



Les champions de l'alimentation locale de l'Ontario de 2012

Cultiver le changement dans le
secteur parapublic



Table des matières

- 3 Le secteur parapublic : là où sont élevés les champions**
De nouvelles opportunités, de nouveaux innovateurs
- 4 Plus d'aliments locaux dans les menus des écoles secondaires**
La Coalition rapporte plus de produits alimentaires de l'Ontario à l'école
- 6 Une bonne dose de local**
Les collaborateurs des soins de santé mettent l'Ontario sur la liste d'épicerie
- 8 Distribuer une plus grande part de l'Ontario**
Donner l'appétit à l'alimentation locale
- 10 Le tour du secteur parapublic en 365 jours**
Un distributeur ouvre les portes entre l'offre et la demande

- 12 « U of Local »**
L'accueil rencontre la durabilité à Guelph
- 14 Ontariofresh.ca vous ouvre ses portes**
Les médias en ligne diffusent l'alimentation locale plus loin et plus vite
- 15 Subventionner le changement. Établir des collaborations. Favoriser les champions.**
Le fonds d'investissement du secteur parapublic : pour la promotion des produits alimentaires de l'Ontario
La Friends of the Greenbelt Foundation
Ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Affaires rurales

Le secteur parapublic : là où sont élevés les champions

Bienvenue à notre seconde célébration annuelle des champions de l'alimentation locale de l'Ontario. Le rapport de l'an dernier a introduit la croissance du mouvement de l'alimentation locale dans les institutions du secteur parapublic de l'Ontario. Maintenant, moins d'un an plus tard, l'ensemble des opportunités est en floraison avec des changements systématiques en train de prendre racine à travers la province.

Les effets sont prometteurs. Les ventes et le volume des produits alimentaires de l'Ontario servis dans les établissements ont augmenté. La satisfaction des patients et le moral du personnel de cuisine sont à la hausse. Les étudiants deviennent rapidement une nouvelle génération de consommateurs de produits locaux.

Ce type de changement n'aurait pas été possible sans les efforts conjoints de certains distributeurs de produits alimentaires de l'Ontario et les exploitants de services alimentaires, dont plusieurs suivent maintenant l'origine des produits alimentaires et aident les producteurs à comprendre les exigences du secteur parapublic en sécurité alimentaire, en traçabilité des produits et en grandeur. Certains trouvent des moyens de consolider les produits de petits producteurs afin de renforcer leur accès aux marchés du secteur parapublic.

Les institutions du secteur parapublic innovent aussi, en demandant des produits de l'Ontario dans leurs offres d'appels, en créant et servant de nouveaux items de menu et en éduquant les patients, résidents et étudiants sur les avantages des produits locaux.

Le fonds d'investissement du secteur parapublic : pour la promotion des produits alimentaires de l'Ontario, est en partenariat avec eux. Le fonds a accordé des subventions aux institutions et aux entreprises à travers la chaîne de valeur, y compris les producteurs, les distributeurs et les exploitants de services alimentaires. En 2011, Ontariofresh.ca fut lancé - un site Web dynamique reliant les acheteurs en vrac et les producteurs, en élargissant l'accès à l'alimentation locale et en cultivant un esprit de collaborateur.

Étant témoins de la transformation des philosophies et des pratiques autour de l'alimentation locale dans le secteur parapublic, nous sommes fiers d'honorer quelques organismes qui font du chemin : les champions de l'alimentation locale de l'Ontario de 2012.

Plus d'aliments locaux dans les menus des écoles secondaires

School Food Action Coalition

Grâce à la School Food Action Coalition de la région de Peel, les menus des écoles secondaires ont pris une saveur de plus en plus locale au cours de la dernière année. En tant que modèle de collaboration entre l'éducation, les services alimentaires et les organismes de santé publique et environnementale, la Coalition s'est efforcée de rendre les aliments locaux plus accessibles dans les écoles de l'Ontario et plus présents dans la pensée des élèves quant à l'alimentation. Grâce au travail de cette coalition innovante, pour des centaines d'étudiants, la nourriture offerte à la cafétéria ne sera plus jamais la même.



L'innovation

La School Food Action Coalition fait première en Ontario en rassemblant un conseil scolaire public (Peel District School Board), un fournisseur de services alimentaires (Chartwells, une division du Groupe Compass Canada) et une unité de santé publique (Peel Public Health), le tout facilité par un organisme environnemental (EcoSource). L'objectif du groupe: identifier les opportunités permettant aux étudiants de soutenir les achats d'alimentation locale effectués par leurs cafétérias.

