

## **Région Chaudière-Appalaches**

### **Plan de développement agricole et agroalimentaire régional (PDAR) 2010-2014**

**Journée d'étude 2011**

**La Cache à Maxime 23 février**

#### **Du producteur à mon bedon**

SÉBASTIEN BÉCHARD

ZONART Communication

Le projet « Du producteur à mon bedon » a été initié au printemps 2009 par le comité « communication » du Plan stratégique agricole et agroalimentaire 2005-2010. Il visait à faire connaître l'agriculture et l'agroalimentaire auprès des jeunes de la Chaudière-Appalaches. Une série d'ateliers et de jeux en lien avec le secteur ont été créés et des animatrices devaient les dispenser dans des lieux qui étaient à déterminer. Cette action visait à valoriser la filière et était une exigence de notre plan de communication.

Le projet s'est bonifié au fil des collaborations : les expositions agricoles et, par la suite, le sous-comité accessibilité aux aliments sains, les producteurs laitiers du Canada, la Confédération de l'UPA, etc. Les utilisateurs finaux se sont également diversifiés : les terrains de jeux, les expositions agricoles, les terrains de camping, etc. Les parties prenantes ont décidé de revoir l'offre d'ateliers : les saines habitudes de vies, les métiers liés à l'agroalimentaire, l'agroenvironnement, etc. ainsi que les approvisionnements (stand, matériel d'animation, matériel promotionnel). Donc, tout le monde a pu y trouver son compte.

La concertation amène la complexité. Et oui ! Plus il y a de partenaires, plus les demandes sont concurrentes, voire contradictoires, plus c'est difficile de voir le projet dans son ensemble et d'y trouver toutes les façons de faire du maillage. Cela est-il une raison pour lancer la serviette ? Absolument pas ! Voici pourquoi :

En deux ans, plus de 14 700 jeunes ont été rencontrés dans l'une ou l'autre des activités. Les deux animatrices ont visité plus d'une soixantaine de terrains de jeux, les cinq expositions agricoles du territoire et ont exploré l'animation dans un terrain de camping. On recense également plusieurs parutions dans les media. Ce projet est même devenu un exemple et la bougie d'allumage vers le démarrage et la mise en

œuvre de projets entre les membres du comité. En tout, plus d'une quinzaine d'organisations s'y sont investies et les résultats sont visibles partout dans la région. Les terrains de jeux veulent le retour de l'activité à plus de 98 %, les marchés publics ont manifesté leur intérêt. Bref, le projet a une pérennité.

L'année 2011 sera une année de consolidation pour ce projet. Les leçons apprises et l'expertise développée serviront fortement à redéfinir l'animation, ses ateliers et les pistes d'interaction. Cette année coïncide également avec le début d'un second cycle de négociation menant à l'acceptation d'un nouveau plan de communication pour les années 2011-2014. Les ambitions sont bien présentes : le serons-nous collectivement ?