

L'ÉVOLUTION DU SECTEUR MARAÎCHER AU QUÉBEC



**Préparé par Suzelle Morin
avec la collaboration
de Marie-Claude Rioux**

Direction des études économiques et
d'appui aux filières

24 janvier 2003

**Ministère
de l'Agriculture,
des Pêcheries
et de l'Alimentation**

Québec



SUJETS DE LA PRÉSENTATION

- ❖ **Les marchés**
- ❖ **La production**
- ❖ **L'organisation de la mise en marché**
- ❖ **La transformation**
- ❖ **Les enjeux**

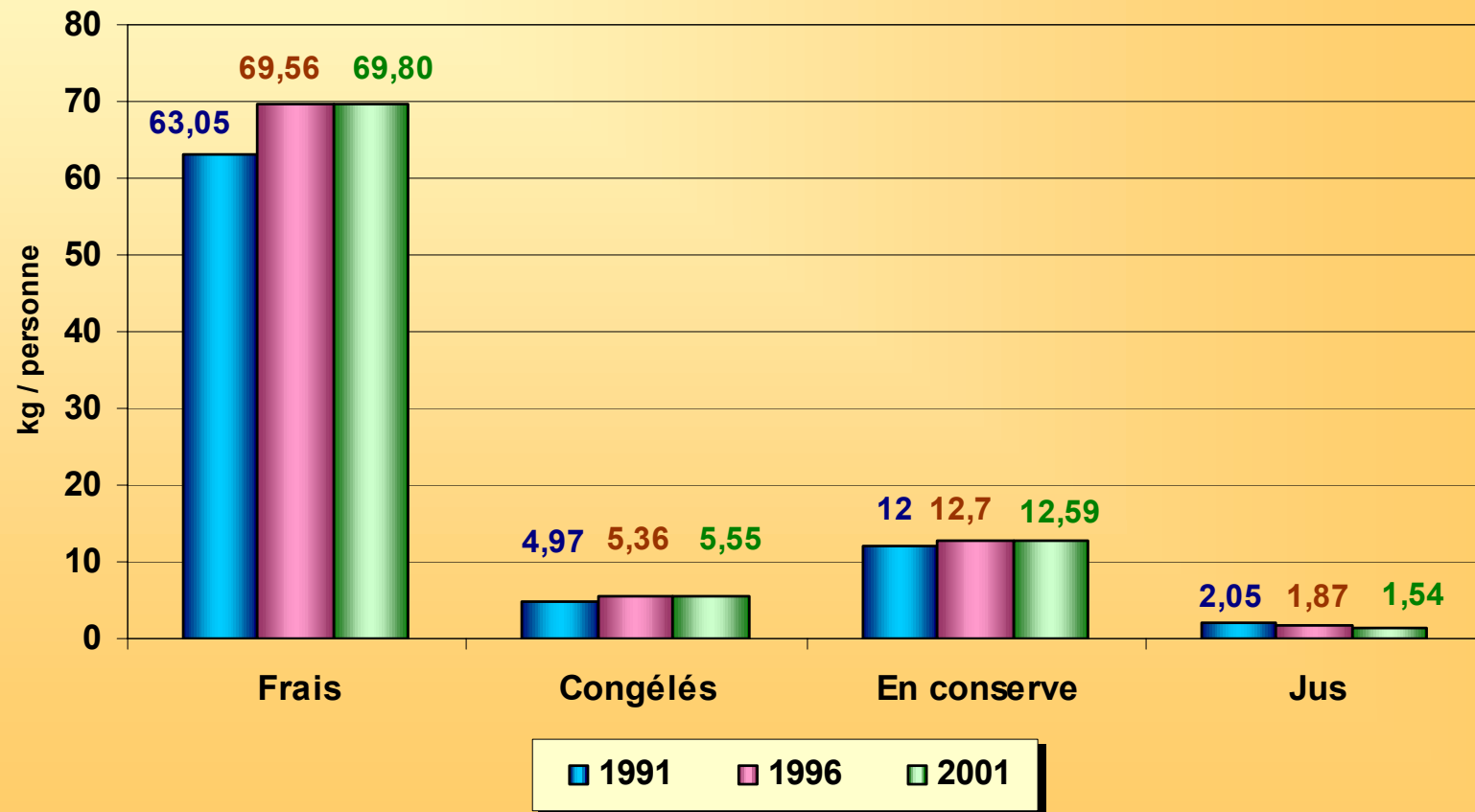
LES MARCHÉS

La consommation

Les échanges commerciaux

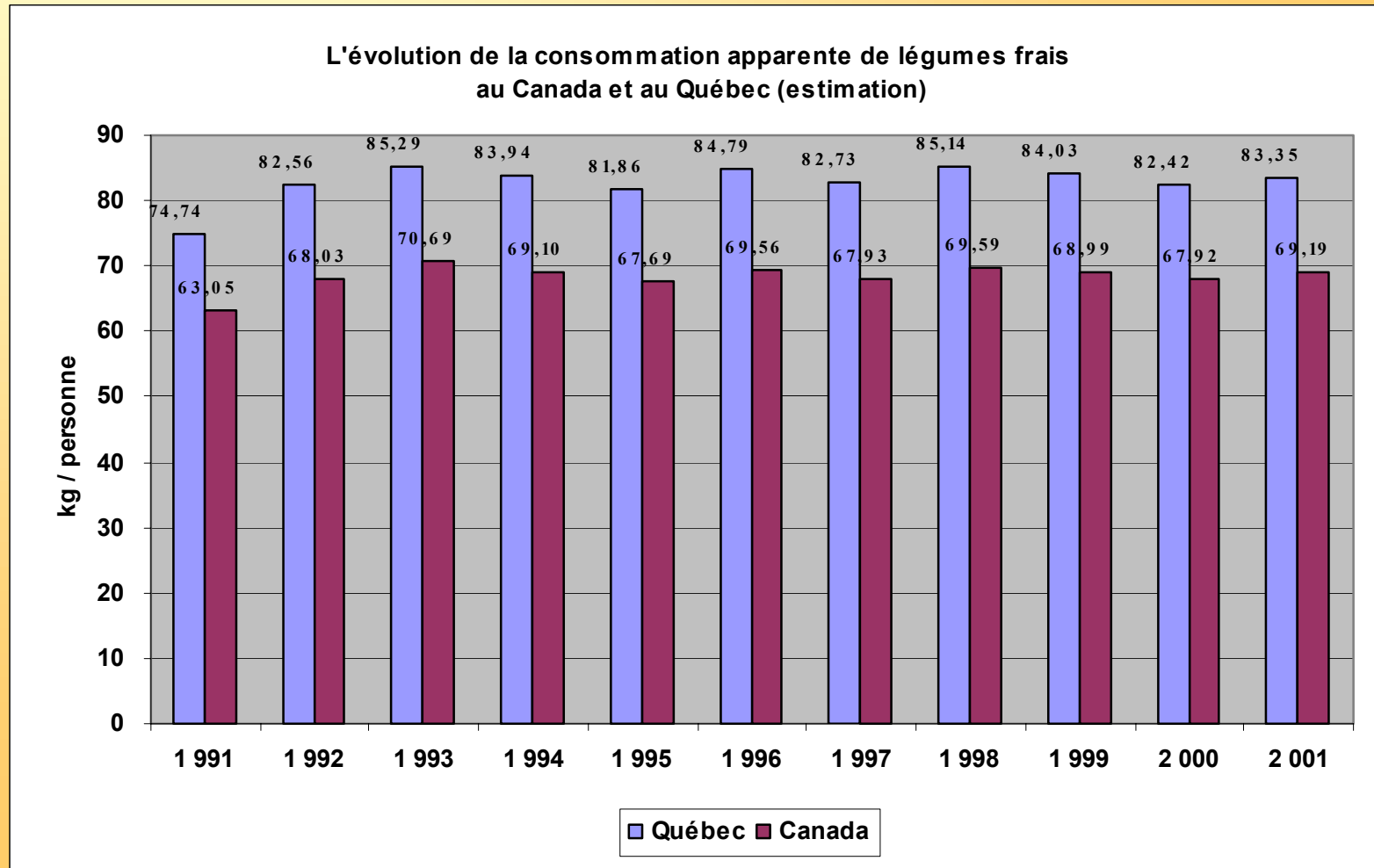
La consommation

Évolution de la consommation apparente de légumes (excluant pommes de terre) au Canada – par catégorie –



Évolution de la consommation apparente de légumes frais

- Canada et Québec (estimation) -



Différence de la consommation apparente de légumes frais - Québec (estimation) vs Canada -

Supérieure

- ✓ Rutabaga (57,7 %)
- ✓ Concombre¹ (50,5 %)
- ✓ Maïs (46,2 %)
- ✓ Céleri (38,2 %)
- ✓ Haricot (35,9 %)
- ✓ Laitue¹ (29,8 %)
- ✓ Piment¹ (27,7 %)
- ✓ Carotte² (23,9 %)
- ✓ Radis (20,8 %)
- ✓ Chou (19,9 %)
- ✓ Tomate¹ (16,5 %)
- ✓ Courge et citrouille (15,3 %)

Inférieure

- ✓ Panais (-33,5 %)
- ✓ Asperge (-33,5 %)
- ✓ Betterave (-33,5 %)
- ✓ Épinard (-17,9 %)
- ✓ Pois (-17,4 %)

(1) Incluant légumes de serre

(2) Incluant mini-carotte

Quels sont les légumes frais préférés des Québécois (estimation) ?

