

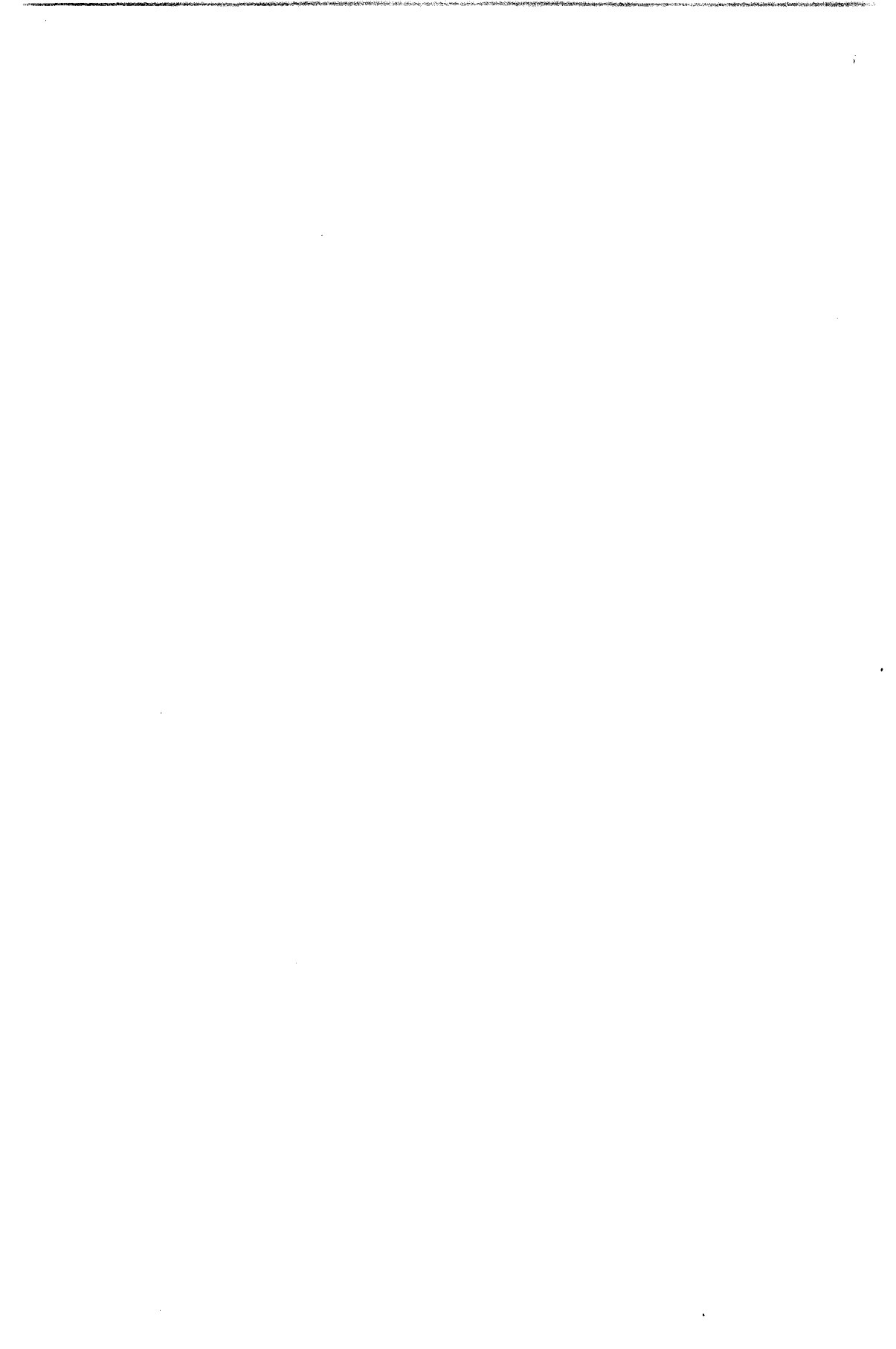
Q
A11D4
A28/A3
10

A

LA MISE EN MARCHÉ DES FRUITS ET LÉGUMES AU QUÉBEC



**Rapport de
la commission
royale d'enquête
sur l'agriculture
au Québec**



LA MISE EN MARCHÉ DES FRUITS ET LÉGUMES AU QUÉBEC

**Rapport de
la commission
royale d'enquête
sur l'agriculture
au Québec**

Gouvernement du Québec / 1967



A Son Excellence

le Lieutenant-gouverneur en Conseil du Québec

Nous, membres de la Commission royale d'enquête sur l'agriculture au Québec, avons l'honneur de vous présenter notre rapport sur la mise en marché des fruits et légumes au Québec.

Notre Commission a été instituée par l'arrêté en conseil numéro 1422 du 27 juillet 1965 pour faire enquête sur les moyens à prendre pour que la production agricole rapporte aux agriculteurs un revenu équilibré par rapport à celui des autres classes de la société.

Nous prions Votre Excellence de bien vouloir agréer le présent rapport que nous vous soumettons respectueusement.

Nolasque April
président

Rosario Cousineau

E. A. Dugas

C. B. Neapole

G. C. Thomson

Maurice Tremblay
membres.

René Monette
secrétaire.

Montréal, avril 1968.



