



Mémoire présenté aux audiences régionales du Centre-du-Québec

de la



**Commission sur l'avenir de l'agriculture
et de l'agroalimentaire québécois**

**Par la Corporation de développement
agroalimentaire-forêt du Centre-du-Québec**

Février 2007

Table des matières

Remerciements à la Commission sur l’avenir de l’agriculture et de l’agroalimentaire québécois	1
Présentation de la Corporation de développement agroalimentaire-forêt du Centre-du-Québec	2
Mise en contexte	
Bref portrait de la filière agroalimentaire au Centre-du-Québec	3
Plan quinquennal de développement agroalimentaire 2007-2012	4
Pistes de réflexion pour la commission	
Thème 3 : La transformation alimentaire	6
Thème 4 : La distribution des produits alimentaires	10
Thème 5 : Le commerce extérieur des produits agricoles et agroalimentaires	13
Thème 6 : Le développement des ressources humaines	15
Thème 8 : La santé et les préoccupations des consommateurs	17
Thème 9 : La ruralité et le développement régional	18
Thème 10 : La gouvernance	19

Remerciements à la CAAAQ

La Corporation de développement agroalimentaire-forêt du Centre-du-Québec (CDAFCQ) tient à remercier la Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois de cette opportunité qui lui est offerte d'enrichir ce processus de consultation.

Nous croyons que cette réflexion tombe à point, compte tenu des difficultés vécues depuis quelques années par les producteurs agricoles et les transformateurs. Il est temps de faire un état de la situation des enjeux et défis de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois afin d'établir un diagnostic et ainsi adapter nos structures et nos interventions en conséquence.

Ce mémoire qui vous est soumis est le fruit d'une discussion des membres de la CDAFCQ réalisée lors du conseil d'administration du 1^{er} février 2007. C'est donc au nom de tous ces partenaires qu'il vous est transmis.

La Corporation de développement agroalimentaire- forêt du Centre-du-Québec

La Corporation de développement agroalimentaire-forêt du Centre-du-Québec (CDAFCQ) est un des maillons du réseau des Tables de Concertation Agroalimentaire du Québec (TCAQ). Il s'agit de seize organisations régionales, indépendantes les unes des autres, qui partagent des mandats et des dynamiques de travail en lien avec le développement agroalimentaire de leurs régions respectives.

À partir de la concertation permanente des forces vives de l'industrie et des organisations de développement de leurs territoires, et s'appuyant sur un plan stratégique régional, les TCAQ élaborent et mettent en œuvre des projets visant principalement :

- La promotion des produits, des entreprises et des territoires,
- L'accès aux marchés des produits agroalimentaires,
- Le maillage et la formation.

L'agriculture et l'industrie agroalimentaire sont au cœur du développement de chacune des régions du Québec. Le devenir de cette industrie est une de nos préoccupations et les réflexions en ce sens font partie intégrante de nos mandats.

Plus précisément, la Corporation de développement agroalimentaire-forêt du Centre-du-Québec a comme mission de :

*Concerter les forces afin de favoriser le développement du
secteur agroalimentaire-forêt du Centre-du-Québec.*

Elle est également mandatée par la Conférence régionale des élus du Centre-du-Québec (CRÉCQ) pour établir et actualiser le plan de développement stratégique du secteur agroalimentaire.

Elle regroupe au sein de son conseil d'administration, 27 organismes et entreprises qui oeuvrent ou gravitent autour de la filière agroalimentaire régionale.

BREF PORTRAIT DE LA FILIÈRE AGROALIMENTAIRE AU CENTRE-DU-QUÉBEC

Le Centre-du-Québec compte 3 489 entreprises agricoles qui emploient 6 500 personnes. Ceci représente 12 % des fermes du Québec. L'ensemble de ces entreprises représente un chiffre d'affaires de 740 millions de dollars. La région Centre-du-Québec est la troisième région agricole en importance au Québec. Pour la majorité des indicateurs, elle se retrouve très près derrière ses voisines, la Montérégie et Chaudière-Appalaches.

Les cinq premières productions agricoles en fonctions des recettes générées sont la production laitière (vache) avec des revenus de 292,5 millions\$, la production porcine (engraissement) avec 148,4 millions \$, la production bovine (bovins et veaux) avec 96,6 millions \$, les grandes cultures 62,4 millions \$ et la production avicole avec des revenus de l'ordre de 51 millions \$. Au Centre-du-Québec, trois fermes sur quatre tirent leurs revenus des productions animales.

