



# NOURISHING INNOVATION!

AUGUST 17<sup>TH</sup> – 19<sup>TH</sup>, 2023 – QUEBEC CITY

AQDFL  QPMA

*Fairmont*  
LE CHÂTEAU FRONTENAC

Téléchargez l'application officielle du Congrès et maximisez votre expérience de réseautage !

Disponible gratuitement dans l'App Store et sur Google Play Store.

Download the official Convention mobile app and maximise your networking experience!

Available for free in the App Store and Google Play Store.



PROPULSÉE PAR / POWERED BY



Mitchel Lincoln

# ALIMENTONS L'INNOVATION!

17 AU 19 AOÛT 2023  
Fairmont Le Château Frontenac – Ville de Québec

Merci à | Thanks to



Please scan this QR Code to access simultaneous translation

AQDFL QPMA



**ANNUAL GENERAL MEETING**

**AUGUST 18, 2023  
LE CHÂTEAU FRONTENAC**

Téléchargez l'application officielle du Congrès et maximisez votre expérience de réseautage !

Disponible gratuitement dans l'App Store et sur Google Play Store.

Download the official Convention mobile app and maximise your networking experience!

Available for free in the App Store and Google Play Store.



PROPULSÉE PAR / POWERED BY



Mitchel Lincoln

# ALIMENTONS L'INNOVATION!

17 AU 19 AOÛT 2023  
Fairmont Le Château Frontenac – Ville de Québec

Merci à | Thanks to



Please scan this QR Code to access simultaneous translation

AQDFL QPMA



# 1. QUORUM VERIFICATION

The background is a solid light green color. Overlaid on this are several faint, semi-transparent silhouettes of various vegetables, including a carrot, a leafy green, a tomato, and a bunch of leafy greens, arranged in a scattered pattern.

## 2. OPENING OF THE MEETING

# 2023 QPMA EXECUTIVE COMMITTEE



**CHRIS SARANTIS**  
Président  
Vice-Président senior  
CANADAWIDE



**ENRICO CHAREST**  
1er vice-président  
Gestionnaire approvisionnement fruits et légumes  
SOBEYS



**ANTONIO BONO**  
2ème vice-président  
Vice-président  
CHENAIL IMPORT EXPORT



**MARC-ANDRÉ CHENAIL**  
Président Sortant  
Président  
LES FERMES DU SOLEIL



**SOPHIE PERREAULT**  
Président-directrice générale  
AQDFL

The background of the slide is a solid light green color. It features several faint, semi-transparent silhouettes of various vegetables, including a carrot, a bell pepper, a tomato, a radish, and a leafy vegetable, scattered across the surface. A white rectangular box is centered on the slide, containing the text.

### 3. READING AND ADOPTION OF THE AGENDA



# AGENDA

1. Quorum verification
2. Opening of the meeting
3. Reading and adoption of the agenda
4. Reading and adoption of the minutes of the Annual General Meeting August 19, 2022
5. Business arising from the official report
6. Message from the Board President and report of the Chief Executive Officer Director
7. Acceptation and ratification of the acts by the Board of Directors for the 2023 year
8. Election of the 2024 Directors
9. Miscellaneous
10. End of the meeting
  - Followed by **2 CONFERENCES**

The background is a solid light green color with faint, stylized silhouettes of various leaves and branches scattered across it. A white rectangular box is centered on the page, containing the text.

4. READING AND ADOPTION OF  
THE MINUTES OF THE ANNUAL  
GENERAL MEETING AUGUST 19,  
2022



## 5. BUSINESS RISING FROM THE OFFICIAL REPORT

## SUIVI DE L'AGA 2022

- ☑ Strategic reflection
  - ☑ Subvention obtained for a project to promote fruit and vegetable consumption among vulnerable populations
  - ☑ New pillar selection process
  - ☑ New qpma.ca website
  - ☑ Mentorship
  - ☑ AGM to launch the coordination and development chamber for the growers
- 🕒 An administrative assistant with an accounting component wanted

## 6. MESSAGE FROM THE BOARD PRESIDENT AND REPORT OF THE CHIEF EXECUTIVE OFFICER



# FINANCES



- QPMA's financial position as of July 31, 2023
- Repayment of the emergency loan in December 2023
  - New income sources:  
subventions for I Love Fruits and Veggies Movement

# GOVERNANCE

- New process for choosing the Quebec pillar of the fruit and vegetable industry

- Passion.
- Significant contribution to our sector's development.
- Leadership.
- Know-how and life skills transmission.
- Exemplary ethics

- Initiation of reflection on a competency-based board of directors with BCF



# PRESIDENCY AND PARTICIPATION IN COMMITTEES AND WORKING GROUPS

- **Finances:** Tony Bono président
- **Sponsorships:** Christian Guitard, Francis Bérubé, Pascal Primiano
- **Members services:** David Turcot
- **I Love Fruits and Veggies Movement:** Simon-Pierre Murdock
- **Public Affairs et Government Relations:** Christian Riopel
- **Next-Generation Network:** Jessica Levac
- **Next-Generation Cultivating program:** Luc Prévost
- **Governors:** Bernard Côté
- **Spring Festivities:** Stéphane Labelle
- **Oysters Party:** Richard Lagacé
- **Golf Tournament:** Peter Snyder
- **Convention :** Christian Riopel
- **Code of conduct:** Pascal Guérin président, Luc Prévost et Chris Sarantis
- **Strategic Plan:** Chris Sarantis, président



**MANY THANKS TO  
ALL COMMITTEE MEMBERS**



# NEXT-GENERATION NETWORK COMMITTEE

## ➤ Restructuration of the committee

Alexandra Dolbec

Annie Gagnon

Jessica Levac

Joffrey Parent

Mélissa Cataphard

Valérie Terrault

Laura Boutet

LOOP MISSION

LES CULTURES DE CHEZ NOUS

BELLEMONT POWELL

FERME J. OUIMET

LES VERGERS CATAPHARD

CULTURE GEN V

MÛR CONSEIL



# OUR 6 APPLICANTS TO 2024 CULTIVATING THE NEXT-GENERATION PROGRAM

Chloé Boileau - JEAN-YVES BOILEAU ET FILS



Yannick Guérin - JAG



Alexandra Dolbec - LOOP MISSION



Elena Pitsikoulis - CANADAWIDE



Philippe Robillard-Bastien - SUPER C



Nicolas Taillefer - UNE TOUCHE D'AIL

## OUR 2023 NEXT-GENERATION INTERN



Annie Gagnon  
Cultures de chez nous

- All committees meetings
- All QPMA events
- Horticultural Table meeting
- MAPAQ-TQSA committee meetings - healthy food offer
- 4th bio-food policy meeting
- Farm to Plate
- APMQ Cocktail
- DUX Grand Prix

