

Rapport de l'Ontario sur les **produits alimentaires**

Édition 2015-2016



Table des matières

Mot du ministre	4
Points saillants de 2015-2016	5
Sommaire du financement	5
Réalisations	5
L'importance des produits alimentaires locaux	6
Ce que nous voulons réaliser	7
Mieux faire connaître les produits ontariens	9
Initiatives et réalisations	9
Les résultats	11
Réussites	13
Favoriser l'accès aux produits locaux	15
Initiatives et réalisations	15
Les résultats	17
Réussites	19
Augmentation de l'offre et des ventes	21
Les résultats	25
Réussites	27
L'avenir des produits alimentaires locaux	30

Mot du ministre



L'Ontario est une puissance agroalimentaire. Nos champs et nos exploitations agricoles, nos vergers et nos vignobles permettent à nos agriculteurs de récolter une abondance impressionnante. Nos nombreuses entreprises de transformation – qu'il s'agisse de nos boulangers, bouchers ou brasseurs – transforment ensuite ces richesses à l'intérieur de la chaîne de valeur en produits de la plus grande qualité qui soit pour les consommateurs. Ensemble, ils génèrent plus de 35 milliards de dollars en PIB et créent plus de 781 000 emplois.

C'est pourquoi le soutien accordé à l'industrie agroalimentaire est un élément essentiel du plan en quatre volets de notre gouvernement visant à renforcer notre province.

L'industrie agroalimentaire de l'Ontario est la pierre angulaire de la réussite de notre province et le gouvernement reconnaît la contribution formidable qu'elle apporte aujourd'hui, mais aussi son potentiel en matière de croissance et de réussite pour l'avenir. La *Loi de 2013 sur les aliments locaux* pousse encore plus loin ce soutien, en créant les bases de notre Stratégie de promotion des produits alimentaires locaux afin de favoriser la croissance de la demande pour des aliments ontariens ici, de créer de nouveaux emplois et d'améliorer les contributions économiques de l'industrie agroalimentaire.

La Stratégie ontarienne de promotion des produits alimentaires locaux comporte trois objectifs principaux : favoriser la **conscientisation** des consommateurs aux produits alimentaires locaux, accroître l'**accès** aux aliments locaux et stimuler l'**offre** de produits alimentaires locaux en Ontario.

En 2015, nos efforts ont été axés sur la *conscientisation* et étaient dirigés par des objectifs particuliers destinés à augmenter la connaissance et l'utilisation des produits alimentaires locaux – ce qu'on appelle la **littératie en matière de produits alimentaires locaux** — objectifs qui ont été élaborés en partenariat avec la population ontarienne. Cette année, nous chercherons à obtenir des observations, alors que nous élaborons des objectifs pour accroître l'accès aux produits alimentaires locaux, et je vous convie à participer à ce processus de consultation.

Je vous convie également à célébrer les réussites de l'année dernière dans le rapport sur les produits alimentaires locaux qui suit et qui fait partie de l'engagement de notre gouvernement en matière de transparence et de responsabilisation. Dans les prochaines pages, nous examinerons les objectifs de l'Ontario pour les produits alimentaires locaux et décrirons les initiatives en cours, ainsi que les points saillants de nos réussites. Nous présentons aussi un échantillon des nombreuses initiatives en matière de produits alimentaires locaux qui sont apparues dans chaque coin de la province ainsi que les organismes qui les chapeautent.

Je suis fier de constater une plus grande conscientisation concernant les produits alimentaires locaux à l'échelle de l'Ontario. Notre secteur de la transformation des aliments vit une période de croissance, grâce au nombre de plus en plus important d'entrepreneurs et d'entreprises en Ontario qui mettent sur pied de nouvelles entreprises agroalimentaires stimulantes qui aident à augmenter les options de produits alimentaires « fabriqués en Ontario » que veulent obtenir les consommateurs. J'applaudis nos champions des produits alimentaires locaux qui rendent cela possible, de même que chaque Ontarienne et Ontarien qui cherche à obtenir des aliments cultivés, récoltés et fabriqués ici même chez nous.

Jeff Leal



Ministre de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Affaires rurales

Points saillants de 2015-2016

Le secteur agroalimentaire ontarien est constitué de centaines de milliers de personnes : agriculteurs, transformateurs d'aliments et de boissons, distributeurs, détaillants et restaurateurs. On retrouve dans leurs rangs d'innombrables champions des produits alimentaires locaux qui ont été à la tête du mouvement en 2015-2016, notamment des programmes de nutrition soutenant les élèves dans le Nord de l'Ontario et des innovateurs de la région de Cornwall transformant des conteneurs d'expédition en fermes hydroponiques.

Le gouvernement de l'Ontario était là pour appuyer ces innovations et s'assurer que le secteur continue à croître et à se développer. En fournissant du financement à un incubateur d'entreprises agroalimentaires pour du nouveau matériel, en travaillant avec des municipalités à l'élaboration de leurs propres stratégies en matière de produits alimentaires locaux ou en aidant des magasins d'alimentation à présenter leurs offres de produits alimentaires locaux, le gouvernement provincial a pu s'allier à de nombreux formidables fournisseurs de produits alimentaires locaux afin d'élargir les possibilités pour la population ontarienne.

Sommaire du financement

Tout au long de l'exercice 2015-2016, le gouvernement de l'Ontario :

- a alloué environ 21 millions de dollars à plus de 150 projets par le truchement du Fonds de promotion des produits alimentaires locaux, entraînant des investissements de plus de 98 millions de dollars;
- a alloué plus de 6,3 millions de dollars pour financer 115 projets de produits alimentaires locaux par le truchement de Cultivons l'avenir 2;
- a alloué 6 millions de dollars au Fonds de la ceinture de verdure afin de soutenir des initiatives concernant des produits alimentaires locaux;
- a investi plus de 3,9 millions de dollars dans 21 projets reliés à des activités autour de produits alimentaires locaux par l'entremise de la Fondation Trillium de l'Ontario;

- a investi 2,5 millions de dollars par le truchement du Fonds de développement du Sud-Ouest de l'Ontario dans trois fabricants de produits alimentaires locaux afin de les aider à acquérir du matériel innovateur, à agrandir leurs installations ou à accroître leur capacité de production;
- a engagé plus de 1,1 million de dollars dans sept projets liés aux produits alimentaires locaux par l'entremise du Programme de développement économique des collectivités rurales afin de stimuler la compétitivité économique, l'innovation et la diversité au sein des collectivités rurales de l'Ontario.

Réalisations

- 175 marchés de producteurs sont maintenant inscrits auprès de l'organisme Farmers' Markets Ontario
- L'Ontario Farm Fresh Marketing Association compte environ 300 membres, et ce nombre continue de croître
- 81 pour cent des consommateurs ontariens peuvent identifier les fruits et légumes cultivés en Ontario dans les épiceries
- 52 pour cent des clients des principales épiceries en Ontario incluent des produits alimentaires cultivés localement dans au moins un repas par jour, alors que 78 pour cent mangent des produits alimentaires locaux au moins une fois par semaine

« Le secteur alimentaire local a été identifié comme un facteur économique clé dans l'est de l'Ontario. »

– Bryan Paterson, maire de Kingston et président du comité des maires de l'est de l'Ontario

L'importance des produits alimentaires locaux

Rien n'équivaut au bon goût de chez nous et l'Ontario produit une abondance d'aliments savoureux et nutritifs, allant de tomates mûries sur vigne à de savoureuses côtes de bœuf en passant par des vins et des bières ayant gagné des prix. Au total, la province produit plus de 200 différents produits de base cultivés dans près de 52 000 exploitations agricoles.

Le vaste secteur agroalimentaire diversifié de l'Ontario soutient plus de 781 000 emplois, soit environ un emploi sur neuf en Ontario, et injecte plus de 35 milliards de dollars annuellement dans le PIB de la province. Au cours de la dernière décennie, ce secteur a constamment présenté une croissance positive et cette tendance continue.

Lors du Sommet agroalimentaire de la première ministre de 2013, la première ministre Kathleen Wynne a pris acte de ce potentiel de croissance et a mis le secteur agroalimentaire au défi de doubler son taux de croissance annuel et de créer 120 000 emplois d'ici 2020.

Dans le cadre de ce défi, la première ministre a demandé au secteur agroalimentaire de l'Ontario de stimuler la demande pour des produits alimentaires cultivés chez nous — ainsi que l'accès à ceux-ci — afin de garder nos emplois et nos dollars dans les collectivités de la province. Elle a également demandé au secteur de satisfaire les goûts et les valeurs en pleine évolution des consommateurs de l'Ontario avec des produits comme des cultures mondiales, des produits biologiques, des aliments présentant des avantages pour la santé, ainsi que des biens artisanaux et de spécialité.

L'industrie a répondu à cette demande.

Au cours des deux dernières années, le secteur agroalimentaire de l'Ontario a ajouté 1,3 milliard de dollars au PIB et a créé plus de 34 000 emplois. Le dernier bilan agroalimentaire montre que les taux de croissance ont augmenté depuis le lancement du défi en 2013 et selon le Comité directeur pour la croissance dans le secteur agroalimentaire — formé de dirigeants du gouvernement et d'experts de l'industrie qui conseillent le ministre sur la manière de favoriser la croissance au sein de l'industrie agroalimentaire —, les données actuelles indiquent que l'industrie est en bonne voie de respecter les objectifs fixés pour 2020.

