Agriculture et agroalimentaire : choisir l'avenir

Document de consultation

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

Sommaire

Une invitation à participer **3**

1 Les besoins alimentaires de la population **6**

2 La production agricole **9**

3 La transformation alimentaire **15**

4 La distribution des produits alimentaires **18**

5 Le commerce extérieur de produits agricoles et agroalimentaires **22**

6 Le développement des ressources humaines **25**

7 L'agriculture, l'agroalimentaire et l'environnement **29**

8 La santé et les préoccupations des consommateurs **33**

9 La ruralité et le développement régional **37**

10 La gouvernance **40**

Comment participer **43**

Références **46**

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

Jean Pronovost, *président*
Mario Dumais, *commissaire*
Pascale Tremblay, *commissaire*

Suzanne Dion, *secrétaire générale*

RECHERCHE ET RÉDACTION
Denis Cormier, *directeur de la recherche*
Jean Dionne, *directeur des communications*
Jean-François Aubin, *analyste*
Jacques Bélanger, *analyste*
Michel Carignan, *analyste*
Bertrand Venne, *analyste*

CONTRIBUTION
Eco Ressources Consultants

COORDINATION DE LA PRODUCTION
Gino Desrosiers, *conseiller en communications*

SOUTIEN TECHNIQUE
Odette Côté, *adjointe administrative*
Sylvie Jolicoeur, *adjointe administrative*
France Pelletier, *conseillère en communications*

RÉVISION LINGUISTIQUE
Pierre Senéchal

TRADUCTION ANGLAISE
Benjamin Waterhouse

CONCEPTION GRAPHIQUE
Folio et Garetti

PHOTOS
Guy Tessier

This document is also available in English

© Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois
Dépôt légal : Bibliothèque nationale du Québec, janvier 2007

ISBN 978-2-550-48759-3 (version imprimée)
ISBN 978-2-550-48760-9 (PDF)

Une invitation à participer

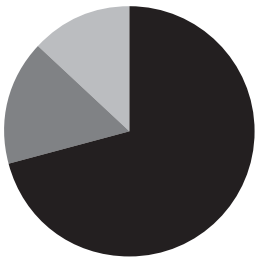
L'agriculture et l'agroalimentaire québécois ont pour mission première de contribuer à nourrir les gens d'ici et d'ailleurs. Tout en répondant à notre besoin vital de nourriture, le secteur produit aussi des biens non comestibles comme des fibres, des produits de l'horticulture ornementale et des bioénergies. Ce faisant, il se situe au cœur d'enjeux sociaux qui nous concernent tous et toutes.

La production, la transformation et la distribution, incluant l'hôtellerie, la restauration et les institutions (HRI), sont des activités économiques génératrices de richesse, d'emplois et d'exportations. Le secteur agroalimentaire emploie au Québec 452 000 personnes.

Pour ceux et celles qui la pratiquent et en vivent, l'agriculture est un mode de vie, source de nombreuses satisfactions personnelles et familiales. Y réussir requiert plusieurs compétences. La formation, le conseil, la recherche et l'innovation en constituent donc des éléments stratégiques.

En 2001, le Québec comptait quelque 47 390 producteurs et productrices agricoles travaillant dans 30 539 entreprises agricoles.

Graphique 1 – RÉPARTITION DES EMPLOIS DU SECTEUR AGROALIMENTAIRE AU QUÉBEC



Distribution et HRI : 71 %
Transformation : 16 %
Production : 13 %

L'agriculture est l'assise territoriale de la ruralité québécoise. Par définition, elle est le premier et le plus stable des facteurs d'occupation dynamique du territoire. Elle contribue largement à façonner son paysage et à développer son économie.

Parce qu'elle occupe une grande partie du territoire habité du Québec, l'agriculture a un impact déterminant sur notre environnement. Des modes de production agricole respectueux de la qualité de l'eau, du sol et de l'air bénéficient à toute la population.

L'agriculture et l'agroalimentaire sont au cœur de toute stratégie de protection et de promotion de la santé. Bien en amont des soins médicaux, l'adoption de saines habitudes de vie, notamment par la consommation d'aliments sains et variés, est un facteur déterminant de notre santé individuelle et collective.

Pour chacun de ces enjeux, nous observons des difficultés et des turbulences. Plusieurs acteurs utilisent même le mot crise. Lorsqu'il a présenté au public les membres de la Commission, le ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec, M. Yvon Vallières, a d'ailleurs fait les observations suivantes :

> *« Nous vivons un resserrement continu de l'environnement d'affaires : crise des revenus agricoles; faiblesse chronique des prix dans les céréales; difficulté dans le secteur du porc; crise de la vache folle; menace à la gestion de l'offre; force de la devise canadienne. On note aussi bon nombre de paradoxes : prix des terres en hausse; augmentation de la valeur des quotas; progression des ventes agricoles. De plus, des épisodes de crises à court terme dissimulent des tendances lourdes à long terme : plafonnement des prix agricoles; hausse des coûts; montée de la concurrence ».*

Au fil des années, les attentes de la société à l'égard des hommes et des femmes qui ont pour profession de nourrir la population se sont accrues et complexifiées. La santé financière précaire des fermes, les taux d'endettement, les niveaux importants de stress vécus par les familles agricoles ainsi que les problèmes de relève font partie des problématiques fréquemment soulevées.

La profession d'agriculteur est exigeante en temps, en formation ainsi qu'en investissements personnels et financiers. Nous attendons de ceux qui la pratiquent qu'ils produisent toujours plus efficacement en quantité et en qualité, qu'ils répondent aux goûts de plus en plus variés des consommateurs et qu'ils contribuent vigoureusement à la croissance de nos exportations. Ceci, dans un contexte de compétition mondiale où les prix des denrées alimentaires ont tendance à stagner, voire à baisser, alors que ceux des facteurs de production augmentent.

Dans le monde rural, l'agriculture n'est plus seule ni même majoritaire. Des citadins s'y installent et les habitants des milieux périurbains ainsi que d'autres citoyens ruraux y affirment de nouvelles valeurs. Ils posent aussi de nouvelles exigences quant à la minimisation des impacts de la production agricole sur la qualité de l'environnement.

Aujourd'hui, la population agricole du Québec ne représente plus que 6,4 % de la population rurale.

La taille des fermes augmente alors que leur nombre diminue de façon constante. Cela n'est pas sans conséquence sur le dynamisme des communautés rurales.

Les préoccupations croissantes de la population à l'égard de la santé et de la qualité de son alimentation interpellent aussi directement l'agriculture et l'industrie alimentaire. Nous notons, à l'occasion, une érosion du lien de confiance qui lie le consommateur à la chaîne bioalimentaire de production, de transformation et de distribution.

Certains sont convaincus que certaines des innovations technologiques, l'introduction des organismes génétiquement modifiés (OGM) par exemple, constituent une menace pour la santé humaine, celle des troupeaux ainsi que pour la diversité biologique et l'environnement.

Les transformateurs, quant à eux, se sentent coincés entre les producteurs, les distributeurs et les exigences de la concurrence internationale.

Certains observateurs croient qu'il est temps d'examiner la gouvernance des institutions du secteur. Est-ce que les relations entre les acteurs et la répartition des rôles doivent être actualisées pour mieux répondre aux défis de l'avenir?

Dans ce contexte, le gouvernement du Québec nous a confié le mandat :

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

Pour mener à bien ce mandat, nous tiendrons des consultations à la grandeur du Québec de façon à permettre à tous ceux qui le souhaitent de s'exprimer. Dans le même ordre d'idées, nous ferons un effort délibéré pour examiner toutes les dimensions des problèmes traités et recueillir systématiquement les différents points de vue. Nous favoriserons le dialogue, la conciliation des points de vue, l'équilibre des solutions et, autant que faire se peut, l'articulation de consensus viables.

C'est dans cet esprit que nous avons préparé le présent document de consultation. Il comprend dix chapitres portant sur des thématiques précises telles que la production, la transformation, l'environnement, etc. Des problématiques comme la santé, l'innovation, la rentabilité et la relève concernent plus d'une thématique et sont évoquées en différents endroits. Chaque chapitre inclut des constats généralement reconnus ou fréquemment avancés, des données qui illustrent des tendances et des questions soumises à la consultation. Ces données, notons-le, sont souvent des valeurs moyennes qui ne reflètent pas toujours toutes les particularités du secteur, les spécificités liées aux productions, aux réalités régionales, à la taille des entreprises, etc.

Nous ne prétendons en rien à l'exhaustivité et ne voulons surtout pas préjuger des conclusions de notre démarche, ni des recommandations qui en découleront. L'objet du présent document est de brosser un tableau synthèse susceptible de déclencher et de soutenir la discussion. Ce tableau est conçu de façon à aider les participants à dégager une vision et des lignes directrices ainsi qu'à proposer des choix.

Le gouvernement du Québec nous invite à élaborer ensemble les principaux éléments d'une vision renouvelée de l'agriculture et de l'agroalimentaire. Nous sommes persuadés que, pour y parvenir, la voie des échanges ouverts, transparents et rigoureux est la meilleure.

C'est dans cet esprit que vous sont soumises les observations et les questions qui suivent et que vous êtes instamment conviés à participer aux travaux de la Commission.

1 Les besoins alimentaires de la population

Le secteur de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois répond aux besoins des gens d'ici et d'ailleurs. Dans un monde d'interrelations, il participe à un réseau d'échanges économiques qui ont cours à la fois sur les marchés québécois, canadiens et internationaux. Les exportations et les importations qui sont ainsi effectuées contribuent à répondre à des besoins alimentaires.

La population doit non seulement être nourrie, elle doit aussi être bien nourrie. Les taux croissants d'obésité et de diabète observés dans la population et les problèmes cardio-vasculaires qui leur sont liés, créent des enjeux de santé publique qui interpellent le secteur de l'agriculture et de l'agroalimentaire. Un de ces enjeux consiste à créer des environnements propices à l'adoption, par le plus grand nombre possible, de saines habitudes alimentaires.