# THE NEXT GENERATION OF THE INDUSTRY

## STUDY GRANT OF THE UNIVERSITY OF LAVAL



Anthony Cousineau



# NOVEMBRE 4, 2022 : OYSTERS PARTY AT RITZ IN MONTRÉAL



- In presence, after 3 years!
- Members Meeting
- Launch of the mentorship program
- Recognition to Mr. Ghislain Perron, founder of the Oysters Party
- Panel by NATIONAL



## APRIL 20: SPRING FESTIVITIES EVENING AT DOCK 619



- Welcome meeting for new members



# A BIG WELCOME TO NEW MEMBERS !

- AGREENCO
- ALIMENTS MERJEX TEMPEHINE
- COLLIN AGROALIMENTAIRE
- D'ARRIGO CALIFORNIA - ANDY BOY
- DAYKA & HACKETT
- DOMAINE VINCENT
- EVER TRU FARMS
- FERME JCL ABITIBI
- IMPROOVE
- OSTIGUY & GENDRON
- PHARE MÉDICA
- SAGE FRUIT
- SCARLA FRUIT
- MULTI-SERVICES GSTJ
- SERRES BERTRAND
- SERVICES DE REFRIGERATION R & S INC
- SYSTEMEX
- TFO CANADA
- THE PRETTY UGLY COMPANY
- VAN DE WATER-RAYMOND
- INVESTISSEMENT QUÉBEC
- IPL NORTH AMERICA INC
- ITRADE NETWORK
- LAFIB ULTRA
- LES FERMES ÉMILE GARIEPY
- LES FERMES IGNAZIO NOTARO & FILS
- L&S CRANBERRY
- OMNIPLAST
- ALLEN JOSEPH BRANDT



# CONGRATULATIONS TO OUR RECRUITERS!



● Domenico Procopio

● Simon-Pierre Murdock

● Chris Sarantis

● David Turcot

● Tony Bono



## I LOVE FRUITS AND VEGGIES MOVEMENT

- **Objectif** : notoriété (donc des vues)
- **Public** : grand public
- **Lieu de diffusion** : province de Québec, Meta (FB et Instagram)
- **Diffusion** : depuis le 8 août





## RESULTS SO FAR

- **Views number:** almost 15,000 people saw at least 15 seconds of the video, i.e the entire message
- **Public joined:** mainly foodies (10,000) and people with an interest in agriculture (5,000)
- **Distribution place:** Quebec province, Meta (FB et Instagram)
- **Expended budget:** 685 \$ (on a 2500\$ budget)
- **Cost in ThruPlay :** 0,04 \$
- **ThruPlay:** ThruPlay allows advertisers to optimize and choose to pay only for ads that play in their entirety or last less than 15 seconds.

**We see very good performance since the benchmark for a ThruPlay campaign for a nonprofit is generally between \$0.03 and \$0.10.**

# GOVERNMENT RELATIONS



➤ **May 30 : Farm to plate**

# GOVERNMENT RELATIONS



➤ **May 26 : 4<sup>th</sup> Biofood Policy Partners Meeting (2018-2025)**

- Tertiary group
- Primary group



➤ **June 27 : National Rendez-vous for the Government health prevention policy**

# PUBLIC AFFAIRES AND GOVERNMENT RELATIONS



## Participation in press conferences:

- December 13 décembre – Ferme d’hiver: Offer to consumers local produce throughout the year
- March 27 : Canadian Partnership for a sustainable agriculture
- May 19 – Launch of the harvest season of garden products
- June 19 – Serres Savoura : For a greatest food autonomy
- August 4 – Ferme Produits Forino : Solidarity with the Quebec growers

➤ **2 Juin :**  
**CTAQ Cocktail at  
National Assembly**  
Feeding the Quebec

## ✓ **Médias**

- Weather conditions
- Fruits and veggies prices

## ONGOING PROJECT



- ✓ **Store tour :**  
a reflection for a next edition



- PASUQ : Universal School Feeding program in Quebec
- Foundation OLO



## PARTNERS TABLES AND COMMITTEES

- Table québécoise de la saine alimentation  
(Quebec Table for Healthy Eating)

- Sub-tables:

- Horticultural
- Fruits and Vegetables
- Greenhouse
- Apples
- Potatoes
- Vegetables for processing



- Chamber for Fruit and Vegetable Production  
Coordination

- Chamber for Strawberries and Raspberries  
Coordination

- Commun'assiette

- Super-user Committee – ITHQ

- Associations Committee – EEQ

- GIMC: Government Issue  
Management Committee

- CITAC: Industry Technology Advisory  
Committee

- Code of conduct



## INDUSTRY ISSUES THAT THE QPMA IS TRACKING



- Code of conduct
- Bill 96
- Food waste
- Modernization of Bill P-29 and regulations
- Fruit and vegetable supply chain
- Transportation, Port congestion
- Labour shortage
- Fruit and vegetable exports, CIPIQ-onions
- Packaging
- Labelling
- PLU Labels
- CARTV – Biologic allegation
- CanadaGap
- Transactions platforms

# THANK YOU TO THE STAFF



## PARTNERSHIPS

- **Webinars on Bill 25, Bill 96, and the entrepreneurship**  
Johanne Auger, BFC
- **2023 – 2026 QPMA strategic plan**  
Elke Steinwender, MAIEUTYK
- **How will public relations support the QPMA's strategic plan for 2023?**  
Martine Robert, National



