

*Commission de l'agriculture, des pêcheries,
de l'énergie et des ressources naturelles*

Consultation générale et auditions publiques sur le
Livre vert pour une politique bioalimentaire :
Donner le goût du Québec.



**CONSEIL QUÉBÉCOIS
DE L'HORTICULTURE**

Mémoire livre vert

Le Conseil québécois de l'horticulture (CQH) est un organisme sans but lucratif constitué de groupes de producteurs horticoles québécois représentant les productions fruitières, légumières et ornementales. Il est entre autres le représentant du secteur québécois auprès du Conseil canadien de l'Horticulture et de la Table ronde canadienne en horticulture. Son expertise est notamment reconnue en matière de veille stratégique, de salubrité et d'innovation. Afin de réaliser ses mandats, il compte sur de nombreux partenariats dans la communauté horticole, dont des organismes publics, universitaires et associatifs.

L'horticulture québécoise est la principale production végétale au Québec. Les ventes de produits horticoles ont atteint, selon nos estimations, 1 milliard en 2010. Ce secteur de la production comprend la production de fruits, de légumes et de végétaux d'ornements. Un peu plus du quart de la production horticole est composée de produits non alimentaires.

Notre production constitue le cœur du guide alimentaire canadien. La production de végétaux d'ornements contribue à l'amélioration des saines habitudes de vie en faisant la promotion de l'activité physique des Québécois et aussi en réduisant les gaz à effet de serre. En fait, l'ensemble de l'horticulture contribue à l'amélioration du bilan de ces émissions. De plus, les producteurs en serre recourent de plus en plus à l'utilisation de source d'énergie provenant de biomasse d'origine agricole.

C'est pourquoi, à notre avis, que le produit alimentaire seul ne peut être la pierre angulaire de la politique. La production agricole non alimentaire telle la biomasse, les végétaux d'ornements ou l'utilisation de molécules d'origine végétale dans la production de dérivé (plastique par exemple) est en croissance. Le produit alimentaire n'est donc pas l'aboutissement ultime de tous les produits.

À l'énoncé de la vision, « *faire du bioalimentaire un secteur reconnu pour ses produits alimentaires distinctifs et de qualité ainsi que pour sa contribution à l'essor économique du Québec et à la vitalité de ses régions dans une perspective de développement durable* » il faudrait retirer le mot « alimentaire » pour demeurer générique et inclusif à tout produit bioalimentaire (pêcheries, agricole, biomasse, alimentation animale, produits transformés, ingrédients et autres) destiné à l'alimentation humaine ou non.

De plus, « Un de ses éléments clés, son ambition première, est de faire du produit alimentaire la pierre angulaire de la politique ». Encore une fois, il faudrait y retirer le mot alimentaire. Également, nous croyons que ce n'est pas le produit la pierre angulaire, mais bien le consommateur, ultime décideur et destinataire de nos produits. Ainsi, nous proposons :

- Le consommateur comme clef de voute de la production bioalimentaire.

La clef de voute constitue le couronnement de nos efforts. Bien plus qu'une modification à une figure de style, la clef de voute reprend en fait le concept que le consommateur est l'ultime payeur (la voute) de toutes nos actions. Que ce soit sous la forme de produits de la vente ou de paiement de transfert. C'est également pour lui que sont effectuées toutes les innovations et les améliorations à la qualité du produit. Il est également la clef de nos succès.

Par ailleurs, le secteur horticole est distinctif autant par son évolution historique, sa complexité, sa diversité qu'en termes d'accès au marché. À ce titre, le Conseil québécois de l'horticulture souhaite vivement être partie prenante, en tant qu'expert, au processus visant à instaurer de bonnes pratiques de gouvernance permettant une meilleure organisation du secteur et une réponse efficace aux besoins du consommateur pour des produits horticoles.

Les produits horticoles comptent parmi les meilleurs contributeurs à la santé humaine et à l'essor économique des régions du Québec. Que ce soit sous sa forme fraîche, transformée, conditionnée ou décorative, le produit horticole est bénéfique à l'amélioration des saines habitudes de vie et de la santé des Québécois.

Un bref survol de la production horticole

La production horticole au Québec a connu une croissance importante au cours des dernières décennies. Cette croissance s'exprime par la valeur des ventes, mais également sur le plan de la diversification et de l'évolution de la technologie. L'horticulture (fruitière, légumière et ornementale) est la principale production végétale au Québec. Elle tire l'ensemble de ses revenus du marché et ceux-ci dépendent essentiellement de la décision des consommateurs d'acheter ou non ses produits. Avec une valeur moyenne des ventes entre 2006 et 2009 de 873,7 millions de dollars annuellement, elle représente en moyenne 48,46 % de la production végétale et 12,16 % de la production agricole totale toutes catégories confondues.

