

Mémoire de la Fédération de l'UPA du Centre-du-Québec

Présenté à la Commission de l'Agriculture, des pêcheries,
de l'énergie et des ressources naturelles (CAPERN)

Résumé

La Fédération a été fondée en 1930 et depuis, elle œuvre activement au développement de l'agriculture dans notre région et s'emploie à défendre résolument les intérêts socioéconomiques des quelque 4500 producteurs agricoles et forestiers au Centre-du-Québec.

Dans ce contexte, la Fédération de l'UPA du Centre-du-Québec souhaite que la CAPERN retienne :

- Que le principe de l'accréditation unique soit clairement réitéré dans le Livre vert sur la future politique agricole québécoise.
- Qu'il faut reconnaître que l'agriculture dans le monde est inégale, inégalement productive et à des coûts de production inégaux. Le prix payé aux agriculteurs doit tenir compte de ce fait.
- Que les actions devront être planifiées de façon à tenir compte des êtres humains qui les réaliseront.
- Qu'une bonne partie des attentes des consommateurs peuvent être comblées par un investissement dans l'éducation et ce, à très jeune âge.
- Qu'un renforcement de l'identification en magasin des aliments produits au Québec ou fabriqués au Québec est pour nous un objectif majeur pour mettre en œuvre la vision énoncée dans le Livre vert.
- Que la Loi sur la mise en marché des produits agricoles, alimentaires et de la pêche est l'outil tout désigné pour progresser dans le positionnement des produits québécois.
- Que les projets régionaux de mise en marché doivent compter sur un soutien financier à plus long terme et aussi sur une stratégie de positionnement à long terme.
- Que les entreprises agricoles doivent pouvoir compter sur des gouvernements qui auront une meilleure compréhension des enjeux.

- Que nous souhaitons maintenir une juridiction provinciale (CPTAQ) du territoire agricole pour éviter tout étalement et une prolifération d'usages non agricoles.
- Que tout en étant ouverts à des propositions de morcellement à des fins agricoles seulement, nous demandons que la Loi sur la protection du territoire agricole soit appliquée de façon beaucoup plus rigoureuse pour les demandes d'usages non agricoles en octroyant davantage de ressources à la CPTAQ.
- Que nous souhaitons la mise en place d'une stratégie d'information et de communication afin de sensibiliser l'ensemble de la population qui habite la zone agricole pour qu'elle soit informée et accepte les inconvénients liés aux exploitations agricoles.
- Que le gouvernement doit insister pour que la CPTAQ joue pleinement son rôle concernant la protection des activités agricoles dans le sens où trop souvent le milieu est confronté à des réglementations municipales ou d'autres ministères qui viennent restreindre voire même interdire certaines productions sur le territoire via des règlements de zonage ou de nuisance (ex : zonage de production, distances séparatrices, etc.)

Nous concluons en disant que nos producteurs agricoles sont avant tout des citoyens dans notre société et qu'ils aspirent à une qualité de vie comparable à celle de leurs voisins. Aujourd'hui, l'agriculture n'est pas un domaine simple et cette profession est pratiquée par des hommes et des femmes qui sont fiers de contribuer au bien-être de leurs semblables, en leur fournissant des aliments de première qualité. Un nouveau contrat social s'impose.

MÉMOIRE DE LA FÉDÉRATION DE L'UPA DU CENTRE-DU-QUÉBEC

Présenté à la Commission de l'agriculture, des
pêcheries, de l'énergie et des ressources naturelles
(CAPERN)

Le 24 août 2011

TABLE DES MATIÈRES

Présentation de la Fédération de l'UPA du Centre-du-Québec	3
Préambule	4
Portrait de l'agriculture et de l'agroalimentaire au Centre-du-Québec	5
La contribution de la Fédération dans le développement de l'agriculture	7
Notre analyse du Livre vert	9
Conclusion	18

PRÉSENTATION DE LA FÉDÉRATION DE L'UPA DU CENTRE-DU-QUÉBEC

La Fédération de l'UPA du Centre-du-Québec a été fondée en 1930 et depuis, elle œuvre activement au développement de l'agriculture dans notre région et s'emploie à défendre résolument les intérêts socioéconomiques des quelque 4500 producteurs agricoles et forestiers au Centre-du-Québec.

