



RÉSUMÉ DU MÉMOIRE

PRÉSENTÉ À LA
COMMISSION DE L'AGRICULTURE,
DES PÊCHERIES, DE L'ÉNERGIE ET
DES RESSOURCES NATURELLES

PAR LA
FÉDÉRATION DES PRODUCTEURS
MARAÎCHERS DU QUÉBEC

DANS LE CADRE DE LA
CONSULTATION GÉNÉRALE ET DES
AUDITIONS PUBLIQUES SUR LE LIVRE VERT
POUR UNE POLITIQUE BIOALIMENTAIRE :
DONNER LE GOÛT DU QUÉBEC

Août 2011

RÉSUMÉ

Fondée en 1980, la Fédération des producteurs maraîchers du Québec (FPMQ) est une organisation démocratique qui représente et défend les intérêts de 1 500 producteurs maraîchers dont près de 600 producteurs qui tirent leur revenu principal de la production de légumes frais.

Véritable locomotive pour l'économie du Québec, le secteur maraîcher représente :

- ◆ Des ventes annuelles de 246 ,8 millions de dollars;
- ◆ Plus de 24 000 hectares en production;
- ◆ 499 863 tonnes métriques (Tm) de légumes frais produits annuellement;
- ◆ 4,8 % de la contribution « directe » du secteur agricole au PIB et 9,9 % de la création « directe » d'emploi;
- ◆ 9 509 travailleurs, dont 8 711 saisonniers, 675 à temps plein et 127 à temps partiel.

Le secteur maraîcher québécois a choisi de se concerter et d'innover pour assurer sa compétitivité sur les marchés et être à l'avant-garde des exigences des consommateurs au niveau de la salubrité, de la traçabilité et de la protection de l'environnement.

Pour ce faire, notre secteur s'est doté d'un plan d'action (*Plan d'action 2010-2015 pour améliorer la capacité concurrentielle du secteur des légumes de champ au Québec* (résumé présenté en annexe 1) qui permettra :

- ◆ d'accroître la viabilité économique, environnementale et sociale des entreprises maraîchères québécoises en optimisant le positionnement « qualité » sur le marché des légumes de champ et en adoptant une approche proactive à l'égard des exigences sociétales.

Tout comme le proposent les orientations et objectifs présentés dans le *Livre Vert* qui servira à mettre en œuvre la première politique bioalimentaire du Québec, le plan d'action sectoriel maraîcher vise à promouvoir les légumes du Québec, à favoriser l'amélioration de la capacité concurrentielle des entreprises maraîchères, à appuyer la diversification, à recruter et à former la relève maraîchère, à adopter des pratiques respectueuses de l'environnement et à bonifier les initiatives de bio-sécurité déjà en place.

La FPMQ a été désignée par le secteur comme étant l'organisation qui assurerait la gestion et la mise en œuvre des initiatives sectorielles désignées dans les trois volets constituant le plan d'action des maraîchers :

1. Optimiser la production et la mise en marché;
2. Favoriser la relève et la diversification;
3. Mettre en place une stratégie proactive en regard des exigences sociétales.

EN RÉPONSE AUX QUESTIONS FORMULÉES DANS LE *LIVRE VERT* POUR UNE POLITIQUE BIOALIMENTAIRE : *DONNER LE GOÛT DU QUÉBEC*, VOICI LES ORIENTATIONS PROPOSÉES PAR LA FÉDÉRATION DES PRODUCTEURS MARAÎCHERS DU QUÉBEC

1. Constat

Les maraîchers font partie des 20 % de producteurs agricoles québécois qui n'ont pas droit à l'ASRA ou à la gestion de l'offre.

Recommandation

- ◆ Une équité en terme de sécurité de revenu (collectif et individuel), et ce, en fonction des recettes monétaires produites par notre secteur. De plus, il est primordial pour assurer notre compétitivité que les programmes d'aide financière soient « verts » au niveau de l'OMC.
- ◆ Un programme d'autogestion des risques qui soit modulé en fonction des recettes de l'entreprise maraîchère. Ce programme pourrait être à l'image du plus récent programme d'autogestion des risques du ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Affaires rurales de l'Ontario pour les produits horticoles comestibles qui propose :
 - 2 % des Ventes Nettes Admissibles (VNA) jusqu'à 2,5 millions de dollars;
 - 1.5% des VNA entre 2,5 et 5 millions de dollars;
 - 1% des VNA au-delà de 5 millions de dollars.

2. Constat

La concurrence étrangère est omniprésente pour les entreprises maraîchères québécoises. Tous les légumes produits au Québec (plus de 65) peuvent être importés.

Recommandation

- ◆ Que les sommes nécessaires soient mises en place pour mener une campagne nationale de visibilité des produits du Québec à l'instar de l'initiative Ontarienne *FoodLand (Terre nourricière)*. Cette campagne doit être planifiée sur une période d'au moins 10 ans pour obtenir des retombées significatives;
- ◆ Qu'il y ait la création de mécanismes de vérification (surveillance) pour l'utilisation de logos et d'identifiants de la provenance des produits du Québec.

3. Constat

Les producteurs maraîchers demeurent confrontés à une dure réalité : les gains d'efficacité économique directs liés aux pesticides ne font qu'accroître les difficultés de les substituer par des méthodes de lutte biologique.

Recommandation

- ◆ Un programme de compensations financières pour assurer, entre autres, un coût de production concurrentiel qui serait destiné aux producteurs qui réduisent l'utilisation de pesticides sur leur ferme;
- ◆ Un fonds financier disponible aux organismes qui souhaitent commercialiser des agents de lutte biologiques (prédateurs naturels) pour une masse critique d'utilisateurs;
- ◆ Un fonds de recherche récurant pour faire des essais dans nos conditions en s'inspirant des outils de lutte intégrée utilisés ailleurs dans le monde;
- ◆ La formation adéquate des producteurs et des conseillers agronomiques afin d'augmenter le niveau de connaissance de ces méthodes de lutte alternative.

4. Constat

Considérant que près de 25% des superficies provinciales consacrées à la production maraîchère au Québec, sont des sols organiques, le règlement sur les exploitations agricoles (REA) a des effets négatifs tangibles pour les entreprises maraîchères concernées.

Recommandation

- ◆ la levée du moratoire afin de permettre aux producteurs maraîchers de défricher leurs terres moyennant certaines conditions de mise en valeur que l'État pourrait élaborer en concertation avec les producteurs.

5. Constat

Une meilleure reconnaissance des légumes frais du Québec par les HRI permettrait aux entreprises maraîchères de diversifier leur mise en marché ainsi que leur production.

Recommandation

- ◆ Qu'un maillage entre les maraîchers et les HRI émerge, principalement dans les zones de production maraîchère éloignées (Bas St-Laurent, Gaspésie, Saguenay-Lac-St-Jean, Abitibi-Témiscamisque);
- ◆ De mettre sur pied des initiatives destinées aux consommateurs et aux institutions afin de valoriser les légumes du Québec et les fermes situées en régions.

6. Constat

Le consommateur recherche de plus en plus des légumes parfaits. Ce phénomène engendre d'énormes pertes économiques pour les producteurs maraîchers.

Recommandation

- ◆ Des programmes de compensations financières pour les producteurs qui absorberaient les hausses de coût de production qui ne se reflètent pas sur le prix de vente aux consommateurs
- ◆ La création d'un fond de recherche pour développer de nouvelles alternatives (débouchés) économiquement intéressantes afin de valoriser les légumes sains et de qualité ne répondants pas aux spectres des acheteurs.

7. Constat

L'organisation reconnue par le secteur maraîcher en tant que gestionnaire du plan d'action *Plan d'action 2010-2015 pour améliorer la capacité concurrentielle du secteur des légumes de champ au Québec* doit avoir les ressources (humaine et financière) nécessaires pour assurer les suivis requis à l'atteinte des objectifs.