Ventes de produits agricoles	2006	2007	2008	2009	Moyenne 2006-09
en millions de \$	Céréales oléagineux				
Céréales	325,8 \$	423,9 \$	665,7 \$	493,4 \$	477,2 \$
Oléagineux & Protéagineux	124,3 \$	194,6 \$	236,5 \$	241,7 \$	199,3 \$
Plantes fourragères	35,4 \$	35,4 \$	48,1 \$	44,9 \$	41,0 \$
Sous total céréales oléagineux	485,5 \$	653,9 \$	950,3 \$	780,0 \$	717,4 \$
% de la production végétale	32,10%	40,55%	46,19%	38,45%	39,80%
	Horticulture				
Pomme de terre	115,5 \$	92,9 \$	117,6 \$	148,0 \$	118,5 \$
Légumes frais et transformés	326,1 \$	316,7 \$	330,8 \$	352,2 \$	331,5 \$
Fruits	179,3 \$	141,2 \$	181,9 \$	155,9 \$	164,6 \$
Horticulture ornementale	232,0 \$	252,7 \$	277,1 \$	274,8 \$	259,2 \$
Sous total horticulture	852,9 \$	803,5 \$	907,4 \$	930,9 \$	873,7 \$
% de la production végétale	56,39%	49,83%	44,10%	45,88%	48,46%
	Acériculture et autres productions				
Acériculture	162,1 \$	141,7 \$	184,5 \$	302,6 \$	197,7 \$
Autres	11,9 \$	13,3 \$	15,2 \$	15,3 \$	13,9 \$
Sous total acériculture et autres	174,0 \$	155,0 \$	199,7 \$	317,9 \$	211,7 \$
% de la production végétale	11,50%	9,61%	9,71%	15,67%	11,74%
Total production végétale	1 512,4 \$	1 612,4 \$	2 057,4 \$	2 028,8 \$	1 802,8 \$
Production agricole totale	6 606,8 \$	7 005,2 \$	7 761,6 \$	7 364,3 \$	7 184,5 \$
% production horticole sur la production agricole totale	12,91%	11,47%	11,69%	12,64%	12,16%
% production céréales-oléagineux sur la production agricole totale	7,35%	9,33%	12,24%	10,59%	9,99%

Source : profil sectoriel de l'industrie bioalimentaire au Québec, MAPAQ 2010

L'horticulture est une production à forte valeur ajoutée. En voici quelques exemples : la production de tomates de serre génère des revenus de plus de 1 million de dollars par hectare, celle des légumes de champ 7 260 \$. En comparaison la production de céréales (incluant : maïs, oléagineux et autres céréales) en génère 651 \$ par hectare. La production horticole s'étend sur un peu plus de 90 000 ha au Québec tandis que les autres cultures végétales, excluant l'acériculture, occupent un peu plus de 20 millions ha. Pour des revenus comparables (horticulture vs céréales), un ratio de 1 : 23 de revenus par unité de surface. Comme nous le disions, la principale source de revenus pour le secteur horticole provient du marché et dépend directement de la décision des consommateurs finaux.

La commercialisation

En horticulture, la commercialisation des produits frais emprunte un circuit relativement court. La part des ventes à la ferme est plus élevée dans notre secteur que dans l'ensemble de l'agriculture, que ce soit de l'autocueillette, des kiosques à la ferme ou des paniers livrés directement aux consommateurs. Bien que les ventes à la ferme soient significatives, la très grande majorité des produits font l'objet de transactions directes producteurs-grossistes. Le grossiste peut être ou non le détaillant. Au Québec, les grands distributeurs demeurent le principal lieu d'achats des produits horticoles. Que ce soit Sobeys, Loblaws, Metro, Wal-Mart, Canadian Tire, Rona ou autres, les produits horticoles occupent une place importante.

Les produits horticoles contribuent largement aux profits des distributeurs. Pour preuve, on constate qu'au cours des dernières décennies, le rayon des fruits et légumes occupe une place de plus en plus importante dans l'espace magasin. Dans la majorité des commerces, il est maintenant situé à l'entrée de ceux-ci. De même, le rayon des produits horticoles et saisonniers occupe une place importante chez les distributeurs de matériaux de construction et de quincailleries tout autant qu'auprès des grands distributeurs, tel Wal-Mart et de plus en plus dans les épiceries.