La Fédération est une organisation démocratique qui est dirigée par les producteurs. Elle se compose de sept syndicats territoriaux et de 14 syndicats spécialisés de production. Actuellement, 95 % de tous les producteurs agricoles et forestiers de la région y adhèrent volontairement et nombre d'entre eux sont fort actifs au sein de l'organisation.

Par ailleurs, la Fédération régionale a développé au fil des ans plusieurs services collectifs et individuels : comptabilité et fiscalité, gestion, emploi agricole, mise en marché, aménagement régional et environnement, éducation et information, etc. Tous ces services sont sous un même toit au siège social de la Fédération qui est situé à Nicolet et quelque 60 employés œuvrent au sein de l'un ou l'autre de ces services. Elle est également affiliée à l'Union des producteurs agricoles.

La Fédération a été d'un très grand secours pour les nombreuses générations de producteurs agricoles et forestiers qui se sont succédées au cours des 80 dernières années. Dès le départ, la préoccupation majeure de nos « gens de la terre » était leur revenu et à cette problématique s'ajoutaient nombre de défis, dont le financement des entreprises, l'électrification rurale et la formation. Au cours des ans, nos parents et arrière-parents ont réussi à obtenir, à la suite de longues batailles, des outils leur permettant d'améliorer grandement leur sort. Le Crédit Agricole, la Loi sur la mise en marché et la création d'écoles d'agriculture ont été parmi leurs plus importants fleurons.

Aujourd'hui, au Centre-du-Québec, l'agriculture est encore une pièce maîtresse de l'économie régionale et nos entreprises se placent parmi les plus dynamiques et les plus performantes au Québec. Notre agriculture est également marquée par sa diversité et, parfois même, par son originalité; le développement de la production de canneberges est particulièrement éloquent à cet égard. Cependant, certaines productions demeurent marquantes et ont transcendé les époques et les générations, notamment les productions laitière, porcine et bovine qui ont depuis toujours fait la réputation du Centre-du-Québec. Toutefois, au cours des dernières décennies, les productions céréalières ont connu un essor considérable, principalement au nord-ouest de la région.

PRÉAMBULE

La Fédération de l'UPA du Centre-du-Québec tient à remercier la Commission de l'agriculture, des pêcheries, de l'énergie et des ressources naturelles (CAPERN) de lui permettre d'exprimer le point de vue du milieu agricole sur le projet de politique agricole et agroalimentaire que constitue le Livre vert.

Nous considérons que cet exercice s'avère être une initiative fort pertinente et qui arrive à point, au moment où l'agriculture québécoise est fortement malmenée de toutes parts. Nous souhaitons, bien évidemment, que cette démarche puisse jeter un regard éclairé sur l'agriculture. Nous souhaitons également que le citoyen, le consommateur, le législateur et le producteur puissent enfin se trouver des liens d'appartenance solides afin de tisser un véritable contrat social puisque celui que nous avons développé, il y a plusieurs décennies, est en train de s'effriter dangereusement.

PORTRAIT DE L'AGRICULTURE ET DE L'AGROALIMENTAIRE AU CENTRE-DU-QUÉBEC

Présente sur tout le territoire, l'agriculture domine largement l'économie du Centre-du-Québec. À cet effet, voici des statistiques émanant du rapport du bureau régional du MAPAQ :

- 3 743 entreprises agricoles qui génèrent 6 500 emplois;
- les recettes sont de l'ordre de 740 millions de dollars;
- le capital agricole totalise 1,8 milliard de dollars;
- on y cultive 233 000 hectares (35 % de la zone agricole);
- 70 % des fermes élèvent du bétail;
- les productions en croissance sont la chèvre, l'agneau et la canneberge.

Plus en détail, le Centre-du-Québec compte :

- 1 327 fermes laitières avec un cheptel de 64 600 vaches, produisant 16,3 % du lait au Québec;
- la production bovine compte 849 producteurs orientés principalement dans le vache-veau;
- 341 fermes porcines totalisant 600 000 têtes;
- 95 fermes avicoles (88 dans la production de poulet et sept dans la production de dindon) détiennent 300 555 m² de quota de poulet et 25 179 m² de quota de dindon;
- 20 000 moutons répartis dans 122 fermes;
- le cheptel caprin atteint maintenant 7 090 chèvres appartenant à 123 producteurs;
- pour nourrir le bétail, 50 % de la superficie cultivée est consacrée à la culture de foin et de luzerne;
- les céréales et protéagineux occupent 123 000 hectares avec une nette dominance du maïs-grain;
- l'horticulture occupe de petites surfaces pour la vente à la ferme et aux marchés publics;
- croissance fulgurante de la production de la canneberge passant de 127 hectares à 1 461 hectares en 20 ans.

