

Plan stratégique



AVANT-PROPOS



ÉTAT DE SITUATION



VISION DE L'INDUSTRIE DE LA POMME



CIBLES STRATÉGIQUES DE DÉVELOPPEMENT



ANNEXE



STRATÉGIES D'ACTION POUR LE DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE DE LA POMME

[Retour à l'écran Table filière Pomme](#)



Secrétaire coordonnatrice : Julie Labrecque

Courriel : Julie.Labrecque@agr.gouv.qc.ca

Responsable : Guy Bélanger

Courriel : Guy.Belanger@agr.gouv.qc.ca

Webmestre : Serge Picard

Mise à jour le 24 juillet, 2001

© [Gouvernement du Québec- 2000](#)



AVANT-PROPOS

AVANT-PROPOS

Depuis 1992, année des premières rencontres des intervenants de l'industrie pomicole, la mission de la Filière Pomme a été de favoriser la croissance et la compétitivité de l'industrie pomicole sur les plans de la production et de la commercialisation en tenant compte des besoins des consommateurs et consommatrices sur les marchés intérieurs et les marchés d'exportation.

Cette mission s'est toujours réalisée par le biais d'actions ponctuelles dont les résultats ont influencé le développement à long terme de l'industrie, que l'on pense aux mécanismes de contrôle de qualité, aux campagnes promotionnelles, etc. En 1998, pour encadrer leurs actions, les membres de la Filière Pomme, lors d'une réflexion stratégique, ont décidé de dégager des orientations et des stratégies d'action et de mettre l'accent sur le développement de l'ensemble de l'industrie. Ces engagements se traduisent aujourd'hui sous forme d'un plan stratégique de l'industrie de la pomme.

Dans les pages qui suivent, vous trouverez le contenu de ce plan stratégique présenté et adopté à l'unanimité le 18 février 1999, à Longueuil, par les partenaires dont la liste est donnée à l'annexe 1.

Toutefois, il est important de souligner que les cibles stratégiques touchent l'ensemble de l'industrie pomicole (frais et transformation), à l'exception, toutefois, de celle portant sur la mise en marché qui se consacre uniquement, dans un premier temps, à la pomme fraîche.

[Retour à l'écran Plan Stratégique](#)



Secrétaire coordonnatrice : Julie
Labrecque
Courriel : Julie.Labrecque@agr.gouv.qc.ca
[ca](#)
Responsable : Guy Bélanger
Courriel : Guy.Belanger@agr.gouv.qc.ca
Webmestre : Serge Picard
Mise à jour le 24 juillet, 2001



ÉTAT DE SITUATION



LE MARCHÉ



LA COMMERCIALISATION



LA TRANSFORMATION



LA PRODUCTION

ÉTAT DE SITUATION

1 LE MARCHÉ

1.1 La consommation

Les changements, à différents niveaux, qui caractérisent actuellement les habitudes de consommation des Québécois ont une incidence directe sur la consommation de fruits frais et de fruits transformés.

Les données de Statistique Canada sur la consommation apparente de fruits affichent une tendance à la hausse. Ainsi, entre 1986 et 1996, le Québec a enregistré une augmentation de la consommation apparente annuelle de fruits frais par personne de 13,8 % et une hausse de 32,7 % pour les jus de fruits. On remarque, toutefois, une baisse de 7,4 % pour les fruits en conserve (tableau 1). Cependant, toujours selon Statistique Canada et contrairement aux autres fruits, la consommation apparente de la pomme fraîche affiche, pour la même période, une hausse de 9,3 %, une baisse de 37,5 % pour la pomme en conserve, et baisse aussi de 31,7 % pour le jus de pomme.

À la lumière du tableau 1, l'on constate que seule la banane affiche une hausse de la consommation de 2,4 %, grâce en partie à son prix et à sa valeur nutritive reconnue. D'autres fruits traditionnels (pomme, orange et raisin) connaissent une baisse significative de leur consommation. Toutefois, l'augmentation de la consommation totale des fruits frais s'explique en partie par une hausse notable de la consommation de certains fruits, tels que le melon (hausse de 70 %), le citron (hausse de 34 %) et la fraise (hausse de 30 %). D'autres fruits, pour lesquels nous ne possédons pas de chiffres, tels que le kiwi et la clémentine, jouent également un rôle de plus en plus important dans l'augmentation de la consommation totale des fruits frais. Leur présence toujours grandissante sur les tablettes des marchés d'alimentation et dans les fruiteries confirme qu'ils sont appréciés par les consommateurs.

Sans être alarmiste, notons que la pomme locale est en concurrence avec les variétés de pommes étrangères, dont le nombre de nouvelles variétés est toujours grandissant. L'engouement pour des variétés importées telles que la Granny Smith, la Gala ou encore la Braeburn ne se dément pas lorsqu'on remarque l'espace tablette des supermarchés (50%) réservé à l'ensemble des variétés de

pommes importées présentes au Québec à longueur d'année. Cette rivalité se joue également avec de nombreux fruits frais dont l'entrée au Québec est facilitée par la mondialisation du commerce. En effet, les Québécois, pour qui les valeurs organoleptiques et le goût de la diversification ne cessent d'augmenter, ont accru de manière évidente leur consommation de fruits exotiques, maintenant disponibles à des prix à la portée de la majorité des consommateurs. Que l'on pense à l'engouement pour les clémentines pendant la période des Fêtes, au kiwi présent en tout temps, au melon et à bien d'autres fruits que l'on retrouve toute l'année sur les tablettes de nos marchés d'alimentation.

Même si la pomme nature demeure un fruit très populaire au Québec, elle a cependant cédé, ces dernières années, le premier rang à la banane, un compétiteur de la première heure. Mentionnons qu'en 1986 la consommation en pommes fraîches au Québec représentait 18,8 % de la consommation totale en fruits, tandis qu'en 1996 la consommation de la pomme n'était plus que de 15,5 %.