LE MARCHÉ QUÉBÉCOIS

Certaines caractéristiques sociodémographiques exercent une influence sur les besoins alimentaires. Compte tenu de la stabilité de la population et du niveau de consommation déjà atteint, le volume de la consommation alimentaire québécoise plafonnera.

Les Québécois et les Canadiens consacrent à l'alimentation une part de moins en moins grande de leurs dépenses. Cette proportion est passée, en moyenne au Québec, de 13,2 % à 12,5 %, entre 1997 et 2004. Au Canada, elle est passée, pour la même période, de 11,5 % à 10,9 %.[1]

L'augmentation de l'espérance de vie et de l'âge moyen de la population, la diminution de la taille des ménages, l'accroissement du niveau d'éducation et le changement des systèmes de valeurs, ainsi que la diversité culturelle, influeront sur la nature de la demande alimentaire.

Nous observons un vieillissement de la population au Québec et au Canada. L'Institut de la statistique du Québec (ISQ) prévoit que la proportion de la population âgée de 50 ans et plus, qui était de 31 % en 2001, atteindra 44 % en 2036.[2] Les premiers *baby-boomers* entrent dans la soixantaine en 2006 et joignent progressivement les rangs des retraités. Nous constatons également que, depuis 20 ans, la proportion de la population québécoise de 65 ans et plus augmente tandis que celle de moins de 15 ans diminue.

Selon les projections de l'ISQ, dès 2010, le nombre de personnes de 65 ans et plus dépassera celui des 15 ans et moins.

Selon le scénario de référence utilisé par l'ISQ pour prévoir la tendance démographique, la population du Québec devrait cesser de croître en 2031 alors qu'elle atteindra tout près de 8,1 millions de personnes.[3] Selon les mêmes prévisions, la courbe démographique suivra par la suite une pente descendante, d'abord plutôt faible, puis de plus en plus marquée.

En raison de ce vieillissement, la consommation alimentaire québécoise offrira vraisemblablement des perspectives de développement pour des produits qui répondront à des préoccupations de la population à l'égard de la santé et du vieillissement.

Les consommateurs sont de plus en plus sensibles à la composition et à la valeur nutritionnelle des aliments et recherchent un meilleur équilibre alimentaire. Les consommateurs affichent aussi des préoccupations de plus en plus affirmées pour la qualité et l'innocuité des aliments. Face à une population qui cherche à demeurer active et en santé le plus longtemps possible, l'agriculture et l'agroalimentaire devront vraisemblablement miser de plus en plus sur les caractéristiques qualitatives de leurs produits.

L'obésité et ses complications, ainsi que plusieurs problèmes cardio-vasculaires ont des déterminants alimentaires importants qui sont assez bien compris par les scientifiques et la population en général. La consommation alimentaire québécoise offrira vraisemblablement des perspectives de développement pour des produits qui répondront à ces préoccupations sociales.

Les familles sont plus occupées et leur emploi du temps est de plus en plus chargé. Les deux conjoints travaillent et disposent de moins de temps à consacrer à la préparation des repas. Ces tendances se font sentir depuis quelque temps déjà et tout indique qu'elles demeureront prépondérantes. Dans ce contexte, le consommateur recherche des aliments sains, rapides et faciles à préparer.

Nous assistons aussi à une diminution du nombre de personnes par ménage et la tendance est aux ménages composés de une ou deux personnes (63 % des ménages en 2001).[4] Le nombre de couples sans enfant et la présence accrue de jeunes adultes (20-29 ans) qui vivent avec leurs parents sont aussi des phénomènes qui modifient les habitudes.

Il faut également tenir compte de l'influence sensible qu'exercent les communautés culturelles. Celles-ci importent leurs préférences alimentaires qui influencent à divers degrés la variété des aliments qui se retrouvent sur le marché et contribuent à faire évoluer les habitudes de consommation.

Depuis les années 90, les consommateurs intègrent graduellement des critères éthiques, politiques et environnementaux dans leurs choix d'aliments et de consommation. Cette tendance se traduit par de nouvelles exigences quant au respect de certaines valeurs appliquées aux activités de production, de transformation et de distribution. Le bien-être animal, l'achat local ou régional, la certification environnementale, le commerce équitable, les produits écologiques et l'agriculture biologique font dorénavant partie des critères qui influencent les choix de consommation.

Les médias ont joué et continuent de jouer un rôle de premier plan dans l'évolution des goûts et des habitudes alimentaires. Les chefs réputés sont maintenant connus du grand public. La qualité des produits ainsi que leur valeur nutritive et gustative sont discutées dans les journaux et les revues, à la radio et à la télévision modifiant les choix et les perceptions des consommateurs.

La Commission sollicite les réflexions des participants sur les principaux changements qui influencent la demande de produits alimentaires :

- **Est-ce que le secteur agricole et agroalimentaire québécois est bien préparé pour répondre aux besoins actuels et futurs des consommateurs?**
- **Quelles réflexions vous inspirent les problématiques de santé publique, notamment celles qui appellent la création d'environnements plus propices à de saines habitudes alimentaires?**

LA DEMANDE MONDIALE DE PRODUITS ALIMENTAIRES

Selon les études publiées par l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO),[5] la population mondiale augmente à raison de plus de 70 millions d'habitants par année et plafonnera vraisemblablement à environ 9,3 milliards d'humains en 2050. Cette croissance de la population mondiale viendra surtout de l'Asie, de l'Afrique et de l'Amérique latine. La population mondiale qui était urbaine à 45 % en 1995, le sera à 60 % en 2015. Ce phénomène aura une incidence marquée sur l'agriculture.

La croissance démographique, conjuguée à la croissance des revenus ainsi qu'à l'évolution des régimes alimentaires et de la consommation par personne, conditionne, pour une large part, la demande d'aliments. L'augmentation de la consommation alimentaire journalière moyenne par personne se fera dans les pays en développement, car, dans les pays développés, cette consommation moyenne atteint déjà des niveaux élevés.

Selon les prévisions de la FAO, de 2000 à 2030, la demande pour les produits agricoles croîtra de 60 %. Elle aura doublé en 2050.

Les régimes alimentaires vont aussi changer. L'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) et la FAO[6] prévoient que l'augmentation de la consommation alimentaire par habitant se fera principalement en protéines animales. Ce phénomène est lié à la croissance des revenus par habitant dans de nombreuses parties du monde. En disposant d'un meilleur revenu, les gens choisissent de consommer plus régulièrement de la viande, du poisson, des oeufs et des produits laitiers au lieu de se nourrir plus exclusivement de céréales telles que le riz, le maïs et le millet.

Dans le cas de la viande, l'effet combiné de l'évolution des régimes alimentaires et de la croissance démographique a fait presque quadrupler, de 1950 à 1997, la consommation mondiale. La FAO prévoit une hausse additionnelle de 23 % pour la période 2006-2015.

La FAO prévoit aussi que la production mondiale d'aliments devrait normalement répondre à cette demande dans la prochaine décennie. L'augmentation de la production se fera notamment par l'adoption de nouvelles technologies de production, l'augmentation des superficies en culture, l'intensité culturale, l'amélioration des rendements, l'utilisation des biotechnologies et de variétés de cultures mieux adaptées, ainsi que par la vulgarisation des connaissances et la recherche.

Par contre, des problématiques de déficit alimentaire, principalement liées à des problèmes d'accès et de distribution, continueront à se faire sentir, particulièrement dans les pays en développement où, aujourd'hui, 776 millions de personnes sont encore sous-alimentées.

Dans ce contexte, la Commission souhaite connaître vos pistes de réflexion et de solution.

- **Comment le Québec doit-il s'inscrire dans la dynamique des échanges mondiaux de produits agricoles et alimentaires?**
- **L'accroissement prévisible de la demande mondiale pour des protéines animales doit-il ou non être vu comme une opportunité pour le secteur agroalimentaire québécois?**

PAUVRETÉ, ABONDANCE ET GASPILLAGE

À tous les niveaux de la chaîne agroalimentaire, des quantités significatives de produits agricoles et d'aliments sont perdues. Des études américaines estiment que ces pertes cumulatives font en sorte que de 40 % à 50 % de la nourriture produite, transformée et distribuée ne se rend pas au consommateur.

La famille américaine gaspille en moyenne 130 kg de nourriture par année.[7] Sans disposer de nombres aussi précis pour le Québec et le Canada, nous pouvons présumer que les comportements y sont sensiblement les mêmes.

Les banques alimentaires utilisent au mieux de leur capacité des ressources alimentaires saines qui seraient autrement jetées, et les redirigent vers les plus démunis, dont de nombreux enfants. Par ailleurs, les groupes de défense des droits sociaux dénoncent régulièrement le paradoxe d'une société d'abondance et de gaspillage dans laquelle des Québécois de tous âges sautent des repas, faute de ressources financières. Les groupes de consommateurs soulignent aussi les défaillances du réseau de distribution dans les quartiers pauvres, notamment en ce qui concerne la disponibilité des fruits et des légumes.

La Commission aimerait recevoir des commentaires et des recommandations sur ce sujet.

- **Comment le secteur agricole et agroalimentaire peut-il contribuer aux efforts pour combattre la sous-alimentation et la malnutrition?**

2 La production agricole

Le climat frais et pluvieux du Québec, particulièrement favorable à la production d'herbages, a conditionné l'évolution de l'agriculture québécoise. Près de 75 % de sa production provient en effet de l'élevage alors qu'environ 55 % de la production canadienne et 40 % de l'agriculture mondiale sont de ce type. L'agriculture québécoise s'est orientée, dès la fin du XIXe siècle, vers ce qui allait devenir sa principale spécialité : l'industrie laitière.