Recommandation

- ◆ Un programme de financement récurrent de 250 000\$ annuellement, exclusif au secteur de légumes de champ, visant la rétention de personnel qualifié qui assurera la création, la supervision, la coordination des initiatives ciblées dans notre plan d'action tel l'implantation et l'animation des comités de production (actuels et futurs), la mise à jour des coûts de productions des légumes de champ et l'accès à l'information pour tous les producteurs, etc.



MÉMOIRE

PRÉSENTÉ À LA
COMMISSION DE L'AGRICULTURE,
DES PÊCHERIES, DE L'ÉNERGIE ET
DES RESSOURCES NATURELLES

PAR LA
FÉDÉRATION DES PRODUCTEURS
MARAÎCHERS DU QUÉBEC

DANS LE CADRE DE LA
CONSULTATION GÉNÉRALE ET DES
AUDITIONS PUBLIQUES SUR LE LIVRE VERT
POUR UNE POLITIQUE BIOALIMENTAIRE :
DONNER LE GOÛT DU QUÉBEC

Août 2011

TABLE DES MATIÈRES

| | |
|---|-----------|
| 1. LA FÉDÉRATION DES PRODUCTEURS MARAÎCHERS DU QUÉBEC | 3 |
| 1.1 Mission | 3 |
| 1.2 Vision..... | 3 |
| 1.3 Composition de la Fédération..... | 3 |
| 1.4 Activités et services | 4 |
| 1.5 Nos clients | 4 |
| 1.6 Les marchés de nos clients | 4 |
| 2. PORTRAIT DU SECTEUR MARAÎCHER | 5 |
| 2.1 La production maraîchère québécoise | 5 |
| 2.2 Les particularités du secteur maraîcher..... | 6 |
| 2.3 Les principaux avantages concurrentiels du secteur maraîcher..... | 7 |
| 2.4 Les principaux défis concurrentiels du secteur maraîcher..... | 7 |
| 3. LES ORIENTATIONS STRATÉGIQUES DU SECTEUR MARAÎCHER | 8 |
| 3.1 Volet 1 : Optimiser la production et de la mise en marché | 8 |
| 3.2 Volet 2 : Favoriser la relève et la diversification | 9 |
| 3.3 Volet 3 : Mettre en place une stratégie proactive au regard des exigences sociétales (l'environnement, la salubrité des aliments et la traçabilité) | 9 |
| 4. RÉFLEXIONS DU SECTEUR MARAÎCHER EN VUE DE LA FUTURE POLITIQUE BIOALIMENTAIRE DU QUÉBEC | 10 |
| 4.1 Mesure de soutien aux entreprises maraîchères du Québec..... | 10 |
| 4.2 Permettre aux entreprises maraîchères du Québec de maintenir, d'accroître leur place sur les marchés et de faire face à la concurrence étrangère..... | 11 |
| 4.3 Le respect des normes environnementales est une condition préalable au développement du secteur bioalimentaire | 12 |
| 4.4 Tout en maintenant l'objectif de protéger le territoire agricole québécois, il est souhaitable de faire preuve d'une plus grande souplesse pour l'implantation de nouvelles entreprises agricoles ou le développement d'entreprises agricoles en opération..... | 13 |
| 4.5 Les forces auxquelles l'on doit faire appel pour saisir les occasions d'affaires qui se présentent | 14 |
| 4.6 Quels sont les principaux désavantages de mettre le consommateur au centre des préoccupations de l'industrie?..... | 15 |
| 4.7 Quel équilibre le gouvernement devrait-il rechercher entre des mesures de soutien et des mesures de développement ? | 16 |
| 5. RÉSUMÉ | 17 |
| 6. ANNEXE 1 | 21 |

1. LA FÉDÉRATION DES PRODUCTEURS MARAÎCHERS DU QUÉBEC

1.1 MISSION

Fondée en 1980, la Fédération des producteurs maraîchers du Québec (FPMQ) est une organisation démocratique qui représente et défend les intérêts des producteurs, appuie la recherche et le développement technologique, facilite l'accès aux marchés et fait la promotion des productions maraîchères et de petits fruits afin d'améliorer les revenus des entreprises maraîchères. La FPMQ est affiliée à l'Union des producteurs agricoles (UPA).

1.2 VISION

La Fédération des producteurs maraîchers du Québec (FPMQ) s'engage par ses actions de nature collective à améliorer la compétitivité des entreprises maraîchères du Québec dans le respect de leur organisation et de leur clientèle.

1.3 COMPOSITION DE LA FÉDÉRATION

La Fédération des producteurs maraîchers du Québec (FPMQ) représente près de 1 500 producteurs et productrices agricoles cultivant en production maraîchère et 700 entreprises de petits fruits.

La FPMQ est composée de huit syndicats régionaux affiliés et de deux syndicats provinciaux spécialisés représentant l'ensemble des régions du Québec :

- ◆ Syndicat des producteurs maraîchers de St-Jean-Valleyfield;
- ◆ Syndicat des producteurs maraîchers de la Montérégie-Est;
- ◆ Syndicat des producteurs maraîchers de Lanaudière;
- ◆ Syndicat des producteurs maraîchers de la Mauricie;
- ◆ Syndicat horticole et fruitier Outaouais-Laurentides;
- ◆ Syndicat horticole du Bas St-Laurent/Côte-du-Sud;
- ◆ Syndicat des producteurs horticoles du Saguenay-Lac-Saint-Jean;
- ◆ Syndicat Interrégional;
- ◆ Syndicat des producteurs d'oignons du Québec;
- ◆ Association des producteurs de fraises et de framboises du Québec.

1.4 ACTIVITÉS ET SERVICES

- ◆ Programme de paiement anticipé;
- ◆ Info-Marchés fruits et légumes;
- ◆ La Semaine horticole;
- ◆ Journée Portes ouvertes de l'UPA;
- ◆ Éditeur de PRIMEURS, le média de l'actualité maraîchère au Québec;
- ◆ Défense des intérêts des producteurs maraîchers;
 - Sécurité du revenu;
 - Agroenvironnement;
 - Phytoprotection;
 - Qualité et traçabilité.
- ◆ Participation à différentes tables ou groupes.

1.5 NOS CLIENTS

Tous les producteurs maraîchers du Québec, quels que soient la taille d'entreprise, leur région, les légumes en production, leur mode de production (conventionnel, durable ou biologique), leur milieu de culture (sol organique ou minéral) et leurs modes de mise en marché.

1.6 LES MARCHÉS DE NOS CLIENTS

- ◆ Kiosque à la ferme, auto cueillette, agriculture soutenue par la communauté (ASC);
- ◆ Marchés publics;
- ◆ Épiceries, fruiteries;
- ◆ Chaînes de distribution;
- ◆ Hôtels, restaurants, institutions (HRI);
- ◆ Exportation.

