, commerce électronique (voir le site « Agrisaveurs.com »). Chacune fournit des informations particulières. Un montant de base de 30 \$ est exigé pour la mise en ligne, plus un montant variable annuel tel que :

- 120 \$ pour l'agrotourisme, la restauration, l'épicerie et les services-conseils ;
- 180 \$ pour Gourmet (plus 1 \$ par produit annoncé) et Agrisaveurs séparément ;
- 240 \$ pour Gourmet, agrotourisme et Agrisaveurs ensemble.

La recherche se fait par les différentes sections, par région ou par produit recherché. La recherche par « produit » permet d'avoir des informations complètes (genre fiche technique) sur les produits affichés ainsi que sur les entreprises (incluant une photo), mais

ne permet pas de contact direct par courriel ou vers le site web de l'entreprise. Pour obtenir des informations sur les entreprises, il faut passer par la section région.

Dans l'annuaire, l'inscription est gratuite et permise pour toute entreprise de transformation (quelle que soit sa taille); l'entreprise peut y inscrire directement par courriel ses coordonnées ainsi qu'une catégorie de produits. Il n'y a pas de lien courriel.

[Retour](#)

### 3. [Agrisaveurs.com](#)

Ce site, spécialisé pour les transformateurs alimentaires et qui se déclare de commerce électronique, est le reflet de « Gourmetquebec.com ». Tout comme ce dernier site, il est géré par le Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie (CIBLE). Il vise la même clientèle que « Gourmetquebec.com », soit les petites et moyennes entreprises et les commerçants du secteur alimentaire, mais il est ouvert à toute taille d'entreprise. Pour l'instant, il n'est pas traduit et se visualise seulement en français. Il fait également la promotion de services-conseils, banque d'emplois, etc.

Quoique dit de commerce électronique, il n'est pas possible de compléter une transaction avec paiement sur ce site, ce qui n'en fait pas un véritable site B2B. Les prix peuvent être affichés ou non; dans ce dernier cas, il est possible pour l'acheteur de demander une soumission en ligne au fournisseur par courriel. Les quantités soumissionnées sont généralement pour des caisses de 6 ou 12 unités.

Le coût d'inscription pour une entreprise est de 180 \$ annuellement plus des frais de mise en ligne de 30 \$; des frais supplémentaires seront exigés pour l'inscription de plus d'un produit. Un forfait de 240 \$/an est offert pour l'inscription à gourmetquebec.com, agrotourisme et agrisaveurs. L'acheteur devra déboursier 60 \$ pour être accrédité. Il est impossible de visionner le site à moins de s'y inscrire.

[Retour](#)

### 4. [Reseaudesproduitsfins.com](#)

Ce site, avec des ambitions internationales, a pour mission de faciliter le commerce de produits fins. Il ne fait pas réellement du commerce électronique mais facilite le contact entre acheteurs et fournisseurs. Le transformateur peut y annoncer son entreprise et ses produits moyennant un coût annuel de 1 000 \$. Cette somme permet l'achat de pages promotionnelles avec possibilité de 12 photos et des annonces occasionnelles apparaissant dans la page d'accueil du site. Ces annonces demeurent visibles sur une période d'une semaine et peuvent provenir autant d'un acheteur que d'un vendeur. La traduction en anglais est incluse dans le prix. En fait, toute inscription a le choix de deux langues; éventuellement, le site sera traduit dans un certain nombre de langues (la troisième langue sera payante au mot).

La recherche peut se faire par région et catégories de produits; celles-ci sont très extensives et incluent des produits agricoles et transformés.

À moins de vouloir également un mini site au coût de 1 000 \$ à l'intérieur du bottin, l'acheteur peut s'inscrire gratuitement en spécifiant ses besoins. Celui-ci sera informé des nouvelles inscriptions et des nouvelles d'intérêt selon ses besoins déclarés.