CHAPITRE I

Situation de la production horticole

1. *Importance de l'horticulture au Québec*

En 1965, la culture fruitière au Québec couvrait 31,860 acres dont 25,745 en pommiers et rapportait aux producteurs \$11,643,000. Par ailleurs, la culture des légumes autres que la pomme de terre couvrait 84,090 acres avec une production d'une valeur à la ferme de \$15,499,000. L'importance relative en superficie des divers légumes cultivés au Québec pour la vente à l'état frais et pour la mise en conserve est indiquée dans le tableau 1. Quant à la pomme de terre, avec les 63,500 acres qui lui étaient consacrées, elle constituait, en superficie, la quatrième culture de la province après le foin, l'avoine et les grains mélangés et elle rapportait aux cultivateurs des revenus bruts de \$13,104,000.

Le total des revenus de l'horticulture s'élevait à \$40,246,000 en 1965, ce qui représentait 6.8 pour cent du revenu brut total des cultivateurs du Québec.

La même année, seulement 3.1 pour cent des fermes commerciales du Québec, soit 1,313 sur 41,961, étaient classées dans la catégorie de recensement « fruits et légumes, » ce qui indique que beaucoup de fruits et de légumes sont cultivés sur des fermes où ils ne constituent pas la production majeure.

Tableau 1. Estimation de la superficie plantée en légumes destinés au marché frais ou à la transformation, au Québec, 1962-65

ESPECES	Superficie plantée			
	1962	1963	1964	1965
Marché frais:	acres			
Asperges	240	280	290	290
Betteraves	1,130	1,270	1,440	1,530
Carottes	6,810	7,800	8,730	9,910
Céleri	380	450	390	370
Choux	2,060	2,390	2,540	2,220
Choux-fleurs	800	830	1,000	1,140
Concombres	2,290	2,620	2,990	3,180
Epinards	180	200	250	230
Haricots frais	980	1,120	950	1,310
Laitue	2,300	2,490	2,650	2,670
Maïs frais	7,990	7,850	8,020	9,010
Navet de table	1,700	1,900	2,190	2,230
Oignons	2,750	2,860	2,500	3,000
Tomates fraîches	3,170	2,970	2,740	2,750
TOTAL: Marché frais	32,780	35,030	36,680	39,820
Transformation:				
Haricots	10,210	13,370	14,790	14,480
Maïs	10,420	8,860	9,530	11,050
Pois	144,130	16,570	18,940	18,210
Tomates	2,800	1,610	1,460	530
TOTAL: transformation	37,560	40,410	44,720	44,270
Superficie totale	70,340	75,440	81,400	84,090

Source: Superficie en légumes, B.S.Q.

2. Répartition géographique de la production horticole

Déjà, avant la deuxième Guerre Mondiale, la production commerciale des fruits et des légumes¹ au Québec était fortement concentrée dans la région de Montréal, plus particulièrement sur l'Île de Montréal et dans les comtés nord limitrophes, ne débordant qu'à peine sur la rive sud, dans les comtés de Laprairie, Napierville et Châteauguay. En 1965, des 84,090 acres consacrées à la culture des légumes dans la province, 76,927 étaient encore situées dans cette même région, bien que la culture maraîchère se soit déplacée de l'Île de Montréal et des comtés nord limitrophes envahis par l'urbanisation vers les comtés de la rive sud, notamment des terres organi-

1. A moins d'indication contraire, quand nous parlons de légumes dans ce rapport, la pomme de terre n'est pas incluse et nous en traitons séparément.

Tableau 2. Superficie et valeur à la ferme des légumes cultivés pour fins commerciales dans la province de Québec, par région économique, 1965 ¹

Régions économiques	Superficie cultivée	Valeur totale à la ferme
1. Gaspésie - Bas Saint-Laurent	838	228.2
2. Saguenay - Lac-Saint-Jean	356	81.8
3. Québec	2,346	758.0
4. Trois-Rivières	1,442	312.0
5. Cantons de l'Est	762	195.7
6. Montréal	67,504	10,505.0
7. Montréal - Métropolitain	9,423	1,465.7
8. Outaouais	385	87.1
9. Abitibi - Témiscamingue	111	27.5
10. Côte-Nord - Nouveau-Québec	73	23.0
Province de Québec	83,240 ²	13,684.0

1. Source: Bulletin: Légumes, Section Agricole, Bureau de la statistique du Québec, 1966, Ministère de l'Industrie et du Commerce

2. Il s'agissait alors d'un estimé, de là l'écart de 750 acres avec le total de 84,090 qui figure au tableau 1.

ques propices à la culture des légumes pour consommation à l'état frais ont été mises en valeur. C'est aussi dans cette même région de Montréal que s'est développée la culture de la pomme; les comtés de Rouville, Missisquoi, Huntingdon et Deux-Montagnes fournissant à eux seuls 80.7 pour cent de la production québécoise en 1965.

La culture de la pomme de terre, par contre, est plus dispersée. En 1966, les 74,731 acresensemencées en pommes de terre étaient réparties entre 34,484 fermes disséminées dans toute la province, soit à raison d'un peu plus de 2 acres par exploitation. En 1964, une étude du ministère de l'Agriculture et de la Colonisation établissait qu'il n'y avait que 125 fermes au Québec où l'on ensemencait 50 acres ou plus en pommes de terre. L'éparpillement de la production entre un nombre trop considérable de petits producteurs est l'une des principales faiblesses de cette culture au Québec.