Tableau 1
Consommation apparente des fruits au Québec, par personne (1)

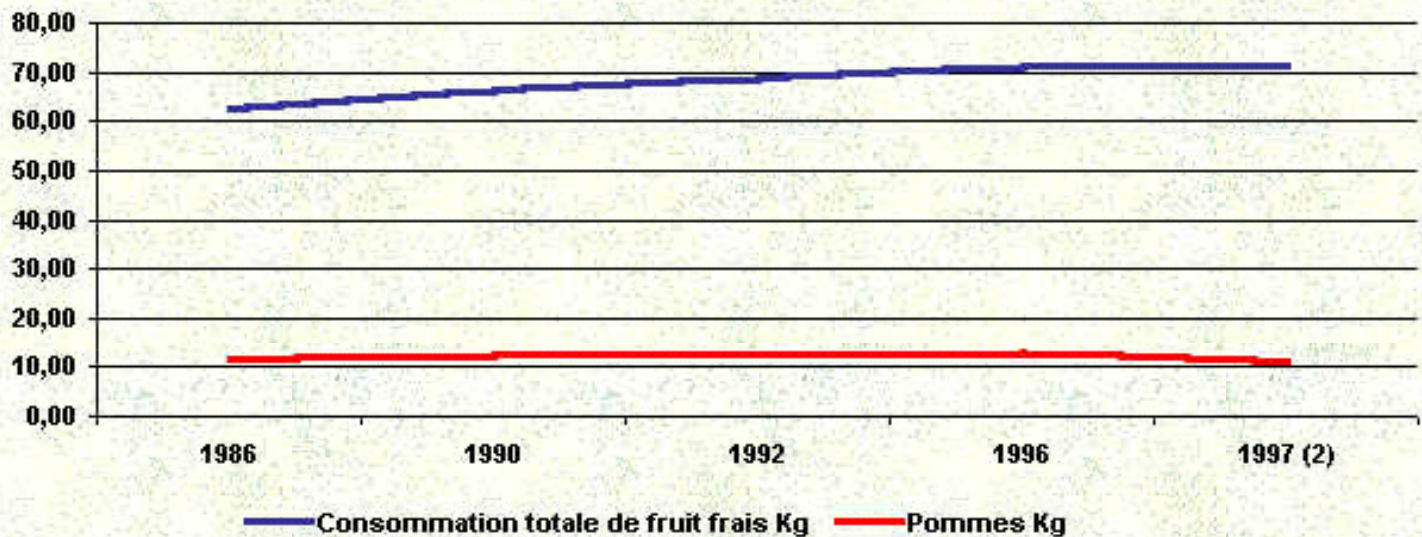
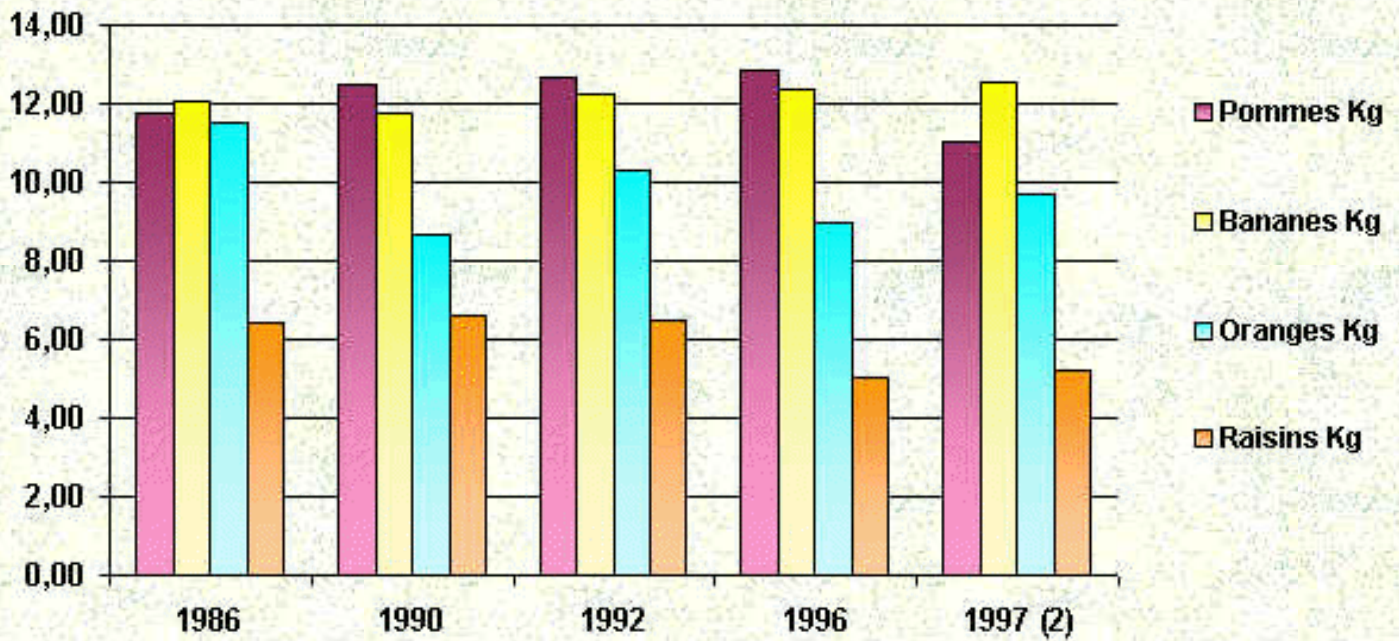
		1986	1990	1992	1996	1997 (2)	Variation 1996/1986
Consommation totale de fruits frais	kg	62,61	66,23	69,04	71,23	71,32	13,76 %
Pommes	kg	11,76	12,49	12,66	12,86	11,03	9,35 %
Bananes	kg	12,09	11,78	12,23	12,38	12,53	2,39 %
Oranges	kg	11,51	8,65	10,31	9,00	9,70	-21,81 %
Raisins	kg	6,45	6,60	6,51	5,01	5,23	-22,33 %
Consommation totale de conserve de fruits	kg	4,59	4,39	5,04	4,25	3,26	-7,41 %
Pommes	kg	0,08	0,05	0,05	0,05	0,07	-37,50 %
Consommation totale de jus de fruits	l	25,72	21,29	31,04	34,14	35,45	32,74 %
Jus de pommes	l	6,19	4,87	6,00	4,23	4,14	-31,67 %

Sources : Statistique Canada.

