



Mémoire présenté à

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

## **DES CHANGEMENTS RÉGLEMENTAIRES NÉCESSAIRES**

**Montréal**  
**Le 25 avril 2007**

Rédigé par :

**Les Céréaliers du Québec inc.**  
C.P. 149, Saint-Aimé (Québec) J0G 1K0  
Téléphone : (450) 278-7798  
Site Internet : [www.cerealiersduquebec.com](http://www.cerealiersduquebec.com)  
Courriel : [info@cerealiersduquebec.com](mailto:info@cerealiersduquebec.com)

## REMERCIEMENTS

Nous tenons à remercier la Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois de nous donner l'occasion d'intervenir sur les sujets qui l'occupe et de prendre le temps de nous écouter et d'analyser par la suite notre mémoire.

Nous sommes heureux de constater que notre gouvernement reconnaît par cette initiative l'importance de l'agriculture et de l'agroalimentaire au Québec.

En effet, ce secteur d'activité est le moteur de bon nombre d'autres secteurs; si nous en préservons la santé, nous assurons l'avenir des entreprises québécoises.

## LES CÉRÉALIERES DU QUÉBEC

Les Céréalières du Québec, association fondée en avril 2004, regroupe près de 200 producteurs de grandes cultures dans plusieurs régions du Québec.

L'adhésion est volontaire, ainsi que la cotisation annuelle, qui varie de 50 \$ à 200 \$ selon la taille de l'entreprise.

Les Céréalières du Québec est présidée par M. Louis R. Joyal, producteur agricole de 7<sup>e</sup> génération et ingénieur de formation.

Les autres membres du conseil d'administration sont également des producteurs agricoles. Il s'agit de Gilles Brouillard (vice-président), Clément Leblanc, Andréas Illi, Marie-Josée Alarie et Dominique Leblanc.

### **Pourquoi «Les Céréalières du Québec»?**

La production de céréales est un vaste territoire d'observation de la loi sur la mise en marché des produits agricoles car depuis l'automne 2003, la Fédération des producteurs de cultures commerciales du Québec (FPCCQ) a entrepris d'imposer une mise en marché collective pour tous les grains.

Selon une démarche étagée, les administrateurs de la Fédération parlent d'outils de mise en marché telles la gestion de la paye, la fixation d'un prix minimum, etc. Dans les faits, il s'agit d'instaurer de nouveaux services qui seront gérés par la Fédération et imposés aux producteurs.

De plus, en 2005, la FPCCQ a mis en place une agence de vente du blé destiné à l'alimentation humaine.

Les Céréalières du Québec est le seul organisme qui s'intéresse aux démarches de la Fédération dans ce dossier et qui ose les remettre en question. En effet, nous doutons que la mise en marché collective soit universellement bonne et nécessaire pour toutes les productions agricoles, même si elle est âprement défendue par les syndicats.

Il faut tenir compte du fait que l'agriculture et les agriculteurs ont évolué depuis la mise en place des différentes lois agricoles. C'est pourquoi les Céréalières du Québec propose une réflexion pragmatique sur l'activité syndicale agricole ainsi qu'un examen de la performance de la mise en marché collective.

## INTRODUCTION

Le 28 juin 2006, le premier ministre du Québec, M. Jean Charest, ainsi que le ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation, ministre responsable du Centre-du-Québec et député de Richmond, M. Yvon Vallières, ont annoncé la création de la Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois, en vue d'établir un diagnostic complet de l'avenir du secteur agricole. À cette occasion, les intervenants sont invités à présenter leurs réflexions et suggestions à l'intérieur du cadre de la Commission. On leur propose donc :

- de dresser un état de la situation en cernant les enjeux et les défis de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois;
- d'examiner l'efficacité des interventions publiques actuellement en place;
- d'établir un diagnostic de la situation actuelle; et
- de faire des recommandations en tenant de la concurrence, des revenus agricoles, des attentes sociétales et de la mise en valeur des potentiels régionaux.