WEBINARS ON BILL 25, BILL 96 ET REPRENEURSHIP

**Intervenante / Speaker**

**Johanne Auger**  
BCF

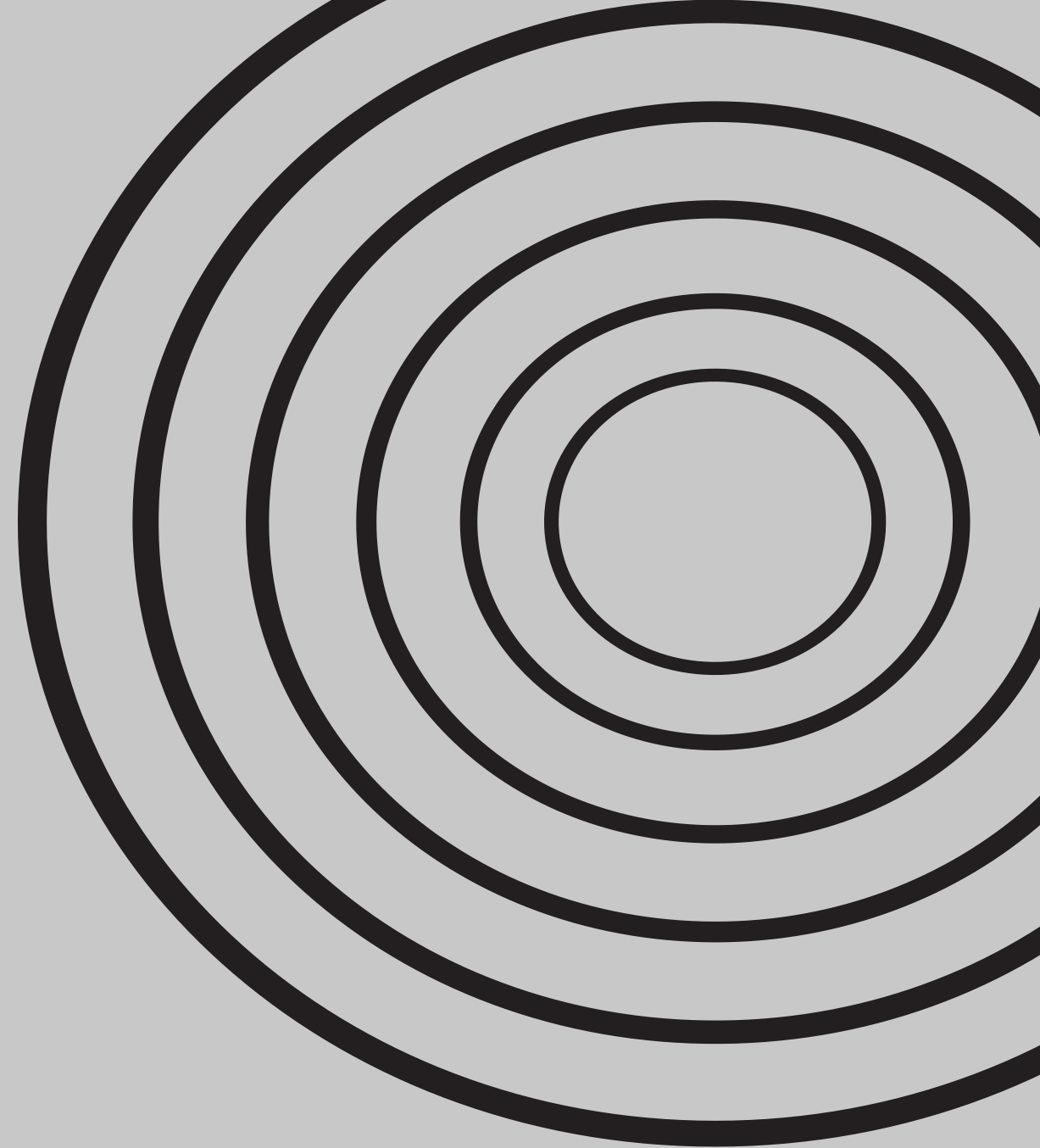




## Webinaires 2023-2024

Johanne Auger, associée, agent de marques de commerce

# Webinaires 2023-2024



# Webinaire Loi 25 – La protection des renseignements personnels

---

- Le 22 septembre 2022, de nouvelles exigences en matière de protection des renseignements personnels sont entrées en vigueur au Québec et d'autres modifications sont à prévoir en septembre 2023 et 2024.
- La Loi sur la protection des renseignements personnels dans le secteur privé (la « LPRPSP ») a récemment fait peau neuve et possède maintenant davantage de mordant, notamment en raison des sanctions possibles en cas de non-conformité
- L'opérationnalisation des principales obligations significatives de l'entrée en vigueur de la Loi C-25, qui encadre la protection et le traitement des renseignements personnels.



Nicolas St-Sauveur, associé, avocat,  
protection des données



# Webinaire Loi 96 – La Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le français

---

- La Loi 96 sur la langue officielle et commune du Québec, le français a été formellement adopté et a reçu la sanction royale le 1er juin 2022.
- **Il est important de saisir les impacts que cette nouvelle loi aura sur les entreprises faisant affaire au Québec.**
- Cette loi apporte des modifications importantes non seulement à la Charte de la langue française (aussi connue sous le nom de la Loi 101), mais également à plus d'une vingtaine d'autres lois touchant plusieurs facettes de la société, dont l'éducation, le commerce, l'immigration, l'immobilier et les relations de travail pour n'en nommer que quelques-uns.
- Nous vous présenterons les répercussions de cette nouvelle loi sur les marques de commerce, l'étiquetage et l'affichage public des entreprises..



Johanne Auger, associée, agent de marques de commerce



Pascal Lauzon, associé, avocat & agent de marques de commerce



Sarah Hébert-Tremblay, avocate & agent de marques de commerce

# Repreneuriat

---

- La force d'une économie se mesure à sa capacité de conserver les entreprises établies qui la composent, qu'il s'agisse d'un transfert ou d'une relève familiale, d'une fusion et acquisition ou encore d'une consolidation du marché visant à stimuler leur croissance.
- C'est une nécessité pour de nombreuses entreprises qui veulent assurer leur pérennité. Pourtant, nous savons à quel point ce n'est pas toujours évident de jongler à travers la reprise d'une entreprise tant familiale qu'externe.
- Nous vous aideront à démystifier les aspects juridiques et fiscaux du repreneuriat, tels que les différentes structures de financement possibles les défis et les zones grises et la documentation connexe.



Julie Gaudreault-Martel,  
associée, avocate en litige fiscal



Mehrez Houacine, associé,  
conseiller en fiscalité



Jean-Christophe Imbeau, avocat  
en droit des affaires

# Q & R

BCF, Avocats d'affaires  
1100, boul. René-Lévesque O.  
25<sup>e</sup> étage  
Montréal (Québec) H3B 5C9

BCF, Avocats d'affaires  
2828, boul. Laurier  
12<sup>e</sup> étage  
Québec (Québec) G1V 0B9

The background is a solid light green color. It features several faint, semi-transparent silhouettes of various vegetables, including a carrot, a bell pepper, a tomato, and a leafy green. A large, light green arrow points upwards and to the right, positioned behind the central text box.