2. PORTRAIT DU SECTEUR MARAÎCHER

2.1 LA PRODUCTION MARAÎCHÈRE QUÉBÉCOISE¹ :

- ◆ **1 469** producteurs maraîchers
 - Dont près de 600 producteurs qui tirent leur revenu principal de la production de légumes frais.
- ◆ **24 324** hectares
 - Le secteur est marqué par une grande divergence des tailles d'entreprises. À preuve, 308 fermes à elles seules cultivent 14 617 hectares, soit 66 % des superficies².
- ◆ **499 863** tonnes métriques (Tm) de légumes frais produits annuellement
- ◆ Valeur de ventes : **246, 8** millions de dollars
- ◆ Valeur des exportations : 50 % en valeur monétaire sont exportés hors Québec
- ◆ Valeur des légumes québécois exportés :
 - La laitue (24 millions de dollars)
 - Le chou (9,5 millions de dollars)
 - La carotte (7,5 millions de dollars)
 - L'oignon et l'échalote (7 millions de dollars)
 - Le brocoli et le chou-fleur (6,7 millions de dollars)³
- ◆ 4 grandes familles de légumes frais cultivées au Québec⁴ :
 - Légumes racines (22 légumes)
 - betterave, carotte, oignon poireau, etc.
 - Légumes feuilles (38 légumes)
 - brocoli, céleri, chou, chou-fleur, laitue, etc.)
 - Légumes fruits (29 légumes)
 - aubergine, citrouille, concombre, melon, tomate, etc.
 - Légumes divers (8 légumes)
 - gourgane, haricot à l'état frais, maïs sucré, asperge et rhubarbe
- ◆ Avec des recettes monétaires de plus de **240 millions de dollars**, le Québec est le deuxième producteur en importance de légumes de champ au Canada. Ce secteur a connu au cours des 10 dernières années, une croissance supérieure à l'ensemble canadien.

¹ Profil sectoriel de l'industrie bioalimentaire du Québec, édition 2010

² AGÉCO 2007

³ Exportation canadienne (Agriculture et Agroalimentaire Canada)

⁴ La Financière agricole du Québec; volet assurances récolte

- ◆ Avec 14 % des recettes monétaires agricoles du Québec, l'horticulture est le troisième secteur agricole en importance au Québec derrière les productions laitières et porcines. Dans les productions horticoles, les productions maraîchères arrivent au deuxième rang avec 26 % des valeurs à la ferme de l'horticulture⁵.
- ◆ Avec près de 200 millions de ventes nettes admissibles (VNA), 535 entreprises de légumes de champ génèrent à elles seules 9 % des VNA admissibles au programme Agri-Investissement au Québec en 2007.
- ◆ Le secteur des légumes de champ contribue pour 4,8 % de la contribution « directe » du secteur agricole au PIB et pour 9,9 % de la création « directe » d'emploi.
- ◆ 750 entreprises ont déclaré une main-d'œuvre embauchée totale de 9 509 travailleurs, dont 8 711 saisonniers, 675 à temps plein et 127 à temps partiel. Ces données comprennent aussi les travailleurs étrangers temporaires (TET).

2.2 LES PARTICULARITÉS DU SECTEUR MARAÎCHER

- ◆ Le secteur maraîcher est représenté par deux organisations (FPMQ et l'Association des jardiniers maraîchers du Québec (AJMQ)) ayant des missions différentes, mais qui travaillent de concert sur plusieurs dossiers sectoriels.
- ◆ Les producteurs maraîchers pratiquent une mise en marché libre (sans quotas), mais ordonnée afin de répondre aux besoins spécifiques des chaînes et du marché.
- ◆ Compte tenu de la périssabilité des légumes, il est primordial pour les maraîchers de réaliser la mise en marché de leur récolte avant même que les premiers semis soient faits.
- ◆ Les producteurs maraîchers doivent être innovateurs puisqu'ils ont accès à très peu d'outils de sécurité du revenu (assurances récoltes, Agri-Stabilité et Agri-Québec).
- ◆ Le Québec est un leader canadien dans la production de plusieurs légumes :
 - Part moyenne des légumes canadiens produits par le Québec (1998-2008)
 - Laitue : 80,9 %
 - Poireaux : 70,1 %
 - Radis : 66,8 %
 - Brocoli : 59,2 %
 - Échalote : 58,8 %
 - Céleri : 54,8 %

⁵ Agri-carrières, comité sectoriel de main-d'œuvre de la production agricole

2.3 LES PRINCIPAUX AVANTAGES CONCURRENTIELS DU SECTEUR MARAÎCHER

- ◆ Excellence et abondance des sols
 - 17 263 hectares en terre minérale
 - 6061 hectares en terre organique
- ◆ Proximité des marchés du Nord-est américain et de l'Ontario
- ◆ Pluviométrie avantageuse et climat tempéré favorisant la croissance des légumes
 - La disponibilité d'une eau abondante, salubre et peu chère
- ◆ Qualité de nos produits maraîchers égale ou supérieure à celle des concurrents
 - De nombreuses fermes appliquent les normes de salubrité CanadaGAP
 - Meilleure fraîcheur que les produits californiens en raison de la distance de transport du champ à la table.

2.4 LES PRINCIPAUX DÉFIS CONCURRENTIELS DU SECTEUR MARAÎCHER

- ◆ Parité du dollar canadien :
 - Limite les exportations, augmente les produits sur le marché domestique et favorise les importations = besoin d'accroître significativement la compétitivité du secteur.
- ◆ Exigences sociétales :
 - Accroissement de la pression sur les coûts de production et absence de règles de réciprocité faisant en sorte que les produits importés deviennent plus attrayants (d'un point de vue du coût de production)
- ◆ Concentration des chaînes alimentaires :
 - Accroissement de la pression sur le secteur;
 - Difficulté d'accès au marché pour les petits producteurs;
 - Difficulté d'accès aux producteurs en région.
- ◆ Compétition accrue provenant des autres pays :
 - Pays de l'hémisphère sud et émergents;
 - La saison de production québécoise est de 3-4 mois, ce qui est très court.
- ◆ Coûts de production plus élevés :
 - Notamment en raison de la main-d'œuvre.
- ◆ Offre plus importante et concurrentielle des produits biologiques de masse :
 - Affecte la compétitivité du secteur des légumes de champ qui est moins bien positionné ici au Québec par rapport aux climats plus secs.
- ◆ Achat local :
 - Donne des opportunités, mais les consommateurs demeurent sensibles à l'égard du prix;
 - Le prix demeure un élément déterminant pour l'ensemble des consommateurs.

3. LES ORIENTATIONS STRATÉGIQUES DU SECTEUR MARAÎCHER

Le secteur maraîcher québécois a choisi de se concerter et d'innover pour assurer sa compétitivité sur les marchés et être à l'avant-garde des exigences des consommateurs au niveau de la salubrité, de la traçabilité et de la protection de l'environnement.

Pour ce faire, notre secteur s'est doté d'un plan d'action (*Plan d'action 2010-2015 pour améliorer la capacité concurrentielle du secteur des légumes de champ au Québec* (résumé présenté en **Annexe 1**) qui permettra :

- ◆ D'accroître la viabilité économique, environnementale et sociale des entreprises maraîchères québécoises en optimisant le positionnement « qualité » sur le marché des légumes de champ et en adoptant une approche proactive à l'égard des exigences sociétales.

Tout comme le proposent les orientations et objectifs présentés dans le *Livre vert* qui servira à mettre en œuvre la première politique bioalimentaire du Québec, le plan d'action sectoriel maraîcher vise à promouvoir les légumes du Québec, à favoriser l'amélioration de la capacité concurrentielle des entreprises maraîchères, à appuyer la diversification, à recruter et à former la relève maraîchère, à adopter des pratiques respectueuses de l'environnement et à bonifier les initiatives de biosécurité déjà en place.

La FPMQ a été désignée par le secteur comme étant l'organisation qui assurerait la gestion et la mise en œuvre des initiatives sectorielles désignées dans les trois volets constituant le plan d'action des maraîchers : **1.** Optimiser la production et la mise en marché, **2.** Favoriser la relève et la diversification, **3.** Mettre en place une stratégie proactive en regard des exigences sociétales.