Au cours des deux dernières années, le secteur agroalimentaire de l'Ontario a ajouté 1,3 milliard de dollars au PIB et a créé plus de 34 000 emplois

« Il y a une quantité incroyable de délicieux produits alimentaires cultivés et fabriqués à l'échelle locale disponibles ici, en Ontario. Nous voulons tous acheter des aliments plus durables, et la trésorerie est un ingrédient important de la viabilité de chaque agriculteur. En choisissant de dépenser nos dollars pour des aliments et des boissons produits localement, nous pouvons aider à rendre plus viable pour chacun de nous l'achat local. »

— Carl Heinrich, chef et copropriétaire de Richmond Station, gagnant — Top Chef Canada, saison 2

Ce que nous voulons réaliser

Les consommateurs désirent retrouver davantage d'aliments produits localement dans les magasins, les marchés et les restaurants. Le gouvernement de l'Ontario a reconnu cet intérêt comme représentant une excellente occasion de renforcer le secteur des produits alimentaires locaux avec un plus grand nombre de producteurs, d'entreprises de transformation et d'innovations – permettant de créer davantage d'emplois pour l'Ontario.

Afin de concrétiser ce potentiel, le gouvernement de l'Ontario a déployé une Stratégie de promotion des produits alimentaires locaux. Élaborée en consultation avec des agriculteurs, des entreprises de transformation, des consommateurs, des détaillants, des fournisseurs de services alimentaires et des organismes sans but lucratif, la stratégie repose sur trois piliers :

1. Conscientisation et éducation du consommateur :

Les consommateurs ontariens sont conscientisés aux produits alimentaires locaux, les valorisent et les choisissent davantage.

2. Accès aux produits alimentaires locaux :

Les produits alimentaires locaux sont identifiables et largement accessibles grâce à un éventail de canaux de distribution.

3. Approvisionnement suffisant :

Le secteur agroalimentaire de l'Ontario est compétitif, productif et répond à la demande des consommateurs.

En 2015, le gouvernement de l'Ontario a aussi nommé un Comité directeur pour la croissance dans le secteur agroalimentaire, constitué de dirigeants et d'experts du gouvernement et de l'industrie, afin de favoriser la croissance de l'industrie agroalimentaire de la province. Voici certaines de ses sept recommandations présentées en octobre dernier :

- Amélioration des activités du ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Affaires

rurales (MAAARO) visant à attirer et à conserver les investissements dans l'agroalimentaire, à faire croître nos parts du marché intérieur et à stimuler les exportations.

- Collaboration entre le MAAARO et les partenaires de l'industrie dans l'élaboration d'un plan pour renforcer la compétitivité du secteur agroalimentaire de l'Ontario, avec un fort accent sur l'innovation, l'expansion et la modernisation.

Comme vous le découvrirez dans les prochaines pages, la concrétisation de ces objectifs liés aux produits alimentaires locaux ainsi que le déploiement des recommandations du Comité directeur pour la croissance dans le secteur agroalimentaire exigent une approche concertée. Cela nécessite de financer les innovations, d'investir dans notre système de distribution des aliments, d'accroître la capacité des producteurs et des entreprises de transformation et d'abolir les obstacles à la croissance.

Les champions des produits alimentaires locaux représentent un autre ingrédient clé pour la concrétisation de ces objectifs : des personnes et des organismes passionnés qui offrent davantage de produits alimentaires locaux dans les écoles, qui mettent en vedette les produits alimentaires locaux sur les menus de restaurants, qui lancent des marchés et des carrefours alimentaires, etc. Ils sont trop nombreux pour être énumérés, mais le gouvernement de l'Ontario est fier d'appuyer leurs efforts et de rendre hommage à un petit échantillon de ceux-ci dans le présent rapport.

« Le Comité a confiance que l'Ontario peut renforcer son avantage concurrentiel comme chef de file à long terme dans la production alimentaire pour la consommation nationale et internationale. »

– Amy Cronin, coprésidente, Comité directeur pour la croissance dans le secteur agroalimentaire

Champion des produits alimentaires locaux : **Farm & Food Care Ontario**

Farm & Food Care Ontario réunit des agriculteurs, des professionnels agricoles, des entreprises, des représentants gouvernementaux et d'autres groupes pour soutenir les produits alimentaires locaux.

Cette coalition éducative sans but lucratif exploite un programme populaire de déjeuner à la ferme. Deux mille visiteurs ont participé au déjeuner 2015 à la ferme Hylander de Tecumseh, où ils ont eu la chance de visiter l'exploitation familiale qui élève des veaux et cultive des céréales, de rencontrer les agriculteurs et de profiter d'un délicieux menu à partir d'œufs, de crêpes, de saucisses, etc. de l'Ontario.

Farm & Food Care Ontario sensibilise aussi aux produits alimentaires locaux d'autres façons, en créant des liens entre les agriculteurs et d'autres auditoires non agricoles grâce à des ateliers organisés par son bureau des conférenciers en lien avec la brochure *L'agriculture : des réponses terre-à-terre* et son Soil Health Roadshow.

La coalition est aussi un chaud partisan de la Semaine des aliments locaux de l'Ontario. En 2015, elle a organisé et promu une gamme d'activités présentées par des agriculteurs, des organismes, des agroentreprises et des consommateurs partout dans la province. Son site Web www.loveONTfood.ca sert de carrefour promotionnel pour les activités entourant la Semaine des aliments locaux.



Mieux faire connaître les produits ontariens

Lorsque les consommateurs se promènent à l'épicerie, il n'est pas toujours évident de choisir des produits alimentaires locaux. Plusieurs d'entre eux ne savent pas ce qui pousse en Ontario, ou quel produit est disponible ou au cours de quelles saisons. Selon une étude de marché, les consommateurs sont cependant soucieux de la provenance de leurs aliments.

L'enquête d'Ontario, terre nourricière 2015 révèle que huit consommateurs ontariens sur dix sont susceptibles d'acheter des produits alimentaires frais et locaux.

En éduquant les consommateurs et en identifiant clairement les choix locaux, le ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Affaires rurales facilite la concrétisation de ces intentions.

Dans le cadre de la Stratégie de promotion des produits alimentaires locaux, l'Ontario a fixé les objectifs ambitieux suivants en matière de littératie alimentaire au début de 2015 :

- accroître le nombre d'Ontariens qui savent quels sont les produits alimentaires locaux accessibles;
- accroître le nombre d'Ontariens qui savent comment et où obtenir des produits alimentaires locaux;
- accroître le nombre d'Ontariens qui préparent, à partir de produits alimentaires locaux, des repas pour leur famille et leurs amis, et rendre les produits locaux plus faciles à obtenir en mettant à contribution les fournisseurs de services d'alimentation.

Au cours de la dernière année, l'Ontario a réalisé d'importants progrès dans l'atteinte de ces objectifs.

Initiatives et réalisations

À l'épicerie

Ontario, terre nourricière est le programme phare du gouvernement pour favoriser l'accroissement de la littératie en matière de produits alimentaires locaux. Depuis près de 40 ans, ce programme a aidé les consommateurs à identifier les produits alimentaires cultivés en Ontario et à apprécier la diversité de nos produits alimentaires locaux — avec des

résultats impressionnants. En 2015, 94 pour cent des consommateurs de l'Ontario reconnaissent le logo d'Ontario, terre nourricière.

Ontario, terre nourricière utilise cette reconnaissance de marque pour accroître la conscientisation aux options de produits alimentaires locaux. Depuis 1977, l'organisme a conclu plus de 1 200 ententes de placement de logo avec des producteurs, des détaillants et des exploitants de services alimentaires. Grâce à ces ententes, il est plus facile pour les producteurs d'utiliser le logo de l'organisme et pour les consommateurs de l'Ontario d'identifier les aliments produits localement.

En 2015, Ontario, terre nourricière a distribué plus de 9,5 millions de documents de promotion sur le lieu de vente et de ressources informatives aux détaillants, marchés à la ferme, marchés de producteurs et exploitants de services alimentaires. Les 135 événements soutenus partout dans la province ont attiré plus de 250 000 participants, alors que les efforts de relations publiques ont généré 1 107 articles et 201 présences à la télévision, rejoignant un auditoire de 34 millions de personnes.



ONTARIO
Terre nourricière

En 2015, 94 pour cent des consommateurs de l'Ontario reconnaissent le logo d'Ontario, terre nourricière

« La sensibilisation au logo d'Ontario, terre nourricière est presque universelle chez les clients des principales épicerie en Ontario. »

– Michael Howell, vice-président, Ipsos Reid Affaires publiques

Champion des produits alimentaires locaux : **Brian Fernandez**

Cet été, grâce au résident d'Orillia Brian Fernandez, davantage de gens en Ontario garniront leurs hot dog et hamburgers de ketchup fabriqué avec des tomates cultivées localement.

Le ketchup French's a suscité la curiosité médiatique lorsque M. Fernandez a publié un message sur Facebook disant qu'il aimait le ketchup fait à partir de pâte de tomates de l'Ontario provenant de l'usine Highbury Canco de Leamington.

