



Les produits agroalimentaires du territoire de la MRC de Lotbinière

Par quelles portes d'entrée peuvent-ils se tailler
une place sur les marchés ?

À l'attention de la Commission sur l'avenir de l'agriculture et de
l'agroalimentaire québécois

Élaboré par le CLD de Lotbinière

6375 rue Garneau
Sainte-Croix, G0S 2H0
Tél. : (418) 926-2205 poste 203
Télécopieur : (418) 926-3733
Site : www.cldlotbiniere.qc.ca

Le 19 février 2007

Introduction

La MRC de Lotbinière est située à l'extrémité ouest de la région administrative de Chaudière-Appalaches. Son territoire d'une superficie de 1 751 km² englobe 18 municipalités rurales.

Le secteur agricole et agroalimentaire occupe une place importante dans l'économie du territoire de la MRC de Lotbinière avec 818 exploitations agricoles occupant un peu plus de 45 % du territoire de la MRC et 46 % de sa zone agricole, qui elle couvre 98 % de son territoire.

En raison de son caractère rural et de la proximité des centres urbains, la MRC de Lotbinière considère la transformation alimentaire et l'agrotourisme comme des outils importants de son développement. On compte une quinzaine d'usines de transformation, de taille moyenne, qui procurent de l'emploi à 200 personnes, fabrication fromagère, première transformation des viandes et alimentation animale. De plus, on retrouve une soixantaine de producteurs agricoles qui valorisent leur production et offrent leurs produits fins directement sur les marchés de circuits courts (épiceries locales, à la ferme, marchés publics, route gourmande, boutiques fines, boucheries).

Cependant, malgré ce tableau positif, les entreprises agricoles et agroalimentaires de Lotbinière vivent des situations de plus en plus difficiles sur le plan « commercialisation de leurs produits ». D'une part, elles font face à une concurrence accrue de produits étrangers qui entrent sur les marchés et accroît sans cesse l'offre alimentaire. D'autre part, elles ne peuvent aucunement rivaliser avec les gros joueurs de la distribution tels que Wal-Mart, Loblaws, Sobeys et autres. Elles ont de la difficulté à se tailler une place sur les marchés actuels et à y rester.

Le contexte d'affaires actuel présente un défi d'adaptation important pour les entreprises agroalimentaires du Québec, y compris Lotbinière. Pour cette raison, le CLD de Lotbinière, qui travaille à tous les jours avec les producteurs agricoles et les transformateurs alimentaires, désire présenter à la Commission sur l'avenir de l'agricole et agroalimentaire québécois, les problèmes, enjeux et pistes de solutions à mettre en place pour bonifier leurs façons de faire, augmenter leurs parts de marchés ainsi que leur rentabilité. Le CLD de Lotbinière base ses interventions agroalimentaires sur le Plan stratégique 2005-2010 du secteur agricole et agroalimentaire de la Chaudière-Appalaches et travaille, de façon plus pointu, sur les axes 3 et 4 du Plan.

1. Axe 3 : Différenciation des produits (Augmenter la rentabilité des entreprises par la différenciation des produits agricoles et alimentaires de la région Chaudière-Appalaches).

Le constat présentement :

- Diminution du nombre de fermes, d'année en année, au Québec;
- Augmentation de la dette moyenne des fermes;
- Diminution des revenus des exploitations agricoles;
- Pour améliorer leur situation, certains groupes de producteurs (ex. : bœuf, agneau, veau) tentent de développer de nouvelles initiatives pour donner une valeur ajoutée à leurs

produits, les vendre sur des marchés de niche et décrocher un meilleur prix (Ex. Regroupement Natur' Bœuf du Bas Saint-Laurent).

Piste des solutions :

- Soutenir toutes initiatives visant la différenciation des produits agricoles par nos entreprises agricoles, nos tables agroalimentaires régionales et locales (dans Lotbinière, on fait référence au comité Goûtez Lotbinière), nos organismes travaillant au développement de l'agroalimentaire (le CLD de Lotbinière), etc.
 - Avec l'accès difficile aux grossistes et l'éloignement des centres de distribution, encourager la vente de produits agricoles à la ferme car elle devient une alternative intéressante pour certains producteurs. Elle procure une relation directe avec les consommateurs et permet de vendre leurs produits sans intermédiaire.
 - Envisager la possibilité d'instaurer des marchés publics dans plusieurs villages québécois comme en France où l'on retrouve un marché pour 1 710 habitants et qu'en plus, le taux de pénétration est très bon puisque 50 % de la population y va.
 - Inciter les producteurs à se regrouper pour développer des projets communs de commercialisation en faisant ressortir les avantages exclusifs de leurs produits et le lieu d'origine (Ex. : logo Goûtez Lotbinière).
2. Axe 4: La qualité des liens d'affaires (Améliorer la qualité des liens d'affaires entre les producteurs, les transformateurs, les grossistes, les détaillants et les restaurateurs)

Le constat présentement :

- Concentration des ventes au détail aux grandes surfaces;
- Peu de place sur les tablettes de nos épiceries pour les produits locaux puisque le détaillant offre de 5 % à 10 % d'espace pour les produits locaux;
- Le producteur qui veut voir ses produits listés en épicerie doit avoir les reins solides puisqu'il doit détenir une capacité de production suffisante, investir pour acheter son espace tablette, investir en commercialisation, démontrer un potentiel commercial des ses produits, démontrer qu'il peut assurer le développement des produits et les investissements associés. C'est assez pour en décourager plus d'un !
- Les décisions d'achat des magasins sous bannière se prennent à l'extérieur du Québec, l'accès direct aux décideurs pour les producteurs et les transformateurs régionaux s'en trouve réduit de façon importante.
- Croissance des produits fabriqués sous marques privées des 3 grands distributeurs. Ce contexte amène les entreprises québécoise à beaucoup de difficultés à développer des marques reconnues.
- Demande un effort important de la part de nos restaurants pour qu'ils s'intéressent aux produits locaux et qui en servent dans leur menu. Sur le territoire de Lotbinière, c'est plutôt faible ce qu'on retrouve comme produits locaux chez nos restaurateurs.