3.1 VOLET 1 : OPTIMISER LA PRODUCTION ET LA MISE EN MARCHÉ

Orientation stratégique :

Les tendances de consommation, notamment à l'égard de l'adoption des saines habitudes de vie et de l'achat local, offrent un potentiel de développement de marché fort intéressant pour le secteur des légumes de champ. Toutefois, pour matérialiser ces opportunités, le secteur se doit d'améliorer son positionnement concurrentiel sur les marchés pour faire face aux pressions exercées par les importations grandissantes, le renforcement de la devise canadienne ainsi que les exigences accrues au niveau de la salubrité, de la traçabilité et de l'environnement.

Correspondance avec la future politique agricole

- ◆ Orientation 1 : Distinguer nos produits alimentaires
 - **Objectif 2** : Soutenir une offre de produits sains et sécuritaires;
 - **Objectif 3** : Promouvoir les produits québécois sur les marchés.
- ◆ Orientation 2 : Renforcer notre capacité concurrentielle
 - **Objectif 1** : Miser sur des entreprises rentables et efficaces;
 - **Objectif 2** : Bâtir une dynamique de développement fondée sur les filières compétitives.

3.2 VOLET 2 : FAVORISER LA RELÈVE ET LA DIVERSIFICATION

Orientation stratégique

Le secteur des légumes de champ appuie son développement sur l'innovation et la nouveauté et offre aux jeunes l'opportunité de s'établir de multiples manières. Toutefois, il appert nécessaire d'améliorer l'image du secteur en le faisant connaître aux jeunes et aux différents intervenants œuvrant au niveau de l'établissement. Il est nécessaire aussi d'adapter les programmes et outils mis à la disposition de la relève afin qu'ils correspondent davantage aux diverses réalités d'établissement dans le secteur des légumes de champ.

Correspondance avec la future politique agricole

- ◆ Orientation 2 : Renforcer notre capacité concurrentielle
 - **Objectif 3** : Favoriser la diversification de l'offre des produits en mettant en valeur le potentiel bioalimentaire régional.

3.3 VOLET 3 : METTRE EN PLACE UNE STRATÉGIE PROACTIVE EN REGARD DES EXIGENCES SOCIÉTALES (L'ENVIRONNEMENT, LA SALUBRITÉ DES ALIMENTS ET LA TRAÇABILITÉ)

Orientation stratégique

Les exigences sociétales en matière de salubrité des aliments, de traçabilité et d'environnement imposent de nombreuses contraintes sur le secteur des légumes de champ. Cette pression ne fera que croître au fil des années et sera accentuée par les actions des compétiteurs notamment avec l'importation grandissante de produits biologiques. La capacité de s'adapter à ces exigences est variable d'une entreprise à l'autre, particulièrement au niveau des plus petites entreprises. Pour faciliter l'adaptation, il appert nécessaire d'améliorer l'accompagnement offert aux producteurs et d'accroître la recherche d'innovations permettant l'adaptation.

Également, des liens étroits doivent être réalisés avec la stratégie de positionnement qualité (tel que le propose le Volet 1 de notre plan d'action) et les actions réalisées par les autres organisations (UPA, MAPAQ, CQH, etc.) afin d'être en mesure de valoriser ces actions auprès des consommateurs.

Correspondance avec la future politique agricole

- ◆ Orientation 3 : Valoriser l'environnement et le territoire du Québec
 - **Objectif 1** : Assurer le développement respectant l'environnement;
 - **Objectif 2** : Contribuer à la production de bénéfices environnementaux;
 - **Objectif 3** : Valoriser l'occupation dynamique du territoire.

4. RÉFLEXIONS DU SECTEUR MARAÎCHER EN VUE DE LA FUTURE POLITIQUE BIOALIMENTAIRE DU QUÉBEC

4.1 MESURE DE SOUTIEN AUX ENTREPRISES MARAÎCHÈRES DU QUÉBEC

Les producteurs maraîchers contribuent significativement à l'économie provinciale en générant des recettes de près de **250 millions de dollars** annuellement. Pourtant, ces producteurs ont accès à très peu d'outils de sécurité de revenu, qu'ils soient de nature collective ou individuelle. De fait, les maraîchers font partie des 20 %⁶ de producteurs agricoles québécois qui n'ont pas droit à l'ASRA ou à la gestion de l'offre. Ces outils collectifs, notamment l'ASRA, ne conviennent pas à notre secteur. Avec 50 % des légumes de champ produits au Québec qui sont exportés vers les États-Unis, il serait beaucoup trop onéreux pour les maraîchers concernés de verser les droits compensateurs à l'exportation.

Les maraîchers font partie des **20 %** de producteurs agricoles québécois qui **n'ont pas droit à l'ASRA** ou à la gestion de l'offre.

Puisque ces maraîchers ont peu d'outils de sécurité du revenu adéquat mis à leur disposition, il revient à chaque maraîcher d'assumer les coûts reliés aux innovations, aux aléas climatiques, aux enjeux du marché. Ce fardeau financier met en péril l'amélioration de la capacité concurrentielle des entreprises maraîchères québécoises.

Outils collectifs

Assurance récolte :

- ◆ Retourne au secteur maraîcher 9,5 millions de dollars (3,8 % des recettes maraîchères);
- ◆ Le programme d'assurance récolte actuel ne répond pas adéquatement aux besoins des maraîchers;
- ◆ Basés sur un seuil d'abandon, les maraîchers absorbent parfois jusqu'à 80 % de pertes avant d'être indemnisés;
- ◆ Programme «catastrophe» mal adapté pour notre secteur;
- ◆ Ne couvre pas tous les légumes de champ.

Outils individuels

Agri-Québec et Agri-Investissement :

- ◆ Montant maximal des ventes nettes admissibles (VNA) de 3 % avec un plafond à 1,5 million de dollars;
- ◆ Désavantage plus de 33 entreprises maraîchères novatrices qui excèdent le plafond;
- ◆ Ne réponds pas aux besoins tangibles des entreprises familiales pratiquant une mise en marché dans les chaînes;
- ◆ Ne couvre pas les risques que les producteurs ne peuvent pas maîtriser (volatilité des prix, augmentation des intrants).

⁶ Profil sectoriel de l'industrie bioalimentaire au Québec (édition 2010)

Nous proposons d'améliorer le programme d'assurance récolte par un programme d'autogestion du risque (PAR). Nous demandons de nouveaux outils collectifs permettant notamment un financement sur 10 ans pour l'implantation de nouveaux comités de production, de développer des programmes d'aide financière pour les entreprises qui souhaitent réaliser des activités de R&D, des formations, des essais au champ ou à la ferme et de bonifier les entreprises qui choisissent des pratiques environnementales comme les rotations, les jachères, la lutte intégrée, etc.

La FPMQ recommande une équité en termes de sécurité de revenu (collectif et individuel), et ce, en fonction des recettes monétaires produites par notre secteur. De plus, il est primordial pour assurer notre compétitivité que les programmes d'aide financière soient « verts » au niveau de l'OMC.

La FPMQ recommande un programme d'autogestion des risques qui soit modulé en fonction des recettes de l'entreprise maraîchère. Ce programme pourrait être à l'image du plus récent programme d'autogestion des risques du ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Affaires rurales de l'Ontario pour les produits horticoles comestibles qui propose :

- 2 % des ventes nettes admissibles (VNA) jusqu'à 2,5 millions de dollars;
- 1,5% des VNA entre 2,5 et 5 millions de dollars;
- 1% des VNA au-delà de 5 millions de dollars.

4.2 PERMETTRE AUX ENTREPRISES MARAÎCHÈRES DU QUÉBEC DE MAINTENIR ET D'ACCROÎTRE LEUR PLACE SUR LES MARCHÉS ET DE FAIRE FACE À LA CONCURRENCE ÉTRANGÈRE

La concurrence étrangère est omniprésente pour les entreprises maraîchères québécoises. De fait, tous les légumes produits au Québec (plus de 65) peuvent être importés. Tout au long de l'année, le consommateur retrouve facilement sur les tablettes des épiceries des légumes en provenance des États-Unis, de l'Amérique du Sud, de l'Asie et même de l'Ontario. Les exigences des chaînes, la valeur du dollar canadien, le manque d'information sur la provenance des légumes sont des facteurs qui contribuent à la commercialisation et à la consommation de légumes étrangers.