Son message a créé une frénésie sur Facebook et a été partagé près de 135 000 fois. Les épiceries partout dans la province ont rapidement été à court de ketchup French's alors que les consommateurs se sont rués sur ce produit alimentaire local. Depuis, French's a annoncé d'éventuels plans pour déménager sa production de l'Ohio à Leamington.

Comme le montrent M. Fernandez et la légion d'autres défenseurs des condiments, les consommateurs ontariens sont chaque jour prêts à se lever pour défendre les produits alimentaires locaux.



Dans la collectivité

En 2013, afin de donner la vedette aux délicieux aliments et boissons cultivés et produits dans la province, le gouvernement de l'Ontario a déclaré que la première semaine de juin est la **Semaine des aliments locaux**. En 2015, les célébrations ont été plus savoureuses que jamais! Partout dans la province, des collectivités ont souligné l'occasion avec des événements dont le Grand festival des fromages canadiens de Picton, l'Asparaganza Celebration de Cambridge et le forum des aliments locaux de Kawartha Lakes. Entretemps, Ontario, terre nourricière et Food Bloggers of Canada ont créé des festivités virtuelles grâce à un événement Twitter autour de la Semaine des aliments locaux, dans le cadre duquel près de 5 000 gazouillis de 865 contributeurs ont entraîné 12,3 millions de vues.

Manger au restaurant

Les Ontariennes et Ontariens dépensent environ un tiers de leur budget alimentaire pour manger au restaurant. Le programme **Feast ON de l'Ontario Culinary Tourism Alliance** les aide alors à choisir des produits alimentaires locaux en soutenant des restaurants qui servent des aliments locaux cultivés et produits en Ontario. Le programme fondé sur des critères – soutenu par du financement gouvernemental

— reconnaît les entreprises de services alimentaires qui s'approvisionnent le plus possible en produits alimentaires locaux, en soulignant les saveurs uniques de l'Ontario. Du Burger Revolution de Belleville au Rino's Kitchen & Ale House de Windsor, plus de 100 restaurants partout dans la province affichent maintenant le logo Feast ON.

L'Ontario accueille aussi plus d'une douzaine de **routes culinaires**. Ces visites autoguidées constituent pour les résidents et les touristes une manière savoureuse de découvrir les produits alimentaires et les boissons de spécialité de la province. Par exemple, les visiteurs peuvent explorer des vergers, des bistros et des boulangeries sur le sentier de la tarte aux pommes de Blue Mountains, ou encore combler leurs fringales de bière et de porc sur la route du bacon et de la bière de Stratford.

Dans les écoles

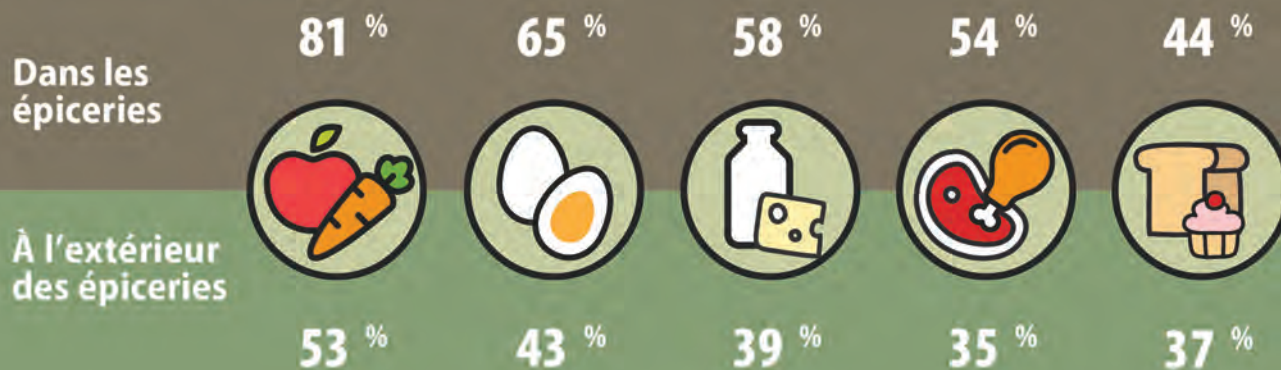
Le gouvernement de l'Ontario reconnaît l'importance d'éduquer la prochaine génération de défenseurs des produits alimentaires locaux. Grâce aux subventions du Fonds de promotion des produits alimentaires locaux et d'ententes de paiements de transfert avec des organismes comme Farm & Food Care Ontario, nous aidons les jeunes à comprendre d'où proviennent leurs aliments et les avantages de manger localement.

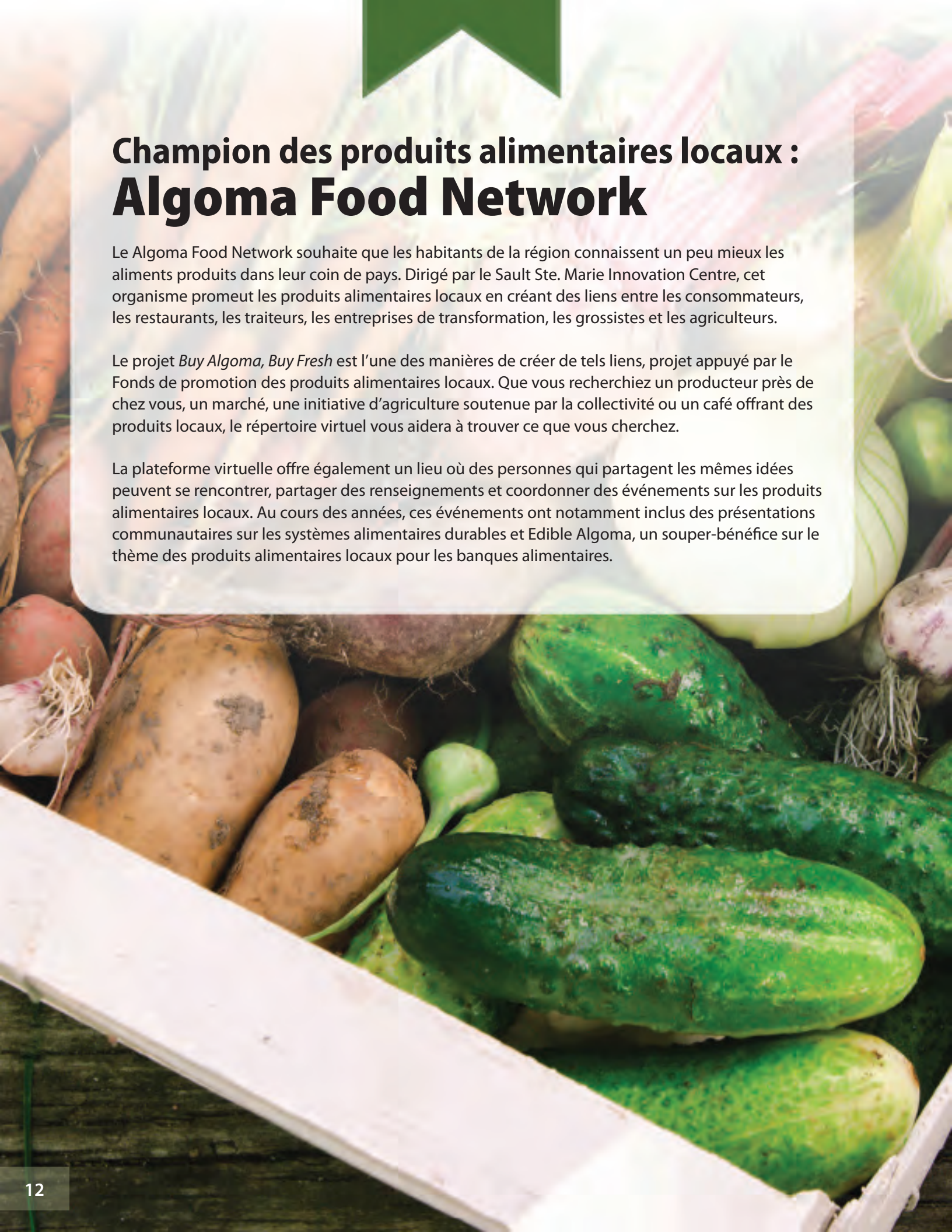
Les résultats

Grâce à ces initiatives, 81 pour cent des consommateurs ontariens peuvent identifier les fruits et légumes de l'Ontario à l'épicerie, suivi par les œufs de l'Ontario (65 pour cent), les produits laitiers de l'Ontario (58 pour cent), la viande de l'Ontario (54 pour cent) et les produits de boulangerie de l'Ontario (44 pour cent).

De plus, 53 pour cent des consommateurs trouvent qu'il est plus facile d'identifier les fruits et légumes de l'Ontario à l'extérieur des épiceries, suivi par les œufs de l'Ontario (43 pour cent), les produits laitiers de l'Ontario (39 pour cent), les produits de boulangerie de l'Ontario (37 pour cent) et la viande de l'Ontario (35 pour cent).

Capacité des consommateurs à identifier les produits alimentaires locaux dans les épiceries et à l'extérieur des épiceries.





