

2

AGRICULTURE ET PÊCHES

**MÉTIERS RELATIFS À LA
COMMERCIALISATION ET À LA
VENTE DES PRODUITS MARINS :**

**POISSONNIERS, POISSONNIÈRES
COURTIERS, COURTIÈRES ET
DISTRIBUTEURS-GROSSISTES,
DISTRIBUTRICES-GROSSISTES**

**ÉTUDE
PRÉLIMINAIRE**

AGRICULTURE ET PÊCHES

**MÉTIERS RELATIFS
À LA COMMERCIALISATION ET
À LA VENTE DES PRODUITS
MARINS :**

***POISSONNIERS, POISSONNIÈRES
COURTIERS, COURTIÈRES ET
DISTRIBUTEURS-GROSSISTES,
DISTRIBUTRICES-GROSSISTES***

ÉTUDE PRÉLIMINAIRE

Gouvernement du Québec
Ministère de l'Éducation, 1999 – 99-0089

ISBN : 2-550-35289-0

Dépôt légal – Bibliothèque nationale du Québec, 1999

ÉQUIPE DE PRODUCTION

Responsable du projet	Richard Loiselle Directeur, Centre spécialisé des pêches maritimes
Chercheur principal / rédacteur	Mario Pelletier
Assistants de recherche	France Laplante Marie-Josée Blanchard
Éditique	France Laplante
Enquêtrice	Marie-Josée Blanchard
Révision linguistique	Sous la responsabilité de la Division des services linguistiques du ministère de l'Éducation
Sous la responsabilité de	Jean-Pierre Fons Responsable au sous-secteur de formation Pêches

Remerciements

Nous remercions les personnes, les organismes et les entreprises qui ont collaboré à cette recherche.

SIGLES ET ACRONYMES

ACQOMER	Association québécoise de la commercialisation de poissons et de fruits de mer du Québec
ADA	Association des détaillants en alimentation du Québec
AST	Analyse de situation de travail
CCDA	Conseil canadien de la distribution des produits alimentaires
CNP	Classification nationale des professions
DEC	Diplôme d'études collégiales
DEP	Diplôme d'études professionnelles
DES	Diplôme d'études secondaires
HRI	Hôtelleries, restaurants et institutions
ITHQ	Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec
MAPAQ	Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec
MPO	Ministère Pêches et Océans
MTO	Ministère du Tourisme
PIB	Produit intérieur brut
PME	Petites et moyennes entreprises
SQDM	Société québécoise de développement de la main-d'œuvre.

TABLE DES MATIÈRES

Avant-propos

Introduction	1
But, objectif général et objectifs spécifiques	3
1 Sommaire	5
2 État de situation	7
3 Champ de recherche	9
3.1 Secteur d'activité	9
3.2 Fonctions de travail.....	9
3.3 Programme d'études	13
4 Méthodologie	17
5 Milieu de travail	19
5.1 Secteurs d'activité économique	19
5.1.1 Commercialisation des produits de la pêche	21
5.1.2 Gros et détail	23
5.1.3 Valeur et volume des échanges	25
5.1.4 Évolution sectorielle des échanges.....	26
5.1.5 Importance économique des activités.....	27
5.2 Caractéristiques des entreprises	29
5.2.1 Taille	29
5.2.2 Nombre d'employés	31
5.2.3 Localisation	32
5.2.4 Activités primaires et secondaires	33
5.2.5 Types de gestion.....	35
5.2.6 Besoins de main-d'œuvre et critères d'embauche.....	36
5.3 Caractéristiques de la main-d'œuvre	39
5.3.1 Mobilité horizontale et verticale.....	39
5.3.2 Cheminement de carrière.....	40
5.3.3 Mobilité intersectorielle	41
5.3.4 Relations de travail	42
5.3.5 Supervision et responsabilités	42
5.3.6 Gestion des ressources humaines	43
5.3.7 Syndicalisation	44
5.3.8 Conditions d'exercice du métier.....	44
5.3.9 Clientèle.....	45
5.3.10 Besoins de main-d'œuvre	46
5.3.11 Conditions d'embauche	46

5.4	Description des fonctions de travail.....	47
5.4.1	Tâches	47
5.4.2	Responsabilités	49
5.5	Prévisions de main-d'œuvre	49
5.5.1	Grandes tendances	49
5.5.2	Distribution générale des emplois.....	50
5.5.3	Distribution des emplois selon la taille et les types d'entreprises	51
5.5.4	Âge, sexe, scolarité	51
5.5.5	Perfectionnement	54
5.5.6	Perspectives de croissance	55
5.5.7	Besoins de main-d'œuvre selon les types d'entreprises et les régions d'ici trois ans.....	56
5.6	Évolution des fonctions de travail.....	57
5.6.1	Nouvelles technologies	57
5.6.2	Modes d'organisation du travail	58
5.6.3	Polyvalence	60
5.6.4	Évolution axée sur la commercialisation	60
5.6.5	Analyse de situation de travail.....	60
5.7	Législation et réglementation.....	61
5.8	Appréciation et attentes des entreprises en matière de formation.....	62
5.8.1	Besoins de spécialisation	63
5.8.2	Satisfaction des employés.....	65
5.8.3	Connaissances	65
5.8.4	Hygiène	66
5.8.5	Qualité.....	66
5.8.6	Préparation	68
5.8.7	Espèces.....	68
5.9	Grands constats	70
6	Formation actuelle.....	73
6.1	Portrait de l'offre de formation	73
6.2	Portrait de l'effectif étudiant	73
6.3	Placement	74
6.4	Poursuite des études	74
6.5	Accessibilité à l'ordre d'enseignement universitaire	74
6.6	Formation en entreprise.....	76
6.7	Grands constats	78

7	Harmonisation	79
7.1	Concordance entre formation et fonctions de travail	79
7.2	Écarts entre formation et fonctions de travail	79
7.3	Prospectives	81
7.3.1	Inscriptions réelles et potentielles	81
7.3.2	Modifications à apporter aux programmes	81
7.3.3	Nouvelles tendances.....	82
8	Modèles de programmes	83
8.1	Hors des régions maritimes.....	84
8.2	Conditions d'offre	84
8.3	Constats.....	84
9	Recommandations	85
9.1	Tendances qui orientent le développement des secteurs socio-économiques des métiers à l'étude	85
9.2	Exigences des employeurs	85
9.3	Cadre législatif et réglementaire	85
9.4	Changements relatifs à l'évolution technologique et à l'organisation du travail	85
<i>Annexe 1</i>	Liste des entreprises interrogées	
<i>Annexe 2</i>	Liste des personnes interrogées	
<i>Annexe 3</i>	Questionnaire (propriétaires)	
<i>Annexe 4</i>	Questionnaire (employés)	
<i>Annexe 5</i>	Listes des ouvrages consultés	

LISTE DES FIGURES ET TABLEAUX

Figures 1 et 2 :	Ventilation de l'impact économique pour le Québec des activités de la filière des produits marins	29
Figure 3 :	La nature des entreprises urbaines et gaspésiennes	34
Figure 4 :	Nombre d'entreprises en milieu urbain qui accorderaient un privilège en matière d'embauche aux personnes qui auraient suivi une formation en vente des produits de la pêche (DEP - 5104)	37
Figure 5 :	Nombre d'entreprises qui éprouvent des difficultés à embaucher des personnes qualifiées	38
Figure 6 :	Nombre d'années travaillées par les employés dans les poissonneries et usines	40
Figure 7 :	Pourcentages des propriétaires-dirigeants qui prennent leurs décisions majeures en consultant leurs employés	43
Figure 8 :	Nombre de mois par année pendant lesquels les entreprises et usines sont en exploitation	44
Figure 9 :	Moyenne d'âge des travailleurs et travailleuses dans le secteur de la commercialisation	52
Figure 10 :	Niveau de scolarité (centres urbains)	53
Figure 11 :	Niveau de scolarité (Gaspésie)	53
Figure 12 :	Répartition des emplois selon le sexe	54
Figure 13 :	Pourcentages d'entreprises qui désirent améliorer leurs technologies ou leurs équipements	57
Figure 14 :	L'influence de la concurrence incite-t-elle à suivre de la formation ? (centres urbains)	58
Figure 15 :	L'influence de la concurrence incite-t-elle à suivre de la formation ? (Gaspésie)	59
Figure 16 :	Lien entre l'augmentation de la rentabilité des entreprises et les compétences acquises en formation	63
Figure 17 :	Pourcentages de personnes désirant suivre de la formation	64

Figure 18 : Pourcentages des produits marins les plus populaires (centres urbains).....	69
Figure 19 : Pourcentages des produits marins les plus populaires (Gaspésie)	70
Figure 20 : Pourcentages des poissonniers et distributeurs-grossistes qui ont suivi de la formation relative aux produits de la pêche	71
Figure 21 : Nombre de poissonniers et distributeurs-grossistes sachant qu'un programme de formation en vente des produits de la pêche est offert	80
Tableau 1 : Contenu du programme DEP - 5104.....	14
Tableau 2 : Réseau emprunté pour la vente des produits de la mer.....	20
Tableau 3 : Distribution des espèces sur les marchés nationaux et internationaux.....	25
Tableau 4 : Profil des entreprises en centre urbain	30
Tableau 5 : Profil des entreprises en Gaspésie.....	30
Tableau 6 : Estimation de l'emploi dans la filière des produits marins du Québec.....	31
Tableau 7 : Les types de gestion des entreprises	35
Tableau 8 : La formation offerte en entreprise	77
Tableau 9 : Vente des produits de la pêche : modèle de programme éventuel	83

AVANT-PROPOS

L'industrie de la pêche au Québec se révèle depuis fort longtemps un secteur important d'activité économique. Reportons-nous à l'arrivée des premiers colons qui, attirés par les bancs de morue, ont participé à l'établissement de postes de pêche partout en Gaspésie. Au fil des siècles, l'élaboration d'un système de lois et de réglementation a entraîné l'instauration d'infrastructures complexes dans ce secteur sans cesse en mouvement.

Depuis le moratoire sur la pêche au poisson de fond, en 1993, l'industrie halieutique connaît de profondes mutations qui se répercutent dans toutes les sphères d'activités de la pêche. Les principaux intervenants de ce secteur ont brutalement pris conscience du fait que les ressources n'étaient plus inépuisables.

Dans la perspective d'une augmentation de la qualité de la mise en marché des différentes espèces, issues tant de la pêche commerciale que de l'aquiculture, la formation des industriels et des travailleurs et travailleuses de la pêche à tous les niveaux d'intervention demeure la garantie d'un meilleur service offert à la clientèle.

Introduction

Le présent document de recherche, en relation avec la commercialisation des produits de la pêche, s'articule autour de trois axes prédominants. Il vient infirmer ou confirmer, en partie, les hypothèses d'un premier rapport intitulé : *Portrait du sous-secteur de formation Pêches* (dit *portrait de secteur*, dans le présent document). Ce dernier s'inscrivait dans le cadre d'un processus d'analyse devant mener à la structuration d'un programme d'enseignement adapté le plus fidèlement possible aux besoins des industriels et des travailleurs et travailleuses du secteur de la vente des produits de la pêche, soit les poissonniers, poissonnières, les courtiers, courtières et les distributeurs-grossistes, distributrices-grossistes.

Les trois axes sont les suivants :

- 1) La quantification des besoins d'une main-d'œuvre de plus en plus qualifiée, relativement aux fonctions de travail exigées dans une industrie en perpétuelle évolution, plus particulièrement en milieu urbain.
- 2) La structuration éventuelle des modalités en vue de dispenser le programme DEP 5104 - *Vente des produits de la pêche*, toujours en milieu urbain.
- 3) La mise en relation des fonctions de travail étudiées avec le programme de formation au moyen d'une analyse rigoureuse des exigences des travailleurs et travailleuses de ce secteur.

À partir, entre autres, du *portrait de secteur* formulant les paramètres relatifs à la pêche actualisés en mars 1998, cette étude préliminaire vient apporter des précisions essentielles à l'*analyse de situation de travail (AST)*, laquelle conduira à l'amélioration du programme d'études.

But

Mettre en lumière les besoins du monde du travail reliés à la commercialisation et à la mise en marché des produits de la mer et le programme de formation offert.

Objectif général

Faire ressortir les ajustements possibles du programme DEP 5104 - *Vente des produits de la pêche*, dans une prospective des trois prochaines années pour le secteur de la commercialisation et de la mise en marché des produits marins.

Objectifs spécifiques

- préciser les besoins de formation liés aux métiers de poissonniers, poissonnières, courtiers, courtières et distributeurs-grossistes, distributrices-grossistes;
- déterminer les éléments nécessaires à la révision du programme de formation DEP 5104 B *Vente des produits de la pêche*;
- fournir des données actualisées, notamment sur les activités de commercialisation du secteur;
- décrire les caractéristiques significatives de la main-d'œuvre et les conditions d'exercice des métiers en question;
- évaluer le degré de satisfaction des employeurs et de la clientèle vis-à-vis les travailleurs et travailleuses du secteur;
- mesurer le degré de connaissances des travailleurs et travailleuses, et des employeurs, relativement aux préalables entourant la qualité de traitement des différentes espèces;
- décrire un programme actualisé selon les besoins de formation évoqués par les intervenants du secteur.

1 SOMMAIRE

Au Québec, la commercialisation des produits de la pêche est un secteur d'activité économique de premier plan. La contribution de la filière des produits marins à l'essor des régions maritimes demeure depuis toujours très importante.

Le secteur des pêches joue un rôle moteur dans le maintien et la création d'emplois, et ce, dans un contexte socio-économique qui en a grandement besoin. La commercialisation des produits marins participe à la survie même des régions maritimes du Québec, créant deux emplois sur trois aux Îles-de-la-Madeleine, un sur six en Gaspésie et un sur dix sur la Côte-Nord¹.

Le marché de la consommation intérieure et extérieure est relativement stable et on suppose que le niveau de commercialisation devrait être en équilibre entre l'offre et la demande de sorte que l'on n'ait pas à se préoccuper d'une rationalisation des ventes dans ce secteur.

Besoins de main-d'œuvre

Les besoins de main-d'œuvre qualifiée relativement aux fonctions de travail de poissonnier, poissonnière, courtier, courtière et distributeur-grossiste, distributrice-grossiste, en particulier en milieu urbain, ne devraient pas connaître de hausse ou de baisse significative au cours des trois prochaines années.

La commercialisation des produits de la pêche se répercute dans l'économie québécoise par la création d'emplois évalués à 14 694 personnes/année. Plus précisément, en 1995, la filière embauchait, dans le secteur primaire, 2 965 personnes, 6 464 dans le secteur secondaire et 5 265 dans le secteur tertiaire. Seulement en commercialisation, le nombre d'emplois directs était évalué à 1 047 pour le commerce de gros et à 3 028 pour le commerce de détail en 1995, et 1 190 en emplois indirects².

Ce niveau d'emploi devrait, de façon brute, rester stable malgré les nouveaux futurs dans le marché telles la concurrence des mégadistributeurs américains et la valeur ajoutée, entre autres.

1 *La Filière des produits marins du Québec*, Raymond Dupuis, 1997.

2 Sylvain Lafrance, *Portrait du sous-secteur de formation pêche, ministère de l'Éducation, Direction générale de la main-d'œuvre*, Québec, mars 1998.

Structuration actuelle et modalités de l'offre du programme DEP 5104 B Vente des produits de la pêche

Le programme DEP B 5104, selon sa structure présente, ne nécessite que très peu d'ajustements ; bien qu'il n'ait pas été offert depuis huit ans, il demeure des mieux adapté, surtout en ce qui concerne le métier de poissonnier, poissonnière.

Cependant, certains ajustements seraient requis en vue d'offrir une formation spécifique adaptée aux besoins individuels des poissonniers, poissonnières, courtiers, courtières et distributeurs-grossistes, distributrices-grossistes. Le programme pourrait être structuré sur la base d'un tronc commun aux trois métiers, mais à l'intérieur duquel l'élève pourrait suivre les cours adaptés à son choix de carrière. Les besoins spécifiques reliés au métier de poissonnier, poissonnière sont très différents de ceux reliés aux deux autres métiers comme nous pourrions le constater dans cette étude.

Exigences des travailleurs et travailleuses

On pourrait offrir le cours en milieu urbain, selon les besoins exprimés, idéalement en partenariat avec des établissements existants, telles ceux d'un ministère; cette organisation permettrait de regrouper des secteurs connexes dans un même établissement.

Ce sont les exigences mêmes des travailleurs et travailleuses au sein de leurs fonctions de travail, qui ont servi à déterminer l'écart entre la situation de travail présente et la formation disponible.

À la suite de notre enquête, des besoins de perfectionnement émergent. Les gens, surtout en milieu urbain, ont exprimé la nécessité de parfaire leurs connaissances et manifesté le désir de suivre des cours, mais adaptés à leurs besoins de façon très précise.

2 ÉTAT DE SITUATION

Cette étude préliminaire a été effectuée dans un esprit de rationalisation, de polyvalence et d'harmonisation du milieu de l'enseignement et du milieu du travail, prennent en considération les besoins des travailleurs, travailleuses du secteur et les situations de travail actuelles.

Axée sur une prospective visant à mieux définir le profil du marché du travail et les formations les mieux adaptées pour les trois prochaines années en commercialisation des produits de la mer, l'étude apporte des précisions sur le *portrait de secteur* et sur l'*analyse de situation de travail* (AST) qui elle orientera.

Il s'agit de déterminer l'écart entre les fonctions de travail présentes et la situation souhaitée, en vue d'examiner la formation sous tous ses angles et d'offrir aux décideurs un outil des mieux adaptés.

Métier de poissonnier, poissonnière

Ce métier existe s'appuie sur des formations acquises dans le milieu même du travail, à savoir que le personnel le plus expérimenté transfère ses connaissances aux nouveaux venus. La définition que l'on se fait d'un bon poissonnier se traduit dans ses actions menant à une bonne rentabilité dans la commercialisation des produits en étalage.

De façon générale, les personnes interrogées aux fins de cette étude sont d'accord pour affirmer qu'une meilleure formation viendrait augmenter la qualité générale de la commercialisation. Le manque de cadre de référence cause de grandes difficultés aux travailleurs et travailleuses de la vente au détail des produits de la pêche. Un cours, tel le DEP - 5104, *Vente des produits de la pêche*, assurerait l'encadrement nécessaire à la pratique du métier.

Métier de courtier, courtière

Le travail du courtier, de la courtière consiste à trouver sur le marché, tant intérieur qu'extérieur, une marchandise à un prix minimum et de bonne qualité afin de satisfaire ses clients soit en distribution de gros ou détail, soit dans le réseau des HRI (hôtelleries, restaurants, institutions).

Le courtier, la courtière est principalement gestionnaire du temps, ce qui constitue son principal handicap. On les considère dans le secteur comme des spécialistes de la mise en marché. Le problème de la qualité des approvisionnements est leur principale préoccupation. Ils veillent à la satisfaction de leur clientèle.

Métier de distributeur-grossiste, distributrice-grossiste

Pour la plupart des industriels spécialisés en transformation de produits de la mer, les distributeurs-grossistes et distributrices-grossistes doivent toujours disposer de la marchandise demandée par les clients. Une des grandes difficultés qu'ils rencontrent comme employeurs réside dans l'embauche de personnel compétent et adéquatement formé.

La gestion du temps et des stocks sont pour eux un défi, vu le nombre élevé de marchandises périssables qui constituent leur matière première. Ils doivent veiller à garantir la fraîcheur de la gamme de leurs produits tout le long de la chaîne de transformation.

3 CHAMP DE RECHERCHE

La commercialisation et la vente des produits de la mer composent principalement le champ de recherche de la présente étude. La mise en marché des produits de la mer repose sur les trois métiers décrits ci-dessus. Ces métiers font l'objet d'un programme de formation professionnelle intitulé DEP 5104 *B Vente des produits de la pêche*, offert par le Centre spécialisé des pêches de Grande-Rivière, en Gaspésie.

3.1 Secteur d'activité

Le champ d'étude est composé, d'une part, du secteur tertiaire de la pêche regroupant les trois métiers et, d'autre part, du soutien au secteur qu'est la formation.

L'industrie de la mise en marché des produits de la mer se fait principalement sur deux plans : l'exportation et l'importation. La majeure partie des produits québécois est exportée et vendue soit par des courtiers, des courtières, soit par des distributeurs-grossistes, distributrices-grossistes. Souvent, l'exportation se transige directement de l'usine au client. Plus rarement, le courtier, la courtière livreront des commandes de produits divers à un client. Ils sont surtout actifs au moment de l'achat, de l'importation des produits pour la revente sur le marché québécois. Sur un autre plan, soit celui de la consommation intérieure, le poissonnier, la poissonnière deviennent les derniers intermédiaires, constituant le lien direct avec les consommateurs.

3.2 Fonctions de travail

Poissonnier, poissonnière (selon la CNP 6421³)

Les vendeurs et les commis-vendeurs, les *vendeuses* et les commis-vendeuses vendent au détail une gamme de produits de la pêche au public.

Fonctions principales

- accueillir les clients et discuter des caractéristiques, de la qualité et de la quantité de marchandises à acheter;
- renseigner les clients sur l'utilisation et l'entretien de la marchandise;
- indiquer les prix, établir les modalités de crédit et d'échange;
- spécifier les garanties et les dates de livraison;
- préparer les marchandises à vendre afin d'en conserver toute la fraîcheur;

3 Classification nationale des professions

- préparer les contrats de vente et accepter les paiements en espèces, par chèque, carte de crédit ou débit automatique;
- aider à l'étalage des marchandises;
- tenir à jour les registres des ventes pour l'inventaire.

Conditions d'accès au métier

- diplôme d'études secondaires (parfois exigé);
- aptitude pour la vente et connaissance des produits

Renseignements supplémentaires

L'expérience ou une formation supplémentaire permettent d'accéder à des postes de supervision.

Poissonnier, poissonnière (selon la CNP 6233⁴)

Les *acheteurs de commerces de gros et de détail* achètent des marchandises pour la revente dans un commerce de gros ou de détail et sont généralement responsables des activités commerciales des établissements de vente au détail.

Fonctions principales

- acheter des marchandises pour la revente dans un commerce de gros et de détail;
- examiner les besoins du commerce et déterminer la quantité et le type de marchandises à acheter;
- étudier les analyses de marché, les revues pertinentes, les catalogues publicitaires et visiter les expositions, les salles d'exposition, les manufacturiers et les expositions des designers;
- choisir la marchandise qui répond le mieux aux exigences du commerce;
- rencontrer les fournisseurs, négocier les prix, les escomptes, les modalités de crédit et le transport des marchandises;
- organiser la distribution des marchandises aux points de vente et maintenir des stocks adéquats;
- établir et maintenir des contacts avec les fournisseurs;
- surveiller le travail d'autres acheteurs des commerces de détail.

Conditions d'accès au métier

- diplôme d'études secondaires (habituellement exigé);
- diplôme d'études collégiales ou universitaires en gestion des affaires, en marketing ou dans une discipline connexe (généralement requis);
- expérience en supervision des ventes ou représentation;

4 Classification nationale des professions.

- superviseurs, superviseuses, des acheteurs, acheteuses en chef : expérience dans le domaine.

Renseignements supplémentaires

- Les acheteurs, acheteuses des commerces de gros et de détail peuvent se spécialiser soit en acquérant de l'expérience, soit en suivant des cours de formation spécifique en relation avec les produits.
- L'expérience ou une formation supplémentaire permettent d'accéder aux postes de directeurs, directrices de la vente au détail ou de directeurs, directrices des ventes, du marketing et de la publicité.

Courtier, courtière (selon la CNP 1236⁵)

Principales fonctions

- établir les documents de dédouanement;
- dédouaner les marchandises et les acheminer à destination, au nom de leurs clients importateurs et exportateurs;
- signer les documents de dédouanement au nom de leurs clients en utilisant une procuration;
- assurer le règlement des droits d'entrée, l'entreposage, le transport des marchandises importées, et les acquits-à-caution pour les marchandises imposables;
- aviser les clients quant aux restrictions sur les importations et exportations, les tarifs douaniers, les lettres de crédit, les assurances et toute autre exigence reliée aux douanes;
- représenter, s'il y a lieu, les clients devant les tribunaux administratifs ou dans les négociations avec d'autres officiels gouvernementaux;
- acheter et vendre des navires, des yachts, des locaux pour la marchandise dans les cales de navire, pour leurs clients;
- consulter des publications commerciales afin de renseigner les clients sur les locaux disponibles dans les cales de navire, le lieu et l'heure du départ, la destination et le tarif;
- négocier les conditions et les tarifs, et rédiger les contrats et d'autres documents;
- prendre les dispositions nécessaires pour établir des contrats d'assurances pour les cargos ou les navires et pour obtenir les permis.

* Ce groupe comprend aussi les autres courtières, courtiers non classés ailleurs, qui négocient des transactions commerciales ou d'autres services, entre différents pourvoyeurs, au nom de leurs clients.

5. Classification nationale des professions.

Conditions d'accès au métier

- diplôme d'études secondaires (habituellement exigé);
- diplôme d'études collégiales ou universitaires en gestion des affaires, en marketing ou dans une discipline connexe (généralement requis);
- expérience en représentation;
- acheteurs, acheteuses en chef : expérience dans ce domaine.

Renseignements supplémentaires

- Les acheteurs, acheteuses de commerce de gros et de détail peuvent se spécialiser soit en acquérant de l'expérience, soit en suivant des cours de formation spécifiques en relation avec les produits.
- L'expérience ou une formation supplémentaire permettent d'accéder à des postes supérieurs.

Distributeur-grossiste, distributrice-grossiste (selon la CNP 6211⁶)

Ce métier consiste à superviser et coordonner les activités du personnel de base, principalement en usine à titre de propriétaire-dirigeant ou propriétaire-dirigeante (PME).

Principales fonctions

- surveiller et coordonner les activités du personnel de la production et de la vente;
- assigner les tâches et établir les horaires de travail;
- autoriser les paiements par chèque et le retour des marchandises;
- vendre la marchandise;
- résoudre les problèmes reliés aux plaintes des clients et aux pénuries de marchandises;
- préparer des rapports sur les chiffres de vente, les techniques marchandes et les problèmes reliés au personnel;
- embaucher, former le personnel de la transformation et de la vente, ou déléguer cette formation.

Conditions d'accès au métier

- diplôme d'études secondaires (peut être requis);
- expérience en vente;
- expérience des produits commercialisés.

6. Classification nationale des professions.

3.3 Programme d'études⁷

C'est le programme DEP 5104 – *Vente des produits de la pêche*, qui est visé par la présente étude.

Conditions d'admission

- Détenir un diplôme d'études secondaires (DES) ou avoir obtenu les unités de 4^e secondaire en langue maternelle, en langue seconde et en mathématiques ou être âgé, âgée d'au moins 16 ans et avoir obtenu les unités de 3^e secondaire en langue maternelle, en langue seconde et en mathématiques ou posséder les équivalences d'études reconnues par le ministère de l'Éducation du Québec.

Objectifs

- Former des travailleuses et travailleurs spécialisés dans la vente des produits de la pêche. Permettre à l'élève d'acquérir des connaissances reliées à la préparation de divers produits de la mer en poissonnerie, à l'étalage de ces produits, à l'assainissement, à la vérification de la qualité et à la tenue d'un comptoir de vente.

Durée

La formation est échelonnée sur 900 heures, soit deux semestres.

⁷ *Vente des produits de la pêche*, secondaire, formation professionnelle, Direction générale des programmes, ministère de l'Éducation du Québec, édition provisoire, octobre 1988.

Contenu⁸

TABLEAU 1

Premier semestre : 450 heures - 30 unités

<u>Numéro de cours</u>	<u>Titre de cours</u>	<u>Durée (h)</u>	<u>Unités*</u>
244 – 321	Sensibilisation à la vie professionnelle	15	1
244 – 332	Réception des produits de la pêche	30	2
244 – 343	Préparation du poisson frais et congelé	45	3
244 – 352	Industrie québécoise de la pêche	30	2
244 – 361	Salubrité et assainissement	15	1
244 – 371	Santé et sécurité au travail	15	1
244 – 385	Aspects alimentaires	75	5
244 – 392	Entreposage et expédition	30	2
244 – 403	Communication en milieu de travail	45	3
244 – 411	Produits transformés	15	1
244 – 424	Microbiologie et hygiène	60	4
244 – 432	Utilisation et entretien des équipements	30	2
244 – 441	Réglementation gouvernementale et industrielle	15	1
244 – 452	Premiers soins	30	2

*Quinze heures valent une unité.

Deuxième semestre : 450 heures - 30 unités

<u>Numéro de cours</u>	<u>Titre de cours</u>	<u>Durée</u>	<u>Unités*</u>
244 – 464	Étalage des produits frais, congelés et transformés	60	4
244 – 474	Vente des produits	60	4
244 – 483	Vérification de la qualité des produits de consommation	45	3
244 – 494	Opérations de gestion d'une entreprise	60	4
244 – 503	Espèces commercialisées au Québec	45	3
244 – 515	Préparation de plats cuisinés	75	5
244 – 522	Préparation à l'intégration au milieu de travail	30	2
244 – 534	Stage dans une poissonnerie	60	4
244 – 541	Conservation des espèces vivantes	15	1

* Quinze heures valent une unité.