Les ventes en kiosque à la ferme (jardinerie ou kiosque de fruits et légumes), dans les marchés publics et dans les fruiteries représentent une part non négligeable des revenus pour les producteurs. De plus en plus de consommateurs demandent à connaître ou à transiger avec un producteur qui leur inspire confiance. Cependant, la Loi sur la protection du territoire et des activités agricoles limite la commercialisation de certains produits horticoles.

*« Lorsqu'elles sont effectuées sur sa ferme par un producteur à l'égard des produits agricoles qui proviennent de son exploitation ou **accessoirement** de celles d'autres producteurs, les activités d'entreposage, de conditionnement, de transformation et de vente des produits agricoles sont assimilées à des activités agricoles »;*

Cette définition d'activités agricoles peut freiner la diversification de certaines entreprises horticoles. En effet, on ne peut qu'**accessoirement** offrir en vente des produits provenant d'autres producteurs. La vente à la ferme procure un outil de développement et de diversification de la production agricole. Il peut être intéressant pour un petit ou un nouveau producteur de partager certains frais de mise en marché avec son entourage. Cependant, la définition actuelle laisse place à interprétation et ne permettrait pas à un producteur de vendre régulièrement les produits d'autres producteurs. Il est également exclu pour un producteur de vendre des produits connexes à son produit, qu'il soit alimentaire ou non. Nous pensons que cette définition devrait être inclusive afin d'éviter toute interprétation du mot accessoirement et de s'assurer qu'en toute légalité :

- qu'un groupe de producteurs agricoles puisse offrir en un seul endroit le fruit de leur production;
- qu'un producteur agricole de plantes ornementales puisse offrir à sa clientèle des produits connexes, tels terreau, pots et autres.

La transformation

Comme nous l'avons dit, la majorité des fruits et légumes sont vendus à l'état frais. Cependant, les consommateurs demandent de plus en plus des produits prêts à l'emploi. Que ce soit des préparations de laitues, des fruits et légumes surgelés, des fruits et légumes transformés ou simplement emballés. Grâce au leadership d'entreprises telles Bonduelle, Lassonde, Vergers Leahy, Vegpro, Savoura et autres, le Québec peut offrir des produits de première gamme tout autant que de quatrième gamme aux consommateurs qui le désirent. Les emballeurs de fruits et de légumes contribuent eux aussi à l'innovation, à la renommée des produits horticoles québécois et à l'essor de notre industrie.

Pour certaines organisations publiques, la définition des activités de transformation, de conditionnement ou d'emballage de fruits et légumes est disparate et floue. Par exemple, certaines directions ou ministères ne reconnaissent pas les activités d'emballage et de conditionnement comme activité de transformation. Pourtant, les consommateurs en sont friands. En horticulture, toutes ces activités sont importantes au même titre que l'abattage ou la découpe en production animale.

Les produits horticoles ornementaux subissent eux aussi des transformations sous l'impulsion des paysagistes disséminés sur l'ensemble du territoire urbain et rural. La transformation prend la forme d'aménagement paysager ou de jardins. Ils contribuent aussi à la réduction des coûts énergétiques et des gaz à effet de serre lorsqu'utilisés dans des aménagements urbains ou sur des toits. Ils contribuent grandement à de saines habitudes de vie et à la santé de la population québécoise.

L'approche distinctive en horticulture

Tout comme les produits, l'approche peut être distinctive et en horticulture, elle l'est. L'histoire de la production horticole commerciale est relativement récente. On ne compte que peu d'entreprises horticoles de deuxième génération et encore moins de troisième. Cela est dû à la spécialisation de la production agricole qui a suivi l'exode rural au Québec.

Comme notre secteur compte directement pour ses revenus sur les consommateurs et sur un réseau de distribution, les relations avec nos clients intermédiaires, les distributeurs et les transformateurs finaux; les consommateurs, ceux-ci primordiaux au développement. Au cours des dernières décennies, nous avons assisté à la mise en place des Tables filières québécoises et de la Table ronde horticole canadienne. Celles-ci correspondent aux pratiques du secteur en matière de commerce et de concertation. Elles doivent demeurer actives et leur financement amélioré afin de maintenir notre compétitivité et l'appui à des actions qui visent l'ensemble de la filière.