MAPAQ, Direction de l'analyse et de l'information économiques.

(1) L'ajout d'un facteur goût, modifiant les chiffres de Statistique Canada a été nécessaire afin de bien cerner les tendances et les différences de la province en ce qui regarde la consommation de fruits.

(2) Données préliminaires



1.2 Niveau d'autosuffisance

Entre 1988 et 1996, le niveau d'autosuffisance en pommes fraîches au Québec est resté relativement stable à 53 %. La variation annuelle du taux d'autosuffisance est attribuable principalement à la fluctuation du volume récolté au Québec qui est lui-même influencé par plusieurs facteurs climatiques: que l'on pense au gel hivernal de 1994.

1.3 Les exportations

De l'année récolte 1995-1996 à 1997-1998, la valeur des exportations (pommes qui ont transité au Québec) en ce qui touche le frais est passée de 5,1 millions \$ en 1995-1996 à 4,5 millions \$ en 1997-1998, soit une baisse de 11,7 %. Toutefois, on enregistre une baisse plus significative sur le plan canadien (-32,7 %). La diminution du volume des exportations au Québec est tout aussi importante avec une baisse de 13,6 %, comparativement à 24,8 % au Canada (tableau 3).

Toutefois, la participation de l'industrie québécoise de la pomme sur les marchés canadiens d'exportation tend à augmenter légèrement. En 1995-1996, la valeur des exportations québécoises de pommes fraîches (5,1 millions \$) comptait pour 7,8 % de la valeur des exportations canadiennes contre 10,2 % (4,5 millions \$) en 1997-1998. De ces pommes qui transitent au Québec, on ne connaît toutefois pas le pourcentage de la pomme produite au Québec, mais, selon l'industrie ce pourcentage semble relativement faible.

Le Québec exporte principalement de la McIntosh et importe à longueur d'année un grand nombre de variétés de pommes qui ne sont pas produites au Québec (la Granny Smith, la Golden Delicious, etc.) et qui répondent bien au goût des Québécois.

1.4 Les importations

La valeur des importations de pommes fraîches au Québec a connu une baisse ces dernières années de 18,3 %, passant de 19,4 millions \$ en 1995-1996 à 15,8 millions \$ en 1997-1998, concomitante d'une chute de 5,9 % du volume (tableau 4). Par contre, les importations canadiennes affichent une augmentation tant pour le volume (21,7 %) que pour la valeur (16,8 %).

En 1995-1996, la valeur des importations québécoises de pommes fraîches comptait pour 17,0 % des importations canadiennes, alors qu'en 1997-1998 elles ont représenté 11,9 %.

La provenance des pommes importées s'est diversifiée au cours des dernières années. En effet, en 1995-1996, les pommes fraîches arrivaient principalement des États-Unis (36 %), de l'Afrique du Sud (32 %) et du Chili (23 %). En 1997-1998, elles provenaient surtout des États-Unis (41 %), de l'Afrique du Sud (31 %), du Chili (20 %) et d'un nouveau joueur de plus en plus présent, soit la Nouvelle-Zélande (7 %).

Selon les données statistiques sur les exportations, calculées en année civile, la proportion de la valeur des pommes fraîches importées par rapport aux fruits frais importés a augmenté de 64 % au cours des cinq dernières années. En 1993, la valeur des importations de pommes totalisait 4,4 % de l'ensemble de la valeur des importations de fruits frais contre 7,2 % en 1997.

Conclusion

La production mondiale de pommes augmente, spécialement en Asie et en Amérique du Sud, et les barrières tarifaires, dictées par l'OMC, s'estompent de plus en plus. Avec les années, l'origine des approvisionnements sera donc encore plus variée et les transactions plus faciles à réaliser. Les prix subiront une pression à la baisse.

Sur le marché québécois, la consommation totale de pommes par individu tend à se stabiliser. Ses principaux concurrents sont la banane, le raisin, les agrumes, les fruits exotiques, etc.

Les possibilités pour les producteurs québécois d'augmenter leur part du marché interne sont toutefois limitées. Il faut savoir que les prévisions démographiques pour le Québec parlent d'une augmentation annuelle de la population qui passera de 3,6 % entre 1996 et 2001 à 0,2 % entre l'an 2 031 et 2 041. L'évolution de la démographie amènera des changements qui pourront influencer la consommation. Par exemple, en 2005, selon Statistique Canada, la proportion des 0 à 14 ans sera légèrement plus basse qu'aujourd'hui, et celle des 65 ans et plus sera légèrement plus élevée.

Sans négliger le marché des jeunes, il faudra se soucier des préoccupations des " baby boomers " qui vieillissent. Il faudra tenir compte de leur souci du service, de la qualité et de la diversité des produits, de leurs besoins pour des formats plus petits et de leur goût pour les produits haut de gamme.

[Retour au menu](#)

2 LA COMMERCIALISATION

Plusieurs moyens s'offrent aux producteurs de pommes pour commercialiser leurs produits : l'autocueillette, la vente dans les kiosques publics, la vente aux détaillants ou grossistes distributeurs et la vente aux emballeurs. Un important pourcentage de la production est vendu aux emballeurs qui, eux, font généralement affaire avec les détaillants et les grossistes distributeurs dont plusieurs offrent déjà à l'industrie pomicole une structure commerciale et de distribution avec un contrôle de gestion.

Pour une commercialisation plus ordonnée, la Convention de mise en marché de la pomme entre la Fédération des producteurs de pommes du Québec et l'Association des emballeurs de pommes du Québec permet aux producteurs de choisir entre diverses possibilités de commercialiser leur production, à savoir : vente aux emballeurs sur la base du classement régulier, vente et achat " tel que vu " sur volume et classement prédéterminés, ou encore une combinaison de ces options.