La puissance de la Coalition vient de l'importance de ses membres : le conseil scolaire sert plus de 150 000 étudiants de la maternelle à la 12e année, à travers 233 écoles ; EcoSource, un organisme sans but lucratif, offre des programmes d'éducation à plus de 25 000 jeunes et leurs familles chaque année; Chartwells est le fournisseur principal de services alimentaires dans plus de 400 écoles en Ontario et plus de 900 au Canada ; et Peel Public Health apporte son expertise à l'appui du nouveau projet de la province la *School Food and Beverage Policy* (PPM 150) et représente *Grown in Peel* – un partenariat et une initiative pour la promotion de l'achat d'alimentation locale.

Le conseil n'est pas étranger à l'innovation, ayant été le premier au Canada à mettre en œuvre une politique d'achat d'alimentation locale dans leurs écoles secondaires. Leur enthousiasme a contribué au succès de la coalition en encourageant les étudiants à explorer de nouvelles

habitudes alimentaires faisant le lien entre PPM 150 et les produits alimentaires de l'Ontario.

L'implication est la clé pour encourager les étudiants à penser local. C'est exactement ce qu'EcoSource a fait en tenant des événements de sensibilisation à l'alimentation locale dans trois écoles pilotes. En plus de goûter à l'alimentation locale, les étudiants ont pu rencontrer des agriculteurs et des étudiants chef cuisinier et prendre part à des cours de cuisine – une occasion parfaite pour pratiquer pour le Cooking Up Action Culinary Challenge, une compétition où les étudiants devront créer des plats mettant en vedette des ingrédients locaux. Pour ajouter du piquant au concours, Chartwells s'est engagé à incorporer les plats gagnants dans le menu des 32 cafétérias de Peel.

« Ce projet nous a aidé à combiner une alimentation saine avec la durabilité environnementale tout en encourageant l'économie locale. »

David Neale, Contrôleur des Services de Soutien Généraux, conseil scolaire du district de Peel

En aidant à accroître l'intérêt des étudiants aux produits alimentaires de l'Ontario, ces initiatives forment la prochaine génération de

consommateurs favorables à l'alimentation locale. Comme le mentionne Lea Ann Mallett, Directrice Exécutive d'EcoSource, « Ce projet renforce l'éducation formelle sur les produits locaux, augmentant ainsi les façons dont les étudiants peuvent encourager l'économie locale et l'environnement à même leur cafétéria. »

De l'autre côté du comptoir, avec des sessions de formation et des visites sur les fermes, la Coalition a éduqué le personnel des cafétérias. Chartwells s'est engagé à incorporer plus d'ingrédients locaux à l'ensemble de leurs sites de Peel.

Tout pointe vers une réussite globale, et ceci a mené Chartwells à développer du matériel promotionnel pour aider à identifier les items du menu cuisinés avec des ingrédients locaux dans 200 écoles.

En allant de l'avant, EcoSource suivra les habitudes alimentaires des étudiants à la cafétéria afin d'évaluer à quel point la présence d'alimentation locale influence leurs choix. Avec tout cela, le conseil de Peel continuera d'inclure les spécifications par rapport à l'achat d'alimentation locale dans les contrats à l'échelle de la commission faisant ainsi de l'alimentation locale une partie intégrante des menus de cafétérias.



Partenaires producteurs :

Carron Farms Holland Marsh
• carottes et betteraves

Hayter's Farm Dashwood
• dinde

Magalas Farms Waterford
• aubergines et courgettes

Nightingale Farms La Salette
• fèves vertes, aubergines,
piments rouges, courgettes

Les implications

En établissant les bases pour un changement systémique à tous les niveaux de la chaîne de distribution alimentaire du secteur parapublic, la Coalition est devenue un modèle pour les écoles partout en Ontario. Plusieurs bureaux municipaux de développement économique et conseils scolaires ont contacté la Coalition pour l'entrée dans les stratégies alimentaires locales, prouvant que quand un champion comme la School Food Action Coalition fixe un parcours, le changement ne peut pas être loin derrière.

« Nous nous engageons à utiliser nos ressources pour offrir dans la mesure du possible des produits alimentaires locaux dans les cafétérias que nous gérons. »

Ross Munro, Président, Chartwells

Une bonne dose de local

Nutrition Group, St. Joseph's Health System, Group Purchasing Organization and My Sustainable Canada

Le Nutrition Group au St. Joseph's Health System, Group Purchasing Organization, (SJHS-GPO) et My Sustainable Canada ont abordé l'un des plus grands défis du secteur des soins de santé : comment intégrer davantage de produits frais d'alimentation locale. Réunissant les fournisseurs et les clients comme jamais auparavant, ces deux champions ont fait des fournisseurs de soins de santé et les producteurs locaux des principaux alliés dans la vague croissante du changement.