<u>Légumes</u>	<u>Consommation apparente</u> <i>Kg / personne / année</i>
✓ Laitue ¹	14,34
✓ Tomate ¹	9,67
✓ Carotte ²	9,40
✓ Oignon sec et vert	8,27
✓ Concombre ¹	6,38
✓ Chou	5,11
✓ Céleri	4,68
✓ Maïs	4,18
✓ Piment ¹	4,12

(1) Incluant légumes de serre

(2) Incluant mini-carotte

Quelles sont les tendances québécoises de consommation de légumes frais?

Croissance

✓ Courge et citrouille	(+ 17 %)
✓ Concombre ¹	(+ 4,8 %)
✓ Tomate ¹	(+ 4,4 %)
✓ Pois	(+ 3,5 %)
✓ Piment ¹	(+ 3,4 %)
✓ Betterave	(+ 2,6 %)
✓ Panais	(+ 2,2 %)
✓ Oignon sec et vert	(+ 2,1 %)

Baisse

✓ Rutabaga	(- 4,3 %)
✓ Maïs	(- 3,6 %)
✓ Céleri	(- 2,2 %)
✓ Carotte ²	(- 1,3 %)

(1) Incluant légumes de serre

(2) Incluant mini-carotte

Quels sont les principaux facteurs d'influence ?

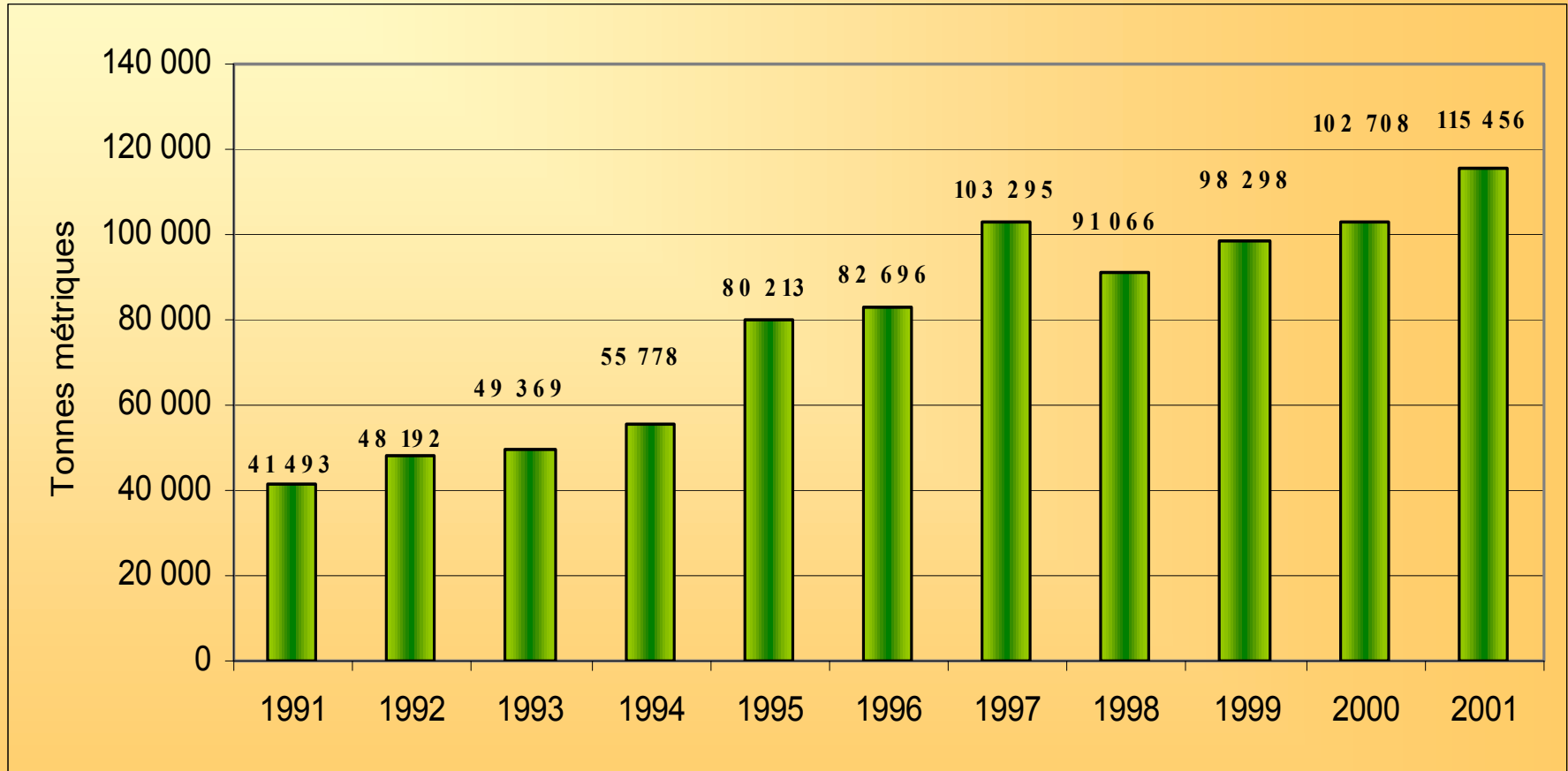
- ✓ Démographie
- ✓ Population vieillissante
- ✓ Diversité culturelle
- ✓ Dépenses alimentaires
- ✓ Comportement des marchés