# 2023 – 2026 QPMA'S STRATEGIC PLAN

## 2022 VISION

To be recognized as the intermediary of choice for the consumption of fruits and vegetables in Quebec

## VALUES

**Respect**

**Integrity**

**Responsibility**

**Commitment**

## MISSION

To promote the consumption of fruits and vegetables in Quebec et activities of the members in the sector

## SIX STRATÉGIC ORIENTATIONS



Diversify and increase sources of funding



Maximize the added value of membership



Review the governance structure



Boost the reputation of the “I Love...” campaign



Position the QPMA as a promotional and educational vehicle



Adapt the staff team to the targeted objectives



# STRATEGIC PLAN COMMITTEE

Dino Farrese	BELLEMONT POWELL
Chris Sarantis	CANADAWIDE
Antonio Bono	CHENAIL IMPORT-EXPORT
Daniel Terrault	CULTURES GEN V
Jennie Coleman	EQUIFRUIT
Ricky Roberge	FERME J. OUIMET
Annie Riendeau	GROUPE VEGCO
Pascal Guérin	JARDINS A. GUÉRIN ET FILS
Yanick Guérin	JARDINS A. GUÉRIN ET FILS
Annie Gagnon	LES CULTURES DE CHEZ-NOUS
Marc-André Chenail	LES FERMES DU SOLEIL
Enrico Charest	SOBEYS
Martine Robert	NATIONAL

## ➤ **Development of a 2023-2026 strategic plan for the QPMA**

Sophie Perreault  
Marie de Tarlé  
Mario Lalancette

Amaryllis Ricard-Lafont  
Audrey-Anne Desjardins  
Camille Chateauneuf  
Lucie Muller

Élise Bérard  
Erin O'Reilly  
Elke Steinwender



**Intervenante / Speaker**

**Elke  
Steinwender**  
Maïeutyk



# MÄIËUTYK

MARKETING STRATÉGIQUE

18 août 2023

# Planification stratégique

2023-2026



**MAÏEUTYK**  
MARKETING STRATÉGIQUE

Chaque interaction  
Votre marque, vos clients et vos  
employés  
Est une opportunité

**Saisissez ces opportunités  
et les transformer en  
expériences.**



# Ordre du jour



- ◆ À propos de Maïeutyk
- ◆ Méthode et approche
- ◆ Faits saillants des entrevues, sondage et analyse interne et externe
- ◆ Mission, vision et valeurs et orientations stratégiques
- ◆ Priorités et plan d'action



## **NOTRE MISSION :**

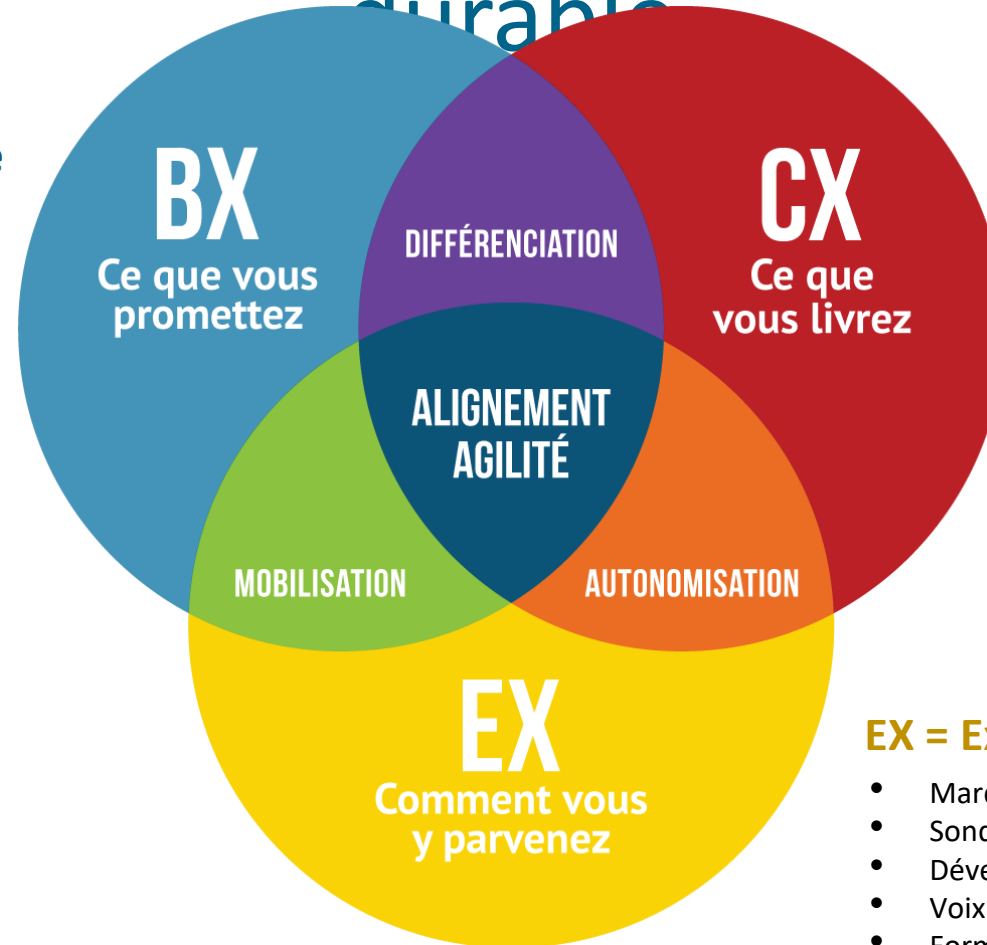
**Vous aider à propulser votre organisation  
de façon durable.**



# Développez une entreprise durable

## BX = Expérience de marque

- Analyses de marché
- Planification stratégique
- ADN de marque
- Stratégie de communication
- Direction marketing



## CX = Expérience client

- Persona
- Parcours client (idéal)
- Sondage de satisfaction
- Voix du client
- Formation CX

## EX = Expérience employé

- Marque employeur
- Sondage de satisfaction employé
- Développement organisationnel
- Voix de l'employé
- Formation Marketing RH

Notre **méthode**, est basée sur un processus d'amélioration continue qui place l'humain au centre. Elle s'appuie sur les concepts suivants:



**Cocréation**



**Amélioration continue**



**Accompagnement**

# NOTRE PARCOURS

320

Organisations  
accompagnées

6 400

Heures d'ateliers de  
cocréation

1 200

Employés  
formés

**Pourquoi entamer un exercice de  
planification stratégique?**

**UN BON PLAN EST TA FEUILLE DE ROUTE:  
ELLE NOMME TA DESTINATION FINALE ET LA  
MEILLEURE FAÇON POUR Y ARRIVER.**  
STANLEY JUDD

# Processus de planification stratégique



Où en sommes-nous?