Tableau 2
Niveau d'autosuffisance en pomme fraîche au Québec

Tm	Consommation (2)	Production destinée au marché frais	Exportation (3)	Disponibilité	Volume manquant	Auto- suffisance
1988	85 131	47 807	2 364	45 443	39 688	53 %
1989	84 449	46 220	2 702	43 518	40 931	52 %

1990	87 692	44 859	6 370	38 489	49 203	44 %
1991	82 732	64 557	10 798	53 759	28 973	65 %
1992	90 582	70 526	8 788	61 738	28 844	68 %
1993	85 392	57 038	11 580	45 458	39 934	53 %
1994	112 182	51 374	5 723	45 601	66 581	41 %
1995	107 481	65 396	10 079	55 317	52 164	51 %
1996	95 010	63 140	13 203	49 937	45 073	53 %
1997 (1)	81 823	61 065	8 703	52362	29 461	64 %

Sources : Statistique Canada.

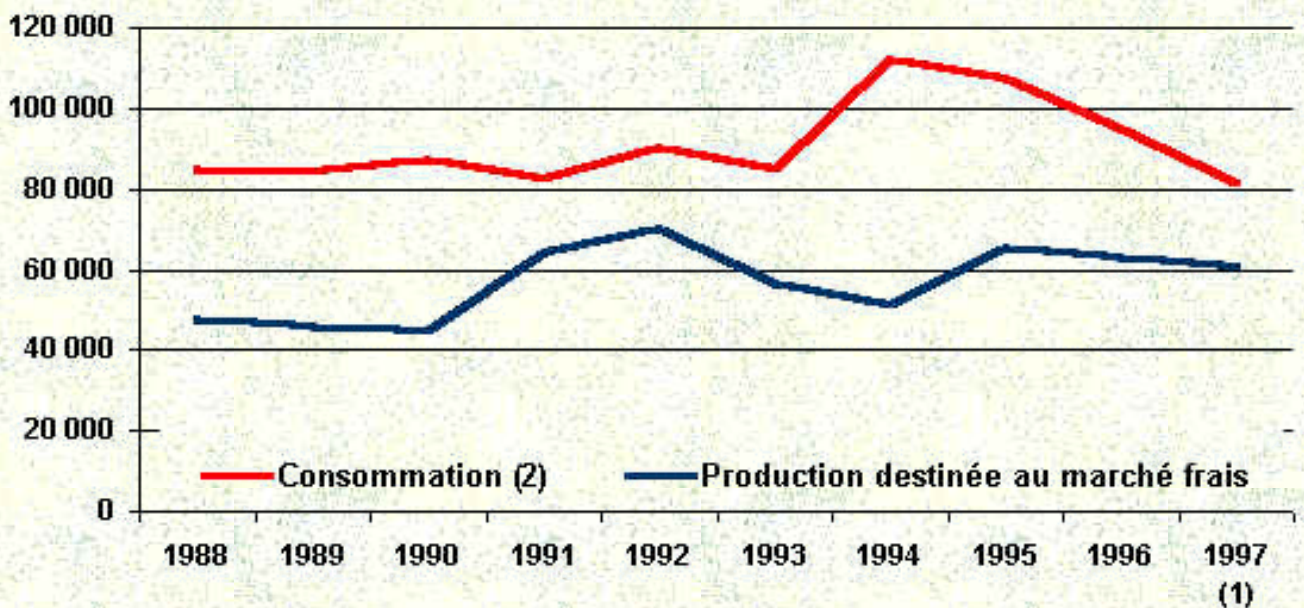
1) Données préliminaires.

Bureau de la statistique du Québec.

2) Année calendrier du 1er janvier au 31 décembre.

MAPAQ, Direction de l'analyse et de l'information économiques.

3) Année récolte du 1er juillet au 30 juin.



Auto-suffisance

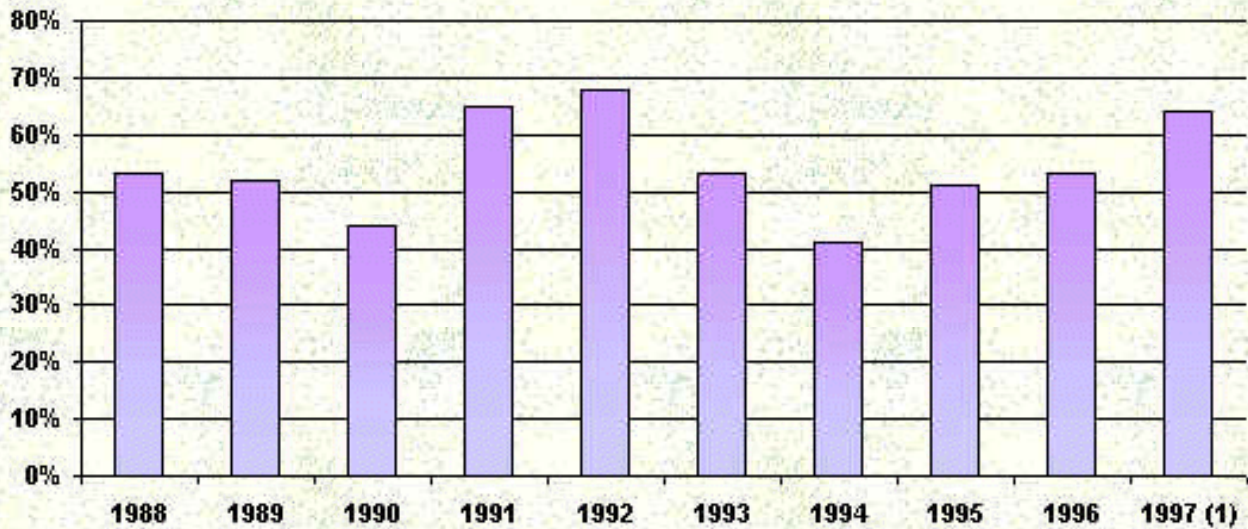


Tableau 3
Volume et valeur des exportations de pommes fraîches (année-récolte)

Années	Volume (kg)		Valeur ('000)	
	Québec	Canada	Québec	Canada
1995-1996	10 079	99 232	5 071	65 401
1996-1997	13 203	105 338	7 384	66 765
1997-1998	8 703	74 621	4 477	44 036

Sources : Agriculture et Agroalimentaire Canada, décembre 1998.