Pistes de solutions :

- Intensifier la promotion auprès des consommateurs à l'importance de l'achat local.

- Mettre en place des mesures préconisant les marchés de proximité.
- Obliger l'identification claire sur les produits de la provenance (Produit du Québec ou Chaudière-Appalaches ou Lotbinière)
- Inciter les consommateurs à exiger de leur marché d'alimentation des produits québécois et canadiens.
- Travailler des projets de mise en valeur des produits locaux avec les restaurateurs du Québec (mesure concrète à mettre en place pour l'introduction du sirop d'érable, des légumes, des petits fruits, du fromage sur les menus)
- Toutes autres mesures incitant à l'achat local.

Autres problématiques freinant le développement et la croissance de nos entreprises agroalimentaires

- Manque de disponibilité de la main-d'œuvre. Nos entreprises font face à des difficultés de recrutement de techniciens qualifiés pour leurs activités de transformation mais également de main-d'œuvre ouvrière. **Piste de solution** : Accélérer l'ouverture de formations aux nouveaux métiers et nouvelles fonctions de l'agriculture. Revaloriser certains métiers de l'agriculture et de la transformation alimentaire.
- Coût de projet élevé lorsqu'un producteur agricole désire transformer ses petits fruits, sa viande ou autres pour acheter les infrastructures et mettre en place une cuisine industrielle selon les normes du Ministère. **Piste de solution** : Soutenir les initiatives en région qui viseraient à mettre en place des cuisines industrielles collectives pour les nouveaux en transformation.
- Les activités de R & D sont peu implantées dans les PME agroalimentaires de Chaudière-Appalaches. Il faut sensibiliser les dirigeants d'entreprises aux bénéfices qu'ils peuvent tirer d'un avancement technologique et aux gains de productivité importants découlant de l'introduction de nouvelles technologies. **Piste de solution** : Augmenter les moyens de recherche, de développement et d'innovation au service des PME de la région. Développer des programmes de sensibilisation et de financement de projets de R & D portés par plusieurs entreprises et visant le développement de produits ancrés dans des territoires spécifiques.

L'agrotourisme dans Lotbinière : Un axe de développement prioritaire du CLD et de l'Office de tourisme de Lotbinière

Selon le *Groupe de concertation sur l'agrotourisme au Québec*, « l'agrotourisme est une activité touristique complémentaire de l'agriculture ayant lieu sur une exploitation agricole. Il met des producteurs agricoles en relation avec des touristes ou des excursionnistes, permettant à ces derniers de découvrir le milieu agricole, l'agriculture et sa production par l'accueil et l'information que leur réserve leur hôte ».

De plus en plus reconnu comme une activité complémentaire à l'offre touristique, l'agrotourisme a connu un regain de popularité dans les dernières années au Québec. À preuve, les demandes

d'information pour les activités agrotouristiques dans les bureaux d'information touristique de Chaudière-Appalaches est passé de 4,3% des demandes en 2004 à 7,2% des demandes en 2006.

Dans Lotbinière, ce sont 24 % des demandes d'information au bureau d'accueil touristique de Saint-Antoine-de-Tilly qui concernent les activités agrotouristiques. C'est que la région, bien pourvue en production agricoles de toutes sortes, développe ce secteur d'activité depuis plusieurs années déjà et se distingue à ce niveau d'autres régions agricoles. La présence d'entreprises agroalimentaires reconnues contribue également à positionner Lotbinière comme une destination agrotouristique de choix. Au fil des ans, des projets spécifiques ont vu le jour afin de contribuer à mettre en valeur les entreprises et les produits agroalimentaires de Lotbinière.

Le constat présentement :

- Les producteurs sont mal outillés afin d'offrir un produit de qualité constante aux visiteurs.
- Ils ont souvent peu de connaissance sur les principes reliés au service à la clientèle et se sentent souvent dépassés par le flot de visiteurs.
- Ceux-ci ont également du mal à concilier leurs activités agricoles et agrotouristiques en termes de temps. En effet, la saison de production correspond souvent avec la saison touristique et il devient difficile d'offrir un accueil adéquat à moins d'engager du personnel dédié à l'accueil ce qui engendre des coûts supplémentaires.

Pistes de solution :

- Il faut continuer à encourager les productions agricoles spécialisées et les entreprises agrotouristiques. Celles-ci permettent une meilleure connaissance des réalités du monde agricole et de sensibiliser la population à l'importance de l'agriculture de proximité pour le bien-être de la santé et de l'environnement et pour assurer la viabilité de ce secteur d'activités.
- Il faut soutenir, d'une quelconque façon, les initiatives locales comme les Routes gourmandes de la Chaudière-Appalaches, les balades d'automne de Lotbinière, etc. qui visent directement le développement de l'agrotourisme en milieu rural.
- L'agrotourisme est un excellent moyen pour les producteurs de rentabiliser leurs installations. Les consommateurs peuvent de cette manière se procurer des produits plus frais, découvrir en famille la provenance de nos aliments et rencontrer les gens passionnés qui les produisent. De plus, acheter des produits locaux contribue à encourager les productions agricoles spécialisées et à conserver des emplois dans nos régions.