Les promoteurs sont très actifs au niveau de la promotion. Ils ont deux bureaux de vente en dehors de Montréal, soit New York et Londres, et désirent participer à de nombreux salons pour se faire connaître : le SIAL, Food Ex au Japon, Anuga, Fancy Food Shows aux E.U.

Voici comment ils définissent leur portail et les produits fins :

« Le Réseau des produits fins est un portail B2B destiné à la rencontre des producteurs et des distributeurs de produits alimentaires fins. Nous accordons une prépondérance marquée pour :

- les produits de niche;
- les produits issus du terroir;
- les produits de fabrication artisanale;
- les produits dits régionaux, d'appellation ou de dénomination contrôlée.»

[Retour](#)

## 5. [Agricotours.qc.ca](http://Agricotours.qc.ca)

Ce site dénombre plus de 530 inscriptions de gîtes et auberges (du Passant), de tables champêtres, de relais du terroir, de fermes découvertes. Les établissements sont classés selon différents critères de recherche (géographique, mots-clés, services, etc). La qualité des services est estimée selon une codification étoilée.

Chaque entreprise bénéficie d'une description d'activités claire et complète avec photos. Les membres bénéficient de conseils et d'avantages de groupe sur certains services. La publication d'un guide papier est assurée en partenariat avec la maison d'édition Ulysse. Ce guide est vendu en magasin. D'autres actions promotionnelles sont assurées par le regroupement dont la participation à des émissions télévisées, l'inscription à des guides touristiques des associations touristiques régionales (ATR) et à des portails et sites de nature touristique.

Le site permet le lien avec le site web des entreprises et la communication par courriel avec celles-ci.

L'inscription est payante mais les frais ne sont pas mentionnés sur le site. Ceux-ci sont assez compliqués à décrire puisqu'ils font intervenir des possibilités de rabais, des cotisations spéciales régionales ou de marketing, des assurances. La cotisation de base pour une

accréditation « Relais du Terroir » est de 359 \$ en 2005 et de 308 \$ pour la « Ferme Découverte ».

[Retour](#)

## 6. [Produits-regionaux.qc.ca](http://Produits-regionaux.qc.ca)

Ce site grand public se spécialise dans le commerce électronique de produits régionaux et de paniers-cadeaux en particulier. Il s'agit, dans ce cas, d'un véritable site de commerce électronique avec transactions en ligne et prise en charge des livraisons, des réclamations, etc. Une notice très bien faite avertit l'utilisateur de ses obligations et ses droits lors de la transaction. La recherche peut se faire, soit par région, par producteur ou par type de produit.

Pour l'instant, ce site regroupe une cinquantaine d'entreprises, soit dans la section boutique ou dans celle des paniers-cadeaux. Celles-ci sont classées selon quelques catégories alimentaires et « artisanat ». L'information, accompagnée de photos, est succincte et se rapporte à la fois à l'entreprise et aux produits dans la section boutique et aux paniers ou produits seuls dans la section paniers-cadeaux (l'acheteur peut monter son panier à partir des items listés). Des hyperliens vers les sites d'entreprises sont permis dans la section boutique.

Il n'y a pas de frais annuels pour faire partie du site. Dans la section boutique, un montant de 295 \$ est demandé pour 3 produits avec photos; chaque produit additionnel coûte 50 \$. Dans cette section, les acheteurs traitent directement avec les fournisseurs, mais *Les Paniers Godefroy* règle les problèmes de livraison. Bientôt, les fournisseurs pourront vendre leurs produits à un magasin général entièrement géré par *Les Paniers Godefroy* selon la même entente commerciale que mentionnée ci-dessus.

Dans la section paniers, 395 \$ sont réclamés pour 3 photos et 50 \$ pour les items supplémentaires; *Les Paniers Godefroy* achète pour 150 \$ de produits au prix de gros à conserver en stock. Les prix incluent le produit, l'emballage et la décoration ainsi que la marge de *Les Paniers Godefroy*; la livraison est ajoutée, par la suite, à la facture. Le client peut construire son panier à partir des produits listés.