Nous sommes d'avis que l'utilisation d'un identifiant contribue positivement à stimuler les demandes de produits locaux, tant dans les épiceries, dans les marchés publics que dans les restaurants.

La concurrence étrangère est omniprésente pour les entreprises maraîchères québécoises. Tous les légumes produits au Québec (**plus de 65**) peuvent être importés

- ◆ Pour 81 % des consommateurs, le fait de pouvoir identifier aisément les produits du Québec dans les épiceries représente un incitatif suffisamment important pour les stimuler à acheter ces produits plutôt que d'autres (Léger Marketing — août 2001);
- ◆ Les ventes d'asperges du Québec sont en nette croissance depuis l'apparition d'identifiants tels l'élastique jaune, portant le logo *Aliments du Québec* (Comité asperge, 2011);
- ◆ Les efforts et initiatives de promotion des légumes frais du Québec ne doivent pas être exclusifs aux circulaires des marchés d'alimentation. Il faut en faire la publicité dans les écoles, les restaurants, les marchés publics, les hôpitaux, etc.

La FPMQ recommande que les sommes nécessaires soient mises en place pour mener une campagne nationale de visibilité des produits du Québec à l'instar de l'initiative Ontarienne *FoodLand (Terre nourricière)*. Cette campagne doit être planifiée sur une période d'au moins 10 ans pour obtenir des retombées significatives;

La FPMQ recommande également qu'il y ait la création de mécanismes de vérification (surveillance) pour l'utilisation de logos et d'identifiants de la provenance des produits du Québec.

4.3 LE RESPECT DES NORMES ENVIRONNEMENTALES EST UNE CONDITION PRÉALABLE AU DÉVELOPPEMENT DU SECTEUR BIOALIMENTAIRE

De toutes les productions végétales, ce sont les productions maraîchères qui utilisent les plus grandes quantités de pesticides à l'hectare. Utilisés depuis plus de 40 ans, il ne fait aucun doute que ces produits

Les producteurs maraîchers demeurent confrontés à une dure réalité :

- ◆ les gains d'efficacité économique directs liés aux pesticides ne font qu'accroître les difficultés de les substituer par des méthodes de lutte biologique.

aient contribué à l'accroissement des rendements, à la performance des entreprises maraîchères et à la diminution des risques causés par les insectes, les champignons ou les plantes nuisibles. D'un autre côté, les pesticides peuvent aussi affecter l'environnement (contamination des cours d'eau) et la santé humaine (des travailleurs et des résidents des zones agricoles).

Conscients des problématiques engendrées par l'utilisation des pesticides et soucieux d'utiliser des pratiques plus respectueuses de l'environnement, les producteurs maraîchers demeurent confrontés à une dure réalité : les gains d'efficacité économique directs liés aux pesticides ne font qu'accroître les difficultés de les substituer par des méthodes de lutte biologique. Pourtant, lorsqu'on intègre à l'équation

coût/bénéfice, les coûts sociétaux (impacts sur l'environnement, la santé, la biodiversité, etc.), la rentabilité des méthodes alternatives aux pesticides augmente.⁷

⁷ Forest Lavoie Conseil et Compagnie de recherche Phytodata : Conditions économiques optimales à l'adoption de lâchers de mouches stériles dans les cultures d'oignons au Québec.

Nous remarquons que les facteurs constituant des freins à la réduction des pesticides sont :

- ◆ Le manque d'information sur l'efficacité et la disponibilité des différents outils de lutte alternative;
- ◆ Les risques financiers et concurrentiels imposés aux maraîchers qui souhaitent adopter des pratiques plus écologiques;
- ◆ La disponibilité commerciale au Québec d'outils de lutte (largement utilisés en Europe) comme les mouches stériles, le trichogramme, etc.

La FPMQ recommande :

- Un programme de compensations financières pour assurer, entre autres, un coût de production concurrentiel qui serait destiné aux producteurs qui réduisent l'utilisation de pesticides sur leur ferme;
- Un fonds financier disponible aux organismes qui souhaitent commercialiser des agents de lutte biologiques (prédateurs naturels) pour une masse critique d'utilisateurs;
- Un fonds de recherche récurrent pour faire des essais dans nos conditions en s'inspirant des outils de lutte intégrée utilisés ailleurs dans le monde;
- La formation adéquate des producteurs et des conseillers agronomiques afin d'augmenter le niveau de connaissance de ces méthodes de lutte alternative.

4.4 TOUT EN MAINTENANT L'OBJECTIF DE PROTÉGER LE TERRITOIRE AGRICOLE QUÉBÉCOIS, IL EST SOUHAITABLE DE FAIRE PREUVE D'UNE PLUS GRANDE SOUPLESSE POUR L'IMPLANTATION DE NOUVELLES ENTREPRISES AGRICOLES OU LE DÉVELOPPEMENT D'ENTREPRISES AGRICOLES EN OPÉRATION

Depuis le règlement sur les exploitations agricoles (REA) instauré en 2005 imposant le gel des superficies en culture dans les bassins dits dégradés, aucune superficie en sol organique n'a pu être mise en exploitation par les producteurs agricoles. Considérant que près de 25 % des superficies provinciales consacrées à la production maraîchère au Québec sont des sols organiques⁸, cette interdiction a des effets tangibles pour les entreprises maraîchères concernées.

De fait, certains maraîchers avaient déjà investi de fortes sommes avant l'entrée en vigueur du moratoire, dans l'achat de parcelles de terrains dans le but de les défricher et d'accroître leur rentabilité. Ces derniers ne peuvent donc pas mettre en valeur ces terres, telles qu'il était envisagé dans leur planification d'entreprise en plus de

Considérant que près de **25 % des superficies provinciales** consacrées à la **production maraîchère au Québec** sont des sols organiques, le règlement sur les exploitations agricoles (REA) a des effets négatifs tangibles pour les entreprises maraîchères concernées.

⁸ <http://www.statcan.gc.ca/pub/21-006-x/21-006-x2001002-fra.pdf>

contribuer à l'augmentation du prix des terres dans ces régions. Ceci engendre des pertes financières pour les entreprises tant pour faire les paiements hypothécaires, les paiements de taxes municipales que l'entretien, car souvent les travaux ont été commencés avant l'entrée en vigueur du moratoire.

La FPMQ recommande la levée du moratoire afin de permettre aux producteurs maraîchers de valoriser leurs terres moyennant certaines conditions de mise en valeur que l'État pourrait élaborer en concertation avec les producteurs.

4.5 LES FORCES AUXQUELLES L'ON DOIT FAIRE APPEL POUR SAISIR LES OCCASIONS D'AFFAIRES QUI SE PRÉSENTENT

Valorisation et diversification des légumes frais du Québec

Malgré les efforts déployés par les différentes tables de concertation alimentaires à promouvoir les légumes du Québec auprès des acheteurs et des consommateurs, nous sommes obligés de constater que les producteurs maraîchers particulièrement ceux situés en région éloignée ne semblent pas tirer tous les bénéfices escomptés.

L'achat local en plus de protéger l'environnement (par des produits qui voyagent moins) a une incidence positive sur l'économie des régions et sur la rentabilité des entreprises agricoles. À ce jour, très peu d'exploitations maraîchères commercialisent leurs récoltes dans le réseau des Hôtels, Restaurants et Institutions (HRI). Nous sommes d'avis qu'une meilleure reconnaissance des légumes frais du Québec par les HRI permettrait aux entreprises maraîchères de diversifier leur mise en marché ainsi que leur production.