MAPAQ, Direction de l'analyse et de l'information économiques.

Tableau 4
Volume et valeur des importations de pommes fraîches (année-récolte)

Années	Volume (kg)		Valeur ('000)	
	Québec	Canada	Québec	Canada

	Québec	Canada	Québec	Canada
1995-1996	16 270	100 739	19 367	113 645
1996-1997	10 441	107 331	11 278	109 348
1997-1998	15 317	122 551	15 821	132 736

Sources : Agriculture et Agroalimentaire Canada, décembre 1998.

MAPAQ, Direction de l'analyse et de l'information économiques.

[Retour au menu](#)

3 LA TRANSFORMATION

Au Québec, l'industrie pomicole vise la production d'une pomme de première qualité. En 1997, environ 38 % de la production totale est dirigée vers la transformation. Il s'agit généralement de pommes tombées ou déclassées lors de la récolte.

[Retour au menu](#)

4 LA PRODUCTION

Depuis les années 1970, le nombre d'entreprises pomicoles de la province a toujours été en décroissance. La moyenne des dix dernières années se situe à environ 1 000 entreprises, alors que l'on comptait plus de 1 500 entreprises au début des années 1980.

Au fil des ans, le portrait traditionnel du verger québécois a évolué de façon notable. Le porte-greffe standard laisse sa place de façon graduelle aux pommiers de type nain et semi-nain. Selon le Profil des exploitations agricoles de 1997, les pommiers nains représentaient, en 1997, 36 % du total des pommiers, les semi-nains 43 % et les standards 21 %. Toutefois, ce sont les pommiers standards qui représentent encore la plus grande superficie pomicole, soit 43,7 % de la superficie totale, comparativement à 39,1 % pour les semi-nains et 17,2 % pour les pommiers nains.

En utilisant ces nouveaux types de porte-greffes (nains et semi-nains), l'industrie pomicole produit plus rapidement certaines variétés, favorisant la diversification et l'adaptation au goût des consommateurs tout en augmentant sa production de pommes de qualité à l'hectare.

Entre 1987 et 1996, le volume total de production a quand même enregistré une augmentation de 32,8 %, malgré une fluctuation attribuable principalement aux aléas climatiques. C'est la pomme, pour la mise en marché à l'état frais, qui a connu le meilleur taux d'accroissement pendant cette période. Son volume a doublé en 10 ans, passant de 30 482 tonnes métriques à 63 100 tonnes métriques (tableau 5).

En 1996, la McIntosh représentait encore 63,4 % de la production totale, suivie par la Cortland avec 13,6 %, l'Empire avec 4,0 % et enfin la Spartan avec 3,4 %. À partir de 1991, on note une certaine stabilité pour les variétés Empire et Spartan. Toutefois, on constate un plus grand intérêt des producteurs pour planter de la Spartan et de la Cortland plutôt que de l'Empire qui est défavorisée par sa fragilité au gel.

La valeur de la production a doublé en 10 ans, passant de 17,9 millions \$ en 1987 à 35,8 millions \$ en 1996. Depuis 1992, la valeur des pommes mises en marché se maintient au-dessus de 26 millions \$ par année. D'ailleurs, pour les cinq dernières années, la valeur moyenne des pommes mises en marché se situe autour de 31 millions \$ par année.

Tableau 4
Volume et valeur des importations de pommes fraîches (année-récolte)

	Production totale		Répartition de la production						Répartition selon la variété (1)				
	Volume mis en marché	Valeur de la production	Pommes fraîches	Proportion du volume total		Pommes transformées	Proportion du volume total		Mc Intosh	Spartan	Cortland	Empire	Autres variétés
	t	'000 \$	t	%	'000 \$	t	%	'000 \$	t				
1987	76 204	17 944	30 482	40	14 032	45 722	60	3 912	52 028	1 867	8 192	1 410	12 707
1988	84 464	20 900	47 807	57	17 340	36 657	43	3 560	50 597	2 362	11 314	3 191	17 000
1989	89 272	25 283	46 220	52	21 755	43 052	48	3 528	54 638	2 877	11 811	3 715	16 231
1990	91 654	22 896	44 859	49	17 836	46 795	51	5 060	55 933	2 877	11 812	3 715	17 317
1991	107 447	34 344	64 557	60	27 961	42 890	40	6 383	64 584	3 467	13 983	4 458	20 955
1992	125 165	26 149	70 526	56	19 483	54 639	44	6 666	76 203	409	16 708	5 277	26 568
1993	88 597	28 832	57 038	64	25 130	31 559	36	3 702	58 924	3 143	13 088	4 096	9 346
1994	87 718	27 116	51 374	59	22 726	36 344	41	4 390	56 562	3 029	12 993	3 924	11 210

1995	102 670	35 408	65 396	64	29 712	37 274	36	5 696	63 344	3 886	14 250	4 363	16 827
1996	101 100	35 765	63 100	62	29 000	38 000	38	6 765	64 144	3 391	13 736	4 001	15 828
Variation 1997/1986	32,7 %	99,3 %	107,0 %	56,0 %	106,7 %	-16,9 %	-37,4 %	72,9 %	23,3 %	81,6 %	67,7 %	183,8 %	24,6 %

[Retour au menu](#)

[Retour à l'écran Plan Stratégique](#)



Secrétaire coordonnatrice : Julie Labrecque
 Courriel : Julie.Labrecque@agr.gouv.qc.ca
 Responsable : Guy Bélanger
 Courriel : Guy.Belanger@agr.gouv.qc.ca
 Webmestre : Serge Picard
 Mise à jour le 24 juillet, 2001

© Gouvernement du Québec- 2000



VISION DE L'INDUSTRIE DE LA POMME

VISION DE L'INDUSTRIE DE LA POMME

POUR LES CINQ PROCHAINES ANNÉES

Améliorer la productivité et la rentabilité de l'industrie pomicole du Québec en s'assurant d'une mise en marché ordonnée de pommes d'excellente qualité, nécessitant éventuellement :

1. La revitalisation de la production qui devrait permettre d'occuper d'ici cinq ans une plus grande part du marché interne et de développer de nouveaux marchés d'exportation.
2. L'accentuation de la recherche et du transfert technologique pour évaluer de nouvelles variétés adaptées au climat nordique et aux besoins des consommateurs et des consommatrices.
3. Le développement de mécanismes permettant à l'industrie d'en arriver à un plus grand respect de l'environnement.