Sommaire des entrevues.



# Entrevues: Principaux constats

Voici un résumé des forces et des points d'amélioration mentionnés lors des entrevues :

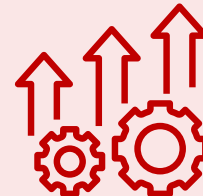
## FORCES

- ◆ Infolettre hebdomadaire
- ◆ Représentation auprès des organismes gouvernementaux
- ◆ Défense des intérêts de l'industrie
- ◆ Organisation d'activités de réseautage
- ◆ Mise en relation des membres
- ◆ Satisfaction des besoins des membres



## POINTS D'AMÉLIORATION

- ◆ Infolettre plus succincte
- ◆ Répertoire annuel plus détaillé





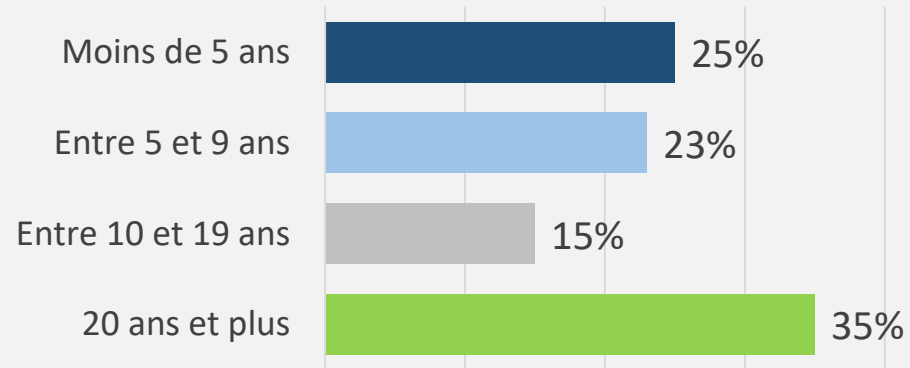
Où en sommes-nous?

Faits saillants du sondage.

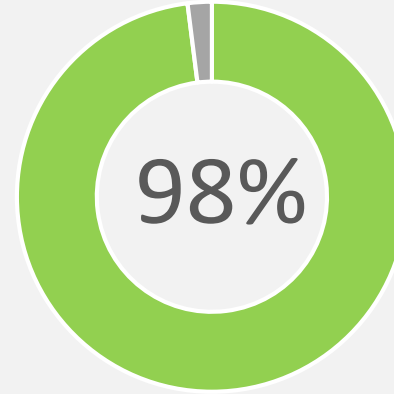
# Sondage : faits saillants



## Nombre d'années membre



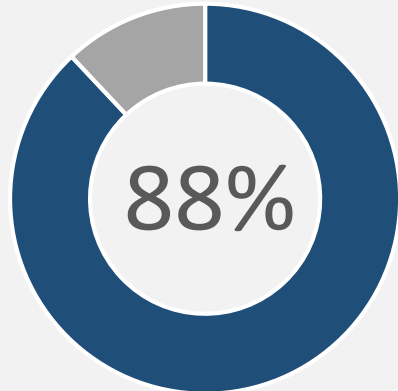
## Taux de satisfaction



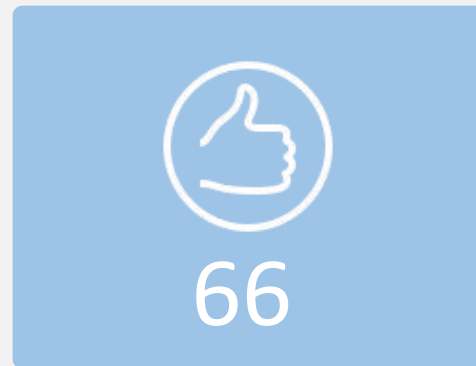
## Taux de satisfaction sur l'organisation des activités de réseautage



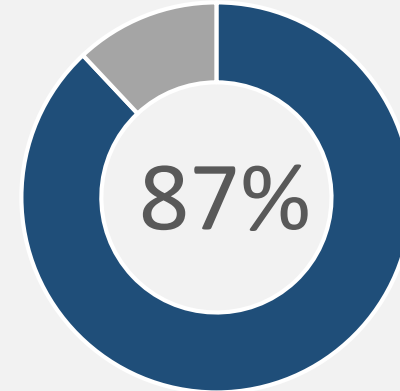
## Taux de satisfaction sur la présence dans les médias



## NPS - recommandation



## Taux de participation



**Où en sommes-nous?**

**Sommaire de l'analyse  
interne et externe.**

# Sommaire de l'analyse de l'environnement interne et externe



## MENACES

- ◆ Augmentation des associations, des comités et événements offerts
- ◆ Manque de temps des membres
- ◆ Multiplication des campagnes promotionnelles autour des F&L
- ◆ Concurrence pour les subventions
- ◆ Fragilité du pouvoir de représentativité
- ◆ Diminution de la proportion de la population consommant plus de cinq portions de fruits et légumes par jour entre 2008 et 2018
- ◆ Évolution du contexte économique mondial et de la situation environnementale
- ◆ Changements climatiques
- ◆ Pénurie de main-d'œuvre

## OPPORTUNITÉS

- ◆ Clarifier le positionnement et le rôle de l'AQDFL
- ◆ Revoir le plan de communication interne et l'image corporative
- ◆ Augmenter la visibilité dans les médias
- ◆ Obtenir du financement via la politique bioalimentaire et la Politique gouvernementale de prévention en santé (PGPS)
- ◆ Développer des outils pour promouvoir les F&L (incluant la sensibilisation et l'éducation) et en fonction des tendances du marché et des initiatives du gouvernement

## FORCES

- ◆ Équipe dynamique et compétente
- ◆ Gestion financière efficace et profitabilité des événements
- ◆ Qualité des activités, des événements et du service à la clientèle
- ◆ Participation en hausse aux événements
- ◆ Obtention de subventions du MAPAQ et du MSSS
- ◆ Haut taux de satisfaction des membres de façon globale
- ◆ Mises en relation et réseautage
- ◆ Représentation des intérêts des membres et des défis de l'industrie
- ◆ Engagement et diversité des membres
- ◆ Performance et notoriété du Mouvement J'aime les fruits et légumes
- ◆ Augmentation de la présence des jeunes professionnels de la relève dans les comités et les événements