La région Centre-du-Québec rayonne par la diversité de ses productions agricoles, son dynamisme et son souci d'innover. Une de ses grandes forces réside dans le réseautage des différents organismes et le climat convivial existant entre les divers intervenants. Le Centre-du-Québec est assurément à l'image du Québec agricole en entier et nos producteurs ne sont pas à l'abri des bouleversements qui secouent notre agriculture présentement.

L'ensemble de la filière agroalimentaire, qui comprend les maillons agriculture, transformation, commerce de gros et de détail ainsi que restauration, contribue à 11 % de l'activité économique régionale et à 17 % des emplois régionaux.

La région du Centre-du-Québec est la troisième région agricole en importance au Québec. Au chapitre de la transformation alimentaire, la région est la quatrième. Ce maillon de la filière emploie 4 400 personnes réparties dans 166 entreprises. Les entreprises de transformation ont un chiffre d'affaires global de 1,4 milliard de dollars.

LA CONTRIBUTION DE LA FÉDÉRATION DANS LE DÉVELOPPEMENT DE L'AGRICULTURE

La Fédération de l'UPA du Centre-du-Québec œuvre sur plusieurs plans et s'implique activement dans une multitude de projets visant le développement de l'agriculture. Elle est un acteur incontournable et joue un rôle majeur d'agent de développement socioéconomique sur son territoire. Pour illustrer ces propos, nous vous invitons à prendre connaissance de l'ensemble des groupes et organismes où la Fédération est représentée.

Liste des représentations de la Fédération de l'UPA du Centre-du-Québec

- Corporation de développement agroalimentaire du Centre-du-Québec
- Collectif régional en formation agricole
- Comité sécurité civile municipale
- Conseil régional des partenaires du marché du travail
- Réseau Agriconseils
- Conférence régionale des élus
- Conseil régional de l'environnement du Centre-du-Québec
- Commission régionale des ressources naturelles et du territoire du Centre-du-Québec
- Comité multipartite en agriculture et en environnement au Centre-du-Québec
- Comité de gestion du bassin versant de la rivière Saint-François
- Corporation pour la promotion de l'environnement de la rivière Nicolet
- Groupe de concertation du bassin de la rivière Bécancour
- Conseil de gestion du bassin versant de la Yamaska
- Rivière Marguerite
- Rivière Godefroy
- Plan de gestion du cerf de Virginie 2010-2017
- Groupe Faune
- Mesure spéciale d'effarouchement des oies
- ZIP Lac St-Pierre
- ZIP Les Deux Rives
- Table régionale des véhicules hors route
- Comité mixte municipalité et industrie
- Plan de développement de la zone agricole de la MRC de Bécancour
- Chambre de commerce de Nicolet

Pour obtenir un portrait vraiment exhaustif de l'implication de l'UPA sur le territoire du Centre-du-Québec, il faut ajouter à cette liste une multitude de représentations de nos syndicats de secteur sur le plan local.

Ce que nous souhaitons illustrer concrètement, c'est à quel point l'UPA est une organisation sollicitée, présente et active sur le terrain. Évidemment, on ne peut aborder la question des représentations sans parler de l'accréditation syndicale unique. Cette formule permet d'assurer une présence soutenue dans le milieu, assure une seule voix aux producteurs agricoles et leur permet d'être représentés adéquatement partout où leurs intérêts sont mis en cause.

L'accréditation syndicale unique en agriculture, au même titre que la mise en marché collective et la Loi sur la protection du territoire et des activités agricoles, est une de nos plus grandes forces. C'est grâce à ces outils qu'on peut développer une agriculture qui répond aux attentes sociétales, une agriculture qui repose sur une multitude de fermes, dynamiques, diversifiées, rentables, partout au Québec.

L'UPA est POUR le pluralisme syndical, il existe d'ailleurs plusieurs syndicats agricoles au Québec, mais la reconnaissance d'une seule unité d'accréditation sur tout le territoire québécois est nécessaire pour assurer un équilibre dans les rapports entre les agriculteurs et les autres intervenants.