Quelles seront les tendances de consommation alimentaire ?

- ✓ Santé et nutrition (*Aliments faibles en gras, nutraceutiques, etc.*)
- ✓ Variété (*Aliments nouveaux et ethniques*)
- ✓ Qualité et fraîcheur (*Meilleure qualité/prix*)
- ✓ Commodité (*Gestion du temps*)
- ✓ Préoccupation environnementale (*Aliments biologiques*)

Les échanges commerciaux

Comment ont évolué les exportations québécoises de légumes frais ?



Qui sont les consommateurs de légumes frais québécois sur les marchés d'exportation?

- ✓ États-Unis (*New-York, New-Jersey, Massachusetts, Pennsylvanie et Michigan*)
- ✓ Amérique du Sud et Union Européenne

Quels sont les principaux légumes frais exportés par le Québec ?

✓ Carotte ²	(25,4 %)
✓ Chou	(21,5 %)
✓ Laitue ¹	(19,1 %)
✓ Oignon sec et vert	(13,9 %)
✓ Chou-fleur	(4,3 %)

(1) Incluant légumes de serre

(2) Incluant mini-carotte

Quelle est la tendance des exportations québécoises de légumes frais ?

Croissance

- ✓ Épinard
- ✓ Poireau
- ✓ Piment (doux et fort)¹
- ✓ Concombre¹
- ✓ Laitue¹
- ✓ Oignon sec et vert
- ✓ Tomate¹
- ✓ Chicorée
- ✓ Betterave
- ✓ Chou