## FAIBLESSES

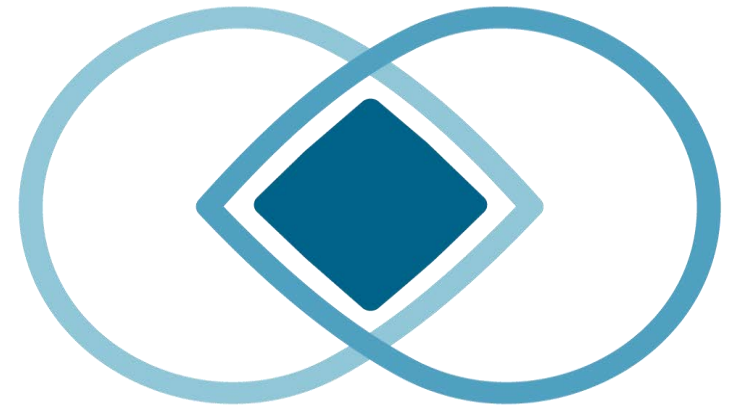
- ◆ Baisse du nombre de membres
- ◆ Faiblesses des liens avec d'autres ministères qui concernent l'industrie
- ◆ Modèle de financement limité pour soutenir la croissance
- ◆ Manque de communication et de clarté autour de l'impact du rôle de l'AQDFL dans l'industrie
- ◆ Présence inconstante dans les médias
- ◆ Taux de notoriété bas pour certains programmes et actions de l'AQDFL

**Où voulons-nous aller?**

**Raison d'être, mission, vision,  
valeurs et orientations stratégiques.**

# C'est quoi la Maïeutyk?

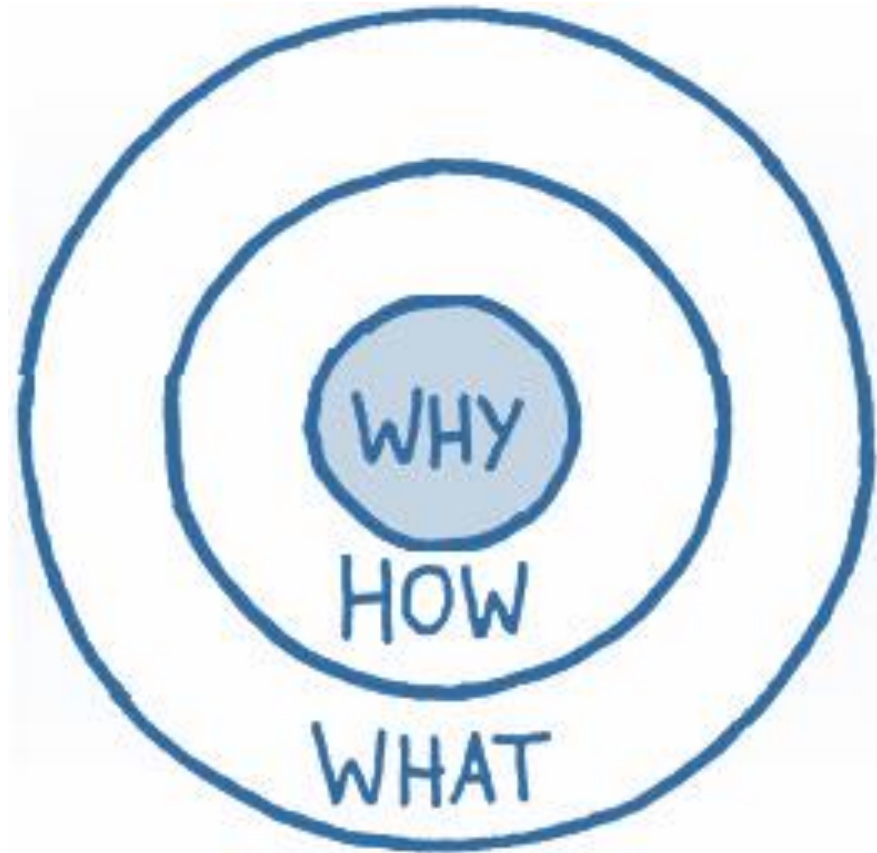
La méthode socratique (nous l'écrivons Maïeutyk), est l'art d'amener les individus à découvrir et à formuler leur vérité intérieure en utilisant le dialogue, le questionnement et la discussion.











## POURQUOI (Why)

Porter la voix de l'industrie des fruits et légumes au Québec.

## COMMENT (How)

En mobilisant tous les maillons de la chaîne et en tissant des liens avec les acteurs de l'industrie des fruits et légumes, dans le plaisir, afin d'amener des fruits et légumes sains à la table de tous les Québécois.

## QUOI (What)

Réseau d'affaires et de réseautage; Créer des occasions de rencontres d'affaires; Organiser des événements, des interventions; Être la source d'information, de transmission, d'éducation; Jouer le rôle de médiateur dans la concertation; Préparer la relève; Agir comme acteur de santé publique avec le Mouvement J'aime les F&L.

# Énoncé de la vision



Être le leader qui propulse la  
croissance de l'industrie des fruits et  
légumes au Québec.



# Énoncé de la mission



Mobiliser les acteurs de l'industrie, faciliter la commercialisation et promouvoir les bienfaits des fruits et légumes pour la santé de l'industrie et de tous les Québécois.

# Valeurs



**Intégrité**

**Engagement**

**Respect**

**Responsabilité**

**Collaboration**

Où voulons-nous aller?

Les orientations stratégiques.

# Orientations stratégiques



## Orientation

# 1

S'affirmer comme porte-parole de l'industrie des fruits et légumes au Québec

## Orientation

# 2

Augmenter et mobiliser notre membership afin qu'il soit représentatif du dynamisme et de la diversité du secteur

## Orientation

# 3

Consolider et diversifier nos sources de financement

## Orientation

# 4

Devenir le leader dans la promotion des fruits et légumes au Québec via le Mouvement J'aime les fruits et légumes

**Comment allons-nous nous y rendre?**

**Les priorités et le plan d'action.**

# Principes directeurs



Éléments au cœur de l'AQDFL qui guideront les actions au cours des trois prochaines années

- ◆ Nos valeurs: Respect, Intégrité, Responsabilité, Engagement, Collaboration
- ◆ Transmission des connaissances et des outils qui facilite la commercialisation des fruits et légumes au Québec
- ◆ Avoir une conscience autour du développement durable : protection de l'environnement et lutte contre le gaspillage
- ◆ Toujours optimiser notre gouvernance et notre structure organisationnelle pour réaliser notre mission