Une très faible proportion du territoire québécois est réservée aux activités agricoles, c'est-à-dire moins de 2 % de sa superficie totale. Environ 80 % de la production est aujourd'hui concentrée dans la vallée du Saint-Laurent, principalement dans la plaine de Montréal.

Tableau 1 – QUELQUES DONNÉES SUR L'AGRICULTURE AU QUÉBEC

Nombre de producteurs[1]	**47 390**
Nombre d'entreprises[1]	**30 539**
Emplois[1]	**55 800**
Ventes (millions $)[2]	**5 487,8**
PIB (millions $)[2]	**2 324,6**

Sources :
1. Statistique Canada, *Recensement agricole*, et
2. Institut de la statistique du Québec et ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec, *Profil sectoriel de l'industrie bioalimentaire au Québec, édition 2005*, janvier 2006

La production des fermes québécoises peut être vendue directement à des consommateurs, servir de matière première à des entreprises de transformation ou encore être livrée directement à des distributeurs, des détaillants ou des restaurants sur les marchés québécois ou extérieurs.

Les produits agricoles de base, c'est-à-dire les produits de large consommation, constituent la majorité de la production du Québec comme le montre le Tableau 2. L'évolution des goûts des consommateurs et l'adoption de nouvelles technologies ont favorisé l'apparition de produits aux caractéristiques particulières, par exemple les produits du terroir et régionaux, les produits biologiques et des produits avec d'autres caractéristiques spécifiques.

Tableau 2 – PRINCIPALES PRODUCTIONS AGRICOLES AU QUÉBEC RECETTES MONÉTAIRES EN 2005 (MILLIERS $)

PRODUITS ANIMAUX	RECETTES (milliers $)	POURCENTAGE*
Lait	**1 847 225**	**34**
Porc	**1 030 220**	**19**
Volailles et œufs	**586 651**	**11**
Autres productions animales incluant bovins, moutons et agneaux	**555 565**	**10**
Total bétail et produits animaux	**4 019 661**	**74**
CULTURES		
Maïs, oléagineux, céréales	**423 620**	**8**
Cultures maraîchères (légumes et pommes de terre)	**394 342**	**7**
Fleurs et pépinières	**249 701**	**5**
Fruits et autres	**228 897**	**4**
Produits de l'érable	**151 673**	**3**
Total cultures	**1 448 233**	**27**
RECETTES PROVENANT DU MARCHÉ	**5 487 780**	**100**

*** Les pourcentages ont été arrondis.**

Source : *Activité bioalimentaire au Québec, Bilan 2005*, ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec, Annexe, page 41.

LES MÉTHODES ET LES STRUCTURES DE PRODUCTION

Au cours des années, la production agricole est devenue l'affaire d'entreprises de plus en plus spécialisées. Le volume de la production, la taille des entreprises, les capitaux investis, la productivité du travail agricole et de la terre ont tous considérablement augmenté. De 1941 à 2001, le nombre de fermes est passé de 155 000 à 30 539.

Tableau 3 – ÉVOLUTION DE L'AGRICULTURE AU QUÉBEC

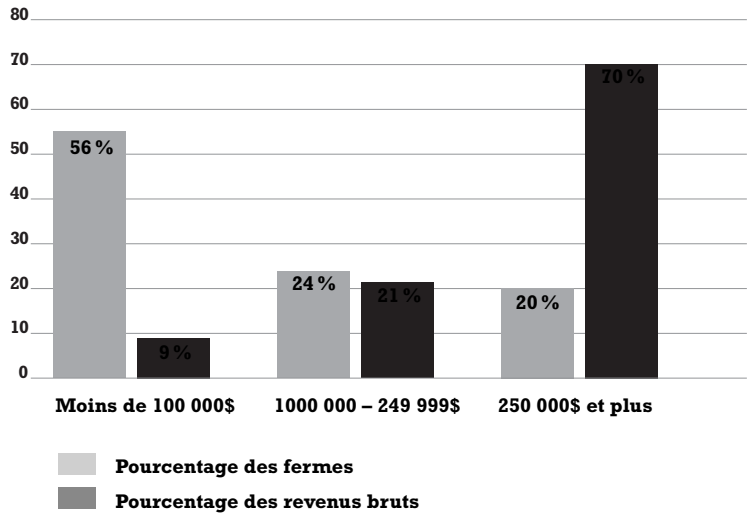
	1961	2001	Variation
Superficie totale des terres agricoles (milliers ha)	5 746	3 417	- 41 %
Superficie en culture (milliers ha)	2 110	1 850	- 12 %
Nombre de fermes	95 777	30 539	- 68 %
Superficie moyenne par fermes (hectares)	60	106	+ 77 %
Superficie moyenne en culture par fermes (hectares)	22	71	+ 223 %
Recettes moyennes par entreprise agricole ($ courants)	4 359	179 029	+ 4 007 %
Capital par entreprise ($ courants)	17 000	668 000	+ 3 830 %

Source : Statistique Canada, *Recensement de l'agriculture*

Les rendements dans les élevages se sont aussi fortement accrus. Par exemple, la production moyenne de lait par vache a augmenté de 14 % en dix ans, passant de 7 102 kg/an en 1996 à 8 115 kg/an en 2005.[1] Dans le cas du porc, la productivité par truie en production est passée de 20,1 porcelets sevrés par année en 1995 à 23,2 porcelets en 2003, une augmentation de 15 %.[2]

Comme le montre le Graphique 2, la production s'est concentrée chez un nombre restreint de producteurs, si bien que 20 % d'entre eux, soit ceux dont les revenus bruts sont supérieurs à 250 000 $, généraient, en 2001, 70 % des recettes agricoles totales. Par ailleurs, la majorité des entreprises (56 %) ne fournissaient que 9 % des recettes agricoles pour la même année.

Graphique 2 –TAILLE DES FERMES ET REVENUS BRUTS, QUÉBEC



Source : *Statistiques Canada, Recensement de l'agriculture 2001, Résultats pour le Québec*

L'introduction et l'adoption de nouvelles technologies et méthodes de production ont contribué à la modernisation de l'agriculture. Certaines de ces technologies sont généralement bien reçues. D'autres suscitent aujourd'hui crainte et méfiance, notamment celles qui impliquent l'utilisation de pesticides, d'antibiotiques, d'hormones de croissance et d'organismes génétiquement modifiés. Les citoyens y voient des risques pour la santé, l'environnement et la biodiversité. D'autres technologies associées à la conservation et à la préservation des ressources, comme la technique de semis direct, l'agriculture de précision, les méthodes de production biologique, sont accueillies plus favorablement.

Les exigences accrues de la réglementation, conjuguées aux investissements requis par les technologies modernes, ont contribué à l'accroissement de la taille des entreprises agricoles et de leurs besoins en capital. Les besoins en approvisionnements réguliers et en grande quantité des entreprises de transformation et de distribution alimentaire ajoutent à ces phénomènes.

Cette évolution de l'agriculture n'est pas unique au Québec. Elle est observée ailleurs au Canada et dans l'ensemble des pays développés.

LES REVENUS DES ENTREPRISES ET DES FAMILLES AGRICOLES

Le revenu des agriculteurs et des familles agricoles est une source constante et majeure de préoccupations. Les besoins des familles agricoles sont comparables à ceux de leurs concitoyens urbains. Par contre, les investissements croissants des entreprises agricoles entraînent des responsabilités financières de plus en plus importantes. Les revenus des fermes peuvent aussi varier d'une année à l'autre en raison des fluctuations des prix, de mauvaises conditions climatiques, de catastrophes naturelles, de décisions politiques ou d'autres impondérables.

L'agriculture est une activité économique à haute intensité de capital. Comparativement à d'autres secteurs, la quantité de capital qu'il faut investir par unité de produit vendu y est, en général, plus élevée. Dans l'ensemble de l'économie canadienne, il faut à une entreprise environ 2 dollars d'actif par dollar de vente alors que, en agriculture, ce rapport se situe de 4 à 6 dollars d'actif par dollar de vente.[3]

Le revenu net agricole, incluant les paiements provenant des programmes, est plus stable et un peu plus élevé au Québec qu'ailleurs au Canada.[4] Cependant, sans les programmes gouvernementaux, le montant de ce revenu serait négatif depuis quelques années. Ce faible revenu net agricole n'est pas propre au Québec puisqu'il s'agit d'une caractéristique de la plupart des économies développées.

Le taux d'endettement (dette totale/actif total) des entreprises agricoles québécoises s'accroît de façon constante depuis 1994 et s'avère plus élevé que celui des fermes des autres provinces. Il est ainsi passé de 21 % en 1994 à 28 % en 2004, alors qu'il a crû de 14 % à 19 % au Canada.[5] L'endettement des entreprises agricoles québécoises apparaît comme un indice de fragilisation du secteur même si, comparativement au taux d'endettement de 74 % de l'actif observé pour l'ensemble des autres secteurs, un tel taux n'apparaît pas particulièrement élevé en soi. [6]

La situation du revenu des familles agricoles dans plusieurs pays développés est comparable, sinon supérieure, à celle des familles non agricoles, comme les études de l'Organisation pour la coopération et le développement économique (OCDE)[7] l'ont démontré. Au Québec, les familles agricoles avaient, en 2000, un revenu moyen de 59 696 $, comparativement à 59 297 $ pour l'ensemble des familles québécoises.[8] Au Canada, les familles agricoles avaient, toujours en 2000, un revenu moyen de 66 270 $, comparativement à 66 160 $ pour les familles non agricoles. Cette situation s'explique, en dépit du faible rendement courant des entreprises agricoles, par le fait que les familles agricoles du Québec tiraient, en 2000, 57,6 % de leur revenu hors de la ferme. À l'échelle canadienne, ce taux s'élevait à 73,5 %. Cette tendance s'est maintenue puisque, en 2003, les gains hors ferme s'élevaient à 62,2 % du revenu des familles agricoles du Québec, contre 78,8 % dans le cas des familles agricoles canadiennes. Aux fins de comparaison, le pourcentage du revenu des familles agricoles américaines venant de l'extérieur de la ferme est passé de 53 % en 1960 à 95 % en 2000.[9]

Plus endettés que la moyenne canadienne, les propriétaires des fermes québécoises bénéficient toutefois de l'accroissement de la valeur de leurs actifs. Ainsi, la valeur nette moyenne des fermes (l'actif moins le passif), qui s'élevait à 170 000 $ en 1981, était de 721 000 $ en 2005, incluant les quotas de production.[10]

Rappelons que ces données représentent des moyennes et recouvrent des situations fort différentes.