[Retour à l'écran Plan Stratégique](#)



Secrétaire coordonnatrice : Julie Labrecque
Courriel : Julie.Labrecque@agr.gouv.qc.ca
Responsable : Guy Bélanger
Courriel : Guy.Belanger@agr.gouv.qc.ca
Webmestre : Serge Picard
Mise à jour le 24 juillet, 2001



CIBLES STRATÉGIQUES DE DÉVELOPPEMENT

CIBLE 1 : PRODUCTION

DESCRIPTION

Accroître la rentabilité de l'industrie pomicole par l'amélioration et la diversification de la production.

FORCES/AVANTAGES

- Programme de contrôle de qualité.
- Réseau de conseillers pomicoles pour l'information technique.

FAIBLESSES/MENACES

Gel

- Encore trop de vergers sur des sites non appropriés où le risque de gel est plus fréquent.
- Rusticité déficiente des nouveaux cultivars et porte-greffes.

Production

- Absence d'un plan provincial de développement de la production par rapport au marché.
- Région très nordique : difficile de garantir d'importants volumes de pommes et de développer de nouvelles variétés.

Rendement

- Insuffisance dans les rendements : le rendement à l'hectare est inférieur à celui des concurrents en raison du manque de rénovation des vergers vers des parcelles à fortes densités et d'une saison de croissance plus courte.
- Les facteurs climatiques qui sont hors de contrôle des producteurs peuvent avoir également des effets négatifs sur le rendement.

Renouvellement des vergers

- Vieillesse des vergers qui devront être renouvelés ou enlevés.
- Un retour financier insuffisant pour les producteurs ou, dans certains cas, une mauvaise gestion des vergers peut avoir comme conséquence un mauvais entretien des vergers (arrosage, taille, etc.).
- La somme des investissements requis pour renouveler un verger n'entraîne pas de rentrées de fonds avant plusieurs années, car on atteint généralement le potentiel de production huit ans après la plantation.
- Un investissement important à l'implantation peut ralentir le renouvellement ou non des vergers.
- Insuffisance en ce qui touche la fourniture de pommiers en quantité et en qualité (par les pépiniéristes).

Qualité du produit

- La qualité de la pomme fraîche varie en cours d'année.
- Absence d'un contrôle universel de qualité.
- Faiblesse de la variété McIntosh en matière de fermeté (elle occupe 63,4 % de la production totale).

STRATÉGIES D'ACTION

1. Connaître l'état de situation de nos vergers.

Moyen : Effectuer une enquête pour inventorier les pommiers.

2. Revaloriser les parcelles et les vergers pomicoles.

Moyens : Former les producteurs aux nouvelles techniques de production en vue d'améliorer la rentabilité des vergers.

Améliorer les mécanismes de gestion des vergers pour accroître la rentabilité des entreprises pomicoles.

Améliorer les techniques culturales pour mieux répondre aux besoins du marché.

Renouveler les vergers en misant sur la qualité des sites, en axant la production sur les variétés adaptées au climat québécois et en insistant sur la rusticité des nouveaux cultivars et porte-greffes adaptés au climat nordique.

Mettre en place un cours de formation lié au renouvellement des vergers pomicoles.

2. Développer des services conseils.

Moyens : Augmenter le nombre de conseillers techniques auprès des producteurs.

Développer un réseau de conseillers techniques et de producteurs de pointe.

Encourager le développement des clubs d'encadrement.

Mettre à jour régulièrement des outils de formation existants et en développer de nouveaux.

CIBLE 2 : MISE EN MARCHÉ DE LA POMME FRAÎCHE

DESCRIPTION

Assurer une mise en marché ordonnée de la pomme fraîche de qualité du Québec.

FORCES/AVANTAGES

Commercialisation

- Existence d'un plan de commercialisation.
- 80 % à 85 % du volume global du marché frais est commercialisé par le réseau officiel qui fournit les grossistes et les détaillants des chaînes d'alimentation.
- Positionnement de la Pomme-Qualité-Québec chez les détaillants.

Convention

- Convention de mise en marché des pommes entre la Fédération des producteurs de pommes du Québec et l'Association des emballeurs de pommes du Québec.
- Contrôle des pommes à la sortie du poste d'emballage pour les emballeurs autorisés qui sont régis par la Convention de mise en marché.

Promotion

- Promotion concertée entre tous les intervenants de la Filière Pomme.

Qualité du produit

- Les efforts consentis par les producteurs pour s'assurer de mettre en marché uniquement une pomme de qualité supérieure ont permis de faire passer de 30 % à 5 % le taux de défauts de la pomme à la sortie des postes d'emballage autorisés.

FAIBLESSES/MENACES

Besoins du marché

- Méconnaissance du consommateur du logo Pomme-Qualité-Québec et de sa désignation.
- Méconnaissance des besoins du marché (collectif et individuel).

Classification

- Les achats " tel que vu " peuvent entraîner des variations de classement selon les lots et selon les périodes pour lesquelles il y a désaccord entre les producteurs et les emballeurs.
- Manque d'uniformité dans la façon de classer les pommes selon la qualité.

Commercialisation

- Proportion importante de la production totale commercialisée par des producteurs-emballeurs. Leurs intérêts peuvent parfois diverger de ceux des producteurs qui vendent toute leur production aux emballeurs.

- L'absence d'exigences minimales qui seraient respectées par l'ensemble des intervenants occasionne des failles importantes. Ces dernières nuisent à une commercialisation ordonnée et favorisent le relâchement.
- Présence d'un réseau parallèle par lequel s'écoule entre 15 % et 20 % du marché frais à la récolte et environ 5 % des volumes AC.
- Impact négatif du réseau parallèle sur les prix et sur la perception du consommateur concernant la qualité du produit.
- Non-respect du prix à payer aux producteurs par certains emballeurs.