En ce qui concerne la transformation alimentaire, la région est la quatrième en importance au Québec. Toutefois, elle se situe loin derrière la région de Montréal, la Montérégie et Chaudière-Appalaches. Ce secteur emploie 4 400 personnes qui sont réparties dans 166 entreprises. Les secteurs des viandes et des produits laitiers composent les deux tiers des emplois. Les entreprises de transformation ont un chiffre d'affaires global de 1,4 milliards de dollars.

L'agriculture et l'agroalimentaire sont des moteurs de l'économie du Centre-du-Québec. Si l'on considère l'ensemble de la filière agroalimentaire qui comprend les maillons agriculture, transformation, commerce de gros et de détail ainsi que restauration, on constate que ces activités contribuent à 11% de l'activité économique régionale (mesurée par le PIB en dollars de 1997) et à 17 % des emplois régionaux.

TABLEAU 1
Apport de la filière agroalimentaire à l'économie régionale

	Filière agroalimentaire centricoise	Ensemble de la région Centre-du-Québec	Apport (%)
Emplois	19 100	112 800	17
PIB (M\$ 1997)	760	6 827,1	11
Immobilisations (M\$)	178,9	n.d.	

Source : Profil régional de l'industrie bioalimentaire au Québec, estimations pour 2005.

La diversité des secteurs agricole et agroalimentaire de la région est reconnue.

Au niveau agricole, en plus du lait qui est très présent. Le cheptel animal de la région est fort diversifié : porcs, bovins de boucheries, ovins, poulets, dindons et gibiers. La région se distingue également dans la production de lait de chèvre et de brebis. La production de canneberges a pris énormément d'ampleur depuis quelques années ce qui fait du Centre-du-Québec la plus grande région productrice au Québec. En 2004, 35 des 44 producteurs de canneberges québécois se situaient au Centre-du-Québec.

PLAN QUINQUENNAL DE DÉVELOPPEMENT AGROALIMENTAIRE 2007-2012

Au Centre-du-Québec, les secteurs agricole et agroalimentaire sont reconnus pour la force de leur concertation visant un développement harmonieux de cette filière. Le Plan quinquennal de développement agroalimentaire 2007-2012, actuellement au terme de son processus d'élaboration en est la concrétisation. Il s'agit de la troisième planification stratégique sectorielle depuis 1998.

Pour mettre en place ce plan, les acteurs et intervenants du secteur se sont rassemblés autour de la vision stratégique suivante :

Une industrie agricole et agroalimentaire centricoise au premier rang des secteurs économiques régionaux, capable de saisir les multiples opportunités d'affaires grâce à la force de ses chaînes de valeur mises en place dans plusieurs secteurs ciblés régionalement notamment les canneberges et petits fruits, les productions fromagères, les viandes de spécialité, l'acériculture et le biologique.

De plus, notre industrie régionale exerce son leadership dans les domaines de l'innovation, du transfert technologique et des savoirs et ce, notamment dans les secteurs d'excellence. Le secteur est priorisé formellement par les organismes, les décideurs et les bailleurs de fonds. Les cahiers des charges et l'éthique sont des outils privilégiés permettant d'assurer une offre de produits concurrentiels répondant à des standards de qualité élevés. La formation, l'expertise développée, la coordination, la mise en commun des approvisionnements et des ressources sont garantes des performances du secteur.

Les consommateurs réclament les produits agroalimentaires centricois à haute valeur ajoutée et différenciés, dans les grands réseaux de distribution grâce à la reconnaissance acquise sur les marchés de proximité alternatifs et à la réussite de secteurs modèles sur les marchés extérieurs.

Pour y arriver, le Plan quinquennal de développement comprend six axes principaux.

Axe 1 : L'adaptation des entreprises

Favoriser l'adaptation des entreprises de la filière agroalimentaire régionale aux réalités d'affaires actuelles et futures.

Axe 2 : L'accès aux marchés

Accroître la capacité d'accéder aux marchés intérieurs et extérieurs pour l'ensemble des entreprises agricole et agroalimentaire du Centre-du-Québec.

Axe 3 : La transformation alimentaire

Accroître les activités de première, deuxième et troisième transformation alimentaire dans la région Centre-du-Québec.

Axe 4 : Les ressources humaines

Arrimer l'offre de la main-d'œuvre aux besoins de la filière agroalimentaire régionale.

Axe 5 : La concertation

Assurer un développement harmonieux de la filière agroalimentaire centricoise et maximiser l'efficacité du soutien offert aux entreprises qui la compose.