Champion des produits alimentaires locaux : **Algoma Food Network**

Le Algoma Food Network souhaite que les habitants de la région connaissent un peu mieux les aliments produits dans leur coin de pays. Dirigé par le Sault Ste. Marie Innovation Centre, cet organisme promeut les produits alimentaires locaux en créant des liens entre les consommateurs, les restaurants, les traiteurs, les entreprises de transformation, les grossistes et les agriculteurs.

Le projet *Buy Algoma, Buy Fresh* est l'une des manières de créer de tels liens, projet appuyé par le Fonds de promotion des produits alimentaires locaux. Que vous recherchiez un producteur près de chez vous, un marché, une initiative d'agriculture soutenue par la collectivité ou un café offrant des produits locaux, le répertoire virtuel vous aidera à trouver ce que vous cherchez.

La plateforme virtuelle offre également un lieu où des personnes qui partagent les mêmes idées peuvent se rencontrer, partager des renseignements et coordonner des événements sur les produits alimentaires locaux. Au cours des années, ces événements ont notamment inclus des présentations communautaires sur les systèmes alimentaires durables et Edible Algoma, un souper-bénéfice sur le thème des produits alimentaires locaux pour les banques alimentaires.

Réussites

Un grand nombre d'initiatives régionales faisant la promotion des produits alimentaires locaux ont émergé d'un bout à l'autre de l'Ontario. La **ville et le comté de Peterborough** ne sont qu'un exemple, en décrétant officiellement que septembre était leur mois annuel des produits alimentaires locaux. Lors de l'édition inaugurale en 2015, il a été possible de visiter des fermes locales, des projets de protection de l'habitat des pollinisateurs et le moulin à broyer le grain du village Lang Pioneer – le lieu de naissance de blé Red Fife au Canada. Entretemps, des événements comme le Applefest et le Purple Onion Festival ont étiré les festivités tout au long du mois.

Les détaillants d'épicerie sont également aux premières lignes de la promotion des produits alimentaires locaux. Depuis 1987, le MAAARO a souligné les efforts visant à accroître la sensibilisation des consommateurs par la remise annuelle des **Prix des détaillants Ontario, terre nourricière**. En 2015, un total de 65 magasins ont reçu des prix pour leurs étalages créatifs en magasin et leurs promotions mettant en vedette les produits saisonniers cultivés près de chez eux. On comptait parmi les gagnants Andrew & Emily's No Frills de Picton, Stewart Town & Country Market de Mildmay et le magasin Metro de Windsor, au 6740, rue Wyandotte Est.

Bon nombre de programmes à l'échelle de l'Ontario aident la population à cuisiner avec des produits alimentaires locaux. La **Markham and East York Agricultural Society** a reçu jusqu'à 23 257 \$ du Fonds de promotion des produits alimentaires locaux en appui à son projet « Our Local Food », lequel inclut une cuisine portative qui peut être installée lors de festivals, d'événements et de foires.

Grâce à la **Fédération de l'agriculture de l'Ontario**, plus de jeunes dans la province sauront comment cuisiner le parfait burger au bœuf de l'Ontario, où trouver du miel local pour leurs céréales granolas maison et comment hacher un oignon acheté

dans un marché de producteurs. Leur programme de littératie alimentaire Six by Sixteen enseigne aux élèves comment planifier et préparer six repas cuisinés avec des ingrédients locaux avant d'atteindre l'âge de 16 ans.

De la même façon, la campagne **Family Kitchen** de l'organisme **Les producteurs laitiers du Canada** aide les parents à transmettre à leurs enfants les compétences culinaires essentielles. Appuyée par l'Ontario, terre nourricière l'initiative comprend un site Web rempli de recettes faciles à partir de produits alimentaires locaux et de conseils sur la manière d'intéresser les enfants à la cuisine.

Dans les écoles, **Éducation agroalimentaire de l'Ontario** a aidé les élèves de la province à comprendre d'où proviennent leurs aliments au cours de la quatrième Semaine de sensibilisation à l'agriculture canadienne, qui s'est tenue du 1^{er} au 7 mars 2015. Le programme comprenait des plans de leçons reliées au programme éducatif ainsi que des visites en classes par des enseignants ambassadeurs de l'organisme.

L'organisme **Ecosource** vient aussi parler des produits alimentaires locaux dans les classes. Grâce à une subvention maximale de 138 431 \$ du Fonds de promotion des produits alimentaires locaux reçue en 2014, l'organisme d'éducation environnementale de Mississauga a préparé un rapport exhaustif sur les obstacles et les possibilités en matière d'approvisionnement en produits alimentaires locaux dans les écoles. De plus, un projet pilote a aussi accru l'accès à un programme de littératie alimentaire dans plusieurs écoles partout en Ontario.

La littératie alimentaire gagne également du terrain au niveau universitaire. Selon le rapport « **Going Greener** » du **Conseil des universités de l'Ontario** produit en 2015, 96 pour cent des campus ont des initiatives liées aux produits alimentaires locaux, 86 pour cent ont un jardin communautaire ou éducatif et 77 pour cent ont un marché de producteurs sur le campus.

« Célébrer la Semaine des aliments locaux est l'une des manières de créer des liens entre tous les maillons de la chaîne, des agriculteurs aux consommateurs, afin de célébrer l'abondance en Ontario. »

– Jennifer Haley, directrice administrative, Veal Farmers of Ontario & Ontario Goat

Fait saillant : Fonds de promotion des produits alimentaires locaux

En novembre 2015, l'Ontario a annoncé la ronde finale du financement de son Fonds de promotion des produits alimentaires locaux. L'initiative de trois ans a été élaborée dans le cadre d'un éventail exhaustif de programmes destiné à aider l'industrie agroalimentaire à contribuer de manière encore plus importante à la réussite économique de l'Ontario.

Le Fonds de promotion des produits alimentaires locaux a appuyé des projets innovateurs liés à des produits alimentaires locaux qui créent des emplois, favorisent les ventes, stimulent les nouveaux investissements et accroissent la sensibilisation aux produits alimentaires et aux boissons fabriqués en Ontario et la demande pour ces produits.

À Hanover, l'entreprise **MacLean's Ales** a été confrontée à une demande accrue pour ses bières traditionnelles artisanales. Une subvention du Fonds de promotion des produits alimentaires locaux a permis à l'entreprise d'acheter du matériel brassicole moderne, de créer des emplois et d'acheter encore plus de houblons cultivés en Ontario.

Dans le cas de l'entreprise **Back Forty Artisan Cheese** du comté de Lanark, le financement reçu grâce au Fonds de promotion des produits alimentaires locaux a été synonyme de nouvel équipement pour la fabrication de fromage afin d'élargir sa gamme de produits, créant ainsi cinq nouveaux emplois.

Common Ground, une exploitation agricole à vocation d'enseignement à l'extérieur de Hamilton, a utilisé le financement du Fonds de promotion des produits alimentaires locaux pour lancer un programme d'agriculture urbaine, afin d'encourager la production à petite échelle dans les territoires urbains.

Ce ne sont là que quelques exemples des nombreux projets partout en Ontario qui ont poussé avec le soutien du Fonds de promotion des produits alimentaires locaux. Au total, le Fonds de promotion des produits alimentaires locaux a alloué environ 21 millions de dollars à plus de 150 bénéficiaires et a attiré des investissements de plus de 98 millions de dollars.

« Le Fonds de promotion des produits alimentaires locaux nous aide non seulement à appuyer les agriculteurs de l'Ontario, mais il nous donne également l'occasion de créer des manières innovatrices de créer des liens entre les partenaires et les consommateurs. »

– Rosanne Longo, porte-parole et ambassadrice de la marque, Longo's

Favoriser l'accès aux produits locaux

Plus il est simple d'acheter des produits d'ici, plus nous verrons de la volaille, des tartes, des fruits et des légumes de l'Ontario sur notre table au souper. C'est pourquoi accroître l'accès aux produits alimentaires locaux partout dans la province constitue l'un des piliers de la Stratégie de promotion des produits alimentaires locaux.

Des objectifs particuliers pour l'accroissement de l'accès sont en cours d'élaboration, mais l'Ontario réalise déjà d'importants progrès sur le terrain.

Des marchés de producteurs très animés s'agrandissent pour se conformer à la demande, et de plus en plus d'organismes agricoles soutenus par la collectivité fonctionnent désormais toute l'année.

Tabler sur ces réussites renforce les systèmes de distribution de produits alimentaires de l'Ontario et aide à trouver des moyens innovateurs d'offrir un plus grand choix de produits de l'Ontario aux consommateurs. Acheter et manger des produits alimentaires locaux devrait en fin de compte être simple – que ce soit en vous rendant à l'épicerie, en circulant dans un marché de producteurs, en vous inscrivant auprès d'un organisme agricole soutenu par la collectivité ou en vous arrêtant dans un kiosque fermier au bord de la route en revenant du travail.

Initiatives et réalisations

À la ferme

On estime à 1 200 le nombre de marchés à la ferme, kiosques en bord de route, programme d'autocueillette et initiatives d'agriculture soutenue par la collectivité à l'échelle de la province qui procurent des aliments locaux à la population ontarienne.