# Priorités

Chacune des orientations stratégiques est soutenue par des priorités



## Orientation

### 1. S'affirmer comme porte-parole de l'industrie des fruits et légumes au Québec

### 2. Augmenter et mobiliser notre membership afin qu'il soit représentatif du dynamisme et de la diversité du secteur

## Priorités

- 1.1. Se positionner sur les enjeux transversaux à l'ensemble de l'industrie des F&L au Québec auprès des médias, des partenaires et des gouvernements
- 1.2. Compiler des informations et des données et mener des études appropriées en fonction des enjeux de l'industrie
- 1.3. Être une référence pour ses membres et ses partenaires
- 1.4. Renforcer le rôle de l'AQDFL comme facilitateur et médiateur entre les membres de l'industrie et auprès des décideurs

- 2.1. Accroître la représentativité, le nombre et l'engagement de toute la filière de l'industrie au sein de l'Association
- 2.2. Développer un portefeuille de services personnalisé à chacun des principaux secteurs représentés et/ou en fonction de leur provenance
- 2.3. Diffuser et faciliter la transmission des connaissances et des informations auprès des membres afin d'optimiser la commercialisation des F&L au Québec
- 2.4. Communiquer aux membres, de façon efficace et régulière, la valeur ajoutée et la rentabilité du membership
- 2.5. Actualiser la structure de gouvernance autour des comités de travail pour favoriser l'implication de tous

# Priorités

Chacune des orientations stratégiques est soutenue par des priorités



## Orientation

### **3. Consolider et diversifier nos sources de financement**

## Priorités

- 3.1. Renforcer les sources de revenus traditionnels et leur rentabilité
- 3.2. Identifier des sources de financement externes (partenaires et ministères) et assurer des démarches efficaces
- 3.3. Rentabiliser les investissements de l'AQDFL
- 3.4. Explorer l'idée de créer une fondation pour le Mouvement J'aime les fruits et légumes
- 3.5. Augmenter le fond de pérennité

---

### **4. Devenir le leader dans la promotion des fruits et légumes au Québec via le Mouvement J'aime les fruits et légumes**

- 4.1. Agir comme un mouvement fédérateur et un partenaire incontournable pour toutes les actions de promotion de la consommation de fruits et de légumes au Québec
- 4.2. Promouvoir la consommation de fruits et de légumes sous toutes ses formes, selon différents publics et selon les enjeux sociétaux dans un souci de développement durable
- 4.3. Augmenter la notoriété du Mouvement J'aime les fruits et légumes
- 4.4. Créer des alliances stratégiques afin de devenir la référence sur les connaissances sur les fruits et légumes au Québec

18 août 2023

# Planification stratégique

2023-2026



ASSOCIATION QUÉBÉCOISE  
DE LA DISTRIBUTION  
DE FRUITS ET LÉGUMES  
QUÉBEC PRODUCE MARKETING ASSOCIATION



**MAÏEUTYK**  
MARKETING STRATÉGIQUE



HOW WILL THE PUBLIC RELATIONS SUPPORT THE  
QPMA STRATEGIC PLAN FOR 2023?

Intervenante / Speaker

**Martine Robert**

Cabinet de relations  
publiques NATIONAL





## **Comment les relations publiques vont-elles appuyer le plan stratégique de l'AQDFL en 2023?**

Martine Robert

Directrice, communication d'entreprise et relations médias  
Le Cabinet de relations publiques NATIONAL

---



ASSOCIATION QUÉBÉCOISE  
DE LA DISTRIBUTION  
DE FRUITS ET LÉGUMES  
QUÉBEC PRODUCE MARKETING ASSOCIATION



## Historique AQDFL x NATIONAL

N|A|T|I|O|N|A|L  
Partenaire sûr. Regard neuf.<sup>MC</sup>

 ASSOCIATION QUÉBÉCOISE  
DE LA DISTRIBUTION  
DE FRUITS ET LÉGUMES  
QUÉBEC PRODUCE MARKETING ASSOCIATION

# La Campagne Les fruits et légumes qu'on aime

SB

MÉLISSA BÉDARD, INVITÉE DU 2 OCTOBRE 2021

Comédienne, chanteuse, maman... Mélissa Bédard ne chôme pas. Elle nous donne de ses nouvelles et nous parle de ses prochains projets.

Voir le reste de l'interview ici



San Dubé, a annoncé lundi qu'un financement de la distribution des fruits et légumes (AQDFL) pour se entre de la population québécoise.

Fruits et légumes primaires par l'Association, via à l'inter aliments du quotidien. Elle s'inscrit dans le cadre de la partenariat en ce qui a trait à l'une des tables légumes par jour (plus de la moitié de la tables de santé, cette campagne est un plus.

Atypic  
2 098 abonnés  
3 mois • Modifié •

+ Suivre

1... 2... non 3 TROPHÉES DUX manger mieux (un concours qui récompense les initiatives qui aident les Canadiens à mieux manger) pour notre carotte facile à aimer, notre pomme bien conservée et notre patate aux multiples facettes! On capote!