Une nouvelle section de chèque-cadeau vient d'être créée. Pour l'instant, les entreprises du site proviennent principalement de la Mauricie et du Centre-du-Québec. L'entreprise veut étendre son bassin d'entreprises et développer un concept de paniers-cadeaux régional.

[Retour](#)

## SITES THÉMATIQUES

### 1. [Vignerons-du-quebec.com](http://Vignerons-du-quebec.com)

Le site de l'Association des Vignerons du Québec se veut explicatif sur les missions de l'association et promotionnel auprès du grand public. Les entreprises membres disposent toutes d'une page de présentation sur l'entreprise, les produits, les prix de vente, les activités permises sur les lieux et les heures d'ouverture. Les activités agrotouristiques y sont mises en valeur ainsi que les lieux de vente de leurs produits. Des photos des produits ou des étiquettes agrémentent le site. Une carte géographique permet de situer l'entreprise et fait le lien avec les entreprises similaires dans le cadre d'une route des vins régionale. Cinq régions sont ainsi délimitées. Des documents papier sont également distribués en complément.

La recherche se fait soit par région, par mots-clés ou par type de vin sans possibilité de recherche croisée. Un lien est assuré vers les sites Internet des entreprises, et il est possible de les contacter directement par courriel.

[Retour](#)

### 2. [Routedesfromages.com](http://Routedesfromages.com)

Site grand public bilingue créé par le Conseil de l'industrie laitière du Québec et l'Association laitière de la chèvre du Québec en vue de promouvoir les entreprises fromagères du Québec. Ce site est un sous-produit du document papier produit par les deux mêmes associations à 250 000 exemplaires. Le site permet une recherche par région et donne quelques informations sur les entreprises et leurs produits. L'information est synthétisée au moyen de pictogrammes et permet un hyperlien vers le site Internet de l'entreprise. La recherche est également permise par grandes catégories de fromages; celle-ci donne une liste de fabricants et de leurs fromages.

Le site est aussi une bonne source d'information générale sur la fabrication du fromage et les différents types de fromage.

L'inscription au site est bisannuel et coûte 200 \$ pour une parution, à la fois dans la version papier et la version électronique. Une prochaine réédition est prévue en 2006. L'inscription est permise autant aux membres des deux associations précitées qu'aux non-membres, et toutes les catégories de fromages sont visées même si l'on parle de fromages fins dans la dénomination du site.

[Retour](#)

## SITES À VOCATION RÉGIONALE

### 1. [ProduitsdeLaFerme.com](http://ProduitsdeLaFerme.com)

Site grand public bilingue géré par le Centre local de développement (CLD) de Coaticook regroupant des producteurs et transformateurs de la région de Coaticook (le site déborde un peu de la région). Ce site est de nature promotionnelle et agrotouristique. Il donne des informations générales sur les entreprises (42 inscriptions) et le genre de produits vendus sur une seule page (2 photos sont permises). La recherche peut se faire par ordre alphabétique ou par catégorie de produits. Il s'attarde également sur les activités à faire en région dont l'agrotourisme, l'autocueillette et autres sorties familiales. Des hyperliens sont faits vers le site web des entreprises et leur courriel.

Les coûts varient selon les services demandés, soit :

- 150 \$ par an, pour une page d'information (fiche technique sur l'entreprise plus 2 photos) ;
- 250 \$ par an, pour la page d'information plus un visuel sur le napperon ;
- 50 \$ pour une présence dans leur présentoir en magasin.

Les coûts incluent une demi-heure gratuite de mise à jour pour l'information technique sur le site. Une entreprise peut également se monter un site hébergé sur leur adresse.