Ce que nous souhaitons que la CAPERN retienne :

Nous demandons que le principe de l'accréditation unique soit clairement réitéré dans le Livre vert sur la future politique agricole québécoise.

NOTRE ANALYSE DU LIVRE VERT

Cinq des questions soumises à la consultation ont retenu notre attention :

Question 2 *Souscrivez-vous à la vision proposée qui place le produit alimentaire au cœur de la politique? Selon vous, quels sont les principaux avantages et désavantages à mettre les attentes des consommateurs au centre des préoccupations de l'industrie?*

Question 5 *Selon vous, les orientations et les objectifs proposés dans le présent projet de politique permettront-ils au gouvernement d'appuyer plus efficacement le secteur bioalimentaire par rapport aux défis de demain? D'autres avenues devraient-elles être explorées pour améliorer l'efficacité de ses interventions?*

La vision, les objectifs et les orientations exprimés dans le Livre vert sont porteurs d'un bel espoir. L'enjeu est de savoir si nous allons réussir à nous entendre sur les actions à poser pour réaliser cette grande vision.

Le texte précise entre autres qu'il faut «faire du produit alimentaire la pierre angulaire de la politique». Pour nous assurer de l'existence d'une pierre angulaire, il faut nous assurer que sa base est des plus solides. De plus, la vision telle que décrite suggère «une intervention équilibrée qui concilie le développement économique avec les préoccupations sociales et environnementales de la société québécoise». Tout cela «en considérant la mondialisation comme une tendance économique incontournable». À première vue, ces trois extraits ne sont pas nécessairement faciles à concilier. Il faudra faire preuve de prudence.

Pour que le produit alimentaire soit la pierre angulaire, il faut impérativement s'assurer que nos entreprises agricoles, donc nos agriculteurs, puissent vivre décemment de leur activité agricole. Pour que nous puissions réaliser cette belle vision, il faut dès maintenant reconnaître que l'agriculture dans le monde est inégale, inégalement productive et à des coûts de production inégaux. Le prix payé aux agriculteurs doit tenir compte de ce fait.

Il sera impossible de concilier le développement économique avec les préoccupations sociales et environnementales si le prix payé aux producteurs s'aligne sur le prix le plus bas dans le monde, sans autre considération. Par ailleurs, le prix payé par les consommateurs connaît une croissance accrue et les écarts entre le prix payé aux agriculteurs et le prix payé par les consommateurs s'expliquent de plus en plus difficilement. Il y a un tunnel obscur dans la composition des prix. La transformation, l'emballage, le transport, la distribution ont certainement une part importante dans l'établissement des prix. Pour que la vision se réalise, il faudra

davantage connaître tous les éléments de la pierre angulaire afin d'instaurer une meilleure confiance, l'établissement de partenariats et, dans certains cas, de chaînes de valeur.

À cet égard, la Loi sur la mise en marché, de par la section chambre de coordination, offre une belle opportunité. Elle demande à être mieux connue par les divers intervenants agroalimentaires. Toutefois, la notion de partenariat est une notion récente qui est apparue dans le Larousse en 1987. Force est de constater qu'actuellement, chacun s'approprie ce concept à sa manière. Le premier pas sera de s'entendre sur la signification du partenariat et les attentes à cet égard. Il faudra aussi développer une bonne dose de confiance et de persévérance et se rappeler que 60 à 75 % de toutes les restructurations ont échoué, non pas à cause de la stratégie, mais à cause de la dimension humaine.

Il faut aussi considérer que ce type de vision est similaire à celle développée en Europe; vision qui tend à s'estomper au fil du temps, car eux aussi sont rattrapés par la course aux prix. Malgré qu'ils aient mis de l'avant la notoriété des artisans et de leurs produits, aujourd'hui en Europe, 44 % des produits alimentaires vendus sont de marque privée (revue alimentation juillet 2011). Fait à noter; la vision identifie le produit alimentaire comme étant la pierre angulaire. Aucun mot, aucune phrase sur les hommes et les femmes qui les produisent. Doit-on en déduire que l'être humain est relégué au second rang?