Il faut dire que c'est une campagne qui porte ses fruits. 🍌

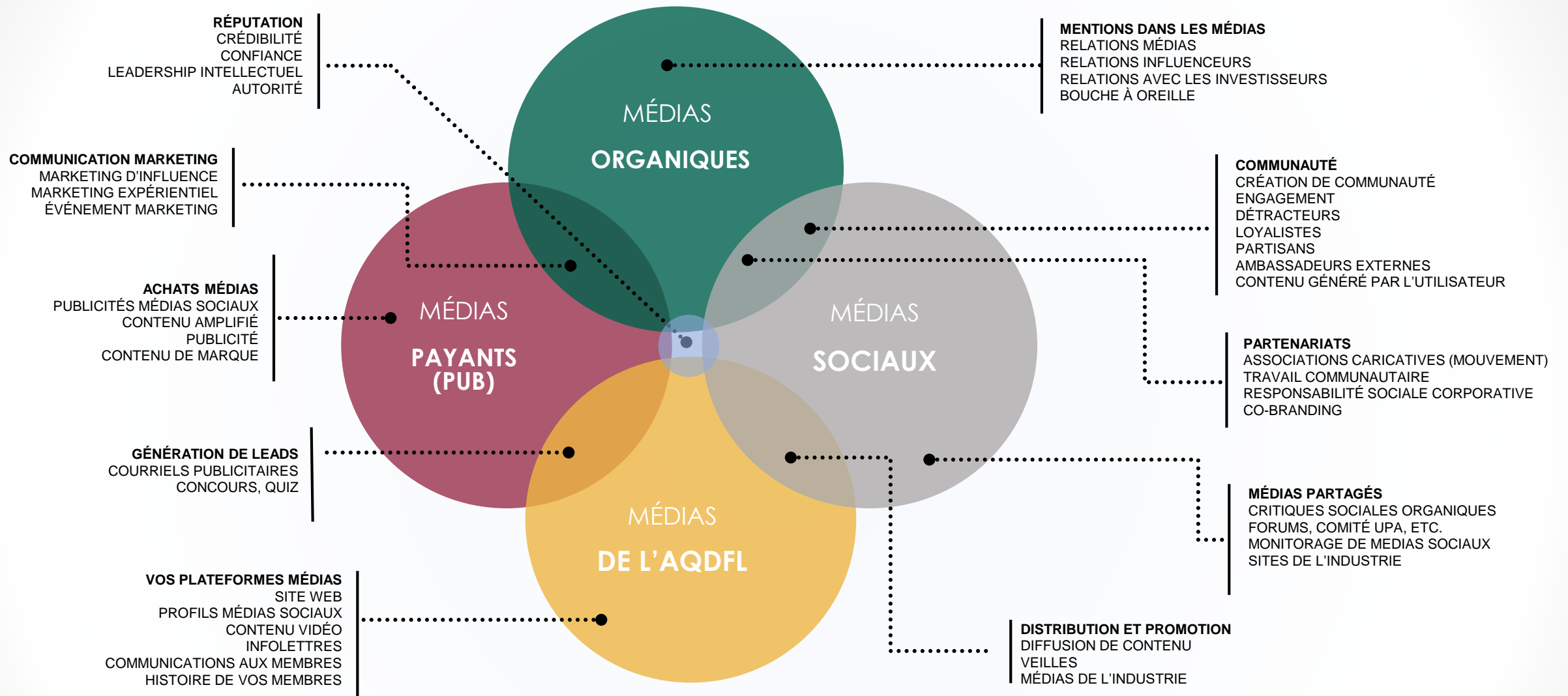
Un grand merci à l'[AQDFL / QPMA](#) pour leur confiance, à notre porte-parole plus que parfaite Mélissa Bédard et à notre fabuleuse équipe. Nous sommes tellement fiers de collaborer avec vous!

- 🏆 Initiative en accessibilité
- 🏆 Initiative en communication — volet publicitaire
- 🏆 Prix du public — accessibilité

👤 : Mario Lalancette, Mélissa Bédard, Sophie Perreault, Martine Robert et Pascal Lépine, Adm. A.









N|A|T|I|O|N|A|L

Partenaire sûr. Regard neuf.<sup>MC</sup>



## L'AQDFL Dans les médias

entreprises de camionnage président-directeur général factures des fournisseurs  
investissements publics ministre québécois clause de surcharge  
marché d'alimentation saisons des serres carburant diesel  
agriculture biologique association québécoise  
**alimentation locale**  
tomates de serre **distribution de fruits** compagnies de transport  
André Lamontagne **agriculture** diesel baisse  
**consommateurs québécois**  
différentes façons type de production dépendants des investissements  
autonomie alimentaire bénéfice des consommateurs des consommatrices  
distribution des fruits grande autonomie alimentaire  
stratégie de croissance

# Couverture médiatique

Nombre de mentions dans les médias traditionnels

Nombre de mentions	AQDFL	Sophie Perreault	Mouvement J'aime les fruits et légumes
2020	100	54	46
2021 *	172	119	64
2022	64	33	50
2023 (août)	23	53	48
<b>Total</b>	<b>359</b>	<b>259</b>	<b>208</b>



## Une communauté sur les réseaux sociaux

### AQDFL



1 825 abonnés



343 abonnés



31k mentions J'aime et 36k abonnés



4 465 abonnés



**Merci**

The background is a solid light green color with faint, stylized illustrations of various green leaves and arrows pointing in different directions. The text is centered within a white rectangular box.

7. ACCEPTATION AND RATIFICATION  
OF THE ACTS BY THE BOARD OF  
DIRETORS FOR THE 2023 YEAR





## 8. ELECTION OF 2024 DIRECTORS

## RENEWED MANDATES FOR THE NEXT 2 YEARS

David Turcot

FERME A & R TURCOT

Annie Riendeau

GROUPE VEGCO

Pascal Guérin

JAG – JARDINS A. GUÉRIN ET FILS

Vincent Fillion

LOBLAW

Annie St-Onge

METRO

Richard Lagacé

SOBEYS

Luc Prévost

VEGPRO INTERNATIONAL

# ELECTION FOR 2024 - 2025 BOARD OF DIRECTORS

THREE (3) CANDIDATES FOR THE SECTOR  
**WHOLESALE- IMPORTER - EXPORTER (1) :**



**MARC PRONOVOST**

BOTSIS FRUITS ET LÉGUMES



**DOMENICO PROCOPIO**

COURCHESNE LAROSE



**JEAN-PIERRE JOSEPH**

DELFRUTTI

# ELECTION FOR BOARD OF DIRECTORS 2024 - 2025

## EIGHT (8) CANDIDATES FOR THE SECTOR GROWER- PACKER-PROCESSOR-SHIPPER (1)



**ALEX MÉTI**  
EMBALLAGES MERCATO



**CHARLES VERDY**  
GOURMA



**DANNY BOILEAU**  
JEAN-YVES BOILEAU ET FILS



**MAR-ALEXANDRE CHENAIL**  
LES FERMES DU SOLEIL



**KIM HUSEREAU**  
LES PRODUCTIONS MARGIRIC



**MARTIN ROLLAND**  
NAUTURPAC



**SOPHIE LIMOGES**  
OH M'AIL M'AIL (PÉPINIÈRE BOUCHER)



**JOSÉE PETITCLERC**  
PATATES DOLBEC



## 9. MISCELLANEOUS



## 10. END OF THE MEETING

The background is a solid light green color. Overlaid on this are several faint, semi-transparent silhouettes of various vegetables and fruits, including a carrot, a bell pepper, a tomato, a cucumber, and a bunch of leafy greens. A large, light-colored arrow points from the top left towards the center of the image.

THANK YOU,  
AND WE'LL SEE YOU TONIGHT TO KEEP  
COMING UP WITH INNOVATIVE  
IDEAS IN THE WORLD OF FRUIT AND  
VEGETABLES!



# NOURISHING INNOVATION!

AUGUST 17<sup>TH</sup> – 19<sup>TH</sup>, 2023 – QUEBEC CITY

AQDFL  QPMA

*Fairmont*  
LE CHÂTEAU FRONTENAC