L'innovation

Le SJHS-GPO fait avancer le changement d'une manière importante. Le GPO est l'une des premières organisations au Canada à repenser le processus d'approvisionnement d'aliments locaux durables et de faire des produits locaux un élément clé de leur entreprise. Ils l'ont fait en partie en incluant le jargon alimentaire local dans leurs demandes de propositions, prouvant ainsi qu'il est possible d'acheter les produits locaux par les canaux traditionnels tout en restant neutre dans les coûts.

De faire bouger le statu quo n'a pas été facile. Selon Brendan Wylie-Toal de My Sustainable Canada, « Les services des soins de la santé ont beaucoup de défis à relever avec les services alimentaires. Les budgets sont serrés, les opérations complexes et la nature vulnérable de la population qu'ils desservent exigent des normes élevées de l'innocuité des aliments. Il aurait été facile pour le SJHS-GPO et ses membres d'ignorer ce problème. Ils ont plutôt relevé le défi en faisant des changements utiles et réels dans leur façon d'opérer ».

L'évolution a commencé quand le SJHS-GPO et My Sustainable Canada ont fait une vérification afin de déterminer la provenance d'une centaine de produits achetés par les établissements de soins de santé. Leur équipe de recherche a utilisé ces données pour établir des valeurs de base de l'alimentation locale et transformer les demandes de propositions du SJHS-GPO pour y inclure l'information sur la provenance des aliments. Les résultats ont été spectaculaires, plus de producteurs participent au processus établi par le SJHS-GPO et les ventes de produits alimentaires de l'Ontario ont augmenté de 15 %.

De plus, My Sustainable Canada et le SJHS-GPO ont organisé un des premiers ateliers en Amérique du Nord pour ses membres et fournisseurs, élevant ainsi le niveau de compréhension entre les partenaires.

Selon Brendan Wylie-Toal « Le procédé de l'offre et la demande était pris dans un cercle vicieux. Avec les fournisseurs disant d'un côté 'Dites-nous ce que vous voulez et nous vous approvisionnerons' et les hôpitaux de l'autre part 'Dites-nous ce qui est local et nous l'achèterons.' Cet atelier a contribué à briser ce cercle, montrant un engagement de la part des deux partis à commencer l'approvisionnement et l'achat de plus de l'alimentation locale. »

Les effets se sont fait sentir à travers l'horizon alimentaire local : les fournisseurs incluent désormais l'alimentation locale dans leurs arguments de ventes aux membres du GPO ; une plus grande partie du budget des soins de santé est réinvestie dans la communauté agricole et les valeurs de référence de l'alimentation locale sont en progression.

Le momentum s'amplifie. Le SJHS-GPO a amélioré leurs demandes de propositions pour y inclure davantage de points pour l'alimentation locale, créant plus d'opportunités d'achat d'alimentation locale aidant ainsi les fournisseurs comme D&D Poultry et VG Meats à s'assurer que leurs produits sont adéquats pour le système de santé.

« Maintenant, quand les vendeurs font leurs argumentaires, l'alimentation locale fait partie de leur message. L'effet d'entraînement sur la chaîne d'approvisionnement est une évolution importante. »

Candice Bester, Nutritional Group, SJHS-GPO



Partenaires producteurs :

- Cohn Farms** Holland Marsh
 - produits alimentaires
- D&D Poultry** Toronto
 - poulet
- Parmalat** province-wide
 - fromage
- VG Meats** Norfolk County
 - viandes variées

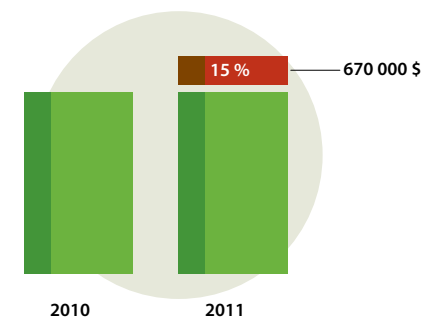
« Beaucoup de petits producteurs de l'Ontario n'étaient pas familiers avec le processus d'approvisionnement institutionnel. Mais il était clair qu'il y avait un intérêt réel une fois qu'on leur a tendu la main. »

Brendan Wylie-Toal, My Sustainable Canada

Les implications

Les efforts de ce champion ont sensibilisé les fournisseurs à la demande d'alimentation locale et prouvé que les consommateurs n'ont nul besoin de faire des pirouettes ou de vider leurs poches pour acheter local. My Sustainable Canada a également créé un document des pratiques d'excellence sur la provenance des aliments, partageant leurs connaissances avec d'autres établissements de soins de santé pour les aider à recréer le succès du SJHS-GPO – quelque chose que Candice Bester du Groupe de Nutrition veut voir se poursuivre : « Il est vital pour nous de ne pas perdre les gains et les contacts que nous avons établis. Nous voulons que ces changements durent pour des années à venir. »

Ensemble, le SJHS-GPO et My Sustainable Canada ont fait vivre ces changements nous montrant que quand nous parlons et travaillons ensemble, le succès suivra.