Il est aussi important que tous les maillons de la chaîne de fournisseurs-producteurs-distributeurs y collaborent. Par exemple, les modifications anticipées dans la chaîne d'approvisionnement auront un impact certain sur l'horticulture. Walmart, le principal distributeur en alimentation aux États-Unis, a annoncé qu'elle désirait réduire de 1 milliard de dollars les

coûts de sa chaîne d'approvisionnement en fruits et légumes afin de réduire le prix à ses clients. Les fournisseurs seront sollicités autant au Canada qu'aux États-Unis pour atteindre cet objectif. À l'instar de Walmart, tous les distributeurs devront revoir leur façon de faire en matière de gestion des approvisionnements et il est important que les producteurs y soient associés. Nous estimons également que la quasi-absence des fournisseurs d'intrants (semences, équipements, pesticides et fertilisants) aux travaux des filières est à évaluer. Ils sont des acteurs importants dans l'innovation et dans l'introduction de nouvelles technologies et de nouvelles variétés ou cultures.

L'innovation

L'innovation en horticulture constitue, à plusieurs égards, un défi et une opportunité. Un défi parce que le secteur est multiple, diversifié et complexe, mais aussi une opportunité à ne pas manquer pour maintenir ou accroître nos parts de marchés. Par innovation, on entend de nouveaux produits, de nouvelles technologies, de nouveaux emballages ou présentations, mais également de nouvelles pratiques micro et macro économique. L'innovation peut être abordée sous deux angles distincts : l'entreprise innovante et le secteur innovant.

Au sein d'une entreprise, l'innovation est souvent l'affaire d'une personne dynamique ainsi que du leadership des entrepreneurs qui la compose. L'approche, afin de supporter l'entreprise, doit être adaptée à leur contexte. Celle-ci cherche à maximiser ses ressources et à tirer des bénéfices de l'innovation. Les programmes doivent en tenir compte. Certains programmes, dont le crédit fiscal à la recherche et au développement expérimental, sont essentiels et très utiles à l'innovation en entreprise. Des aides au soutien technique et au transfert technologique sont également disponibles pour les producteurs. Ils doivent être bonifiés afin de bien soutenir l'innovation.

L'innovation au sein du secteur requiert une approche sectorielle et individuelle. Si l'entreprise a avantage à investir dans l'innovation afin d'en retirer un bénéfice direct, le secteur lui ne dispose pas des mêmes retombées. Le secteur ne tire pas profit de l'innovation directement et celle-ci ne procure pas de revenu additionnel aux organisations. On doit donc mettre en place des mesures et des programmes qui peuvent supporter de manière continue l'innovation destinée à l'ensemble du secteur. Le Ministère demeure un allié indispensable au support de l'innovation à caractère macro-économique.

Que ce soit par un support à la formation continue et régulière ou par la recherche, l'Institut de technologie agroalimentaire (ITA), les universités et les centres de recherches et d'expertise devraient y jouer un rôle prépondérant. Cependant, les échanges entre ces acteurs sont déficients. Une part importante des ressources sont investies pour financer les activités de recherche et d'innovation laissant peu de ressources à la diffusion et aux échanges entre les acteurs. De ce fait, les efforts de liaison entre les chercheurs et les utilisateurs doivent être accentués.

Par ailleurs, afin de supporter l'innovation, une prémisses doit être remplie et c'est la connaissance des paramètres associés à l'innovation : ils sont économiques, physiques et humains. La maîtrise et la connaissance de ces trois paramètres sont fondamentales afin d'orienter nos interventions. Actuellement, plusieurs de ces paramètres nous sont inconnus ou mériteraient d'être approfondis.

Pour innover, le secteur et l'entreprise doivent avoir des moyens financiers. Une entreprise non prospère ne peut investir; d'une part parce qu'elle n'a pas les ressources internes et d'autre part

parce qu'elle aura une grande difficulté à trouver du financement auprès de son institution financière. Des données économiques fiables sont nécessaires aux institutions financières afin de valider des propositions ou des plans d'affaires qui leur sont présentés pour financement. Cette problématique doit être documentée et évaluée afin d'être mieux comprise.

De plus, une connaissance approfondie du marché, des prix, des concurrents et de la stratégie est nécessaire. Sans connaissance du marché, il devient difficile d'investir dans des projets d'innovation, qu'ils soient individuels ou sectoriels. Il n'est pas tout de connaître les caractéristiques du produit, ses attributs au plan nutritif ou décoratif, il faut démontrer la rentabilité probable pour l'entreprise et les retombées pour le secteur. Les activités de veille stratégique réalisées par le Conseil québécois de l'horticulture visent à documenter ces aspects. Elles sont essentielles et favorisent l'innovation en apportant un éclairage sur l'évolution des marchés et en permettant d'anticiper les changements conjoncturels et structurels à survenir.