Dans ce contexte, la Commission souhaite obtenir des réactions aux questions suivantes :

- **Que signifient ces tendances pour l'avenir des fermes québécoises, petites, moyennes et grandes?**
- **Quelles stratégies devrions-nous retenir pour en gérer les conséquences?**
- **Quel rôle doit jouer l'État?**

LES POLITIQUES AGRICOLES

Les politiques agricoles couvrent de multiples aspects de l'agriculture. Parmi les plus connues, mentionnons l'innocuité des aliments, la santé des animaux et des plantes, la protection des sols et de l'environnement, l'amélioration et la stabilisation des revenus, le financement, la formation et la main-d'œuvre, la recherche et le développement, la vulgarisation et le transfert technologique, le soutien aux organisations agricoles, le remboursement de taxes foncières. Certains de ces champs d'intervention relèvent des deux paliers de gouvernement.

En 2003-2004, le Québec se classait deuxième parmi les provinces canadiennes pour les dépenses gouvernementales réalisées en agriculture. Il avait dépensé 704 millions de dollars, c'est-à-dire l'équivalent de 12,9 % des revenus agricoles générés par les fermes. L'Alberta était première avec 13,4 % des revenus agricoles, ou 981 millions de dollars. L'Ontario arrivait au 4e rang avec 455 millions de dollars, ou 5,6 % des revenus agricoles.[11]

Les politiques agricoles du Québec, comme celles de la plupart des pays industrialisés, visent principalement à améliorer et à stabiliser les revenus des agriculteurs et à assurer aux citoyens un approvisionnement régulier en nourriture, à des prix accessibles.

Les politiques canadiennes et québécoises se sont orientées autour de trois axes : la mise en marché collective, l'amélioration et la stabilisation des revenus agricoles et le financement des entreprises.

LA MISE EN MARCHÉ COLLECTIVE

Traditionnellement, les agriculteurs vendaient eux-mêmes leurs produits à des intermédiaires relativement peu nombreux qui fixaient les conditions de vente. Dans les années 1950, le gouvernement québécois a créé le Comité d'enquête pour la protection des agriculteurs et des consommateurs (Commission Héon) qui a déposé son rapport en 1955. La principale recommandation faite au gouvernement par cette commission lui suggérait d'établir des mécanismes qui permettraient aux agriculteurs de mettre en marché collectivement leur production. Le rapport précise que : « les recommandations […] visent nettement à provoquer une hausse sensible du revenu net réel et du pouvoir d'achat de notre secteur agricole ».

La mise en marché collective, par la force du nombre et par une centralisation des opérations de vente, contribue à améliorer le pouvoir de négociation des producteurs agricoles. Elle peut se pratiquer de différentes façons. Nous distinguons trois principales approches. Une première consiste à s'organiser sur une base volontaire, sans adhésion obligatoire, par l'intermédiaire d'un groupement ou d'une coopérative de mise en marché. La seconde met en place une organisation unique et obligatoire de vente du produit, appelée « plan conjoint ». Une fois sanctionné, celui-ci est obligatoire pour toutes les unités de production du produit visé. La troisième ajoute au plan conjoint des contingents, ou quotas de production, répartis entres les producteurs.

En 1956, le gouvernement donnait suite aux recommandations de la Commission Héon par la Loi sur la mise en marché des produits agricoles, alimentaires et de la pêche, qui permet la création de plans conjoints de mise en marché collective de produits agricoles. Depuis, les producteurs ont mis en place des plans conjoints dans les productions suivantes : lait, poulets, dindons, œufs de consommation, œufs d'incubation, porcs, acériculture, bovins, bleuets, cultures commerciales (grains), lapins, légumes de transformation, pommes et pommes de terre, chèvres et ovins. Pour mettre en œuvre ces plans conjoints, des offices de commercialisation ont été créés à la demande des producteurs agricoles. Ils sont, en général, gérés par des fédérations de producteurs.

Le gouvernement fédéral a ajouté, à la formule des plans conjoints, un système de gestion de l'offre avec contingentement (quota) à l'échelle canadienne. La production du lait, des œufs de consommation et d'incubation, du poulet et du dindon sont sous gestion de l'offre. Ce régime sert à réglementer et à limiter la production pour l'ensemble canadien et par province, en fonction du marché intérieur. Ce système permet de fixer l'offre du produit en fonction de la demande estimée afin d'obtenir pour ce dernier un prix calculé sur la base des coûts de production.

Lorsqu'on met en place un tel système dans une production donnée, il y a répartition du quota canadien entre les provinces productrices, sur la base de la production historique. Les offices provinciaux de commercialisation administrent les quotas et les répartissent ensuite entre les producteurs sur la base de l'historique de production de chacun et s'occupent de la mise en marché.

Ce pouvoir de contingentement de la production est lié à la possibilité de contrôler les importations. Le gouvernement canadien protège le marché intérieur en fixant des tarifs douaniers élevés à l'importation : 192,3 % pour les œufs en coquille, 280,4 % pour le poulet entier, 289 % pour le fromage cheddar, 351,4 % pour le beurre. En dépit de ces tarifs douaniers, des quantités non négligeables de ces produits entrent au Canada. C'est le cas notamment pour des œufs en provenance des États-Unis.

En général, les quotas se transigent de gré à gré entre producteurs ou lors de la vente de la ferme. Nous estimons que la valeur globale des quotas, dans tous les segments contingentés au Québec, s'élevait à environ 9,2 milliards de dollars, en 2005.[11]

Le cas du lait fait exception : les quotas se vendent par l'intermédiaire de la Fédération des producteurs de lait du Québec qui a créé un système centralisé de vente des quotas. Nous constatons, là comme dans toutes les autres productions contingentées, une hausse graduelle de la valeur des quotas. En octobre 2006, un quota correspondant à peu près à la production d'une vache laitière se transigeait à plus de 33 000 $, un sommet historique. La hausse des prix des quotas interpelle de plus en plus les fédérations de producteurs, particulièrement celle des producteurs de lait du Québec et des autres provinces canadiennes. Le prix élevé du quota est une barrière pour celui ou celle qui souhaite acheter une entreprise agricole. Il est aussi une des causes de l'endettement des fermes.

Notons aussi que l'arrivée sur le marché de certains produits auxquels nous n'appliquons pas les mêmes exigences tarifaires permet en quelque sorte de contourner les barrières douanières, protégeant les secteurs dans lesquels il y a des quotas.

Ainsi, des nouveaux produits, dont on n'avait pas prévu la fabrication au moment où on avait érigé ces barrières, se retrouvent maintenant sur les marchés canadien et québécois. C'est le cas, notamment des concentrés de protéines de lait, moins chers, et qui sont principalement utilisés comme substituts dans la fabrication de fromage et de yogourt, ainsi que des mélanges d'huile de beurre et de sucre qui servent à la fabrication de crème glacée.

Les modalités de la gestion de l'offre et de la mise en marché collective ne font pas toujours l'unanimité. Une des critiques adressées à ce mécanisme est sa difficulté à s'ajuster rapidement à l'évolution de la demande. Certains prétendent que l'élimination des quotas amènerait une baisse des prix des produits et une augmentation de la demande des consommateurs et que les transformateurs deviendraient plus concurrentiels.

D'autres allèguent,[13] au contraire, que les expériences de déréglementation ont provoqué une baisse des prix payés aux producteurs, sans que les consommateurs n'en bénéficient pour autant. Certains souhaiteraient que d'autres intervenants, notamment les transformateurs, les distributeurs et les consommateurs, soient associés à la gestion des offices de commercialisation au Québec.

Dans ce contexte, la Commission se pose notamment les questions suivantes :

- **Les mécanismes actuels de mise en marché collective des produits agricoles permettent-ils aux industries agroalimentaires de répondre rapidement et adéquatement aux besoins des marchés québécois, canadiens et internationaux?**
- **Font-ils assez de place à l'innovation, aux nouveaux produits et aux produits-créneaux?**
- **Les stratégies de mise en marché qui s'appuient sur la gestion de l'offre ont-elles leur place dans le contexte de libéralisation des marchés? Si oui, quels en sont les avantages et inconvénients, et comment pourraient-elles être améliorées?**
- **Quelles mesures devrions-nous privilégier pour aider les secteurs de production sous gestion de l'offre à mieux composer avec une concurrence internationale qui réussit à contourner les plus hautes barrières tarifaires?**
- **L'organisation des offices de mise en marché, actuellement sous la responsabilité des producteurs agricoles, devrait-elle être élargie pour faire place à d'autres intérêts comme ceux des consommateurs et des transformateurs?**
- **Les politiques agricoles devraient-elles faire plus de place aux objectifs de bonne nutrition et de santé publique?**

LES PROGRAMMES D'AMÉLIORATION ET DE STABILISATION DES REVENUS

Pour diminuer les effets des risques inhérents à la production agricole et pour améliorer les revenus des producteurs agricoles, les deux gouvernements ont mis en place un ensemble de mécanismes d'intervention. Ainsi, le Québec bénéficie de programmes d'assurance-récoltes et d'assurance-stabilisation des revenus agricoles.