Axe 6 : Les productions ciblées

Positionner davantage la région dans les secteurs de production tels le mode de production biologique, les canneberges et les petits fruits, les viandes de spécialité, l'industrie fromagère et les produits laitiers de spécialité ainsi que l'acériculture. Il s'agit de créer de la valeur ajoutée dans ces secteurs tout en s'assurant de permettre aux entreprises du secteur d'avoir des débouchés viables pour leurs produits.

Pistes de réflexion pour la commission

En raison de la vaste étendue des thèmes abordés par la Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois, la CDAFCQ a choisi de privilégier les thèmes qui sont davantage en lien avec ses mandats et ses champs d'intérêts.

Thème 3 La transformation alimentaire

La CDAFCQ suggère les pistes suivantes aux membres de la Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois en regard des questions suivantes touchant à la transformation alimentaire :

Comment les entreprises québécoises de transformation alimentaire peuvent-elles miser davantage sur leurs forces et améliorer leur compétitivité sur les marchés intérieurs et extérieurs?

- Il faut maximiser le soutien à l'innovation et au développement de nouveaux produits. Ceci peut passer par la sensibilisation à l'innovation ainsi que par un soutien financier aux entreprises qui souhaitent mettre au point des processus d'innovation ou acquérir des équipements et des infrastructures susceptibles de compléter des procédés innovants.
- Les nouvelles manières de faire au de niveau de la mise en marché (vente sur le Web, marchés publics, circuits courts de commercialisation, etc.) ne doivent plus être vues comme des circuits marginaux mais comme une sorte d'innovation commerciale visant à répondre à des nouveaux besoins des consommateurs.
- Il existe dans d'autres secteurs d'activités, des groupes d'entrepreneurs qui se rencontrent afin de trouver ensemble des solutions à des problèmes de production ou de mise en marché. Dans les secteurs agricole et agroalimentaire, il faudrait encourager et soutenir la création de groupes d'échanges et de pratiques sur des solutions innovantes.

Comment faciliter aux transformateurs spécialisés l'accès aux réseaux de distribution ?

Les réseaux de distribution répondent aux besoins des consommateurs. Notre industrie agroalimentaire doit disposer des moyens pour se faire connaître auprès de ceux-ci afin qu'ils réclament et privilégient les produits de nos transformateurs. Pour accéder aux marchés, les petits transformateurs ont également besoin de soutien dans leurs démarches de mise en conformité avec les exigences des acheteurs.

- Encourager les activités promotionnelles des entreprises et soutenir les activités de promotion génériques sectorielles et régionales.
- Soutenir les entrepreneurs dans les démarches de mise en conformité avec les exigences des acheteurs par la formation (rencontre d'acheteurs, négociation, prix de revient, etc.) ou le soutien à des regroupements de distribution ou de promotion.

Comment assurer aux entreprises la main-d'œuvre qui leur est nécessaire ?

L'image véhiculée à l'égard des métiers liés à l'agriculture et à la transformation alimentaire est souvent négative. L'industrie agroalimentaire oublie aussi trop souvent qu'elle est en concurrence directe avec l'ensemble du secteur manufacturier en ce qui a trait aux emplois liés à la transformation alimentaire. De plus, avec les départs massifs à la retraite des travailleurs plus âgés et la pénurie de main-d'œuvre annoncée dans presque tous les secteurs d'activités, le recrutement de main-d'œuvre à l'étranger demeure un impératif.

- Le secteur doit trouver des images positives qui inciteraient les jeunes à s'intéresser à ces métiers.
- Faire la promotion des métiers et des formations existantes auprès des conseillers en orientation, des étudiants et de la population.
- Pour aider les entreprises à recruter et à maintenir la main-d'œuvre sur l'entreprise, il est également nécessaire de sensibiliser les entreprises aux conditions de travail offertes aux employés.

- Les grilles de classement des demandes d'immigration doivent prendre en compte les besoins de main-d'œuvre des différents secteurs d'activités et privilégier les immigrants qui peuvent répondre à ces besoins.
- Emploi-Québec devrait développer un programme d'apprentissage en milieu de travail en lien avec différents secteurs de l'industrie agro-alimentaire pour favoriser l'intégration de la main-d'œuvre immigrante et des jeunes intéressés par ce secteur.

Quels sont les créneaux de marchés les plus porteurs?