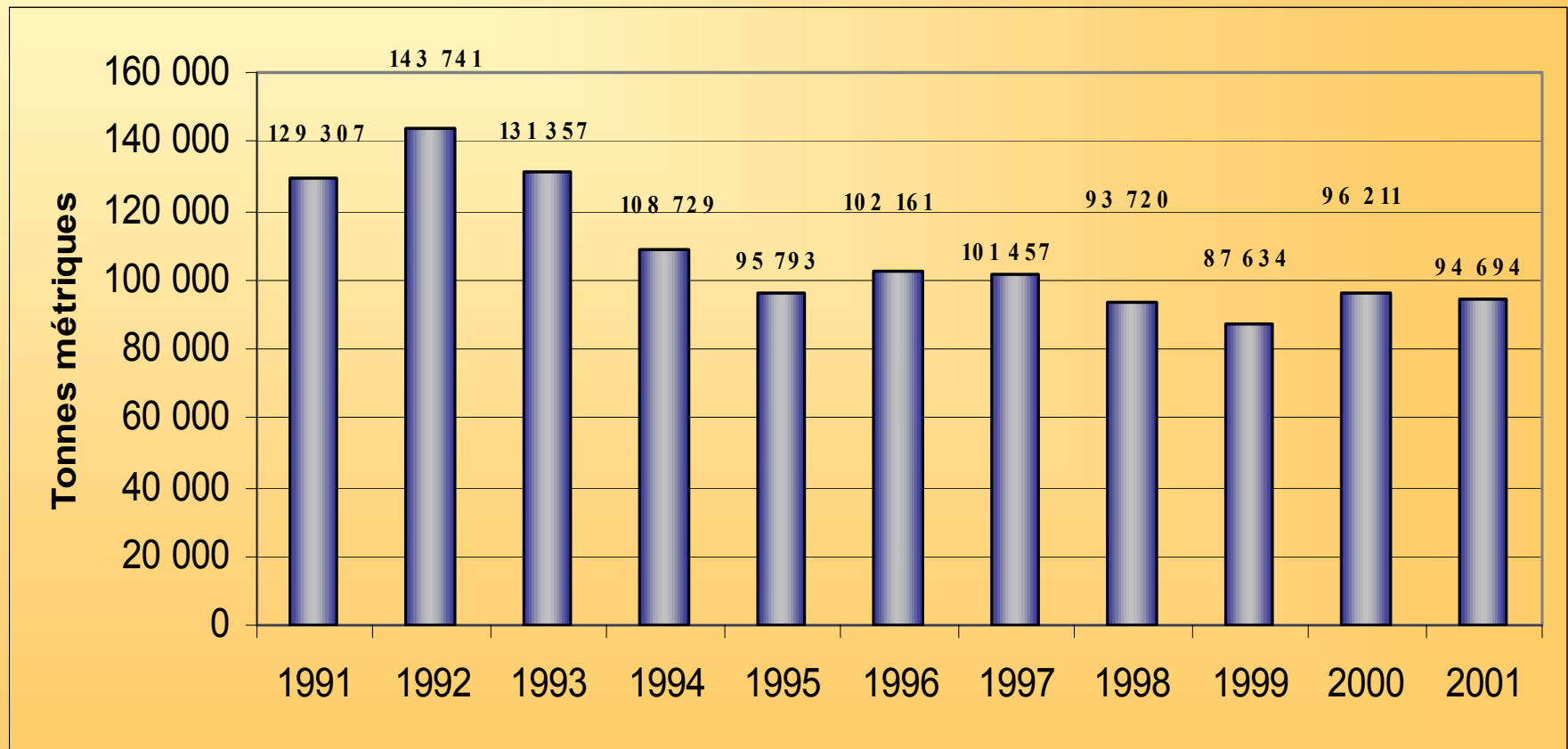
Baisse

- ✓ Rutabaga et navet
- ✓ Céleri
- ✓ Carotte²
- ✓ Ail

(1) Incluant légumes de serre

(2) Incluant mini-carotte

Comment ont évolué les importations québécoises de légumes frais ?



Qui sont les pays fournisseurs de nos importations de légumes frais?

- ✓ États-Unis (*Floride, Virginie, Californie, Georgie, New-Jersey*)
- ✓ Union Européenne
- ✓ Autres (*Mexique, Chine, Amérique du Sud*)

Quels sont les principaux légumes frais importés par le Québec ?

- ✓ Tomate¹ (21,7 %)
- ✓ Piment¹ (19,9 %)
- ✓ Maïs (6,4 %)
- ✓ Concombre et cornichon¹ (5,8 %)
- ✓ Laitue¹ (5,7 %)

(1) Incluant légumes de serre

Quelle est la tendance des importations québécoises de légumes frais ?

Croissance

- ✓ Asperge
- ✓ Betterave
- ✓ Chou
- ✓ Pois
- ✓ Piment¹
- ✓ Tomate¹

Baisse

- ✓ Céleri
- ✓ Chou-fleur
- ✓ Oignon sec et vert
- ✓ Carotte²
- ✓ Laitue¹
- ✓ Brocoli
- ✓ Concombre et cornichon¹
- ✓ Radis
- ✓ Maïs

(1) Incluant légumes de serre

(2) Incluant mini-carotte

LA PRODUCTION

Importance économique du secteur des légumes frais

- ✓ 30 % des recettes monétaires horticoles et 4 % de l'ensemble du secteur agricole - (186 M\$)
- ✓ Hausse de 30 % des recettes en provenance des marchés (1991 vs 2001)
- ✓ 1 496 entreprises (- 35 % depuis 1993) et environ 6 % certifiées ou en voie de certification biologique (Montérégie, Estrie, Centre du Québec et Laurentides)

Importance économique du secteur des légumes frais (suite)

- ✓ 80 % du volume de production de l'ensemble des légumes (plutôt stable)
- ✓ Part de la production canadienne (Québec vs Canada):

- laitue	(78,7 %)	- poivron	(51,8 %)
- oignon vert	(59,1 %)	- chou chinois	(48,9 %)
- brocoli	(58,7 %)	- carotte	(45,7 %)
- concombre	(56,9 %)	- maïs	(40,2 %)
- chou	(54,3 %)		