Le premier niveau d'intervention en matière d'amélioration et de stabilisation du revenu est le Programme canadien de stabilisation des revenus agricoles (PCSRA) qui a vu le jour en 2003. Il vise à stabiliser le revenu global de la ferme en se basant sur le revenu net historique, indépendamment du volume de production réalisé.

Ce type de programme est dit « découplé » car il n'est pas basé sur un volume de production. Il n'offre pas de garantie de prix pour les produits. Il est, par conséquent, jugé conforme aux normes négociées dans le cadre des ententes internationales. Ce programme est administré au Québec par La Financière agricole.[13] Il est financé à 60 % par le gouvernement du Canada et à 40 % par le gouvernement du Québec. La participation financière des agriculteurs varie d'une année à l'autre, selon le choix du niveau de couverture. En 2004, le programme a versé 181 millions de dollars aux producteurs agricoles. Il est présentement en révision, dans le contexte d'un nouveau cadre stratégique agricole canadien prévu pour 2008.

L'assurance-stabilisation du revenu agricole (ASRA) est un programme québécois qui a vu le jour dans les années 1970. Il est aussi administré par La Financière agricole et complète le programme fédéral pour une vingtaine de produits*. L'objectif du programme est d'offrir aux producteurs une protection contre les risques du marché. Un tiers de ce programme est financé par les producteurs et, les deux autres tiers, par le gouvernement. Il enregistrait un solde négatif de 373 millions de dollars pour l'année financière 2005-2006.

Nous constatons que, depuis leur adhésion, 12 des 20 productions ont fait l'objet, chaque année, d'une compensation de l'ASRA. Aucune limite d'aide par entreprise agricole n'est prévue.

Puisqu'il vise des productions précises et s'appuie sur les prix obtenus par les producteurs pour les productions couvertes, il est plus contestable du point de vue des règles internationales du commerce. L'OCDE considère que les programmes de soutien à certaines productions, bien qu'ils réduisent la variabilité du revenu, faussent les règles du marché et permettent de maintenir une production, indépendamment des besoins exprimés sur le marché. Ces programmes n'inciteraient pas les producteurs à questionner leurs choix de production. Cette forme de soutien du revenu fait partie de celles qui sont susceptibles d'être réduites en vertu des ententes conclues dans le cadre des négociations de l'OMC.

Pour sa part, la FAO[14] considère que le soutien à l'agriculture devrait favoriser des objectifs de protection de l'environnement ou des aspects sociaux plutôt que des objectifs de production.

D'autres mesures sont également en place pour assurer la gestion des risques inhérents à l'agriculture, comme la protection contre les catastrophes naturelles par l'assurance-récoltes. Ce programme n'assure que 16 productions et ne couvre que certains risques. Il a versé, en couverture, près de 56 millions de dollars en 2005.

Les programmes gérés par La Financière agricole du Québec (FADQ) sont financés en partie par le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec. Le Ministère a versé à la FADQ, en 2005-2006, 305 millions de dollars, soit près de la moitié de son budget de 637,4 millions de dollars. De plus, 93,5 millions de dollars ont été déboursés la même année, par le Ministère, pour couvrir le remboursement d'une partie des taxes foncières aux producteurs.

Le programme de remboursement des taxes foncières, rappelons-le, permet de tenir compte de la capitalisation plus élevée en agriculture que dans d'autres secteurs économiques et du rendement du capital qui y est plus faible qu'ailleurs. On évite ainsi de pénaliser cette industrie par rapport aux autres secteurs.

Dans ce contexte, la Commission propose les pistes de réflexion suivantes :

- **Dans quelle mesure l'État doit-il intervenir pour soutenir ou hausser le revenu des entreprises agricoles?**
- **Quelle forme ces interventions devraient-elles prendre en ce qui concerne le type d'agriculture, de fermes ou de productions?**
- **Quels objectifs prioritaires l'État devrait-il poursuivre?**
- **Quel type d'aide l'État doit-il offrir aux producteurs?**
- **L'aide financière devrait-elle être fonction de la nature et du volume des produits, du revenu global de l'entreprise agricole, de la taille, du stade de développement de l'entreprise ou d'autres critères?**
- **L'État doit-il continuer à soutenir financièrement des productions qui sont déficitaires depuis, dans certains cas, 10, 12 et même 20 ans?**
- **Quels gestes les agriculteurs pourraient-ils poser pour rendre leurs entreprises moins fragiles et augmenter leur marge de manœuvre?**

* Porcs à l'engraissement, porcelets, veaux d'embouche, bouvillons, veaux de grain, veaux de lait, agneaux, agneaux de lait, agneaux lourds, maïs-grain, soya, orge, avoine, blé fourrager, blé d'alimentation humaine, blé d'alimentation animale, orge, pommes de terre (entreposées et non entreposées), pommes.

3 La transformation alimentaire

L'industrie de la transformation alimentaire est composée de deux secteurs manufacturiers : celui des aliments et celui des boissons. On reconnaît généralement l'existence de trois niveaux de transformation. La carcasse d'animal et la farine de blé constituent deux exemples de produits de première transformation. La découpe de la viande est une opération de deuxième transformation. Le troisième niveau concerne l'assemblage de produits et d'ingrédients déjà transformés. Les pizzas surgelées, tartes, biscuits en sont des exemples.

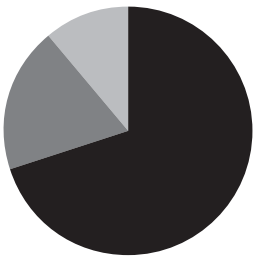
LES INDUSTRIES AGROALIMENTAIRES : UN SEGMENT IMPORTANT DE L'ÉCONOMIE QUÉBÉCOISE

Premier employeur du secteur manufacturier au Québec avec 70 000 emplois, la transformation alimentaire contribue de façon significative à l'économie québécoise. Avec des ventes totales de plus de 18 milliards de dollars en 2005,[1] la transformation alimentaire représentait 1,9 %[2] du PIB québécois et 11 %[3] de celui du secteur manufacturier.

De 2000 à 2003, la croissance moyenne du secteur de la transformation a été plus forte que celle de l'ensemble de l'économie québécoise, soit 4 % comparativement à 2,5 %. Présente dans la plupart des régions, l'industrie de la transformation alimentaire y joue souvent un rôle névralgique. Les régions de Montréal et de la Montérégie génèrent environ 50 % des emplois et 70 % de la valeur ajoutée en transformation alimentaire du Québec.[4]

Les entreprises agroalimentaires transforment annuellement jusqu'à 85 % de la production agricole québécoise. Les achats annuels d'intrants alimentaires, effectués au Québec par les industries de transformation, sont de l'ordre de 8,5 milliards de dollars.[1]

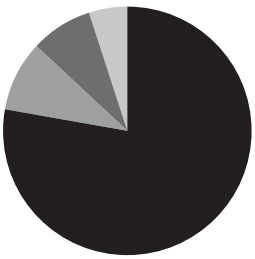
Graphique 3 – ORIGINE DES INTRANTS UTILISÉS PAR LES ENTREPRISES DE TRANSFORMATION ALIMENTAIRE



- **Québec : 70 %**
- **Autres provinces : 19 %**
- **Extérieur : 11 %**

Données 2005, source : MAPAQ, *L'activité bioalimentaire au Québec - bilan 2005*

Graphique 4 – TAILLE DES ENTREPRISES DE TRANSFORMATION ALIMENTAIRE



- **Moins de 50 employés : 78 %**
- **50 à 99 employés : 9 %**
- **100 à 249 employés : 8 %**
- **Plus de 250 employés : 5 %**

Sources : ICRIQ, avril 2004; Statistique Canada et MAPAQ

Parmi les entreprises québécoises, 22 % ont moins de 5 employés, 38 %, de 5 à 19 et 18 % emploient de 20 à 49 personnes. Ces entreprises de moins de 50 employés fournissent 19,5 % des emplois du secteur.

Graphique 5 – ACHETEURS DES PRODUITS TRANSFORMÉS QUÉBÉCOIS

- **Commerces de détail et HRI Qc : 39 %**
- **Commerces de détail et HRI autres provinces : 26 %**
- **International : 18 %**
- **Production et transformation Qc : 17 %**

Le secteur coopératif occupe une place importante dans l'industrie de la transformation alimentaire au Québec. Il contribue à environ 25 % des livraisons manufacturières. Les coopératives transforment environ 85 % de la volaille et plus de la moitié du lait et des porcs produits au Québec.[4]

Les entreprises de transformation composent avec deux univers très structurés. Elles sont situées en aval de la production agricole et en amont de la distribution alimentaire, deux maillons très organisés de la chaîne agroalimentaire.

LA TRANSFORMATION ET LA PRODUCTION AGRICOLE

Il est généralement reconnu que les transformateurs québécois bénéficient habituellement d'approvisionnements réguliers et bien structurés en matières premières agricoles. La transformation alimentaire québécoise se caractérise par un lien avec la production, particulièrement dans les filières directement liées à la production animale (lait, viandes, œufs et volailles), qui représentent 53 % de la valeur des livraisons manufacturières, et pour lesquelles, plus de 70 % des recettes des transformateurs sont consacrées à l'achat des matières premières agricoles.[1]

La mise en marché collective couvre une très forte proportion de la production agricole du Québec. Cette réalité confère aux agriculteurs un certain rapport de force dans leurs transactions avec les transformateurs québécois. L'industrie de la transformation alimentaire ontarienne est beaucoup plus diversifiée et moins dépendante du coût des approvisionnements en matières premières. Certains observateurs soulignent que les mécanismes de mise en marché collective québécois et canadiens peuvent avoir, dans certains cas, une influence à la hausse sur les coûts d'approvisionnements, rendant de ce fait les entreprises de transformation moins compétitives face aux concurrents étrangers. D'autres signalent que les systèmes de mise en marché collective sont moins bien adaptés aux besoins des transformateurs qui fabriquent des produits-créneaux.