Les tendances de consommation sont nombreuses et parfois paradoxales. D'un côté le consommateur veut des produits pratiques, rapides à préparer, emballés individuellement. À l'opposé, il réclame les produits le moins cher possible, qui sont bons pour la santé, dont il connaît la provenance et qui sont écologiques. Malgré tout, actuellement, on s'entend pour dire que les produits qui correspondent à une ou plusieurs des caractéristiques suivantes sont ceux qui ont la cote auprès des consommateurs : la praticité (prêt-à-manger par exemple), les produits «santé», les produits «ethniques», les produits différenciés (par opposition aux produits de masse), les produits issus d'un mode de production biologique, les produits «écologiques», les produits équitables, les produits issus d'une agriculture de proximité ou de l'agriculture soutenue par la communauté (ASC), etc. Au point de vue de la différenciation, la Loi 137 sur les Appellations réservées et les termes valorisants constitue un outil de protection et de promotion pour les entreprises et par le fait même un outil de développement régional.

- Rendre cet outil (la Loi 137) opérationnel et soutenir adéquatement la promotion des produits qui pourront en bénéficier.

Quelles sont les conditions à favoriser pour mieux saisir les occasions d'affaires?

Devant le resserrement continu de l'environnement d'affaires, il importe de favoriser l'adaptation des entreprises de la filière agroalimentaire aux réalités d'affaires actuelles et futures.

- Stimuler l'innovation pour favoriser la production et la transformation de produits alimentaires qui répondent aux exigences des marchés et accroître la compétitivité des entreprises.
- Accroître la capacité décisionnelle des gestionnaires d'entreprises par des activités de veille et de formation.
- Encadrer le transfert des entreprises de transformation agroalimentaire au même titre que ce qui se fait actuellement en agriculture.

Quels moyens peut-on se donner pour que les maillons de la chaîne agroalimentaire perçoivent les signaux du marché et travaillent conjointement pour y répondre?

Les bureaux des délégations québécoises à l'étranger embauchent de nombreux délégués commerciaux à travers le monde. Dans quelques secteurs d'activités, notamment l'érable et les fromages au Centre-du-Québec, des rencontres ont eu lieu en 2006 avec les industriels afin de leur présenter les opportunités d'affaires relatives à leur industrie sur des marchés précis. Ces rencontres ont été très appréciées par les entrepreneurs. Pour permettre à la chaîne agroalimentaire de mieux percevoir les signaux du marché, une telle approche a été très positive et a permis aux entrepreneurs de prendre conscience qu'il existe des forces particulières dans leurs secteurs d'activités respectifs.

- Le MAPAQ devrait donc multiplier ce type de rencontres avec les délégués commerciaux ou trouver des moyens novateurs de faire connaître l'information stratégique dont ces personnes disposent auprès des maillons de la filière.

Comment inciter les transformateurs à créer des produits ayant des caractéristiques positives pour la santé?

Les consommateurs développent actuellement un plus grand souci pour les aliments qui présentent des caractéristiques positives pour la santé. Les allégations santé sont des outils qui permettent de faire connaître les bienfaits d'un aliment aux consommateurs. Malheureusement, Santé Canada autorise seulement cinq allégations relatives à la santé. Celles-ci décrivent les caractéristiques d'une alimentation qui réduit le risque de développer une maladie liée à l'alimentation (exemple : Une alimentation adéquate en calcium peut aider à réduire le risque de développer l'ostéoporose). Les cinq allégations

permises sont celles qui relient le sodium et l'hypertension, le calcium et l'ostéoporose, les graisses saturées et *trans* avec les maladies du cœur, les fruits et légumes avec les risques de cancer, les glucides fermentescibles et la carie dentaire.

Or, de nombreux produits actuellement en développement pourraient bénéficier d'un élargissement de ces cinq allégations. Le lait enrichi aux acides linoléiques conjugués (ALC) en est un exemple. Les États-Unis et le Japon, entre autres, sont actuellement beaucoup plus permissifs à cet égard. Ce qui stimule l'industrie par le fait même.

- L'État québécois devrait faire des pressions auprès de Santé Canada pour élargir les possibilités offertes en terme d'allégations nutritionnelles.

Thème 4 La distribution des produits alimentaires

La CDAFCQ suggère les pistes suivantes aux membres de la Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois en regard des questions suivantes touchant à la distribution des produits alimentaires :

Quels moyens ou mesures pourrions-nous prendre pour que les entreprises québécoises de toutes tailles (petites, moyennes ou grandes), les fournisseurs des produits de créneaux ou de terroir puissent se tailler une meilleure place dans le système actuel de distribution alimentaire?

