



## **Mémoire présenté par l'Association des marchés publics du Québec**

*Le 28 août 2007*

C'est avec plaisir et à la mesure de nos modestes moyens que nous contribuons à ce grand effort collectif qu'est la « **Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois** ».

Nous traitons dans le présent mémoire (Adopté lors de notre réunion du conseil d'administration tenue le 11 juillet 2007) les questions où nous pensons que les Marchés Publics peuvent contribuer à mettre les agriculteurs du Québec en affaires, à créer une richesse collective, à soutenir l'autonomie des PME de l'agriculture et de l'agroalimentaire et à répondre aux besoins de la population.

Nous croyons fermement que c'est de façon regroupée que nous pouvons y arriver même si cela fait « cliché » et que cela implique des contraintes importantes. Nous sommes persuadés que nous avons collectivement la créativité nécessaire pour trouver les façons d'y arriver, mais entendons-nous d'abord sur ce qu'est un Marché Public.

Permettez-nous de vous proposer notre définition d'un Marché Public :

Extension des activités de production et de transformation à la ferme reconnue comme un service à la communauté, le Marché Public favorise les échanges directs entre les citoyens et un regroupement significatif de producteurs agricoles et de transformateurs artisans de l'agroalimentaire. Ceux-ci y occupent une place prépondérante. L'organisation maintient des liens officiels avec la municipalité. Le Marché est en opération sur une période déterminante pour ses membres qui en assurent la pérennité.

Adoptée par les représentants des Marchés Publics du Québec en assemblée générale le 22 novembre 2005.

### **La mission d'un Marché Public :**

Trouver et opérer pour ses clients une place pour la vente et l'achat de produits agroalimentaires locaux.

Les clients des Marchés Publics sont de deux types :

- 1 - Les clients directs : les producteurs
- 2 - Les clients indirects : les consommateurs et les clients de nos clients.

Les Marchés Publics doivent donc pouvoir offrir à leurs clients directs, les producteurs, une diversité de produits, c'est-à-dire une diversité de possibilités pour accéder à une espace de vente.

Les producteurs devraient pouvoir louer selon leurs besoins, un emplacement à l'année ou saisonnier, de 1000 pieds carrés ou tout simplement une tablette, avec ou sans service, complètement autonome ou partagé, avec des services minimum, au choix.

Les Marchés Publics en collaboration avec les producteurs doivent offrir aux consommateurs, une offre diversifiée de produits, au rythme des saisons et des productions locales, mais doivent aussi offrir des produits complémentaires.

### **Encadrement légal :**

Rappelons que la loi qui supporte la création des Marchés Publics est de niveau municipal au Québec. Il faudra donc que la Ministre des affaires municipales et des régions soit sollicitée quelque part dans le processus d'encadrement légal des Marchés Publics en collaboration avec le MAPAQ et le ministre de l'industrie et du commerce.

*Un Marché Public, c'est une place d'affaire où des transactions se produisent.*

Au Québec, les statistiques, à ce niveau, n'existent pas encore. C'est un des premiers mandats auquel l'Association des Marchés Publics du Québec se consacre actuellement avec ses partenaires. Les données des études ontariennes nous éclairent et nous montrent de façon très détaillée comment l'Association Ontarienne a réussi à faire progresser les « Farmers' Market » de l'Ontario au cours des 10 dernières années.

Les études réalisées en 1998, 2002 et 2005 permettent de répondre aux questions suivantes :

- Qui fréquentent les Marchés Publics ?
- Pourquoi viennent-ils dans un Marché Public ?
- Quel est leur niveau de satisfaction ?
- Qu'achètent-ils ?
- Combien dépensent-ils ?
- Quel est l'impact économique cumulé de l'ensemble des transactions d'achat ?
- Et finalement comment les données de 2005 se comparent-elles à celles de 2002 et quelques-unes de 1998 ?

Grâce à l'aide du MAPAQ, de l'UPA et d'autres partenaires à venir, des données similaires pour le Québec seront bientôt disponibles.