Une meilleure connaissance des paramètres physiques de l'innovation est également importante. La taille actuelle des entreprises et la technologie utilisée doivent être considérées afin d'anticiper les impacts sur l'entreprise innovante. Les caractéristiques bioclimatiques régionales et locales doivent être connues afin d'évaluer les productions qui se prêteront le mieux à ces conditions. Il faut en plus connaître les caractéristiques physiques des produits afin d'en faciliter la commercialisation : ses qualités nutritives ou décoratives, sa durée de vie en tablette, etc.

Sur le plan humain, l'innovation provoque des changements importants. Encore là, les ITA, les universités et les centres de formation professionnelle sont essentiels. Ces institutions doivent cependant être appuyées afin de maintenir leur compétence à jour. Des changements à survenir au nombre de travailleurs ou d'ouvriers requis, mais également à la maîtrise de ces nouvelles technologies par les entrepreneurs et leur personnel. Un sondage réalisé par la Table ronde horticole canadienne révèle que l'innovation la plus souhaitée par les producteurs est celle qui permettrait de réduire la main-d'œuvre et par le fait même, les coûts de production. C'est aussi l'activité la plus difficile à mécaniser en horticulture en raison de la fragilité du produit. Le recours à la main-d'œuvre étrangère demeure inévitable pour assurer la récolte des fruits, des légumes et des végétaux d'ornements. La technologie ne peut, pour l'instant, remédier à la pénurie de main-d'œuvre québécoise.

De plus, ce sondage mettait en lumière l'importance des distributeurs et des fabricants d'intrants dans le processus d'innovation. Il y aurait lieu d'améliorer la synergie avec ces acteurs et le secteur horticole. Ils sont parfois mal perçus en raison de leurs liens commerciaux. Évidemment, leur raison d'être est associée à la vente de leurs produits, cependant ils peuvent être des alliés indispensables dans l'innovation, dans le financement de la recherche, dans le support au transfert technologique et dans la commercialisation de nouveaux produits.

Pour illustrer ces faits, voici un exemple d'innovation en horticulture : l'introduction des grands tunnels qui modifient à la fois la technologie utilisée, la façon de produire, la saison de production, la durée de commercialisation, l'utilisation de pesticide et les connaissances requises par le personnel. Cela entraîne des conséquences sur l'organisation des entreprises, dont la main-d'œuvre, en plus de requérir des investissements et de modifier la structure des coûts et des revenus.

La mesure de l'innovation est essentielle à l'élaboration et au suivi d'un plan stratégique. Actuellement, nous ne disposons pas des données permettant cette mesure. L'Organisation de

Coopération et de Développement Économique (OCDE), par ses manuels de Frascati et d'Oslo, décrit les méthodes de mesure de l'innovation. La fiche actuelle d'enregistrement des producteurs agricoles pourrait être mise à contribution afin de suivre et de mesurer l'innovation en horticulture. Le CQH, de par son mandat de support à l'innovation, est prêt à travailler avec le Ministère pour développer ce projet. En collaboration avec des chercheurs universitaires et de conseillers en innovation, il serait à notre avis tout à fait possible d'intégrer à la fiche quelques questions pertinentes sur l'Innovation.

La lutte intégrée

Il est tout à fait probable que sans modifications au cadre réglementaire actuel, les producteurs horticoles canadiens et québécois ne disposeront jamais d'outils comparables à leurs compétiteurs américains. Le processus d'homologation canadien est un frein majeur à l'accessibilité aux nouvelles solutions développées par l'industrie mondiale; et ceci, en raison de l'étroitesse du marché horticole canadien et de la complexité de la réglementation. Que ce soit en production conventionnelle ou biologique, les solutions novatrices développées et accessibles aux producteurs américains ne le sont pas au Canada ou le seront avec un retard, telle que de nouveaux pesticides seront déjà disponibles sur le marché américain, entraînant un retard additionnel.

Le CQH investi depuis plusieurs années des ressources importantes au chapitre de l'homologation, soit en organisant une quinzaine de rencontres annuelles afin de hiérarchiser les demandes d'homologations et de recherche de solutions, ainsi qu'en complétant des demandes d'homologations mineures et d'urgence destinées à Santé Canada. Au cours des dernières années, nous avons noté des améliorations au système canadien, notamment au chapitre de la transparence. Le MAPAQ contribue largement à l'amélioration de ce processus notamment par l'entremise de son responsable aux homologations. Malgré ces améliorations et les investissements en ressources du MAPAQ et du CQH, l'écart entre le Canada et les États-Unis se creuse chaque jour davantage. Bien sûr, il ne faut pas abandonner ces efforts. Cependant, il faudrait en plus favoriser l'adoption des principes de lutte intégrée aux ennemis des cultures. Bien qu'il reste beaucoup à faire, certains secteurs, dont la culture des légumes de serre, utilisent des principes de lutte intégrée de manière exemplaire.