L'initiative du SJHS-GPO a mené à une augmentation de 15 % des achats d'alimentation locale par les établissements de soins de santé, représentant 670 000 \$.

Le SJHS-GPO travaille au nom des 16 membres suivants, représentant 28 établissements :

- Bluewater Health** Sarnia
- Cambridge Memorial Hospital**
- Grand River Hospitals** Kitchener
- Groves Memorial Community Hospital** Fergus
- Guelph General Hospital**
- Hamilton Health Sciences**
- Hamilton Health Sciences Volunteer Association**
- Hotel Dieu Shaver & Rehab Centre** St. Catharines
- Homewood Health Centre** Guelph

- St. Joseph's Health Centre** Guelph
- St. Joseph's Healthcare** Hamilton
- St. Joseph's Home Care** First Place, Hamilton
- St. Joseph's Lifecare Centre** Brantford
- St. Mary's General Hospital** Kitchener
- St. Michael's Hospital** Toronto
- Villages of Halton** Allendale

Champion de l'alimentation locale de l'Ontario

Distribuer une plus grande part de l'Ontario

Gordon Food Service Ontario

Un des plus grands distributeurs généralistes au Canada, Gordon Food Services (GFS) possède l'infrastructure nécessaire pour impacter de façon spectaculaire le commerce ontarien de l'alimentation locale. Mais il y a plus à cette société historique que sa taille : GFS a la force et l'esprit d'innovation pour non seulement initier le changement, mais pour le faire durer, à la fois pour les producteurs partenaires et pour les institutions publiques de l'Ontario.

L'innovation

Avec une moyenne de 800 \$ millions de ventes annuelles, on peut dire avec certitude que GFS Ontario a toujours eu la clairvoyance pour naviguer dans le paysage évolutif de l'industrie agroalimentaire de l'Ontario. Il y a un peu plus d'un an, ils ont concentré leur attention locale en créant une équipe dédiée à l'implantation de leur stratégie d'alimentation locale. Aujourd'hui, cette stratégie rapporte plus d'alimentation locale aux institutions publiques de l'Ontario qu'auparavant, avec GFS qui distribue plus de 800 produits locaux – tous rencontrant les normes élevées du secteur parapublic.

En créant des campagnes promotionnelles ciblées et en mettant en œuvre un processus d'identification de l'alimentation locale au sein de leur système de commandes, GFS a facilité la sélection d'alimentation locale pour leurs représentants des ventes et a permis aux consommateurs de vérifier le pourcentage d'alimentation locale dans leurs achats. Avec un meilleur accès aux marchés du secteur parapublic, les producteurs, eux aussi, sont plus heureux. Rendre le local une pratique courante dans le secteur parapublic a été un processus à multi-étapes pour GFS, nécessitant de : mener un sondage du secteur parapublic pour mieux en cerner les besoins; tabuler quels produits locaux existaient déjà au sein des partenariats avec les fournisseurs; approvisionner plus de producteurs ontariens; et distribuer une liste hebdomadaire à jour des produits locaux, incluant leur provenance, à l'équipe des ventes de GFS et aux clients du secteur parapublic.

« En 2011, nous avons pu faire des produits locaux pour le secteur parapublic une solution viable, à valeur ajoutée pour chaque maillon de la chaîne d'approvisionnement des services alimentaires. »

Steve Kampstra, Directeur Général, Gordon Food Service Ontario



Les implications

En conjonction avec la campagne de GFS *Local Made Easy* ces tactiques ont fonctionné – un puissant élément de sensibilisation où la marque de *Ontario's Own Gordon Food Service* est estampillée sur les systèmes alimentaires, l'emballage et la publicité. La campagne inclut également une section dédiée « Local Foods Section » à l'exposition de 35 000 pieds carrés de GFS, le Spring Food Show – l'évènement de distribution alimentaire le plus attendu de la province.