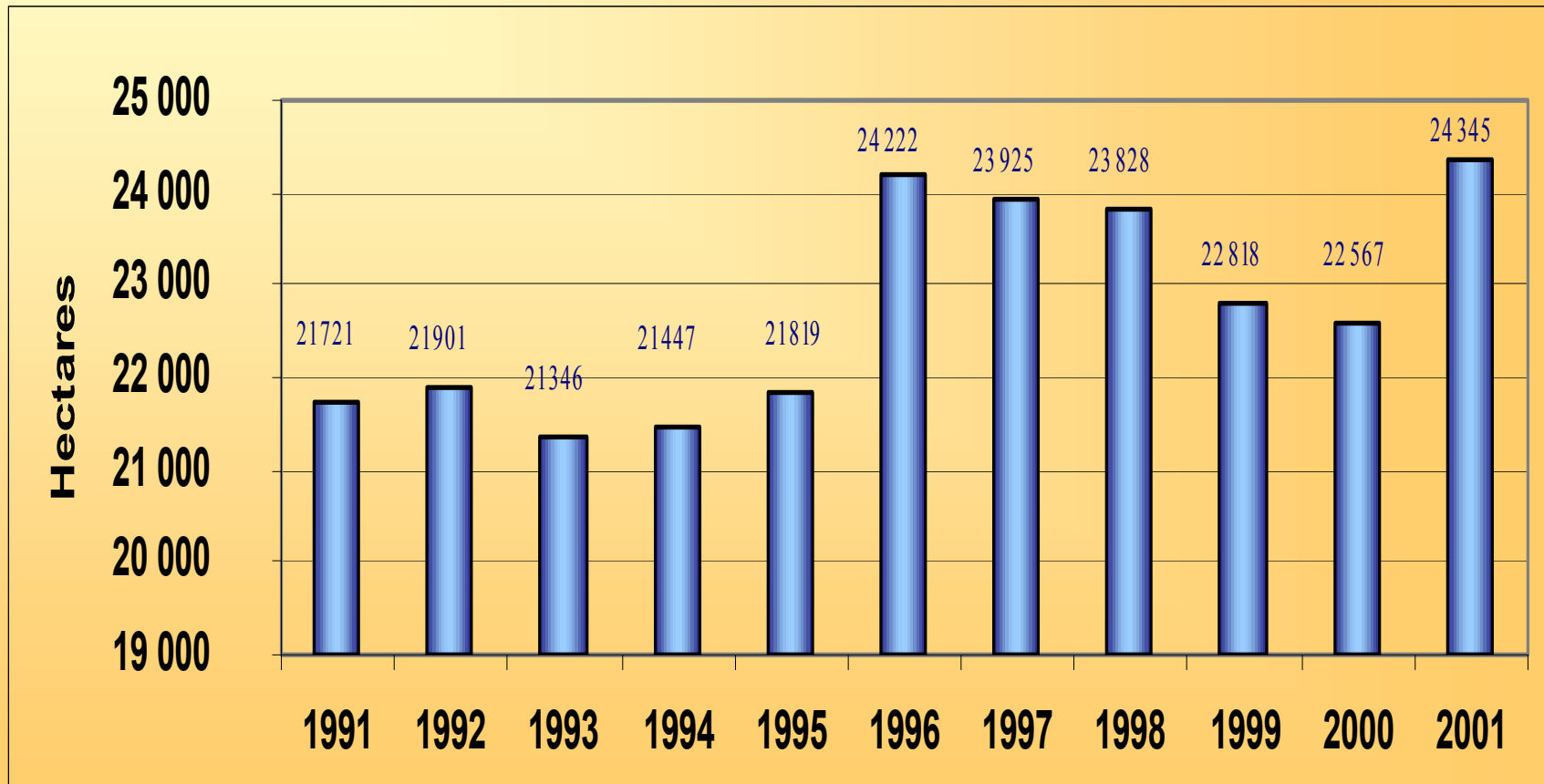
Quelles sont les principales régions productrices de légumes frais?

