

Le 21 juin 2007

Monsieur Jean Pronovost  
Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois  
1150, Grande Allée Ouest, 1<sup>er</sup> étage  
Québec (Québec) G1S 1E5

Objet : Consultation générale portant sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois

Monsieur,

L'Association québécoise de la distribution des fruits et légumes (AQDFL) vous présente son mémoire portant sur le sujet susmentionné. Nous vous félicitons d'une telle initiative et sachez que nous sommes très heureux d'y participer.

Née en 1947, l'AQDFL est un organisme regroupant près de 500 membres notamment des producteurs, grossistes, transformateurs, transporteurs, courtiers, propriétaires de fruiteries et des représentants des trois principales chaînes soit Sobeys, Metro Richelieu et Provigo-Loblaw qui forment un réseau représentant 90 % du secteur des fruits et légumes au Québec ce qui nous donne un pouvoir de représentation et d'action significatif.

Nous en profitons pour vous remercier de votre considération et en profitons pour vous confirmer notre présence le 4 septembre prochain pour notre présentation en audition publique.

Veuillez agréer, Monsieur, mes salutations distinguées.



Sophie Perreault, MA  
Directrice générale

**AGRICULTURE ET AGROALIMENTAIRE : CHOISIR L'AVENIR**

**MÉMOIRE**

**Présenté par**



***L'Association québécoise de la distribution des fruits et légumes***

***à la***

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

## **1- Introduction**

L'Association québécoise de la distribution de fruits et légumes (AQDFL) remercie la Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois de l'avoir invitée à participer à cette consultation.

À la lecture du document de consultation qui lui a été remis, l'AQDFL a décidé de s'attarder à la section 4 qui traite de la distribution des produits alimentaires ainsi qu'à la section 8 sur la santé et les préoccupations des consommateurs, d'en analyser les enjeux actuels en touchant particulièrement les fruits et légumes, pour tenter d'apporter des recommandations.

### **1-1 Historique de l'Association**

L'Association québécoise de la distribution de fruits et légumes (AQDFL) a vu le jour en 1947. Aujourd'hui, elle regroupe près de 500 membres répartis partout au Québec (environ 70% de ses membres), ainsi que dans les autres provinces canadiennes et aux États-unis.

Elle représente tous les maillons de la chaîne de distribution des fruits et légumes de la terre à la tablette du commerce de détail. Plus de 90% des fruits et légumes vendus aux consommateurs québécois transigent par ses membres qui sont les suivants : producteurs, emballeurs, transformateurs, expéditeurs locaux et internationaux, distributeurs en gros, services alimentaires, courtiers, grossistes, importateurs, exportateurs, transformateurs, transporteurs, fruiteries, détaillants et grandes chaînes d'alimentation.

Son conseil d'administration reflète bien d'ailleurs cette diversité de membres étant composé de propriétaires d'entreprises de tous les secteurs mentionnés et de hauts dirigeants des principales chaînes d'alimentation.

C'est donc un réseau d'affaires important, générant un chiffre d'affaires de plusieurs milliards de dollars par année uniquement au Québec et qui est en croissance continue.

## **1-2 Mission et rôle de l'Association**

La mission de l'AQDFL se résume comme suit :

***Créer un environnement propice au développement de la commercialisation de fruits et légumes au Québec.***

Pour ce faire, les buts poursuivis sont les suivants :

- susciter la croissance de la consommation des fruits et légumes
- fournir aux membres de l'information visant à faciliter la pratique de leur commerce
- surveiller et défendre les intérêts des membres face aux législations gouvernementales et aux ingérences extérieures
- fournir un lieu de rencontre aux membres de l'industrie où ils peuvent échanger des idées et établir des contacts.

Pour réaliser sa mission, l'AQDFL s'enorgueillit de participer activement aux différentes instances (task forces, tables filières, salons, et autres) reliées à son industrie, de s'adresser au grand public pour promouvoir les bienfaits de bien manger, et de faire tout cela en synergie avec différents autres groupes et partenaires québécois, canadiens et internationaux. Qu'il suffise de mentionner l'UPA (Union des producteurs agricoles) et plusieurs de ses fédérations membres, l'AJMQ (Association des jardiniers maraîchers du Québec) et différentes associations sectorielles, l'ACDFL (Association canadienne de la distribution des fruits et légumes), la DRC (Corporation de règlement des différends commerciaux), l'ACIA (Agence canadienne d'inspection des aliments), l'ADA (Association des détaillants en alimentation), l'ARQ (Association des restaurateurs du Québec), et l'Association des propriétaires de fruiteries du Québec (APFQ).