« Les membres de l'équipe de Gordon Food Service sont de vrais ambassadeurs de l'alimentation locale, saisissant toutes les occasions pour sensibiliser tous les prestataires de la ferme à la table. »

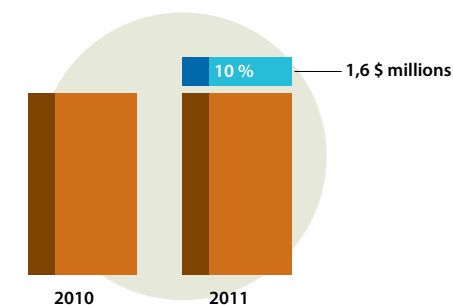
Annette Carroll, Services alimentaires de l'Université de Waterloo

En plus de la sensibilisation, GFS bâtit de nouveaux liens entre les producteurs et le secteur parapublic. Comment ? En forgeant des relations avec les producteurs comme Cohn Farms, un fournisseur qui consolide les produits provenant d'autres fermes pour accroître la capacité et rationaliser la logistique. En aidant les producteurs et les fabricants à adopter CanadaGAP comme une exigence minimale pour l'innocuité alimentaire et la traçabilité – un must pour les clients du secteur parapublic. En aidant les institutions du secteur parapublic à localiser plusieurs éléments du menu et de développer des stratégies pour acheter local. Finalement, en travaillant avec les producteurs afin de répondre aux attentes du secteur parapublic, comme Kevin Martin de Martin's Family Fruit Farm dit « Avec l'équipe locale de Gordon's, nous avons développé de nouveaux formats de colis qui sont plus appropriés pour les clients institutionnels et de la restauration. »

Il est clair pour GFS que lorsque la nourriture gagne, l'Ontario gagne. C'est pour cela qu'ils continueront à recruter plus de fermes locales, faisant accroître l'économie dans le processus.

Comme le dit Steve Kampstra, Directeur Général de GFS Ontario « Ce qui avait commencé comme un plan pour pratiquer la gérance de l'environnement tout en répondant aux demandes de plusieurs de nos principaux clients est devenu une force de transformation pour l'alimentation locale. Son équipe a démontré comment les distributeurs peuvent adapter leurs systèmes et travailler avec les fournisseurs pour acheter plus de produits locaux. Et avec leur processus de commandes amélioré, GFS garanti aux acheteurs institutionnels que d'acheter local n'est pas seulement un excellent choix mais un choix fiable et sécuritaire.

Pour l'ensemble de leurs efforts innovateurs et pour avoir démontré qu'un changement au sein d'un organisme peut enrichir toute une province, nous sommes fiers de couronner GFS Ontario en tant que Champion de l'alimentation locale de l'Ontario.



L'ampleur élargie de produits locaux distribués par GFS cette année a fait augmenter les ventes de près de 10 % par rapport à 2010, représentant 1,6 \$ millions.

Partenaires producteurs :

Black Angus Mississauga
• agneau

Cohn Farms Holland Marsh
• légumes racines

Country Herbs Courtland
• herbes bio

Delft Blue Cambridge
• veau

Jiano Foods Scarborough
• aliments préparés

Martin's Family Fruit Farm Waterloo
• pommes

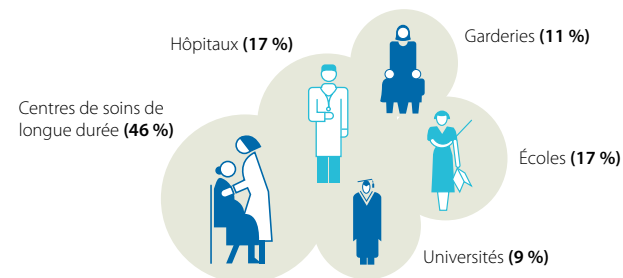
Willowgrove Hill Farms Mitchell
• porc

Windmill Farms Ashburn
• champignons

Le tour du secteur parapublic en 365 jours

Don's Produce

Avec une liste de clients incluant huit hôpitaux, 22 centres de soins de longue durée, 12 écoles et universités et cinq centres de la petite enfance, Don's Produce contribue à faire de l'alimentation locale une institution en elle-même à travers le secteur parapublic. Depuis sa création en 1991, Don's Produce s'approvisionne auprès de producteurs locaux, avec des volumes encore plus importants au cours des cinq dernières années. Le résultat : plus de clients du secteur parapublic que jamais peuvent acheter de l'alimentation locale fraîche, à des prix compétitifs et d'excellente qualité et ceci, à tous les jours de l'année.



Répartition en pourcentage des 47 établissements du secteur parapublic que Don's approvisionne présentement.

L'innovation

Heureusement pour les clients tout comme pour les fournisseurs, une des passions de Don's depuis environ 20 ans a été d'amener davantage d'alimentation locale de la semence à la table. En tant que distributeur principal de Kitchener, Waterloo, Cambridge, Guelph et des communautés environnantes, l'impact de Don's sur le mouvement de l'alimentation locale est bénéfique sur la santé et l'économie des Ontariens tout en cultivant un changement systémique dans le secteur parapublic.