Principales régions productrices

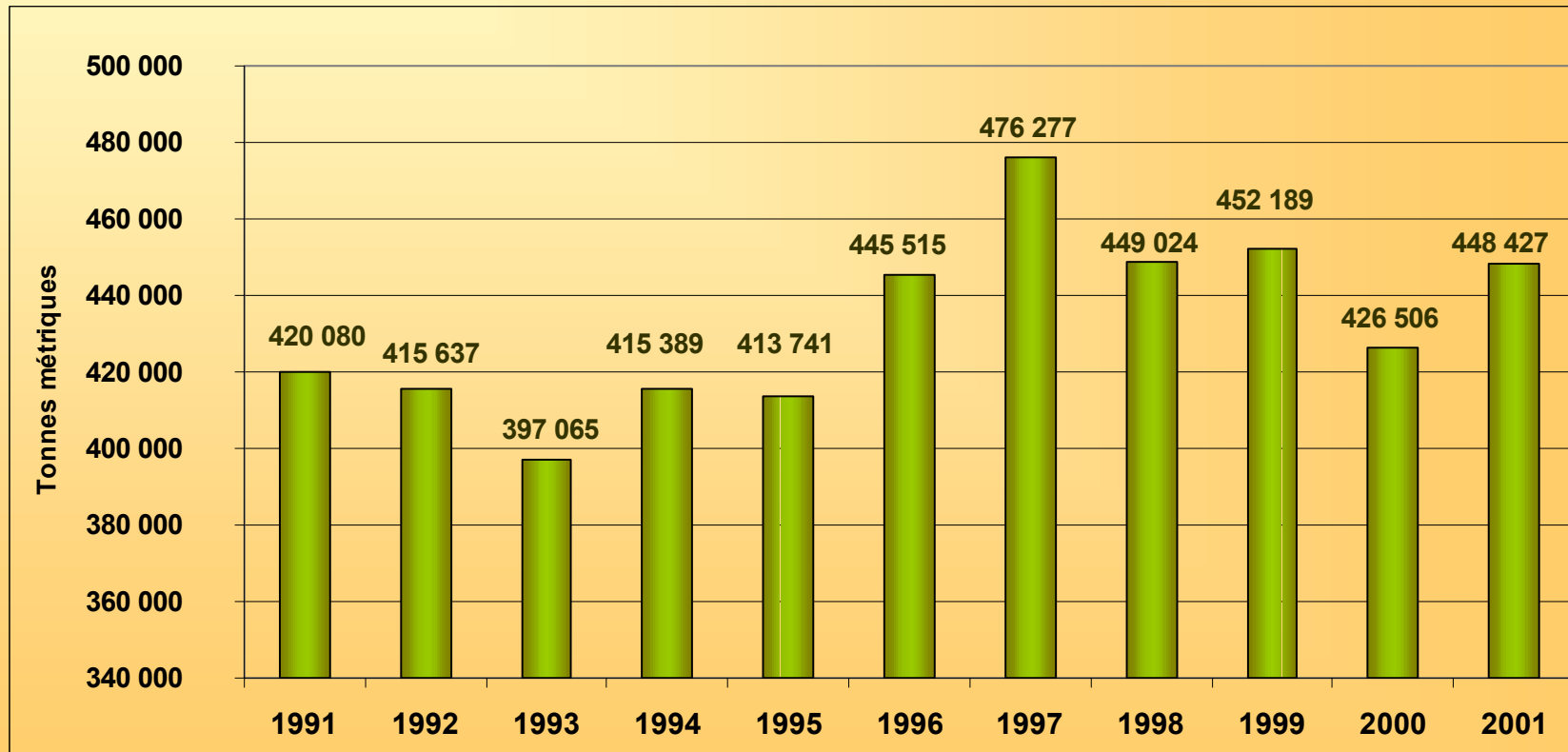
Part de la superficie provinciale

✓ Montérégie	51,5 %
✓ Lanaudière	16,2 %
✓ Laurentides	8,8 %
✓ Québec	5,0 %
✓ Mauricie	4,4 %
✓ Centre du Québec	1,8 %

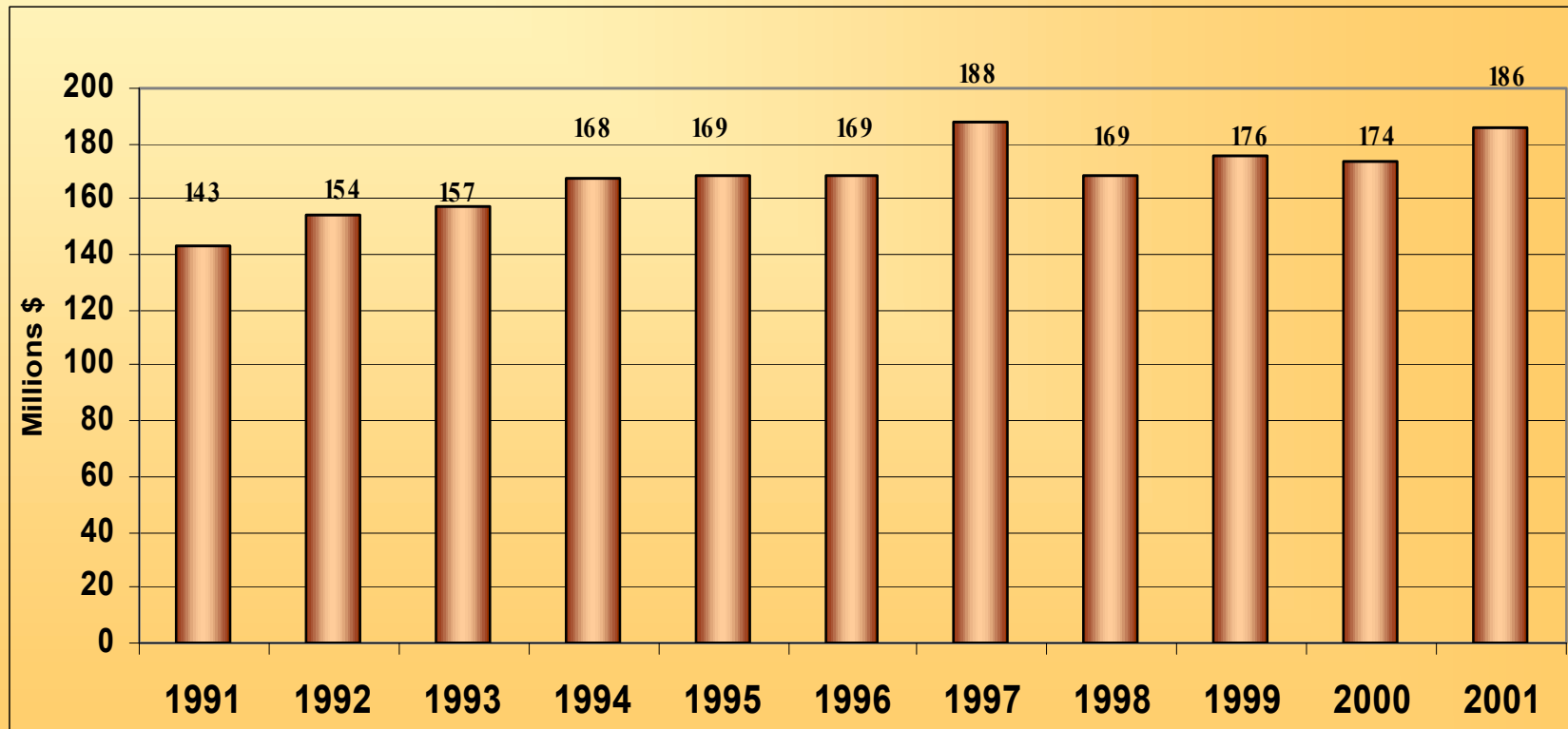
Comment ont évolué les superficies de légumes frais au Québec ?