Au marché

Farmers' Markets Ontario, un organisme financé par le MAAARO voué à faire croître et à soutenir les marchés partout dans la province, a favorisé l'ouverture de onze nouveaux marchés membres et a enregistré une augmentation de 242 jours de magasinage supplémentaires dans les marchés de producteurs de l'Ontario en 2015.

Lorsque les Ontariennes et Ontariens ont visité ces marchés l'an dernier, plusieurs ont acheté une bouteille de vin avec leurs aliments, viande et produits de boulangerie. À ce jour, 84 vineries et 215 marchés de producteurs ont participé à un **programme pilote permettant de vendre des vins de la VQA dans des marchés de producteurs sélectionnés**, générant des ventes de plus de 1,4 million de dollars. Le programme offre aux vineries locales l'occasion de créer des emplois, de stimuler le tourisme et l'économie locale, tout en augmentant l'accès aux vins locaux pour les consommateurs ontariens.

L'an dernier a aussi été la troisième année d'un projet pilote visant à installer des **marchés de producteurs dans des aires de service ONroute sélectionnées** le long de la route 401. L'initiative, dirigée par l'association Farmers' Markets Ontario, offre aux voyageurs une manière pratique de profiter de l'abondance des fermes locales. En 2015, ces marchés ont attiré 185 000 visiteurs.

En 2015, les marchés de producteurs dans les aires de service ONroute sélectionnées ont attiré 185 000 visiteurs

Au sein du secteur parapublic de l'Ontario

Le 8 octobre 2015, le gouvernement de l'Ontario a annoncé 6 millions de dollars sur trois ans pour soutenir des projets liés aux produits alimentaires locaux par le truchement du fonds d'investissement dans les produits alimentaires locaux de la ceinture de verdure. En plus d'accroître la capacité à l'échelle de la province, l'organisme utilise cet argent pour augmenter les achats de produits alimentaires locaux par des organismes et des institutions du secteur parapublic.

Champion des produits alimentaires locaux : Steffen Marin

Avec un menu qui offre des pérogies maison au canard, des hot dog vietnamiens au tempura et des dumplings à l'aubergine cultivée ici, Heirloom n'est pas un camion de cuisine de rue comme les autres. À en juger les files d'attente, c'est cependant exactement ce que veulent manger de nombreux Torontois!

Les plats exotiques ne sont pas la seule chose qui permet au propriétaire Steffen Marin de se distinguer de la concurrence. Le chef de 23 ans concocte son menu à partir des ingrédients frais, biologiques et saisonniers disponibles dans son propre potager et chez ses partenaires producteurs de la région avoisinante.

M. Marin, un diplômé du programme d'art culinaire artisanal du Collège Fanshawe, aime les produits alimentaires locaux non seulement pour leur goût, mais aussi pour leur empreinte environnementale réduite. Il a lancé Heirloom en 2015 avec l'objectif d'amener l'alimentation durable dans les rues de Toronto. Depuis, sa philosophie de la ferme au camion a été un succès lors de douzaines de festivals et d'événements, de fêtes avec traiteur au TO Foodfest en passant par le concert données par le groupe Tragically Hip en 2015 à l'amphithéâtre Molson Canadian.



Le 8 octobre 2015, le gouvernement de l'Ontario a annoncé 6 millions de dollars sur trois ans pour soutenir des projets liés aux produits alimentaires locaux par le truchement du fonds d'investissement dans les produits alimentaires locaux de la ceinture de verdure

La **politique d'approvisionnement en produits alimentaires locaux de l'Ontario** exige que les ministères et les organismes gouvernementaux explorent les options de produits alimentaires pour les acquisitions de moins de 25 000 \$. Comme dans les années précédentes, cette politique a été appliquée lors du 11^e Sommet agroalimentaire de la première ministre en novembre 2015, où tous les aliments servis dans le cadre de l'événement provenaient de producteurs ontariens.

Nouvelles opportunités pour le vin, le cidre et la bière artisanale

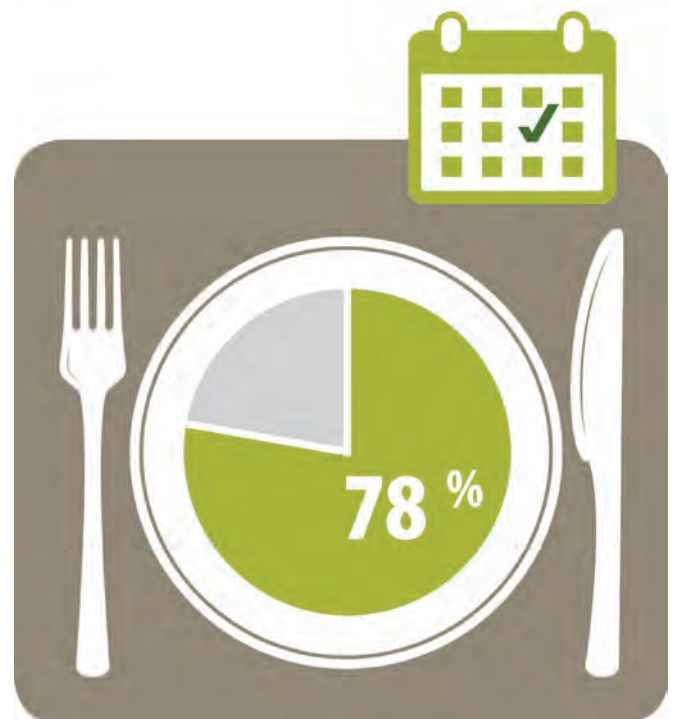
Après l'introduction historique de la bière dans les épiceries en décembre 2015, le gouvernement de l'Ontario a aidé à augmenter le choix et le côté pratique pour les consommateurs et à soutenir les producteurs de vin de fruits et de cidre en rendant les vins de l'Ontario accessibles dans les épiceries. Des vins, notamment ceux de la VQA de renommée mondiale et des vins de fruits de l'Ontario, seront accessibles dans 300 épiceries de grande taille et épiceries indépendantes, alors que les cidres de l'Ontario seront accessibles dans 450 épiceries.

Le gouvernement de l'Ontario a aussi permis la vente de vins de fruits et de cidre artisanal fabriqués à 100 % en Ontario dans les marchés de producteurs, favorisant les 19 cidreries artisanales de la province et les plus de 40 vineries qui produisent des vins de fruits.

La LCBO a également lancé la première de 25 **zones réservées aux bières artisanales** dans ses magasins en septembre 2015, augmentant la couverture du marché des petites brasseries ontariennes. Les consommateurs sont au rendez-vous. La bière artisanale est la catégorie de bière présentant la croissance la plus rapide à la LCBO, avec des ventes en 2014-2015 supérieures de 36 pour cent à celles de l'année précédente.

Les résultats

Selon l'enquête d'Ontario, terre nourricière 2015 en ce qui concerne les repas préparés à la maison, 52 pour cent des clients des principales épiceries incluent des produits alimentaires locaux dans au moins un repas par jour, alors que 78 pour cent incluent des produits alimentaires locaux dans au moins un repas par semaine.



Champion des produits alimentaires locaux : **Joshna Maharaj**

Joshna Maharaj est peut-être une activiste des produits alimentaires locaux renommée ici en Ontario, mais sa passion pour la cause a pris naissance de l'autre côté du globe. Après avoir obtenu son diplôme de l'Université McMaster en 2000, elle a vécu un an dans un ashram en Inde où elle a œuvré dans la cuisine.

Cette expérience a fait d'elle uneoureuse des produits frais et nutritifs, passion qu'elle cultive depuis. De retour chez elle, M^{me} Maharaj s'est inscrite à une école culinaire et a ensuite mis ses compétences culinaires au service de plusieurs différents organismes.

En 2011, elle a relevé le défi de rafraîchir le menu des patients de l'Hôpital de Scarborough, ajoutant plus d'ingrédients locaux et élargissant la diversité culturelle. Au SickKids de Toronto, elle a mis au menu de la cafétéria plus d'aliments locaux, a créé un marché de producteurs hebdomadaire et a mis sur pied des séminaires « manger en apprenant » sur des sujets liés à l'alimentation.

Plus récemment, elle a été chef de cuisine et directrice adjointe des services alimentaires de l'Université Ryerson, augmentant significativement la quantité de produits alimentaires durables et locaux sur le campus. « Nous cultivons de délicieux produits en Ontario, explique-t-elle. Et nous devrions tous davantage célébrer ce fait. »



Réussites

Mais quelle est la meilleure manière d'intégrer davantage de produits alimentaires locaux sur la table à dîner des Ontariennes et Ontariens? Grâce à une subvention de 102 800 \$ du Fonds de promotion des produits alimentaires locaux, les **Fresh City Farms** ont élargi leur distribution. L'organisme d'agriculture urbaine s'est allié à **100 km Foods Inc.** et à **Stasis Preserves** afin de partager une aire d'entreposage de 10 000 pieds carrés à Toronto. Cette initiative procure une aire d'entreposage à sec et à froid aux entreprises alimentaires locales et donne aux producteurs et aux entreprises de transformation à petite échelle du Golden Horseshoe un plus grand accès au marché torontois.