Don's a réussi à bâtir et maintenir la satisfaction des clients de 47 institutions du secteur parapublic et la croissance de viabilité de 35 producteurs partenaires locaux. Tout ceci a pris forme grâce à une série d'initiatives commerciales pour faire des produits locaux un choix aussi habituel que confortable pour les clients du secteur parapublic. Par exemple, Don's produit une liste hebdomadaire de tous ses produits mettant en évidence les disponibilités et spéciaux des produits locaux, et un bulletin avec des mises à jour sur les disponibilités actuelles et éventuelles de ces produits ainsi que d'autres facteurs qui pourrait faire varier l'offre. Don's prépare un graphique de disponibilité saisonnière des produits locaux qui est très apprécié de la clientèle et des chefs qui peuvent ainsi planifier leurs menus de manière plus efficace.

Connaissant la grande valeur de l'apprentissage sur le terrain, Don's organise des visites et tours où les chefs du secteur parapublic peuvent rencontrer les producteurs et voir sur place les activités de récolte. Ces visites permettent aux clients de voir par eux-mêmes les étapes pour amener les produits de la ferme à la cuisine et en même temps, elles créent un lien de confiance et de compréhension entre toutes les personnes impliquées. Ajoutez à cela le fait que Don's encourage les événements d'alimentation locales, distribue et promeut les brochures des producteurs locaux, il est clair que les agriculteurs ontariens ont un ardent défenseur au travail.

« Don's Produce est engagé à soutenir les agriculteurs locaux et leurs clients en leur fournissant des produits ontariens frais et de qualité. »

Leslie Carson, chef des services alimentaires et des services de nutrition, St. Joseph's Health Centre



Les implications

Au-delà de la promotion et de l'éducation, Don's est en train de développer un programme qui aidera les chefs et les acheteurs à augmenter leurs achats de produits locaux et à surveiller leur progrès trimestriel. Ceci n'est qu'une façon dont Don's anticipe les besoins de ses clients, tout comme la promotion des pratiques sécuritaires de la manipulation des aliments et la consistance du calibrage parmi ses partenaires producteurs, rassurant les clients du secteur parapublic que les produits rencontrent leurs exigences.

Les clients, comme Jeff Chalmers, Assistant Directeur des Services Alimentaires de l'Université de Waterloo, sont enthousiastes à propos de Don's : « Pendant des années, les services alimentaires de l'Université de Waterloo se sont associés avec Don's uniquement pour les produits frais et à valeur ajoutée. Au cours de la dernière année, le pourcentage de produits locaux commandés par rapport au volume total a augmenté considérablement, et nous souhaitons le faire augmenter encore plus en 2012. »

Les actions et les initiatives de grande envergure qu'entreprend Don's offrent un excellent exemple de comment la collaboration entre fournisseurs et clients peut optimiser la satisfaction de la clientèle et les retours aux fournisseurs. Grâce à leur bonne compréhension de la chaîne de valeur, soutenu par leur détermination, Don's est en train d'implanter l'alimentation locale dans une plus grande part du secteur parapublic de l'Ontario; c'est pourquoi ils ont obtenu la reconnaissance méritée de Champion de l'alimentation locale de l'Ontario.

« Nous avons fait la promotion de fruits et légumes locaux avec confiance depuis les 20 dernières années en sachant que les producteurs de l'Ontario fournissent des produits inégalables. »

Gerry Blake, Président, Don's Produce



Partenaires producteurs :

Fermes locales à moins de 10km :

Floralane Farm Elmira
• tomates, chou, haricots, courges

J&L Burkhart Farm Wallenstein
• tomates

Pfenning's Organic St. Agatha
• carottes

Fermes locales à plus de 10km :

Denboer Family Farm Otterville
• betteraves, oignons verts

J.D. Fresh Herbs Brampton
• herbes

Magalas Produce Waterford
• tomates, maïs, courgettes, cantaloups

Procyk Farms Wilsonville
• maïs, poivrons

Ravine Mushrooms Woodbridge
• champignons

Scarafle Produce Etobicoke
• prunes, cerises, fraises, bleuets, abricots

Ubbleea Mushrooms Millgrove
• champignons tranchés

U of Local

Services d'hospitalité de l'Université de Guelph

Une puissante équation figure à l'Université de Guelph : plus d'aliments locaux = moins de distance parcourue et réduction des coûts alimentaires. C'est une leçon enseignée chaque jour grâce à une équipe dédiée qui met le département de services d'hospitalité de l'Université à l'avant plan de l'approvisionnement alimentaire local. Pour les étudiants, producteurs et distributeurs, ceci signifie un très grand succès local.