### **Notre contribution si vous l'acceptez :**

### **1 - Les besoins alimentaires de la population.**

Dans les limites que nous impose le climat du Québec, les Marchés Publics peuvent contribuer à :

- 1.1 Informer la population de ce qui est disponible chez nous en relation avec les saisons et productions locales;
- 1.2 Tester directement les nouveaux produits auprès de la clientèle;
- 1.3 Améliorer en saison la fraîcheur de ce qui est offert à la population;
- 1.4 Rapprocher les producteurs des besoins de la population.

### **2 - La production agricole.**

Quand j'entends les producteurs me dire qu'il ne reçoivent qu'une faible portion du dollar dépensé par le consommateur ou qu'ils sont « tannés » de produire pour l'industrie, je leur dis ; « Rapprochez-vous de votre client ! »

Les Marchés Publics peuvent contribuer à :

- 2.1 Regrouper l'offre des PME agricoles;
- 2.2 Abaisser les barrières à l'entrée de la distribution agroalimentaire pour les PME agricoles;
- 2.3 Permettre aux PME agricoles de développer leur offre d'affaire et d'améliorer leur rentabilité;
- 2.4 Développer un modèle de mise en marché accessible aux PME, aux entreprises en démarrage, à la production de petits volumes, aux producteurs locaux, aux fermes familiales et à la relève;
- 2.5 Diminuer la dépendance des producteurs face aux réseaux de distribution;
- 2.6 Favoriser le circuit court de la distribution;
- 2.7 Faciliter la traçabilité;
- 2.8 Réduire la dépendance à l'aide gouvernementale en améliorant la rentabilité des PME agricoles de façon durable.

### **3 - La Transformation alimentaire.**

L'agriculture doit miser de plus en plus sur la transformation pour aller chercher des revenus complémentaires et nécessaires à son développement et à sa rentabilité.

Les Marchés Publics peuvent contribuer à :

- 3.1 Vendre des petits volumes de production;
- 3.2 Tester de nouveaux produits directement auprès des consommateurs;
- 3.3 Créer une synergie et même des alliances commerciales entre producteurs et transformateurs présents sur les Marchés Publics pour créer de nouveaux produits en lien direct avec les besoins ou les demandes des consommateurs.

### **4 - La distribution des produits alimentaires.**

L'information et l'accès aux produits sont déterminants dans le succès de la distribution.

Les Marchés Publics peuvent contribuer à :

- 4.1 Informer les consommateurs sur les produits du Québec, la saisonnalité des productions et autres caractéristiques propres à nos produits;
- 4.2 Rendre accessible et diversifier la façon d'offrir des produits du Québec. Pour ce faire, nous devrions investir dans un réseau de Marchés Publics afin de favoriser les circuits courts de distribution et faciliter la rencontre producteurs /consommateurs.

Nous devons être fiers de ce qui se produit au Québec. Nous devons mettre les efforts pour informer les consommateurs, pas une fois par année mais régulièrement, à chaque semaine. Nous sommes confiants qu'une fois bien informés ils feront les bons choix.

### 7 - L'agriculture, l'agroalimentaire et l'environnement

Il nous apparaît évident que la vente des produits locaux, dans un marché public local permet de :

- 7.1 Réduire l'émission de G E S relié au transport de denrée;
- 7.2 Contribuer au commerce équitable;
- 7.3 Participer au développement durable à une échelle humaine;
- 7.4 Répartir l'impact environnemental dû à la concentration de la production.

### 8. La santé et les préoccupations des consommateurs.

Soyons simplement aussi exigeant pour les produits d'importations que nous le sommes pour les produits locaux que se soit au niveau de l'hygiène, de la salubrité, de la protection de l'environnement, du respect des travailleurs, des conditions de transport ou de transformation. Informons les consommateurs et laissons-les choisir.

Nous n'avons pas la prétention d'être «**La solution**» aux problèmes multiples et complexes auxquels sont confrontées l'agriculture et l'agroalimentaire actuellement.

Nous savons par ailleurs que la contribution des Marchés Publics peut être significative et porteuse des valeurs modernes reliées à la santé :

- De notre population;
- De notre environnement;
- Et à la santé économique de notre société.

Pouvons-nous nous permettre d'ignorer cette contribution?