De taille plus modeste, les fermes maraîchères situées en région peuvent difficilement répondre aux exigences de volumes des grandes chaînes. De plus, la distance pour livrer les légumes jusqu'au centre de distribution gruge tous les profits. Ces entreprises doivent donc trouver différentes alternatives pour écouler leur production saisonnière. Les marchés publics et les kiosques à la ferme demeurent d'excellentes alternatives pour faire la promotion de l'achat local et pour valoriser les produits régionaux. Cependant, dans bien des cas, ces modes de mise en marché restent insuffisants pour rentabiliser les entreprises maraîchères. Pour assurer une pérennité des entreprises agricoles en région et pour inciter la relève maraîchère à s'y établir, il importe de mettre en place des outils promotionnels destinés aux consommateurs et aux institutions commerciales vantant les avantages de l'achat local

Une **meilleure reconnaissance** des légumes frais du Québec par les HRI permettrait aux entreprises maraîchères de diversifier leur mise en marché, ainsi que leur production.

La FPMQ recommande :

- Qu'un maillage entre les maraîchers et les HRI émerge, principalement dans les zones de production maraîchère éloignées (Bas St-Laurent, Gaspésie, Saguenay-Lac-St-Jean, Abitibi-Témiscaminque);
- De mettre sur pied des initiatives destinées aux consommateurs et aux institutions afin de valoriser les légumes du Québec et les fermes situées en région.

4.6 QUELS SONT LES PRINCIPAUX DÉSAVANTAGES DE METTRE LE CONSOMMATEUR AU CENTRE DES PRÉOCCUPATIONS DE L'INDUSTRIE?

Avec la venue des émissions de cuisine présentant des plats très esthétiques conjugués à l'abondance de légumes importés de taille et de forme uniforme, le consommateur québécois recherche de plus en plus des légumes parfaits.

Ce phénomène engendre d'énormes pertes économiques pour les producteurs maraîchers québécois qui ne peuvent plus commercialiser tous leurs légumes parce qu'ils ne répondent pas aux attributs esthétiques recherchés. De fait, plusieurs kilogrammes de légumes sains et de très bonne qualité nutritionnelle ne sont pas commercialisés annuellement parce qu'ils ne répondent pas aux critères visuels des acheteurs.

Le consommateur recherche de plus en plus des **légumes parfaits**. Ce phénomène engendre d'énormes pertes économiques pour les producteurs maraîchers.

Ceci s'ajoute au coût de production des légumes du Québec qui, comparativement aux maraîchers américains, est plus élevé :

- ♦ Normes de salubrité plus exigeantes;
- ♦ Accès à moins de produits phytosanitaires homologués;
- ♦ Coût de la main-d'œuvre (locale et étrangère);
- ♦ Coût des intrants;
- ♦ Coût des terres.

Le surcroît de travail de la part des maraîchers du Québec pour répondre aux exigences des consommateurs ne se reflète pas sur le prix de vente des légumes. L'entièreté des dépenses est assumée par le producteur.

La FPMQ recommande

- Des programmes de compensations financières pour les producteurs qui absorberaient les hausses de coût de production qui ne se reflètent pas sur le prix de vente aux consommateurs;
- La création d'un fonds de recherche pour développer de nouvelles alternatives (débouchés) économiquement intéressantes afin de valoriser les légumes sains et de qualité ne répondant pas aux spectres des acheteurs.

4.7 QUEL ÉQUILIBRE LE GOUVERNEMENT DEVRAIT-IL RECHERCHER ENTRE DES MESURES DE SOUTIEN ET DES MESURES DE DÉVELOPPEMENT ?

L'organisation reconnue par le secteur maraîcher doit avoir les ressources (humaine et financière) nécessaires pour assurer les suivis requis à l'atteinte des objectifs sectoriels.

Le secteur maraîcher reconnaît que, parmi la liste des initiatives ciblées par le plan d'action maraîcher, les comités de production sont indispensables pour renforcer sa capacité concurrentielle.

À juste titre, les retombées générées par les deux comités existants (Comité carotte, Comité asperge) sont probantes. Grâce à ces comités, les producteurs de carotte et d'asperge ont entamé des actions concertées qui leur ont permis de mettre en valeur leurs légumes tout en leur permettant de moderniser leurs façons de faire.

À preuve, la création d'un mécanisme de contrôle de la carotte, visant à commercialiser une Carotte Qualité Québec qui surpasse les normes Canada Numéro 1, permettra aux producteurs, vendant dans les chaînes, d'avoir une visibilité supérieure en échange d'une carotte de première qualité. Les retombées obtenues grâce à l'identification de la provenance des asperges du Québec par un identifiant qui inclut le logo « Aliments du Québec » ont permis de revitaliser cette production aux prises avec les importations massives d'asperges provenant des États-Unis et de l'Amérique du Sud.

Puisque le secteur souhaite notamment voir la création de nouveaux comités de production qui répond aux besoins des producteurs de légumes de champ (65 légumes distincts), il importe que l'organisation reconnue par le secteur en tant que gestionnaire du plan d'action maraîcher *Plan d'action 2010-2015 pour améliorer la capacité concurrentielle du secteur des légumes de champ au Québec* ait les ressources (humaine et financière) nécessaires pour y arriver. Nous proposons une solution qui pourrait être à l'image du plus récent programme du ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Affaires rurales de l'Ontario intitulé Programme d'amélioration des vignobles de l'Ontario⁹. On y retrouve un volet soutien à l'industrie (VSI) d'un million de dollars sur quatre ans qui vise à aider l'ensemble de l'industrie à acquérir des technologies et des capacités supplémentaires pour améliorer la production de raisin dans les vignobles. Ce fond est administré par le Grape Growers of Ontario, soit l'organisation reconnue par l'industrie ontarienne.

La FPMQ recommande un programme de financement récurrent de 250 000\$ annuellement, exclusif au secteur de légumes de champ, visant la rétention de personnel qualifié qui assurera la création, la supervision, la coordination des initiatives ciblées dans le plan d'action sectoriel tel l'implantation et l'animation des comités de production (actuels et futurs), la mise à jour des coûts de productions des légumes de champ et l'accès à l'information pour tous les producteurs, etc.

⁹ <http://www.omafra.gov.on.ca/french/rural/ovip/index.htm>

5. RÉSUMÉ

Fondée en 1980, la Fédération des producteurs maraîchers du Québec (FPMQ) est une organisation démocratique qui représente et défend les intérêts de 1 500 producteurs maraîchers dont près de 600 producteurs qui tirent leur revenu principal de la production de légumes frais.

Véritable locomotive pour l'économie du Québec, le secteur maraîcher représente :

- ◆ Des ventes annuelles de 246 ,8 millions de dollars;
- ◆ Plus de 24 000 hectares en production;
- ◆ 499 863 tonnes métriques (Tm) de légumes frais produits annuellement;
- ◆ 4,8 % de la contribution « directe » du secteur agricole au PIB et 9,9 % de la création « directe » d'emploi;
- ◆ 9 509 travailleurs, dont 8 711 saisonniers, 675 à temps plein et 127 à temps partiel.

Le secteur maraîcher québécois a choisi de se concerter et d'innover pour assurer sa compétitivité sur les marchés et être à l'avant-garde des exigences des consommateurs au niveau de la salubrité, de la traçabilité et de la protection de l'environnement.

Pour ce faire, notre secteur s'est doté d'un plan d'action (*Plan d'action 2010-2015 pour améliorer la capacité concurrentielle du secteur des légumes de champ au Québec* (résumé présenté en annexe 1) qui permettra :

- ◆ d'accroître la viabilité économique, environnementale et sociale des entreprises maraîchères québécoises en optimisant le positionnement « qualité » sur le marché des légumes de champ et en adoptant une approche proactive à l'égard des exigences sociétales.

