

**ÉVALUATION PÉRIODIQUE DES INTERVENTIONS
DE LA FÉDÉRATION DES PRODUCTEURS DE
POMMES DE TERRE DU QUÉBEC DANS LA MISE
EN MARCHÉ DU PRODUIT VISÉ PAR LE PLAN
CONJOINT DES PRODUCTEURS DE POMMES DE
TERRE DU QUÉBEC**

Le 7 janvier 2014

ÉVALUATION PÉRIODIQUE

En vertu de l'Article 62 de la *Loi sur la mise en marché des produits agricoles, alimentaires et de la pêche*¹ (la Loi), la Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec (la Régie) doit procéder à une évaluation périodique des interventions d'un office de mise en marché du produit visé par le plan conjoint qu'il administre.

Cet article stipule que :

62. À la demande de la Régie et au plus tard à tous les cinq ans, chaque office établit devant la Régie ou devant les personnes qu'elle désigne pour lui faire rapport, que le plan et les règlements qu'il édicte servent les intérêts de l'ensemble des producteurs et favorisent une mise en marché efficace et ordonnée du produit visé.

La Régie a donc invité les personnes intéressées à la mise en marché de la pomme de terre à participer à une séance publique qui s'est tenue le 20 novembre 2013, à Drummondville. Les observations reçues ont contribué à l'évaluation par la Régie des interventions de l'Office de mise en marché du produit visé par le Plan conjoint des producteurs de pomme de terre du Québec (Plan conjoint).

Les objectifs de la Régie lors de cet exercice quinquennal sont de :

- prendre connaissance de la situation actuelle du secteur;
- prendre connaissance des résultats des interventions de l'Office dans la mise en marché du produit visé, à l'aide notamment d'indicateurs;
- prendre connaissance des cibles stratégiques et des priorités retenues pour optimiser les interventions de l'Office dans la mise en marché du produit visé;
- évaluer la pertinence des interventions de l'Office dans la mise en marché du produit visé.

SÉANCE PUBLIQUE

À l'invitation de la Régie, la porte-parole du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ), Mme Marie-Hélène Déziel, a présenté un portrait sommaire du secteur.

L'Office, par la voix de son président, M. Réal Brière, d'un vice-président, M. Francis Desrochers, et de son directeur général, M. Clément Lalancette, a présenté son rapport d'activités appuyé par des indicateurs de mesure, répondant ainsi aux attentes exprimées lors du rapport d'évaluation précédent.

La Régie a tiré les renseignements utiles à son analyse des présentations faites et des documents remis par les participants. La *Monographie de l'industrie de la pomme de terre au Québec* est disponible sur le site internet du Ministère www.mapaq.gouv.qc.ca/publications. Le rapport de l'Office peut être obtenu en s'adressant à la direction générale de la Fédération des producteurs de pommes de terre du Québec.

¹ Chapitre M-35.1.

OFFICE DE MISE EN MARCHÉ

La Fédération des producteurs de pommes de terre du Québec (la Fédération) agit à titre d'office de mise en marché dans le cadre du Plan conjoint. Elle représente quelque 285 productrices et producteurs de pommes de terre regroupés en quatre catégories :

Pommes de terre vendues à l'état frais (table) : 192 producteurs

Transformation pré-pelage : 37 producteurs

Transformation en croustille : 23 producteurs

Pommes de terre de semence : 32 producteurs

ANALYSE

La Fédération vise avant tout à améliorer le positionnement et l'image de la pomme de terre du Québec sur le marché local et nord-américain et à en préserver la qualité phytosanitaire.

• Pommes de terre à l'état frais

La consommation de pommes de terre diminue dans les pays industrialisés, particulièrement en Amérique du Nord. Depuis 2002, ce constat s'avère plus marqué pour la consommation de la pomme de terre à l'état frais.

De plus, les exportations totales canadiennes ont également diminué au cours de la période 2007 à 2012. La part du Québec a été réduite de 4,2 % qu'elle était en 2002 à 3,2 % en 2012.

La connaissance des marchés visés et potentiels est essentielle et la Fédération doit s'assurer de bien connaître les attentes actuelles des consommateurs du Québec. Elle ne travaille d'ailleurs pas en vase clos, car la mise en marché de la pomme de terre du Québec s'effectue librement sur les marchés locaux, provinciaux, nationaux et internationaux.

Aussi, travaille-t-elle en concertation avec l'« United Potato Growers of Canada » et l'« United Potato Growers of America », deux associations qui regroupent des producteurs québécois, canadiens et américains dans le but de maîtriser les techniques de production à des niveaux bénéfiques pour tous.