L'AQDFL assume un rôle de leadership grâce à la large représentation de son Conseil d'administration et de son membership qui lui donne ainsi un pouvoir d'action auprès des différents intervenants.

## **2- La distribution des fruits et légumes au Québec**

Lorsque l'AQDFL a vu le jour il y a 60 ans, la distribution des fruits et légumes était assurée par quelques grossistes, dont plusieurs ont toujours pignon sur rue, et des épiceries indépendantes de taille modeste. Aujourd'hui encore, la distribution s'articule autour de plusieurs joueurs tels grossistes, importateurs, courtiers et autres.

Le plus gros changement des vingt dernières années est d'avoir vu les chaînes d'alimentation elles-mêmes s'occuper de distribution. Depuis la consolidation importante de la fin du siècle dernier, trois entreprises contrôlent à elles seules près de 80% du commerce de fruits et légumes au détail. En saison toutefois, la présence des marchés publics et divers kiosques de ventes étalent le réseau des points de ventes.

Pour ce qui est de l'approvisionnement en fruits et légumes, une grande partie de la production est locale en saison, à part quelques productions en serre, sinon il faut aussi compter sur des importations importantes de produits en provenance des États-Unis, du Mexique, de l'Amérique du Sud, du Maroc, de l'Espagne et de plusieurs autres pays.

L'offre en fruits et légumes a explosé durant les dernières décennies et aujourd'hui on retrouve plus de 700 produits différents sur les tablettes du département des fruits et légumes afin de répondre aux exigences variées des consommateurs et ce à l'année.

De nos jours, les consommateurs mangent de plus en plus à l'extérieur et la restauration québécoise enregistre des augmentations substantielles d'année en année. Ceci crée des opportunités indéniables pour le monde de la distribution car les services alimentaires des hôtels, restaurants et institutions (HRI) occupent une place de choix dans les dépenses alimentaires des Québécois.

Enfin, les changements au sein de la structure familiale et le vieillissement de la population ont amené les distributeurs de fruits et légumes à modifier leur offre. On voit de plus en plus de produits pré-lavés, pré-coupés, ensachés sous toutes sortes de formats et cette demande est en constante évolution. Les producteurs et les transformateurs ont donc dû s'adapter rapidement.

Au cours des années, les producteurs, les transformateurs, les distributeurs, bref la plupart des membres de l'AQDFL ont dû anticiper ces tendances et offrir de nouveaux produits et adapter leur méthode de travail aux conditions du marché. L'abondance et la diversité des produits proposent des découvertes aux consommateurs mais demandent aux fournisseurs plus de rigueur dans des domaines tels que l'étiquetage, la traçabilité, la sécurité alimentaire, le transport, etc.

Le caractère hautement périssable des fruits et légumes emmène depuis toujours un lot de contraintes propres à cette industrie. C'est pourquoi, l'industrie elle-même, depuis plusieurs années déjà, a eu tendance à se doter de procédures et de règles contraignantes pour l'ensemble de ses joueurs mais en ligne avec les demandes et tendances des consommateurs, devançant même régulièrement les exigences gouvernementales.

### **3- Enjeux et recommandations**

#### **3.1 Salubrité et traçabilité**

La question de la salubrité des aliments est intrinsèquement liée à la notion de traçabilité et l'industrie s'est mobilisée pour adresser ces défis sous la pression des consommateurs qui veulent des aliments sains et sécuritaires et qui par le fait même exigent cette garantie des chaînes de supermarchés et des distributeurs de services alimentaires. Ceux-ci à leur tour demandent aux producteurs et aux emballeurs des preuves du bon traitement des produits, ex : manipulation, lavage, conditions d'entreposage, maintien de la chaîne de froid. Sous l'égide du Conseil canadien de l'horticulture (CCH), Le *Guide de salubrité des fruits et légumes à la ferme* a été élaboré pour le bénéfice des producteurs et emballeurs et l'Association canadienne de la distribution des fruits et légumes (ACDFL) propose aux gérants, aux coordonnateurs de salubrité des aliments ou aux superviseurs des compagnies, un *Programme de salubrité des fruits et légumes frais* pour les secteurs du ré-emballage et du commerce en gros.

Les grandes chaînes évaluent l'effort de leurs fournisseurs par des audits et nous ne pouvons qu'encourager cette pratique pour le plus grand bien du consommateur. Sur ce sujet, il reste toutefois à favoriser l'audit unique, crédible et acceptable tant pour les acheteurs que les autres acteurs.