Et à Guelph, le **projet Seed Community Food Hub** donne une saveur locale à l'accès aux aliments grâce à une subvention de 267 300 \$ de la Fondation Trillium. L'initiative communautaire crée une installation d'entreposage au froid et un centre de distribution pour accroître l'accès à des produits alimentaires frais, offre des programmes d'éducation sur les aliments sains, en plus de proposer une cuisine et un jardin communautaires.

Parallèlement à cela, plusieurs initiatives aident les élèves à déguster des produits alimentaires cultivés en Ontario. L'entreprise **FreshTech Processors Inc.** a reçu jusqu'à 206 800 \$ du Fonds de promotion des produits alimentaires locaux afin de créer un système de commerce électronique en temps réel, permettant aux organismes communautaires et aux programmes de nutrition des élèves d'acheter des produits alimentaires périssables directement d'agriculteurs, de cultivateurs et d'entreprises de transformation de la région.

Le **Programme de bonne nutrition des élèves de l'Ontario** aide à offrir des programmes de déjeuner, de collations et de repas nutritifs dans les écoles et des établissements communautaires partout en Ontario. Le programme fonctionne en partenariat

avec des organismes communautaires locaux. Durant l'année scolaire 2014-2015, le programme a aidé à offrir des repas et des collations nutritives à plus de 847 900 enfants et jeunes d'âge scolaire.

Depuis 2013, la province a investi une somme supplémentaire de 14,4 millions de dollars par le truchement de la **Stratégie pour la santé des enfants** et de la **Stratégie de réduction de la pauvreté** afin d'élargir et d'améliorer le Programme de bonne nutrition des élèves de l'Ontario, notamment plus de 4 millions de dollars pour appuyer les programmes de bonne nutrition des élèves dans des établissements d'enseignement des Premières Nations. À compter de janvier 2016, le programme a été élargi à environ 120 établissements d'enseignement, notamment des écoles et d'autres lieux dans des réserves dans 63 collectivités des Premières Nations.

Les écoles ne sont pas les seuls établissements à acheter localement. **Sustain Ontario** a récemment lancé un outil virtuel qui aide les municipalités et les établissements à concevoir des politiques et des programmes d'approvisionnement durable et local. Et les produits alimentaires locaux sont au menu de plus en plus de patients de la province grâce à l'entreprise **MEALsource** de Brantford. Reconnu en 2012 comme champion des produits alimentaires locaux du Fonds de la ceinture de verdure, l'organisme à but non lucratif aide les agriculteurs et les distributeurs de l'Ontario à obtenir un accès au marché des établissements du secteur public. Chaque année, le programme d'achats groupés facilite des achats de produits alimentaires locaux d'une valeur de 16 millions de dollars pour 33 exploitants de services alimentaires dans le milieu de la santé partout en Ontario. MEALsource est désormais allié à **VG Meats**, une entreprise de Simcoe qui produit et transforme des viandes, lauréate du Prix de la première ministre pour l'excellence en innovation agroalimentaire 2015. Ensemble, ils fournissent du bœuf riche en protéines – produit et transformé localement – aux membres de MEALsource dans la province, maximisant ainsi la valeur des achats gouvernementaux.

« C'est formidable de constater que l'Ontario investit dans les entreprises de production alimentaire dans ma circonscription d'Oak Ridges – Markham. Ces investissements dans les entreprises locales soutiennent nos agriculteurs et nos collectivités en plus de favoriser la création et le soutien d'emplois locaux. »

– D^{re} Helena Jacek, députée provinciale, Oak Ridges – Markham



Champion des produits alimentaires locaux : Ontario Agri-Food Venture Centre

Le 1^{er} mai 2015 a marqué la grande ouverture du Ontario Agri-Food Venture Centre, un centre à la fine pointe le premier de son genre en Ontario. L'installation de Colborne offre une salle de transformation pour les fruits et légumes, du matériel d'emballage et d'étiquetage, une aire d'entreposage à froid et à sec, des services de soutien aux entreprises pour les producteurs, ainsi qu'une cuisine commerciale tout équipée pour la congélation instantanée, la cuisson et la pâtisserie.

En 2012, le Programme de maintien et d'expansion des entreprises en milieu rural du MAAARO s'est allié à des collectivités de l'Est ontarien afin de déployer une enquête pilote sur les produits alimentaires locaux qui a permis de circonscrire le besoin pour ce type d'installation. Cette enquête est maintenant accessible à toutes les collectivités ontariennes qui veulent bâtir leur économie alimentaire locale à l'aide du Programme de maintien et d'expansion des entreprises en milieu rural.

L'Ontario continue depuis à soutenir l'Ontario Agri-Food Venture Centre en investissant 159 000 \$ au moyen de la Fondation Trillium de l'Ontario et plus de 500 000 \$ grâce à deux subventions du Fonds de promotion des produits alimentaires locaux pour des coûts liés à du matériel, à la commercialisation et à la formation.

Augmentation de l'offre et des ventes

Du bœuf aux haricots en passant par le mini bok choy, les agriculteurs de l'Ontario produisent plus de 200 produits de base agricoles différents. Ce faisant, ils jouent aussi un rôle essentiel au sein de notre économie. En 2014, la production primaire (cultures et bétail) employait plus de 81 000 personnes et représentait plus de 4 milliards de dollars du PIB provincial.

Une partie importante de cette abondance parvient aux consommateurs sous une forme fraîche et non transformée. Mais une proportion encore plus grande — environ 65 % — est achetée par des entreprises de transformation locales, ajoutant de la valeur et créant de l'emploi ici même en Ontario.

Les fromagers transforment le lait en fromages Asiago, Ricotta et Lankaster gagnants de prix. Les microbrasseries et les boulangeries transforment les grains cultivés chez nous en bières et pâtisseries de renommée mondiale. Et les bouchers approvisionnent les restaurants avec des burgers alléchants faits avec du bœuf de l'Ontario.

Les entreprises de transformation innovatrices créent des collations et des boissons délicieuses, notamment des croustilles de chou vert et des pacanes à l'érable et au chipotle. Par ailleurs, de plus en plus d'entreprises aident les familles occupées à manger des aliments locaux grâce à des soupes, des caris et d'autres repas à apporter faits en Ontario.

Certaines sont des exploitations artisanales, alors que d'autres sont des entreprises de transformation à grande échelle. Dans tous les cas, elles contribuent à l'économie provinciale. Les fabricants de produits alimentaires et de boissons **employaient plus de 95 000 Ontariennes et Ontariens et contribuaient pour près de 12 milliards de dollars au PIB en 2014.** Un large éventail de secteurs connexes, comme ceux de l'emballage, de l'équipement et de la distribution, en tirent également profit.

Le secteur de la fabrication de produits alimentaires et de boissons est le deuxième plus important secteur manufacturier de la province, mais peut encore en faire davantage. Dans le cadre de la Stratégie de promotion des produits alimentaires locaux, le gouvernement de l'Ontario trouve des manières d'améliorer l'approvisionnement en produits alimentaires locaux, d'augmenter la compétitivité et d'encourager l'innovation à chaque étape de la chaîne de valeur agroalimentaire.

Les fabricants de produits alimentaires et de boissons employaient plus de 95 000 Ontariennes et Ontariens et contribuaient pour près de 12 milliards de dollars au PIB en 2014

Initiatives et réalisations

Selon le bilan agroalimentaire de 2015, le PIB attribuable au secteur agroalimentaire de l'Ontario a augmenté de 1,6 pour cent, alors que l'emploi a crû de 2,2 pour cent. Le secteur de la transformation a vécu une réelle croissance, notamment grâce au gouvernement qui a aidé à attirer 331,5 millions de dollars en investissements.

Le secteur de la transformation des aliments de l'Ontario est en croissance – en 2015-2016, le gouvernement a aidé à attirer 331,5 millions de dollars en investissements

Une partie de cette réussite peut être attribuée à des programmes gouvernementaux de financement, dont **Cultivons l'avenir 2**, le **Fonds de développement de l'Est de l'Ontario** et le **Fonds de développement du Sud-Ouest de l'Ontario**. Ces programmes soutiennent des projets qui intègrent des initiatives en matière de produits alimentaires locaux.

D'autres, comme le **Fonds de promotion des produits alimentaires locaux**, sont exclusivement axés sur l'industrie agroalimentaire. Ce fonds a appuyé plusieurs projets destinés à stimuler l'offre et les ventes de produits alimentaires locaux et s'est terminé en 2015.



Fait saillant : **Dons à des programmes alimentaires communautaires**

Lorsqu'il est question de soutenir les familles dans le besoin, les agriculteurs de l'Ontario ont toujours fait preuve de générosité. Depuis 1998, les producteurs de porc de l'Ontario ont appuyé les banques alimentaires de la province grâce à leur programme « donnez un porc ».

De leur côté, les fermiers laitiers donnent en moyenne plus d'un million de litres de lait par année, alors que le programme de l'industrie du bœuf de l'Ontario a offert plus de 45 000 portions de bœuf frais depuis son lancement en 2014.

L'association Egg Farmers of Ontario a fourni 12 000 douzaines d'œufs chaque mois et l'association Chicken Farmers of Ontario a quant à elle offert environ 100 000 poulets.

Ces dons ont du poids. Selon l'Ontario Association of Food Banks, près de 360 000 personnes dans cette province ont recours aux banques alimentaires chaque mois, dont près d'un tiers sont des enfants.