* Ce programme conduit au certificat d'études professionnelles en *Vente des produits de la pêche*.

8 Loc. cit.

Établissements offrant ou pouvant offrir le programme⁹

- Centre spécialisé des pêches (cégep de la Gaspésie et des Îles), à Grande-Rivière (Gaspésie);
- Commission scolaire des Falaises, à Gaspé (Gaspésie).

Perspectives professionnelles

Ce cours permet de travailler dans les centres de distribution et de vente des produits de la pêche en tant que :

- préposé, préposée à la réception du poisson;
- préposé, préposée à la préparation du poisson;
- préposé, préposée à l'assainissement;
- commis de poissonnerie.

Conjugué avec l'expérience, ce cours permet d'agir à titre d'administrateur ou d'administratrice d'une poissonnerie.

Milieus de travail

- poissonneries et supermarchés;
- maisons d'échange ou de distribution en gros de produits de la mer.

⁹ *Loc. cit.*

4 MÉTHODOLOGIE

Cette étude mettra l'accent sur les paramètres directs et indirects ayant une incidence sur le réajustement du programme DEP 5104 – *Vente des produits de la pêche*.

L'objectif est de vérifier l'écart entre les fonctions de travail existantes et les besoins de formation, ce qui mènera à une analyse de situation de travail plus approfondie.

L'enquête et l'analyse reposent, dans un premier temps, sur la documentation relative à l'objet de la recherche. À la lumière du *portrait de secteur* et du programme d'études *Vente des produits de la pêche*, nos vérifications ont porté sur la description des fonctions de travail afin d'en venir à un ajustement de la formation en tenant compte des intérêts, des besoins et des attentes des personnes interrogées.

Outils de travail et techniques de recherche utilisées :

- ouvrages de référence et banques de données statistiques;
- entrevues téléphoniques auprès de responsables de premier rang pour valider les données générales en matière de formation et relatives au secteur d'activité, auprès de fonctionnaires travaillant à la commercialisation des produits de la mer et auprès de consultants, consultantes en pêche;
- entrevues avec des poissonniers, courtiers et distributeurs-grossistes de centres urbains (Québec et Montréal) et de la Gaspésie;
- questionnaires postaux envoyés dans des entreprises de milieux urbains.

L'enquête, à l'aide de questions directes et indirectes et de contre-questions, était constitué d'une entrevue de 20 minutes par téléphone et d'une heure en face à face.

L'analyse des données de base provient de l'enquête et de la compilation des données.

Au total, nous avons rejoint 99 industriels et travailleurs, travailleuses du secteur, dont 21 ont répondu au questionnaire : 1 par téléphone, 19 par entrevue et 1 par la poste.

5 MILIEU DE TRAVAIL

5.1 Secteurs d'activité économique

En 1996, les principaux acheteurs de produits marins québécois étaient les États-Unis, l'Union économique européenne et le Japon, qui ont acheté respectivement 60 p. 100, 12 p. 100 et 25 p. 100 de nos exportations de produits marins (MPO, 1997).

« La place importante qu'occupent les États-Unis s'explique par leur proximité par rapport au Canada et par les relations traditionnelles d'affaires qu'entretient ce dernier avec eux. L'Accord de libre-échange canado-américain, en vigueur depuis 1989, qui prévoit, entre autres, l'élimination de tous les tarifs douaniers d'ici le 1^{er} janvier 1999, et l'évolution favorable du taux de change contribuent à accroître le commerce des produits marins entre ces deux pays.

« Les poissons (frais, congelés et transformés) représentaient plus de la moitié de la valeur des exportations des produits marins jusqu'en 1989. Depuis, la tendance a été renversée; les exportations sont maintenant composées en grande partie (64 p. 100) de mollusques et de crustacés, principalement sous forme réfrigérée et congelée. La diminution des poissons de fond ainsi que la concurrence par des produits de substitution et d'aquiculture expliquent en grande partie cette situation. Au Québec, les produits définis comme ayant un niveau de deuxième et de troisième transformation, qu'ils soient à base de poissons ou de mollusques et de crustacés, représentent environ 40 p. 100 de la valeur des exportations alors qu'ils atteignent 47 p. 100 pour l'ensemble du Canada.

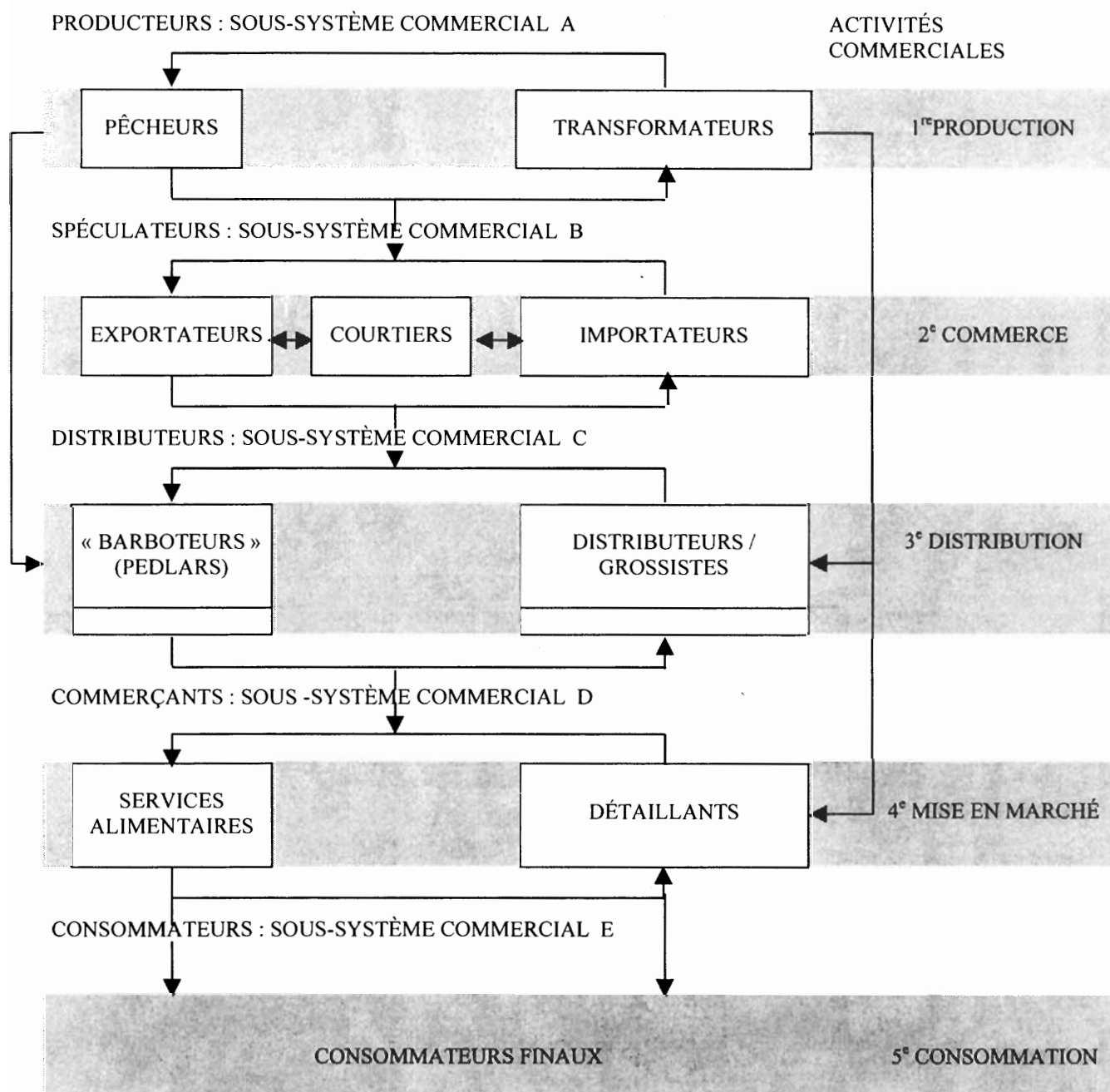
« Signalons que pour l'exportation de poissons et de produits marins provenant du Québec, il n'existe actuellement au Québec qu'un seul consortium (Gaspé Cured), qui regroupe cinq entreprises gaspésiennes spécialisées dans la morue salée-séchée et une organisation de commercialisation intégrée (Madelipêche International). Quant aux autres entreprises, elles utilisent chacune leur propre réseau de courtiers, de maisons de commerces (« traders ») et de grossistes-distributeurs pour l'exportation de leurs produits.

« Il ne faut pas oublier qu'il existe, à Montréal, un réseau de courtiers et d'importateurs-exportateurs d'expérience, indépendants de la transformation québécoise, qui commercialisent plusieurs produits et productions du Québec, mais aussi des provinces de l'Est canadien¹⁰. »

10. Forum sur les pêches maritimes, ministère de l'Agriculture des Pêcheries et de l'Alimentation, décembre 1994.

Le tableau qui suit représente le réseau normalement emprunté pour la vente des produits de la mer¹¹.

TABLEAU 2



11 Constitution d'un consortium de commercialisation des produits marins du Québec, Roche Groupe-conseil.

Conjoncture actuelle du marché

Depuis les dix dernières années, plusieurs facteurs ont influé sur le milieu de la commercialisation et de la vente des produits de la mer, notamment la rupture des stocks de poissons de fond, la valeur ajoutée et la mondialisation des marchés.

Vu la forte pression venant de la concurrence, l'évolution générale du secteur tend vers une amélioration des produits axée sur la qualité accrue de la mise en marché. La clientèle jouit désormais, et de façon progressive, d'une offre améliorée dans les différents points de vente, tant dans les grandes surfaces que chez le petit poissonnier du coin. La concurrence de l'offre s'est révélée l'un des facteurs primordiaux du développement de ce secteur, principalement dans les grands centres urbains où le consommateur est davantage en mesure de comparer les produits et d'orienter ses choix selon ses exigences basées sur la fraîcheur, la qualité, la variété, la présentation et les prix. Tant les *poissonniers* que les *courtiers* et les *distributeurs-grossistes* doivent désormais tenir compte de ces nouvelles tendances dans leur approche-client.

5.1.1 Commercialisation des produits de la pêche

Absence de données récentes

Dans le domaine de l'alimentation, notamment en ce qui a trait aux produits de la mer, très peu de données portant sur l'évaluation de la satisfaction de la clientèle et de l'état de situation de l'industrie ont été produites depuis les dix dernières années. La commercialisation et la vente, dans le secteur général de la pêche, font figure d'enfant pauvre parmi la multitude des études réalisées par les ministères et les institutions mandatés à cet effet.

La préoccupation a davantage porté, entre autres, sur les aspects techniques, la transformation en usine, la microbiologie et l'apprentissage des techniques de la pêche. Comme si l'étape de la commercialisation allait de soi, on semble y avoir accordé peu d'intérêt, peut-être en partie parce que le secteur de la première transformation connaît une situation précaire depuis bon nombre d'années et que les énergies ont plutôt été orientées vers la résolution des problèmes de base de cette industrie.

Situation du marché

« Forte d'une valeur ajoutée de plus d'un demi-milliard de dollars dans l'économie et de 14 700 emplois directs et indirects, la filière des produits marins constitue sans contredit un pôle majeur de développement économique et régional au Québec. Plus que jamais, il importe que tous les intervenants en saisissent l'ampleur de même que l'importance du renforcement des liens intra et intersectoriels. Seule la réussite d'une telle concertation permettra à la filière, et

donc à ses agents, de converger vers un développement durable de l'industrie et des régions¹².»

« L'examen des bases régionales révèle que la contribution de la filière des produits marins au développement des régions maritimes demeure très importante. Ce lien interactif entre la filière et ses bases régionales repose notamment sur le rôle moteur de maintien et de création d'emplois qu'elle est appelée à jouer, dans un contexte socio-économique qui en a bien besoin. Une contribution essentielle à la survie même des régions maritimes du Québec : deux emplois sur trois aux Îles-de-la-Madeleine, un sur six en Gaspésie et un sur dix sur la Côte-Nord en dépendent¹³.

Avec un niveau de consommation plutôt constant depuis plusieurs années au sein de la population canadienne et des exportations stables orientées principalement vers les États-Unis, l'Asie et l'Europe, on suppose que le niveau de production devrait être en équilibre avec la distribution de telle sorte que l'on n'ait pas à se préoccuper d'une diminution des ventes totales dans ce secteur. L'aspect commercialisation doit devenir un élément central du maintien de l'équilibre.

Il apparaît maintenant que l'on doive se pencher sérieusement sur le phénomène de la concurrence des marchés mondiaux, dont les exigences sont grandes par rapport à la mise en marché actuelle sur le territoire intérieur.

Tendances

Depuis l'avènement du moratoire sur les poissons de fond, un intérêt à développer de nouvelles façons de faire, comme l'aquiculture, se manifeste de plus en plus activement. Une tentative d'ouverture du marché avec les espèces sous-exploitées et exotiques se fait sentir et une créativité accrue tend à donner un second souffle à la commercialisation dans son ensemble.

Comme le secteur général de la mise en marché depuis les vingt dernières années, le domaine de la commercialisation des produits de la mer a évolué, entraînant ainsi un changement des habitudes de consommation dans la population, maintenant mieux informée sur les produits marins.

Les consommateurs surveillent de façon plus étroite les règles de l'hygiène et de la salubrité. L'idée de mieux se nourrir fait aussi son chemin et la consommation d'aliments à faible teneur en gras et une valeur nutritive (protéique) élevée intéresse graduellement une partie de la population.

¹² *La filière des produits marins du Québec*, Raymond Dupuis, 1997.

¹³ *Loc. cit.*

Choix des consommateurs

En définitive, la décision majeure viendra toujours des consommateurs et les poissonniers, courtiers et distributeurs-grossistes devront constamment ajuster leur tir en fonction de la satisfaction de la clientèle. On remarque, depuis une dizaine d'années, que la consommation de produits marins est en croissance, tant au Québec qu'en Ontario.

À la suite des supermarchés, qui ont emboîté le pas en distribuant des produits frais, nous constatons une réponse positive de la part des consommateurs et ce, au détriment des produits congelés.

5.1.2 Gros et détail

Emplois reliés

En ce qui a trait à la commercialisation regroupant le commerce en gros, le commerce de détail et le commerce extérieur, on dénombrait, en 1995, 84 commerces de gros au Québec et 91 commerces de détail, pour un total de 4 075 emplois.

« Le dynamisme de cette activité (commerce de gros) de la filière se répercute non seulement sur les activités situées en amont (primaire et secondaire), mais également sur le commerce de détail et le commerce extérieur des produits marins. Ainsi, en aval de la filière québécoise, l'ensemble des produits marins commercialisés sur les marchés domestiques et extérieurs représentait, en 1995, plus d'un demi-milliard de dollars. Outre les ventes interprovinciales, les exportations totalisaient 187,5 M\$, alors que le marché domestique québécois se chiffrait à 518,4 M\$ de produits marins¹⁴. »

Consommation de produits marins

Si on les compare aux Japonais ou à la majorité des Européens, les Québécois consomment relativement peu de produits marins. La consommation per capita québécoise est évaluée à 7,08 kg (données de 1990). Le surgelé représentait, en 1990, 59 p. 100 des achats, la frais 18 p. 100, les conserves 22 p. 100 et les poissons traités (fumés, salés, marinés) 1 p. 100. Les poissons de fond représentaient 55% de la consommation totale, les pélagiques (dont le saumon et le thon) 26 p. 100 et les mollusques et crustacés 19 p. 100 (MAPAQ, 1994).

14 Forum sur les pêches maritimes, *le diagnostic des pêches maritimes au Québec*, secrétariat du Forum sur les pêches maritimes, ministère de l'Agriculture, Pêcheries et Alimentation, décembre 1994.

Marché intérieur

« Les ventes des produits marins au détail et les recettes des services alimentaires du réseau HRI sont estimées à 1 400 M\$. On calcule que le marché québécois est alimenté par des produits marins ayant une valeur au gros de 475 M\$. Il est étonnant de constater que seulement 24 % de cette demande est comblée par l'ensemble des productions québécoises, dont seulement 10 % sont attribuables au milieu maritime. Le secteur de l'alimentation au détail aurait des ventes d'environ 430 M\$ en produits marins, alors que le réseau HRI enregistrerait des recettes de 970 M\$. En 1991, les ventes bioalimentaires avaient une valeur au détail de 13,5 milliards \$ alors que les recettes du réseau HRI atteignaient 6 milliards. Ainsi, les produits marins représenteraient respectivement 3,2 % et 16 % de ces deux secteurs de la consommation bioalimentaire au Québec. Ces chiffres ne sont pas très différents de ceux avancés par le magazine américain *Seafood Business*, qui rapportait pour les États-Unis en 1993, des dépenses des consommateurs américains de 52,2 milliards de SCAN partagés comme suit : 35,8 milliards pour le réseau HRI et 16,4 milliards pour le détail.

« Le réseau HRI est très important pour les produits marins, puisqu'on lui attribue encore un peu moins de la moitié des repas de poissons et de fruits des consommateurs québécois. Une enquête interne du MAPAQ auprès des courtiers et des distributeurs de Montréal a révélé, par exemple, que les produits québécois sont très peu présents sur le marché institutionnel (hôtels, institutions et restaurants). Ainsi, les poissons de fond de l'Atlantique frais et congelés proviennent de Terre-Neuve, des États-Unis et des pays d'outre-mer. L'enquête a également révélé les faiblesses des entreprises québécoises, qui se situent principalement sur le plan de l'approvisionnement (caractère saisonnier, fiabilité), du transport et de la qualité des produits (qualité irrégulière et produits à faible orientation marketing).

« Quant au marché de détail, les produits marins sont écoulés dans les poissonneries, les épiceries, les magasins-entrepôts et les supermarchés d'alimentation (corporatifs et indépendants). Dans les centres urbains, où l'on trouve une clientèle plus populeuse et plus diversifiée sur le plan ethnique, il existe une demande relativement plus forte pour les produits marins frais (comblée par des achats des autres provinces et des importations) et les plats cuisinés à base de poissons et de fruits de mer. Les entreprises québécoises de deuxième et de troisième transformation ont su tirer profit de ce segment de marché en déployant des efforts considérables pour développer la mise en marché de produits plus élaborés tels les mousses, les crêpes et les pizzas à base de fruits de mer.

« Un très faible pourcentage de la production des entreprises de transformation (environ 1 %) est directement vendu aux consommateurs, généralement par des poissonneries ou des comptoirs de vente affiliés à l'usine. Les entreprises

québécoises de transformation desservent le marché intérieur par l'intermédiaire du réseau des courtiers, des distributeurs-grossistes et des détaillants¹⁵. »

5.1.3 Valeur et volume des échanges

« Les activités de commercialisation et vente de produits de la pêche font partie de la 3^e transformation du secteur de pêches maritimes. En 1996, les débarquements au Québec se sont chiffrés à 47 600 tonnes, soit une baisse importante depuis 1987 avec un écart de 50 000 tonnes. Les captures au Québec représentaient 7 % du total des débarquements de produits marins dans l'est du Canada en 1996. En terme de valeur, les captures québécoises représentaient l'équivalent de 12 % de valeur totale des débarquements de la région.

« Force est de constater que le volume des captures est en chute libre de façon constante depuis 1987. Cependant, la valeur nette des débarquements est en constante croissance depuis 1990. Ce phénomène s'explique par l'augmentation de la popularité des mollusques et crustacés et de la valeur payée sur les marchés internationaux pour les espèces telles que le homard et le crabe, par exemple. Essentiellement, c'est en Gaspésie, aux Îles-de-la-Madeleine et sur la Côte-Nord que la totalité des débarquements sont effectués. En Gaspésie seulement, on débarque l'équivalent de la moitié du total des captures. En 1996, 24 000 tonnes de produits marins étaient débarquées pour une valeur de 65 millions \$¹⁶. »

TABLEAU 3

Distribution des espèces sur les marchés nationaux et internationaux

MARCHÉS						PRODUITS			
É.-U.	JA.	EUR.	ANT.	CAN.	AFR.	ESPÈCES	FRAIS	CONG.	SAL.
X		X		X		MORUE	X	X	X
X	X	X	X	X		SÉBASTE	X	X	
X		X		X		PLIE	X	X	
X				X	X	MAQUEREAU	X	X	
X	X	X		X		HOMARD	X	X	
	X					CRABE		X	
X						PÉTONCLES	X	X	
	X					HARENG	X	X	
X		X		X		FLÉTAN	X	X	
X		X		X		CREVETTE		X	
X				X		LOUP DE MER		X	
X				X		ÉPERLAN	X	X	

Source : enquête auprès des entreprises¹⁷

É.-U. : Etats-Unis JA : Japon EUR. : Europe ANT. : Antilles CAN : Canada
AFR. : Afrique

15. *Loc. cit.*

16. Forum sur les pêches maritimes, *Le diagnostic des pêches maritimes au Québec*, MAPAQ, 1994

17. Constitution d'un consortium de commercialisation des produits marins du Québec, Roche Groupe-conseil.

« Depuis toujours, les principales espèces ont été la morue et le sébaste. Les pêcheurs québécois capturaient entre 30 000 et 50 000 tonnes de morue dans les années 70 à 80. Depuis la fermeture de la pêche au poisson de fond, ce sont les mollusques et les crustacés qui représentent la part la plus importante en volume et en débarquement. C'est hors de tout doute le crabe des neiges qui est devenu l'espèce la plus recherchée avec 27 % de volume et 48 % de valeur au débarquement¹⁸. »

« Depuis 1992, les exportations québécoises de produits marins suivent une nette tendance à la hausse. En 1996, la valeur des exportations s'élevait à un peu plus de 185 M\$, dont 60 % avaient pour destination les États-Unis. Les produits issus du crabe des neiges comptaient pour plus de la moitié des exportations (53 %), suivis du poisson de fond (11 %) , de la crevette (8 %) et du homard (6 %).

« À chaque année entre 1992 et 1996, la balance commerciale du Québec pour les produits dérivés de la pêche a été positive. Par ailleurs, l'accroissement plus rapide des exportations, comparativement aux importations, a fait en sorte que la balance commerciale s'est appréciée durant cette période, passant de 31,3 M\$ à 55,1 M\$¹⁹. »

5.1.4 Évolution sectorielle des échanges

« De 1955 à 1970, ce fut la grande phase d'industrialisation des pêches maritimes du Québec. Ce fut même, de 1965 à 1970, la période des années fastes. Le niveau des captures croissait non seulement avec l'introduction de nouvelles flottes domestiques (chalutiers côtiers et hauturiers, palengriers, senneurs, etc.), mais aussi avec l'introduction d'unités de pêche non québécoises spécialisées dans la capture d'espèces bien déterminées : le sébaste et le hareng.

« C'est ainsi que le volume annuel moyen de poissons de fond passa de 30 830 tonnes à 56 340 tonnes, de la période 1954-1958 à la période 1969-1973. Les captures de poissons pélagiques atteignirent un sommet inégalé au début des années 70 : 33 760 tonnes alors qu'elles n'étaient que de 15 390 tonnes 10 ans plus tôt. Quant aux mollusques et crustacés, la crevette et le crabe en particulier, leur exploitation industrielle n'en était qu'à son début²⁰. »

Période 1970-1975²¹

« Au Québec, l'augmentation de la capacité productive arrivait à un moment critique. La raréfaction des ressources, largement causée par les flottes étrangères pêchant juste à l'entrée du golfe Saint-Laurent, l'hiver surtout, c'est-à-dire au moment des grandes concentrations de poissons pour leur reproduction, fit

18 **Portrait du sous-secteur de formation pêche**, Sylvain Lafrance, Direction générale de la formation professionnelle et technique, ministère de l'Éducation, mars 1998.

19 **Portrait du sous-secteur « pêche »**, Sylvain Lafrance, mars 1998.

20 **Forum sur les pêches maritimes**, MAPAQ, 1994.

21 **Les pêches maritimes au Québec**, Marcel Daneau, 1991.

décroître ses captures de façon draconienne. Au printemps et à l'été, les populations migratrices qui se déplaçaient de l'entrée du golfe Saint-Laurent vers l'estuaire devenaient donc de plus en plus clairsemées. Il s'ensuivit une chute vertigineuse de la production du Québec de 1970 à 1976. En 1976, au plus creux de la chute, les captures du Québec revinrent au niveau des années 30.

Période 1975-1987

« Depuis que le Canada s'est donné une zone de pêche de 200 milles le premier janvier 1977 et qu'il a introduit un plan de gestion des pêches, les captures canadiennes de toute la côte atlantique ont augmenté considérablement. De 8 048 tonnes qu'elle était en 1975, elles ont atteint les 1 265 000 tonnes en 1987. Mais ce sont surtout les captures de morue qui ont crû le plus rapidement, passant de 1 054 tonnes à 45 000 tonnes. Au Québec, les captures totales de 1987 (80 500 tonnes) ont dépassé largement celles de 1975 (52 800 tonnes). Durant ces douze ans, les captures de poissons de fond ont augmenté de 49 % (de 39 430 tonnes à 59 701 tonnes), celles des poissons pélagiques ont peu changé (de 8 160 tonnes à 8 389 tonnes), alors que celles des mollusques et des crustacés ont grimpé de 7 000 tonnes à près de 23 000 tonnes.

« Les débarquements au Québec ont atteint un maximum en 1987. Compte tenu des prises totales admissibles décrétées dans le golfe du Saint-Laurent pour chacune des espèces et des limites restreintes d'exploitation des flottilles actuelles au Québec, les débarquements au Québec seront dorénavant plus ou moins stables, voire décroissants. Seul l'accès à d'autres ressources à l'extérieur du golfe Saint-Laurent ou un changement dans la répartition des ressources halieutiques entre les divers exploitants pourraient changer cette situation.

« Paradoxalement, la valeur des expéditions provenant du milieu maritime n'a cessé d'augmenter depuis 1987 et atteint, selon les données préliminaires de 1994, un niveau exceptionnel estimé à 210 millions \$. Cette augmentation est due essentiellement à la bonne performance de trois crustacés, soit le crabe, le homard et la crevette, qui estompent la dégringolade désastreuse des rendements de la pêche des poissons de fond²². »

5.1.5 Importance économique des activités

Dans la présente section, nous soulignons l'importance économique de l'ensemble des bases sectorielle de la filière des produits marins pour le Québec et ses bases régionales. Les résultats correspondent à des répercussions sur l'économie québécoise dans son ensemble.

22. Forum sur les pêches maritimes, MAPAQ, Décembre 1994, p. 10

« L'estimation des dépenses totales de la filière des produits marins se chiffre à 742 M\$; elles sont ventilées comme suit :

- dépenses d'exploitation reliées à une production de 181,1 M\$ du secteur primaire;
- dépenses d'exploitation reliées à une production de 319,3 M\$ du secteur secondaire;
- dépenses d'exploitation reliées à une production de services de 182,8 M\$ du secteur tertiaire²³.

Selon la ventilation de ces dépenses directes, de même que celle de la main-d'œuvre directe des bases sectorielles, la filière injecte dans l'économie québécoise les dépenses suivantes :

• Biens et services	335,0 M\$
• Salaires et gages avant impôts	201,9 M\$
• Revenu net des entreprises individuelles	98,9 M\$
• Autres revenus bruts avant impôts	106,2 M\$
• TOTAL	742,1 M\$
• Emplois directs (personnes/année)	11 451

« La valeur ajoutée, évaluée selon le coût des facteurs, est estimée à 512,6 M\$, dont 417,6 M\$ directement reliés aux activités sectorielles de la filière des produits marins et 95 M\$ pour les autres fournisseurs directs et indirects. Cette valeur ajoutée est constituée de salaires et gages avant impôts de 250,2 M\$, dont 207,7 M\$ sont directement reliés aux emplois de la filière, de revenus nets d'entreprise individuelle évalués à 106,9 M\$ (93 % attribuables aux effets directs), ainsi que d'autres revenus bruts avant impôts de 150,8 M\$ dont 110 M\$ en effets directs.

« Enfin, les activités reliées à la filière des produits marins entraînent aussi des revenus pour le gouvernement du Québec et le gouvernement fédéral. Ces retombées fiscales, qui sont estimées à 109,8 M\$, sont composées d'impôts sur les salaires et les gages, de parafiscalité, de taxes de vente et de taxes spécifiques²⁴.