Entreposage

- Absence de gestion intégrée des stocks en entrepôt à atmosphère contrôlée.
- Aucune manière structurée d'avoir des données actualisées sur les stocks entreposés.

Exportation

- Les gouvernements ne possèdent pas de données sur le pourcentage des pommes produites au Québec et exportées. Un certain volume de pommes, qui peut venir de n'importe où au monde, transite au Québec avant d'être exporté, faussant ainsi les données statistiques sur l'exportation. Le volume semble toutefois assez faible.

Qualité du produit

- Manque de constance dans la qualité offerte aux consommateurs, entre autres à cause du réseau parallèle, et dans la qualité du produit en cours d'année.
- Absence de contrôle sur la qualité du produit dans le réseau parallèle.

STRATÉGIES D'ACTION

1. Connaître les tendances des consommateurs et leur perception par rapport aux variétés de pommes vendues au Québec (production locale et importation).

Moyens : Réaliser une étude auprès des consommateurs pour connaître leur perception de la pomme et pour déterminer les éléments qui les influencent

dans leurs choix.

Actualiser régulièrement l'information portant sur les consommateurs.

Trouver les meilleurs types d'emballage pour répondre adéquatement aux besoins du consommateur, tout en réduisant la manipulation des fruits.

Standardiser les calibres pour les pommes commercialisées en " tray et cell pack " selon les attentes des consommateurs.

2. Améliorer la qualité de la Pomme-Qualité-Québec offerte aux consommateurs.

Moyens : Créer un système de gestion de la qualité.

Étendre le réseau d'inspection Pomme-Qualité-Québec à l'ensemble de l'industrie pomicole.

Uniformiser et diffuser les normes de qualité nécessaires au classement des pommes.

Mettre sur pied un système de classement des pommes aux postes d'emballage pour assurer un meilleur contrôle de la qualité et pour que le producteur soit payé en fonction de la qualité de son produit.

Instaurer des sanctions pour ceux qui ne respectent pas les normes de qualité au moment du classement.

Reconnaître et valoriser ceux qui respectent les normes et les mécanismes de contrôle de qualité.

Analyser les résultats du programme de valorisation de la Pomme-Qualité-Québec et l'améliorer, s'il y a lieu.

Améliorer la fermeté des pommes destinées à l'entreposage par un conditionnement approprié.

3. Créer un système de traçabilité.

Moyens : Réaliser une étude pour évaluer la possibilité de créer un système de traçabilité pour la pomme vendue à l'état frais.

Mettre en place le système de traçabilité.

4. Créer un système d'inventaire permanent pour favoriser l'écoulement ordonné des stocks.

Moyens : Développer et améliorer des mécanismes de gestion de l'écoulement des stocks.

Créer un programme d'intégrité Qualité-Québec pour les emballeurs.

Créer un système de préclassement avant l'entrée dans les entrepôts afin de favoriser une meilleure connaissance des inventaires et de permettre une mise en marché plus ordonnée.

Créer un système de conciliation des stocks :

- concilier les stocks reçus/stocks vendus.
- concilier les pommes fraîches/pommes de transformation.

5. Structurer le réseau de distribution (du verger au consommateur) pour garantir une meilleure rentabilité de l'industrie pomicole.

Moyens : Inciter le réseau parallèle à respecter la Convention de mise en marché et les normes de qualité établies par la Filière Pomme.

Déterminer les avenues qui permettraient de regrouper l'offre et de mettre en place les mécanismes parmi ceux qui semblent les plus prometteurs.

6. Améliorer la compétitivité du réseau de commercialisation en développant une meilleure connaissance globale.

Moyens : Réaliser une étude sur la compétitivité du réseau de commercialisation de l'industrie pomicole du Québec par rapport à nos principaux concurrents au Canada et à l'étranger.

Créer une banque d'information sur les indicateurs économiques de l'industrie de la pomme du Québec, du Canada et de l'étranger, et la rendre disponible à tous les intéressés.

Assurer un soutien informationnel (statistiques, analyses, etc.) pour le comité qui fixe les prix.

Recueillir l'information pour avoir un portrait statistique et évolutif de l'industrie.

Développer une veille commerciale stratégique pour l'industrie pomicole.

7. Développer des marchés d'exportation.

Moyens : Définir les marchés potentiels et effectuer une étude exploratoire de l'offre et des caractéristiques du marché par rapport à notre production qui a un potentiel d'exportation.

Connaître les stratégies de marketing de la concurrence (forces et faiblesses).

Mettre en place un fonds de développement à l'exportation.

8. Augmenter la consommation sur le marché local.

Moyens : Déterminer les segments potentiels (réseau scolaire, HRI, etc.).

Améliorer une stratégie promotionnelle de la Pomme-Qualité-Québec et faire connaître davantage aux consommateurs les variétés de pommes et leurs caractéristiques.

Évaluer régulièrement l'impact des campagnes de promotion par une enquête auprès des consommateurs et une enquête auprès des distributeurs.

CIBLE 3 : RECHERCHE ET TRANSFERT TECHNOLOGIQUE

DESCRIPTION

Accentuer la recherche et le transfert technologique en tenant compte des particularités climatiques du Québec dans le but d'améliorer la rusticité des cultivars et des porte-greffes adaptés à notre climat.

FORCE/AVANTAGE

- Réseau d'essais des cultivars et de nouvelles variétés.

FAIBLESSES/MENACES

- Faiblesse de la recherche qui tienne compte des particularités climatiques du

Québec .

- Peu de croisements concernant la rusticité des cultivars.
- Peu de développement de nouvelles variétés.
- Les recherches spécifiques et la présence de réseaux de parcelles d'essais sont insuffisantes pour la production pomicole du Québec (rusticité des arbres, nouveaux cultivars, etc.).

STRATÉGIES D'ACTION

1. Recherche appliquée en régie.
2. Explorer la possibilité de partenariat avec l'Ontario pour développer un programme de recherche génétique.
3. Encourager le partenariat entre les différents intervenants en recherche appliquée dans le but de développer un centre d'expertise.
- 4, Améliorer la recherche sur les variétés existantes.
5. Améliorer la vulgarisation de la recherche.