La lutte intégrée aux ennemis des cultures apparaît être une des solutions les plus avantageuses et les plus profitables au développement durable. En favorisant une utilisation rationnelle de pesticides, on répond aux attentes des consommateurs pour un environnement meilleur. La lutte intégrée et son adoption généralisée seraient des atouts de taille afin de se distinguer sur les marchés.

Pour ce faire, nous devons intensifier la recherche, le transfert et la commercialisation de produits bioalimentaires « verts » respectant les critères de développement durable. Le support au dépistage comme moyen de prévention demeure un élément clé de l'adoption de la lutte intégrée en horticulture. Le financement de la recherche devrait permettre de développer des outils inédits de lutte aux ennemis des cultures. Également la mise en place d'un réseau d'essai structuré de pesticides, permettrait de diminuer l'écart technologique entre le Canada et ses compétiteurs directs. Le CQH collabore avec le MAPAQ en ce sens.

Recherche

La recherche en horticulture est essentielle au développement et à l'innovation. Actuellement, la recherche ne répond pas toujours aux besoins du secteur. Elle s'oriente davantage sur des

impératifs hors de notre portée. Que ce soit en milieu universitaire, public ou d'institutions mixtes, les projets sont orientés par la disponibilité des ressources financières. En situation de gestion de la décroissance des ressources, cela s'explique, mais le secteur horticole vit, lui, en situation de croissance et des ressources additionnelles doivent y être injectées.

Ces produits répondent aux attentes des consommateurs, alors que certains industriels y voient des opportunités intéressantes et lucratives, que ce soit pour des produits à valeur ajoutée misant sur des propriétés antioxydantes ou en vue de produire des aliments fonctionnels ou des nutraceutiques. Les végétaux d'ornements présentent également des opportunités de marchés, que ce soit pour leur place en aménagement urbain pour réduire les îlots de chaleur ou sur les toits pour réduire la facture énergétique. La recherche est un outil puissant afin de distinguer sur les marchés les produits québécois et ainsi faire face à la concurrence des produits d'importation.

Par ailleurs, on constate que la recherche est diluée dans le réseau québécois. Le nombre de travaux de recherche est significatif, mais les résultats et le transfert sont peu probants. Les raisons le plus souvent mentionnées sont associées au manque de mise à l'échelle commerciale et parce que faute de ressources spécifiques, le transfert ne se concrétise pas. Chacune des institutions répond à des impératifs qui lui sont propres, mais aucune ne répond aux besoins du secteur. Par exemple, la recherche universitaire requiert souvent une publication scientifique. Cette publication demande du temps et après publication, le projet est considéré complet et les résultats ne sont pas mis à l'échelle commerciale ni transférés aux conseillers.

Également, l'absence de recherche à caractère économique est flagrante et freine le développement du secteur. Les programmes actuels ne valorisent pas ce type de recherche ou le relègue à des dimensions accessoires. Par exemple, le programme de Grappes agroscientifiques du gouvernement fédéral évacue tout projet économique. Pourtant, les défis à relever sont grands en matière d'économie, que l'on pense seulement aux modifications que l'arrivée de Walmart va entraîner dans la chaîne d'approvisionnement producteurs-détaillants. Aucune étude n'a été faite pour en analyser les impacts. Comme nous le disions, l'innovation requiert sa part d'études et d'analyses économiques. Faute de données issues de la veille stratégique, les chercheurs auront de la difficulté à élaborer et mener à bien des projets de recherche à la mesure de notre industrie.

Le transfert de technologie entre la recherche et les producteurs s'avère également un enjeu de taille. Selon différentes études, l'accompagnement de conseillers est essentiel au support à l'innovation et au transfert en entreprise. Nos conseillers de clubs d'encadrement technique sont des vecteurs essentiels et efficaces du transfert technologique et de l'innovation. La recherche doit pouvoir continuellement les alimenter.

Un sondage réalisé par la Table ronde en horticulture démontre que la participation à des conférences ou des présentations organisées par des associations professionnelles est très prisée. Selon une étude réalisée pour le compte du réseau des Centres collégiaux de transfert de technologie (CCTT), la propension à innover d'une entreprise est en fonction de son réseau de contacts. Au Québec, il y a le Centre de référence en agriculture et agroalimentaire du Québec comme outil de référence, de diffusion et d'organisation de colloques d'envergure provinciale. Celui-ci devrait être privilégié. Cependant, on note que l'offre pour des activités de diffusion est mal structurée et qu'une meilleure concertation serait souhaitable.