Tableau 3. Pommes: estimation définitive de la récolte au Québec, par centre de production, 1965 ¹

Comtés	Boisseaux
Deux-Montagnes	1,074,000
Huntingdon	1,141,000
Missisquoi	1,402,000
Montmorency	156,000
Rouville	2,630,000
Autres comtés	1,330,000
TOTAL	7,733,000

1. Source: Bulletin: Fruits, Section agricole, Bureau de la Statistique du Québec, 1966, Ministère de l'Industrie et du Commerce.

Tableau 4. Production et valeur de la récolte commerciale de bleuets au Québec, 1965 ¹

Région	Production '000 lb	Valeur \$ '000
Lac-Saint-Jean - Chicoutimi	2,089	627
Abitibi - Témiscamingue	700	160
Charlevoix - Saguenay	216	65
Autres régions	76	30
Province	3,081	882

1. Source: L'Annuaire du Québec, 1966-1967.

3. Perspectives de développement

Le développement de notre horticulture est fonction de l'évolution de la demande de fruits et de légumes à l'intérieur et à l'extérieur de la province et de l'aptitude de notre industrie horticole à satisfaire avantageusement cette demande. Il faut dire en effet que, par suite des progrès dans les moyens de transport et des techniques de conservation, la mise en marché des fruits et des légumes se fait de plus en plus sur une base continentale et même mondiale pour certains produits, en sorte que les productions maraîchères et fruitières ont tendance à se localiser dans les régions qui leur sont les plus propices, quel que soit leur éloignement des marchés. Ce qui revient à dire que les marchés extérieurs sont normalement ouverts à celles de nos productions pour lesquelles nous avons certains avantages comparatifs mais que, par contre, nous ne pouvons nous attendre à garder la priorité sur notre propre marché intérieur que pour ces mêmes productions, compte tenu cependant de l'avantage économique que comporte quand même la proximité de ce marché et d'une certaine marge normale d'assistance et de protection pour les productions locales. Et c'est dans ces perspectives qu'il faut, nous semble-t-il, analyser les possibilités de développement que peuvent offrir à notre horticulture tant le marché intérieur que les marchés extérieurs.

La demande intérieure

La demande intérieure pour les fruits et légumes est fonction de l'évolution de la population, de son revenu, de ses modes de vie et de ses goûts.

La population du Québec, par suite de l'accroissement naturel et de l'immigration nette, s'est accrue de 25 pour cent de 1955 à 1965 inclusivement. Elle est passée de 4,517,000 en 1955 à 5,657,000 en 1965, ce qui représente un accroissement de 1,140,000 dans le nombre de consommateurs. On estime que la population du Québec sera de 6,984,000 en 1976, ce qui veut dire que nous aurons alors 1,327,000

consommateurs de plus que nous n'en avons en 1965. Il y aura donc une demande accrue d'aliments et par conséquent, de fruits et de légumes. L'accroissement du niveau de vie devrait aussi se traduire par un développement de notre marché interne de fruits et de légumes.

En raison de l'inélasticité de la demande alimentaire, au-delà d'un certain niveau de vie, la consommation globale d'aliments n'augmente pas avec l'accroissement du revenu. C'est ainsi que, de 1953 à 1965, le revenu per capita des québécois, calculé en dollars constants, est passé de \$842 à \$1,143 sans que cet accroissement de plus de 35 pour cent s'accompagne d'une augmentation proportionnelle de la consommation d'aliments per capita. En fait, celle-ci a même légèrement diminué. Cependant cet accroissement de revenu a eu pour effet, comme partout ailleurs, d'inciter les consommateurs québécois à introduire dans leur ration quotidienne des aliments plus dispendieux, dont la viande de boeuf, des aliments à divers degrés de transformation et notamment une plus forte proportion de fruits et de légumes frais.

Le changement de notre mode de vie a encouragé cette modification de notre régime alimentaire.

En général le québécois moyen n'a pas à fournir dans sa vie quotidienne autant d'efforts physiques qu'autrefois. Le nombre de travailleurs manuels diminue d'ailleurs constamment avec une baisse correspondante des besoins caloriques. De plus, la hausse des revenus, le changement des habitudes sociales, le travail de la femme en dehors du foyer, ont tendance à populariser de plus en plus l'usage de viandes, de fruits et de légumes ayant subi un conditionnement plus poussé, aliments qui ont l'avantage d'être prêts à servir immédiatement ou de pouvoir être préparés dans un court laps de temps, avec un minimum de travail.

Pour toutes ces raisons, la consommation des fruits et légumes a augmenté dans notre province comme partout au Canada. Ceci est illustré dans le tableau 5 qui donne la moyenne canadienne de la consommation, par tête, de fruits et légumes, ainsi que leur répartition en livres consommés à l'état frais et à l'état transformé (sur la base de l'équivalent frais).

Le tableau 5 montre que la consommation moyenne par tête de légumes frais et transformés au Canada est passée de 142.38 lb en 1955 à 177.99 lb en 1965, soit une augmentation de 35.52 livres par personne. D'autre part, on constate que durant la même période, la consommation des légumes à l'état frais n'a augmenté que de 10 livres par tête alors que celle des légumes transformés a augmenté de 25.07 livres (équivalent frais) par tête.