Moyens : Augmenter le nombre des clubs d'encadrement technique.

Développer des mécanismes efficaces de transfert d'information et de diffusion des technologies.

CIBLE 4 : ENVIRONNEMENT

DESCRIPTION

Poursuivre et améliorer les méthodes de remplacement concernant l'utilisation de produits chimiques afin de réduire de 50 % l'utilisation de pesticides, de répondre aux exigences nouvelles des consommateurs et de respecter l'environnement (approche de la lutte intégrée).

FORCES/AVANTAGES

- Existence d'un réseau phytosanitaire.
- Approche de la lutte intégrée.

FAIBLESSES/MENACES

- Respect de la zone voisinant les vergers et mise en garde contre le risque de dérive des pesticides dans les zones urbaines.
- Manque d'outils respectant davantage la faune auxiliaire et l'environnement (population élevée de chevreuils qui endommagent les pommiers dans certaines régions).

STRATÉGIES D'ACTION

1. Poursuivre la rationalisation de l'emploi de pesticides dans le secteur pomicole par l'adoption de la lutte intégrée.

Moyens : Poursuivre les efforts de développement des méthodes de remplacement de produits chimiques, notamment ajuster les seuils de tolérance pour le dépistage et le traitement contre les insectes.

Améliorer la lutte contre la tavelure et les insectes dans le but de réduire les coûts de production.

Effectuer une lutte intégrée contre les acariens et les ravageurs.

2. Harmoniser les réglementations gouvernementales (environnement et agriculture).

3. Intégrer aux pratiques culturales les recommandations du rapport de l'équipe stratégique pomme en matière de stratégie phytosanitaire.

4. Homologuer de nouveaux pesticides respectant davantage les insectes bénéfiques.

5. Développer des mécanismes permettant à l'industrie d'en arriver à un plus grand respect de l'environnement.

[Retour à l'écran Plan Stratégique](#)



Secrétaire coordonnatrice : Julie
Labrecque
Courriel : Julie.Labrecque@agr.gouv.qc.ca
[ca](#)
Responsable : Guy Bélanger
Courriel : Guy.Belanger@agr.gouv.qc.ca
Webmestre : Serge Picard
Mise à jour le 24 juillet, 2001



LES PERSONNES SUIVANTES ONT COLLABORÉ À L'ÉLABORATION DU PLAN STRATÉGIQUE

Agriculture et Agroalimentaire Canada

Robert Bouchard

Association de la distribution de fruits et légumes

Maurice Giroux

Association des emballeurs de pommes du Québec

Roland Lafont

Association des emballeurs de pommes du Québec

André Roy

Fédération des producteurs de pommes du Québec

Steve Levasseur

Fédération des producteurs de pommes du Québec

Pierre Phillion

Fédération des producteurs de pommes du Québec

François Rochon

Fédération des producteurs de pommes du Québec

Daniel Ruel

Fédération des producteurs de pommes du Québec

Dean Thomson

Loblaw's

André Théroux

Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec

Johanne Forest

Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec

Julie Labrecque

Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec

Marcel Tremblay

Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec

Luc Urbain

Provigo

Glenn Acton

Sobey's

Pierre Dolbec

[Retour à l'écran Plan Stratégique](#)



Secrétaire coordonnatrice : Julie Labrecque

Courriel : Julie.Labrecque@agr.gouv.qc.ca

Responsable : Guy Bélanger

Courriel : Guy.Belanger@agr.gouv.qc.ca

Webmestre : Serge Picard

Mise à jour le 24 juillet, 2001

© [Gouvernement du Québec](#)- 2000



STRATÉGIES D'ACTION POUR LE DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE DE LA POMME

CIBLES STRATÉGIQUES DE DÉVELOPPEMENT

STRATÉGIES D'ACTION		ÉCHÉANCIER
CIBLE 1 : PRODUCTION		
1	Connaître l'état de situation de nos vergers	Juin 1999
2	Revaloriser les parcelles et les vergers pomicoles	À venir
3	Développer des services conseils	En cours
CIBLE 2 : MISE EN MARCHÉ DE LA POMME FRAÎCHE		
1	Connaître les tendances des consommateurs et leur perception envers les variétés de pommes vendues au Québec	À venir
2	Améliorer la qualité de la " Pomme-Qualité-Québec " offertes aux consommateurs	En cours
3	Créer un système de traçabilité	À venir
4	Créer un système d'inventaire permanent pour favoriser l'écoulement des stocks de manière ordonnée	À venir
5	Structurer le réseau de distribution pour garantir une meilleure rentabilité de l'industrie pomicole	En cours
6	Améliorer la compétitivité du réseau de commercialisation en développant une meilleure connaissance globale	À venir

7	Développer des marchés d'exportation	En cours
8	Augmenter la consommation sur le marché local	En cours
CIBLE 3 : RECHERCHE ET TRANSFERT TECHNOLOGIQUE		
1	Recherche appliquée en régie	En cours
2	Explorer la possibilité de partenariat avec l'Ontario pour développer un programme de recherche génétique	À venir
3	Encourager le partenariat entre les différents intervenants en recherche appliquée dans le but de développer un centre d'expertise	À venir
4	Améliorer la recherche sur les variétés existantes	En cours
5	Améliorer la vulgarisation de la recherche	En cours
CIBLE 4 : ENVIRONNEMENT		
1	Poursuivre la rationalisation de l'emploi de pesticides dans le secteur pomicole par l'adoption de la lutte intégrée	En cours
2	Harmoniser les réglementations gouvernementales	À venir
3	Intégrer aux pratiques culturales les recommandations du rapport de l'équipe stratégique pomme en matière de stratégie phytosanitaire.	En cours
4	Homologuer de nouveaux pesticides respectant davantage les insectes bénéfiques	À venir
5	Développer des mécanismes permettant à l'industrie d'en arriver à un plus grand respect de l'environnement	En cours

[Retour à l'écran Plan Stratégique](#)