[Retour](#)

### 2. [SaveursBSL.com](http://SaveursBSL.com)

Site grand public de la corporation « Les Saveurs du Bas-Saint-Laurent », dont le but est de promouvoir les produits des producteurs et transformateurs de la région. Chaque entreprise dispose d'une page d'informations incluant une courte description, son logo, ses coordonnées et des informations sur les produits qui se limitent au format, au prix et à une photo. Un lien est assuré vers les sites Internet des entreprises, et il est possible de les contacter directement par courriel.

La recherche se fait soit par MRC, par catégorie de produits, et par mot-clé produit. En plus des entreprises de transformation, le site regroupe des membres du tertiaire. L'inscription à la corporation coûte 230 \$ taxes incluses et inclut la visibilité de l'entreprise sur le site, en plus des autres services offerts par la corporation.

[Retour](#)

### 3. [SaveursAbitemis.com](http://SaveursAbitemis.com)

Site partiellement bilingue géré par le Centre AgroTic+, un organisme sans but lucratif mis sur pied par les organismes d'aide au développement de la région de l'Abitibi-

Témiscamingue. Pour l'instant, ce site est expérimental mais termine un rodage de 18 mois; il serait maintenant fonctionnel sur une base commerciale. La mise au point a été faite avec une quarantaine d'entreprises et trois grossistes.

La section grand public offrira une vitrine promotionnelle des entreprises inscrites qui comprendra leurs coordonnées, une courte description de l'entreprise, une liste des produits ou services et une dizaine de photos. Cette vitrine sera offerte pour 150 \$ par an.

Mais le site veut surtout se faire connaître pour son volet transactionnel assez unique. Dans ce volet qui a fait l'objet du rodage, une entreprise pourra faire valoir ses produits, assurer une transaction en ligne avec l'acheteur, communiquer sous forme EDI, orchestrer la logistique de livraison. Déjà, certains grands distributeurs sont prêts à adopter cet outil transactionnel avec les fournisseurs. L'outil développé ne prévoit pas l'utilisation de la poste pour la livraison; il s'agit d'un site B2B sans vente directe au consommateur.

Tous les frais ne sont pas encore comptabilisés, mais l'entreprise mentionne un coût d'entrée de 1 200 \$ plus les frais selon l'utilisation.

[Retour](#)

#### 4. [Tourisme-charlevoix.com](#)

Ce site grand public de l'Association touristique régionale de Charlevoix comprend un circuit agrotouristique dans lequel un court texte identifie les établissements, leurs produits et les heures d'ouverture. Les liens Internet et par courriel sont possibles.

Il comprend également une liste d'activités et d'établissements en hébergement ou en restauration.

[Retour](#)

#### 5. [Chaudiereappalaches.com](#)

Site grand public bilingue de Tourisme Chaudière-Appalaches. Il contient des informations générales sur les événements en région, les restaurateurs, les offres d'hébergement, les activités ainsi qu'une liste d'entreprises agrotouristiques. La recherche se fait par comté, par liste d'activités agrotouristiques et par produits. La fiche entreprise contient les coordonnées et la description de l'entreprise, les activités et les produits offerts. Des photos peuvent être ajoutées à l'information, et un lien est assuré vers les sites Internet des entreprises tout en étant possible de les contacter directement par courriel.

La tarification est mentionnée sur le site de même que la liste de services aux membres.

[Retour](#)

6. [Agrolaurentides.qc.ca](http://Agrolaurentides.qc.ca)

Site grand public de type promotionnel de la *Table de concertation agroalimentaire des Laurentides*. Un répertoire permet de consulter la liste des entreprises de la région selon des critères géographiques, de catégories dont l'agrotourisme, et par mots-clés. Les fiches « entreprises » incluent les coordonnées, les produits, la méthode de vente et les activités agrotouristiques lorsque présentes.