À l'instar de l'identification obligatoire en épicerie de la provenance des fruits et légumes, il serait impératif d'élargir cette identification de la provenance à tous les produits en épicerie et spécifiquement ceux qui sont peu ou pas transformés. Les consommateurs pourraient enfin être mieux et plus facilement informés sur la provenance des produits tels que les viandes, les poissons, les produits laitiers. En ce qui concerne les produits «d'épicerie», que l'on retrouve dans les rayons, les produits sous marque privée devraient obligatoirement identifier l'origine du fabricant et la provenance de la matière première principale. Pour que les consommateurs réclament nos produits, ils doivent les connaître et les reconnaître. Actuellement, il existe de nombreuses initiatives régionales et provinciales de promotion collective des produits agroalimentaires québécois qui peinent à trouver le financement nécessaire pour atteindre cet objectif.

- Rendre obligatoire l'identification de la provenance à tous les produits en épicerie.
- Rendre obligatoire, notamment pour les produits sous marque privée, l'identification de l'origine du fabricant et la provenance de la matière première principale.
- Soutenir financièrement ces initiatives qui sont proches des citoyens et qui contribuent à créer un lien entre le producteur, le transformateur et l'assiette du consommateur.
- Créer un concours de reconnaissance pour mettre en valeur et récompenser les transformateurs qui sont soucieux de la provenance et de la qualité de leurs matières premières.
- Favoriser l'implantation de circuits courts de mise en marché par exemple en incitant les municipalités à autoriser et à soutenir l'implantation de marchés publics locaux.

Quel est le rôle de l'étiquetage? Jusqu'où devons-nous aller?

Le rôle de l'étiquetage se situe à deux niveaux, la promotion et l'information aux consommateurs. Il importe de souligner que les exigences relatives à l'étiquetage sont parfois des obstacles pour le développement des petites entreprises puisque s'y conformer engendre des coûts importants relativement au volume d'affaires que ces entreprises génèrent et à la diversité des produits qu'ils offrent. Le règlement de Santé Canada sur l'étiquetage nutritionnel des aliments en est un exemple.

- L'État doit aider, financièrement et techniquement, les entreprises à se conformer aux nouvelles exigences qu'elles proviennent du pallier provincial ou fédéral pour s'assurer de maintenir la diversité de ses entreprises de transformation alimentaire.

Quelles informations sont essentielles aux consommateurs et que devons-nous trouver sur les étiquettes?

Pour aider le consommateur à faire des choix responsables, il faut impérativement ajouter la provenance de la matière première des produits transformés sur les étiquettes de ces produits. La mention «préparé pour» ne suffit pas à connaître l'origine des produits agricoles que l'on retrouve dans les produits transformés et une telle règle n'engendre pas de coûts supplémentaires pour l'industrie.

- Rendre obligatoire l'identification de l'origine du fabricant et la provenance de la matière première principale.

Comment l'agriculture et l'agroalimentaire québécois peuvent-ils déployer un véritable partenariat avec les HRI et mieux répondre aux occasions d'affaires qu'ils représentent?

Au niveau de la restauration, il existait dans les années 90 un programme fort apprécié qui était géré par le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation, cette initiative s'appelait *Québec à votre table*. Il s'agissait d'un programme de collaboration entre les fournisseurs régionaux et les restaurateurs pour mettre en valeur les produits agroalimentaires issus des régions du Québec et, par le fait même, la cuisine régionale. Certains restaurateurs ont même conservés le logo à la porte de leurs établissements.

- Réhabiliter un programme de promotion tel que *Québec à votre table* pour appuyer concrètement les chefs et les transformateurs qui collaborent en ce sens.

Les appels d'offres des institutions publiques devraient-ils faire une plus grande place aux produits québécois?

Les institutions publiques devraient avoir les outils nécessaires pour privilégier, d'abord et avant tout, les produits d'origine québécoise dans leurs achats par une véritable politique de l'État québécois par rapport à la provenance de ses approvisionnements. Les arguments relatifs aux règles de l'OMC qui empêchent les institutions publiques d'offrir un traitement spécial à nos produits ne devraient pas servir d'excuses.

- Réviser les politiques d'achat des institutions publiques et parapubliques afin de permettre l'achat de denrées alimentaires **produites** au Québec notamment dans les secteurs de la santé, de l'éducation et du tourisme.

Comment pourrions-nous inciter les distributeurs à mieux tenir compte de l'offre des produits québécois?