23 La Filière des produits marins, Raymond Dupuis, 1997.

24 La filière des produits marins du Québec, Raymond Dupuis économiste, édition revue et corrigée, 1997

FIGURE 1

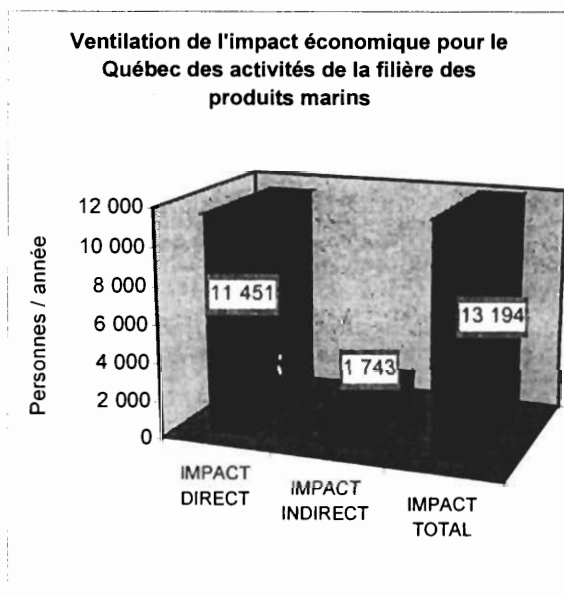
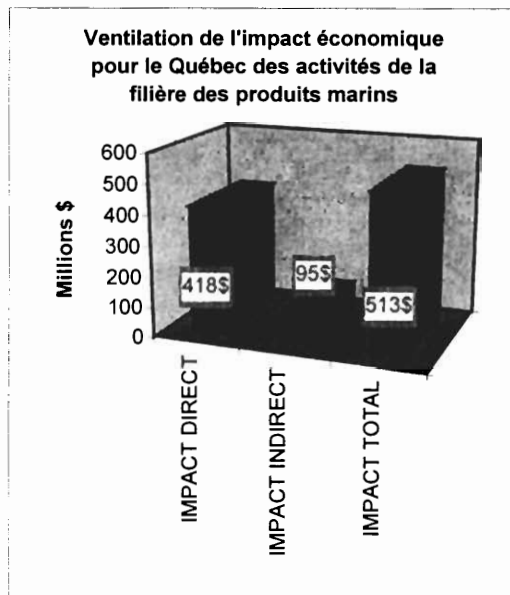


FIGURE 2



5.2 Caractéristiques des entreprises

5.2.1 Taille

Le secteur de la commercialisation des produits marins n'a jamais été répertorié en tant que tel comme l'ont été d'autres secteurs, tel celui de l'industrie du vêtement. D'où la difficulté de déterminer la taille exacte des entreprises. Mais de façon générale, on peut affirmer que les entreprises québécoises de deuxième et troisième transformation sont de petites et moyennes entreprises, comparativement à celles de Terre-Neuve, par exemple.

On estime à 175 le nombre d'entreprises québécoises spécialisées dans le commerce des produits marins; 84 entreprises exercent dans le commerce de gros et 91 dans le commerce de détail.

TABLEAU 4**PROFIL DES ENTREPRISES EN CENTRE URBAIN**

Chiffre d'affaires	Moins de 5 Employés	Plus de 5 employés	Plus de 10 employés	Plus de 25 employés
50 000 \$ à 100 000 \$	----	----	----	----
100 000 \$ à 200 000 \$	9 %	----	----	----
200 000 \$ à 500 000 \$	18,3 %	9 %	----	----
500 000 \$ à 1 million	----	----	9 %	----
1 million et plus	----	18,3 %	9 %	27,4 %

TABLEAU 5**PROFIL DES ENTREPRISES EN GASPÉSIE**

Chiffre d'affaires	Moins de 5 Employés	Plus de 5 employés	Plus de 10 employés	Plus de 25 employés
50 000 \$ à 100 000 \$	14,3 %	----	----	----
100 000 \$ à 200 000 \$	----	----	----	----
200 000 \$ à 500 000 \$	14,3 %	14,3 %	----	----
500 000 \$ à 1 million	----	28,6 %	----	----
1 million et plus	----	----	----	28,6 %

5.2.2 Nombre d'employés

Emplois reliés au secteur tertiaire

Le secteur tertiaire de la pêche représente moins de 1 p. 100 du produit extérieur brut québécois; en fait, c'est 0,2 % du PIB. Malgré cette faible performance, la vente des produits de la pêche est un générateur important d'emplois et devient un pôle majeur de développement régional.

De façon générale, les trois secteurs, primaire, secondaire et tertiaire, affichent un potentiel d'emploi respectivement de 2 965, 6 464 et 5 265 personnes. Seulement pour la vente des produits de la pêche, 1 047 emplois directs sont reliés au commerce de gros et 3 028 au commerce de détail avec, en complément, 1 190 emplois indirects.

TABLEAU 6

Estimation de l'emploi dans la filière des produits marins du Québec²⁵

	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Secteur primaire								
Occupés à temps plein	3 487	3 360	3 184	2 661	2 827	2 781	2 793	2 668
Disponibles à temps partiel	1 290	937	958	1 085	668	508	213	297
Total (saisonnier)	4 777	4 297	4 142	3 746	3 495	3 289	3 006	2 965
Secteur secondaire								
Production	2 585	2 455	2 311	2 147	1 988	2 129	1 699	2 033
Administration	300	233	214	379	398	349	275	329
Total	2 885	2 688	2 525	2 526	2 386	2 478	1 974	2 362
(années/personnes)								
Total général (saisonnier)	8 152	7 515	6 985	6 914	6 530	6 782	5 403	6 464
Secteur tertiaire								
Services connexes	778	859	940	1 066	1 242	1 316	1 289	1 191
Commerce de gros	759	1 298	1 233	1 386	1 693	1 191	1 087	1 047
Commerce de détail	4 133	3 967	4 118	3 096	2 480	2 818	3 122	3 028
Total	5 670	6 124	6 291	5 547	5 414	5 324	5 498	5 265
Filière totale	18 599	17 935	17 418	16 207	15 439	15 395	13 906	14 694

25 Note : Les données chronologiques pour les emplois du secteur quaternaire (services publics) sont exclues. Pour 1995, les emplois sont estimés à partir des données disponibles. Sources : La filière des produits marins du Québec, 1997. Estimations de Pêches et Océans Canada (Région Laurentienne).

5.2.3 Localisation

En 1985, le MPO recensait six usines de transformation situées à l'extérieur du territoire maritime. En 1995, on en compte 53. Quoique certaines de ces usines aient un volume de production restreint, il y a eu une augmentation certaine de la capacité de production hors du territoire maritime.

C'est dans les régions maritimes que s'est faite la rationalisation des usines de transformation de produits marins, particulièrement en Gaspésie où leur nombre est passé de 37 en 1985 à 30 en 1995. Cette rationalisation s'explique principalement par la chute vertigineuse de certaines espèces de poissons de fond, surtout de la morue. D'autres facteurs comme l'instabilité des approvisionnements en matières premières, le manque de capitaux et le niveau d'endettement des usines expliquent en partie la fermeture de quelques-unes d'entre elles. Il faut toutefois noter que même avant 1985, au moment où les prises de morue étaient encore abondantes, le secteur était déjà aux prises avec un problème de surcapacité de transformation.

Il existe peu de liens entre les usines du territoire maritime et celles situées à l'extérieur, « [...] ces dernières visent en priorité le marché intérieur québécois et offrent une gamme de produits beaucoup plus élaborés que ceux des usines situées en régions maritimes. Elles s'approvisionnent principalement à l'extérieur du Québec²⁶ ».

Taux d'activité des usines

La majorité des usines affichent un chiffre d'affaires annuel qui varie entre un et dix millions de dollars. Les usines dont le chiffre d'affaires annuel dépasse les 10 millions sont celles qui transforment des crustacés (crabe et crevettes). Sur le territoire maritime, on trouve neuf usines dont le chiffre d'affaires annuel dépasse 10 millions, comparativement à deux en dehors du territoire maritime.

Par ailleurs, on observe la relative jeunesse des usines de transformation au Québec. Sur le territoire maritime, la majorité des usines ont vu le jour entre 1981 et 1990. La vente des anciennes usines de Pêcheurs-Unis du Québec à des intérêts privés explique en partie ce phénomène.

Les usines de transformation de produits marins situées sur le territoire maritime fonctionnent majoritairement sur une base saisonnière. En fait, leur activité, voire leur capacité de production, sont souvent dictées par l'activité des flotilles de pêche. Selon leurs types de production, elles fonctionnent entre six et neuf mois. Au cours de cette période, la production n'est pas linéaire mais connaît des périodes de pointe qui varient de mai à octobre, selon les espèces.

26 **Portrait du sous-secteur formation « Pêches »**, Sylvain Lafrance, Direction générale de formation professionnelle et technique, ministère de l'Éducation du Québec, mars 1998

« L'industrie des produits élaborés est, quant à elle, concentrée dans les régions intérieures, surtout à Montréal et Québec, et donc près des marchés (proximité de 92 % de la population du Québec). Notamment, les neuf plus importantes entreprises de transformation élaborée sont situées en zone urbaine. On trouve toutefois plusieurs usines de produits élaborés en régions maritimes, qui sont très souvent aux prises avec des problèmes de rentabilité²⁷. »

Encore là, l'absence de répertoire dénombrant de façon précise les entreprises du secteur de la commercialisation nous empêche de connaître avec exactitude la localisation des usines de distribution de gros.

Cependant, il est évident, pour ce qui est de la distribution au détail, que la majorité des poissonneries se trouvent en ville et qu'elles sont souvent annexées à une boucherie ou une charcuterie.

5.2.4 Activités primaires et secondaires

Retombées économiques

L'importance du secteur tertiaire est non négligeable. Il crée un dynamisme dans le réseau de la commercialisation des produits de la pêche qui se répercute inévitablement sur les activités primaire et secondaire.

Équipements de transformation

Les équipements utilisés dans les usines ont beaucoup évolué depuis le milieu des années 80. La mécanisation des opérations s'est intensifiée depuis une décennie. La mécanisation dans le décorticage des crevettes a donné un avantage concurrentiel important à l'industrie. Il demeure cependant que bon nombre d'opérations de transformation sont toujours manuelles, entre autres le mirage et l'emballage.

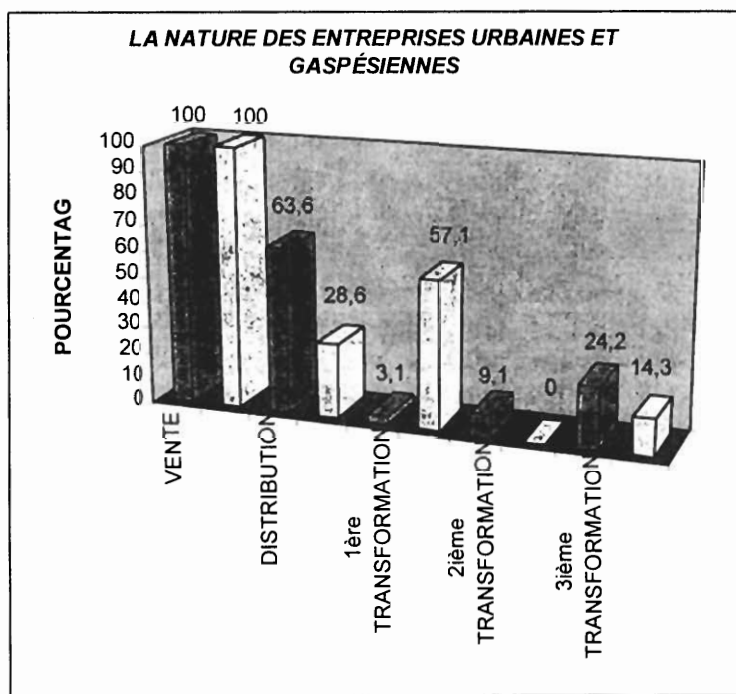
Depuis le début des années 80, les usines se sont modernisées et se sont dotées de moyens de congélation et de stockage frigorifique autrefois assurés par le MAPAQ. Certaines ont aménagé dans de nouveaux locaux tandis que d'autres ont été rénovées. L'environnement extérieur et intérieur des usines s'est nettement amélioré en termes de propreté et d'aspect physique. Les usines ont dû fournir des efforts financiers importants pour répondre aux normes du MAPAQ (construction, aménagement, équipements, hygiène et salubrité, etc.). Cette modernisation a permis de mieux positionner les produits québécois sur les marchés locaux et étrangers. Elle a aussi permis de faire des gains appréciables en terme de productivité.

27 Portrait du sous-secteur de formation « pêche », Sylvain Lafrance, Mars 1998

« Sur le plan des bases sectorielles, l'analyse démontre que l'ajustement structurel de l'industrie des produits marins se poursuit. Ainsi, depuis 1987-1988, les secteurs primaire et secondaire sont confrontés à une rationalisation importante de leur capacité de production. Ces deux bases sectorielles, caractérisées par la dualité de leurs forces de production, ne réagissent cependant pas de la même façon à cet ajustement.

« Dans le secteur primaire, la restructuration continue d'éroder les forces fraîches du capital physique et humain, un phénomène qui risque d'affecter négativement le développement durable de l'industrie à moyen et long termes. Du côté du secteur secondaire, l'ajustement structurel s'est principalement effectué au détriment des régions maritimes qui ont perdu le quart de leurs établissements. Mais cet ajustement en régions, combiné à une croissance soutenue des ventes, a favorisé le redressement financier de certains établissements, notamment en Gaspésie où l'on retrouve bon nombre des usines de transformation. Quant à la capacité de production, qui s'exprime dans un contexte de réduction des approvisionnements domestiques, elle continuera d'exercer des pressions favorisant l'importation, le développement de nouveaux produits et les stratégies (regroupements, acquisition de nouvelles technologies, etc.) permettant la réalisation d'économies d'échelle²⁹.

FIGURE 3



29. La filière des produits marins du Québec, Raymond Dupuis économiste, Édition revue et corrigée, 1997

Les activités touchant la première et la deuxième transformations se retrouvent plus en région maritime et on y a constaté, lors du sondage, que la conscientisation relativement à la mise en marché y est plutôt faible.

Tel qu'exprimé dans le tableau 3, on remarque que les activités de distribution sont principalement concentrées en zone urbaine et que la transformation à valeur ajoutée y est plus importante. Cela laisse à supposer que la considération pour la mise en marché y est supérieure.

5.2.5 Types de gestion

Le plus souvent la gestion est semi-industrielle, démontrant encore dans la pratique des prémisses artisanaux de traitement du produit.

Le sondage indique bien la perception des gens du milieu de la commercialisation des produits de la pêche relativement à leur état de situation présent. La majorité d'entre eux se considèrent en stade de gestion artisanale, mais ils désirent toutefois profondément, surtout en milieu urbain, passer à un stade d'intégration des nouvelles technologies.

TABLEAU 7

	Gestion artisanale	Nouvelles technologies	Amélioration des technologies	Pas de changement
Centres urbains	63,6 %	36,4 %	90 %	10 %
Gaspésie	57,1 %	42,9 %	71,4 %	28,6 %

Gestion de la commercialisation dans son ensemble :

« Quelques organisations professionnelles offrent des services sur le plan de la commercialisation. L'Association québécoise de la commercialisation de poissons et de fruits de mer du Québec (ACQOMER), qui compte parmi ses membres des courtiers, des distributeurs-grossistes et des entreprises de transformation, est très active dans le domaine de la promotion des produits marins sur le marché du Québec. Elle s'est structurée au cours des dernières années et la majorité de ses membres sont en régions urbaines.

Il existe également d'autres associations regroupant des représentants du secteur de la distribution des produits alimentaires, comme le Conseil canadien de la distribution alimentaire (CCDA) et l'Association des détaillants en alimentation du Québec (ADA). Les membres du CCDA représentent des entreprises de gros et de détail ainsi que des chaînes de magasins d'alimentation des provinces de l'Atlantique, du Québec, de l'Ontario et de l'Ouest. Quant à l'ADA, elle regroupe principalement des détaillants en alimentation indépendants (avec ou sans bannière)³⁰. »

5.2.6 Besoins de main-d'œuvre et critères d'embauche

La disponibilité et l'abondance de la main-d'œuvre qualifiée en régions maritimes devraient favoriser l'émergence de nouveaux créneaux à l'intérieur des marchés. Cette main-d'œuvre, surtout en deuxième transformation, est embauchée sur une base saisonnière seulement. De cette façon, en général, le secteur des pêches maritimes retire beaucoup plus du régime de l'assurance emplois qu'il y contribue.

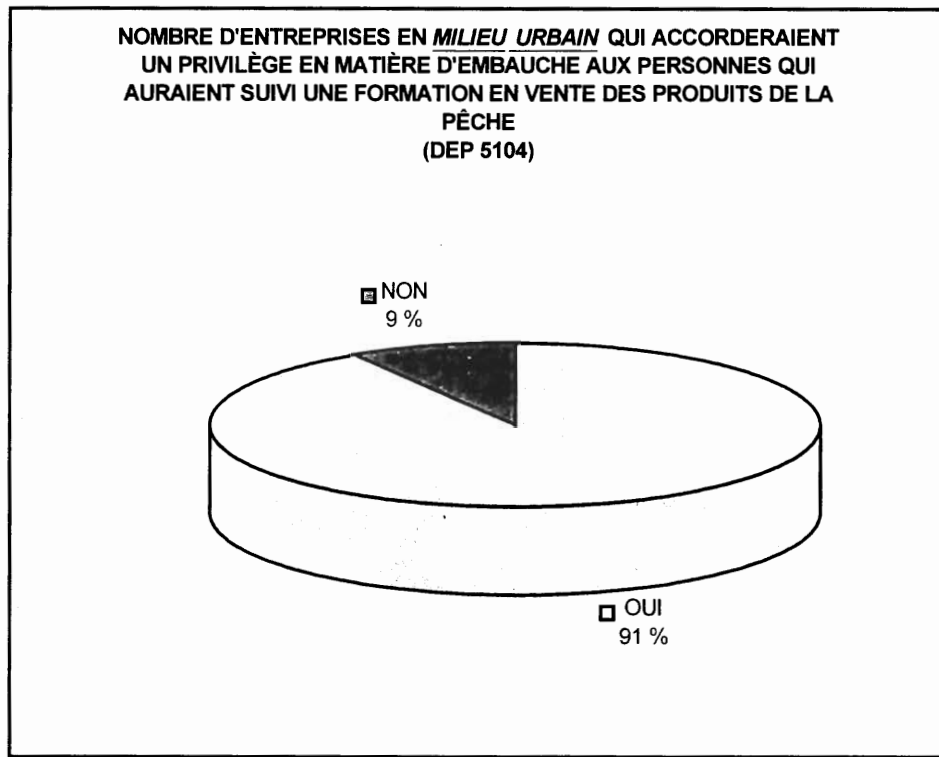
Au Québec, bien qu'il existe un solide réseau de distribution et de commercialisation alimentaires donnant accès à des expertises diversifiées dans le domaine de la promotion, du marketing, du conditionnement et de la publicité, il n'en demeure pas moins que les acteurs de première ligne (poissonniers, poissonnières, courtiers, courtières et distributeurs-grossistes, distributrices-grossistes) démontrent d'importants besoins de formation.

Les besoins de main-d'œuvre qualifiée sont exprimés dans toutes les usines, tant en Gaspésie que dans les zones urbaines. Par exemple, en Gaspésie, les distributeurs-grossistes demandent à leurs employés 1) d'être débrouillards surtout, 2) d'avoir un sens pratique et 3) d'apprendre facilement et rapidement. Si une personne est qualifiée, on lui demande avant tout de détenir de l'expérience. Les employés polyvalents sont toujours les bienvenus, bien que leur affectation soit précise. En Gaspésie, les titres d'emplois sont peu définis. Un seul industriel, sur les 20 interviewés, connaissait le programme DEP 5104, il considérait les formations trop théoriques.

En zone urbaine, les critères d'embauche sont plus élaborés, mais toutefois, on n'exige pas de formation et l'apprentissage se fait sur les lieux mêmes du travail. En général, les gens du secteur ont suivi des formations en agroalimentaire ou en alimentation. Beaucoup d'employeurs démontrent leur préférence pour une personne qui détiendrait des connaissances en aquiculture, en marketing et en mise en marché, et qui serait familière avec les différentes espèces commercialisées, tant traditionnelles qu'exotiques.

30. Forum sur les pêches maritimes, Le diagnostic des pêches maritimes au Québec, MAPAQ, 1994.

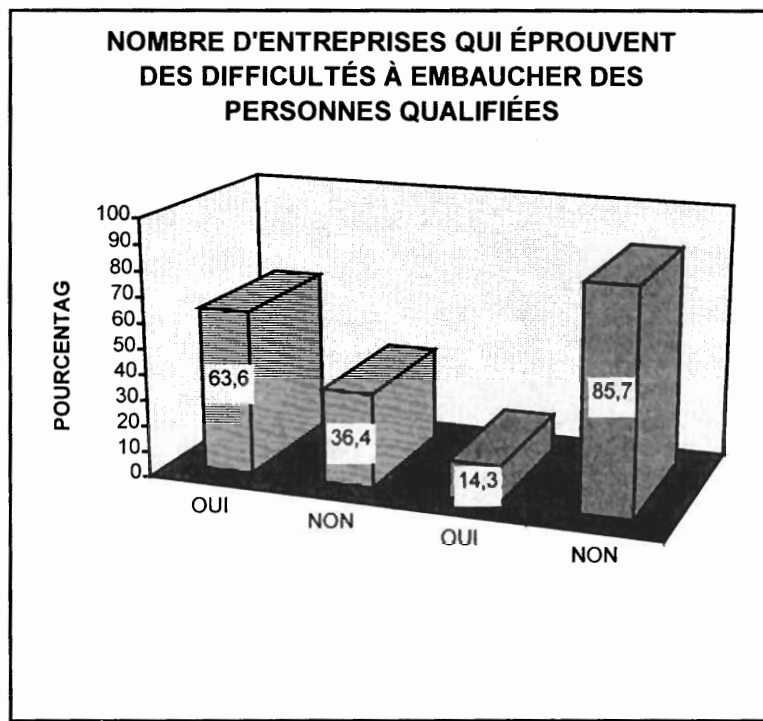
FIGURE 4



L'employeur citadin porte plus d'attention aux personnes capables de préparer les produits marins et de bien conseiller les clients. Des connaissances en informatique, en communication et en gestion sont prisées. On remarque que les acteurs de la commercialisation des régions urbaines sont plus exigeants et beaucoup plus avisés en ce qui a trait aux développements technologiques. En définitive, l'autonomie, l'entregent, la connaissance des produits et des techniques de préparation y sont prioritaires.

Comme on peut le constater à la figure 5, c'est en ville que les critères d'embauche sont les plus élevés. Une majorité de répondants affirment avoir de la difficulté à embaucher du personnel qualifié. En région maritime, par contre, les exigences sont beaucoup moindres.

FIGURE 5



Manque de structuration dans la formation en général

Comme on a pu le constater antérieurement, le poissonnier et la poissonnière ne sont soumis à aucune obligation pour la détention d'un permis ou d'une licence aux fins de pratique de leur métier. La formation des vendeurs et vendeuses n'est pas obligatoire au Québec. Ce sont les grandes chaînes surtout qui favorisent le développement des ressources humaines et offrent des formations à leur personnel, mais pas nécessairement de façon systématique.

Les poissonniers et poissonnières ont une formation inégale d'un commerce à un autre et les normes de qualité et la présentation des produits varient aussi d'un endroit à un autre. Même parmi ceux et celles affichant un plus grand souci de qualité, des faiblesses sur le plan de la connaissance des particularités des différents poissons, mollusques et crustacés ont été dénotées. La plupart possèdent un minimum de connaissances tout en démontrant de fortes aptitudes pour la vente et la présentation de leurs produits.

Toutes fonctions de travail confondues, les travailleurs et travailleuses de l'industrie de la commercialisation et de la vente des produits de la mer devraient :

- être capables de répondre à l'évolution des nouvelles technologies, à la base d'une plus longue conservation des aliments frais et surgelés;
- savoir reconnaître, parmi la multitude des espèces, les signes particuliers de déperissement;
- considérer l'hygiène et la salubrité comme faisant partie de leur seconde nature;
- voir à la présentation des produits selon les normes de mise en marché reconnues.

5.3 Caractéristiques de la main-d'œuvre

5.3.1 Mobilité horizontale et verticale

La formation de la main-d'œuvre constitue une préoccupation importante pour les acteurs de ce secteur, surtout au sein des très grandes entreprises. En terme de mobilité, tant horizontale que verticale, très peu d'employeurs élaborent des processus de formation. D'après notre sondage, il apparaît que la formation sur le lieu de travail demeure la méthode la plus utilisée dans l'industrie.

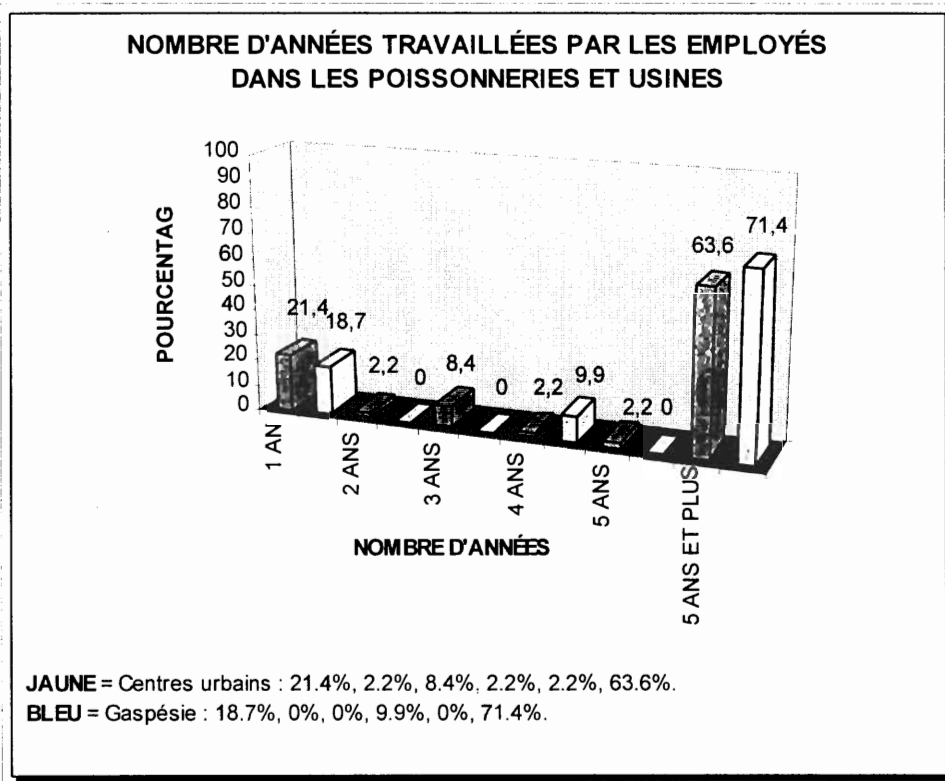
La mobilité implique l'accroissement de besoins de perfectionnement relativement au traitement de la matière première et de la relation avec la clientèle, mais au-delà, l'accueil et le service, surtout pour le poissonnier ou la poissonnière, demeurent la clé du succès dans la conquête du client.

La mobilité tant horizontale que verticale n'est pas courante entre les fonctions de poissonnier, courtier et distributeur-grossiste.

La commercialisation des produits de la pêche est un secteur où la mobilité, tant horizontale que verticale, est quasi inexistante, comparativement à celui de la transformation en usine où il devient plus facile d'évoluer et de se déplacer d'un poste de travail à un autre.

En terme de mobilité horizontale, habituellement, dans une poissonnerie, les aides-poissonniers ou aides-poissonnières sont en mesure de permuter d'une tâche à une autre assez aisément, tandis que du côté des courtiers et courtières ou des distributeurs-grossistes et distributrices-grossistes, ce sont plus souvent les propriétaires qui portent ces titres d'emploi. On parle alors plus de polyvalence que de mobilité.

FIGURE 6



La figure 6 illustre bien la stabilité relative dans le secteur de la commercialisation, où les emplois sont durables dans la majeure partie des cas.

En terme de mobilité verticale, on peut dire que l'expérience acquise comme poissonnier, poissonnière prédispose à devenir courtier, courtière et distributeur-grossiste, distributrice-grossiste. Ordinairement, on observe très peu de mobilité entre les trois corps d'emploi à l'étude.

5.3.2 Cheminement de carrière

Tant pour les poissonniers que les courtiers et distributeurs-grossistes, le cheminement de carrière est limité dans le secteur de la commercialisation des produits de la mer.

Bien que l'on enregistre une pénurie sur le plan du recrutement de poissonniers professionnels, les inscriptions au DEP – 5104, par exemple, ne font pas partie de l'évocation d'un cheminement de carrière.

Surtout pour le métier de poissonnier, poissonnière, un phénomène se produit aujourd'hui, à Montréal : les anciens travailleurs et travailleuses de Steinberg (ayant une réputation de très bons poissonniers) et la chaîne Sobeys nouvellement venue, ont la réputation d'engager les meilleurs poissonniers, ce qui draine les plus professionnels vers les marchés à grandes surfaces.