Selon le gouvernement, la Commission doit constituer une tribune exceptionnelle pour favoriser l'émergence d'idées nouvelles, elle doit établir un diagnostic communément accepté de la réalité et des changements anticipés et, finalement, elle devrait permettre de jeter les bases d'une nouvelle vision du développement durable de l'agriculture et de l'agroalimentaire, à la mesure des défis de demain.

Comme nous sommes depuis quelques années au cœur de la tourmente de l'organisation de la mise en marché collective des céréales, nos interventions porteront plus précisément sur deux politiques agricoles en vigueur aujourd'hui, soit la Loi sur la mise en marché des produits agricoles, alimentaires et de la pêche ainsi que la Loi sur les producteurs agricoles.

## CONTEXTE

Au cours des dernières décennies, le secteur de la production a répondu avec succès à deux attentes exprimées par les consommateurs, soit la sécurité alimentaire et des prix concurrentiels. Les producteurs ont alors produit des aliments en quantité suffisante, ils ont accru la dimension de leurs entreprises et se sont spécialisés de façon à diminuer les coûts de production.

Aujourd'hui, en plus de maintenir leurs exigences de sécurité alimentaire et de prix abordables, les consommateurs et les citoyens développent de nouvelles attentes envers le monde agricole. Ces besoins s'ancrent dans le souci d'une alimentation santé, de la protection de l'environnement, de cohabitation harmonieuse, d'occupation dynamique du territoire et de développement régional. De toute évidence, ces demandes s'adressent maintenant plus particulièrement à l'ensemble des intervenants des filières de productions.

## **MISE EN MARCHÉ COLLECTIVE**

Le Canada et le Québec constituent un marché ouvert pour l'importation de céréales. Les grains peuvent y entrer librement et avoir un impact direct sur le marché local.

La tendance vers la libéralisation des échanges est une réalité mondiale. L'élargissement de l'espace commercial devrait amener un environnement encore plus concurrentiel et marquer l'entrée de nouveaux acteurs sur les marchés locaux.

### **Valeur ajoutée et coordination verticale (*chain value*)**

La combinaison des efforts des producteurs, fournisseurs et transformateurs est une option efficace pour promouvoir la valeur ajoutée des produits agroalimentaires.

Les producteurs, en établissant des rapports à long terme avec les fournisseurs et les transformateurs, peuvent concentrer leurs efforts sur les besoins du marché et des consommateurs plutôt que de s'occuper exclusivement de la production de la matière première et de l'abaissement des coûts.

Dans ce modèle de production, les besoins des consommateurs deviennent le principal souci des producteurs en raison de l'interdépendance qui résulte de la coordination entre producteurs, fournisseurs et transformateurs. Cette façon de travailler assure que les changements introduits au niveau de la production permettront à la filière de demeurer concurrentielle sur les marchés.

L'industrie agroalimentaire a effectué un virage dans la commercialisation en développant de nouveaux produits à valeur ajoutée. N'en donnons pour exemples, dans le secteur céréalier, que le soja IP, les céréales sans intrants et les céréales bio. Dans d'autres secteurs, on retrouve le porc naturel, le porc oméga, le lait bio, le poulet de grain, etc.

Dans une économie développée comme celle du Canada, il est important de fabriquer des produits à valeur ajoutée. Pour bien saisir cette importance, il suffit de penser à l'Allemagne, qui fabrique des automobiles à forte valeur ajoutée telles que les Mercedes, les Audi et les BMW.

## Observations

Le Québec agricole est bien loin du temps où chaque village possédait sa propre laiterie. Dans un contexte de rationalisation de ces multiples infrastructures, la Loi sur la mise en marché des produits agricoles, alimentaires et de la pêche, édictée en 1956, a permis aux producteurs de lait d'obtenir un revenu égal selon la qualité ainsi que l'établissement d'un *pool* de transport.

Malheureusement, les gestionnaires des Plans conjoints n'ont pas changé leurs manières de faire et proposent encore aujourd'hui des solutions vieilles de 50 ans. Les principaux arguments invoqués pour mettre en place la mise en marché collective sont souvent de nature qualitative et attribuables à la philosophie syndicale.