Dans ce contexte d'une multitude de besoins de recherche, il faut se concentrer sur quelques sujets, et ceci, afin de répondre aux besoins les plus urgents des producteurs et des consommateurs ainsi que pour optimiser les ressources disponibles. Afin de maximiser les retombées en recherche, quelques mesures seraient appropriées. Les quelques éléments suivants nous semblent souhaitables soit :

- la mise en place d'un réseau de liaison chercheurs-utilisateurs afin d'en assurer une meilleure concertation;
- un appui à l'identification des priorités de recherche par une veille stratégique;
- un suivi aux résultats de recherche facilitant la rétroaction.

Veille stratégique

Le Conseil québécois de l'horticulture a mis en place, il y a quelques années, une cellule de veille stratégique. Cette cellule appelée «Observatoire» a comme mission de réaliser des activités de veille commerciale, concurrentielle et stratégique.

- Les activités de veille commerciale comprennent la collecte et la diffusion des prix aux différentes étapes de la commercialisation. Les prix, la qualité des produits, les quantités en entreposage sont quelques éléments de cette veille commerciale.
- La veille concurrentielle comprend la collecte et la diffusion des informations concernant les compétiteurs. Les conditions de production aux États-Unis dans les différents marchés de références, les coûts de transport, les prix sur les marchés de destination sont des éléments de la veille concurrentielle. La veille commerciale et concurrentielle sont des éléments de conjoncture.
- La veille stratégique correspond aux informations qui nous permettent d'anticiper des changements aux marchés, ce sont des éléments de structure. La veille stratégique prend son origine des éléments de veille commerciale et concurrentielle. En fait à partir des données de conjoncture, on peut, à l'aide d'analyse et de modèle, anticiper le futur. Autre élément de veille stratégique les changements à survenir dans la chaîne d'approvisionnement. Comme nous l'avons mentionné précédemment, les fournisseurs seront appelés à jouer un nouveau rôle et à occuper une nouvelle place dans cette chaîne.

Depuis quelques années, nos efforts ont porté fruit. En 2010-2011, nous avons diffusé plus de 450 publications diverses. Ses activités sont cofinancées par les Ministères canadiens et québécois de l'agriculture ainsi que par l'industrie. La prochaine étape consiste à développer des partenariats et à rendre disponible ces données aux chercheurs universitaires. Un partenariat avec les universités permettra également d'appuyer la formation (premier et deuxième cycle universitaire) de futurs leaders afin d'assurer la pérennité et la croissance soutenue des entreprises de production et de transformation.

La création d'une unité de veille, sous la responsabilité du MAPAQ, devrait se faire pour le secteur de l'horticulture en partenariat avec le Conseil québécois de l'horticulture. En associant nos ressources respectives, le secteur profiterait au maximum des retombées des résultats de veille. Ceci permettrait de rejoindre les objectifs du Ministère et du ministre qui disposeront d'un éclairage particulier et privilégié sur les enjeux et les défis spécifiques au secteur horticole ainsi que des éléments essentiels afin d'alimenter le tableau de bord à être développé. (Référence page 40 du document « Donner le goût du Québec »).

« En plus des consultations auprès des acteurs du milieu, ce processus d'actualisation inclura une veille stratégique et prospective, ainsi que la mise à contribution d'experts et de gens reconnus dans leur milieu. Pour ce faire, il est prévu de créer, sous la responsabilité du MAPAQ, une unité de veille stratégique.

Afin de suivre l'évolution du secteur bioalimentaire, un tableau de bord sera mis en place pour avoir une vue d'ensemble de sa performance. Extrait page 40 Donner le goût du Québec ».

Développement régional

La production horticole est présente dans toutes les régions agricoles du Québec. Elle est la principale créatrice d'emploi du secteur primaire. Cependant, elle n'a pas atteint son plein potentiel de croissance dans toutes les régions. Pourtant, le secteur horticole offre des opportunités d'occupation du territoire. Le Québec demeure un importateur net de produits horticoles, et ceci, malgré le fait que les exportations en saison sont très importantes. Il ne s'agit pas de viser l'autonomie complète en produits horticoles, mais bien de saisir toutes les opportunités.

Par ailleurs, la production horticole peut s'adapter aux conditions les plus adverses, que ce soit dans les cas de conditions bioclimatiques difficiles en milieu nordique ou à des structures d'entreprises de petites tailles, des terres fragmentées ainsi que pour des producteurs débutants. De plus, la proximité du marché Est américain procure un avantage comparatif à certaines régions.