[Retour](#)

7. [Iledorleans.com](http://Iledorleans.com)

Site grand public bilingue de type promotionnel et agrotouristique offrant un répertoire des entreprises de l'Île d'Orléans. L'information sur les entreprises est succincte et fait une très large utilisation des pictogrammes. Il comprend des transformateurs, producteurs agricoles, restaurateurs et lieux d'hébergement. Les liens Internet et par courriel sont indiqués.

[Retour](#)

8. [Gaspesiegourmande.com](http://Gaspesiegourmande.com)

Gaspésie Gourmande est une association qui fait la promotion des produits régionaux de la Gaspésie. L'appellation «Gaspésie Gourmande» remplace depuis 2004 «Le bon goût frais de la Gaspésie». Ce site présente une liste de producteurs et de transformateurs régionaux ainsi que des restaurateurs, commerces et gîtes qui s'engagent à utiliser ou vendre les produits de la région. Les informations fournies sont succinctes et se limitent aux coordonnées de l'entreprise ainsi que les catégories de produits ou services offerts sous forme de pictogrammes. Une carte géographique permet de situer les entreprises. Les liens Internet et par courriel sont indiqués.

[Retour](#)

9. [Lebongoutfraisdesiles.com](http://Lebongoutfraisdesiles.com)

L'association «Le bon goût frais des Îles» est constituée en un organisme sans but lucratif et a pour mission de développer et de promouvoir la mise en marché des produits locaux des Îles-de-la-Madeleine sur le marché local et provincial. Ce site de type promotionnel grand public et bilingue fournit les coordonnées et la liste des produits des producteurs et transformateurs des Îles. Les détaillants et restaurateurs participants sont aussi mentionnés et situés sur une carte fournit en PDF. Les liens Internet et par courriel sont indiqués. Le site offre la possibilité d'héberger une adresse au nom de l'entreprise si désiré.

[Retour](#)

#### 10. [Parcoursgourmand.com](http://Parcoursgourmand.com)

Site grand public bilingue de type agrotouristique du Conseil de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire pour le Développement de la Région de Québec (CAADRQ). Ce site fait la promotion des entreprises agrotouristiques de la région au moyen d'une page d'informations incluant les coordonnées de l'entreprise, une courte description, les services offerts sous forme de pictogrammes, l'horaire et une photo. Une carte géographique est incluse qui permet de mieux situer les entreprises.

La recherche se fait par région (4 circuits proposés), par type de produits, par catégorie d'entreprises. Des hyperliens assurent des transferts vers les sites web et les courriels des entreprises.

[Retour](#)

#### 11. [Cotedebeaupre.com](http://Cotedebeaupre.com)

Site bilingue grand public et agrotouristique développé par le Centre local de développement de la Côte-de-Beaupré. Ce site fait la promotion des entreprises agrotouristiques de la région au moyen d'une page d'informations sur les entreprises incluant leurs coordonnées, une courte description des entreprises, des services offerts et les horaires. Une photo agrément la page. Il y a possibilité d'hyperliens vers les sites web des entreprises et vers le courriel.

En plus de l'agrotourisme, le site offre une liste d'établissements en restauration et en hébergement ainsi que les principaux attraits et activités de la région.

[Retour](#)

#### 12. [Rangdezvous.com](http://Rangdezvous.com)

Circuit agrotouristique incluant une vingtaine de producteurs et transformateurs de la région de Mirabel (Laurentides). La présentation est simple et donne quelques informations sur les entreprises inscrites, leurs produits et les activités offertes ; une photo agrément la fiche. Une carte géographique facilite la recherche. Des hyperliens assurent des transferts vers les sites web des entreprises.

[Retour](#)

#### 13. [Pommes-en-fete.com](http://Pommes-en-fete.com)

Circuit agrotouristique de la région de Mirabel et Deux-Montagnes qui regroupe une trentaine d'entreprises et géré par une corporation sans but lucratif. À l'origine réservé aux pomiculteurs, ce site de type promotionnel seulement regroupe maintenant toutes les entreprises intéressées de la région. Le site permet d'obtenir quelques informations sur les

coordonnées des entreprises, leurs produits, les activités ou les services offerts au moyen de fiches standards. Une carte géographique permet à l'utilisateur de retrouver rapidement son chemin. Les hyperliens permettent un raccourci vers les sites d'entreprises.