Mettre les attentes des consommateurs au cœur des préoccupations de l'industrie exige une certaine prudence. Selon certains spécialistes, dont Sylvain Charlebois, professeur en distribution et politiques alimentaires, quand on entre dans une épicerie au Québec, on y remarque une offre unique et différente. Il y a une clientèle loyale, informée et éduquée sur l'alimentation. Le Québécois moyen désire avant tout une expérience, un produit de qualité. Le Québécois typique dépense presque 12 % de son budget familial à l'épicerie tandis qu'en Ontario c'est 9 %.

Par ailleurs, selon Olivier Bender, spécialiste de la fidélisation, la recommandation qui semble la plus banale et qui est à la fois la plus vraie, c'est qu'au final le prix pèse toujours dans la balance. D'ailleurs, l'arrivée au Québec des Super Centre de Walmart et Target et toutes les circulaires annonçant les spéciaux ou politiques de boni mises en place par les distributeurs Métro, Sobey's et Loblaw's parlent de source.

Les attentes des consommateurs semblent infinies. De plus, ils ont un comportement de plus en plus « émotif ». Malgré leurs demandes pour des produits santé, salubres et respectueux de l'environnement, est-ce qu'ils posent réellement les gestes correspondant à ces préoccupations? Le Livre vert explique qu'aujourd'hui, « force est de reconnaître que la progression des cas d'obésité et de diabète observés même chez les jeunes, est devenu un véritable enjeu de santé publique ». Il faut se rendre à l'évidence, même préoccupé par sa santé, le consommateur moyen ne cesse de prendre du poids. Il faut maintenir, voire

renforcer le lien de confiance des consommateurs québécois à l'égard des produits alimentaires québécois.

Une bonne partie des attentes des consommateurs peuvent être comblées par un investissement dans l'éducation et ce, à très jeune âge, pour inculquer de saines habitudes alimentaires, une meilleure connaissance des modes de production au Québec tant en agriculture que dans l'industrie de transformation.

Ce que nous souhaitons que la CAPERN retienne :

Il faut reconnaître que l'agriculture dans le monde est inégale, inégalement productive et à des coûts de production inégaux. Le prix payé aux agriculteurs doit tenir compte de ce fait.

Les actions devront être planifiées de façon à tenir compte des êtres humains qui les réaliseront.

Plusieurs des attentes des consommateurs peuvent être comblées par un investissement dans l'éducation et ce, à très jeune âge.

Question 3 Partagez-vous l'idée que la différenciation des produits alimentaires québécois peut être une stratégie gagnante pour que nos entreprises se démarquent sur les marchés intérieurs et extérieurs?

Un renforcement de l'identification en magasin des aliments produits au Québec ou fabriqués au Québec est pour nous un objectif majeur pour mettre en œuvre la vision énoncée dans le Livre vert. En fait, nous croyons que cet objectif est davantage porteur et prometteur que celui de mettre les attentes des consommateurs au centre des préoccupations de l'industrie. Leurs attentes, rappelons-le, sont infinies contrairement au prix qu'ils sont prêts à payer.

Toutefois, la différenciation seule ne suffira pas. Elle devra être accompagnée d'une stratégie de marketing puissante et soutenue poussant les consommateurs à choisir les produits québécois. Un incontournable, il faudra se donner les moyens financiers de nos ambitions. Toutes ces stratégies prendront du temps, mais en attendant que tout soit bien en place, plusieurs régions ont entrepris ce travail colossal et demandent à ce que le soutien financier soit maintenu.

Force est de constater que l'étau se resserre graduellement sur ceux et celles qui ont des produits alimentaires à vendre. Ils font face à trois géants (Loblaw's, Sobeys, Métro) qui contrôlent 69 % du marché et qui se font une guerre de prix. Que peut-on

faire pour sensibiliser nos consommateurs à ces valeurs plus profondes qui façonnent notre agriculture comme la souveraineté agroalimentaire, l'achat local, la protection de l'environnement, l'occupation du territoire, la ferme familiale et, surtout, la santé?

Une partie de la réponse se retrouve dans des projets de partenariat structurants comme Le Centre-du-Québec, goûtez-y! Ce projet d'une durée de trois ans, qui en est à sa dernière année, est le fruit d'une concertation sans précédent entre tous les acteurs de la filière, dont l'UPA. Il fait la preuve incontestable que les outils collectifs de mise en marché permettent toute la latitude nécessaire pour développer la mise en marché régionale et l'achat local. Voici quelques faits saillants de ce projet régional dont nous sommes très fiers.