Tout comme le proposent les orientations et objectifs présentés dans le *Livre Vert* qui servira à mettre en œuvre la première politique bioalimentaire du Québec, le plan d'action sectoriel maraîcher vise à promouvoir les légumes du Québec, à favoriser l'amélioration de la capacité concurrentielle des entreprises maraîchères, à appuyer la diversification, à recruter et à former la relève maraîchère, à adopter des pratiques respectueuses de l'environnement et à bonifier les initiatives de bio-sécurité déjà en place.

La FPMQ a été désignée par le secteur comme étant l'organisation qui assurerait la gestion et la mise en œuvre des initiatives sectorielles désignées dans les trois volets constituant le plan d'action des maraîchers :

1. Optimiser la production et la mise en marché;
2. Favoriser la relève et la diversification;
3. Mettre en place une stratégie proactive en regard des exigences sociétales.

EN RÉPONSE AUX QUESTIONS FORMULÉES DANS LE *LIVRE VERT* POUR UNE POLITIQUE BIOALIMENTAIRE : *DONNER LE GOÛT DU QUÉBEC*, VOICI LES ORIENTATIONS PROPOSÉES PAR LA FÉDÉRATION DES PRODUCTEURS MARAÎCHERS DU QUÉBEC

1. Constat

Les maraîchers font partie des 20 % de producteurs agricoles québécois qui n'ont pas droit à l'ASRA ou à la gestion de l'offre.

Recommandation

- ◆ Une équité en terme de sécurité de revenu (collectif et individuel), et ce, en fonction des recettes monétaires produites par notre secteur. De plus, il est primordial pour assurer notre compétitivité que les programmes d'aide financière soient « verts » au niveau de l'OMC.
- ◆ Un programme d'autogestion des risques qui soit modulé en fonction des recettes de l'entreprise maraîchère. Ce programme pourrait être à l'image du plus récent programme d'autogestion des risques du ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Affaires rurales de l'Ontario pour les produits horticoles comestibles qui propose :
 - 2 % des Ventes Nettes Admissibles (VNA) jusqu'à 2,5 millions de dollars;
 - 1.5% des VNA entre 2,5 et 5 millions de dollars;
 - 1% des VNA au-delà de 5 millions de dollars.

2. Constat

La concurrence étrangère est omniprésente pour les entreprises maraîchères québécoises. Tous les légumes produits au Québec (plus de 65) peuvent être importés.

Recommandation

- ◆ Que les sommes nécessaires soient mises en place pour mener une campagne nationale de visibilité des produits du Québec à l'instar de l'initiative Ontarienne *FoodLand (Terre nourricière)*. Cette campagne doit être planifiée sur une période d'au moins 10 ans pour obtenir des retombées significatives;
- ◆ Qu'il y ait la création de mécanismes de vérification (surveillance) pour l'utilisation de logos et d'identifiants de la provenance des produits du Québec.

3. Constat

Les producteurs maraîchers demeurent confrontés à une dure réalité : les gains d'efficacité économique directs liés aux pesticides ne font qu'accroître les difficultés de les substituer par des méthodes de lutte biologique.

Recommandation

- ◆ Un programme de compensations financières pour assurer, entre autres, un coût de production concurrentiel qui serait destiné aux producteurs qui réduisent l'utilisation de pesticides sur leur ferme;
- ◆ Un fonds financier disponible aux organismes qui souhaitent commercialiser des agents de lutte biologiques (prédateurs naturels) pour une masse critique d'utilisateurs;
- ◆ Un fonds de recherche récurant pour faire des essais dans nos conditions en s'inspirant des outils de lutte intégrée utilisés ailleurs dans le monde;
- ◆ La formation adéquate des producteurs et des conseillers agronomiques afin d'augmenter le niveau de connaissance de ces méthodes de lutte alternative.

4. Constat

Considérant que près de 25% des superficies provinciales consacrées à la production maraîchère au Québec, sont des sols organiques, le règlement sur les exploitations agricoles (REA) a des effets négatifs tangibles pour les entreprises maraîchères concernées.

Recommandation

- ◆ la levée du moratoire afin de permettre aux producteurs maraîchers de défricher leurs terres moyennant certaines conditions de mise en valeur que l'État pourrait élaborer en concertation avec les producteurs.

5. Constat

Une meilleure reconnaissance des légumes frais du Québec par les HRI permettrait aux entreprises maraîchères de diversifier leur mise en marché ainsi que leur production.

Recommandation

- ◆ Qu'un maillage entre les maraîchers et les HRI émerge, principalement dans les zones de production maraîchère éloignées (Bas St-Laurent, Gaspésie, Saguenay-Lac-St-Jean, Abitibi-Témiscamisque);
- ◆ De mettre sur pied des initiatives destinées aux consommateurs et aux institutions afin de valoriser les légumes du Québec et les fermes situées en régions.

6. Constat

Le consommateur recherche de plus en plus des légumes parfaits. Ce phénomène engendre d'énormes pertes économiques pour les producteurs maraîchers.

Recommandation

- ◆ Des programmes de compensations financières pour les producteurs qui absorberaient les hausses de coût de production qui ne se reflètent pas sur le prix de vente aux consommateurs
- ◆ La création d'un fond de recherche pour développer de nouvelles alternatives (débouchés) économiquement intéressantes afin de valoriser les légumes sains et de qualité ne répondants pas aux spectres des acheteurs.

7. Constat

L'organisation reconnue par le secteur maraîcher en tant que gestionnaire du plan d'action *Plan d'action 2010-2015 pour améliorer la capacité concurrentielle du secteur des légumes de champ au Québec* doit avoir les ressources (humaine et financière) nécessaires pour assurer les suivis requis à l'atteinte des objectifs.

Recommandation

Un programme de financement récurrent de 250 000\$ annuellement, exclusif au secteur de légumes de champ, visant la rétention de personnel qualifié qui assurera la création, la supervision, la coordination des initiatives ciblées dans notre plan d'action tel l'implantation et l'animation des comités de production (actuels et futurs), la mise à jour des coûts de productions des légumes de champ et l'accès à l'information pour tous les producteurs, etc.

ANNEXE 1

*Plan d'action 2010-2015 pour améliorer la capacité concurrentielle
du secteur des légumes de champ au Québec*

Sommaire du plan d'action pour améliorer la compétitivité du secteur des légumes de champ au Québec 2010-2015

Mission : « Accroître la viabilité économique, environnementale et sociale des entreprises maraîchères québécoises en optimisant le positionnement « qualité » sur le marché des légumes de champ et en adoptant une approche proactive à l'égard des exigences sociétales. »