5.3.3 Mobilité intersectorielle

Peu de mobilité

Il existe peu de mobilité sur le terrain, chacun des métiers à l'étude présentant des caractéristiques bien particulières et offrant peu de possibilités de cheminement, attendu que ces métiers sont occupés principalement par un grand nombre de propriétaires-dirigeants.

La majorité des poissonniers et distributeurs-grossistes sont, en effet, propriétaires de leur entreprise. Quant aux courtiers, on les retrouve souvent dans l'entreprise comme travailleurs autonomes ou employés de maisons de courtage. Dans les supermarchés, où la structure est plus importante, on assiste à une certaine mobilité, mais s'échelonnant non pas du métier de poissonnier vers ceux de courtier ou distributeur-grossiste, mais davantage de celui de boucher à poissonnier. En effet, certains supermarchés n'embauchent pas de poissonnier ou poissonnière et incitent leur boucher, leur bouchère à compléter leur tâche de travail en préparant des produits de la mer.

Vers l'efficacité à tout prix

L'évolution du secteur de la distribution des produits de la mer implique de nouvelles exigences engendrées par la distinction concurrentielle des entreprises. La recherche de la qualité influe sur la vie des travailleurs jusque dans leurs fonctions de travail, les obligeant à devenir de plus en plus qualifiés et efficaces. Une certaine augmentation des connaissances amène à une mobilité verticale, à des promotions et à la reconnaissance des compétences, surtout dans les grandes chaînes.

Pour leur part, les travailleurs et travailleuses en usine des régions maritimes, occupant un emploi saisonnier dans le secteur de la transformation, détiennent déjà une bonne expérience et ne songent pas à acquérir de la formation en vente et à partir travailler en ville, et ce, principalement à cause de leur attachement à leur région.

5.3.4 Relations de travail

Poissonnier, poissonnière

En plus de l'investissement de départ que nécessite l'installation d'une poissonnerie, le salaire des poissonniers contribue à augmenter les coûts d'un service de comptoir frais. Le salaire des bons poissonniers varie entre 450 \$ et 650 \$ par semaine. Ce ne sont cependant pas tous les supermarchés qui sont prêts à verser un tel salaire pour s'adjoindre leurs services.

En ce qui concerne les relations de travail, 90 % des poissonniers ne bénéficient pas d'avantages sociaux. Parmi les salariés répertoriés dans notre sondage, on compte seulement 10 % des personnes, surtout dans les supermarchés, qui se voient offrir une assurance-médicament ou une assurance collective.

Courtier, courtière

Leur rémunération varie beaucoup, qu'ils soient travailleurs autonomes à salaire. Celui-ci dépend de la quantité de produits transigés dans une année. Les conditions d'exercice de ce métier sont comparables à celles de tout autre emploi de bureau.

Distributeur-grossiste, distributrice-grossiste

Ils sont pour la plupart dirigeants et dirigeantes d'entreprise et leur salaire varie beaucoup selon leurs chiffres d'affaires. Ils sont aussi rémunérés en fonction des produits transigés.

5.3.5 Supervision et responsabilités

Poissonnier, poissonnière

Les propriétaires-dirigeants et les poissonniers employés dans le secteur de la commercialisation des produits de la mer jouissent d'une très bonne autonomie au travail. Cela s'explique par le fait que les très bons poissonniers sont en demande dans les grandes chaînes et sont traités en considération de leurs compétences.

Courtier, courtière et distributeur-grossiste, distributrice-grossiste

Dans ces deux métiers, la question de la supervision ne s'applique pas, car ces personnes sont souvent propriétaires-dirigeantes de leur entreprise.

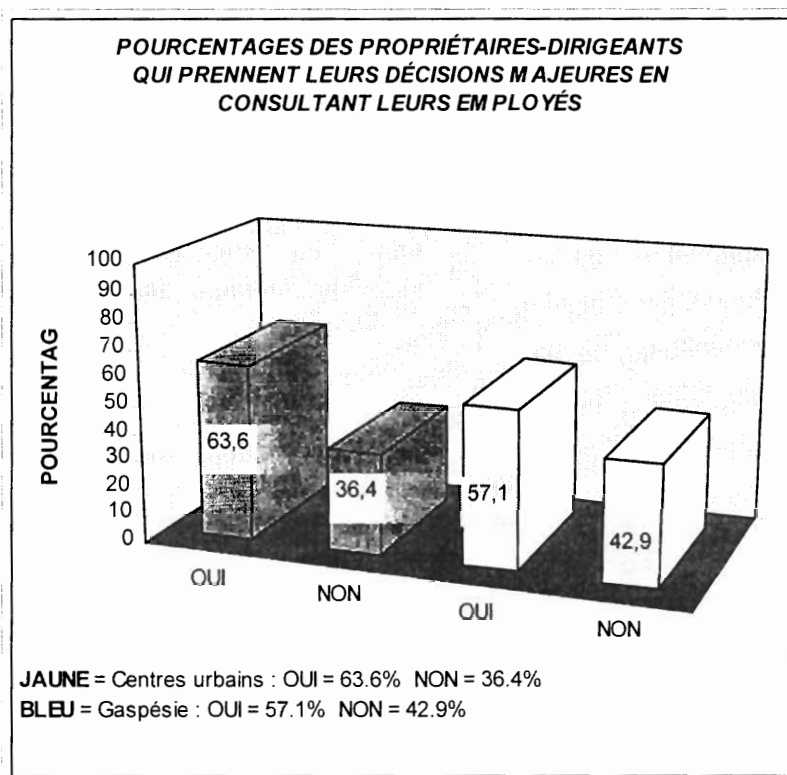
La plupart des travailleurs et travailleuses de la commercialisation des produits de la mer jouissent d'un très bon climat de travail et d'un niveau de confiance élevé, d'où une supervision minimale.

5.3.6 Gestion des ressources humaines

La différence entre la grande entreprise et la petite entreprise est minime en matière de type de gestion du personnel.

Le secteur de la commercialisation offre une très grande latitude et beaucoup de liberté pour les poissonniers, courtiers et distributeurs-grossistes., mais selon nos observations, le type de gestion favorise des rapports courtois même au stade artisanal de gestion de l'entreprise.

FIGURE 7



Tel qu'exprimé dans la figure 7, le rapport entre employeur et employé semble relativement bon et le niveau de communication très acceptable, surtout en centre urbain.

Pour les plus grandes entreprises, tels les supermarchés, la gestion par reconnaissance de la performance au travail s'applique envers les poissonniers et poissonnières.

5.3.7 Syndicalisation

Le secteur de la vente des produits de la pêche affiche un très faible taux de syndicalisation. Seulement 1 p. 100 de toutes les personnes interviewées sont syndiquées.

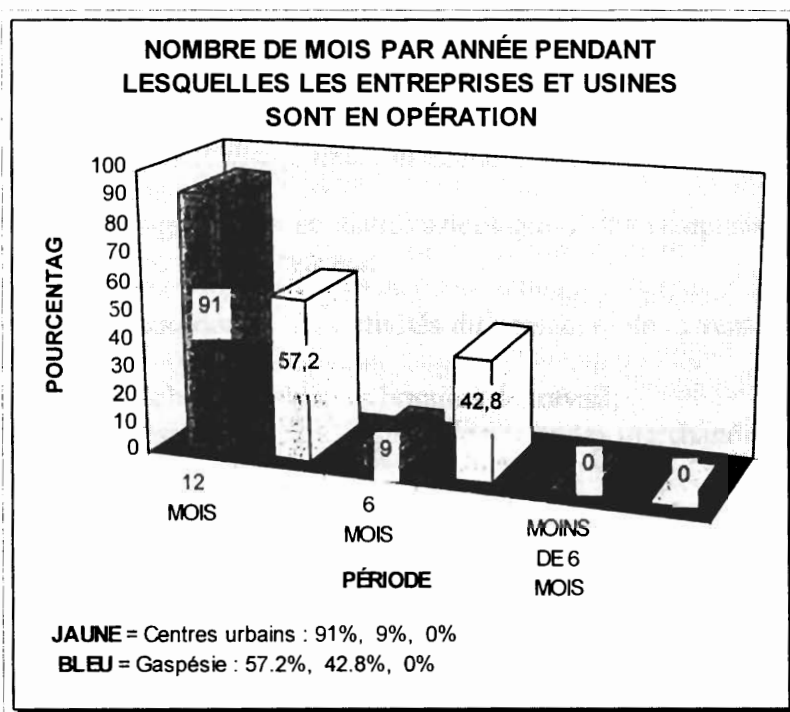
5.3.8 Conditions d'exercice du métier

Saisonnalité des emplois

En régions maritimes, les entreprises exploitant les produits de la pêche le font de façon saisonnière. C'est donc dire que les emplois saisonniers et à temps partiel occupent une bonne part des secteurs primaire et secondaire. En contrepartie, le secteur tertiaire offre des emplois plus stables et durables, les produits de la pêche pouvant être distribués à longueur d'année.

En ville, la saisonnalité exerce peu d'influence sur les activités des entreprises. On ne compte que 9 p. 100 des industries de transformation en exploitation sur un cycle saisonnier. En ce qui concerne les poissonniers et les courtiers, leurs activités se déroulent toute l'année.

FIGURE 8



5.3.9 Clientèle

Poissonnier, poissonnière

« L'augmentation de poissonneries répondant davantage aux critères de salubrité des francophones ou anglophones d'origine a contribué également à augmenter la consommation de poissons. En effet, la propreté, l'absence d'odeur, la présentation des produits, la présence d'un vendeur-conseiller et d'un spécialiste qui prépare le poisson au goût des clients non habitués à travailler le poisson, sont des critères de première importance auprès de cette clientèle.

« L'analyse de protocole effectuée auprès de consommateurs a permis de constater les faits suivants : le prix est le premier critère dans le processus d'achat du consommateur.

« Les consommateurs sont très influencés par les spéciaux offerts chaque semaine. Lorsque le spécial de la semaine est un poisson moins connu, les plus audacieux demandent au poissonnier de quelle façon apprêter ce produit. L'esthétique et la qualité de la présentation des comptoirs de frais dans les supermarchés influencent le comportement des consommateurs. Ainsi, plusieurs consommateurs n'ayant pas planifié l'achat de poissons changent d'avis à l'approche du comptoir et font des achats compulsifs. De plus, pour les moins connaisseurs, la fraîcheur des produits est souvent associée à la qualité de la présentation. Le saumon et la truite sont toujours les premiers produits qui attirent l'oeil du consommateur. Presque chaque fois, ces produits suscitent une remarque positive telle que « Le saumon et la truite ont l'air très frais ». Les questions demandées par les consommateurs au poissonnier sont les suivantes : le produit a-t-il été décongelé ? De quelle espèce s'agit-il ? Comment doit-on le faire cuire ?

« En ce qui concerne les produits présentés dans les comptoirs de produits frais/emballés ou congelés, les gens recherchent les emballages qui contiennent des petites portions des produits. De plus, l'étiquette et l'emballage sont des facteurs de grande importance aux yeux du consommateur³¹. »

Courtier, courtière, distributeur-grossiste, distributrice-grossiste :

Pour les courtiers et les distributeurs-grossistes, le client devient un acheteur en gros. Leur relation est très différente de celle du client devant un comptoir de poissonnerie. En général, la relation se fait de professionnel à professionnel.

31 Les produits de la mer à valeur ajoutée, Agriculture et Agro-alimentaire Canada Technomar Canada et Stratem ind. 1994.

La plupart du temps, le produit est jugé de qualité. Cependant, l'insatisfaction provient généralement des dates tardives de livraison et de la non-disponibilité des produits. À cet effet, quelques industriels gaspésiens ont une mauvaise réputation, possiblement à cause du volume des débarquements et de l'implantation du concept « juste à temps ».

5.3.10 Besoins de main-d'œuvre

Le niveau de formation varie beaucoup d'une poissonnerie à une autre mais il est, en général, nettement insuffisant!

Poissonnier, poissonnière

La formation de poissonnier, poissonnière est non obligatoire dans presque toutes les chaînes de supermarchés au Québec. Les responsables, dans les sièges sociaux, incitent les directions des magasins à offrir une formation à leur personnel, mais ils ne peuvent les y contraindre.

Au Québec, la compétence du personnel varie beaucoup d'une poissonnerie à une autre. Bien qu'il existe d'excellents poissonniers, les entrevues effectuées et les observations faites en magasin ont démontré que quelques-uns manquaient de connaissances sur la façon de gérer leur comptoir, de conserver leurs produits et de traiter le poisson. Cependant, la majorité possédait les connaissances minimales.

S'il y avait présentement de bons poissonniers et poissonnières formés sortis d'un programme tel le DEP – 5104, ces personnes se trouveraient un emploi relativement rapidement dans la région de Montréal.

Courtier, courtière, distributeur-grossiste, distributrice-grossiste

Pour ces deux fonctions de travail, ce sont les habiletés en vente et coordination qui priment, bien que la connaissance liée à la qualité du produit soit un facteur d'importance primordiale.

On ne prévoit pas d'accroissement significatif en matière de besoins de main-d'œuvre dans ce secteur pour les trois prochaines années. Comme il a déjà été mentionné, l'exigence se rapporte davantage à la spécialisation qu'à la formation.

5.3.11 Conditions d'embauche

Poissonnier, poissonnière

Les critères d'embauche sont plutôt simples. On leur demande de détenir de l'expérience minimale, un intérêt pour la vente et le traitement du produit. La formation sera donnée sur le tas.

Cependant, dans les grandes surfaces, une expérience plus grande est demandée, bien que la formation scolaire ne soit pas requise.

Courtier, courtière, distributeur-grossiste, distributrice-grossiste

Les courtiers, et les distributeurs-grossistes ont souvent appris leur métier sur le tas et peu d'embauche est prévue pour ces métiers, surtout en ce qui a trait aux courtiers.

5.4 Description des fonctions de travail

La commercialisation et la distribution alimentaire, en général, constituent un secteur très concurrentiel. Les règles orchestrant la compétitivité sont sans contredit les prix, le service, la variété et la qualité des produits.

Dans les grands centres urbains, où le tissu social revêt un caractère multiethnique, la demande pour des produits d'importation et la commercialisation des produits de la mer est plus diversifiée et les spécialisations des intervenants de toutes les chaînes de distribution devront, dans un futur rapproché, s'adapter à cette singularité.

5.4.1 Tâches

Poissonnier, poissonnière

Les poissonniers et poissonnières vendent une gamme de produits de la pêche dans des établissements de vente au détail et dans les commerces de vente ou de gros ouverts au public pour la vente au détail. Ces personnes remplissent une partie ou l'ensemble des fonctions suivantes :

- accueillir les clients et discuter des caractéristiques, de la qualité et de la quantité de marchandises à acheter;
- renseigner les clients sur l'utilisation et l'entretien de la marchandise;
- indiquer les prix;
- préparer les marchandises à vendre;
- accepter les paiements en espèces, par chèque, carte de crédit ou débit automatique;
- tenir à jour les registres des ventes pour l'inventaire;
- acheter de la marchandise pour la revente dans un commerce de gros ou de détail;
- examiner les besoins du commerce et déterminer la quantité et la sélection des marchandises à acheter;
- étudier les analyses de marché, les revues pertinentes et les catalogues publicitaires;
- visiter les expositions;
- participer à des dégustations;

- choisir la marchandise qui répond le mieux aux exigences du commerce;
- rencontrer les fournisseurs;
- négocier les prix, les escomptes et les modalités de crédit;
- négocier le transport des marchandises;
- organiser la distribution des marchandises aux points de vente;
- maintenir des stocks adéquats;
- établir et maintenir des contacts avec les fournisseurs;
- surveiller le travail d'autres acheteurs des commerces de détail.

Courtier, courtière

Les courtiers négocient des transactions commerciales ou d'autres services, entre différents pourvoyeurs, au nom de leurs clients. Ils sont employés par d'autres établissements où ils travaillent à leur compte.

Les courtiers remplissent une partie ou l'ensemble des fonctions suivantes :

- l'achat ou la vente des produits de la mer pour le compte de particuliers, de sociétés et de gouvernements;
- la négociation des conditions et des tarifs et la rédaction de contrats et autres documents;
- la vente de marchandise aux clients;
- la résolution des problèmes reliés aux plaintes des clients et aux pénuries de marchandise;
- la tenue d'un inventaire adéquat et la commande des marchandises;
- la préparation de rapports sur les chiffres de vente, les techniques marchandes et les problèmes reliés au personnel.

Distributeur-grossiste, distributrice-grossiste

Les distributeurs-grossistes et distributrices-grossistes remplissent une partie ou l'ensemble des fonctions suivantes:

- surveiller et coordonner les activités du personnel de la vente et des caissiers, caissières;
- assigner les tâches et établir les horaires de travail;
- autoriser les paiements par chèque et le retour des marchandises;
- vendre la marchandise;
- résoudre les problèmes reliés aux plaintes des clients et aux pénuries de la marchandise;
- tenir un inventaire adéquat et commander les marchandises;
- préparer des rapports sur les chiffres de ventes, les techniques marchandes et les problèmes reliés au personnel;
- embaucher, former le personnel de vente ou déléguer cette formation.

5.4.2 Responsabilités

Poissonnier, poissonnière

Le niveau de responsabilité varie grandement d'une entreprise à une autre. Par exemple, les poissonniers de Steinberg avaient reçu une formation très spécialisée répondant à des normes très élevées, et cette formation est encore très prisée aujourd'hui. La rentabilité des comptoirs est un des critères pour déterminer si ce personnel est responsable ou non.

Courtier, courtière, distributeur-grossiste, distributrice-grossiste

Une des grandes responsabilités des courtiers et distributeurs-grossistes réside, cela va de soi, dans la livraison des marchandises, celles-ci se doivent d'être de bonne qualité et livrées dans les délais exigés selon le concept « juste à temps ».

5.5 Prévisions de main-d'œuvre

5.5.1 Grandes tendances

Valeur ajoutée

Avec le virage amorcé en 1993, soit une plus grande prise de conscience de l'importance de la valeur ajoutée, l'entreprise doit désormais se centrer sur des notions de marketing applicables à la filière de la vente des produits de la mer. L'industriel du secteur tertiaire des pêches a développé le réflexe de s'interroger sur la portée de ses actions de commercialisation dans le souci de satisfaire les besoins de sa clientèle. Pour s'assurer que le virage se fasse bien, il faut favoriser un climat de changement de culture entrepreneuriale incitant à l'augmentation des compétences en vue d'offrir une qualité accrue des produits.

Exigences du secteur et axes de développement

Dans leur ensemble, les gens qui exercent les métiers à l'étude ici devraient pouvoir faire face aux changements occasionnés par les récentes visions de mise en marché, soit celles déjà amorcées par les très grandes surfaces, et cela afin de répondre aux nouvelles attentes du consommateur.

Au rythme où s'opèrent les innovations technologiques et avec les exigences reliées à la formation de la main-d'œuvre, ces facteurs étant déterminés principalement par les grandes corporations américaines, l'industrie québécoise de la mise en marché des produits de la mer sera de plus en plus appelée à emboîter le pas ou à subir de sérieuses rationalisations de taille dans ses entreprises.

De façon plus particulière, la qualité et la diversité se révélant des critères de base à respecter dans l'industrie, les intervenants de tous les niveaux devront suivre l'évolution des produits, se préoccuper de la préférence de leurs publics-cibles, jeter un regard constant sur l'environnement concurrentiel du marché et en déterminer les grandes tendances.

Les fournisseurs de produits marins de première ligne dans la mise en marché, soit les distributeurs-grossistes, ont intérêt à prendre le rythme en ce qui concerne la formation du personnel et les nouvelles technologies, et à veiller à l'investissement des sommes nécessaires afin de garder le cap sur la stabilité. Sinon, la forte concurrence pourrait entraîner une diminution de rentabilité dans ce secteur.

Importance de la promotion

L'inertie face au changement est une réaction souvent observée chez les consommateurs. Aussi, les efforts publicitaires déployés dès aujourd'hui auront une influence sur l'indice de consommation à plus long terme, soit d'ici cinq ans.

À l'instar des producteurs de porc et des producteurs ovins, les promoteurs des produits de la mer devraient faire en sorte de maintenir, à tout le moins, le niveau de consommation de ces produits au Québec. Si rien n'est fait en matière de mise en marché, le niveau de consommation des Québécois devrait afficher une baisse, compte tenu du fait que la population culturellement ouverte à la consommation des produits de la mer est vieillissante et que la nouvelle génération n'est aucunement éveillée à ce type d'alimentation.

5.5.2 Distribution générale des emplois

Sans aucun doute, c'est dans les régions urbaines que se retrouvent le plus grand nombre d'emplois reliés à ce secteur d'activité.

Le secteur de la commercialisation étant très peu documenté, il devient difficile d'exprimer avec exactitude la distribution des emplois de façon exacte. Mais tout porte à croire que l'augmentation de la formation incitera à l'augmentation de l'embauche, surtout chez les poissonniers et poissonnières de petites et grandes surfaces.

5.5.3 Distribution des emplois selon la taille et les types d'entreprises

Ce sont surtout les petites et moyennes entreprises qui offrent le plus d'emplois relatifs à ce secteur d'activité. Surtout dans les grandes surfaces, l'embauche de poissonniers et poissonnières représente un bon bassin d'emplois. Dans les petites entreprises, la place est principalement occupée par les propriétaires-dirigeants. La plupart sont des poissonniers ayant des besoins de formation et certaines petites entreprises expriment le besoin d'embaucher des poissonniers d'expérience.

Le MAPAQ se propose prochainement de corriger la situation en ce qui a trait au manque de données relatives au secteur de la commercialisation des produits de la pêche en le documentant adéquatement, car ce domaine a longtemps été laissé de côté, comparativement à celui de la transformation de la gestion de la ressource, par exemple. Un répertoire, prévu pour bientôt, aidera grandement à colliger les données n'ayant pu être recueillies pour la présente étude.

5.5.4 Âge, sexe, scolarité

*Poissonnier, poissonnière*³²

Répartition de l'emploi selon le sexe

Hommes : 64,4 %
Femmes : 35,6 %

Répartition de l'emploi selon le groupe d'âge

15-24 ans : 7,3 %
25-44 ans : 64,5 %
45 ans et plus : 28,2 %

Courtier, courtière

Répartition de l'emploi selon le sexe

Hommes : 64,4 %
Femmes : 35,6 %

Répartition de l'emploi selon le groupe d'âge

15-24 ans : 17,6 %
25-44 ans : 54,4 %
45 ans et plus : 28 %

Distributeur-grossiste, distributrice-grossiste

Répartition de l'emploi selon le sexe

Hommes : 48,2 %
Femmes : 51,8 %

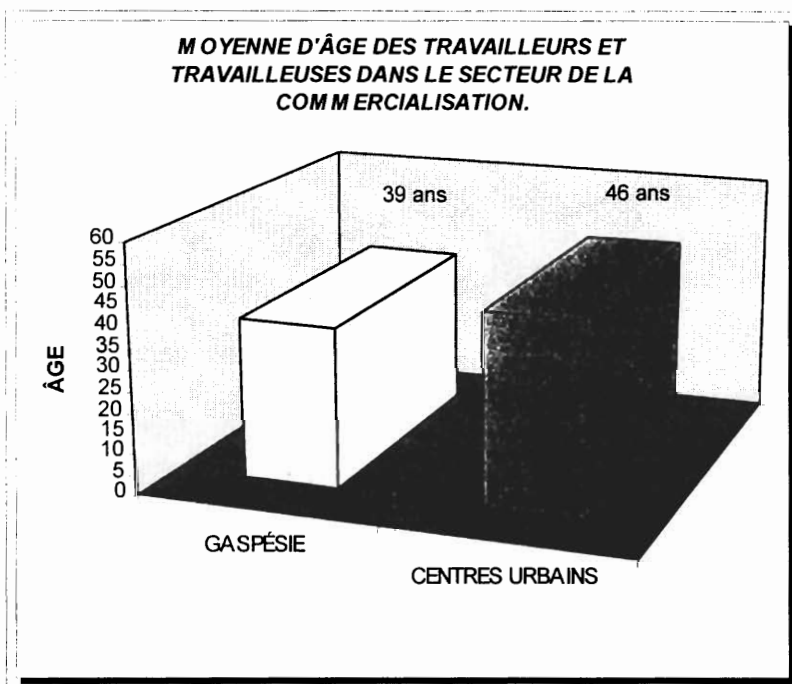
Répartition de l'emploi selon le groupe d'âge

15-24 ans : 13,2 %
25-44 ans : 64,3 %
45 ans et plus : 22,5 %

³² Portrait du sous-secteur de formation « pêches », Sylvain Lafrance, 1998.

Selon notre sondage, la moyenne d'âge chez les travailleurs et travailleuses est d'environ 45 ans. C'est donc dire que dans dix ans, ces personnes seront à l'aube de leur pré-retraite.

FIGURE 9



La majorité des répondants nous ont affirmé posséder un diplôme d'études secondaires, comme le tableau suivant l'exprime. Les emplois sont majoritairement occupés par des gens ayant terminé la 5^e secondaire.

FIGURE 10

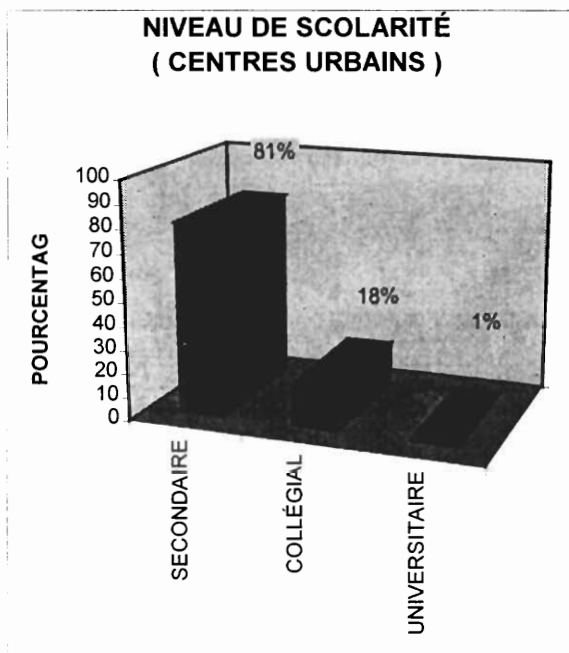
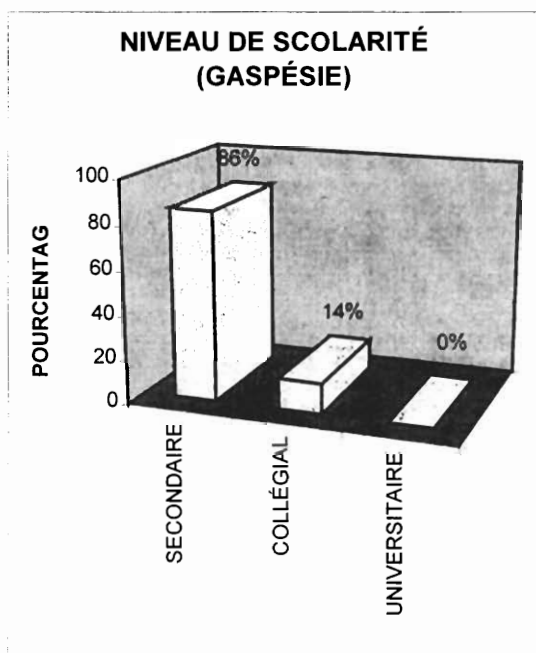
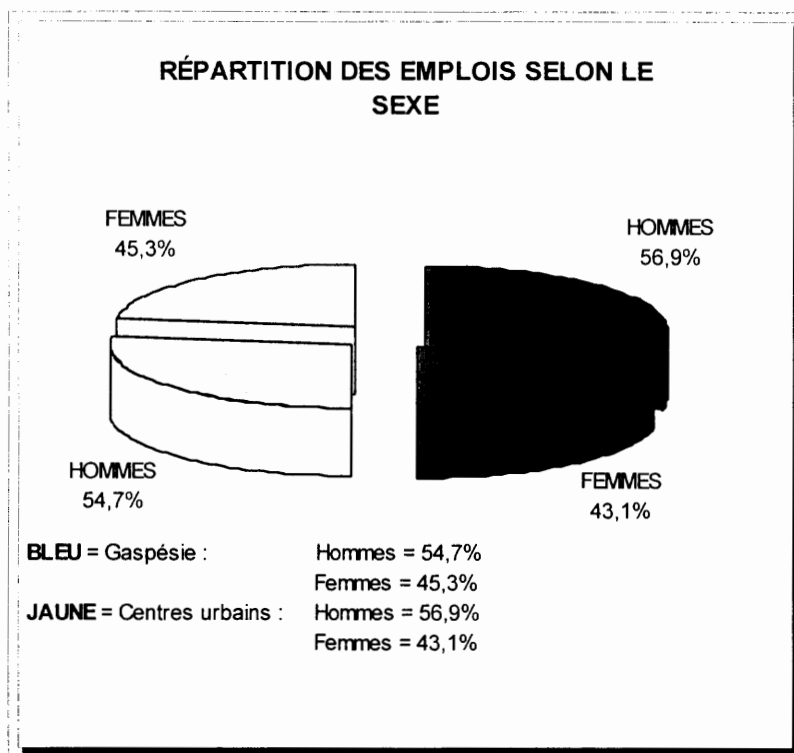


FIGURE 11



Selon le sondage, il existe une proportion relativement égale d'hommes et de femmes travaillant dans le secteur, comme le démontre le tableau suivant. Les hommes occupent 55 p. 100 des emplois et les femmes 45 p. 100, toutes régions confondues.