Ce sont les consommateurs qui font la différence finale dans les choix des distributeurs, car ces derniers veulent des produits en demande qui présentent un bon taux de rotation sur les tablettes. Une solution durable est donc de mieux faire connaître nos produits aux consommateurs pour les inciter à les demander.

- Soutenir des campagnes de promotion nationales et régionales.
- Avoir une réglementation claire qui oblige d'une part les fabricants à inscrire le lieu de fabrication de leurs produits, leur provenance et d'autre par les distributeurs à afficher ces informations sur les lieux de vente.

Thème 5 Le commerce extérieur de produits agricoles et agroalimentaires

La CDAFCQ suggère les pistes suivantes aux membres de la Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois en regard de la question suivante touchant le commerce extérieur de produits agricoles et agroalimentaires:

Nos stratégies devraient-elles accorder ou non une importance particulière aux produits transformés?

L'économie québécoise est fortement ouverte sur le monde. Les exportations agroalimentaires sont importantes pour notre industrie. Par contre, l'exportation de produits agricoles bruts ne créent pas de fortes retombées sur notre économie. Ainsi, les stratégies d'exportation doivent :

- Favoriser l'exportation de produits alimentaires transformés.

Comment s'assurer que les transformateurs soient bien informés des tendances des marchés extérieurs?

Pour performer sur les marchés extérieurs, les entrepreneurs ont besoin d'accompagnement technique (autant pour la préparation que pour la mise en œuvre) et de soutien financier. Il existe actuellement des outils pour aider les entrepreneurs mais ceux-ci pourraient éventuellement bénéficier de certaines bonifications ou ajustements. Pour atteindre l'objectif de bien informés les transformateurs des tendances des marchés extérieurs :

- Le MAPAQ devrait, tel que mentionné précédemment, multiplier les rencontres entre l'industrie et les délégués commerciaux à l'étranger ou trouver des moyens novateurs de faire connaître l'information dont ces personnes disposent aux maillons de la filière.
- Soutenir financièrement les entreprises qui participent à des missions exploratoires vers des marchés potentiels. En ce sens, des filières sectorielles et régionales qui souhaitent intégrer leurs membres dans une telle dynamique devrait être éligibles à cette aide.
- Inciter les entreprises à se regrouper sur les marchés extérieurs pour être plus compétitifs et éviter de se concurrencer entre elles. Il faut briser l'isolement des entrepreneurs sur les marchés internationaux.
- L'État québécois doit maintenir les activités du Club Export agroalimentaire, continuer d'encourager la tenue du SIAL Montréal qui est un outil de développement et soutenir la tenue du pavillon Aliments du Québec qui facilite la participation à ce salon d'envergure pour nos entreprises.
- L'État doit donc tenir compte de ces éléments pour élaborer des programmes d'aide appropriés et s'assurer d'y adjoindre les budgets appropriés.

Pensez-vous que la place occupée par les importations au Québec menace sa production et sa sécurité alimentaire?

- Resserrer les pratiques ou les réglementations de façon à s'assurer que les produits agroalimentaires importés répondent aux mêmes exigences que les produits québécois.

Thème 6 Le développement des ressources humaines

La CDAFCQ suggère les pistes suivantes aux membres de la Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois en regard des questions suivantes touchant le développement des ressources humaines :

Quels moyens peut-on utiliser pour augmenter le nombre de diplômés en agriculture et s'assurer que la formation de base des agriculteurs soit suffisante?

La promotion des métiers et professions reliés au secteur agricole ne semble pas suffisante pour attirer les jeunes dans ce secteur. Parallèlement, le discours actuel relié à la production agricole et à la profession d'agriculteur n'est pas encourageant pour la relève. Les difficultés de transfert à la relève en découragent également plusieurs. D'autre part, la culture de transfert d'entreprises en transformation est à développer. Certaines entreprises de transformation, installées en région, sont actuellement vendues à des entreprises de plus grandes tailles, faute de relève. Par la suite, le maintien de leurs activités dans les régions est loin d'être assuré.

- Il faut rapidement faire connaître des histoires positives et ainsi transmettre un message d'espoir aux jeunes qui s'intéressent à cette profession.
- Maintenir la prime à l'établissement pour les nouveaux agriculteurs formés dans des institutions reconnues.
- Trouver des moyens novateurs de favoriser le transfert des entreprises agricoles et agroalimentaires à la relève qui provient de la famille ou non.
- Faciliter la reconnaissance des diplômes et des compétences des professionnels immigrants par les ordres professionnels québécois.

Comment augmenter la participation aux programmes de formation continue?