On constate aussi à l'étude de ce dernier tableau que la consom-

Tableau 5. Consommation moyenne per capita de fruits et légumes à l'état frais et transformé, au Canada, 1955-1965, en lb équivalent frais

	1955	1956	1957	1958	1959	1960	1961	1962	1963	1964	1965
Légumes											
Frais	74.5	75.25	76.86	91.79	80.36	85.61	88.16	79.95	83.72	80.47	84.05
Transformé	68.33	71.93	75.21	75.69	73.72	76.29	78.77	81.43	82.32	79.58	93.04
TOTAL	142.83	147.18	152.07	167.48	154.08	161.90	166.93	161.38	166.04	160.05	177.09
Fruits											
Frais	150.97	154.88	158.14	148.24	148.46	139.70	142.00	139.48	136.58	131.24	130.08
Transformé	6.99	6.90	6.64	13.88	9.52	14.23	14.23	18.34	17.63	24.04	30.02
TOTAL	157.96	161.78	164.78	162.12	157.98	153.93	156.23	157.82	154.21	155.28	161.00

Préparé par B.S.Q. source B.F.S.

Tableau 6. Consommation moyenne per capita de pommes de terre à l'état frais et à l'état transformé, au Canada, 1955-1965, en lb équivalent frais

	1955	1956	1957	1958	1959	1960	1961	1962	1963	1964	1965
Frais	150.97	154.88	158.14	148.24	148.46	139.70	142.00	139.48	136.58	131.24	130.8
Transformé	6.99	6.90	6.64	13.88	9.52	14.23	14.23	18.34	17.63	24.04	30.2
TOTAL	157.96	161.78	164.78	162.12	157.98	153.93	156.23	157.82	154.21	155.28	161.0

Préparé par B.S.A. source B.F.S.

mation totale de fruits n'a que légèrement augmenté durant la même période puisqu'elle est passée de 157.96 lb par tête en 1955 à 161.0 lb par tête en 1965. Par contre, on remarque que la tendance à consommer des produits transformés est plus forte pour les fruits que pour les légumes, puisque cette consommation est passée de 6.99 livres par tête (équivalent frais) en 1955 à 30.2 livres en 1965.

Ces données représentent évidemment des moyennes canadiennes et ne reflètent pas exactement ce qui se passe au Québec. Elles nous donnent cependant une idée assez juste des grandes tendances dans ce domaine.

Des sondages effectués par le Bureau de recherche économique du ministère de l'Industrie et du Commerce nous permettent tout de même de préciser dans une certaine mesure la situation dans notre province. Ces sondages ont révélé que dans le cas des légumes, la consommation per capita au Québec équivalait à celle du Canada sauf que la proportion des produits transformés y était plus élevée de deux à trois livres, indiquant que nous consommons un peu moins de légumes frais que le reste du pays. Ils ont de plus confirmé une augmentation de 16 pour cent dans la consommation des légumes au Québec de 1953 à 1965.

De même, on a constaté que la consommation de fruits per capita était à peu près équivalente à celle du Canada, mais que nous consommons 4 à 5 livres de plus par tête de fruits à l'état frais. Cette situation s'explique par une augmentation de 25 pour cent dans la consommation des pommes depuis 1953, alors qu'au cours de la même période la consommation totale de fruits par personne au Québec n'augmentait que de 11 pour cent.

Légume à bon marché, la pomme de terre ne jouit pas de la même faveur qu'on accorde aux autres légumes dans les pays développés. Loin d'augmenter, sa consommation est partout à la baisse, au Québec comme ailleurs.

Les sondages du Bureau de recherches économiques ont révélé que sa consommation par tête au Québec est passée de 199 livres en 1953-55 à 180 livres par tête en 1965. Elle est toutefois encore supérieure de 19 livres par tête à la moyenne canadienne.

Si nous étudions ce qui s'est produit au Canada de 1955 à 1965 (voir tableau 6), nous constatons que la consommation de pommes de terre a eu tendance à se stabiliser, en dépit d'une diminution dans sa consommation à l'état frais de l'ordre de 20 livres par tête, par suite d'une augmentation de la consommation des pommes de terre transformées de 23 livres par tête environ.

En supposant que notre consommation globale de pommes de terre s'ajuste à la consommation canadienne actuelle, on s'attendrait à ce qu'elle diminue d'environ 10 pour cent, cette diminution pouvant

cependant être réduite dans une certaine mesure par l'accroissement de notre consommation de pommes de terre transformées qui est actuellement d'environ 40 pour cent inférieure à la moyenne canadienne.

Cette orientation de la demande vers des produits ayant subi une transformation de plus en plus poussée joue non seulement pour la pomme de terre, mais aussi pour les fruits et tous les autres légumes, comme d'une façon générale pour tous les produits agricoles. Et il faudra tenir compte de la concentration de la demande qu'elle implique au niveau de l'industrie de transformation et de la spécialisation qu'elle appelle au niveau de la production, si nous voulons non seulement maintenir mais accroître notre part du marché des produits horticoles.

La pomme de terre mise à part, les perspectives de développement de notre marché interne de fruits et de légumes à l'état frais et à l'état transformé sont donc prometteuses non seulement en raison de l'augmentation prévisible de la population mais aussi en raison de la préférence qu'elle a tendance à accorder à ce type d'aliments à mesure que son revenu s'accroît et que ses modes de vie se transforment.

Voyons maintenant quelle part de cette demande interne en expansion constante est et pourrait être satisfaite par notre horticulture.