FIGURE 12



5.5.5 Perfectionnement

Au Québec, un seul établissement d'enseignement offre une formation spécifique en vente et commercialisation des produits de la pêche (le DEP - 5104), soit le Centre spécialisé des pêches, qui, depuis 1988, est entré au sein des écoles nationales. Ce titre en fait un centre de compétences recherché au Québec. Située à Grande-Rivière, en Gaspésie, cette école nationale des pêches est un campus du cégep de la Gaspésie et des Îles. L'implantation prochaine d'un pavillon externe au campus et situé en zone urbaine apportera un service d'enseignement reconnu là où les besoins sont les plus importants.

Exigences reliées au métier de poissonnier, poissonnière

Aucune formation professionnelle n'est requise pour pratiquer ce métier. Les connaissances acquises sont la plupart du temps dispensées à l'interne, que ce soit par les propriétaires eux-mêmes ou d'autres employés. Bien entendu, lorsque le niveau de formation des employés est relativement bas, certains problèmes

apparaissent dans l'entreprise tels que les pertes de marchandises, la mauvaise rotation des produits et une présentation moins raffinée. Parfois même, à la limite de la fraîcheur d'un produit, un poissonnier peut être tenté de le congeler afin d'éviter sa perte; le prix est alors diminué jusqu'au seuil de sa rentabilité.

Chez les poissonniers expérimentés ou dans les supermarchés qui embauchent une poissonnière ou un poissonnier attirés, les preuves sont faites que la qualité des étalages est garante d'une meilleure rentabilité.

En général, les poissonniers ne connaissent pas de cours ou d'établissement d'enseignement dans leur domaine, seules les formations offertes à l'Institut national des viandes soit légèrement connue. Ce dernier offre habituellement des cours deux fois par année, qui s'échelonnent sur 13 semaines à raison d'un soir par semaine, pour un total de 45 heures.

De l'avis des poissonniers et poissonnières, ce cours permet d'acquérir beaucoup de connaissances sur les produits marins. Cependant, il n'est pas suffisamment axé sur les techniques de mise en marché des produits de la vente³³.

Exigences reliées aux métiers de courtier, courtière et distributeur-grossiste, distributrice-grossiste

Les courtiers et les distributeurs-grossistes ne suivent habituellement pas de cours de formation spécifiquement reliée à la vente des produits marins. L'existence du DEP - 5104 leur est inconnue de façon générale. Cependant, en milieu urbain surtout, certains détiennent des formations en administration, en marketing et en vente. Selon notre sondage, ils ressentent des besoins de formation en gestion du temps, en réglementation, en gestion des stocks principalement.

5.5.6 Perspectives de croissance

Menace de la concurrence

Des menaces planent sur le secteur de la commercialisation des produits de la pêche, en raison de la concurrence américaine sur le plan technologique et de la taille des mégadistributeurs américains. Dans ces conditions, il devient difficile pour la main-d'œuvre d'évoluer au rythme de la concurrence et en ce sens, sans changements en matière de formation et de valorisation du secteur, des rationalisations sont à prévoir.

Ce milieu est peu sensibilisé à la formation du personnel. La difficulté à obtenir des congés payés pour de l'apprentissage, le manque de temps et les coûts reliés aux programmes de formation semblent restreindre la participation.

En général, le peu de valorisation de la commercialisation exprime bien le malaise ressenti dans ce secteur.

33 Situation des produits marins sur les marchés de détail et institutionnel de Montréal et Toronto, Stratem, juin 1991

Toutefois, le secteur devrait se stabiliser, peu de croissance étant prévue d'ici les trois prochaines années.

Les prix des mégadistributeurs devraient affecter la balance commerciale des transactions des distributeurs-grossistes québécois face aux Américains, mais ce sont davantage les courtiers qui devraient récupérer les valeurs d'échange.

Tout porte à croire que la main-d'œuvre dans ce secteur aura tendance à demeurer stable, en raison de la forte concurrence, de la réduction de la consommation intérieure et du retard des intervenants du secteur à prendre le pas dans la production de campagnes publicitaires visant à changer les comportements des consommateurs. De plus, ces produits coûtent plus chers que d'autres aliments tels le bœuf ou le poulet.

5.5.7 Besoins de main-d'œuvre selon les types d'entreprise et les régions d'ici trois ans

Étant donné l'âge des travailleurs, la concurrence, et l'augmentation de la qualité de la mise en marché, les intervenants du secteur, devraient considérer la formation comme un moyen de dynamiser l'industrie québécoise des produits marins.

Les actions de prise en charge sont lentes, alors que l'industrie aurait intérêt à réagir rapidement, car dans dix ans, la population ouvrière du secteur sera en général parvenue à la retraite. Il faudrait veiller à former des jeunes dès maintenant pour assurer la relève.

Poissonnier, poissonnière

Propriétaires-dirigeants ou employés, ils devraient connaître une stagnation sur le plan des effectifs. Ceux et celles qui ont répondu au sondage ont précisé être disposés à engager du personnel qualifié avec une formation à l'appui.

Courtier, Courtière

Ce métier pourrait connaître une augmentation d'effectifs, mais très minime vu l'apparition des distributeurs américains sur le marché.

Distributeur-grossiste, distributrice-grossiste

Ici, on ne prévoit pas d'augmentation d'effectifs, mais plutôt une stabilisation et éventuellement une diminution de la valeur des échanges. Cela s'explique par le fait que le secteur de la deuxième transformation fera face à la concurrence américaine sur le marché intérieur.

5.6 Évolution des fonctions de travail

5.6.1 Nouvelles technologies

Poissonnier, poissonnière

Les poissonniers, dernier maillon de la commercialisation, connaissent la plupart du temps les techniques de traitement des poissons, crustacés et mollusques, bien que les pratiques ne soient pas toutes uniformisées. La majorité portent une attention particulière à l'évolution technologique en se comparant aux leaders dans le domaine.

Courtier, courtière

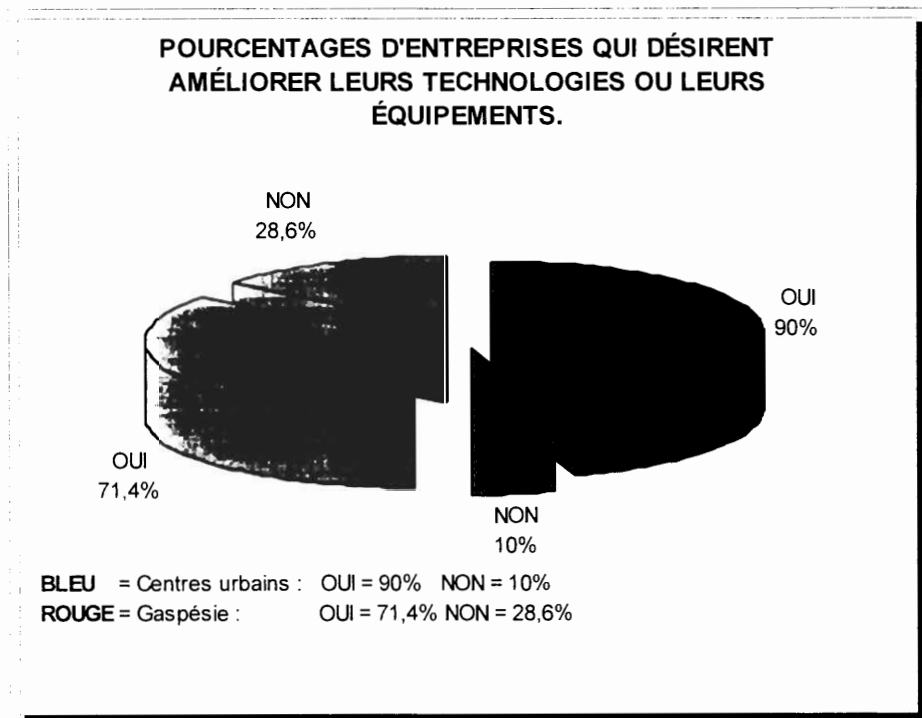
Les courtiers, pour leur part, avec la venue de l'informatique, sont bien intégrés dans leur époque; ils vivent au rythme de la technologie, en prenant en considération les principes du concept « juste à temps ».

Distributeur-grossiste, distributrice-grossiste

Ce sont surtout eux, qui interviennent aux étapes des deuxième et troisième transformations, qui risquent d'être le plus touchés par les nouvelles technologies. Cependant, la majorité sont au fait des tendances et se documentent en ce sens.

Les données du sondage révèlent que la majorité des personnes interrogées désirent améliorer leur organisation en matière technologique.

FIGURE 13



5.6.2 Modes d'organisation du travail

Effets de la concurrence

La conscientisation des poissonniers, courtiers et distributeurs-grossistes par rapport aux diverses étapes de la mise en marché doit à tout prix s'harmoniser avec une volonté de passer en revue leurs forces et leurs faiblesses. L'entreprise d'aujourd'hui, vu l'agressivité de la concurrence, doit revoir ses modes de commercialisation et réviser en profondeur les activités composant une saine gestion d'entreprise.

Comme le présentent les tableaux 14 et 15, les propriétaires d'entreprise disent ressentir l'influence de la concurrence dans le milieu, mais qu'ils soient en Gaspésie ou dans les centres urbains, ils ne sont pas pour autant incités à suivre de la formation.

FIGURE 14

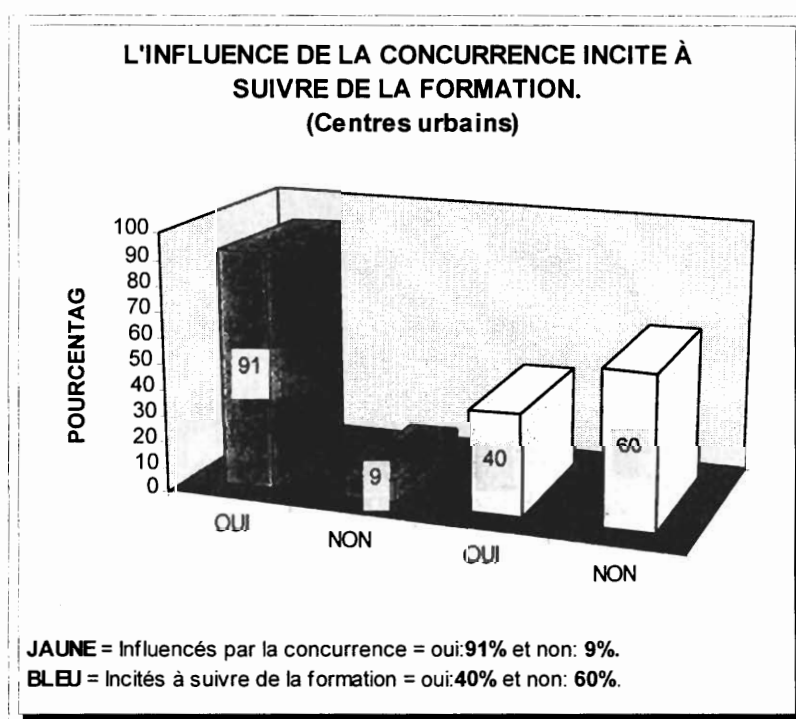
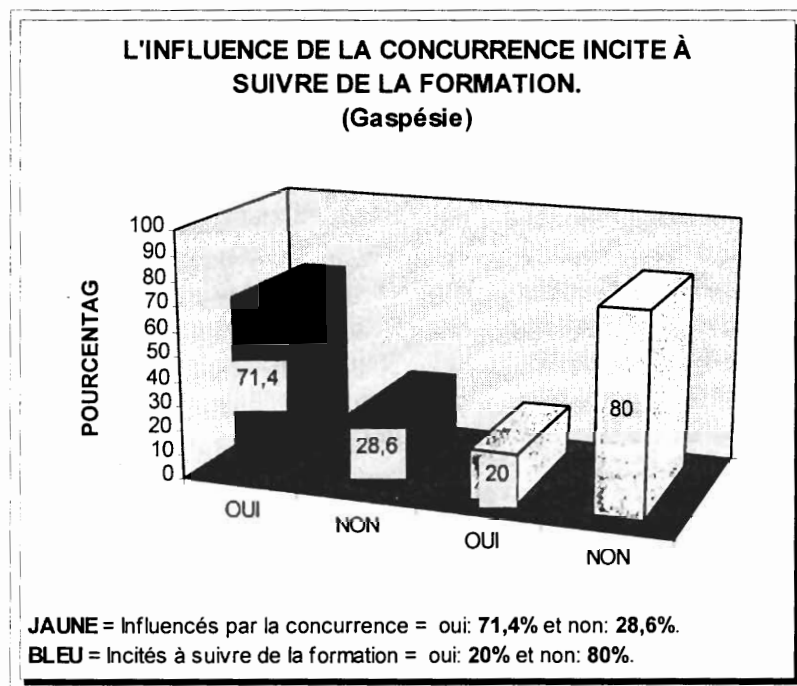


FIGURE 15



Conscientisation

Il faut donc réagir dès maintenant et former au plus tôt les gestionnaires qui prendront le virage des années 2000. Ces derniers seront aptes à répondre aux changements en adoptant de nouveaux modes de gestion des ressources humaines axés sur la formation, les nouvelles technologies et l'informatique (principalement pour les courtiers et les distributeurs-grossistes), mais surtout en augmentant leur niveau de conscientisation face à une plus grande qualité, laquelle suppose un intérêt supérieur pour les techniques de mise en marché.

Besoins

Même avec une baisse de l'indice de consommation et la diminution possible du besoin de main-d'œuvre, les personnes demeurant en emploi formeront un public-cible important, apte à la formation professionnelle. Le développement des marchés extérieurs constitue une voie de croissance des plus intéressantes. Les nouveaux gestionnaires devraient implanter le concept de qualité totale et développer leurs connaissances en vente et en marketing. L'utilisation des technologies de l'information devrait faire partie intégrante de leurs pratiques, et ils seront appelés à partager avec les employés la préoccupation constante pour la qualité et le travail bien fait.

5.6.3 Polyvalence

Dans le cas des petites surfaces, des formations axées sur la polyvalence pourraient être envisagées, à l'exemple du boucher qui doit à l'occasion conseiller cette clientèle, changer de chapeau et devenir poissonnier l'espace d'un instant. Des ouvriers, travaillant déjà dans des fonctions spécialisées, sont d'ores et déjà incités à devenir de plus en plus polyvalents, leurs tâches pouvant s'étendre à la gestion, à la mise en marché et au contrôle des coûts, surtout dans les grandes surfaces, cette fois.

5.6.4 Évolution axée sur la commercialisation

Les poissonniers, les courtiers et les distributeurs-grossistes devraient tous harmoniser leurs actions vers un plan de commercialisation ou de marketing. Leur connaissance de la mise en marché devrait être aussi importante, sinon plus, que leur connaissance du produit lui-même.

Présentement, les entrepreneurs travaillant dans le domaine de la commercialisation et de la vente des produits de la mer, affichent des compétences davantage axées sur un stade artisanal de production et de mise en marché. La formation aura pour effet de les faire passer à un stade supérieur de gestion, soit à celui de la croissance dynamique.

L'évolution des tâches de la courtière, du courtier est moins marquée, ceux-ci détenant déjà toutes les bases et connaissances nécessaires à l'exercice de leur métier. Cependant, leurs tâches pourraient être accrues par suite :

- de la connaissance de la mise en place de plans de communication/marketing;
- de la fidélisation de la clientèle par diverses techniques de promotion.

5.6.5 Analyse de situation de travail

Poissonnier, poissonnière

Les tâches des poissonniers ou des commis-vendeurs sont les mêmes que celles décrites au point 5.4. Aucun besoin d'ajustement ne ressort de l'analyse de leurs fonctions de travail.

Courtier, courtière

Les fonctions de travail sont ici aussi celles listées en 5.4, à l'exception des suivantes qui sont reliées au métier de courtier, courtière maritime :

- consulter des publications commerciales et d'autres documents afin de signaler aux clients les locaux disponibles dans les cales de navire, le lieu et l'heure du départ, la destination et le tarif;
- acheminer et vendre des navires et des yachts au nom de leurs clients;

- inspecter les navires, noter les particularités et négocier le prix d'achat ou de vente, au nom de leurs clients;
- prendre les dispositions nécessaires pour contracter une assurance pour les cargos ou les navires;
- obtenir les permis pour l'exploitation des navires.

Les fonctions d'acheteur, acheteuse pourraient aussi être jointes à celles de la CNP 1236, soit :

- prendre les dispositions nécessaires pour contracter les assurances pour les cargos et les navires;
- acheter des marchandises pour la revente dans un commerce de gros et de détail;
- examiner les besoins du commerce et déterminer la quantité et les types de marchandises à acheter;
- étudier les analyses de marché, les revues pertinentes, les catalogues publicitaires, visiter les expositions;
- choisir la marchandise qui répond le mieux aux exigences du commerce;
- rencontrer les fournisseurs, négocier les prix, les escomptes, les modalités de crédit et les modalités de transport des marchandises;
- organiser la distribution des marchandises aux points de vente et maintenir des stocks adéquats;
- surveiller le travail d'autres acheteurs de commerces de détail.

Les courtières et courtiers rencontrés lors du sondage se révèlent des intermédiaires entre l'achat sur le marché intérieur ou à l'importation et la revente sur les marchés intérieur et extérieur.

Distributeur-grossiste, distributrice-grossiste

Leurs fonctions de travail sont les mêmes que celles proposées dans la CNP 6211 (*se référer au point 5.4*) mais en plus, des tâches spécifiques aux courtiers pourraient être ajoutées; dans 50 p. 100 des cas rencontrés, les distributeurs-grossistes exécutent ces tâches. Dans les autres cas, ils engagent des courtiers pour veiller à la mise en marché de leurs produits.

5.7 Législation et réglementation

En alimentation

« La transformation des produits de la mer est de juridiction provinciale, contrairement à leur capture qui est de juridiction fédérale. Une entreprise de transformation québécoise obtient un permis d'opération en vertu de la Politique de la délivrance et du renouvellement des permis du MAPAQ.

« Deux législations québécoises régissent le secteur de la transformation des produits marins : la *Loi sur les produits agricoles, les produits marins et les aliments* (LRQ, c. P-29) et la *Loi sur la transformation des produits marins*

(LRQ, c. T-11.01). Trois lois canadiennes interviennent dans le domaine: la *Loi sur l'inspection du poisson* (LRC, c. 29), en ce qui a trait aux produits destinés à l'exportation, la *Loi sur les aliments et drogues* (LRC, c. F-27) pour ce qui touche les normes d'innocuité, de composition et d'étiquetage des aliments et finalement, la *Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation* (LRC, c- 38) qui vise à protéger les consommateurs contre les fraudes d'étiquetage.

Émission de permis :

« Une usine de transformation peut être la propriété d'un ou plusieurs pêcheurs dans la mesure où il(s) répond(ent) aux conditions d'émission ou de renouvellement d'un permis pour une usine de transformation et que celle-ci est conforme aux normes prescrites par le MAPAQ. Sans être favorisée par le Ministère, cette situation a pour avantage d'assurer l'approvisionnement en matière première de l'usine en question.

« La politique d'émission des permis du MPO pour la pêche commerciale ne permet cependant pas à une usine de se porter acquéreur de permis de pêche. Notons aussi que un ou des pêcheurs peuvent selon la loi actuelle exploiter une poissonnerie. Il suffit de détenir un permis de vente au détail et de répondre aux normes d'hygiène et de salubrité du MAPAQ³⁴. »

5.8 Appréciation et attentes des entreprises en matière de formation

Vers la spécialisation

Les entrepreneurs travaillant dans le secteur du marché du poisson n'ont pas eu jusqu'à aujourd'hui à se soucier de la distribution des produits de la mer. La demande a été constante et les produits abondants.

Des créneaux établis depuis fort longtemps ont indiqué de façon quasi naturelle la filière à suivre pour la commercialisation des produits de la première transformation. La spécialisation des intervenants est aujourd'hui plus présente à l'esprit des poissonniers, courtiers et distributeurs-grossistes, d'autant plus depuis le moratoire sur le poisson de fond, qui a sonné l'alarme quant à l'évolution prochaine dans le réseau de distribution.

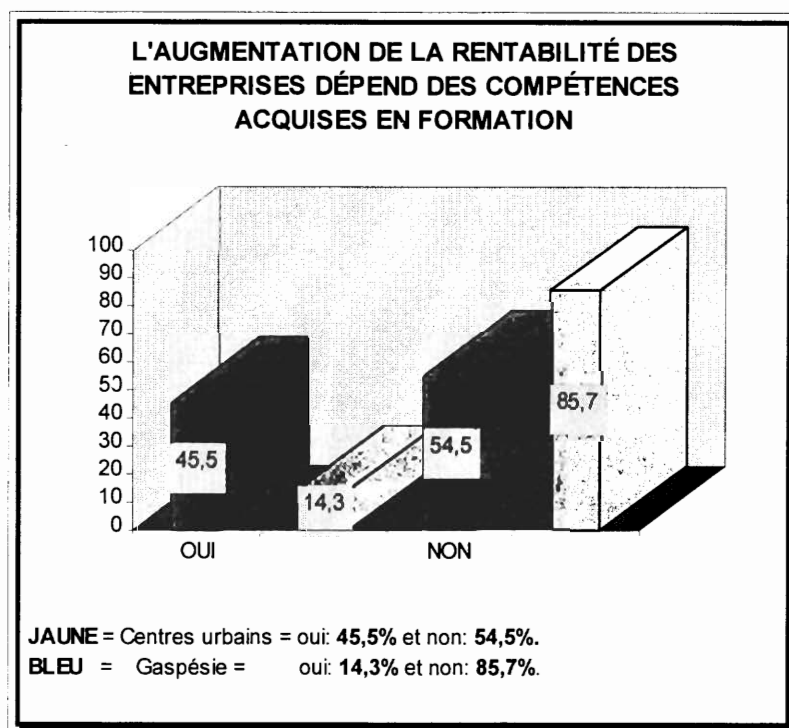
À partir, de ces constatations, il est à espérer que l'entreprise élaborera sa propre stratégie de développement de façon proactive en se donnant des orientations distinctes à l'intérieur de réseaux où la spécialisation sera prioritaire.

Le virage amorcé implique que les entrepreneurs devront viser à maximiser les compétences des ressources humaines à l'intérieur de leur organisation et à favoriser l'embauche de personnel hautement qualifié afin d'augmenter le potentiel de l'entreprise dans son ensemble.

34 *Portrait du sous-secteur formation « pêche*, Sylvain Lafrance, 1998

Les intervenants du milieu de la commercialisation des produits de la pêche en milieu urbain sont partagés quant au lien entre l'augmentation de la rentabilité et la formation, comme indiqué dans le tableau 16.

FIGURE 16



On peut se demander si la réticence à suivre une formation est liée à une attitude ou une habitude. Selon nous, il s'agit de l'habitude, compte tenu du peu de congé de temps de travail accordés par les employeurs dans ce but.

5.8.1 Besoins de spécialisation

La spécialisation pourrait combler des lacunes de l'ordre de la mobilité ou de la polyvalence des employés, un préalable pour des magasins de petite et moyenne surfaces.

Elle permettrait aussi de maximiser la rentabilité dans la gestion des comptoirs, notamment sur le plan de la présentation ou de la qualité des produits et de la diminution des pertes.

Les employeurs souhaitent que le personnel soit formé plus adéquatement pour assurer une meilleure gestion et pour développer leurs aptitudes à la communication avec la clientèle. En effet, l'accueil de la clientèle est la clé du succès dans une entreprise de vente au détail.

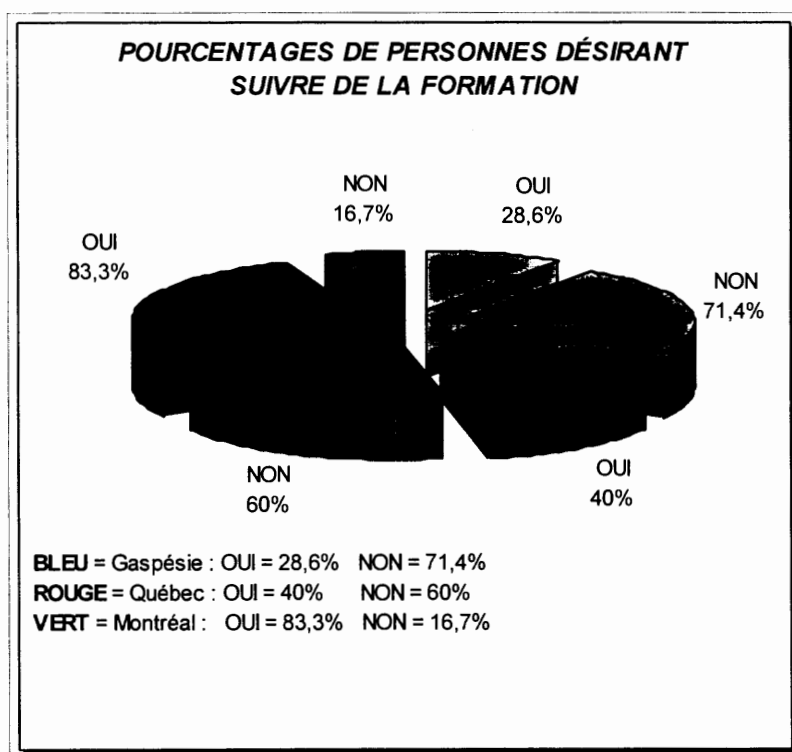
Ce sont surtout les poissonnières et poissonniers, derniers intermédiaires, qui ont besoin d'acquérir des connaissances sur les différentes espèces.

La formation pourrait toucher les questions suivantes :

- la salubrité,
- la cohabitation des espèces;
- l'hygiène au cours de la préparation;
- la conservation visant une plus grande fraîcheur;
- la façon d'augmenter le nombre d'espèces en magasin;
- la vente et la gestion;
- la gestion des stocks;
- la réglementation;
- l'exportation;
- le service à la clientèle;
- la commercialisation;
- la mise en marché;
- l'administration.

Les poissons exotiques devraient aussi être connus par tout bon poissonnier, surtout en milieu urbain où la clientèle multiethnique en demande.

FIGURE 17



Comme le précise la figure 17, l'intention de suivre de la formation est marquée chez les répondants de Montréal. À Québec, où le marché est moins dynamique, l'intention est mitigée. En Gaspésie, peu de répondants ont l'intention de suivre de la formation, peut-être à cause de l'omniprésence du produit, d'une connaissance innée des espèces et de la présence d'une majorité d'entreprises de nature familiale en première transformation.

5.8.2 Satisfaction des employés

Formation en entreprise

En ce qui concerne la formation sur le tas, le taux de satisfaction est bon. L'employé a souvent un préjugé favorable à l'égard de l'entreprise qui l'engage et il accepte la formation sans trop discuter son contenu.

DEP - 5104

Le DEP - 5104 n'a pas été dispensé depuis 1990. Il nous était donc difficile de recueillir de l'information auprès des personnes ayant déjà suivi ce cours.

5.8.3 Connaissances

La plupart des poissons et fruits de mer sont transformés dans des usines de produits alimentaires avant leur mise en marché. Dans ces entreprises, endroits privilégiés pour la prolifération des bactéries, on doit appliquer des méthodes de nettoyage et d'assainissement particulières en conformité avec les règlements³⁵.

La réglementation fournit de l'information le fait de se conformer aux règles détermine une qualité de traitement.

En général, les répondants ne sont pas au courant de l'existence d'un programme de formation relié à la vente des produits de la pêche. La moitié disent avoir suivi des cours, mais on constate qu'il s'agit davantage de la formation offerte en entreprise que d'une formation scolaire proprement dite. Les connaissances relevées chez les poissonniers sont toutefois très bonnes; l'observation rigoureuse des règles apprises pallie l'absence de cours. Les mêmes remarques s'appliquent aux courtiers et surtout aux distributeurs-grossistes, qui sont en contact direct avec la transformation des produits de la pêche.

35 Transformation des produits marins, Christine Bélanger et J. Roland Chevrier, , La Revue maritime L'Escale, 1990.

5.8.4 Hygiène

Règles élémentaires³⁶

Les ministères responsables du traitement des aliments, aussi bien provincial que fédéral, édictent des règlements traitant de l'hygiène des personnes et du milieu industriel alimentaire. Voici quelques points traités dans cette réglementation.