Les Collectifs régionaux en formation agricole sont responsables d'élaborer, conjointement avec les institutions d'enseignement, des programmes de formation continue qui répondent aux besoins des milieux. Ces organismes font un travail reconnu et efficace. Pour stimuler la formation continue, il faut :

- Aider les Collectifs à démontrer que la formation continue constitue un moyen de développer son entreprise et de détenir des avantages concurrentiels.
- Développer des offres de formation «en ligne» ou à distance.
- Soutenir la création de cellules de mentorat agricoles et agroalimentaires.
- Soutenir financièrement les Collectifs régionaux de formation agricole et éventuellement élargir leur mandat aux entreprises de transformation en y adjoignant les sommes nécessaires.

Les investissements consentis en recherche, veille technologique, production de nouveaux savoirs sont-ils suffisants et bien ciblés?

On remarque que les entrepreneurs sont peu informés de l'existence des programmes de crédit d'impôt à la recherche. Il faut donc les sensibiliser aux possibilités offertes par ces programmes.

Comment maximiser la portée des investissements dans le domaine de la recherche et du développement?

Les entreprises investissent habituellement en R&D pour augmenter leur rentabilité ou encore pour mettre sur le marché de nouveaux produits.

- Soutenir financièrement les projets de recherche des filières agroalimentaires émergentes afin d'aider ces industries à progresser.
- Aider les entreprises à réaliser une étude préalable aux investissements en R&D afin de déterminer si les nouveaux produits répondent aux besoins des consommateurs, dans le cas des nouveaux produits.
- En plus de contribuer à la R&D des entreprises, les instances gouvernementales devraient également contribuer à faciliter la distribution et la mise en marché des nouveaux produits.

Comment les instances locales et régionales peuvent-elles appuyer leurs démarches d'innovation sur leur territoire?

Certaines régions développent actuellement des programmes d'interface en transfert technologique permettant d'accompagner les entreprises régionales dans leurs démarches de recherche et développement. Ces initiatives permettent souvent à des entreprises de s'initier à cet aspect de leur développement en disposant de banque d'heures pour s'attaquer à des problèmes précis vécus en entreprise.

- En donnant les moyens aux régions intéressées de le faire, de tels programmes pourraient se multiplier à travers le Québec et démocratiser l'accès à l'innovation pour un plus grand nombre d'entreprises.
- La région Centre-du-Québec appuie le projet du Cégep de Victoriaville de développer un Centre collégial de transfert technologique dédié au secteur de la canneberge. Ce dernier présentant un fort potentiel de développement pour la région.

Thème 8 La santé et les préoccupations des consommateurs

La CDAFCQ suggère les pistes suivantes aux membres de la Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois en regard de la question suivante touchant la santé et les préoccupations des consommateurs :

Quel est le rôle des consommateurs, des transformateurs et de l'État dans l'adoption des saines habitudes alimentaires?

Les consommateurs doivent prendre eux-mêmes leurs décisions par rapport à leurs habitudes de vie et leurs habitudes alimentaires. Toutefois, l'État doit donner des outils crédibles aux citoyens pour faire des choix éclairés. Or, il existe beaucoup de confusion actuellement de la part des consommateurs relativement aux multiples logos qui peuvent se retrouver sur les emballages alimentaires (Visez santé, choix santé, produits bleus le Choix du président, etc.) De plus, les moyens sont disproportionnés entre les possibilités de faire connaître les valeurs de produits de la grande entreprise comparativement à ceux des entreprises régionales de taille plus réduite. Par exemple, l'utilisation du logo «Visez Santé» de la Fondation des maladies cœur coûte entre 1 225 \$ et 3 625 \$ par produit annuellement.

- Pour contrer cet effet, il faut faire valoir la valeur nutritive supérieure des produits issus d'une agriculture de proximité et par le fait même les effets négatifs minimisés par ce choix de consommation.
- Puisque le consommateur est de plus en plus soucieux de la valeur nutritive des aliments, il serait intéressant, tel que mentionné précédemment, de permettre plus d'allégations santé régies par Santé Canada.
- Réviser les politiques d'achats des institutions publiques et parapubliques afin de permettre l'achat de denrées alimentaires présentant des qualités nutritives supérieures et ce, malgré des coûts parfois plus élevés. Ceci est impératif notamment dans les secteurs de la santé, de l'éducation et de la petite enfance.