De façon générale, nous pensons que le gouvernement s'est bien impliqué dans cette première phase par son apport dans les différents groupes de travail, et nous lui demandons maintenant de prendre le leadership en matière de traçabilité, de regrouper les différentes initiatives et favoriser la concertation des acteurs, émettre des directives claires et communiquer les développements de la filière traçabilité à l'industrie. Bref, s'y investir davantage comme il l'a fait pour l'industrie bovine.

Un système de traçabilité efficace en sera un qui sera compatible avec toute autre initiative nationale et internationale. Ce système demande d'importants investissements à chaque échelon de la distribution qu'il ne faut pas sous-estimer.

Sans la mise en place d'un système de traçabilité efficace, tout rappel de produits peut viser toute une variété de fruits ou de légumes, une source complète d'approvisionnement ou toute une marque de produits. Il peut également avoir des répercussions sur d'autres

entreprises qui vendent des variétés semblables de produits ou qui sont situées dans la région concernée. Le coût d'un rappel de grande envergure (et éventuellement celui du règlement d'un litige) peut conduire une entreprise à la faillite, même les plus grandes.

Assurer la protection des consommateurs doit demeurer la priorité et cette responsabilité est l'affaire du gouvernement et des entreprises; il ne faut toutefois pas mettre en péril le commerce inutilement comme l'a déjà faite certaines instances nationales chez nos voisins du sud.

Enfin, nous croyons que le gouvernement a un devoir d'information auprès du grand public. Nous croyons que tous les consommateurs doivent maîtriser une connaissance minimale de la manipulation des aliments. À titre d'exemples : lavage des mains, nettoyage des ustensiles et des surfaces de travail, causes et conséquences d'une négligence en matière d'innocuité alimentaire, etc. Selon les données de la Direction de l'inspection du MAPAQ, plus de 50% des intoxications alimentaires sont causées à domicile.

### **3-2 L'harmonisation des normes (Québec, Canada, USA, monde)**

Nous sommes dans un marché international et cette réalité est d'autant plus présente que la fenêtre de production au Québec est très courte. Nous avons donc besoin de nous approvisionner à l'extérieur et de commercer avec les États-Unis qui sont notre principal partenaire.

Depuis déjà 3 ans, l'ACDFL a mis sur pied le NATTF (North American Trade Task Force) afin de favoriser l'harmonisation des règles et procédures tant gouvernementales qu'internes à l'industrie. Ce groupe compte des représentants de l'industrie et du gouvernement des deux côtés de la frontière et a pu s'adresser à certaines des plus hautes instances.

L'harmonisation visée touche à une multitude de sujets tels les pratiques commerciales justes et équitables, la traçabilité et la salubrité, la sécurité aux frontières, les inspections phytosanitaires, le niveau de tolérance aux résidus de pesticides et autres.

Nous ne pouvons qu'encourager le gouvernement du Québec de s'impliquer davantage dans les dossiers mentionnés en ayant à l'esprit de toujours favoriser l'harmonisation avec ses homonymes internationaux pour ne pas créer des barrières inutiles au commerce interprovincial et international. L'exemple des produits biologiques, régis par des règles différentes au Québec qu'ailleurs au Canada, limite tant la capacité à importer qu'à exporter.

Prenons un autre exemple, le secteur des fruits et légumes rencontre une problématique particulière puisque la majorité des fruits et légumes proviennent des États-unis, donc des entreprises qui utilisent uniquement la langue anglaise sur les étiquettes de code PLU alors que ceux-ci ne devraient pas servir à des fins marketing. Malheureusement, l'infraction revient au distributeur en alimentation ou au commerçant car l'Office de la langue française n'a pas de pouvoir sur les entreprises hors Québec.

### **3.3 Promotion de la santé par l'alimentation**

La santé et le bien-être des Québécois passe par une saine alimentation et les fruits et légumes sont les produits alimentaires qui sont recommandés par tous les spécialistes. Ce constat est définitivement un enjeu majeur de santé publique.

L'AQDFL supporte depuis plusieurs années la campagne nationale *5 à 10 par jour! pour votre santé* de l'ACDFL. Notre organisation sollicitée de toutes parts par différents milieux (écoles, CPE, CLSC, directions de santé publique, nutritionnistes, etc.) a cependant senti la nécessité de se doter d'une campagne bien à elle, mieux adaptée à son contexte culturel, définie et parrainée par les organisations partenaires du milieu, lui permettant de gérer à partir du Québec les actions marketing et les messages, de produire son propre matériel, mais toujours en maintenant une cohérence avec la campagne nationale.

