



Table de
concertation
bioalimentaire
du Bas-Saint-Laurent
Mobiliser Concerter Rayonner



CISA
INNOVATION SOCIALE
AGRICULTURE • ALIMENTATION
INAB  CÉGEP DE VICTORIAVILLE

Projet de coupons nourriciers dans les marchés publics du Bas-Saint-Laurent



Bilan synthèse et revue de presse

Principales réalisations

Objectifs du projet

Déployé en 2025 dans plusieurs marchés publics du Bas-Saint-Laurent, le projet de coupons nourriciers visait à :

- Améliorer l'accès à une alimentation saine, locale et de qualité pour des ménages en situation de vulnérabilité, tout en luttant contre l'isolement social ;
- Soutenir l'agriculture durable et l'économie locale, en générant des retombées directes pour les producteur·rice·s et les marchés publics régionaux.

Les résultats obtenus démontrent que ces deux objectifs ont été atteints de manière concrète et mesurable.



Une mobilisation territoriale structurante

Le projet a mobilisé 21 partenaires issus de quatre MRC, d'organisations régionales et de partenaires nationaux.

Cette gouvernance collaborative a permis un déploiement adapté aux réalités locales et une forte appropriation du projet par les milieux communautaires et agricoles.

Territoires concernés : La Matanie, Rimouski-Neigette, La Mitis et Kamouraska.

Marchés publics où le projet a été déployé :

- Marché public de la Grande-Anse (401, 1re Rue Poiré, La Pocatière)
- Marché public de l'Expo (700, Rue Taché, Saint-Pascal)
- Marché public de Rimouski (Place de la gare, 57 Rue de l'Évêché E, Rimouski)
- Marché public de La Mitis (775 Route Flavie-Drapeau, Saint-Flavie)
- Marché public des Hauts-Plateaux (103, Rue Leblanc, Saint-Gabriel-de-Rimouski)
- Marché public de La Matanie (650 Av. du Phare O, Matane)

Un soutien direct à la sécurité alimentaire



- **91 ménages soutenus**, représentant plus de 500 personnes;
- Coupons nourriciers **remis de façon récurrente** tout au long de la saison des marchés publics, complétés par des **coupons « découverte »** lors d'activités ponctuelles.
- **88 % des participant·e·s** indiquent que le programme leur a permis d'accéder à des aliments frais.

La fréquentation régulière des marchés publics a favorisé les liens sociaux, le sentiment d'appartenance et une approche non stigmatisante de l'aide alimentaire, basée sur le choix et la dignité.



Des retombées économiques concrètes



- 40 925 \$ distribués en coupons, avec un taux d'utilisation de 91 %;
- Retombées économiques directes pour les entreprises agricoles locales, principalement dans les secteurs des fruits et légumes, des viandes, de la boulangerie et des produits transformés;
- Apport d'une nouvelle clientèle pour les producteur·rice·s et marchand·e·s des marchés publics.

Le projet agit ainsi comme un levier efficace de soutien à l'agriculture de proximité et à la vitalité des marchés publics.



Retombées sociales et psychosociales

Le projet a généré des effets positifs multiples :

- Amélioration du bien-être général et de la santé;
- Développement de la littératie alimentaire et agricole;
- Inclusion sociale accrue, notamment pour les personnes immigrantes;
- Renforcement du rôle des organismes communautaires dans leur accompagnement;
- Fierté et valorisation tant chez les participant·e·s que chez les producteur·rice·s.

Évaluation et apprentissages

Le projet est accompagné par le Centre d'innovation sociale en agriculture (CISA), qui réalise une évaluation rigoureuse (questionnaires et entretiens).

Les résultats préliminaires confirment :

- Une amélioration de l'accès à des aliments frais, locaux et sains;
- Une diminution de l'isolement social et un fort sentiment d'appartenance;
- Une appréciation élevée et un impact économique positif pour les producteur·rice·s.

Les défis rencontrés (coordination, contraintes saisonnières, délais de financement) sont normaux pour un projet pilote et ont permis d'identifier des pistes d'amélioration claires en vue d'un déploiement futur plus fluide et structuré.

Conclusion

Le projet de coupons nourriciers démontre qu'un investissement ciblé permet de combiner impact social, retombées économiques locales et renforcement des systèmes alimentaires territoriaux.

Les résultats obtenus confirment la pertinence de soutenir et de consolider cette initiative pour les prochaines années.

1. Revue de presse

Médias nationaux

Radio-Canada. Des coupons nourriciers pour contrer l'insécurité alimentaire dans les marchés publics. 25 octobre 2025.

<https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/2202169/coupons-nourriciers-aide-alimentaire-marches-publics>

Radio-Canada OHdio. Projet pilote de coupons nourriciers dans les marchés publics. 31 août 2025. <https://ici.radio-canada.ca/ohdio/premiere/emissions/tout-terrain/segments/rattrapage/2163569/projet-pilote-coupons-alimentaires-dans-marches-publics-cathy-senay>



Médias régionaux et spécialisés

Le Soleil. 720 \$ de coupons nourriciers pour combattre l'insécurité alimentaire. 19 juin 2025. <https://www.lesoleil.com/actualites/2025/06/19/720-de-coupons-nourriciers-pour-combattre-linsecurite-alimentaire-3WAQEDYSWVA7RJB7WK6MOK4UNI/>

La Terre de chez nous. Des coupons pour accroître la consommation de produits alimentaires locaux. 26 juin 2025. <https://www.laterre.ca/actualites/alimentation/des-coupons-pour-accroitre-la-consommation-de-produits-alimentaires-locaux/>

100° Degrés. Les coupons nourriciers : pour que tout le monde puisse manger sain et local. 8 juillet 2025. <https://centdegres.ca/ressources/les-coupons-nourriciers-pour-que-tout-le-monde-puisse-manger-sain-et-local>

Publications et organisations partenaires

Table de concertation bioalimentaire du Bas-Saint-Laurent. Cultiver la solidarité grâce aux coupons nourriciers. 29 octobre 2025. <https://tcbbsl.org/cultiver-la-solidarite-grace-aux-coupons-nourriciers/>

Vivre à la campagne. Premier forum national des marchés publics du Québec. 2025. <https://vivrealacampagne.ca/evenements/premier-forum-national-des->

Nos indispensables partenaires

Le projet de coupons nourriciers, au Bas-Saint-Laurent, n'aurait pas pu voir le jour sans la participation de vingt et un partenaires provenant des quatre MRC du territoire, d'organisations régionales et de partenaires nationaux. Leur implication a permis de déployer le projet dans six marchés publics et de rejoindre 91 ménages tout au long de la saison.

Nous remercions chacun des partenaires pour leur contribution à cette initiative, qu'elle soit financière, organisationnelle ou communautaire. Ce projet repose sur l'idée que l'accès à une alimentation locale et de qualité est une responsabilité partagée et c'est ce que cette collaboration a démontré concrètement cette année.

Les résultats obtenus et les apprentissages réalisés nous permettent d'envisager la suite avec confiance. Merci à toutes et à tous pour votre engagement dans cette démarche.

NOS PARTENAIRES FINANCIER