LA TRANSFORMATION ET LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE

Au cours des deux dernières décennies, au Québec comme au Canada, on a assisté à un phénomène de concentration et de consolidation du secteur de la distribution. L'accès aux marchés est devenu plus difficile, notamment pour les petites et moyennes entreprises de transformation qui n'ont pas toujours la capacité de fournir les volumes requis par les grands réseaux de distribution. La concentration de la distribution rend la concurrence plus vive. De plus, les centres de décision stratégique de la distribution sont maintenant, pour une bonne part, situés à l'extérieur du Québec.

Les entreprises agroalimentaires font face aux défis de la concurrence et de la productivité. La productivité des entreprises québécoises de transformation est moindre que celle de l'Ontario. En effet, Statistique Canada révèle que la productivité combinée de la chaîne production agricole-transformation de l'Ontario est supérieure à celle du Québec. Le PIB par emploi est aussi considéré comme un bon indicateur de productivité. En transformation alimentaire, celui du Québec est inférieur de 27 % à celui de l'Ontario. Certains affirment que cet écart de productivité peut être expliqué, du moins en partie, par le fait que les entreprises de grande taille (500 employés et plus) sont moins nombreuses au Québec (2,8 % des établissements) qu'en Ontario (5 %) et qu'ailleurs au Canada (4,2 %).[5]

La technologie constitue également un important vecteur de productivité. À cet égard, un marché intérieur québécois plus petit rend plus difficile l'accès à la technologie de pointe. Les possibilités d'économies d'échelle et le pouvoir d'achat sont également moindres.

La marge bénéficiaire brute des industries de transformation alimentaire du Québec a été en moyenne de 23 %, entre 2000 et 2003, contre 27 % en Ontario et 20 % pour l'ensemble des autres provinces canadiennes. D'autres analyses montrent que la rentabilité des entreprises canadiennes de la transformation est inférieure de 50 % à celle des États-Unis.

Les entreprises québécoises sont aussi vulnérables face aux barrières commerciales tarifaires et non tarifaires, particulièrement celles des États-Unis et du Japon, les deux principaux pays d'exportation du Québec.

La disponibilité de la main-d'œuvre constitue un autre facteur important de productivité. Comme plusieurs secteurs manufacturiers, la transformation alimentaire connaît des difficultés de recrutement.

Tant sur les marchés extérieurs qu'intérieurs, la force de la devise canadienne accentue la concurrence étrangère, notamment celle des États-Unis.[5]

Les entreprises québécoises de transformation alimentaire peuvent toutefois compter sur un réseau de ressources institutionnelles pour combler leurs besoins en formation, recherche et développement. L'étendue et la qualité de programmes sociaux, efficaces et bien structurés, qui répondent aux besoins de leurs employés, constituent également des atouts à considérer. Le Québec offre des facteurs de production parmi les plus avantageux au monde, dont un approvisionnement énergétique fiable, abondant et financièrement compétitif, ainsi que l'accès à une ressource en eau abondante et de qualité.

La Commission s'interroge sur les mesures à prendre pour améliorer la productivité et la compétitivité de l'industrie québécoise de 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?**
- **Existe-t-il une problématique des coûts des matières premières agricoles? Si oui, quelles en sont les caractéristiques et les conséquences?**
- **Comment faciliter aux transformateurs spécialisés l'accès aux réseaux de distribution?**
- **Comment assurer aux entreprises la main-d'œuvre qui leur est nécessaire?**

LE DÉVELOPPEMENT DE NOUVEAUX MARCHÉS

Plusieurs intervenants soulignent que peu d'entreprises québécoises détiennent ou contrôlent des marques reconnues par l'ensemble du marché canadien. Inversement, le marché québécois accorde beaucoup de place à des produits de marques contrôlées par des entreprises canadiennes hors Québec ou internationales.

Les marques de distributeurs gagnent progressivement des parts de marché et les entreprises les plus productives sont favorisées lors de l'octroi des contrats de sous-traitance. En conséquence, la reconnaissance de marques nationales contrôlées par des entreprises québécoises constitue un enjeu stratégique.

Dans plusieurs segments d'activité, dont les produits de masse, il est difficile pour les entreprises québécoises de concurrencer les grandes sociétés canadiennes et étrangères, particulièrement sur les marchés d'exportation.

La nécessité de fournir des grands volumes de façon régulière limite l'accès aux marchés à plusieurs petites entreprises.

Certains soutiennent que la transformation alimentaire du Québec peut se développer en misant sur les marchés de créneaux à plus grande valeur ajoutée tels les produits de luxe, comme le foie gras, le cidre de glace, les fromages fins, les aliments santé comme les mets végétariens, les produits biologiques et les aliments fonctionnels, les produits de grande praticité tels que les pommes précoupées, les viandes et les mets préparés, etc.

La conquête des segments de marché exige, de la part des entreprises, un sens aigu de l'innovation, et une grande capacité à s'adapter rapidement aux conjonctures particulières. Plusieurs succès d'entreprises actives dans des marchés à créneaux, démontrent que la polyvalence et la créativité de leurs entrepreneurs leur permettent de saisir de nouvelles occasions d'affaires.

La Commission invite les participants à réagir aux questions suivantes :

- **Quels sont les créneaux de marchés les plus porteurs?**
- **Quelles sont les conditions à favoriser pour mieux saisir les occasions d'affaires?**
- **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?**
- **Quel rôle l'État doit-il jouer?**
- **Comment inciter les transformateurs à créer des produits ayant des caractéristiques positives pour la santé?**

4 La distribution des produits alimentaires

Deux grands canaux distincts servent à distribuer les produits alimentaires : le commerce de détail et ce qu'on appelle les HRI, c'est-à-dire l'hôtellerie, la restauration et les institutions. En 2004, ces deux segments de la distribution totalisaient des ventes de plus de 18 milliards de dollars et employaient un peu plus de 152 000 personnes.[1] Les réseaux de détail et de HRI achètent plus de 45 % de leurs aliments à l'extérieur du Québec, dont 27 % des autres provinces canadiennes.[2]

LE COMMERCE DE DÉTAIL EN ALIMENTATION

Dans les années 1950, la distribution alimentaire était assurée par des chaînes telles qu'A&P, Dominion, Steinberg, Union et des épiceries indépendantes de taille modeste. Nous avons ensuite assisté à un processus de consolidation qui s'est accéléré au début des années 1990. Ce processus a favorisé l'agrandissement et la modernisation des infrastructures des commerces d'alimentation.

Aujourd'hui, trois entreprises contrôlent 75 % du commerce de détail au Québec et 57 % au Canada. Ce sont Loblaws (Loblaws, Provigo, Maxi, Maxi et cie, etc.), Sobeys (IGA et IGA Extra, Sobeys, Tradition, BoniChoix, Rachelle-Béry, etc.) et Métro (Métro, Super C, Loeb, A&P, etc.).[2]

Le reste du marché est occupé en partie par des marchands indépendants, des chaînes à portée régionale, de petites surfaces offrant des produits surgelés, des magasins spécialisés indépendants ou affiliés à des chaînes qui sont surtout présentes dans les créneaux des produits de luxe, biologiques, ou santé. Une part non négligeable du marché est occupée par des magasins non spécialisés tels Costco, Wal-Mart, Zellers, des magasins de proximité (dépanneurs) et des chaînes de pharmacie.

La frontière entre les commerces spécialisés et non spécialisés est de plus en plus ténue. Nous constatons d'ailleurs que certains distributeurs alimentaires élargissent leur gamme de produits non alimentaires en réaction à l'entrée dans le commerce alimentaire de chaînes non spécialisées.

Les marchés canadiens et québécois du commerce de détail se distinguent par un niveau de concentration particulièrement élevé, surtout si nous les comparons aux États-Unis où le marché est encore relativement segmenté.

Malgré leurs parts de marché importantes, les grands distributeurs canadiens sont, sur le plan mondial, de taille relativement modeste. À titre d'exemple, en 2004, Wal-Mart, premier distributeur alimentaire au monde, a généré des ventes totales de 309,4 milliards de dollars américains alors que Loblaws se situait au 30e rang mondial avec 22,5 milliards de dollars américains de ventes.[3]

Nous pouvons décrire trois catégories de commerce de détail en alimentation :

- les commerces détenus à 100 % par une chaîne de distribution (commerces corporatifs ou intégrés);
- les commerces indépendants, mais affiliés à une chaîne et qui portent une bannière (commerces indépendants associés);
- les commerces indépendants.

Le type de liens qu'entretient un commerce avec une chaîne influe sur ses décisions d'achat. Il détermine notamment la marge de manœuvre du magasin dans le choix de ses fournisseurs et dans sa capacité de s'approvisionner auprès de producteurs ou de transformateurs locaux.

Selon le magazine *Canadian Grocer,* les commerces intégrés ou corporatifs contrôlent une part de marché beaucoup plus grande au Canada (60,7 %) qu'au Québec (36,7 %). Toutefois, les ventes combinées des commerces intégrés et associés aux chaînes atteignent des parts de marché similaires, soit respectivement 95 % pour le Canada et 95,9 % pour le Québec.[3] Depuis 20 ans, le nombre des commerces indépendants non associés a diminué considérablement. Au Québec et au Canada, leur chiffre d'affaires représente aujourd'hui environ 5 % du marché. [2]

Plusieurs représentants de l'industrie de la transformation déplorent les pratiques commerciales qui rendent difficile l'introduction des produits dans les supermarchés. Les chaînes d'alimentation exigent des frais d'accès, appelés « frais de référencement », des volumes importants, la livraison régulière et sur rendez-vous aux centres de distribution, la standardisation du produit et la négociation avec la centrale d'achat. Pour les entreprises situées en région, l'éloignement des centres de décision ajoute aux difficultés.