Le Centre-du-Québec, goûtez-y! est une vaste campagne promotionnelle qui s'inscrivait à l'origine dans la campagne provinciale « Mettez le Québec dans votre assiette », devenue aujourd'hui « Toujours le bon choix ». Dans la dernière année seulement, cette campagne a été présente dans sept marchés publics et virtuels, dans 33 entreprises vendant leurs produits directement sur les lieux de production et de transformation et dans neuf supermarchés répartis dans les cinq MRC.

L'objectif est toujours d'accroître l'achat local. À cet égard, saviez-vous qu'une augmentation de l'achat de produits de la région de 1,75 \$ par semaine par citoyen représente des retombées de 22,9 millions de dollars pour nos entreprises?

Pour y arriver, des thématiques sur les lieux de vente sont mises de l'avant, tout comme l'identification des produits, des campagnes publicitaires, des démonstrations culinaires, des concours et des cartes fidélité. Cette panoplie de moyens promotionnels vise à favoriser une meilleure connaissance de la population à l'égard des produits du Centre-du-Québec et, évidemment, un accroissement des ventes.

Afin d'assurer la pérennité de cette campagne, un portail web est présentement en développement et sera offert à la communauté des affaires et aux intervenants afin qu'ils intègrent les aliments produits et transformés chez nous, dans leurs événements.

Pour que toutes les énergies investies dans ce projet portent véritablement leurs fruits, il faut à tout prix compter sur un soutien financier à plus long terme. Ça peut prendre jusqu'à dix ans pour inculquer un message, mais actuellement, les programmes du MAPAQ sont éphémères. D'une année à l'autre, on ne sait pas si le soutien sera encore là. C'est donc difficile de planifier la suite des choses et d'assurer la continuité des projets dans ce contexte.

Une autre difficulté est le changement de message en cours de route, nécessitant de revoir et de reprendre le matériel promotionnel auquel des investissements ont été consacrés. «Mettez le Québec dans votre assiette» et maintenant «Toujours le bon

choix», deux slogans en trois ans ! Pas facile d'inscrire une empreinte. Il a fallu plus de sept ans à la « marque » Aliment du Québec pour être reconnue tant par les consommateurs que par l'industrie elle-même comme un moyen de positionner le produit.

Ce que nous souhaitons que la CAPERN retienne :

Un renforcement de l'identification en magasin des aliments produits au Québec ou fabriqués au Québec est pour nous un objectif majeur pour mettre en œuvre la vision énoncée dans le Livre vert.

La Loi sur la mise en marché des produits agricoles, alimentaires et de la pêche est l'outil tout désigné pour progresser dans le positionnement des produits québécois (l'exemple des fromages est éloquent).

Pour que toutes les énergies investies dans les projets régionaux de mise en marché portent véritablement leurs fruits, il faut à tout prix compter sur un soutien financier à plus long terme et aussi sur une stratégie de positionnement à long terme.

Question 7 Le gouvernement devrait-il miser davantage sur les entreprises qui ont une perspective de rentabilité et dont les dirigeants montrent une capacité de gestion et des caractéristiques entrepreneuriales? Y aurait-il d'autres critères qui devraient être retenus pour structurer le soutien financier et en établir les priorités?

Une perspective de rentabilité à l'égard de la vision que nous tentons de nous donner ou une perspective de rentabilité dans un contexte de mondialisation où c'est le prix qui fait la loi? L'agriculture que l'on a tendance à mettre dans un coin comme si c'était une activité dépassée ou du passé est clairement au cœur des enjeux de la société.

Nos meilleurs gestionnaires d'entreprises agricoles, jetés dans l'arène de l'agro industrie, peuvent-ils être rentables? Est-ce que les gouvernements, tant provincial que fédéral, prennent soin de prendre des décisions assurant une perspective de rentabilité aux entreprises agricoles et agroalimentaires, bioalimentaires reposant sur une saine capacité de gestion ?

Il existe différents outils nous permettant d'avoir une perspective sur les tendances du marché tant au niveau des besoins que des prix. Il en va de même pour les perspectives sur les taux d'intérêt et taux de change. Nous n'avons toutefois aucune perspective de ce que le gouvernement (provincial ou fédéral) peut décider d'implanter du jour au lendemain en termes de soutien, de règles sanitaires, de

nouvelles exigences administratives, etc. Les frustrations et la colère sont grandes à cet égard.