Vision : « Le secteur maraîcher québécois, reconnu pour la qualité supérieure de ses légumes de champ, se concerte et innove pour assurer sa compétitivité sur les marchés et être à l'avant-garde des exigences des consommateurs au niveau de la salubrité, de la traçabilité et de la protection de l'environnement. »

| Cible 1: Optimisation de la production et de la mise en marché | Cible 2 : Favoriser la relève et la diversification | Cibles 3 et 4 : Mettre en place une stratégie proactive en regard des exigences sociétales (l'environnement, la salubrité des aliments et la traçabilité) |
|---|--|---|
| Enjeux : <ul style="list-style-type: none"> ✓ La compétitivité sur les marchés | Enjeux : <ul style="list-style-type: none"> ✓ L'image et la capacité d'attraction du secteur envers les jeunes | Enjeux : <ul style="list-style-type: none"> ✓ L'image du secteur et des produits mis en marché ✓ La capacité concurrentielle et le développement des marchés |
| Défis : <ul style="list-style-type: none"> ✓ Se positionner par rapport aux stratégies de développement des marchés des compétiteurs ✓ Améliorer le positionnement qualité sur le marché et la gestion de la terre à la table de la qualité ✓ Améliorer la connaissance et l'information sur les marchés et sur les besoins des consommateurs ✓ Accélérer la R&D et l'innovation au niveau des techniques de production, des produits et de l'emballage ✓ Améliorer la coordination et la cohésion sectorielles ✓ Valoriser sur le marché la proactivité au niveau des exigences sociétales | Défis : <ul style="list-style-type: none"> ✓ Faire connaître le secteur et les opportunités d'établissement ✓ Faciliter l'accès à l'information sur l'établissement dans le secteur des légumes de champ ✓ Offrir un accompagnement plus spécifique à la relève intéressée par le secteur ✓ Améliorer l'efficacité et les retombées des programmes actuels à l'égard du secteur des légumes de champ ✓ Favoriser l'établissement par la diversification | Défis : <ul style="list-style-type: none"> ✓ Assumer un leadership sectoriel dans la conduite des dossiers de l'environnement, la salubrité et la traçabilité ✓ Mettre à jour les connaissances sur les problématiques environnementales ✓ Faire connaître et valoriser les actions des producteurs ✓ Mettre en branle les actions nécessaires pour soutenir le développement des marchés domestiques et extérieurs ✓ Connaître les stratégies mises en place par nos principaux compétiteurs ✓ Offrir un support d'accompagnement aux entreprises pour faciliter l'adaptation ✓ Concerner l'ensemble de la filière autour des objectifs, exigences et moyens ✓ Obtenir une rétribution du marché permettant de valoriser les actions mises en place en regard de l'environnement, de la salubrité et de la traçabilité des aliments ✓ Maintenir la productivité des entreprises en préservant les ressources sol et eau ✓ S'assurer du support de la R&D et de l'innovation pour mettre en branle des solutions novatrices et concurrentielles |
| Orientation stratégique : Adopter un positionnement qualité sur le marché incluant les attributs sociétaux afin d'améliorer la compétitivité et la rentabilité des entreprises légumières québécoises | Orientation stratégique : Faire connaître les opportunités d'établissement et coordonner les efforts avec les partenaires afin d'intéresser la relève et accroître l'établissement dans le secteur | Orientation stratégique : Assumer le leadership sectoriel afin de réaliser et valoriser les actions stratégiques en matière d'agroenvironnement, de salubrité des aliments et de traçabilité comme outils de positionnement qualité/prix |
| Objectif : Accélérer la mise en œuvre des actions prioritaires visant l'amélioration de la productivité et le positionnement qualité/prix sur le marché incluant les attributs sociétaux | Objectif : Améliorer l'image du secteur, favoriser l'émergence de différents modèles d'établissement et s'assurer que les programmes soient bien adaptés à la réalité maraîchère | Objectif : Accélérer l'adoption de bonnes pratiques à l'égard des exigences sociétales et valoriser ces actions sur le marché |

| Cible 1: Optimisation de la production et de la mise en marché | Cible 2 : Favoriser la relève et la diversification | Cibles 3 et 4 : Mettre en place une stratégie proactive en regard des exigences sociétales (l'environnement, la salubrité des aliments et la traçabilité) |
|--|--|--|
| <p>Conduite : Pour assurer la mise en œuvre des actions, les comités de production, qui sont spécialisés par légume, sont les mieux positionnés pour prendre le leadership à cet égard.</p> | <p>Conduite : La création d'un comité établissement « légumes de champ » composé de représentants de la FRAQ, du MAPAQ, de la FADQ, de l'UPA, de l'AJMQ et de la FPMQ, constitue la façon la plus efficace pour conjuguer à la fois la connaissance du secteur, les grandes orientations québécoises en matière d'établissement et pour assurer la mise en œuvre des actions et en optimiser les retombées. Ce comité serait piloté par la FPMQ.</p> | <p>Conduite : La FPMQ, de par sa mission et ses fonctions, est la mieux positionnée pour piloter le volet « exigences sociétales ». Pour ce faire, elle devra jouer le rôle de chef d'orchestre afin d'avoir une vue d'ensemble des problématiques et défis et être en mesure de coordonner et maintenir une cohérence et une synergie dans les actions d'adaptation mises en œuvre ainsi que d'assurer un lien avec les différents comités de production.</p> |
| <p>Moyens/actions :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Embaucher un (des) coordonnateur(s)-analyste(s) des travaux des comités de production 2. Réaliser des études comparatives de compétitivité (« benchmarkings ») par culture pour connaître les forces et faiblesses par rapport aux compétiteurs et ainsi définir les actions spécifiques par culture à entreprendre pour améliorer le positionnement concurrentiel des différents légumes de champ au Québec 3. Établir une stratégie marketing de positionnement qualité par culture et mise en œuvre des actions nécessaires à son obtention 4. Améliorer la connaissance et accroître la diffusion d'information sur le fonctionnement et l'évolution des conditions de marché 5. Déterminer les priorités et réaliser des projets afin d'accélérer l'introduction d'innovation dans le secteur | <p>Moyens/actions :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Élaborer un guide et un site internet : <ul style="list-style-type: none"> – présentant les opportunités offertes par le secteur et les différents modèles d'établissement possibles – regroupant l'ensemble des informations pertinentes pour la relève intéressée par le secteur 2. Réaliser des activités pour faire connaître le secteur 3. Mettre sur pied un système de mentorat 4. Analyser les programmes actuels offerts à la relève et formuler les ajustements nécessaires pour les adapter à la réalité maraîchère 5. Préciser des opportunités d'établissement par la diversification et appuyer l'introduction de nouveaux produits maraîchers par le biais d'un fonds de développement | <p>Moyens/actions :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Réaliser des études comparatives (« benchmarkings ») pour connaître le positionnement du Québec par rapport aux principaux compétiteurs en matière d'environnement, de salubrité, d'innocuité et de traçabilité 2. Réaliser un état des lieux au niveau des problématiques, des défis et des actions en cours et jouer un rôle prépondérant dans les dossiers de traçabilité des aliments et la salubrité 3. Améliorer l'accompagnement offert aux producteurs pour s'adapter aux nouvelles exigences 4. Réaliser une démarche de conciliation avec les grands distributeurs afin d'harmoniser les règles du jeu 5. Élaborer, en lien avec la stratégie de positionnement qualité, une appellation pour valoriser sur le marché les actions des producteurs 6. Faire connaître les actions réalisées par les producteurs 7. Élaborer une stratégie pour accroître la certification des entreprises 8. Préciser les priorités de recherche et de veille 9. Accroître l'information aux producteurs sur les enjeux et les solutions 10. Évaluer les coûts et bénéfices associés aux exigences |
| <p>Ressources financières nécessaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> • An 1 : 550 000 \$ • An 2 : 822 000 \$ • An 3 : 1 022 000 \$ • An 4 : 1 302 000 \$ • An 5 : 1 502 000 \$ | <p>Ressources financières nécessaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> • An 1 : 147 500 \$ • An 2 : 187 500 \$ • An 3 : 167 500 \$ • An 4 : 182 500 \$ • An 5 : 187 500 \$ | <p>Ressources financières nécessaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> • An 1 : 267 000 \$ • An 2 : 320 000 \$ • An 3 : 220 000 \$ • An 4 : 245 000 \$ • An 5 : 220 000 \$ |
| <p>Total Cibles 1 à 4 : An 1 : 965 000 \$, An 2 : 1 329 500 \$, An 3 : 1 409 500 \$, An 4 : 1 729 500 \$ et An 5 : 1 909 500 \$</p> | | |