C'est ainsi que la campagne *J'aime 5 à 10 portions par jour* a été lancée en 2004 afin de sensibiliser les consommateurs à l'importance de la consommation des fruits et légumes dans l'adoption de saines habitudes de vie et par conséquent augmenter les ventes de ces produits pour le bénéfice de nos membres. Le financement de cette campagne provient des commandites de nos partenaires et des commandites et cotisations de nos membres, sans aide, ni sollicitation à ce jour.

Il semble que le changement majeur que les Québécois essaient de faire par rapport à leurs habitudes alimentaires est d'augmenter leur consommation de fruits et légumes et ils trouvent cela relativement difficile. Selon Statistiques Canada, bien qu'un minimum de 5 portions de fruits et légumes soit recommandé, 7 enfants sur 10 et 5 adultes sur 10 n'atteignent pas cet objectif. Le gouvernement de la Colombie-Britannique parraine depuis quelques années un programme de nutrition dans les écoles et fait de la promotion de la santé, une priorité de tous ces ministères, un style de vie pour ses citoyens. En juin 2005, le gouvernement de l'Ontario a annoncé la création du ministère de la Promotion de la santé qui propos aux Ontariens des programmes qui encouragent

des choix et des modes de vie sains. De son côté, le gouvernement québécois a annoncé un plan d'action accompagné d'investissements de 200 millions de dollars pendant les dix prochaines années pour lutter contre l'obésité. L'objectif est de réduire de 2% le taux d'obésité chez les Québécois d'ici 2012 et celui de l'embonpoint de 5%.

Nous ne pouvons que féliciter cette initiative. Nous souhaitons vivement que ce plan tienne compte des recommandations concrètes formulées par l'équipe de travail sur la mobilisation des efforts en prévention (le rapport Perreault), formée par le Conseil des ministres à la suite du Forum des générations et à laquelle l'AQDFL avait participé.

Nous souhaitons que, tout comme notre regroupement qui met de côté certaines spécificités pour lancer un même message, le gouvernement démontre une concertation plus ferme de la part de ses ministères afin qu'ils travaillent ensemble pour l'amélioration de la qualité de vie des citoyens. Plus spécifiquement, éviter de disperser les énergies et argent avec plusieurs campagnes similaires ayant le même but; je réfère ici au Défi 5/30 (l'agence Acti-Menu et le ministère de la Santé et des Services sociaux), la campagne de changement des habitudes de vie (l'agence Bleublancrouge et le ministère de l'éducation, des loisirs et du sport du Québec) et le MAPAQ qui a récemment annoncé lui aussi la mise en place d'un plan d'action. Il y a un réel risque de dilution de message et de burn-out nutritionnel (désinformation, incompréhension) au niveau du consommateur. Nous voulons aussi que le gouvernement implique l'industrie qui fait certes partie de la solution pour contrer l'augmentation de l'obésité. Nous vous encourageons d'ailleurs à miser sur la notoriété de la campagne *J'aime 5 à 10 par jour!* qui rassemble déjà les principaux acteurs de l'industrie. L'important est que le gouvernement fasse de cet enjeu de santé publique, une priorité!

### **3-4 Allégations permises**

Le but premier des allégations est de fournir aux consommateurs de l'information nutritionnelle sur les fruits et les légumes. Elles sont aussi un outil marketing permettant à une entreprise de mettre de l'avant certaines caractéristiques de ses produits et le combat est titanesque face aux budgets des multinationales de la MalBouffe.

De plus, contrairement à d'autres aliments, les fruits et légumes frais ne sont pas toujours vendus en emballages. Comme la réglementation et les directives en matière d'étiquetage et d'allégations nutritionnelles ont été, au départ, élaborées en fonction des aliments emballés, il n'est pas toujours facile pour les entreprises du secteur des fruits et des légumes de satisfaire aux exigences. La réglementation et les directives du gouvernement fédéral relatives à l'étiquetage nutritionnel et aux allégations nutritionnelles sont détaillées,

compliquées et peu flexibles. Par exemple; à l'heure actuelle, concernant les allégations santé relatives aux fruits et légumes et leur impact sur la prévention des cancers; il est seulement permis de dire que « une alimentation saine comportant une grande variété de légumes et de fruits peut aider à réduire le risque de certains types de cancer. » Les nouvelles données scientifiques, pour ne citer que celles du Dr Béliveau, nous permettent de croire que ces allégations pourraient être revues et bonifiées et permettrait à l'industrie de publiciser le plein potentiel et les réels bienfaits des fruits et légumes et aux consommateurs de faire des choix judicieux pour un mode de vie sain.