L'OFFRE DE PRODUITS ALIMENTAIRES

L'offre alimentaire n'a jamais été aussi abondante et variée. En 2005, 30 000 produits occupaient la surface des tablettes d'un supermarché moyen alors que, en 1953, nous n'en comptions que 6 000.[4] Cette situation découle de la volonté des distributeurs de répondre aux besoins des consommateurs aux origines culturelles multiples ainsi que par la diversité croissante des habitudes de consommation. Les consommateurs sont plus renseignés et réceptifs aux nouveautés. Cette évolution du marché explique en partie la tendance à la modernisation et à l'agrandissement des supermarchés au Québec. Elle offre de multiples occasions d'affaires aux producteurs, transformateurs et distributeurs qui arrivent à anticiper les tendances et à offrir des produits innovateurs et compétitifs.

Si ces phénomènes ouvrent des opportunités d'affaires aux fabricants, les défis de commercialisation sont toutefois plus grands. Les transformateurs québécois doivent, en effet, faire connaître et adopter leurs produits ou leurs marques à des consommateurs pressés et soumis à une offre abondante et diversifiée.

Traditionnellement, les grands transformateurs investissent massivement dans l'acquisition d'outils de production à grand débit et souhaitent maintenir des productions stables et à grand volume le plus longtemps possible. Mais le cycle de vie des produits tend à raccourcir. Les entreprises qui tardent à s'adapter perdent des parts de marché au profit d'entreprises plus souples qui savent s'ajuster rapidement aux nouvelles tendances. On observe d'ailleurs que les petites et moyennes entreprises (PME) plus performantes sont devenues de nouveaux leaders qui ont su remporter rapidement des succès d'affaires auprès des grands distributeurs.

LES MARQUES PRIVÉES

La forte concurrence entre les distributeurs canadiens ainsi que la crainte de la concurrence américaine ont entraîné le déploiement de multiples stratégies pour fidéliser les consommateurs. L'une d'elles consiste à favoriser l'achat de produits identifiés aux marques privées ou appartenant au distributeur, ces produits étant forcément absents des rayons des concurrents. Pour élaborer leurs stratégies de marques privées, les grands distributeurs bénéficient d'information de première ligne sur les attentes et les comportements des consommateurs. Ceci leur permet de s'adapter rapidement aux nouvelles tendances. En conséquence, des marques privées comme Le Choix du Président, Nos Compliments et Sélection Mérite viennent concurrencer les marques nationales appartenant à des transformateurs. Ces stratégies ont d'ailleurs créé des occasions d'affaires pour des entreprises québécoises ne détenant pas le contrôle de marques nationales dominantes.

Selon Deloitte & Touche (*Benchmarking for success 2000*), les parts du marché canadien des aliments transformés et des boissons de marques privées atteignaient déjà respectivement 27 % et 28 % en 1998. Il est à noter que la présence des marques privées est plus importante au Canada qu'aux États-Unis. Selon AC Nielsen,[5] le Canada arrive au neuvième rang mondial pour la pénétration de marchés des produits sous marques privées, avec 19 % contre 16 % aux États-Unis. La Suisse arrive au 1er rang avec 45 %.

L'ouverture progressive du commerce international des produits agricoles et alimentaires offre des occasions d'affaires supplémentaires pour les grands distributeurs. Ceux-ci profitent de la possibilité de s'approvisionner à moindre coût, surtout pour les produits offerts sous leurs marques. Une devise canadienne forte renforce ce phénomène. La concurrence des distributeurs américains pratiquant l'approvisionnement sur le marché international incite d'autres grands distributeurs à suivre cette voie.

La capacité concurrentielle de la chaîne production-transformation constitue un enjeu majeur pour le secteur agroalimentaire québécois. La Commission suggère une réflexion à partir de la question suivante :

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

L'ÉTIQUETAGE DES PRODUITS ALIMENTAIRES

L'étiquetage des produits alimentaires est régi par l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA). Ses exigences concernent à la fois l'étiquetage nutritionnel, les allégations nutritionnelles et les allégations reliées à la santé. Au Canada, l'étiquetage du contenu nutritionnel est obligatoire pour la majorité des produits. Ces prescriptions sont exigeantes pour certains transformateurs qui y voient un coût additionnel relativement important. Toutefois, ces nouvelles exigences peuvent ouvrir la voie à des occasions d'affaires en mettant en valeur la qualité nutritionnelle de leurs produits.

Les consommateurs veulent être de mieux en mieux informés sur ce que contiennent leurs aliments. D'autres vont plus loin et souhaitent que nous les informions sur l'origine ainsi que sur les modes de production et de transformation de ces aliments. C'est dans ce contexte qu'il faut lire la problématique soulevée par l'introduction des organismes génétiquement modifiés (OGM) dans le système alimentaire et l'actuel débat sur l'étiquetage obligatoire plutôt que volontaire qui les concerne.

La Commission souhaiterait obtenir des réactions et des commentaires sur les éléments de réflexion suivants :

- **Quel est le rôle de l'étiquetage? Jusqu'où devons-nous aller?**
- **Quelle information est essentielle aux consommateurs et que devons-nous trouver sur les étiquettes?**
- **L'étiquetage volontaire des OGM doit-il devenir obligatoire?**
- **Comment tenir compte des contraintes qu'impose cette obligation aux entreprises de transformation et de distribution?**

LES HÔTELS, RESTAURANTS ET INSTITUTIONS

Les services alimentaires des hôtels, restaurants et institutions ont connu au Québec une croissance importante et ils y occupent une place de choix. La portion des dépenses alimentaires des Québécois qui est consacrée aux HRI est à la hausse. Elle demeure cependant plus faible que celle observée aux États-Unis.

En 2004 aux États-Unis, la part des dépenses des consommateurs dans le réseau HRI dépassait pour la première fois celle réalisée dans les magasins d'alimentation. La même année au Québec, la restauration québécoise a réalisé des ventes de l'ordre de 7 milliards de dollars, une croissance de 4,5 % par rapport à 2003. Les services alimentaires des hôtels et des institutions enregistraient, quant à eux, un chiffre d'affaires de 2 milliards de dollars. Les HRI employaient environ 161 000 personnes.[6]

Les politiques d'achat en hôtellerie et en restauration sont différentes de celles du commerce de détail. Les pratiques y sont traditionnellement basées sur la recherche de produits spécifiques et sur une relation d'affaires plus directe. Nous constatons aussi un important mouvement de consolidation dans les secteurs de la distribution aux HRI, au Québec et au Canada, tout comme dans la gestion des grands comptes institutionnels et cafétérias de grandes entreprises. Cette consolidation renforce le pouvoir d'achat des distributeurs et des opérateurs, et tend à éloigner les fabricants des centres de décision. L'un des effets de ce changement est l'ajout de barrières à l'entrée pour les petits producteurs et transformateurs qui n'ont pas la capacité de fournir d'importants volumes.

Les restaurateurs indépendants et les petites chaînes régionales sont souvent desservis par des distributeurs locaux ou régionaux. C'est au Québec que nous trouvons le plus grand pourcentage d'entreprises indépendantes, non affiliées à une chaîne.

La Commission aimerait recevoir des avis et des commentaires portant sur les questions suivantes :

- **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?**
- **Les appels d'offres des institutions publiques devraient-ils faire une plus grande place aux produits québécois?**
- **Comment pourrions-nous inciter les distributeurs à mieux tenir compte de l'offre des produits québécois?**

L'IMPORTANCE STRATÉGIQUE DES HRI

Le positionnement des entreprises de transformation auprès des distributeurs HRI s'est souvent avéré stratégique. Le consommateur initié à la cuisine mexicaine, aux sushis ou à la gastronomie par ses expériences gustatives en restaurant ou par la communication média, cherche par la suite les mêmes produits sur les tablettes des magasins.

À ce titre, des institutions, comme l'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec (ITHQ), et les médias jouent un rôle important dans l'évolution des habitudes de consommation et la visibilité accordée aux produits locaux. L'ITHQ a d'ailleurs contribué significativement au développement du savoir-faire et de la notoriété du Québec en restauration.

Malgré tout, certains intervenants déplorent que le marché du HRI soit souvent négligé par les transformateurs. Pourtant, en plus d'être stratégique, ce marché est généralement considéré moins coûteux et moins risqué. De plus, l'hôtellerie et la restauration québécoises sont à la fois dynamiques et créatives. Elles contribuent à l'évolution des tendances de consommation.

Le Québec exporte 53 % de sa production alimentaire alors que les importations répondent à 45 % de ses besoins en nourriture.[1]

5 Le commerce extérieur de produits agricoles et agroalimentaires

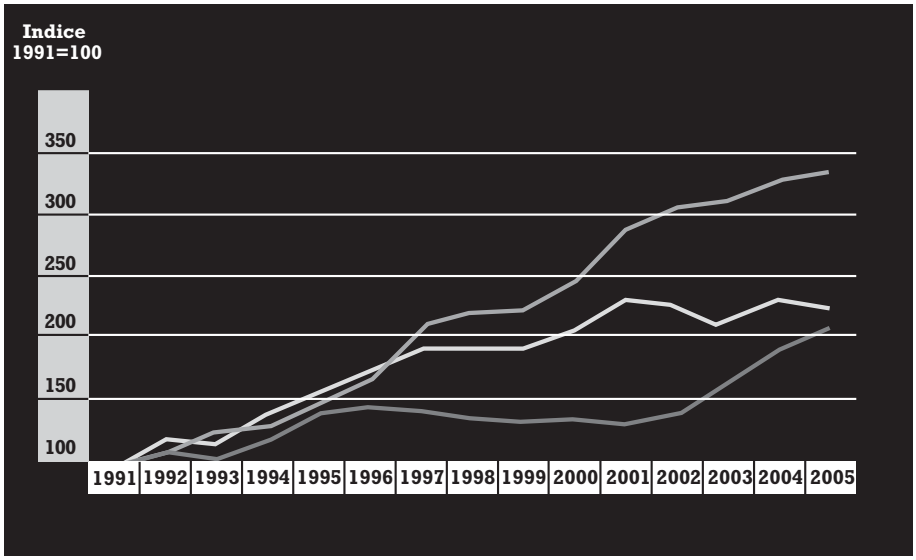
LES MARCHÉS EXTÉRIEURS

Les marchés interprovincial et international représentent une part de plus en plus importante de la production bioalimentaire québécoise, passant de 34 % des ventes totales en 1999 à 53 % en 2005. Ces marchés extérieurs sont devenus le principal vecteur de croissance du secteur agroalimentaire avec une hausse annuelle de plus de 10 % des livraisons, comparativement à une hausse de près de 4 % pour le marché intérieur québécois.