Vêtements

Tous les employés affectés aux opérations de traitement de produits alimentaires doivent porter un sarrau, un salopette ou une chemise de couleur pâle. Ces vêtements doivent être lavés et désinfectés au moins une fois après chaque quart de travail. Le port de la résille est nécessaire tandis que celui de la casquette est recommandé. Les gants ne sont pas obligatoires à moins d'avoir des blessures aux mains. Les gants doivent être lavés et désinfectés après chaque absence du travail. Cette même règle s'applique aux vêtements protecteurs.

Lavage des mains

Le lavage des mains doit se faire à l'eau chaude avec un savon antiseptique ; il s'étend à l'avant-bras et doit aussi porter sur l'espace entre les doigts. On doit assécher la peau avec des essuie-mains non réutilisables ou à l'air chaud.

En terme d'hygiène, la majorité des répondants se réfèrent aux normes du MAPAQ et de Pêches et Océans, les ministères responsables de la gestion des pêches. La plupart ont mentionné avoir recours à un programme de gestion de la qualité.

Parmi les personnes rencontrées, ces connaissances de base étaient respectées. En règle générale, ce sont les réglementations qui dictent les procédures d'hygiène à suivre et la majorité des répondants y adhèrent sans hésitation.

5.8.5 Qualité³⁷

Tout doit être mis en œuvre pour empêcher l'altération des produits de la pêche et conserver leur valeur nutritive. On peut décrire comme étant de qualité un produit répondant aux besoins particuliers ou aux exigences des utilisateurs, tout au long de la chaîne de production et de distribution.

36 Transformation des produits marins, Christine Bélanger et J. Roland Chevrier, La Revue maritime de l'Escale, 1990.

37 Transformation des produits marins, Christine Bélanger et J. Roland Chevrier, La Revue maritime L'Escale, 1990.

Concepts généraux

On dit qu'un produit est de qualité lorsqu'il satisfait non seulement aux exigences de fraîcheur, mais aussi à celles qui visent la taille, les techniques de transformation et les types de présentation. Le consommateur, de plus en plus sensibilisé aux normes de qualité, demande un produit qui respecte toutes ces exigences :

- a) Contrôle de la qualité de production
 - contrôle de la matière première;
 - contrôle des procédés de transformation;
 - contrôle des conditions sanitaires;
 - contrôle de l'hygiène du personnel;
- b) Contrôle du produit fini
- c) Contrôle de l'entreposage et de l'expédition

Dans toute entreprise, on devrait trouver une personne veillant à la gestion de la qualité qui s'occuperait non seulement d'exercer le contrôle mentionné ci-dessus, mais aussi de fournir l'assurance de la qualité du produit par l'apposition d'un sceau qui indiquerait la date de la mise en marché³⁸.

Tous sans exception considèrent la qualité du produit comme l'axe majeur de commercialisation des produits de la mer. Pour chacune des espèces, tant poissons et crustacés que mollusques, les répondants, dans l'ensemble, connaissent les bases d'un traitement de qualité. Les considérations étaient relatives à la rentabilité en vivier, à la couleur de la chair, à l'odeur et à la texture.

Vers un accroissement de la qualité

Déjà, les supermarchés battent la mesure en terme d'accroissement de la qualité. La formation y semble légèrement plus élevée qu'ailleurs dans le réseau de distribution. De façon générale, le niveau de formation dans la commercialisation est insuffisant. Un virage serait nécessaire rapidement, pour créer une offre de qualité accrue sur le marché de la consommation des produits de la mer.

Rappelons qu'une augmentation de la qualité d'un produit se traduit généralement par un accroissement de la consommation. Tous sauraient reconnaître un produit de moindre qualité par les signes de dépérissement, touchant la texture, le glaçage, l'emballage, le goût, la couleur, la fermeté et ce, tant pour les poissons que pour les crustacés et les mollusques.

38 Transformation des produits marins, Christine Bélanger et J.Roland Chevrier, La revue maritime de l'Escale, 1990.

5.8.6 Préparation

« Tous les produits marins peuvent être vendus à l'état frais mais, au Québec, la majorité des espèces pêchées subissent une série de transformations avant d'être commercialisées. Les blocs et les filets sont les principaux produits frais ou congelés obtenus après ces transformations. Une petite quantité est transformée en darnes.

« La préparation de darnes est assez simple, tandis que la transformation d'un poisson en filets exige beaucoup de soin. Elle comporte les étapes suivantes : le lavage, l'écaillage, le filetage, le dépiautage, le désossage, le parage, le mirage, le lavage, l'égouttage.

« Le nombre et la séquence des opérations peuvent varier légèrement suivant les espèces transformées. Cette série de transformations, aussi complexes les unes que les autres, doit être effectuée par un personnel bien entraîné. L'inexpérience pourrait occasionner des pertes importantes à l'industrie par un manque de rapidité, une coupe défectueuse, ou encore, par une trop grande quantité de chair laissée sur la partie rejetée³⁹. »

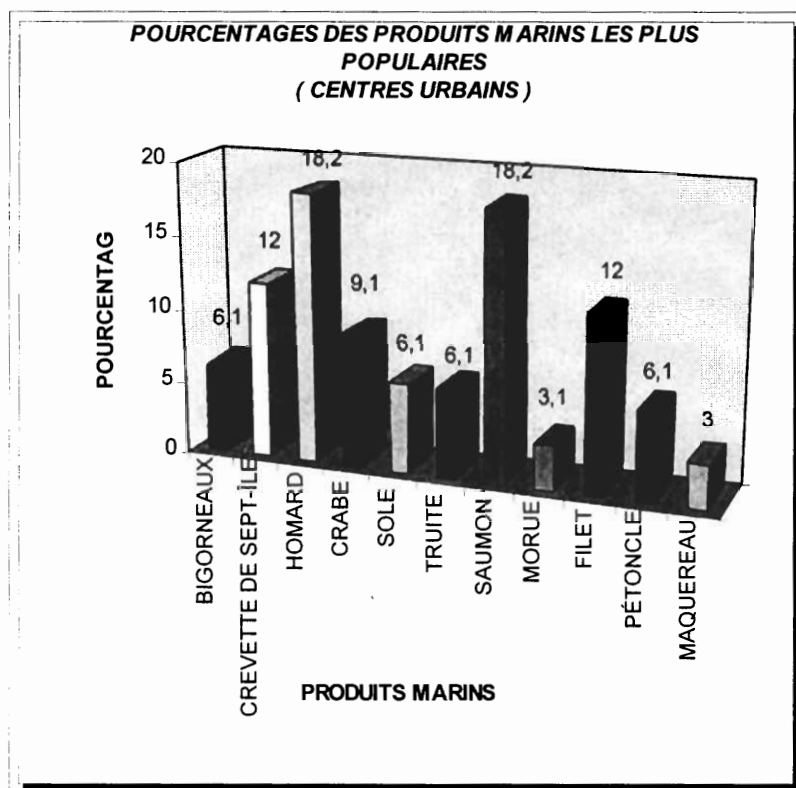
Nous avons constaté que les intervenants en commercialisation des produits de la pêche pratiquent leur métier avec une bonne connaissance des règles de l'art et que la majorité d'entre eux portent une attention particulière à toutes les étapes de préparation.

5.8.7 Espèces

Une trentaine d'espèces sont pêchées commercialement au Québec. Voici les plus populaires auprès des consommateurs des centres urbains : le homard (18,2 %), le saumon (18,2 %), le filet (morue, sole, etc.) (12 %), la crevette de Sept-Îles (12 %), le crabe (9,1 %), la truite (6,1 %), la sole (6,1 %), le pétoncle (6,1 %), le bigorneau (6,1 %), la morue (3,1 %) et le maquereau (3 %). Avec le développement et la promotion des espèces sous-exploitées, certaines d'entre elles sont appelées à occuper de plus en plus de place sur le marché.

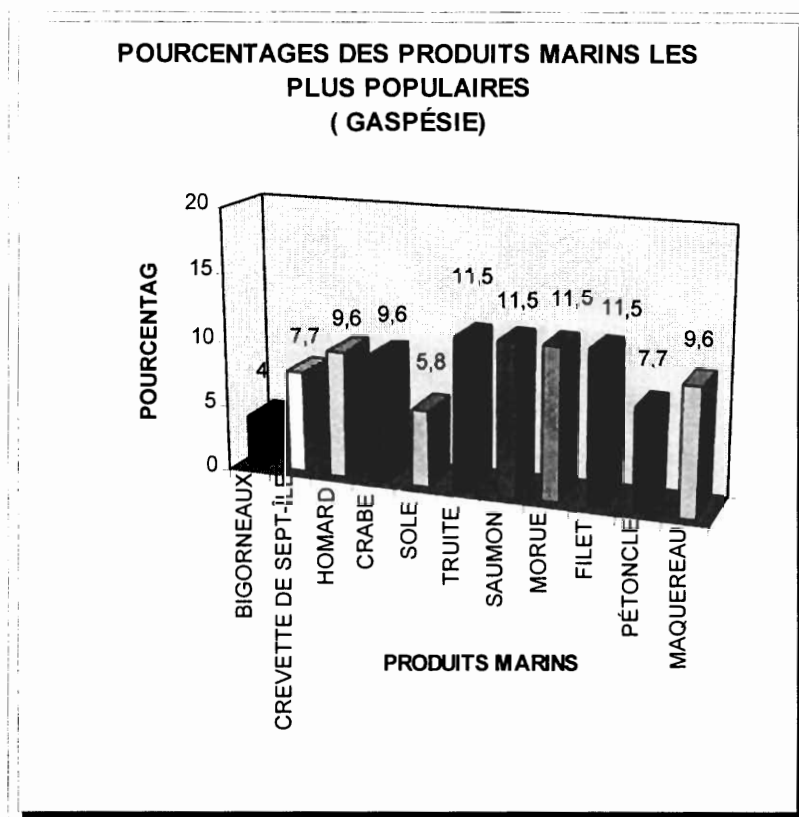
39 Transformation des produits marins, Christine Bélanger et J.Roland Chevrier, La Revue maritime L'Escale, 1990

FIGURE 18



En Gaspésie, les espèces les plus populaires auprès des consommateurs sont la truite (11,5 %), le saumon (11,5 %), la morue (11,5 %), le filet (11,5 %), le maquereau (9,6 %), le crabe (9,6 %), le homard (9,6 %), le pétoncle (7,7 %), la crevette de Sept-Îles (7,7 %), la sole (5,8 %) et le bigorneau (4 %).

FIGURE 19



Toutes les espèces les plus populaires sont assez bien connues dans leur ensemble par les poissonniers, les courtiers et les distributeurs-grossistes. Certains ont aussi une bonne connaissance des espèces exotiques, tel que demandé par leurs clients.

5.9 Grands constats

Formation du personnel

De façon générale, le niveau de formation varie d'une entreprise à une autre et est de toute évidence insuffisant. Il n'existe pas de législation obligeant les poissonniers, courtiers et distributeurs-grossistes des produits de la mer à suivre un minimum de formation dans des établissements de formation professionnelle afin d'obtenir une attestation confirmant leurs compétences.

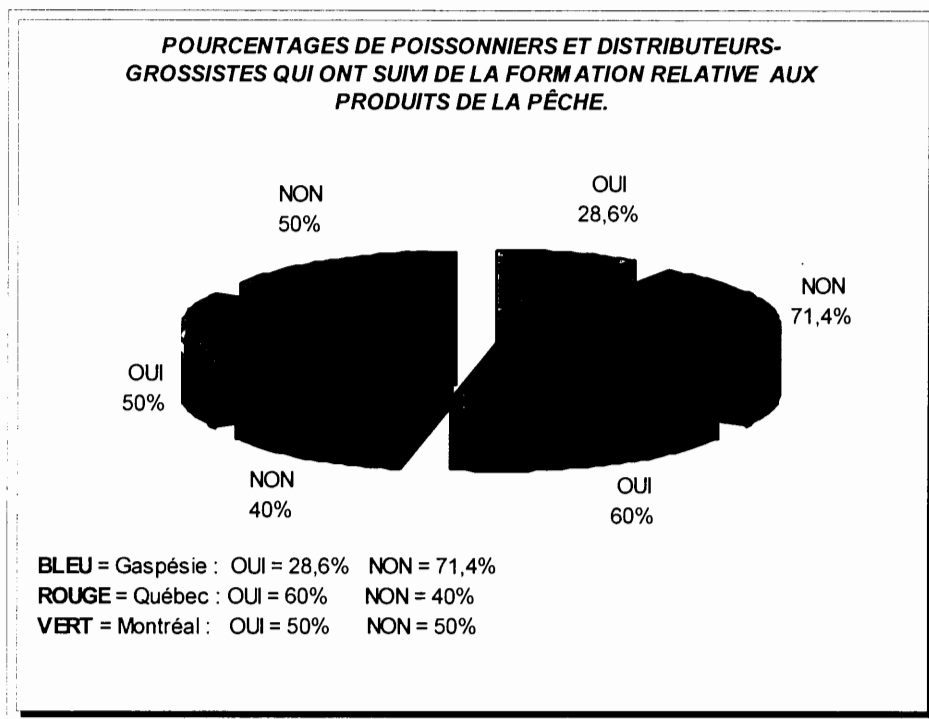
Dans les supermarchés, cependant, on encourage la formation des employés, mais la plupart du temps, ce sont les employés les plus expérimentés qui ont à

transmettre la matière aux nouveaux venus. Les conditions d'hygiène et de sécurité au travail y sont aussi les plus respectées. Pour leur part, d'excellents poissonniers pratiquant leur métier depuis longtemps affichent des carences sur le plan des connaissances pour gérer la présentation, la conservation et la commercialisation. Toutefois, avec les connaissances acquises au fil des ans, la réputation de qualité de certains poissonniers demeure indéniable aux yeux des consommateurs, surtout dans les halles d'alimentation où un effort plus marqué est fait en matière de service à la clientèle.

Vers l'harmonisation

Les poissonniers surtout, à l'instar des autres personnes du secteur, affirment qu'étant donné leur nombre d'années d'expérience, la méthode de chacun est la bonne. La formation, jointe à une réglementation stricte, apportera une harmonisation dans les procédures. Déjà, la concurrence impose une certaine régularisation du produit, même auprès des poissonniers se situant à un stade de gestion artisanale, mais plus encore dans les grandes chaînes.

FIGURE 20



Comme nous le constatons à la figure 20, au-delà de la moitié des gens dans le métier n'ont pas de formation spécifique et ceux qui ont été formés l'ont été par leur employeur.

En mettant en relation les besoins des industriels et les besoins en spécialisation, il est possible d'établir un portrait des facteurs pouvant éventuellement augmenter la qualité générale de l'offre dans ce secteur d'activité.

Il faudrait augmenter les compétences des employés dans les domaines suivants :

- l'informatique,
- la bureautique,
- l'hygiène,
- la salubrité,
- l'application de normes augmentant la constance de la qualité dans les diverses étapes de manipulation des denrées périssables.

Besoins en spécialisation

Les besoins en spécialisation touchent beaucoup la relève, mais encore plus la main-d'œuvre existante. Les industries, les supermarchés et les plus petits commerçants devraient voir dans le recyclage de leurs employés une voie de prospérité et de croissance.

La formation sur le tas est nettement insuffisants. Avec la mondialisation des marchés, l'augmentation des commerces de grande surface et la venue de mégadistributeurs, la formation continue est l'un des moyens de s'acheminer vers un rendement accru et une croissance de l'économie dans ce secteur.

Le faible taux de formation constitue un frein important à la mobilité vers des promotions éventuelles ou à l'intérieur de différentes activités du même secteur.

6 FORMATION ACTUELLE

6.1 Portrait de l'offre de formation

Promotion des programmes de formation : une nécessité!

Le Centre spécialisé des pêches de Grande-Rivière offre le programme sur la commercialisation et la vente des produits de la pêche. Ce programme prépare à l'emploi de directeur, directrice de service, poissonnier, poissonnière, courtier, courtière et distributeur, distributrice en produits de la mer. C'est sans contredit cet établissement qui fait figure de chef de file dans le secteur. Reconnu dans le réseau des écoles nationales, il favorise plus que tout autre établissement l'évolution et l'approfondissement des savoirs professionnels en commercialisation des produits de la pêche.

Besoins en spécialisation

Les besoins en spécialisation devront s'étendre à la connaissance des facteurs reliés à la productivité, à la mise en marché, à la gestion des inventaires, au contrôle des coûts, aux techniques de vente, au domaine de la santé et sécurité au travail, aux domaines des entretiens préventifs et du service à la clientèle, à la sensibilisation à la protection de l'environnement.

Formations offertes

Certains cégeps, tels Limoilou et Ahuntsic, offrent des orientations axées sur le commerce au détail de produits alimentaires.

Diverses autres possibilités existent, mais de façon beaucoup plus générale, à l'Institut national des viandes, spécialisé dans des programmes de gestion des comptoirs et à l'Institut de technologie agroalimentaire de Saint-Hyacinthe. Plus de dix établissements offrent un programme conduisant à l'obtention d'une attestation d'études collégiales portant sur le commerce au détail en alimentation. À l'ordre universitaire, la Faculté des sciences de l'agriculture et de l'alimentation de l'Université Laval offre des cours hors campus sur la commercialisation et la gestion de la distribution alimentaire.

6.2 Portrait de l'effectif étudiant

Vu le manque de précision dans la documentation existante, cette information n'est pas disponible. En outre, le Centre spécialisé des pêches de Grande-Rivière n'a pas dispensé le programme DEP - 5104 depuis huit ans.

6.3 Placement

Bien qu'aucune inscription n'ait été enregistrée au programme DEP 5104 - *Vente des produits de la pêche*, on peut présumer que les débouchés dans ce secteur d'activité auraient pu être intéressants, vu l'intention d'embauche des dirigeants d'entreprise rencontrés lors du sondage.

En ce qui concerne les poissonniers, l'offre générale des commerçants aurait pu connaître une augmentation et c'est le consommateur qui en aurait le plus bénéficié. Bien que la plupart des poissonniers existants aient une formation acquise sur le tas, l'introduction dans l'entreprise de nouvelles compétences, surtout provenant de personnes ayant suivi une formation technique, a toujours suscité l'intérêt des propriétaires-dirigeants quand la question a été abordée.

En ce qui a trait aux distributeurs-grossistes et aux grandes chaînes, la tradition veut que l'expérience apprise favorisât les promotions, à l'exemple d'un emballer qui, à la longue, parvenait à un poste ouvert dans l'entreprise. L'expérience technique était alors transférée par un employé plus expérimenté qui avait aussi appris d'une autre personne; un tel apprentissage permettait cependant de perpétuer aussi les erreurs.

L'embauche de personnel qualifié, notamment dans les entreprises de grandes surfaces, peut être un facteur important de rentabilité et de qualité du travail.

6.4 Poursuite des études

Le DEP – 5104 permet d'occuper des fonctions de poissonnier et de courtier principalement et, sauf dans une grande entreprise ou une entreprise familiale de distributeur-grossiste.

Une personne qui voudrait poursuivre ses études pourrait se diriger vers un DEC en alimentation et même, par la suite, vers un programme en consommation à l'Université Laval ou à McGill, par exemple.

6.5 Accessibilité à l'ordre d'enseignement universitaire

Établissements d'enseignement

« Plusieurs établissements d'enseignement ont développé des créneaux de formation propres au domaine bioalimentaire. La formation dans ce domaine est concentrée principalement dans les facultés des sciences de l'agriculture et de l'alimentation des Universités Laval et McGill ainsi que dans les Instituts de technologie agroalimentaire de La Pocatière et de Saint-Hyacinthe. Ces maisons d'enseignement offrent des programmes qui se différencient par leur finalité et

par la clientèle visée. Cependant, aucun de ces établissements n'offre des programmes orientés totalement vers la distribution de denrées bioalimentaires⁴⁰.

Nutrition et alimentation

« Ce domaine comprend deux programmes de premier cycle : Diététique et Nutrition.

La diététique est un champ d'études populaire. Le nombre de diplômés est croissant depuis 1988. En 1990, 130 baccalauréats étaient décernés dans trois universités : Laval, Montréal et McGill. Une grande partie de ces diplômés se dirigent vers les établissements parapublics (hôpital, CLSC....) ou dans les industries du domaine bioalimentaire.

Analyse de laboratoire, contrôle de la qualité

« Deux programmes seulement ont été classés dans ce domaine : Microbiologie et Génie chimique. La microbiologie alimentaire fait partie du programme Sciences et technologie des aliments. Le programme de chimie forme des spécialistes des analyses en laboratoire. Plusieurs types d'analyses sont d'ailleurs pratiquées en alimentation, que ce soit pour évaluer la valeur nutritionnelle des aliments ou pour détecter la présence d'éléments toxiques. Bon nombre de diplômés du baccalauréat se dirigent vers des études supérieures.

Transformation des aliments

« Le domaine de la transformation et de la préparation des aliments est celui qui comprend les programmes les plus spécifiques à l'industrie de la distribution des denrées bioalimentaires. Il existe deux programmes universitaires, l'un francophone, à Laval et l'autre, anglophone, à McGill. Ils poursuivent essentiellement la même finalité : former des scientifiques dans le domaine de l'alimentation. Au baccalauréat, il y avait une cinquantaine de diplômés en 1990. Il est important de souligner que cette formation ne conduit pas uniquement à des emplois dans le domaine de la transformation.

Consommation et distribution

« Il existe peu de programmes particuliers à cette catégorie. Les programmes de consommation et d'économie familiale sont les seuls programmes spécifiques. Uniquement offerts à l'Université Laval, ils visent à former des professionnels qui joueront un rôle de conseillers en consommation auprès d'individus ou de groupes, soit dans les organismes gouvernementaux, soit dans les associations de consommateurs. Ces professionnels peuvent travailler comme inspecteurs ; toutefois, ils sont pratiquement absents de l'industrie. Il n'existe en effet aucune formation spécifique à la profession d'inspecteur. Les rares inspecteurs sont recrutés parmi les diplômés des programmes présentés plus haut.

40 Problématique de la main-d'oeuvre et de la formation professionnelle dans l'industrie québécoise de la distribution bioalimentaire, Laliberté, Lancôt, Coopers & Lybrand, 1993.

« Pour préparer aux fonctions d'achat, de vente et de transport, l'industrie et les organismes publics doivent compter sur les programmes d'administration. Certains d'entre eux offrent des options en transport. Depuis 1989, il existe même un certificat en administration organisé spécifiquement pour les employés de Provigo; il est présenté hors campus par l'Université Laval.

« Les emplois de ce type ne sont pas nombreux dans le secteur de l'industrie, qui fait surtout appel au perfectionnement pour combler ses besoins. La mondialisation des marchés suscite des besoins de formation croissants dans les domaines de la gestion des industries, du marketing et du commerce international.

Perfectionnement

« D'autres établissements offrent de la formation sur mesure. L'Université Laval offre un certificat en sciences et technologie des aliments à Longueuil ainsi qu'une maîtrise. Ce dernier programme est offert en session intensive durant l'été à la demande d'Agriculture Canada.

« Le bureau de l'extension de la Faculté des sciences de l'agriculture et de l'alimentation offre également une formation continue créditable en commercialisation agroalimentaire développée en collaboration avec la Table de concertation agroalimentaire du centre du Québec et l'Association des technologistes agroalimentaires. Ce cours s'intitule Commercialisation des produits agroalimentaires 1 ; un autre cours est aussi disponible : Gestion de la distribution alimentaire. La faculté envisage de mettre en place un certificat en recherche et développement de marché⁴¹. »

6.6 Formation en entreprise

Moyens et lieux de formation

Les différents intervenants du secteur de la commercialisation consacrent peu de temps à la formation mais y accordent toutefois de l'importance. La formation est souvent dispensée par transfert de connaissances d'un employé à un autre.

41 **Problématique de la main-d'oeuvre et de la formation professionnelle dans l'industrie québécoise de la distribution des denrées bioalimentaires**, Laliberté, Lancôt, Coopers & Lybrand, 1993

TABLEAU 8

	CENTRES URBAINS		GASPÉSIE	
	Offre de la formation	N'offre pas de formation	Offre de la formation	N'offre pas de formation
MOYENS	81,8 %	18,2 %	71,4 %	28,6 %
Ateliers	----	----	----	----
Cours en entreprise	----	----	----	----
Cours hors entreprise	11,1 %	----	20 %	----
Formation par d'autres employés	88,9 %	----	80 %	----
Autres moyens	----	----	----	----

Lorsque les dirigeants incitent leurs employés à suivre des cours, le premier établissement évoqué est l'Institut national des viandes, qui offre des cours en collaboration avec la Commission de la formation professionnelle. Les poissonniers sont d'avis que ce cours permet d'acquérir un nombre de connaissances relativement intéressantes sur les produits de la mer. Toutefois, le cours ne traite d'aucun aspect de la mise en marché.

Perfectionnement

« Le perfectionnement correspond à l'ensemble des activités qui ne conduisent pas nécessairement à l'obtention d'un diplôme. Il est offert au personnel des entreprises. Ce perfectionnement peut être financé à l'aide de différents programmes administrés par la SQDM. Les maisons d'enseignement fournissent, alors, les ressources humaines et matérielles et voient à l'organisation des activités. Comme les besoins sont souvent ponctuels, les activités peuvent varier en nombre et en contenu et ce, selon les demandes des entreprises.

« En plus d'offrir une formation initiale dans le domaine de la boucherie, de la charcuterie et des services à la clientèle, l'Institut national des viandes offre de la

formation continue : Exploration en coupe canadienne, Coupe française, Initiation à la charcuterie artisanale et Poissonnerie⁴². »

6.7 *Grands constats*

Le programme offert par le Centre spécialisé des pêches, le DEP – 5104, une fois accessible en région urbaine, sera la meilleure formation possible mise à la disposition des intervenants de la commercialisation des produits de la pêche.

Le programme assurerait l'intégration à la vie professionnelle, axée de plus en plus sur les compétences des personnes. À moyen terme, Le Centre spécialisé des pêches participerait en milieu urbain à la reconnaissance de la spécialisation et de l'atteinte de hautes normes de qualité.

Le Centre spécialisé des pêches n'étant pas présent en milieu urbain, cela ne facilite pas la formation sur mesure d'un bon nombre de poissonniers, courtiers et distributeurs-grossistes démontrant de l'intérêt pour le perfectionnement. Sa présence en milieu urbain apporterait la formation nécessaire à l'avancement général des pratiques en commercialisation des produits de la pêche. L'augmentation de la consommation devrait s'en ressentir positivement.

Un effort considérable devra être fait par les établissements et les intervenants du secteur des pêches afin de valoriser la formation relativement à la commercialisation et à la vente des produits de la pêche.

Cette initiative aura des répercussions importantes sur toute l'industrie des pêches, tant sur l'industrie primaire que secondaire et tertiaire.

Pour sa part, le secteur quaternaire se doit de devenir la bougie d'allumage évaluant les besoins de la commercialisation des produits de la pêche afin d'apporter son appui aux intervenants.

Les gouvernements provincial et fédéral sont directement actifs dans leur rôle d'appui au secteur des pêches (MPO et MAPAQ), mais ils devraient porter une attention particulière à la commercialisation, élément essentiel à un marketing mix mieux équilibré.

42 Les produits de la mer à valeur ajoutée : conditions de mise en marché, Agriculture et Agro-alimentaire Canada, Technomar Canada et Stratem, inc. 1994

7 HARMONISATION

D'après notre regard sur l'état de situation du monde du travail, nous sommes en mesure de dire que le présent programme de formation, soit le DEP - 5104, même s'il date de douze ans, est très bien structuré et encore relativement à jour. Il est défini par compétences formulées au moyen d'objectifs et découpé par modules, et tient compte des besoins relatifs à la situation de travail, des finalités et des buts.

7.1 Concordance entre formation et fonctions de travail

Harmonisation marché du travail/formation

De façon générale, l'harmonisation entre les besoins en spécialisation et l'industrie se situe principalement sur le plan des coûts pour l'entreprise, du temps disponible et de la connaissance des programmes de formation offerts. Mais force est de constater que plusieurs travailleurs de l'industrie possèdent peu de compétences polyvalentes. La formation, faut-il le dire, ne convient pas à tous et s'applique difficilement dans certains cas, notamment ceux des travailleurs âgés et des propriétaires de commerce qui ont peu de temps à y consacrer.

DEP 5104 - Vente des produits de la pêche

Ce programme énonce et structure les connaissances minimales à acquérir pour obtenir un diplôme confirmant ses compétences en vente des produits de la pêche.