Thème 9 La ruralité et le développement régional

La CDAFCQ suggère les pistes suivantes aux membres de la Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois en regard de la question suivante touchant la ruralité et le développement régional :

Comment favoriser le maintien, l'implantation et le développement en région d'entreprises de transformation alimentaire?

Depuis l'implantation des programmes visant à soutenir les régions-ressources du Québec, de nombreuses iniquités ont été décriées par les régions qui côtoient celles qui bénéficient de tels programmes.

- Pour favoriser l'implantation et le développement d'entreprises de transformation alimentaire dans une région comme le Centre-du-Québec, il faut développer des mécanismes qui permettront d'atténuer ce déséquilibre qui existe dans notre pouvoir d'attraction d'entreprises.
- Décentraliser les pouvoirs décisionnels de certains programmes, notamment du MAPAQ et de Transformation alimentaire Québec (TRANSAQ), pour permettre de répondre aux besoins des régions.
- Favoriser la création en région des centres de recherche et la construction d'infrastructures communes reliées à l'innovation et à la transformation tel que le Centre d'innovation en transformation alimentaire de Nicolet (CITAN)

qui doit couvrir les besoins de l'ensemble de la région pour les entreprises qui souhaitent se mettre aux normes pour atteindre de nouveaux marchés.

- Faciliter le financement des projets d'implantation ou de développement des entreprises en transformation alimentaire par le biais de fonds locaux sous formes d'aides non-remboursables ou remboursables flexibles et peu contraignantes.
- Favoriser la création d'alliances stratégiques entre les différents maillons de la filière agroalimentaire d'une ou plusieurs régions.
- Rompre l'isolement des entrepreneurs par la création des regroupements similaires au Groupement des chefs d'entreprises.

Comment faire en sorte que les nouvelles productions trouvent des débouchés suffisants et soient rentables, qu'elles favorisent une occupation dynamique du territoire rural?

Dans plusieurs régions, des groupes d'entrepreneurs, en collaboration avec des organismes de développement régional (TCAQ, SADC, CLD), élaborent des projets qui ont des effets structurants pour le secteur agroalimentaire et le développement régional (transformation, distribution, etc.). Par exemple, 140 producteurs de viandes se sont regroupés au Centre-du-Québec et ont développé un projet d'abattoir multi-espèces qui a nécessité des investissements de 4,3 millions de dollars.

- Les organismes de financement doivent développer des outils financiers adaptés à des entreprises de ce type et faciliter leur financement.
- Rendre la loi 137 opérationnelle et soutenir adéquatement la promotion des produits qui pourront en bénéficier.

Thème 10 La gouvernance

Au cours des dernières années, le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec a mis sur pied des filières agroalimentaires dans seize régions du Québec, les TCAQ, ainsi que des filières sectorielles dans divers secteurs d'activités.

Cette façon de faire a fait ses preuves. Les filières régionales et sectorielles travaillent en premier lieu pour les entreprises. Les entreprises agricoles engagées, pour la plupart, dans des dynamiques de diversification et de différenciation de leurs produits, sont des milliers à être directement ou indirectement touchées par les activités de formation et d'information des filières régionales et sectorielles.

Ensuite, les entreprises de transformation agroalimentaire, particulièrement des PME, constituent la cible privilégiée des TCAQ. Elles oeuvrent dans des secteurs non-organisés et elles ont donc plus de difficultés à se développer. Les entreprises artisanales constituent la majorité de cette catégorie. Elles sont, ici aussi, plus d'un millier à bénéficier de près ou de loin des activités des TCAQ. Nous parlons encore ici des activités d'information et de formation évoquées précédemment mais aussi pour ces entreprises des activités visant la promotion et l'accès aux marchés.

Finalement, dans des proportions moindres, quelques centaines de restaurateurs et les épiciers qui représentent des acteurs incontournables du développement des régions, bénéficient également des projets mis en œuvre par les TCAQ et certaines filières sectorielles.

Suite à ces constats, la CDAFCQ suggère les pistes d'intervention suivantes aux membres de la Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire :

- Reconnaître plus clairement le statut et l'importance des Tables de Concertation Agroalimentaire régionale (TCAQ) et des filières sectorielles dans la politique agricole québécoise.
- Assouplir le programme de financement des tables filières régionales et sectorielles afin de financer le fonctionnement de base à la hauteur des besoins des organisations et en regard des capacités des différentes régions et/ou industries.
- Intégrer le financement de l'élaboration de plans stratégiques quinquennaux dans le volet 2 du Programme d'appui aux initiatives des tables filières québécoises du Cadre stratégique agricole (CSA) fédéral-provincial.