[Retour](#)

#### 14. [MontsetDelices.com](#)

Route gourmande initiée par le Centre local de développement des Laurentides et regroupant 11 entreprises : restaurants, transformateurs et producteurs de la région des Laurentides. Le site se limite à une reproduction en PDF d'un dépliant promotionnel. La lecture est difficile mais diffuse quelques informations sur les entreprises membres, leurs produits et activités. Aucun hyperlien possible.

[Retour](#)

### RÉPERTOIRES D'AGRICULTURE ET AGROALIMENTAIRE CANADA

#### 1. <http://atn-riac.agr.ca/seafood/home-f.htm> (banque de données sur les fournisseurs de produits marins au Canada)

Cette banque de données bilingue, gérée par Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC), offre une liste de fournisseurs de produits marins détenant un permis fédéral d'exportation. L'information fournit les coordonnées des entreprises ainsi qu'une liste de produits avec hyperliens vers leur courriel et site web. La recherche est possible par type de produits et province, mais celle-ci ne peut être croisée, ce qui en limite les capacités.

L'inscription est gratuite et provient en majeure partie d'un bottin papier préparé en octobre de chaque année par Contact Canada. AAC achète les droits électroniques de cette liste. Une entreprise peut passer directement par Agriculture Canada pour s'inscrire à partir de l'onglet « Contactez-nous » du site.

La promotion du site se fait lors des différentes foires auxquelles participe AAC.

[Retour](#)

#### 2. [http://www2.agr.gc.ca/nutraceuticals/index\\_f.cfm](http://www2.agr.gc.ca/nutraceuticals/index_f.cfm) (banque de données sur les entreprises en biotechnologie)

Cette banque de données bilingue, gérée par Agriculture et Agroalimentaire Canada, (AAC) offre des informations assez complètes sur les entreprises et centres de recherches canadiens impliqués dans la biotechnologie, sous quatre grands thèmes :

- [Aliments et ingrédients alimentaires](#)
- [Suppléments alimentaires](#)

- [Produits médicinaux](#)
- [Services aux centres de recherche](#)

Les informations incluent les coordonnées sur les entreprises en plus de leur chiffre d'affaires, leur intérêt pour l'exportation, le nombre d'employés, les installations et les équipements. En plus de cette information, un historique de l'entreprise est inclus; les activités en cours, le type de partenariat désiré et les principales réalisations y figurent aussi. Les hyperliens sont assurés vers le site web de l'entreprise et son courriel.

L'outil de recherche est des plus conviviaux et permet une recherche croisée sur un nombre impressionnant de critères dont la province, la catégorie, le chiffre d'affaires, les territoires d'exportation, le type de partenariat recherché ou par mots- clés.

Aucune information n'est fournie sur la possibilité d'inscrire une entreprise, sur la prochaine mise à jour, les coûts, etc. De plus, la banque n'est pas facile à dénicher puisqu'elle est intégrée au site général d'Agriculture et Agroalimentaire Canada.

[Retour](#)

3. <http://www2.agr.ca/cansup/canada/canproducts-f.asp> (banque de données sur les entreprises exportatrices)

Cette banque de données bilingue est gérée par Agriculture et Agroalimentaire Canada. Elle offre peu d'informations sur les entreprises sinon leur nom, lien web et courriel. La recherche est élémentaire et basée sur une liste de catégories de produits. Toute entreprise peut s'y inscrire en envoyant un courriel au gestionnaire de la banque.

Encore une fois, le site est difficile à découvrir, faisant partie du site global d'Agriculture et Agroalimentaire Canada.

[Retour](#)