Dans la mise en marché collective, on observe souvent, comme c'est le cas avec l'agence du blé d'alimentation humaine, que le prix obtenu est le même partout dans la province; on observe de surcroît la péréquation de transport et l'uniformisation des conditions de vente.

Ce prix obtenu, qu'il soit objectivement bon ou mauvais, est qualifié par toute la structure syndicale de « prix juste et équitable ».

Pourtant, cette même structure syndicale revendique des gains importants grâce à la mise en marché collective, tout en fournissant très peu de données chiffrées de qualité qui permettrait d'en juger de façon objective.

Au contraire et selon nos observations, les difficultés d'application d'un système centralisé de vente ne sont pas de nature à accroître la compétitivité d'un secteur. Voici des exemples de ces difficultés :

- Pas de souplesse dans les arrangements de commercialisation; c'est l'agence qui décide du moment final de la livraison;
- Très peu de flexibilité pour commercialiser des produits de la ferme possédant des caractéristiques spécifiques; par exemple, le blé de la Mauricie ne peut pas rapporter davantage aux producteurs qu'un blé produit dans une autre région;
- Gestion coûteuse absorbée seulement par les producteurs;
- Alourdissement du processus administratif imposé aux producteurs;

- Diminution de la transparence.

Dans les faits, la vente centralisée est par nature opposée au concept de *chain value*, qui est reconnu pour favoriser la création de valeur ajoutée (différenciation des produits).

### **Mesure et objectivité**

Selon nous, il y a peu de chances d'obtenir des gains d'efficacité dans le réseau de commercialisation à la suite de l'introduction d'une agence de vente centralisée, car les gestionnaires de ces organismes obligatoires opèrent sans objectifs de performance préétabli et sans incitatifs objectifs de performance prédéfini.

Pour les Céréaliers du Québec, cette façon d'administrer conduit tout droit le secteur à vivre dans un monde de perception sans objectivité, bercé par des valeurs syndicales plutôt qu'économique. Ce contexte qui perdure malgré les révisions quinquennales des Plans conduit le secteur de la production à de la contre-performance en matière de commercialisation. Sans mesures objectives de la performance et de la satisfaction des producteurs, les agences de vente ainsi que tout autre mécanisme de mise en marché obligatoire ne pourront pas s'améliorer.

Il y a un peu plus de deux ans, soit le 25 février 2005, le règlement sur la mise en vente en commun du blé destiné à la consommation humaine (agence de vente) a été approuvé par la Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec (RMAAQ).

Le texte de ce règlement ne fait aucune mention d'objectifs à atteindre par l'agence de vente. De plus, il n'est aucunement question de la façon de mesurer la performance de cet organisme obligatoire, ni même de mesurer la satisfaction des producteurs.

C'est en 2006 que la Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec a présenté son nouveau plan stratégique.

Dans ce document, le président, M. Marc-A. Gagnon, mentionne que « ... la Régie veut améliorer le fonctionnement du système de mise en marché collective en approuvant une réglementation réfléchie et en évaluant la performance et l'évolution des plans conjoints sur la base d'indicateurs de mesure appropriés clairement établis. »

Donc, on reconnaît qu'en l'absence de tout indicateur de performance, il devient difficile de qualifier de « réglementation réfléchie » le règlement sur la mise en vente en commun du blé destiné à l'alimentation humaine.

Le même raisonnement s'applique aussi à la pléiade de nouveaux services obligatoires de mise en marché collective que la Fédération des producteurs de cultures commerciales du Québec veut imposer aux producteurs pour toutes les céréales produites, à l'exception du blé d'alimentation humaine.

Pour ces services, que la Fédération nomme « outils de mise en marché », on ne mentionne nulle part d'objectif chiffré à atteindre.

La Fédération refuse même de faire voter les producteurs afin de savoir s'ils veulent ces services ou non. Bien au contraire, elle procède actuellement à une implantation par étapes de ces outils.