La Fédération porte une attention particulière au contrôle de la qualité de la pomme de terre québécoise qui se fait dans les centres de distribution. Cette initiative a profité aux producteurs québécois; ainsi une hausse des prix moyens des pommes de terre blanches destinées au marché de la table a été constatée. La Fédération vise donc à étendre et à parfaire les moyens de contrôle de la qualité. Il est donc prévu qu'une intensification des actions auprès des fruiteries soit entreprise. Ce réseau de distribution semble en effet permettre l'écoulement de produits de qualité plus variable ce qui affecte l'image de l'industrie.

En effet, le consommateur québécois est plus exigeant en matière de qualité du produit et il prend en compte les effets de tel ou tel aliment sur sa santé. L'apparence et la praticité d'un produit influencent également ses choix.

Afin d'être en mesure de répondre aux attentes des consommateurs, la Fédération procède régulièrement à des analyses de marché et étudie les mythes et les perceptions du consommateur sur la pomme de terre qui nuisent à la consommation de ce produit. Depuis 2007, elle a également mis en place, en collaboration avec l'Association des emballeurs de pommes de terre du Québec et les trois grands distributeurs, un fonds de promotion et de publicité. Les diverses actions réalisées ont permis de présenter au consommateur québécois une pomme de terre en lui rappelant qu'il s'agit d'un légume qui possède des propriétés nutritives qui conviennent très bien à une alimentation saine et équilibrée.

Par ailleurs, l'innovation dans la qualité, le développement de produits différenciés et de variétés nouvelles et attractives, le marchandisage, la création de nouveaux emballages qui répondent à des usages spécifiques, du repas quotidien au repas festif, sont autant de développements qui rejoignent les besoins actuels du consommateur.

Comme ces efforts semblent avoir atteint leurs cibles et que la perception de la pomme de terre est de plus en plus favorable, la Régie ne peut qu'encourager la Fédération à poursuivre en ce sens. Une collaboration soutenue des emballeurs et des grandes chaînes d'alimentation ne pourra que faciliter le meilleur positionnement la pomme de terre du Québec sur les tablettes.

- **Pommes de terre transformées**

Au niveau de la pomme de terre destinée au prépelage et à la fabrication de croustilles, les opportunités à saisir semblent nombreuses. En effet, comme la pomme de terre prépelée du Québec ne répond qu'à moins de 20 % des besoins des utilisateurs québécois, particulièrement dans la frite congelée, il existe donc d'immenses possibilités dans le secteur des produits prêts à l'emploi où trop peu d'entreprises québécoises sont actives.

Afin de planifier et coordonner les actions qui pourraient donner des résultats probants, la Fédération a privilégié la mise en place d'un comité d'innovations regroupant des membres de l'industrie et de la Fédération. Ses efforts de développement de la marque « Chef Parmentier » semblent également vouloir porter ses fruits.

Toutefois, ces objectifs ne pourront se réaliser sans le développement d'une concertation soutenue entre les partenaires de l'industrie et les intervenants des secteurs de la recherche, du développement et de l'innovation.

Finalement, il faut admettre que la commercialisation de la pomme de terre se fait dans un marché très concurrentiel. La concentration d'entreprises est très forte et certaines sont détenues par des multinationales dont les capacités importantes peuvent influencer rapidement sur le portrait du secteur et les paramètres de commercialisation.

La Régie est d'avis que, dans un tel contexte, la Fédération cerne assez bien les enjeux de ce secteur de production. Elle appuie, de plus, la mise en place de projets stratégiques et d'alliances que la Fédération et les autres maillons de la chaîne industrielle pourront développer. Les producteurs qui s'impliqueront de façon significative seront ceux qui pourront adapter plus facilement leur production en prévision des changements, quelquefois rapides, de la mise en marché du produit.

- **Pommes de terre de semence**

La Fédération mise sur la pomme de terre de semence afin de contribuer à l'image de qualité de la pomme de terre québécoise et vise donc à améliorer le positionnement de ce secteur en Amérique du Nord.

Elle entend mettre en valeur le programme de certification des pommes de terre de semence dont le Québec bénéficie depuis la récolte 2008. Ce programme produit déjà un impact positif pour les producteurs spécialisés qui ont vu leur production s'accroître, tant en superficie qu'en volume récolté. Le Programme de certification contribue à l'amélioration des prix obtenus grâce à un meilleur contrôle et l'offre d'une meilleure garantie de la qualité phytosanitaire de la production.