Comment a évolué le volume de production de légumes frais au Québec ?



Comment a évolué la valeur de la production de légumes frais au Québec ?



Comment se comparent les productions de légumes frais québécoise et ontarienne ?

- ✓ Légère hausse (Québec)
- ✓ Diminution (Ontario)
- ✓ Québec vs Ontario:
 - *Superficie* + 18,2 %
 - *Volume de production* + 28,7 %
 - *Valeur à la ferme* + 28,9 %

Les constats

- ✓ Hausse de la demande (+ 2,6 %)
 - *Consommation intérieure* (+ 1,7 %)
 - *Exportations* (+ 10,8 %)
- ✓ Légère hausse de l'offre intérieure
 - *Volume de production* (+ 0,7 %)
- ✓ Diminution des importations (- 3,1 %)
- ✓ Probablement une hausse des approvisionnements des autres provinces (*estimation - pas données disponibles*)

L'ORGANISATION DE LA MISE EN MARCHÉ

Au niveau de la production (pour le frais)

- ✓ Mise en marché non organisée collectivement
- Prix est fonction de l'offre et de la demande
- ✓ Aucune inspection gouvernementale sur le marché intérieur
- ✓ Prix: hausse annuelle de 2 % (1991 à 2001)

Quels sont les légumes frais qui ont subi une hausse des prix aux producteurs au cours des trois dernières années (1999 à 2001) ?

- | | | | |
|-------------|----------|--------------|---------|
| - Concombre | (13,5 %) | - Oignon sec | (5,7 %) |
| - Maïs | (11,5 %) | - Brocoli | (5,2 %) |
| - Céleri | (7,3 %) | - Betterave | (3,7 %) |
| - Chou | (6,3 %) | - Asperge | (3,0 %) |
| - Haricot | (6,3 %) | | |
| - Laitue | (6,0 %) | | |

Quels sont les modes de mise en marché ?

- ✓ Emballeurs (ex.: carottes - 78)
- ✓ Regroupements de producteurs
- ✓ Marché central et publics

Quels sont les circuits de distribution ?

- ✓ Grossistes et courtiers
- ✓ Distributeurs et détaillants
- ✓ Fruiteries
- ✓ Services alimentaires (HRI)

LA TRANSFORMATION

- ✓ Plus de 20 % de tous les légumes produits acheminés aux entreprises de transformation
- ✓ Principaux légumes destinés à la transformation: pois, haricot, maïs, concombre, carotte, rutabaga, chou, oignon, courge et citrouille, chou-fleur, céleri, poireau et tomate
- ✓ Principales entreprises de transformation :

Conserveries et congélation

- *Aliments Carrière inc.*
- *Kraft Canada inc. (Nabisco)*
- *Produits Ronald – Industrie Lassonde*
- *Corporation Alimentaire Whytes's Inc.*

Prêt-à-l'emploi

- *Saladexpress (1995) inc.*
- *Tanimura and Antle (T&A)*

LES ENJEUX

- ✓ Maintien ou augmentation de la consommation de légumes frais (intérieure et extérieure)
 - *connaissance des besoins des consommateurs*
 - *nouvelle présentation du produit*
 - *davantage d'efforts de R&D*
 - *nouveaux produits et créneaux de marché*
- ✓ Bonne qualité du produit
 - *système de contrôle de la qualité*
 - *sensibilisation des distributeurs*
- ✓ Préoccupation de coordination de la mise en marché
- ✓ Davantage de promotion

Merci !

Bonne saison 2003