Le Québec produit beaucoup moins de légumes frais qu'il n'en consomme. Une étude faite par le Conseil canadien de l'horticulture nous révèle qu'en 1961, alors que nous produisions pour une valeur de \$8,127,000 d'asperges, de betteraves, de carottes, de céleri, de choux, de choux-fleurs, de concombres, d'épinards, de laitue, d'oignons et de tomates, nous importions pour \$9,387,904 de ces mêmes légumes, sans compter les arrivages des provinces voisines, spécialement de l'Ontario (voir tableau 7).

D'autre part, la Commission a constaté que seulement 23 pour cent des fruits et légumes consommés dans l'agglomération de Montréal en 1966 originaient de notre province. Une certaine partie de ces fruits et légumes ne pouvant pas être produits dans notre province, nous avons repris l'évaluation en nous limitant à des productions possibles dans notre milieu, soit: la pomme, la fraise, la pomme de terre, la carotte, l'oignon, le céleri, la laitue et le navet. Cette seconde évaluation révèle que dans le cas de ces huit fruits et légumes seulement 36 pour cent de la consommation de l'agglomération montréalaise provient du Québec.

Tableau 7. Production et importations de quelques légumes au Québec, en 1961

Légumes	Production 1		Importation 2	
	Quantité lb	Valeur totale à la ferme \$	Quantité lb	Valeur \$
Asperges	374,000	72,000	548,285	95,586
Betteraves	15,012,000	315,000	717,496	24,504
Carottes	123,820,000	2,600,000	22,326,984	774,645
Céleri	8,785,000	290,000	34,352,087	1,062,766
Choux	32,616,000	750,000	14,820,000	319,146
Choux-fleurs	3,800,000	186,000	2,317,776	221,100
Concombres	14,768,000	473,000	7,895,888	480,691
Epinards	442,000	26,000	1,664,735	115,367
Laitue	15,900,000	604,000	46,660,943	1,674,000
Oignons	41,000,000	1,476,000	17,407,062	483,096
Tomates	31,779,000	1,335,000	55,984,147	4,137,063
	288,296,000	\$8,127,000	204,695,503	\$9,387,904

1. B.S.Q. Légumes 65.

2. Compilation du Conseil canadien de l'horticulture.

De plus, les sondages que nous avons effectués indiquent qu'actuellement près de 44 pour cent des pommes de terre consommées dans notre province proviennent de l'extérieur du Québec.

Une grande partie de ce déficit en fruits et en légumes que nous pouvons cultiver dans la province, ce qui est spécialement le cas de la pomme de terre, pourrait être comblée par une meilleure classification, mais surtout par un allongement de la période de mise en marché. Cette extension dans le temps de la commercialisation de nos fruits et légumes frais peut être assurée de deux façons:

- a) *dans le cas des fruits et légumes avant une courte période de conservation*
allongement de cette période de quelques jours, par l'utilisation de techniques telles que le refroidissement à l'eau glacée ou sous vide, l'irradiation et l'ozonisation;
- b) *dans le cas des fruits et légumes ayant une longue période de conservation*
prolongation de la période de conservation et de mise en marché de plusieurs mois, par l'utilisation de deux techniques combinées:
 - 1) l'entreposage dans des locaux réfrigérés ou à atmosphère contrôlée;
 - 2) l'utilisation d'inhibiteurs de croissance ou l'irradiation.

Les possibilités de répondre à la demande interne croissante de légumes en conserve sont par ailleurs déjà bien assurées, du moins dans le cas des pois, des haricots et du maïs, trois productions particulièrement bien adaptées aux conditions de culture des terres basses de la plaine de Montréal.

Calculé en pourcentage de la consommation provinciale, le volume de la production des conserveries établies dans la province s'élevait en effet en 1965 à 224 pour cent pour les pois, à 356 pour cent pour les haricots et à 161 pour cent pour le maïs.

Les marchés extérieurs

Comme nous venons de le constater, les marchés extérieurs nous sont déjà ouverts pour nos conserves de pois, de haricots et de maïs, puisque nous en produisons manifestement plus que nous en consommons. Sans doute pourrions-nous prendre une part encore plus grande de ces marchés.

En ce qui concerne les légumes et les fruits pour consommation à l'état frais, même si le volume global des arrivages de l'extérieur de la province l'emporte de beaucoup sur celui de nos expéditions en dehors de la province, nos exportations ne sont pas non plus négligeables, comme en témoigne le tableau 8 où ne figurent même pas nos expéditions vers les autres provinces canadiennes.

Une analyse du tableau 8 révèle que tous les produits que nous exportons sont précisément ceux pour lesquels nous disposons des facilités d'entreposage les plus modernes et pour lesquels nos horticulteurs se soumettent aux normes des règlements de classification. Il est aussi significatif de remarquer que nos plus fortes exportations concernent précisément les productions où la spécialisation est

Tableau 8. Evolution du commerce d'exportation du Québec pour certains fruits et légumes ¹

<i>Années</i>	<i>Pommes boisseaux</i>	<i>Carottes 50 lb</i>	<i>Oignons 50 lb</i>	<i>Navets 50 lb</i>
1957-58	2,678	— 2	610	— 2
1958-59	37,695	—	6,700	—
1959-60	101,867	44,000	3,180	160
1960-61	124,387	175,983	—	331
1961-62	113,729	250,000	22,700	10
1962-63	479,070	273,521	95,340	60
1963-64	386,191	317,944	79,673	247
1964-65	113,673	427,342	80,429	68,591
1965-66	686,146	388,873	86,600	37,829
1966-67	151,367	463,309	5,603	47,651

1. Sources: *Fruits et légumes frais*; Rapport sur les récoltes et les marchés de fruits, de légumes et de miel. Ministère de l'Agriculture, Service de la production et des marchés, Section des renseignements sur les marchés, Ottawa.
2. Non significatif pour ces années.

la plus poussée et où la concentration dans toutes les opérations de la mise en marché est la plus avancée, à savoir les pommes et les carottes.