Afin d'appuyer cet important partenariat entre les agriculteurs et les banques alimentaires, l'Ontario a introduit en 2014 un nouveau crédit d'impôt aux agriculteurs pour les dons d'aliments. Désormais, les agriculteurs qui font des dons à des programmes alimentaires communautaires reçoivent un crédit d'impôt correspondant à 25 % de la juste valeur marchande des produits agricoles qu'ils donnent. Le premier en son genre au Canada, ce programme soutient les agriculteurs, stimule la croissance économique locale et aide à garantir que les familles ont accès à des options alimentaires saines et locales.

Renouvelée en 2013, la **Stratégie de développement de l'industrie ontarienne du vin et du raisin** a promis jusqu'à 75 millions de dollars sur cinq ans à l'industrie locale du vin et du raisin. Ces fonds soutiennent des améliorations dans les vignobles, la recherche, l'innovation, la productivité et l'augmentation des ventes des vins de la Vintners Quality Alliance (VQA).

En janvier 2015, dans le cadre du **Fonds pour l'emploi et la prospérité** de 2,7 milliards de dollars, le gouvernement de l'Ontario a lancé le **Fonds de développement du secteur des aliments et des boissons** qui fournira 400 millions de dollars sur 10 ans pour aider les entreprises de transformation agroalimentaire à élargir leurs opérations et à créer des emplois. En 2015, le fonds a fourni 7,5 millions de dollars en subventions aux entreprises de transformation de l'Ontario.

En 2015, le Fonds de développement du secteur des aliments et des boissons du gouvernement de l'Ontario (un volet du Fonds pour l'emploi et la prospérité) a fourni 7,5 millions de dollars en subventions aux entreprises de transformation de l'Ontario

Le gouvernement de l'Ontario œuvre aussi à accroître la production et la transformation de produits alimentaires locaux en renforçant la capacité. Par exemple, le **Guide de fabrication des aliments et des boissons en Ontario** 2015 du MAAARO offre des renseignements exhaustifs sur le démarrage ou la croissance d'une entreprise alimentaire, notamment les plans d'affaires, l'assurance, le financement, la création d'un prototype, l'établissement du prix du produit, la salubrité alimentaire et l'emballage.

Par ailleurs, les **Services de consultation régionaux du MAAARO** offrent également une expertise utile, qu'il s'agisse d'aider une collectivité rurale à développer un plan stratégique, orienter une agroentreprise vers les bonnes personnes ou doter une nouvelle coopérative alimentaire de ressource en matière de gouvernance du conseil d'administration.

Le gouvernement de l'Ontario soutient également des événements de renforcement de la capacité comme la **5^e Conférence sur les produits alimentaires locaux de l'Est de l'Ontario** qui s'est déroulée à Belleville du 4 au 5 novembre 2015. Le programme incluait une tournée gourmande locale, une table ronde d'agriculteurs et de détaillants ainsi que des discussions sur les occasions de collaboration, d'agriculture urbaine et de nouveaux débouchés.

« La subvention que nous avons reçue du gouvernement de l'Ontario nous permettra de moderniser nos opérations et, en fin de compte, d'élargir notre part du marché. »

– Graham Spence, copropriétaire, Block Three Brewing Company Ltd.





Champion des produits alimentaires locaux : Fonds de la ceinture de verdure

Depuis son lancement en 2010, le Fonds de la ceinture de verdure a soutenu des initiatives alimentaires locales dans la province. Cet organisme sans but lucratif a investi dans près de 100 projets, permettant notamment aux hôpitaux de servir davantage de produits alimentaires locaux, aidant des brasseurs artisanaux à acquérir du houblon cultivé ici, donnant aux collectivités des Premières Nations l'accès à de la viande de l'Ontario, et plus encore.

Ces investissements rapportent gros. Chaque dollar provenant de ces subventions augmente les ventes de produits alimentaires locaux de 13 \$. Le gouvernement de l'Ontario a appuyé le Fonds de la ceinture de verdure depuis sa création, fournissant 8,6 millions de dollars pour 111 projets qui ont généré plus de 110 millions de dollars en ventes de produits alimentaires locaux.

Afin de tabler sur ces retours importants, l'Ontario a alloué 6 millions de dollars supplémentaires au Fonds de la ceinture de verdure afin de favoriser des initiatives alimentaires locales. Cet investissement appuie des projets visant à accroître l'approvisionnement en produits alimentaires locaux au sein du secteur parapublic, à augmenter l'accès au marché pour les petites et moyennes entreprises et entreprises de transformation, et à aider à faire comprendre où il est possible de trouver des produits alimentaires locaux, les produits alimentaires locaux disponibles et la manière de s'en servir. Ces sommes permettront également de favoriser le développement de nouveaux outils sur ontariofresh.ca, la communauté virtuelle et la base de données du Fonds de la ceinture de verdure, créant des liens entre plus de 2 500 acheteurs, entreprises de transformation et vendeurs de produits alimentaires locaux à l'échelle de la province.

Ensemble, nous continuerons à orienter les agriculteurs sur de nouveaux marchés et intégrerons davantage de produits cultivés localement dans nos établissements de santé, nos garderies, nos écoles et autres établissements publics.

Les résultats

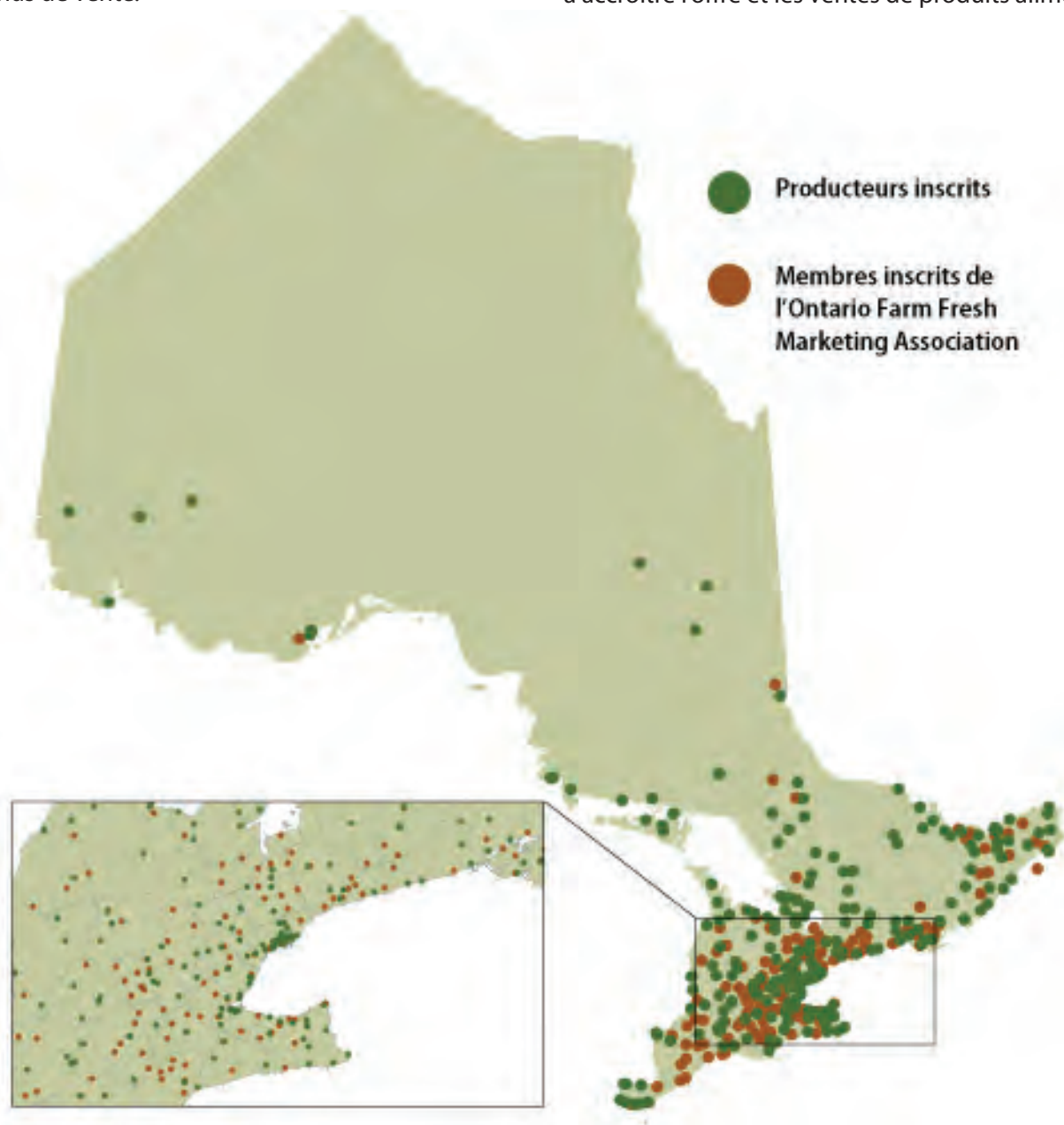
Selon le sondage 2015 des chefs de l'organisme Restaurants Canada, les produits alimentaires locaux se classent au deuxième rang des principales tendances de l'année, devancés seulement par les bières et les microbrasseries artisanales. Et cette tendance continue sa croissance en Ontario.