Nous invitons donc le gouvernement provincial à faire des pressions en ce sens auprès du gouvernement fédéral.

### **3-5 Les faillites frauduleuses**

Depuis déjà quelques années, l'AQDFL, de concert avec la DRC et certaines autorités policières (Sûreté du Québec, GRC, SPVM), poursuivent leurs démarches afin de contrer ce fléau. Une diminution des faillites frauduleuses représenterait moins de produits sur le marché (limite le dumping des produits), moins de pression sur les prix, et des producteurs payés à la juste valeur de leur marchandise.

Il faut comprendre que le Québec depuis des décennies est considéré par les grands producteurs internationaux comme un marché risqué où l'on vend des produits de moindre qualité et seulement s'ils ont des surplus à écouler. En effet, le risque de non paiement y a toujours été trop élevé. Cela n'inclut pas bien sûr l'ensemble des distributeurs avec de bonnes réputations tels des grossistes et les grandes chaînes. Malheureusement, il y a encore trop de mauvais joueurs qui profitent du caractère périssable du produit pour scénariser des faillites.

Non seulement l'image du Québec en a-t-elle toujours souffert, mais aussi le commerce lui-même et la qualité des produits offerts aux consommateurs.

L'objet de cette présentation n'est pas de faire le tour de cette question fort complexe. Nous vous invitons toutefois à consulter à ce sujet, le rapport Hedley, présenté en décembre 2005.

Nous souhaitons du gouvernement québécois qu'il supporte les initiatives des groupes concernés auprès du gouvernement fédéral et fasse les ajustements à ses propres lois et règlements, si nécessaire.

Cette implication au dossier des faillites frauduleuses s'inscrit dans le contexte global de l'élaboration de pratiques commerciales justes et équitables.

### **3-6 L'environnement et développement durable**

Le secteur horticole doit également continuer de miser sur son image propre, verte, respirant la santé et l'industrie, soutenue par le gouvernement, doit élever au rang de ses priorités des mesures pour soutenir le développement durable et le respect de l'environnement.

Nous remarquons une préoccupation grandissante du public pour des sujets comme le suremballage des produits, les contenants recyclables et biodégradables, la provenance des produits, l'usage des pesticides, le compost, les conditions de travail, l'éthique des pratiques commerciales (équitable), etc...Ces nouvelles dones influencent le développement des entreprises agroalimentaires et demandent des investissements de toutes sortes, notamment en recherche et développement. Les programmes de subvention en ce sens sont donc les bienvenus. L'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire est directement lié à l'importance qui sera accordée au respect des normes environnementales et aux notions de développement durable, c'est encore la terre qui nous nourrit !

Émerge aussi une prise de conscience des consommateurs qui s'inquiètent du chemin parcouru par les aliments (la moyenne 2 500km/jour), plus la chaîne est courte, plus les gens ont confiance. Ce qui renforce la tendance à encourager la production locale. Ce lien de cause à effet a certes un poids et la consommation des produits locaux (Buy Local) a un impact positif sur l'économie locale. Cependant, il faut maintenir un équilibre, les fruits et légumes importés sont essentiels à une alimentation variée et les producteurs du Québec ont besoin de marchés extérieurs pour exporter leurs légumes. Il ne faut pas oublier que nous commerçons dans un marché global et que la nature de nos produits (saisonniers), leur fragilité (périssables) et la dépendance à l'égard des aléas de la nature nous obligent à maintenir les liens commerciaux justes et mutuellement bénéfiques.

#### **4- Conclusion**

Tous ces enjeux font réaliser combien complexe est l'industrie de fruits et légumes et tous les défis qui restent à être relevés.

Par elle-même l'industrie a su se doter de mécanismes et règles propres à améliorer ses méthodes de production, ses pratiques commerciales et son offre aux consommateurs. Le gouvernement doit supporter ces initiatives et agir comme facilitateur pour l'avancement de ces dossiers, en accordant toute l'importance requise aux spécificités québécoises mais en tenant compte de sa place dans le commerce international.

Nous invitons aussi le gouvernement à accorder toute l'attention que mérite cette industrie tant par son importance économique que par son impact sur la santé des citoyens québécois. L'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire du Québec en dépend !