Est-ce que les entreprises qui ont une perspective de rentabilité et dont les dirigeants montrent une capacité de gestion et des caractéristiques entrepreneuriales pourront compter davantage sur les gouvernements fédéral et provincial qui auront une meilleure compréhension des enjeux? Voilà la véritable question.

Ce que nous souhaitons que la CAPERN retienne :

Les entreprises agricoles doivent pouvoir compter sur des gouvernements qui auront une meilleure compréhension des enjeux.

Question 13 Tout en maintenant l'objectif de protéger le territoire agricole québécois, est-il souhaitable de faire preuve d'une plus grande souplesse pour l'implantation de plus petites entreprises en zone agricole, de manière à favoriser la diversité de l'agriculture et l'occupation dynamique d'un territoire habité?

Nous sommes d'accord avec l'objectif de valoriser l'occupation dynamique du territoire. Nous sommes très bien situés géographiquement pour comprendre le fait que certaines régions du Québec méritent une protection du territoire agricole accrue tandis que d'autres méritent qu'on s'y attarde dans le but de développer les milieux en dévitalisation.

Le territoire de la région Centre-du-Québec comporte une très grande portion de superficies très dynamiques et grandement occupées par les activités agricoles. Dans ces secteurs, nous n'avons pas d'autres choix que de rallier les gens qui prônent que la Loi sur la protection du territoire agricole doit nécessairement rester en place et être appliquée de façon rigoureuse afin de ne pas permettre l'implantation d'usages qui viendrait nuire à l'agriculture.

Par contre, notre territoire est aussi occupé par des secteurs en perte de vitesse et laissés à l'abandon. Et pour ces derniers, nous ne pouvons que nous attarder aux problèmes et regarder la gestion du territoire sous un autre angle. Par exemple, permettre à des familles de s'implanter et de vivre de l'agriculture, malgré le fait qu'elles ne rencontrent pas parfaitement le modèle privilégié.

Nous sommes d'avis que la meilleure façon de protéger la zone agricole est certainement de l'occuper, que ce soit sur une base d'une exploitation permanente ou non, l'important est de l'occuper en faisant de l'agriculture.

Il est de notre autorité de garder en place la CPTAQ, un organisme indépendant pour gérer ces différents usages, puisque nous savons tous très bien que les gouvernements locaux sont trop impliqués politiquement avec leurs citoyens pour être le gardien d'une tâche aussi lourde. Alors sans contredit, il est impératif que le gouvernement du Québec mette tous les moyens en place pour donner les outils nécessaires à la bonne gestion de cet organisme.

Nous croyons aussi que les gouvernements doivent mettre en place des moyens pour faciliter le démarrage de nouvelles entreprises agricoles, permettre une diversité de modèles d'entreprises et l'émergence d'activités agricoles à plus petite échelle, notamment l'agrotourisme.

Nous sommes d'ailleurs présents avec les organismes du milieu pour discuter de ces enjeux et travailler dans cette direction. Nous devons travailler de concert avec les acteurs du développement régional (Conférence régionale des élus [CRÉ], Centres locaux de développement [CLD], municipalités régionales de comté [MRC], municipalités, etc.).

Nous sommes également d'accord avec les énoncés suivants du Livre vert :

« La mise en valeur de la zone agricole est encore la meilleure façon de concilier ces impératifs en permettant d'atténuer les pressions de l'urbanisation tout en contribuant à la vitalité des territoires... « Cette valorisation du territoire agricole doit passer par un exercice participatif de planification, comme il a été proposé dans le cadre des plans de développement de la zone agricole mis en oeuvre en 2008 par des projets pilotes. »

« Ces derniers visent à favoriser le développement du plein potentiel agricole d'une MRC dans une optique de diversification et d'accroissement des activités agricoles et de promotion des activités complémentaires telles que l'agrotourisme. Ces plans s'appuient sur une démarche de concertation entre les principaux acteurs locaux, régionaux et nationaux. »

« Par ailleurs, la reconnaissance de la multifonctionnalité de l'agriculture ouvre une nouvelle perspective pour l'ancrage des entreprises agricoles dans leur territoire. C'est par la valorisation de ses fonctions économiques, mais aussi sociales et environnementales, que l'agriculture contribue à l'occupation dynamique des territoires. Elle participe ainsi à l'attractivité des collectivités, au maintien de services de proximité, à la création d'emplois, à la diversification économique des régions, à la préservation du patrimoine culturel et naturel, bref, à la qualité de vie des populations. »