L'innovation

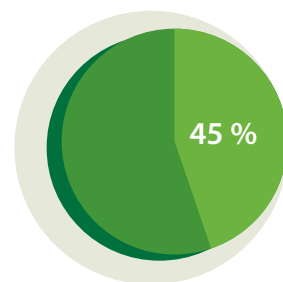
Dans le cadre de son plan de durabilité à travers le département, les services d'hospitalité ont créé une stratégie alimentaire locale. Les objectifs de la stratégie sont de deux ordres : premièrement, soutenir les agriculteurs locaux en achetant directement dans des endroits tels que Elmira Produce Auction Co-operative (EPAC) et aux fermes de l'Université de Guelph ; et deuxièmement, éduquer les consommateurs à la fois sur et hors campus des nombreux bienfaits d'acheter des produits locaux.

« En raison du volume acheté et des prix équitables payés, l'Université est un des acheteurs les plus importants à l'encan. Cela se traduit par un grand retour pour les agriculteurs locaux. »

Noah Gingrich, Directeur général, Elmira Produce Auction Co-operative

Que l'éducation vienne non seulement en mettant plus d'aliments locaux aux menus de l'Université, mais aussi par l'enseignement aux clients des bienfaits de la nourriture, de la provenance et des impacts sur la durabilité – tout ceci donnant vie au slogan du département « l'ouverture d'esprit local, une assiette à la fois » L'effet se généralise et les institutions du secteur parapublic de la région ont commencé à s'en apercevoir.

Les efforts multiples du département sont aussi « local » que possible : sous les directives des chefs de l'Université, le coordinateur des achats, Mark Kenny, s'approvisionne de façon proactive d'ingrédients locaux incluant le miel du centre Honey Bee Research du campus, le poulet frais de Sargent Farms à Milton et la farine du préparateur local P & H Milling



En saison, les achats de produits frais de l'Université sont effectivement de 45 %.



Partenaires producteurs :

P&H Milling Group

Cambridge
• farine

Elmira Produce Auction Co-op

• produits frais

Hayter's Farm Dashwood

• dinde

Sargent Farms Milton

• poulet

Smoyd Farms Fergus

• pommes de terre

Thatcher Farms Rockwood

• saussures



« GWLF *Taste Real* Steering Committee » en organisant des événements sur le campus où les agriculteurs participent pour promouvoir la marque locale de nourriture *Taste Real*.

Comme la sensibilisation au sujet de l'alimentation locale a grimpé, les chiffres ont eux aussi augmenté : les achats de produits frais de la part du département ont augmenté à 45 % local en saison ; l'EPAC vend le double de produits frais à l'Université par rapport à 2009 ; le nombre de clients des agriculteurs *Taste Real* est en progression, car les étudiants qui goûtent à ces produits sur le campus les achètent maintenant aux marchés d'agriculteurs.

En allant de l'avant, Mark et l'équipe du département de services d'hospitalité travaillent ensemble pour s'assurer que les aliments achetés directement auprès des agriculteurs de la région, de l'EPAC et autres distributeurs environnants tel que Don's Produce puissent être préparés et entreposés, pour que les aliments locaux puissent faire parti du menu au-delà de la saison des récoltes. Au fur et à mesure que la participation augmente, l'équipe se tournera vers encore plus de ressources ontariennes pour des produits à préparer – de bonnes nouvelles pour tous les maillons de la chaîne de valeur.

« Les achats institutionnels et la distribution d'alimentation locale ont non seulement contribué à réduire nos coûts mais aussi à renforcer l'économie rurale de la région. »

Alastair Summerlee, Président & vice-chancelier, l'Université de Guelph

Les implications

Quand il s'agit de démontrer l'efficacité et la valeur des aliments locaux, le service d'hospitalité a non seulement été un modèle pour les étudiants de l'Université mais aussi pour les institutions du secteur parapublic de la région. Grâce à leurs efforts de collaboration et de solides relations avec les partenaires locaux, l'équipe a prouvé qu'il est possible de sécuriser de grands volumes de produits locaux pour une université. Comme le secteur parapublic cherche à en apprendre plus, un endroit où il est certain de trouver des réponses est à l'Université de Guelph – la maison d'un vrai Champion de l'alimentation locale de l'Ontario.

Ontariofresh.ca vous ouvre ses portes

2011 a marqué le lancement de **Ontariofresh.ca**, un site Web interentreprises conçu à connecter la chaîne de valeur des services alimentaires de l'Ontario et à faciliter l'achat et la vente de nourriture.

Créé avec le soutien du ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Affaires rurales de l'Ontario (MAAARO), le site Web est utile aux entreprises de toutes tailles, avec des utilisateurs allant de chefs et agriculteurs jusqu'aux distributeurs régionaux et aux grands établissements comme les hôpitaux ou les universités.