Par contre, dans le cas des oignons et des navets, pour lesquels nous jouissons d'avantages comparatifs au moins équivalents, mais où la spécialisation et la concentration de l'apprêtage et de l'offre sont moins avancées, les volumes exportés sont beaucoup plus faibles.

Non seulement nos ventes à l'extérieur pourraient-elles s'accroître pour ce type de produits horticoles, mais il nous semble que, dans le cas des autres productions maraîchères et fruitières d'une plus courte période de conservation qui viennent bien dans certaines de nos régions et plus particulièrement dans la région de Montréal, nous ne devrions pas nous contenter de prendre une part grandissante de notre marché interne en nous conformant aux normes des règlements de classification et par l'utilisation de procédés modernes de conservation prolongée, mais ambitionner plus audacieusement d'entrer sur le marché nord-américain immédiat en jouant sur le décalage régional des saisons de production et en profitant des avantages qu'il peut nous offrir sur les marchés voisins.

Il apparaît donc, en conclusion, que pour les fruits et les légumes qui sont particulièrement bien adaptés à nos conditions de sol et de climat, il nous serait possible non seulement de devenir davantage auto-suffisants, mais encore de prendre une part grandissante du marché canadien et même du marché étranger.



CHAPITRE II

Évolution et tendances du commerce des produits alimentaires au Québec

1. *Introduction*

Nous sommes loin de l'époque où l'agriculture du Québec était d'abord orientée vers l'auto-consommation et ne mettait en vente que quelques produits bruts ou transformés à la ferme même, sur un marché immédiat et limité. L'industrialisation et l'urbanisation de notre province ont forcé notre agriculture à devenir une agriculture commerciale orientée vers une masse de consommateurs anonymes exigeant des produits agricoles de plus en plus élaborés; aussi, sommes-nous témoins du développement d'une vaste industrie alimentaire consacrée à l'entreposage, au conditionnement et à la transformation des produits agricoles et de l'apparition d'un réseau de plus en plus étendu et intégré de distribution des produits alimentaires.

Les contacts plus ou moins directs de l'agriculteur avec le consommateur sont disparus. Le producteur se trouve en présence d'un marché de masse difficile à évaluer et d'intermédiaires de moins en moins nombreux et de plus en plus puissants avec lesquels, en dehors de certaines formules de mise en marché collective, il n'a à peu près aucun pouvoir de marchandage. En sorte que le cultivateur québécois déjà aux prises avec les difficultés de la modernisation de son exploitation pour en assurer la rentabilité a, en plus, à faire face à de graves problèmes de mise en marché de ses produits.

2. *Consolidation du commerce d'épicerie au détail*

De tous les facteurs qui conditionnent actuellement la mise en marché des produits agricoles, le plus déterminant est sans contredit la consolidation du commerce de détail des produits alimentaires par le développement des magasins d'alimentation à succursales multiples et des chaînes d'épiciers associés.

L'expansion des magasins d'alimentation à succursales multiples en Amérique du Nord durant les dernières décennies est un phénomène bien connu auquel notre province n'a pas échappé. Ces succursales des grandes chaînes d'abord établies dans les villes les plus importantes ont essaimé ensuite dans les plus petits centres pour s'ins-

taller en dernier lieu, à mesure que progressait l'urbanisation, au coeur des centres d'achat qui accompagnent partout le développement des banlieues. En 1951, elles contrôlaient déjà 20 pour cent du commerce d'alimentation au Québec. En 1965, ce pourcentage atteignait 31.4.

Les progrès spectaculaires de ces magasins à succursales s'expliquent fondamentalement par la politique de bas prix qu'ils pratiquent grâce à leur vaste pouvoir d'achat, à la rotation rapide de leurs stocks et à certaines économies de taille dans l'opération du réseau.

Cette guerre des prix menaçait à la fois les épiciers indépendants et les grossistes qui les alimentaient. De la réaction des uns et des autres sont nées les chaînes d'épiciers associés qui, profitant d'un service d'achat en commun doublé d'un service consultatif de gestion et de promotion des ventes, pouvaient désormais résister à la dure concurrence des magasins d'alimentation à succursales multiples.

Le succès de cette nouvelle formule d'intégration du commerce d'alimentation a été tel au Québec qu'en 1965 les épiciers associés s'étaient emparé de 48.8 pour cent du marché de détail des produits alimentaires dans la province.

En 1965 le tableau d'ensemble du commerce des produits alimentaires au Québec se présentait ainsi: on comptait 11,097 magasins d'alimentation, dont 7,534 épicerie indépendantes, soit 67.9 du total des établissements, qui ne contrôlaient que 19.8 pour cent des ventes; les 3,248 épicerie associées qui représentaient 29.3 pour cent de l'ensemble et relevaient de 31 magasins de gros s'assuraient 48.8 pour cent du commerce; les 315 établissements des 7 magasins à succursales opérant dans la province, soit seulement 2.7 pour cent du total des magasins d'alimentation du Québec, contrôlaient à eux seuls 31.4 pour cent du total des ventes de produits alimentaires.