« Il devient donc nécessaire de reconnaître l'existence de cette interdépendance entre les milieux régionaux et ceux du domaine bioalimentaire. Dans ce sens, la Politique nationale de la ruralité constitue un

instrument de l'intervention gouvernementale en visant « à faciliter et à mieux soutenir le développement des communautés et des territoires ruraux de l'ensemble du Québec », y compris les régions maritimes. »

Un bel exemple de cohabitation

Quand tous les partis font preuve de bonne volonté, tout le monde peut en bénéficier, y compris les agriculteurs. C'est ce qui est arrivé lorsque les syndicats de secteur des Bois-Francs et Centre des Bois-Francs ont conclu une entente de cohabitation harmonieuse avec la MRC d'Arthabaska afin de préserver le bon voisinage entre citadins et producteurs agricoles. Ce projet a pris la forme d'un dépliant visant à sensibiliser la population aux réalités de l'agriculture. L'outil a été expédié dans toutes les municipalités de la MRC et les citoyens ont été invités à le signer volontairement. Cette initiative s'adressait à tout le monde, dont les nouveaux arrivants qui quittent le milieu urbain pour s'établir en campagne. L'objectif ultime est de se parler pour mieux se comprendre et éviter les tensions.

Un bel exemple d'implication sociale : la Coalition Stop cannabis

Le Centre-du-Québec est un véritable pionnier en matière de lutte contre la culture du cannabis sur les terres agricoles et c'est grâce, entre autres, à l'implication de l'UPA. Depuis plusieurs années déjà, une étroite collaboration avec la Sûreté du Québec a permis la mise en place de contrats sociaux permettant de faciliter le travail des forces policières. Une série d'actions concrètes ont suivi et le tout a culminé par la création de la Coalition Stop cannabis. Les membres de la Coalition unissent leurs forces pour réaliser des actions concrètes sur le terrain afin de manifester leur opposition à cette culture. Parmi les partenaires associés à la Coalition, on retrouve l'UPA, la Sûreté du Québec, la Commission scolaire de la Riveraine, le diocèse de Nicolet, la Caisse Desjardins de Nicolet, le Centre de santé et de services sociaux de Bécancour-Nicolet-Yamaska, le Conseil des Abénakis d'Odanak de même que les MRC de Bécancour et de Nicolet-Yamaska. D'une même voix, tous ces intervenants du milieu souhaitent passer un message commun : *Fais le bon choix pour toi!*

Ce que nous souhaitons que la CAPERN retienne :

Nous souhaitons maintenir une juridiction provinciale (CPTAQ) du territoire agricole pour éviter tout étalement et une prolifération d'usages non agricoles.

Tout en étant ouverts à des propositions de morcellement à des fins agricoles seulement, nous demandons que la Loi sur la protection du territoire agricole soit appliquées de façon beaucoup plus rigoureuse pour les demandes d'usages non agricoles en octroyant davantage de ressources à la Commission de protection du territoire agricole du Québec.

Nous souhaitons la mise en place d'une stratégie d'information et de communication afin de sensibiliser l'ensemble de la population qui habite la zone agricole pour qu'elle soit informée et accepte les inconvénients liés aux exploitations agricoles.

CONCLUSION

Nous avons été fort heureux de vous présenter ces quelques commentaires et nous voudrions simplement conclure en vous disant que nos producteurs agricoles sont avant tout des citoyens dans notre société et qu'ils aspirent à une qualité de vie comparable à celle de leurs voisins, de leurs frères et sœurs ou encore de leurs amis. Aujourd'hui, l'agriculture n'est pas un domaine simple et cette profession est pratiquée par des hommes et des femmes qui sont fiers de contribuer au bien-être de leurs semblables, en leur fournissant des aliments de première qualité. Ces hommes et ces femmes demandent simplement qu'on leur donne les moyens de vivre normalement de leur profession, d'élever leurs enfants et de pouvoir avoir une vie familiale normale. Certes, ils se disent privilégiés de vivre quotidiennement avec la nature et ils sont sans doute les premiers à se soucier de leur environnement. Un nouveau contrat social s'impose.

Merci de votre attention !