Depuis 2013, près de 300 écoles ont participé à Fraîcheur de la ferme, distribuant près de 750 000 kilogrammes de fruits et de légumes frais de l'Ontario.

En 2015, 84 vineries ont vendu des vins de la VQA dans plus de 200 marchés de producteurs de la province, générant plus de 1,4 million de dollars en revenus de vente.

En 2015, les ventes agricoles totales de légumes de champ (p. ex., haricots, carottes, épinards, etc.) ont augmenté d'environ huit pour cent, passant de 375,6 millions de dollars en 2014 à 405,6 millions de dollars en 2015. Par ailleurs, les ventes agricoles totales de légumes de serre de l'Ontario (tomates, concombres et poivrons) ont cru d'environ deux pour cent, passant de 812,4 millions de dollars en 2014 à 829,8 millions de dollars en 2015.

175 marchés de producteurs inscrits et 300 membres inscrits de l'Ontario Farm Fresh Marketing Association, notamment des marchés à la ferme et des initiatives d'agriculture soutenue par la collectivité contribuent à accroître l'offre et les ventes de produits alimentaires





Champion des produits alimentaires locaux : Fraîcheur de la ferme

2015 a été une année fertile pour Fraîcheur de la ferme, un programme innovateur qui aide les écoles à amasser des fonds en vendant des pommes, des carottes, des oignons, des pommes de terres, etc., cultivés localement.

Depuis 2013, près de 300 écoles ont participé à ce programme, distribuant près de 750 000 livres de fruits et de légumes frais de l'Ontario. Ces efforts ont rapporté plus de 274 000 \$ pour des initiatives scolaires et 382 000 \$ aux agriculteurs ontariens. L'année dernière a été particulièrement fructueuse pour le programme, les élèves ayant vendu 465 000 livres de produits de l'Ontario — près de trois fois plus que le volume de l'année précédente!

Fraîcheur de la ferme est un partenariat entre le ministère de l'Éducation de l'Ontario, le MAAARO, Les diététistes du Canada et l'Association des fruiticulteurs et des maraîchers de l'Ontario. En raison de son succès impressionnant, on envisage d'offrir la quatrième édition du programme dans plus de 50 conseils scolaires et 4 000 écoles de la province en 2016-2017 et dans toutes les écoles publiques de l'Ontario en 2017-2018.



Réussites

Chaque jour, des innovateurs partout dans la province déploient de nouvelles approches en matière de produits alimentaires locaux. Le **Programme des prix de la première ministre pour l'excellence en innovation agroalimentaire** reconnaît ces penseurs créatifs, et les lauréats de 2015 ont encore une fois prouvé à quel point les Ontariennes et Ontariens peuvent être inventifs.

La nouvelle trieuse optique de la **Vineland Estate Winery** trie 2 000 raisins par seconde, égrappant délicatement le fruit et séparant les matières indésirables. L'innovation promet de révolutionner la fabrication de vin en Ontario, offrant des raisins de grande qualité en une fraction du temps nécessaire pour effectuer le même travail manuellement.

Au centre-ville de Cornwall, l'entreprise **Smart Greens** a converti un conteneur d'expédition de 320 pieds carrés en une « ferme » hydroponique. Dans le conteneur isolé et à température contrôlée, l'entreprise produit hebdomadairement plus de 3 000 légumes-feuilles, fines herbes et poivrons.

L'entreprise franchise à présent sa marque, avec l'objectif de voir éclore 50 conteneurs d'expédition semblables partout au Canada au cours des cinq prochaines années — donnant à la population urbaine canadienne accès à des légumes verts frais et locaux 12 mois par année.

Un certain nombre de programmes de financement provinciaux aident aussi les entreprises agroalimentaires à être compétitives et à accroître leurs activités.

Avec l'appui du Fonds de promotion des produits alimentaires locaux, l'entreprise **Clear Valley Hops**, **récipiendaire d'un prix de la première ministre** et située près de Collingwood, a acheté une machine à pulvérisation à capacité accrue. Le cultivateur peut par conséquent faire sécher son houblon artisanal à basse température, le mettre en granulés, l'emballer et le congeler instantanément dans les 24 heures suivant la récolte. Grâce à ce projet, les brasseurs de l'Ontario ont maintenant une option locale de première catégorie pour leurs ingrédients de brassage.

« Nous avons de très nombreuses entreprises en démarrage qui profitent de l'engouement des consommateurs pour des produits alimentaires locaux et artisanaux. »

– Norm Beal, PDG, Food and Beverage Ontario



Champion des produits alimentaires locaux : **Purvis Brothers Limited**

Depuis 1882, la famille Purvis pêche dans les eaux froides du lac Huron, approvisionnant les consommateurs ontariens en cisco, touladi, hareng et esturgeon. La fière entreprise familiale a vécu plusieurs changements au cours des années, alors que les navires de pêche modernes ont remplacé les remorqueurs à vapeur et que les camions réfrigérés ont remplacé les wagons remplis de glace qui transportaient leur chargement au marché.

La pêcherie de l'île Manitoulin entame maintenant un nouveau chapitre de son histoire, grâce en partie à une subvention de 28 350 \$ du Fonds de promotion des produits alimentaires locaux de l'Ontario. L'investissement a permis à l'entreprise Purvis Brothers d'acheter et d'installer du nouveau matériel de réfrigération. Cette modernisation est destinée à faire grand bruit, augmentant la pêche commerciale dans le Nord de l'Ontario d'un million de livres supplémentaires annuellement.



Le Fonds de promotion des produits alimentaires locaux a également soutenu l'entreprise **Nightingale Farms Limited** du comté de Norfolk avec une subvention de 287 900 \$ afin d'installer du matériel et de former des exploitants pour l'emballage de gammes de produits comme des fèves, des pois, du gombo, des poivrons biologiques et des courgettes.

Par le truchement du **Programme de développement économique des collectivités rurales (Programme DECOR)**, l'entreprise de transformation des viandes **Schinkel's Legacy** de Chatham accroît son efficacité, crée de nouveaux emplois, améliore la salubrité des aliments et minimise les déchets. Grâce à un investissement maximal de 102 125 \$, Schinkel's Legacy pourra

installer des technologies d'automatisation de pointe qui amélioreront sa capacité de production, satisfaisant ainsi la demande croissante pour ses jambons, saucisses, kielbassas et autres produits de charcuterie.

Le Programme DECOR soutient davantage de bons vins. L'entreprise **Sandbanks Estate Winery** est bien connue pour son Baco Noir, son Cabernet Merlot, son Syrah et bien d'autres. Avec un investissement maximal de 45 000 \$, la vinerie du comté de Prince Edward augmente ses ventes et élabore de nouveaux produits innovateurs à partir de raisins locaux. En plus d'être une bonne nouvelle pour les amateurs de vin, c'est aussi une excellente nouvelle pour l'économie locale.

« Les programmes gouvernementaux comme le Fonds de promotion des produits alimentaires locaux aident à éveiller l'attention autour des produits alimentaires locaux et de leur importance, en plus d'offrir aux exploitations agricoles familiales l'encouragement et la motivation nécessaires pour continuer à offrir de délicieux produits alimentaires locaux. »

– Nancy DeFilippis-Sampogna, Top Tomato Foods



L'avenir des produits alimentaires locaux

Les produits alimentaires locaux sont en plein essor en Ontario, avec des investissements accrus dans la production, l'élargissement de la distribution et une plus grande conscientisation des consommateurs. Tout cela s'additionne pour former une base solide sur laquelle le secteur des produits alimentaires locaux peut s'appuyer pour croître au cours des mois et des années à venir. En augmentant la conscientisation, l'accès et l'approvisionnement en matière de produits alimentaires locaux, le gouvernement de l'Ontario aidera à stimuler la croissance du secteur, à créer davantage d'emplois en Ontario et à garantir que davantage de consommateurs ontariens mangent des produits locaux frais de grande qualité.

La Stratégie de promotion des produits alimentaires locaux accroîtra aussi la littératie sur les produits alimentaires locaux à la maison et à l'école et aide à promouvoir une alimentation saine – l'un des piliers de la Stratégie ontarienne pour la santé des enfants. Promouvoir et utiliser des produits alimentaires cultivés, récoltés et fabriqués en Ontario appuient également un secteur agricole et de l'alimentation durable et faisant preuve de résilience environnementale.

Le gouvernement provincial ne peut cependant pas y arriver tout seul.

L'Ontario continuera de compter sur les champions des produits alimentaires locaux, ses partenaires, les entrepreneurs et les dirigeants de l'industrie afin de concrétiser cette vision. En 2016, le gouvernement continuera à mobiliser le secteur entier afin d'élaborer des objectifs précis pour accroître l'accès aux produits alimentaires locaux.

Les programmes et les investissements décrits dans le présent rapport continueront de mettre un plus grand nombre de produits alimentaires locaux dans les garde-manger, les marchés et les restaurants de la province, et le gouvernement de l'Ontario demeure engagé à présenter des rapports sur les progrès que réalise l'Ontario pour aider à concrétiser les objectifs de la Stratégie de promotion des produits alimentaires locaux.