Le Québec a connu une augmentation de ses exportations internationales de produits bioalimentaires plus marquée que le reste du Canada et de l'ensemble des pays exportateurs, comme le montre le Graphique 6.

Graphique 6 – ÉVOLUTION DE LA VALEUR DES EXPORTATIONS INTERNATIONALES DES PRODUITS BIOALIMENTAIRES*

QUÉBEC, AUTRES PROVINCES CANADIENNES ET LE MONDE – 1991 À 2005 EN %



*** comprend les produits alimentaires et les matières premières**

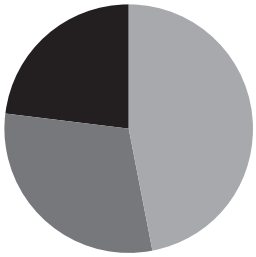
Québec : 323

Canada excluant le Québec : 221

Monde : 205

Sources : OMC, statistiques du commerce international. Strategis et ISQ, statistiques du commerce international du Canada et du Québec. MAPAQ, direction des politiques commerciales et intergouvernementales, décembre 2006

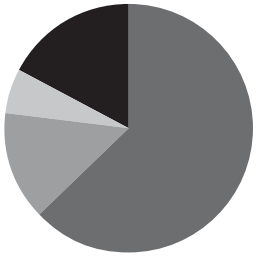
Graphique 7 – DESTINATION DE LA PRODUCTION ALIMENTAIRE QUÉBÉCOISE (2005)



Québec : 47 %
Autres provinces : 30 %
Exportations : 23 %

Depuis 1997, le solde du commerce international bioalimentaire du Québec est positif grâce à ses échanges avec les États-Unis. Les échanges avec l'ensemble des autres pays restent déficitaires, c'est-à-dire que le Québec importe plus de produits de ces autres pays qu'il n'en exporte.

Graphique 8 – DESTINATION DES EXPORTATIONS ALIMENTAIRES DU QUÉBEC (2005)



États-Unis : 63 %
Japon : 14 %
Union européenne : 6 %
Autres : 17 %

Les exportations internationales du Québec ont progressé de 16 % de 2002 à 2005. Le Québec assure plus de 12 % des exportations internationales canadiennes, se situant derrière l'Ontario (28 %) et l'Alberta (16 %).

Alors que les exportations internationales s'accroissaient de plus de 14 % entre 2001 et 2005, les importations augmentaient de 19 %.[2] Cette augmentation des exportations est survenue malgré un ralentissement, en 2003, dû notamment à la maladie de la vache folle (encéphalopathie spongiforme bovine) et à la hausse du dollar canadien. Notons par ailleurs que cette augmentation des exportations n'a été que de 1% pour la période 2004-2005. Les données du premier trimestre de 2006 indiquent une diminution de la valeur des exportations. Les exportations québécoises de produits agricoles et agroalimentaires représentaient plus de 6 % des exportations totales de marchandises en 2003.

LA NOUVELLE DYNAMIQUE DES MARCHÉS INTERNATIONAUX

Des pays comme le Mexique, le Chili, le Brésil, l'Inde et la Chine[4] occupent de plus en plus de place dans les échanges internationaux, en offrant des produits à plus bas prix. Ces pays jouissent de certains avantages, notamment leur main-d'œuvre et leur climat qui leur permettent de produire, à faibles coûts, aussi bien les matières premières que les produits transformés. Leur poids croissant sur la scène internationale accentue la pression à la baisse déjà observée sur les prix et changera vraisemblablement plusieurs données du commerce international. Cette offre accrue de produits doit cependant être située dans le contexte d'une croissance de la demande à l'échelle mondiale. De plus, les avantages de coût, dont jouissent ces pays, peuvent être contrebalancés par d'autres désavantages touchant notamment la qualité, l'innocuité, la traçabilité et la fiabilité des livraisons.

La concurrence sur les marchés internationaux risque de s'intensifier. Ceci laisse croire que les entreprises de production agricole et de transformation québécoises devront se montrer efficaces, faire preuve d'innovation et de souplesse pour s'adapter à des conditions changeantes, si elles veulent maintenir ou améliorer leur place sur les marchés. De plus, l'érosion probable des protections tarifaires, en raison de la pression internationale qui s'exerce, notamment dans le cadre des négociations commerciales soutenues par l'Organisation mondiale du commerce (OMC), fragilisera les marchés intérieurs, actuellement sous gestion de l'offre.

La plupart des produits exportés sont des produits transformés. Ils représentaient, en 2005, près de 85 % des exportations. Ce ratio est, pour l'Ontario, de 76 % et, pour l'ensemble canadien, de 60 %. Les principaux produits québécois exportés se composent, notamment des produits d'origine animale suivants : la viande de proc fraîche ou congelée, les viandes de volailles et les œufs, les sous-produits animaux, les produits laitiers, les animaux vivants. Les principaux produits d'origine végétale exportés sont : les produits du cacao, les aliments et produits divers, les fruits et légumes, le miel, les produits de l'érable et du sucre, les produits céréaliers, les boissons.

Le Québec a exporté, en 2005, des produits de source animale (incluant ceux du lait) pour 1,6 milliard de dollars, dont 1 milliard de dollars de porc frais ou congelé.[4]

Les produits d'origine animale représentaient au moins 43 % des exportations agricoles et agroalimentaires totales, dont 33 % étaient des produits de porc. La grande majorité de ces exportations était destinée au marché américain. De 2000 à 2005, les exportations de porc y ont augmenté de 58 %. Les exportations de produits végétaux représentaient 2,2 milliard de dollars en 2005. Les plus importants sont les produits du cacao, avec des exportations de 340 millions de dollars ou 18 % des exportations alimentaires totales, suivis des aliments et produits divers, des fruits et des légumes, des produits céréaliers, des boissons et des produits de l'érable.[1]

Notons que l'augmentation des exportations est survenue dans un contexte d'appréciation importante de la valeur de la devise canadienne. En effet, au cours de la période 2002-2005, le dollar canadien s'est apprécié de 38 % par rapport au dollar américain, de 32 % par rapport au yen et de 11 % face à l'euro.[6]

Premier secteur d'exportation du Québec, l'industrie porcine vit présentement une conjoncture très difficile en même temps qu'elle doit faire face à la montée en force de la production américaine et à l'arrivée de nouveaux pays concurrents comme le Brésil.[1] Les exportations de viandes, majoritairement composées de porc, ont diminué de 20 % entre 2003 et 2005.[5]

L'exportation des produits dérivés du cacao, moins à risque pour le moment, dépend toutefois de la politique américaine du sucre et du coût des autres facteurs de production.

La Commission souhaiterait obtenir des commentaires sur les éléments de réflexion suivants :

- **Quelle importance le secteur agricole et agroalimentaire du Québec devrait-il attribuer à l'exportation et aux marchés extérieurs?**
- **Nos stratégies devraient-elles ou non accorder une importance particulière aux produits transformés?**
- **Compte tenu de la concurrence mondiale, que doit faire le Québec pour maintenir ou accroître ses positions sur les marchés mondiaux?**
- **Comment s'assurer que les transformateurs soient bien informés des tendances des marchés extérieurs?**
- **Comment concilier gestion de l'offre et exportation?**

LES IMPORTATIONS

Les importations québécoises, interprovinciales et internationales de produits alimentaires s'élevaient à 3,5 milliards de dollars en 2005 et ont progressé de 17 % de 2002 à 2005.[7] Elles satisfont maintenant 45 % de nos besoins alimentaires et représentent 16 % de la valeur totale des importations canadiennes. Quant à elle, la province de l'Ontario recevait 57 % des importations, soit 12,5 milliards de dollars.[1]

Les importations du Québec sont composées de produits transformés dans une proportion de plus de 70 %. Les produits importés les plus importants sont les boissons (23 %), les fruits et les noix (19 %), le cacao, le café et le thé (12 %), le miel et le sucre (11 %), les produits à base de composants de lait (7 %) et les légumes (6 %).[8]

La hausse du dollar canadien rend les importations plus compétitives sur le marché canadien. Plus le dollar est élevé, plus s'érode la protection tarifaire effective, surtout lorsque les prix intérieurs sont à la hausse et les prix mondiaux à la baisse.[9] Cette situation pourrait favoriser une hausse des importations de certains produits, même pour ceux sous gestion de l'offre qui profitent d'une protection tarifaire élevée.

Comme nous le constatons, l'économie du Québec est relativement dépendante des marchés extérieurs, tant pour sa consommation que pour sa production de produits alimentaires.

Voici quelques éléments sur lesquels les participants sont invités à se prononcer :

- **Quelle place faites-vous à la sécurité alimentaire dans votre vision de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois?**
- **Pensez-vous que la place occupée par les importations au Québec menace sa production et sa sécurité alimentaire?**
- **Comment le secteur de l'agriculture et de l'agroalimentaire devrait-il d'une part, composer avec la tendance mondiale à la diminution des tarifs douaniers et d'autre part, avec la baisse des prix mondiaux?**