On aura une idée encore plus précise du degré de concentration déjà atteint si l'on considère que les trois principaux magasins à succursales effectuaient 85 pour cent des ventes du groupe, équivalant à 27 pour cent du total des ventes de produits alimentaires au Québec et que 8 des 31 grossistes desservant des chaînes d'épiciers associés contrôlaient, par leurs détaillants affiliés, 80 pour cent du commerce de ce groupe et 39 pour cent du commerce québécois des produits alimentaires.

Par conséquent, en 1965, 66 pour cent du commerce de détail en produits d'alimentation au Québec était alimenté par 11 centrales d'achat, avec la concentration de pouvoir d'achat et la force de marchandage que cela signifie.

3. *Consolidation au niveau des grossistes en épicerie*

Comme nous venons de le voir les grossistes en produits alimentaires ont cherché dans l'organisation de chaînes d'épiciers dont ils

devenaient les fournisseurs attirés une réponse au défi des grands magasins d'alimentation à succursales multiples. De façon à mieux faire échec encore à cette concurrence, plusieurs de ces grossistes ainsi que les groupes qu'ils avaient formés se sont fusionnés.

En plus de cette tendance vers la consolidation des magasins de gros et de leur clientèle, deux développements récents contribuent à augmenter encore davantage la concentration du pouvoir d'achat au niveau des grossistes en produits alimentaires.

a) De façon à accroître leur chiffre d'affaires, plusieurs de ces grossistes entrent graduellement dans le commerce de détail en créant ou en acquérant des épiceries qu'ils rattachent au groupe qu'ils servent. Ils entrent ainsi directement en concurrence avec les grands magasins à succursales multiples déjà établis, en créant des chaînes identiques aux leurs à côté des chaînes de détaillants qui leur sont affiliés volontairement.

b) De façon à s'assurer la clientèle des épiciers demeurés indépendants, sans assumer les frais d'un service coûteux de commis-voyageurs, certains grossistes en produits alimentaires ont pris l'initiative d'un autre développement qui consiste dans l'établissement, comme filiales de leur organisation, de centrales de vente en gros où les épiciers viennent prendre livraison de leur marchandise et la payent au comptant. C'est la formule commerciale que l'on désigne en anglais par l'appellation expressive de « Cash and Carry ». Les économies que comporte cette technique de vente permettent d'offrir aux clients des prix avantageux. De là la tendance à la multiplication de ce genre d'établissements. Déjà, en 1965, on en comptait vingt au Québec, répartis entre 8 grossistes en produits alimentaires.

4. Consolidation du commerce des fruits et des légumes frais

La consolidation du commerce des produits alimentaires que nous venons de décrire n'a jusqu'ici englobé directement le commerce des fruits et des légumes que dans le cas des grands magasins à succursales qui tous ont assumé le commerce de gros des fruits et des légumes, en sorte que leurs magasins locaux dépendent de l'organisation centrale pour leurs approvisionnements en fruits et en légumes exactement de la même façon qu'ils en dépendent pour toutes les autres denrées qu'ils offrent en vente.

Il n'en a pas été ainsi pour les centrales de gros qui alimentent les chaînes d'épiciers associés. Aucune, jusqu'à tout récemment, ne comportait de division de fruits et de légumes, en sorte que les épiciers associés ont continué à s'approvisionner auprès des grossistes en fruits et en légumes.

Les épiciers associés d'une chaîne volontaire ont cependant de

plus en plus tendance, par suite de directives du grossiste auquel ils sont affiliés ou d'ententes librement consenties, à s'approvisionner auprès d'un seul grossiste en fruits et en légumes. Mais, nous avons des raisons de croire que pour certaines des plus importantes chaînes d'épiciers associés il ne s'agit là que d'une première étape vers une intégration plus complète. Il semble, en effet, que certains grossistes en épicerie desservant des chaînes et même certaines centrales d'achat de type coopératif aient l'intention d'imiter les magasins à succursales multiples et de compléter leur organisation par l'établissement d'une division des fruits et des légumes auprès de laquelle leurs épiciers affiliés s'approvisionneraient en exclusivité, comme pour les autres denrées. Un grossiste en épicerie qui contrôle un important réseau d'épiciers associés vient d'ailleurs d'acheter un commerce de gros en fruits et en légumes, ce qui nous paraît une première indication dans ce sens.

On peut aussi s'attendre à ce que ce service de vente de fruits et de légumes soit étendu, par les grossistes qui l'auront créé, aux établissements de vente au comptant et sans livraison qu'ils possèdent pour l'approvisionnement des épiciers demeurés indépendants.

La consolidation du commerce des fruits et des légumes aura donc tendance à s'accroître de pair avec la concentration de plus en plus grande du commerce des autres produits alimentaires effectuée par les chaînes, en sorte que les producteurs horticoles auront à affronter des acheteurs de moins en moins nombreux et de plus en plus puissants avec les exigences et le défi que cela comporte.

5. *Consolidation des conserveries*

Des 84,090 acres consacrées à la culture des légumes au Québec en 1965, 44,270 acres, c'est-à-dire plus de la moitié, étaient ensemencées en vue de l'approvisionnement direct des conserveries, soit 18,210 acres en pois, 14,480 acres en haricots, 11,050 acres en maïs et 530 acres en tomates (voir tableau 1). Cette dernière culture qui couvrait 5,950 acres en 1956 est en nette régression au Québec. Cependant l'augmentation des acrages en maïs et en pois de conserve compense largement cette diminution, en sorte que la production des légumes pour les conserveries est non seulement importante au Québec, mais à la hausse.