En créant leurs propres profils détaillés, les utilisateurs peuvent s'identifier en tant que producteurs, acheteurs ou distributeurs ; mettre en vedette les produits qu'ils cherchent à acheter ou à vendre ; et identifier des faits à propos de l'échelle de leur entreprise, leurs programmes de traçabilité, leurs pratiques d'agriculture et d'affaires comme biologiques ou casher. Puisque les détails du profil sont entièrement consultables, **Ontariofresh.ca** permet aux utilisateurs d'identifier rapidement sur les principaux acheteurs ou fournisseurs qui répondent à un besoin spécialisé.

Le site Web met aussi en vedette un marché en ligne permettant aux utilisateurs de publier des petites annonces à court terme en recherche de, ou en offrant des produits spécifiques – une opportunité idéale permettant aux producteurs d'annoncer un excédent soudain, une offre spéciale ou un nouveau produit. Le marché en ligne convient aussi bien aux acheteurs à la recherche d'items spécifiques à court préavis ou de nouveaux produits intéressants à offrir à leur clientèle.

Une autre importante caractéristique du site Web **Ontariofresh.ca** : les utilisateurs peuvent créer leur propre réseau d'alimentation locale en établissant des connexions, des contacts et des relations d'affaires avec d'autres entreprises. Avec une multitude de ressources en recherche et développement, sécurité alimentaire et la traçabilité, des recettes et la planification des menus ; les utilisateurs peuvent rester à jour sur les derniers développements.

À une époque où les outils de marketing en ligne redéfinissent la manière dont les Ontariens font affaires, **Ontariofresh.ca** suit le rythme et permet à chaque membre de la chaîne de valeur d'accéder aux canaux d'achat, de vente et de connexions les plus puissants, menant à de toutes nouvelles possibilités.

Subventionner le changement. Établir des collaborations. Favoriser les champions.



Le fonds d'investissement du secteur parapublic : pour la promotion des produits alimentaires de l'Ontario

C'est le temps d'intégrer plus de produits alimentaires de l'Ontario dans le secteur parapublic. De nos jours, les consommateurs exigent plus d'alimentation locale qu'auparavant et les agriculteurs ontariens produisent certains des meilleurs produits au monde.

Le fonds d'investissement du secteur parapublic : pour la promotion des produits alimentaires de l'Ontario favorise cette évolution en fournissant des subventions qui permettent à tous les niveaux de la chaîne de valeur — des agriculteurs aux préparateurs aux distributeurs aux traiteurs aux acheteurs et aux institutions — pour aider à créer un changement systémique dans l'acquisition et l'achat d'alimentation locale. Cela permettra d'améliorer les résultats économiques et environnementaux de l'Ontario ainsi que la durabilité de notre agriculture.

Pour plus de renseignements, veuillez visiter bpsinvestmentfund.ca.



La Friends of the Greenbelt Foundation

La Greenbelt de l'Ontario fait 1,8 million d'acres d'espaces verts, de terres agricoles, de communautés dynamiques, de forêts, de zones humides et de lignes de partage des eaux — tous protégés en permanence par une législation de renommée mondiale. En échange, la ceinture de verdure redonne beaucoup à l'Ontario en fournissant 5,4 \$ millions à l'économie de l'Ontario par le biais de production agricole et alimentaire et 2,6 \$ milliards dans les services d'écosystèmes par an.

La Friends of the Greenbelt Foundation s'emploie à aider les agriculteurs dans la ceinture de verdure à avoir plus de succès ; de protéger et d'améliorer les caractéristiques naturelles ; et de renforcer les économies locales.

Pour plus de renseignements, veuillez visiter greenbelt.ca.



Ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Affaires rurales de l'Ontario

Le ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Affaires rurales de l'Ontario (MAAARO) a pour mission de soutenir le secteur agroalimentaire et de renforcer les collectivités rurales de l'Ontario. Le MAAARO investit dans le développement et le transfert de technologies novatrices, en aidant à attirer et à retenir les investissements, à développer des marchés, à offrir une surveillance réglementaire et à encourager tous les Ontariens à choisir des produits alimentaires de l'Ontario en premier.

Pour plus de renseignements, veuillez visiter omafra.gov.on.ca.



Friends of the Greenbelt Foundation

500-661 rue Yonge, Toronto, Ontario, Canada M4Y 1Z9
Tél 416.960.0001 Fax 416.960.0030 info@greenbelt.ca



Design : Touchwooddesign.com
Photographie : Laura Berman, GreenFuse Photos (photo en couverture prise à l'hôpital St. Peter)
Imprimé par : MPH Graphics: 100% Bullfrog Powered (énergie verte et gaz naturel) et le premier imprimeur certifié FSC. Imprimé sur du papier Rolland Enviro100 contenant 100 % de fibres après consommation, papier permanent traité sans chlore, avec des encres à base d'huile végétale. Le papier est également certifié EcoLogo et fabriqué à partir d'énergie BioGas — un processus qui saisit le gaz naturel à partir des sites de déchets.