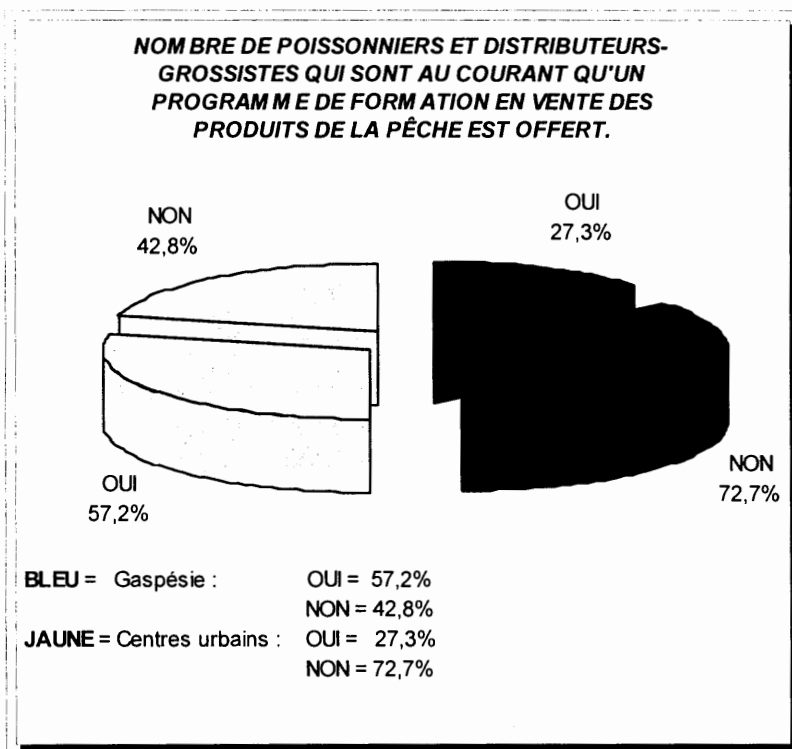
Relativement aux fonctions de travail décrites plus haut dans ce document, on peut dire que toutes les entreprises sondées respectent celles proposées dans la documentation relative à ce sujet. En terme de concordance avec les textes, tels que répertoriés dans le portrait de secteur, toutes les opérations de manutention sont respectées dans leur intégrité. Les règles de procédure sont en général prises en considération.

7.2 Écarts entre formation et fonctions de travail

Formation et besoins actuels

Selon les industriels, l'écart engendré par la concurrence devra, un jour ou l'autre, être comblé. Le départ, par exemple, d'employés expérimentés pour cause de retraite n'implique en rien que ces derniers seront remplacés par de jeunes diplômés connaissant les dernières technologies.

La majorité des gens interrogés ne connaissent pas le programme de formation spécifique offert.

FIGURE 21

L'écart apparaît quand on constate les compétences des poissonniers, d'autant plus qu'aucun cours n'a été dispensé depuis près de huit ans. Les retards accumulés en expérience ont créé un écart pratiquement insurmontable face à la concurrence américaine surtout. Considérant les importations de poissons exotiques et la multitude de produits de la mer, le champ de compétences et l'expérience doivent être importants pour exercer un métier de commercialisation et de vente des produits de la mer aujourd'hui.

Toutes les formations offertes, qu'elles soient d'ordre collégial ou universitaire, ne sont pas spécifiques à l'industrie de la pêche et en ce sens participent à conserver un écart relativement à la connaissance des produits de la pêche.

Seul le DEP - 5104 viendrait combler cet écart entre la formation et les fonctions de travail des métiers à l'étude.

7.3 Prospectives

7.3.1 Inscriptions réelles et potentielles

Inscriptions réelles

Tel que mentionné auparavant, aucune inscription n'a été enregistrée depuis 1990 au DEP 5104 - *Vente des produits de la pêche*, dispensé par le Centre spécialisé des pêches de Grande-Rivière.

Inscriptions potentielles

Avec une promotion préalable du DEP - 5104 auprès des intervenants du secteur,

considérant que ce secteur participe au maintien en emploi de 5 000 personnes environ⁴³,

considérant les difficultés de libérer des employés pour la formation et de faire participer à des formations extérieures les propriétaires-dirigeants,

on estime à moins de 1 p. 100 les inscriptions par année au programme DEP - 5104, c'est-à-dire de 30 à 40 personnes/année.

7.3.2 Modifications à apporter aux programmes

À la suite des commentaires reçus des personnes interrogées au sujet de l'efficacité et de la proximité des établissements offrant la formation, et de la rentabilité, il apparaît qu'on favoriserait un programme axé sur les techniques de vente des produits de la pêche.

À notre avis, les cours qui devraient être revus dans le programme DEP – 5104 sont les suivants :

- 244 - 321 : Sensibilisation à la formation et à la vie professionnelle
- 244 - 403 : Communication en milieu de travail
- 244 - 522 : Préparation à l'intégration au milieu de travail
- 244 - 534 : Stage dans une poissonnerie

D'autres cours viendraient se greffer au programme afin de l'ajuster aux demandes d'aujourd'hui. Ces cours devraient être davantage axés sur la vente au détail proprement dite, soit le service à la clientèle et le « merchandising ».

En remplacement du stage, nous proposons l'installation d'un laboratoire-école sous forme de poissonnerie. Comme les poissonniers sont plus nombreux et

43 La Filière des produits marins du Québec, Raymond Dupuis, édition revue et corrigée, 1997.

constituent le maillon final dans le réseau de distribution, la majorité des inscriptions proviendraient de ce secteur.

Finalement, nous croyons bon d'augmenter la proportion des cours reliés à la mise en marché, tant au niveau local qu'international.

L'ajustement des cours devra porter enfin sur les nouvelles tendances de la mise en marché, telles l'importation des espèces exotiques, l'aquiculture, l'approche-client et les habitudes de consommation.

7.3.3 Nouvelles tendances

En ce qui concerne l'importation des espèces exotiques, et ce, même pour les poissonniers d'expérience, beaucoup de particularités restent à découvrir, notamment en ce qui touche la conservation et la préparation de ces espèces.

Il faut aussi améliorer l'approche-client des ethnies présentes dans les milieux urbains et qui, culturellement consomment plus de poisson que les Québécois de souche. L'approche-client, c'est prouvé, détermine beaucoup le volume d'achat du consommateur aux points de vente. Le client québécois, a besoin d'être très bien conseillé, tant pour le choix que pour la préparation du poisson.

Si la tendance se maintient et qu'aucune action n'est faite pour promouvoir la consommation de poisson, celle-ci aura tendance à la diminuer, vu le vieillissement de la population et l'arrivée d'une nouvelle génération de consommateurs qui ne considèrent pas le poisson comme une denrée de premier choix dans leurs habitudes alimentaires.

8 MODÈLES DE PROGRAMME

Voici, selon nous, un modèle de programme qui pourrait dispensé :

TABLEAU 9

Vente des produits de la pêche

Premier semestre : 30 unités, 450 heures

<u>Numéro de cours</u>	<u>Titre de cours</u>	<u>Durée</u>	<u>Unités</u>
*244 -	Introduction à la mise en marché des produits de la mer	15	1
*244 - 332	Réception des produits de la pêche	30	2
*244 - 343	Préparation du poisson frais et congelé	45	3
244 - 352	Industrie québécoise de la pêche	30	2
*244 - 361	Salubrité et assainissement	15	1
244 - 371	Santé et sécurité au travail	15	1
244 - 385	Aspects alimentaires	75	5
*244 - 392	Entreposage et expédition	30	2
*244 -	Introduction au comportement du consommateur	45	3
244 - 411	Produits transformés	15	1
*244 - 424	Microbiologie et hygiène	60	4
244 - 432	Utilisation et entretien des équipements	30	2
*244 - 441	Réglementation gouvernementale et industrielle	15	1
244 - 452	Premiers soins	30	2

Deuxième semestre : 30 unités, 450 heures.

<u>Numéro de cours</u>	<u>Titre de cours</u>	<u>Durée</u>	<u>Unités</u>
244 - 464	Étalage des produits frais, congelés et transformés	60	4
244 - 474	Vente des produits	60	4
*244 - 483	Vérification de la qualité des produits de consommation	45	3
244 - 494	Opérations de gestion d'une entreprise	60	4
244 - 503	Espèces commercialisées au Québec	45	3
244 - 515	Préparation de plats cuisinés	75	5
244 - 522	Introduction au merchandising	30	2
244 - 534	Stage en poissonnerie-école	60	4
244 - 541	Conservation des espèces vivantes	15	1

* *Tronc commun*

8.1 Hors des régions maritimes

Le cours DEP – 5104 devra être offert principalement hors du Centre spécialisé des pêches, près de la clientèle-cible des milieux urbains. Une première expérience pourrait être tentée à Montréal, vu le nombre plus important de poissonniers et autres intervenants de la commercialisation du poisson dans cette région.

L'importance de la présence du Centre spécialisé des pêches, qui a un statut d'école nationale des pêches, dans un grand centre tel que Montréal, augmenterait la notoriété de la formation en pêche, et confirmerait surtout l'importance de cette compétence québécoise.

8.2 Conditions d'offre

Les conditions d'offre du programme devront tenir compte du fait que les élèves seront des personnes travaillant déjà dans le secteur. Des cours aux adultes, offerts le soir, avec possibilité d'apprentissage rapide les fins de semaine, pourraient être envisagés. Pour les propriétaires-dirigeants, la décision de libérer serait une solution rentable, mais on perçoit que les propriétaires aimeraient également suivre la formation afin de détenir la meilleure compétence au sein de leur entreprise. Les étudiants réguliers pourraient suivre le même horaire jusqu'à ce qu'un nombre précis d'élèves soit exigé pour la tenue des cours de jour.

Les cours du Centre spécialisé des pêches seraient offerts de façon autonome et pourraient aussi être dispensés en partenariat avec un ministère disposant déjà d'installations.

8.3 Constats

Le rayonnement et l'importance de la commercialisation des produits de la mer augmenteront par effet d'entraînement. Les intervenants en commercialisation se sentiraient mieux outillés, dans un monde de plus en plus concurrentiel, en ayant accès à une école nationale des pêches dans leur environnement.

9 RECOMMANDATIONS

9.1 Tendances qui orientent le développement des secteurs socio-économiques des métiers à l'étude

- Favoriser le développement du DEP – 5104, l'adapter aux travailleurs du milieu présents et futurs afin de les faire participer à l'essor de la commercialisation des produits de la pêche, élément moteur du secteur des pêches.
- Réviser le programme afin de favoriser une collaboration avec les ministères, dans un esprit de partenariat entre l'entreprise et les milieux de l'enseignement.
- Mettre en valeur, dans un centre urbain, le statut d'école nationale des pêches qu'a le Centre spécialisé des pêches, en offrant le DEP – 5104.
- Faire la promotion du DEP - 5104 afin de mieux faire connaître l'existence d'un programme spécialisé en commercialisation des produits de la mer.

9.2 Exigences des employeurs

- Adapter le cadre d'étude à chacune des fonctions de travail en particulier.

9.3 Cadre législatif et réglementaire

- Établir un cadre réglementaire entourant l'exercice du métier de poissonnier, poissonnière afin de définir une accréditation relative au métier.

9.4 Changements relatifs à l'évolution technologique et à l'organisation du travail

- Développer un cours adapté aux particularités des fonctions de travail à l'étude en réservant des modules spécifiques aux poissonniers, courtiers et distributeurs-grossistes, tout en conservant un tronc commun au programme et en tenant compte de l'apport des nouvelles technologies.

ANNEXE 1

Liste des entreprises interrogées

Annexe 1

Liste des entreprises interrogées

Les personnes et entreprises suivantes ont reçu des questionnaires d'enquête. Nous remercions celles qui nous les ont retournés dûment remplis et celles qui ont pris soin de communiquer directement avec nous.

Gaspésie

- | | |
|---------------------------------------|-------------------------|
| • *Poissonnerie à Lelièvre | Pabos |
| • *Lelièvre, Lelièvre et Lemoignan | Sainte-Thérèse-de-Gaspé |
| • *Poissonnerie Jean-Marie Bernatchez | Grande-Rivière |
| • *Produits marins Saint-Godefroi | Saint-Godefroi |
| • *Poissonnerie de la Baie | Bonaventure |
| • *Poissonnerie du Pêcheur | Bonaventure |
| • *Poissonnerie La Coquille | Caplan |
| • Poissonnerie Louis Poirier | Saint-Siméon |
| • Poisson salé Gaspésien ltée | Grande-Rivière |
| • Marché Blais | Pabos |
| • Poissonnerie Hugh Journeaux | Port-Daniel |
| • Les Pêcheries Marinard Ltée | Rivière-au-Renard |
| • Poissonnerie de la Gare | Carleton |
| • La Poissonnerie du Pêcheur inc. | Paspébiac |
| • Les Fruits de Mer Labillois enr. | Nouvelle |

Québec

- | | |
|--------------------------------------|---------------|
| • *Poissonnerie Jean-Pierre enr. | Québec |
| • *Poissonnerie Quai-Bec inc. | Vanier |
| • *Poissonnerie la Belle Marée | Beauport |
| • *Pêcherie Atlantique du Québec | Beauport |
| • *Cuisine Malimousse inc. | Cap-Rouge |
| • Le Groupe Mer Québec Viandex inc. | Québec |
| • Aliments Prolimer inc. | Vanier |
| • Poissonnerie Unimer inc. | Ste-Foy |
| • Déli-viandes du Village enr. | Cap-Rouge |
| • Poissonnerie Gingras | Saint-Nicolas |
| • Poissonnerie Place de la Cité | Ste-Foy |
| • Poissonnerie du Madelinot inc. | Sillery |
| • Poissonnerie Saint-Louis-de-France | Ste-Foy |
| • Poissonnerie Internationale inc. | Ste-Foy |

Québec (suite)

- | | |
|--|------------|
| • Blouin Orléans Poissons et Fruits de Mer | Beauport |
| • Bertrand (D) et Fils inc. | Charny |
| • Poissonnerie S.B.L. ltée | Québec |
| • Les Pêcheries E. Turbide inc. | Ste-Foy |
| • Produits alimentaires L.M. inc. | St-Romuald |
| • Les Distributions Océanic inc. | St-Nicolas |

Montréal

- | | |
|--|----------------|
| • *Poissonnerie Marcoux inc. | Anjou |
| • *Culimer inc. | St-Léonard |
| • *Aliments de qualité H.J.S. | Montréal |
| • *Pêcheries Noref Québec inc. | Montréal |
| • *Aliments Clouston Canada ltée | Lachine |
| • *Le Chalut-Coquilles St-Jacques inc. | Lasalle |
| • *Poissonnerie Laval ltée | Laval |
| • *Pêcheries Marinard ltée | Montréal |
| • *Maxi-Versailles | Montréal |
| • Poissonnerie Sherbrooke | Montréal |
| • Poissonnerie de la Mer | Montréal |
| • Les Fruits de Mer René Marchand inc. | St-Lambert |
| • Pêcherie Atlantique du Québec | Montréal |
| • Poissonnerie la Mer | Montréal |
| • Compagnie nationale d'importation de hareng ltée | Montréal |
| • Compagnie nationale des produits de la mer | St-Léonard |
| • Poissonnerie Jean Talon ltée | Montréal |
| • Poissonnerie Odessa | Montréal |
| • Poissonnerie St-Miguel | Montréal |
| • Marché Transatlantique inc. | Montréal |
| • Provigo - rue Masson | Montréal |
| • Provigo - rue Ste-Catherine O. | Montréal |
| • Provigo - rue Sherbrooke O. | Montréal |
| • Métro Pie IX-Talon | St-Léonard |
| • IGA Alimentation Hochelaga inc. | Montréal |
| • IGA Marché Langelier | Montréal |
| • IGA Marché Louise Ménard | Île-des-Soeurs |
| • IGA rue Pie IX | Montréal |
| • Marché de poissons St-Laurent | Montréal |
| • Poissonnerie La Dorade Rose inc. | Montréal |
| • Poissonnerie La Sirène de la Mer | Mont-Royal |
| • Poissonnerie l'Homme de la mer | Montréal |
| • La Cité compagnie de poissons inc. | Montréal |
| • Fruits de mer United | St-Léonard |

Montréal (suite)

• Poissonnerie CasaBlanca	Montréal
• Fruits de Mer DT	Montréal
• Moderne ltée	Montréal
• Poissonnerie Bari Hee	St-Laurent
• Casablanca	Montréal
• GI Océan inc.	Montréal
• Provigo- rue Salaberry	Montréal
• Provigo - rue St-Laurent	Montréal
• Provigo - rue Langelier	Montréal
• Maxi- Boul. des Galeries d'Anjou	Anjou
• Maxi- Chemin de la Côte-des-Neiges	Montréal
• Maxi - rue Viau	Montréal
• Maxi et cie – Boul. Papineau	Montréal
• Métro Super Marché Mont-Royal	Montréal
• IGA Alimentation Lecavalier et Boiteau inc.	Montréal
• Tataris Canada inc.	Montréal
• La poissonnerie moderne inc,	Montréal
• Fruits de mer Blue Water	Lachine
• Fruits de mer Starboard inc.	St-Laurent
• Provigo (succursale)	Montréal
• Poissonnerie Les Quatre Mers	Montréal
• Homard des Îles	Montréal
• La cage à homard	Montréal
• Le roi de la mer	Montréal
• Provigo - rue Mont-Royal	Montréal
• Provigo - Maisonneuve/Sherbrooke	Montréal
• Provigo Henri Bourassa	Montréal
• Maxi - rue Champlain	Lasalle
• Sau-mom inc.	Laval

*Entreprises ayant répondu .

ANNEXE 2

Liste des personnes interrogées

Annexe 2

Liste des personnes interrogées

ACQOMER : Michèle Daigneault

AQIP : Jean-Paul Gagné, directeur, Québec

CONSEILLER EN PÊCHES : Sylvain Lafrance

MAPAQ , spécialiste en commercialisation : France Nicole

MAPAQ, Gaspé : Paul Carrier (bibliothèque)

MAPAQ : Michel Hugues, Direction des marchés

PRICE WATERHOUSE, Nathalie Gauthier

M.P.O. Ottawa : Guy Michaud

ANNEXE 3

Questionnaire (propriétaires)

QUESTIONNAIRE

**PROPRIÉTAIRE / POISSONNIER,
PROPRIÉTAIRE / DISTRIBUTEUR-GROSSISTE
ET
PROPRIÉTAIRE / COURTIER**

**ÉTUDE PRÉLIMINAIRE
CENTRE SPÉCIALISÉ DES PÊCHES**

**préparé par
IMPACT COMMUNICATIONS MARKETING**

JUIN 1998

QUESTIONNAIRE

NOM ET ADRESSE DE L'ENTREPRISE :

Rue _____ Code postal _____

Ville _____ Province _____

Téléphone _____ Télécopieur _____

Nom et fonction de la personne-ressource _____

NOTES

CARACTÉRISTIQUES DE L'ENTREPRISE

1. Quel est le nombre d'employés dans votre entreprise ?

2. Pour chacun des titres d'emplois listés ci-dessous, précisez le nombre d'employés ainsi que le nombre d'années au sein de votre entreprise :

Titre d'emploi	Nombre	Employé(s) permanent(s)	Employé(s) temporaire(s)	Nombre d'années au sein de votre entreprise
Poissonnier	_____	_____	_____	_____
Courtier	_____	_____	_____	_____
Distributeur	_____	_____	_____	_____
grossiste	_____	_____	_____	_____
Commis	_____	_____	_____	_____
vendeur	_____	_____	_____	_____
Préparateur	_____	_____	_____	_____
Fileteur	_____	_____	_____	_____
Trancheur	_____	_____	_____	_____
Vendeur	_____	_____	_____	_____
Administrateur	_____	_____	_____	_____
Livreur	_____	_____	_____	_____
Autres :	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____

3. Quel est votre type d'entreprise ?

Commerce de gros ()
Commerce de détail ()
Commerce de gros et de détail ()

4. Quelle est la nature de votre entreprise ?

Précisez la proportion

100 % 75 % 50 % 25 %

Vente	_____	_____	_____	_____
1 ^{re} transformation	_____	_____	_____	_____
2 ^e transformation	_____	_____	_____	_____
3 ^e transformation	_____	_____	_____	_____
Autres : _____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____

5. Avez-vous un contact direct avec le consommateur ?

OUI () NON ()

6. Quels métiers relatifs à la commercialisation et à la mise en marché des produits marins exercez-vous ?

Poissonnier	()
Courtier	()
Distributeur-grossiste	()

7. Quel est le chiffre d'affaires de votre entreprise ?

. Moins de 50 000 \$:	_____
. 50 000 \$ à 100 000 \$:	_____
. 100 000 \$ à 200 000 \$:	_____
. 200 000 \$ à 500 000 \$:	_____
. 500 000 \$ à 1 000 000 \$:	_____
. 1 000 000 \$ et plus :	_____

Cette question s'adresse aux propriétaires / poissonniers .

Distributeur/grossiste, passer à la question 9

Courtier, passer à la question 10

8. Parmi vos principales tâches :

Achetez-vous de la marchandise pour la revente dans un commerce de détail ?

OUI () NON ()

Examinez-vous les besoins du commerce et déterminez-vous la quantité et le type de marchandises à acheter ?

OUI () NON ()

Étudiez-vous :

. les analyses de marché ?	OUI ()	NON ()
. les revues pertinentes ?	OUI ()	NON ()
. les catalogues publicitaires ?	OUI ()	NON ()

Visitez-vous les expositions ?

OUI () NON ()

Suite de la question 8

Participez-vous à des dégustations ?

OUI () NON ()

Choisissez-vous la marchandise qui répond le mieux aux exigences du commerce ?

OUI () NON ()

Rencontrez-vous les fournisseurs ?

OUI () NON ()

Négociez-vous les prix, les escomptes, les modalités de crédit ?

OUI () NON ()

Négociez-vous le transport des marchandises ?

OUI () NON ()

Organisez-vous la distribution des marchandises aux points de vente ?

OUI () NON ()

Maintenez-vous des stocks adéquats ?

OUI () NON ()

Établissez-vous et maintenez-vous des contacts avec vos fournisseurs ?

OUI () NON ()

Surveillez-vous le travail des autres acheteurs des commerces de détail ?

OUI () NON ()

Propriétaire/poissonnier, passer à la question 11.

Cette question s'adresse aux propriétaires / distributeurs-grossistes.

9. Parmi vos principales tâches :

Surveillez-vous et coordonnez-vous les activités du personnel de la vente et des caissiers ?

OUI () NON ()

Autorisez-vous les paiements par chèque et le retour des marchandises ?

OUI () NON ()

Assignez-vous les tâches et établissez-vous les horaires de travail ?

OUI () NON ()

Vendez-vous de la marchandise aux clients ?

OUI () NON ()

Résolvez-vous les problèmes reliés aux plaintes des clients et aux pénuries de marchandise ?

OUI () NON ()

Tenez-vous un inventaire adéquat et commandez-vous les marchandises ?

OUI () NON ()

Préparez-vous des rapports sur les chiffres de vente, les techniques marchandes et les problèmes reliés au personnel ?

OUI () NON ()

Distributeur/grossiste passez à la question 12.

Cette question s'adresse aux courtiers.

10. Parmi vos principales tâches :

Établissez-vous les documents de dédouanement ?

OUI () NON ()

Dédouanez-vous les marchandises et les acheminez-vous à destination, au nom des clients importateurs et exportateurs ?

OUI () NON ()

Signez-vous les documents de dédouanement au nom des clients en utilisant une procuration ?

OUI () NON ()

Assurez-vous le règlement des droits d'entrée, l'entreposage, le transport des marchandises importées, et les acquits-à-caution pour les marchandises imposables ?

OUI () NON ()

Avisiez-vous les clients quant aux restrictions sur les importations et exportations, les tarifs douaniers, les lettres de crédit, les assurances et toute autre exigence reliée au douanes ?

OUI () NON ()

Représentez-vous, s'il y a lieu, les clients devant les tribunaux administratifs ou dans les négociations avec d'autres officiels gouvernementaux ?

OUI () NON ()

Achetez-vous et vendez-vous des navires, des yachts, des locaux à marchandise dans les cales de navire, pour les clients ?

OUI () NON ()

Consultez-vous des publications commerciales afin de souligner aux clients les locaux disponibles dans les cales de navire, le lieu et l'heure du départ, la destination et le tarif ?

OUI () NON ()

Négociez-vous les conditions et les tarifs et rédigez-vous les contrats et d'autres documents ?

OUI () NON ()

Prenez-vous les dispositions nécessaires pour contracter les assurances pour les cargos ou les navires et pour obtenir les permis ?

OUI () NON ()

Courtiers, passer à la question 13

Question s'adressant aux propriétaires / poissonniers.

11. Précisez (s'il y a lieu) d'autres tâches que vous devez accomplir :
(exemple : la préparation du comptoir, l'embauche du personnel, la désinfection de la chambre froide)

Question s'adressant aux distributeurs-grossistes.

12. Précisez (s'il y a lieu) d'autres tâches que vous devez accomplir :

Question s'adressant aux courtiers.

13. Précisez (s'il y a lieu) d'autres tâches que vous devez accomplir :

14. Considérez-vous la somme de vos tâches trop importante ?

15. Est-ce que vous jugez que la connaissance du traitement des différentes espèces est essentielle à l'exercice de votre métier ?

Poissonnier	OUI	()	NON	()
Courtier	OUI	()	NON	()
Distributeur-grossiste	OUI	()	NON	()

16. Seriez-vous en mesure de faire face à un accroissement rapide de vos ventes ?

Poissonnier	OUI	()	NON	()
Courtier	OUI	()	NON	()
Distributeur-grossiste	OUI	()	NON	()

17. Considérez-vous votre entreprise :

à un stade de gestion artisanale	()
axée sur les nouvelles technologies	()

18. Combien de temps êtes-vous en exploitation par année ?

12 mois	()
6 mois	()
Moins de 6 mois	()

19. Quels types de produits marins vendez-vous ?

Poissons de fond (précisez) _____

Pélagiques (précisez) : _____

Crustacés (précisez) : _____

Mollusques (précisez) : _____

20. Sous quelles formes vendez-vous les produits marins cités à la question précédente ?

Surgelés	()	Lesquels ?	_____

Congelés	()	Lesquels ?	_____

Frais	()	Lesquels ?	_____

Fumés	()	Lesquels ?	_____

Salés	()	Lesquels ?	_____

Marinés	()	Lesquels ?	_____

En conserve	()	Lesquels ?	_____

Mets cuisinés	()	Lesquels ?	_____

Autres :			_____

21. Parmi les produits marins que vous vendez, quels sont les plus populaires ?

Poissonniers, passer à la question 23.

22. Est-ce que votre entreprise :

exporte ses produits ? OUI () NON ()

Si oui, lesquels ? _____

importe ses produits ? OUI () NON ()

Si oui, lesquels ? _____

23. Croyez-vous que votre clientèle est en mesure de reconnaître un produit de très grande qualité ?

OUI () NON ()

24. Votre principale clientèle est-elle rurale ou urbaine ?

Rurale ()

Urbaine ()

25. Au besoin, recherchez-vous l'aide ou l'expertise externe ?

OUI () NON ()

Si oui, de qui s'agit-il et pour répondre à quels besoins ?

26. Le principal marché desservi par votre entreprise est-il local ?

OUI () NON ()

Poissonniers, passer à la question 28.

27. Prenez-vous vos décisions majeures en consultant :

vos poissonniers ? ()

vos courtiers ? ()

vos distributeurs-grossistes ? ()

28. Par rapport à vos principaux concurrents, votre entreprise offre-t-elle une qualité appropriée des produits de la pêche ?

OUI () NON ()

29. Quels principaux facteurs différencient vos produits ?

30. Depuis les derniers mois, combien d'accidents de travail avez-vous enregistrés et de quelle nature étaient-ils ?

31. Votre entreprise ressent-elle l'influence de la concurrence ?

OUI () NON ()

Si oui, cela vous incite-t-il à suivre de la formation ?

OUI () NON ()

Laquelle ? _____

EMBAUCHE ET MAIN-D'ŒUVRE

32. Éprouvez-vous des difficultés à embaucher des personnes qualifiées pour les titres d'emplois mentionnés à la question 2 ?

33. Comment recrutez-vous actuellement vos employés ?

34. Indiquez les critères d'embauche de votre entreprise en regard des titres d'emplois mentionnés ci-dessous.

(type de diplôme et discipline, nombre d'années d'expérience et autres)

Titre d'emploi	Type de diplôme et discipline	Nombre d'années d'expérience	Autres critères d'embauche
Poissonnier	_____	_____	_____
	_____	_____	_____
Commis-vendeur	_____	_____	_____
	_____	_____	_____
Préparateur	_____	_____	_____
	_____	_____	_____
Fileteur	_____	_____	_____
Trancheur	_____	_____	_____
Vendeur	_____	_____	_____
Administrateur	_____	_____	_____
Livreur	_____	_____	_____
Autres : _____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____

35 Au cours de la prochaine année, combien prévoyez-vous engager de personnes reliées aux titres d'emploi mentionnés à la question précédente ?

36 Au cours des trois prochaines années, combien prévoyez-vous engager de personnes reliées aux titres d'emploi mentionnés à la question 34 ?