Étonnamment, la Régie a autorisé en juillet 2006 un prélèvement immédiat de 0,20 \$ par tonne sur toutes les céréales afin que la Fédération puisse financer la mise en place de ces outils obligatoires de mise en marché collective qui n'ont pourtant aucun objectif mesurable à atteindre.

Dans ce contexte, voici notre première recommandation :

**Recommandation #1** : Instaurer une pause dans la mise en place d'agences de vente centralisées ou de mécanismes obligatoires de mise en marché collective tant que ceux-ci ne disposeront pas d'indicateurs de performance permettant de mesurer adéquatement, objectivement et impartialement les résultats de leur mise en place et la satisfaction des producteurs à leur égard.

Nous demandons que la satisfaction des producteurs soit mesurée par un vote périodique tenu par un organisme impartial.

## LE SYNDICALISME

### **L'influence syndicale**

Le contexte dans lequel l'agroalimentaire évolue change rapidement. Ce contexte contribue à l'accroissement des différences entre les structures de ferme, les méthodes de production, les produits fabriqués par les entreprises et surtout le profil de leurs gestionnaires

Parallèlement, le syndicalisme agricole est le gestionnaire exclusif et unique des plans conjoints.

L'Union des producteurs agricoles (UPA) occupe désormais une place considérable, allant jusqu'à prendre en charge la gestion de certains programmes gouvernementaux.

Les administrateurs de Fédération siègent maintenant à des conseils d'administration influents comme celui de La Financière agricole du Québec.

Des agriculteurs nommés par le syndicat siègent désormais aux conseils d'Agri-Réseau et participent aux décisions du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ) en matière de services conseils.

L'influence syndicale agricole s'exerce aussi lors de nominations à la Régie des marchés agricoles, pour ne nommer que celle-ci.

Le syndicalisme agricole ne s'en tient plus à sa mission première, qui est de défendre les intérêts des producteurs et de se faire le porte-parole de leurs revendications. Nous constatons que cette structure syndicale est devenue un fort mouvement de convergence, qui favorise le maintien de la structure syndicale et qui prône son développement.

### **L'attribution des ressources**

En disposant d'une loi qui oblige les producteurs à lui verser une cotisation, le syndicat de l'UPA n'a pas à obtenir la satisfaction de sa clientèle.

Mais ce n'est qu'un moindre mal.

Le vrai préjudice est que seule la vision syndicale prédomine dans le secteur agroalimentaire, puisqu'elle s'approprie les premières ressources financières disponibles.

Pour s'exprimer, l'opinion favorable au syndicalisme dispose de ressources humaines importantes et de moyens de communication impressionnants. Le magazine *La Terre de chez nous* exerce une domination évidente dans le secteur des périodiques agricoles.

Toute association ayant une vision différente ou contraire à celle du syndicat se voit marginalisée.

Il est très difficile de faire évoluer différemment l'agriculture et de faire preuve d'imagination quand un seul organisme dispose de tous les moyens.

Voici donc ce que nous recommandons :

**Recommandation # 2 :** Actuellement, dans les plans conjoints, c'est la RMAAQ qui désigne une association ou un regroupement qui représente tous les intéressés pour les fins de négociation et d'entente avec un office ou, selon le cas, de conciliation ou d'arbitrage.

Nous demandons que d'autres associations ou regroupements puissent être accrédités et que chaque producteur agricole puisse librement choisir celui qui convient le mieux à la défense de ses intérêts.

**Recommandation # 3:** Actuellement, un producteur agricole doit verser une cotisation à l'association accréditée, soit l'UPA.

Nous demandons que dorénavant, chaque producteur puisse choisir à quel regroupement de producteurs sera versée cette cotisation obligatoire.

## **CONCLUSION**

Les Céréaliers du Québec sont convaincus que, pour obtenir des changements, il faut nécessairement apporter des modifications à la Loi sur la mise en marché des produits agricoles, alimentaires et de la pêche ainsi qu'à la Loi sur les producteurs agricoles.