De nombreux signaux de marché permettent de croire que la production de pommes de terre de semence peut connaître une croissance importante au cours des prochaines années. Parmi les conditions gagnantes, on retrouve en tête de liste des exigences plus élevées en matière de qualité de la part des acheteurs. À cet égard, le programme de certification constitue un atout indéniable.

De plus, l'image projetée sur les marchés par les investissements de ce programme de qualité pourra certainement servir à l'ensemble de l'industrie québécoise de la pomme de terre.

Les interventions de l'Office dans la mise en marché de la pomme de terre

Globalement, la Régie reconnaît les efforts particuliers de la Fédération à mettre à exécution les recommandations formulées dans le rapport d'évaluation périodique de février 2009.

Par son grand souci d'améliorer constamment la qualité du produit, elle poursuit ses activités d'inspection aux entrepôts, activités qu'elle étendra dorénavant plus régulièrement auprès des réseaux des fruiteries.

De même, une réflexion sur les différentes clientèles à cibler (exportation, institutionnelle, industrielle) apparaît comme nécessaire. Ce travail important sera plus fructueux avec une participation active des intervenants de la filière.

Finalement, soucieuse de recueillir et de divulguer à ses membres l'information disponible, la Fédération a su déployer de nombreux outils, allant de mécanismes de diffusion à la conclusion d'ententes avec les distributeurs sur l'évolution des ventes. Ce n'est toutefois qu'en mobilisant ses producteurs à partager une vision commune des objectifs et des enjeux de l'industrie, quelle que soit la catégorie, qu'elle réussira à les rencontrer.

D'ailleurs, la Fédération est en voie de préparer une planification stratégique pour les cinq prochaines années. La régie rappelle qu'en vue de mesurer le progrès enregistré d'une telle planification, il est souhaitable de doter les objectifs et les actions qui en découlent d'indicateurs quantifiables et dont les paramètres sont sous le contrôle de la Fédération ou d'un partenaire impliqué.

LES RECOMMANDATIONS

Considérant ce qui précède, la Régie recommande à l'Office :

- De travailler à maintenir et améliorer ses relations d'affaires avec les acteurs de la filière;
- De poursuivre les efforts entrepris visant le contrôle de la qualité de la pomme de terre en collaboration avec l'Association des emballeurs de pommes de terre du Québec, les distributeurs et les fruiteries;
- D'utiliser efficacement les ressources financières disponibles et les différents programmes gouvernementaux offerts au bénéfice de la recherche et du développement;
- De favoriser des projets en partenariat, notamment en innovation de produits, afin de répondre aux besoins souvent très évolutifs des marchés.
- D'examiner les avantages comparatifs qu'offre la certification de la pomme de terre afin de les valoriser auprès des acheteurs de pommes de terre certifiées comme des pommes de terre destinées à la table ou la transformation.
- De lui transmettre d'ici le 20 juin 2014, une version de son plan stratégique, comprenant des échéances de réalisations et des indicateurs de mesure liés aux interventions prioritaires et aux cibles identifiées.

Gilles Hains

Benoît Harvey

Louis-Philippe Paquin

ANNEXE

LES PERSONNES PRÉSENTES

La Régie :

- Gilles Hains, vice-président et régisseur, président de la formation
- Benoît Harvey, régisseur
- Louis-Philippe Paquin, régisseur
- Évelyne Martel, conseillère économique et secrétaire de la séance

La Fédération des producteurs de pommes de terre du Québec :

- Réal Brière, président
- Francis Desrochers, vice-président
- Jean-Luc Baril, administrateur
- Raphaël Desjardins, administrateur
- Gilles Drapeau, administrateur
- Norbert Drolet, administrateur
- Stéphane Gemme, administrateur
- Jean-Pierre Larouche, administrateur
- Michèle Poirier, administratrice
- Isabelle Turcot, administratrice
- Clément Lalancette, directeur général
- Annie Berger, économiste
- Denis Pelletier, économiste

La Financière agricole du Québec

- François Beaudin

Le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec

- Marie-Hélène Déziel, Direction du développement des secteurs agroalimentaires
- Marie-Claude Rioux, Direction du développement des secteurs agroalimentaires
- Laure Boulet, Direction régionale du Bas-Saint-Laurent
- Pierre Dumoulin, Direction de la planification et des priorités stratégiques
- Catherine Blanchet-Gélinas, Direction de l'amélioration de la compétitivité et des analyses stratégiques

Acheteurs

- Dimitri Fraeys, vice-président, Conseil de la transformation alimentaire et des produits de consommation
- Serge Grenier, Croustilles Yum Yum
- Valérie Jalbert, Croustilles Yum Yum
- André Hudon, Légumiers de l'Est

Consultant

- Claude Lambert