37. Selon le métier que vous occupez, quel est votre horaire de travail ?

Poissonnier	Travail de jour	(8 h à 16 h)	_____
	Travail de soir	(16 h à 24 h)	_____
	Travail de nuit	(24 h à 8 h)	_____

Nombre d'heures par semaine : _____

Courtier	Travail de jour	(8 h à 16 h)	_____
	Travail de soir	(16 h à 24 h)	_____
	Travail de nuit	(24 h à 8 h)	_____

Nombre d'heures par semaine : _____

Distributeur-grossiste	Travail de jour	(8 h à 16 h)	_____
	Travail de soir	(16 h à 24 h)	_____
	Travail de nuit	(24 h à 8 h)	_____

Nombre d'heures par semaine : _____

38 Selon le métier que vous occupez, quel est votre salaire moyen ?

Poissonnier	_____
Courtier	_____
Distributeur-grossiste	_____

Vos employés bénéficient-ils d'avantages sociaux ?

OUI () NON ()

Si oui, lesquels : _____

39. Indiquez le nombre d'hommes et de femmes que vous employez parmi les titres d'emploi mentionnés ci-dessous ainsi que leur moyenne d'âge.

Titres d'emploi	Nombre de femmes	Nombre d'hommes	Moyenne d'âge/ femmes	Moyenne d'âge/ hommes
Poissonnier	_____	_____	_____	_____
Commis-vendeur	_____	_____	_____	_____
Préparateur	_____	_____	_____	_____
Fileteur	_____	_____	_____	_____
Trancheur	_____	_____	_____	_____
Vendeur	_____	_____	_____	_____
Administrateur	_____	_____	_____	_____
Livreur	_____	_____	_____	_____
Autres : _____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____

40. Vos employés sont-ils syndiqués ?

OUI () NON ()

Si oui, de quel syndicat font-ils partie ou à quelle centrale syndicale sont-ils affiliés ?

41. Est-ce que vous discutez avec vos employés pour connaître leurs besoins et leur niveau de satisfaction ?

OUI () NON ()

42. Si un employé s'absente, avez-vous de la difficulté à le remplacer à l'interne ?

OUI () NON ()

FORMATION

43. Votre entreprise offre-t-elle présentement de la formation à ses employés :

OUI () NON ()

Si oui, sur quels aspects la formation porte-t-elle ?

Précisez qui suit de la formation parmi les titres d'emploi mentionnés à la question 2.

Quels moyens utilisez-vous pour offrir cette formation ?

Par d'autres employés plus expérimentés	_____
(formation sur le tas)	
Par atelier avec consultant externe	_____
Formation scolaire	_____
Autres moyens (précisez)	_____

44. Avez-vous déjà suivi une formation d'entreprise ?

OUI () NON ()

Si oui, il y a combien de temps ?

- 45 Compte tenu des différents cours et moyens d'aide offerts actuellement, seriez-vous intéressé à suivre de la formation dans les domaines suivants, selon vos besoins et vos difficultés ?

(Cette question s'adresse aux poissonniers, courtiers, distributeurs-grossistes)

La vente et la gestion :	_____
L'exportation :	_____
La gestion des stocks :	_____
La réglementation :	_____
Le service à la clientèle :	_____
Autres :	_____

- 46 À quels autres postes ou emplois pouvez-vous accéder dans le secteur des ventes des produits de la pêche et après combien d'années d'expérience ?

	Autres postes ou emplois	Nombre d'années d'expérience
Poissonniers	_____	_____
Courtiers	_____	_____
Distributeurs-grossistes	_____	_____

47. Avez-vous des suggestions ou commentaires quant aux types de formation requis pour les titres d'emplois mentionnés ci-dessous ?

Poissonnier	_____
Courtier	_____
Distributeur grossiste	_____
Commis- vendeur	_____
Préparateur	_____
Fileteur	_____
Trancheur	_____
Vendeur	_____
Administrateur	_____
Livreur	_____
Autres :	_____

48. Connaissez-vous les programmes de formation professionnelle et technique présentement offerts dans le domaine de la commercialisation et la mise en marché des produits de la pêche ?

Programmes de formation professionnelle :

Préparation des produits de la pêche (DEP) OUI () NON ()

Vente des produits de la pêche (DEP) OUI () NON ()

Programme de formation technique :

Transformation des produits de la mer (DEC) OUI () NON ()

Ces cours sont offerts au Centre spécialisé des pêches de Grande-Rivière en Gaspésie; connaissez-vous ce centre ?

OUI () NON ()

Si oui, comment le connaissez-vous ?

49. Accorderiez-vous un privilège en matière d'embauche à une personne qui aurait suivi une formation en vente des produits de la pêche (DEP 5104) ?

OUI () NON ()

Si oui, pourquoi ?

50. Pour vous, l'augmentation de la rentabilité de votre entreprise dépend-elle des compétences acquises en formation ?

OUI () NON ()

51. Quelles sont les difficultés que vous éprouvez dans vos tâches de travail ?

Comme poissonnier :

Comme courtier :

Comme distributeur-grossiste :

52. Avez-vous l'impression que les journées ne sont pas assez longues pour accomplir toutes vos tâches ?

Poissonnier	OUI	()	NON	()
Courtier	OUI	()	NON	()
Distributeur-grossiste	OUI	()	NON	()

PROSPECTIVES

53. Votre entreprise a-t-elle investi dernièrement ou compte-t-elle investir prochainement dans de nouvelles technologies ?

OUI () NON ()

Si oui, quelles ont été ou quelles seront ces acquisitions ?

54. Prévoyez-vous que de nouveaux équipements ou technologies entraîneront des changements quant aux tâches et à la qualification des métiers relatifs à la commercialisation et à la mise en marché des produits de la pêche ?

OUI () NON ()

Si oui, quelle sera la nature de ces changements.

Poissonniers

Changements quant aux tâches (précisez) ?

Changements quant à la qualification (précisez).

Courtiers

Changements quant aux tâches (précisez) ?

Changements quant à la qualification (précisez) ?

Distributeurs-grossistes

Changements quant aux tâches (précisez) ?

Changements quant à la qualification (précisez) ?

55. Est-ce que votre entreprise possède l'infrastructure technologique pour conserver sa position concurrentielle ?

OUI () NON ()

56. Désirez-vous exploiter de nouveaux marchés ?

OUI () NON ()

57. Au cours des trois dernières années, est-ce que vos ventes ont connu une vague de croissance ?

OUI () NON ()

58. Vos outils de travail peuvent-ils influencer la qualité des produits vendus selon les espèces ?

OUI () NON ()

59. Selon chacune des espèces, comment reconnaissez-vous un produit de moindre qualité ?

Poissons de fond : _____

Pélagiques : _____

Crustacés : _____

Mollusques : _____

60. Pour assurer une fraîcheur maximale, connaissez- la durée de vie (combien de jours) des produits marins frais que vous vendez ?

Poissons de fond : _____

Pélagiques : _____

Crustacés : _____

Mollusques : _____

Courtiers et distributeurs/grossistes, passer à la question 68.

61. Quelles méthodes de nettoyage et d'assainissement devez-vous appliquer pour empêcher la prolifération des bactéries ?

62. Quels règlements à l'interne appliquez-vous en matière d'hygiène ? (envers les employés)

63. À quel moment de la semaine le comptoir est-il désinfecté ?

64. Quelle est la périodicité du lavage et de la désinfection de la chambre froide ?

65. Quelle technique employez-vous pour présenter les produits marins à vos consommateurs dans le comptoir ou sur l'étal ?

Par famille _____
Par couleur _____
En vrac, en ligne, en rosace _____
En dégradé _____

66. Combien de fois par semaine renouvelez-vous la glace du comptoir ?

67. Quelle technique employez-vous pour entreposer chaque soir vos produits marins ?

68. À quelle température doit-on conserver

le poissons frais ? _____
les mollusques frais ? _____
les crustacés ? _____
les produits congelés ? _____

69. Donnez-vous des conseils sur la conservation du poisson frais, des produits marins congelés ?

OUI () NON ()

Si oui, lesquels ?

Poissons frais _____

Produits congelés _____

Courtiers et distributeurs/grossistes, passer à la question suivante

70. Comment conseillez-vous vos clients ?

Recette, cuisson _____
Fiche technique _____
Autres : _____

71. Comment se traduisent vos actions promotionnelles ?

Publicité sur le lieu de vente _____

Affiche _____

Campagne publicitaire _____

Autres : _____

72. Comment réagissez-vous quand un client vous rapporte un produit marin qu'il considère de mauvaise qualité ?

MERCI DE VOTRE COLLABORATION !

ANNEXE 4

Questionnaire (employés)

QUESTIONNAIRE

**EMPLOYÉ / POISSONNIER
ET
EMPLOYÉ / COURTIER**

ÉTUDE PRÉLIMINAIRE

CENTRE SPÉCIALISÉ DES PÊCHES

préparé par

IMPACT COMMUNICATIONS MARKETING

JUIN 1998

QUESTIONNAIRE

NOM ET ADRESSE DE L'ENTREPRISE :

Rue _____ Code postal _____

Ville _____ Province _____

Téléphone _____ Télécopieur _____

Nom et fonction de la personne-ressource _____

NOTES

CARACTÉRISTIQUE DE L'ENTREPRISE

1. Combien d'employés travaillent avec vous dans l'entreprise ?

Employé(s) ()

2. Quels métiers relatifs à la commercialisation et à la mise en marché des produits marins exercez-vous ?

Poissonnier ()

Courtier ()

Si vous êtes courtier, passer à la question 5 .***Poissonnier***

3. Parmi vos principales tâches :

Accueillez-vous les clients et discutez-vous des caractéristiques, de la qualité et de la quantité des marchandises à acheter ?

OUI () NON ()

Renseignez-vous les clients sur l'utilisation et l'entretien du produits ?

OUI () NON ()

Indiquez-vous les prix, établissez-vous les modalités de crédit et d'échange ?

OUI () NON ()

Préparez-vous les marchandises à vendre ?

OUI () NON ()

Préparez-vous les contrats de vente et acceptez-vous les paiements en espèces, par chèque, carte de crédit ou débit automatique ?

OUI () NON ()

Aidez-vous à l'étalage des marchandises ?

OUI () NON ()

Tenez-vous à jour les registres des ventes pour l'inventaire ?

OUI () NON ()

4. Précisez (s'il y a lieu) d'autres tâches que vous devez accomplir :

Courtier

5. Parmi vos principales tâches :

Établissez-vous les documents de dédouanement ?

OUI () NON ()

Dédouanez-vous les marchandises et les acheminez-vous à destination, au nom des clients importateurs et exportateurs ?

OUI () NON ()

Signez-vous les documents de dédouanement au nom des clients en utilisant une procuration ?

OUI () NON ()

Assurez-vous le règlement des droits d'entrée, l'entreposage, le transport des marchandises importées, et les acquits-à-caution pour les marchandises imposables ?

OUI () NON ()

Avisiez-vous les clients quant aux restrictions sur les importations et exportations, les tarifs douaniers, les lettres de crédit, les assurances et toute autre exigence reliée aux douanes ?

OUI () NON ()

Représentez-vous, s'il y a lieu, les clients devant les tribunaux administratifs ou dans les négociations avec d'autres officiels gouvernementaux ?

OUI () NON ()

Achetez-vous et revendez-vous des navires, des yachts, des locaux à marchandise dans les cales de navire, pour les clients ?

OUI () NON ()

Consultez-vous des publications commerciales afin de souligner aux clients les locaux disponibles dans les cales de navire, le lieu et l'heure du départ, la destination et le tarif ?

OUI () NON ()

Négociez-vous les conditions et les tarifs et rédigez-vous les contrats et d'autres documents ?

OUI () NON ()

Prenez-vous les dispositions nécessaires pour contracter des assurances pour les cargos ou navires et pour obtenir les permis ?

OUI () NON ()

Précisez (s'il y a lieu) d'autres tâches que vous devez accomplir.

6. Seriez-vous en mesure de faire face à un accroissement rapide des ventes ?

OUI () NON ()

7. Considérez-vous l'entreprise :

à un stade de gestion artisanale ? ()

axée sur les nouvelles technologies ? ()

8. À quelle période de l'année êtes-vous actif ?

12 mois ()

6 mois ()

Moins de 6 mois ()

9. Quels types de produits marins vendez-vous ?

Poissons de fond (précisez) : _____

Pélagiques (précisez) _____

Crustacés (précisez) : _____

Mollusques (précisez) _____

10. Sous quelles formes vendez-vous les produits marins cités à la question précédente ?

Surgelés () Lesquels ? _____

Congelés () Lesquels ? _____

Frais () Lesquels ? _____

Fumés () Lesquels ? _____

Salés () Lesquels ? _____

Marinés () Lesquels ? _____

En conserve () Lesquels _____

Mets cuisinés () Lesquels ? _____

Autres _____

11. Parmi les produits marins que vous vendez, quels sont les plus populaires ?

12. Est-ce que l'entreprise :
exporte ses produits ? OUI () NON ()
Si oui, lesquels ? _____

- importe ses produits ? OUI () NON ()
Si oui, lesquels ? _____

13. Croyez-vous que votre clientèle est en mesure de reconnaître un produit de très grande qualité ?
OUI () NON ()
14. Votre principale clientèle est-elle rurale ou urbaine ?
Rurale ()
Urbaine ()
15. Par rapport à vos principaux concurrents, l'entreprise offre-t-elle une qualité appropriée des produits de la pêche ?
OUI () NON ()
16. Le principal marché desservi par votre entreprise est-il local ?
OUI () NON ()
17. Quels principaux facteurs différencient vos produits ?

EMBAUCHE ET MAIN-D'ŒUVRE

18. Quels sont les horaires de travail habituels d'un :
- poissonnier ? Travail de jour (8 h à 16 h) _____
Travail de soir (16 h à 24 h) _____
Travail de nuit (24 h à 8 h) _____
Nombre d'heures par semaine : _____
- courtier ? Travail de jour (8 h à 16 h) _____
Travail de soir (16 h à 24 h) _____
Travail de nuit (24 h à 8 h) _____
Nombre d'heures par semaine : _____

19. Quel est le salaire moyen d'un :

poissonnier ? _____

courtier ? _____

20. Indiquez le nombre d'hommes et de femmes que vous côtoyez parmi les titres d'emplois mentionnés ci-dessous ainsi que leur moyenne d'âge.

Titre d'emploi	Nombre de femmes	Nombre d'hommes	Moyenne d'âge/ femmes	Moyenne d'âge/ hommes
Poissonnier	_____	_____	_____	_____
Commis-vendeur	_____	_____	_____	_____
Préparateur	_____	_____	_____	_____
Fileteur	_____	_____	_____	_____
Trancheur	_____	_____	_____	_____
Vendeur	_____	_____	_____	_____
Administrateur	_____	_____	_____	_____
Livreur	_____	_____	_____	_____
Autres : _____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____

21. Au sein de l'entreprise, les poissonniers et les courtiers sont-ils syndiqués ?

Poissonnier(s) OUI () NON ()

Courtier(s) OUI () NON ()

Si oui, de quel syndicat font-ils partie ou à quelle centrale syndicale sont-ils affiliés ?

22. Selon le métier que vous occupez, quel est votre horaire de travail ?

Poissonnier Travail de jour (8 h à 16 h) _____
Travail de soir (16 h à 24 h) _____
Travail de nuit (24 h à 8 h) _____

Nombre d'heures par semaine : _____

Courtier Travail de jour (8 h à 16 h) _____
Travail de soir (16 h à 24 h) _____
Travail de nuit (24 h à 8 h) _____

Nombre d'heures par semaine : _____

23. Selon le métier que vous occupez, quel est votre salaire moyen ?

Poissonnier _____

Courtier _____

Est-ce que vous bénéficiez d'avantages sociaux ?

OUI () NON ()

Si oui, lesquels ? _____

FORMATION

24. L'entreprise offre-t-elle présentement de la formation aux :

poissonniers OUI () NON ()

Si oui, sur quels aspects la formation porte-t-elle ?

courtiers OUI () NON ()

Si oui, sur quels aspects la formation porte-t-elle ?

Par quels moyens cette formation est-elle offerte ?

Par d'autres employés plus expérimentés (formation sur le tas) _____

Par atelier avec consultant externe _____

Formation scolaire _____

Autres moyens (précisez) _____

25. Compte tenu des différents cours et moyens d'aide disponibles actuellement, seriez-vous intéressé à suivre de la formation dans les domaines suivants, selon vos besoins et vos difficultés ?

(Cette question s'adresse aux poissonniers, courtiers, distributeurs-grossistes)

La vente et la gestion : _____

L'exportation : _____

La gestion des stocks : _____

La réglementation : _____

Le service à la clientèle : _____

Autres : _____

26. À quels autres postes ou emplois pouvez-vous accéder dans l'entreprise et après combien d'années d'expérience ?

	Autres postes ou emplois	Nombre d'années d'expérience
Poissonniers	_____	_____
Courtiers	_____	_____

27. Avez-vous des suggestions ou commentaires quant aux types de formation requis pour les poissonniers, courtiers ?

Poissonniers : _____

Courtiers : _____

28. Connaissez-vous les programmes de formation professionnelle et technique présentement offerts dans le domaine de la commercialisation et la mise en marché des produits de la pêche ?

Programmes de formation professionnelle :

. Préparation des produits de la pêche (DEP) OUI () NON ()
 . Vente des produits de la pêche (DEP) OUI () NON ()

Programme de formation technique :

. Transformation des produits de la mer (DEC) OUI () NON ()

Ces cours sont offerts au Centre spécialisé des pêches de Grande-Rivière en Gaspésie;
 connaissez-vous ce centre ?

OUI () NON ()

Si oui, comment le connaissez-vous ?

29. Accorderiez-vous de l'importance à suivre une formation en vente des produits de la pêche (DEP 5104) ?

OUI () NON ()

Si oui, pourquoi ?

30. L'augmentation de la rentabilité de l'entreprise dépend-elle des compétences acquises en formation

par les poissonniers ? OUI () NON ()

par les courtiers ? OUI () NON ()

31. Avez-vous l'impression que les journées ne sont pas assez longues pour accomplir toutes vos tâches ?

Poissonnier OUI () NON ()

Courtier OUI () NON ()

PROSPECTIVES

32. L'entreprise a-t-elle investi dernièrement ou compte-t-elle investir prochainement dans de nouvelles technologies ?

OUI () NON ()

Si oui, quelles ont été ou quelles seront ces acquisitions ?

33. Prévoyez-vous que de nouveaux équipements ou technologies entraîneront des changements quant aux tâches et à la qualification des métiers relatifs à la commercialisation et à la mise en marché des produits de la pêche ?

OUI () NON ()

Si oui, quelle sera la nature de ces changements ?

Poissonniers

Changements quant aux tâches (précisez).

Changements quant à la qualification (précisez).

Courtiers

Changements quant aux tâches (précisez).

Changements quant à la qualification (précisez).

34 Est-ce que l'entreprise possède l'infrastructure technologique pour conserver sa position concurrentielle ?

OUI () NON ()

35. Au cours des trois dernières années, est-ce que les ventes du service ont connu une vague de croissance ?

OUI () NON ()

36. Vos outils de travail peuvent-ils influencer la qualité des produits vendus selon les espèces ?

OUI () NON ()

37. Selon chacune des espèces, comment reconnaîtriez-vous un produit de moindre qualité ?

Poissons de fond : _____

Pélagiques : _____

Crustacés : _____

Mollusques : _____

38. Pour assurer une fraîcheur maximale, connaissez-vous la durée de vie (combien de jours) des produits marins frais que vous vendez ?

Poissons de fond : _____

Pélagiques : _____

Crustacés : _____

Mollusques : _____

Courtiers, passer à la question 46

39. Quelles méthodes de nettoyage et d'assainissement devez-vous appliquer pour empêcher la prolifération des bactéries ?

40. Quels règlements à l'interne appliquez-vous en matière d'hygiène ? (envers les employés)

41. À quel moment de la semaine le comptoir est-il désinfecté ?

42. Quelle est la périodicité du lavage et de la désinfection de la chambre froide ?

43. Quelle technique employez-vous pour présenter les produits marins à vos consommateurs dans le comptoir ou sur l'étal ?

Par famille _____
Par couleur _____
En vrac, en ligne, en rosace _____
En dégradé _____

44. Combien de fois par semaine renouvelez-vous la glace du comptoir ?

45. Quelle technique employez-vous pour entreposer chaque soir vos produits marins ?

46. À quelle température doit-on conserver

le poissons frais ? _____
les mollusques frais ? _____
les crustacés ? _____
les produits congelés ? _____

47. Donnez-vous des conseils sur la conservation du poisson frais, des produits marins congelés ?

OUI () NON ()

Si oui, lesquels ?

Poissons frais _____

Produits congelés _____

48. Comment conseillez-vous vos clients ?

Recette, cuisson _____
Fiche technique _____
Autres : _____

49. Comment se traduisent vos actions promotionnelles ?

Publicité sur le lieu de vente _____
Affiche _____
Campagne publicitaire _____
Autres : _____

50. Comment réagissez-vous quand un client vous rapporte un produit marin qu'il considère de mauvaise qualité ?

51. Comment pouvez-vous déceler le taux de satisfaction de votre clientèle ?

Les questions suivantes s'adressent seulement aux courtiers

Vos connaissances techniques sur les produits marins vous permettent-elles de maximiser les qualités de vos transactions ?

OUI () NON ()

52. Avez-vous accès à un poste de courtier à la suite d'une formation scolaire ?

OUI () NON ()

53. Vos connaissances en vente et en mise en marché des produits de la mer sont-elles plus axées sur le produit ou sur le marketing ?

Le produit ()

Le marketing ()

MERCI DE VOTRE COLLABORATION !

ANNEXE 5

Liste des ouvrages consultés

LISTE DES OUVRAGES CONSULTÉS

AGRICULTURE ET AGRO-ALIMENTAIRE Canada. *Les produits de la mer à valeur ajoutée : conditions de mise en marché*, décembre 1994, 94 p.

BÉLANGER, Christine et CHEVIER, J. Roland. *Transformation des produits marins*, La revue maritime l'Escale, 1990, 278 p.

CENTRE SPÉCIALISÉ DES PÊCHES DE GRANDE-RIVIÈRE. *Annuaire*, 36 p.

COMITÉ SUR L'APPROVISIONNEMENT DES USINES DE TRANSFORMATION DES PRODUITS MARINS. *Rapport final sur l'amélioration de l'approvisionnement des usines de transformation des produits marins*, janvier 1993, 30 p.

DANEAU, Marcel. *Les pêches maritimes au Québec*, Les Presses de l'Université Laval, 1991, 214 p.

GEOMAR INTERNATIONAL. *Développement et commercialisation des espèces sous-exploitées et des ressources extérieures des produits de la pêche au Québec : historique, analyse de la situation et profil stratégique : Phase II*, 1991.

GROUPE DE TRAVAIL SUR L'APPROVISIONNEMENT EXTÉRIEUR AUX USINES. *Rapport synthèse des activités, Approvisionnement extérieur aux usines*, avril 1996, 14 p.

GROUPE DE TRAVAIL SUR L'INFORMATION EN COMMERCIALISATION. *Info-pêches, Information commerciale sur les produits de la pêche au Québec*, avril 1996.

LAFRANCE, Sylvain. *Portrait du sous-secteur de formation « Pêches »*, Direction générale de la formation professionnelle et technique, ministère de l'Éducation du Québec, mars 1998, 164 p.

MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE, DES PÊCHERIES ET DE L'ALIMENTATION DU QUÉBEC. *Forum sur les pêches maritimes, Gaspé 1995*, février 1995, 97 p.

MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE, DES PÊCHERIES ET DE L'ALIMENTATION DU QUÉBEC. *Le diagnostic des pêches maritimes au Québec*, décembre 1994, 23 p.

MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE, DES PÊCHERIES ET DE L'ALIMENTATION DU QUÉBEC. *Pêches et aquiculture commerciales, orientations 1991-1995*, 38 p.

MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE, DES PÊCHERIES ET DE L'ALIMENTATION DU QUÉBEC. Colloque sur les pêches et l'aquiculture, 1997.

MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE, DES PÊCHERIES ET DE L'ALIMENTATION DU QUÉBEC. *Problématique de la main-d'œuvre et de la formation professionnelle dans l'industrie québécoise de la distribution des denrées bioalimentaires*, juillet 1993, 139 p.

MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE, DES PÊCHERIES ET DE L'ALIMENTATION DU QUÉBEC. *Consultation sur la commercialisation des produits de la pêche et de l'aquiculture commerciale*, 1993.

MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE, DES PÊCHERIES ET DE L'ALIMENTATION DU QUÉBEC. Colloque « Le marketing pour faire sa place » : colloque régional agro-alimentaire et produits marins, 1989, 49 p.

MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE, DES PÊCHERIES ET DE L'ALIMENTATION DU QUÉBEC. *Séminaire sur le poisson frais du Québec : Édifice des pêches maritimes*, mars 1988.

MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE, DES PÊCHERIES ET DE L'ALIMENTATION DU QUÉBEC. *Réseau de commercialisation des viandes au Québec : document de consultation*, 1987.

MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE, DES PÊCHERIES ET DE L'ALIMENTATION DU QUÉBEC. *Pour une industrie des pêches et de l'aquiculture forte et en croissance*, 1997.

MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE, DES PÊCHERIES ET DE L'ALIMENTATION DU QUÉBEC et ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE L'INDUSTRIE DE LA PÊCHE. *Répertoire des produits de la pêche*, 35 p.

MINISTÈRE INDUSTRIE COMMERCE SCIENCE ET TECHNOLOGIE CANADA. *Étude de la commercialisation du poisson frais et des crustacés du Québec pour le ministère de l'Industrie et du Commerce du Québec : volume 1, Rapport final*, 1973.

MINISTÈRE INDUSTRIE COMMERCE SCIENCE ET TECHNOLOGIE CANADA. *Situation des produits marins sur les marchés de détail et institutionnel de Montréal et Toronto*, juin 1991, 73 p.

MINISTÈRE PÊCHES ET OCÉANS CANADA. *État actuel de l'industrie des pêches du Québec*, mai 1995, 44 p.

MINISTÈRE PÊCHES ET OCÉANS CANADA. *La filière des produits marins du Québec*, Raymond Dupuis économiste, 1997.

MINISTÈRE PÊCHES ET OCÉANS CANADA. *Changement de cap : les pêches de l'avenir*, novembre 1993, 221 p.

MINISTÈRE PÊCHES ET OCÉANS CANADA. *État actuel de l'industrie des pêches du Québec*, mars 1994, 27 p.

MINISTÈRE PÊCHES ET OCÉANS CANADA. *La filière des produits marins du Québec*, 1994.

MINISTÈRE PÊCHES ET OCÉANS CANADA. *Étude de faisabilité sur la commercialisation de la viande de phoques*, 1991.

MINISTÈRE PÊCHES ET OCÉANS CANADA. *L'industrie des pêches maritimes du Québec- description statistique*, 1985, 184 p.

MINISTÈRE PÊCHES ET OCÉANS CANADA. *La commercialisation du homard du Canada*, 1983, 74 p.

MINISTÈRE PÊCHES ET OCÉANS CANADA. *Le homard du Québec : vue d'ensemble des marchés*, 1989, 69 p.

MINISTÈRE PÊCHES ET OCÉANS CANADA. *Étude de marché pour la commercialisation du tarama : rapport final*, 1989, 42 p.

MINISTÈRE PÊCHES ET OCÉANS CANADA. *Étude de faisabilité financière sur la production et la commercialisation de nouveaux mets préparés à base de produits marins*, 1988.

MINISTÈRE PÊCHES ET OCÉANS CANADA. *Étude de commercialisation de la viande de phoque*, 1991.

MINISTÈRE PÊCHES ET OCÉANS CANADA. *Essais de commercialisation des moules*, 1993.

MINISTÈRE PÊCHES ET OCÉANS CANADA. *Projet de commercialisation des ailes de raie sur le marché nord-américain*, 1993

MINISTÈRE PÊCHES ET OCÉANS CANADA. *Étude de marché pour la commercialisation de la pizza, des pâtes et de la casserole de fruits de mer*, 1989, 107 p.

MINISTÈRE PÊCHES ET OCÉANS CANADA. *Étude de marché pour la commercialisation pour le tarama pour Charcuterie de la mer inc.*, 1989, 46 p.

MINISTÈRE PÊCHES ET OCÉANS CANADA. *Conclusion de l'étude sur l'optimisation de l'utilisation des espèces de poissons de fond, espèces de mollusques et crustacés et espèces pélagiques*, 1984.

MURPHY, Jane. *Belgique : marché-témoin au cœur de l'Union européenne pour le marché du poisson et des fruits de mer*, juin 1997.

NADEAU, André G. *Étude de faisabilité de l'implantation d'une entité de commercialisation des produits marins du Québec- volume 1- Rapport*, 1986, 15 p.

ROCHE LTÉE, GROUPE-CONSEIL. *Constitution d'un consortium de commercialisation des produits marins du Québec, étude de viabilité*, 1988, 123 p.

TERRIAULT, Manon, pour MINISTÈRE PÊCHES ET OCÉANS CANADA. *Analyse économique et commerciale du homard au Québec*, 1988.