Les opportunités diffèrent d'une région à l'autre selon les conditions bioclimatiques et la proximité des marchés. Le modèle de développement en horticulture n'est pas unique, il peut s'adapter aux conditions particulières en région. Dans certains pays nordiques, la production horticole est bien implantée au-delà du 55^e parallèle. Au Québec, le Plan Nord du gouvernement présente des opportunités de développer la culture en serre pour alimenter en produits de qualité les communautés et les sites d'exploitation éloignés. D'autres régions présentent des avantages au niveau climatique ou du sol ainsi qu'un accès à des ressources énergétiques. Il faudrait être en mesure de saisir les avantages et les opportunités propres à chacune des régions.

Par exemple, les productions performantes en climat frais et celles pour lesquelles nous détenons un avantage technologique, que ce soit en régions périphériques ou même à proximité des grands marchés. Les produits horticoles sont très présents dans les marchés publics et dans la vente à la ferme et se prêtent donc bien à la commercialisation, peu importe la taille du marché à desservir.

Une meilleure concertation et un meilleur partage des informations sont nécessaires entre les régions et les secteurs. Par exemple, le CQH dispose d'informations qui pourraient être utiles aux intervenants régionaux (veille stratégique, commerciale et concurrentielle) et nous sommes disposés à partager cette expertise. Il en va de même pour certains secteurs où chacune des régions ne peut développer une expertise de pointe. Le partage de l'expertise ne devrait pas se buter à des frontières sectorielles ou régionales, une plus grande ouverture est souhaitable.

Conclusion

Le secteur horticole est un partenaire de premier plan dans le développement et la croissance du secteur bioalimentaire. Et ceci, à plusieurs titres :

- Un produit répondant aux attentes des consommateurs pour une alimentation équilibrée et de saines habitudes de vie;
- Une valeur ajoutée incomparable par unité de surface;
- Une production très efficace sur le plan de l'utilisation des ressources;
- Une production respectueuse de l'environnement et du développement durable;
- Un potentiel de création d'emplois et de développement régional sous-utilisé;
- Une production diversifiée et pouvant s'adapter à toutes tailles d'entreprises;
- Des techniques de production pouvant s'adapter à toutes les régions de la province.

Par ailleurs, le secteur horticole et le Conseil québécois de l'horticulture ont su, au fil des ans, mettre en place une culture de collaboration. Comme nous l'avons dit et démontré, le secteur est complexe, diversifié et jeune. Un meilleur équilibre entre la demande et l'offre est requis pour assurer le plein potentiel horticole. Le potentiel de développement, que ce soit pour des légumes ethniques, la production de petits fruits sous tunnel, la production de végétaux adaptés au climat frais du Québec, la production des légumes sous serre ou même de petits fruits nordiques, est immense et sous-exploité.

Cependant, afin de profiter de toutes ces occasions, une plus grande collaboration et une meilleure concertation entre les intervenants publics, régionaux et sectoriels sont requises. Pour ce faire, outre le besoin en ressources additionnelles, une volonté publique doit clairement s'exprimer.

En gestion de ressources limitées, on se doit de profiter d'une plus grande synergie entre les acteurs qu'elle soit entre les actions sectorielles, régionales, publiques et privées. Les gains d'efficacité à ce chapitre sont sous-exploités. Évidemment, cela requiert une ouverture à partager et à céder quelque peu sur nos intérêts spécifiques, mais à terme nous pensons préférable la collaboration.

La création d'un fond d'initiatives est un élément clé du Livre vert et nous supportons vivement cette initiative. Ces initiatives, toutefois, requièrent du temps et la pérennité des actions. Les programmes actuels misent sur des activités ponctuelles, ce qui est bien, mais insuffisantes à l'instauration d'une culture de changement et à l'amélioration de l'environnement d'affaires. Afin de supporter ces changements, la pérennité des ressources et des actions est indispensable. Le développement de l'expertise est énergivore et elle devient de plus en plus rare. Sans pérennité des ressources, il est difficile, voire impossible, de la retenir dans le milieu.

Également la proposition d'améliorer les activités de veille stratégique au sein du Ministère retient notre attention, mais avec la réserve que cette veille doit se faire en partenariat avec les acteurs du milieu, particulièrement dans le secteur horticole déjà très présent dans ce volet. Nous devons susciter la collaboration des partenaires afin d'accroître les retombées.

Le Conseil québécois de l'horticulture dispose d'une expertise inédite en matière de veille stratégique et de concertation, et nous souhaitons vivement contribuer au processus d'actualisation quinquennal de la politique bioalimentaire québécoise. Le CQH souhaite être partenaire de cette nouvelle cellule de veille stratégique à être créée.