Or, on constate le même phénomène de concentration et de consolidation chez les conserveurs que nous avons noté chez les agents de mise en marché de fruits et de légumes pour consommation à l'état frais.

En effet, en 1966, sur un échantillon de 16 conserveries, 3 de celles-ci contrôlaient 79 pour cent de la mise en conserve de légumes effectuée par le groupe. Nous avons établi, par ailleurs, que sur les 47,070

acres qui étaient consacrées en 1967 à la culture du maïs, des pois et des haricots de conserve au Québec, 31,550 acres, soit 67 pour cent, étaient cultivées en vue de l'approvisionnement exclusif de ces trois mêmes conserveries. Cette concentration tend à s'accroître par suite d'un mouvement de consolidation qui a déjà fait disparaître 15 conserveries d'un chiffre d'affaires de plus de \$50,000, entre 1950 et 1966, et qui en fera sans doute disparaître encore un certain nombre parmi les moins rentables.



CHAPITRE III

Les agents de mise en marché, leur rémunération et celle des producteurs

1. *Les agents de mise en marché*

Le réseau de distribution des produits horticoles à l'état frais comporte en plus des détaillants toute une série d'agents dont l'identification s'impose avant une analyse plus poussée de la mise en marché des fruits et des légumes au Québec.

a) *Les producteurs*

Les producteurs peuvent être leurs propres agents de mise en marché, à deux niveaux:

- i) *au niveau du détail*, quand ils vendent directement au consommateur à la ferme, à des comptoirs en bordure de la route ou au marché de la ville voisine;
- ii) *au niveau du gros*, quand ils vendent personnellement leurs produits aux acheteurs des chaînes de magasins d'alimentation ou aux épiciers indépendants, comme ils le font en particulier au Marché central métropolitain de Montréal.

b) *Les commerçants*

Bien que le terme ait normalement plus d'extension, on appelle commerçants en fruits et en légumes les négociants qui achètent les denrées des producteurs pour les revendre à profit aux acheteurs en gros.

Ils remplissent une fonction utile dans la mesure où ils concentrent les petites offres individuelles de plusieurs producteurs, de façon à répondre à la concentration de la demande au niveau des acheteurs en gros. L'intervention des commerçants est avantageuse pour le producteur si le profit brut qu'ils réalisent est inférieur aux frais que le producteur devrait encourir pour vendre directement ses produits à l'acheteur en gros. Elle est aussi avantageuse pour ce dernier si la marge que les commerçants s'attribuent est inférieure aux frais qu'il devrait assumer pour s'approvisionner lui-même chez plusieurs producteurs.

En plus de cette fonction d'achat et de revente, les commerçants peuvent aussi assumer, selon le cas, des fonctions de transport, d'entreposage, de classification et de pré-emballage.

c) *Les pré-emballeurs*

Pour des raisons d'efficacité dans la mise en marché et pour répondre aux exigences de plus en plus raffinées des consommateurs à mesure que le standard de vie s'accroît, un service distinct est né durant ces dernières années dans la mise en marché des produits horticoles: le pré-emballage qui consiste dans la classification, le nettoyage, le calibrage, le pesage et l'emballage préalable, en des contenants uniformes et attrayants, des fruits et des légumes qui seront offerts en vente au détail.

La stimulation des ventes par l'attrait d'un produit bien présenté, la diminution des pertes, des économies d'espace pour l'étalage et de personnel pour le pesage et l'emballage des fruits et des légumes, tels sont les principaux avantages que trouvent les magasins d'alimentation au détail dans le pré-emballage. Le consommateur, pour sa part, en plus de l'avantage d'un achat plus rapide, trouve dans les fruits et les légumes ainsi pré-emballés la garantie d'une qualité uniforme et présumément supérieure.

Bien qu'une partie et même la totalité des opérations de pré-emballage puissent être effectuées par d'autres agents de mise en marché comme, par exemple, par certains gros producteurs ou par les détaillants eux-mêmes à leur entrepôt local ou central, les pré-emballeurs sont ceux qui, à titre d'intermédiaires entre le producteur et le détaillant, en font une spécialité dans des établissements aménagés à cette fin.

Nous avons estimé qu'en 1965 les pré-emballeurs avaient traité au Québec 64 pour cent de la récolte de carottes, 57 pour cent de la récolte de fraises, 62 pour cent de la récolte de pommes, 52 pour cent de la récolte d'oignons, 30 pour cent de la récolte de navets et 11 pour cent de la récolte de pommes de terre. Leur importance est donc considérable et sans doute appelée à grandir encore, en particulier pour la mise en marché de la pomme de terre. L'apparition de cet intermédiaire nouveau est d'autant plus significative qu'elle implique une concentration de l'offre et de la demande au niveau même de la préparation de plusieurs produits horticoles pour la mise en marché.

En effet, si les investissements considérables que suppose un établissement de pré-emballage peuvent être assumés économiquement par certains gros producteurs, ils ne peuvent manifestement pas l'être par les petits et les moyens producteurs qui, pour répondre aux exigences nouvelles du pré-emballage, doivent soit vendre leurs produits aux pré-emballeurs opérant à profit, soit se grouper selon

la formule coopérative pour se donner, à l'intérieur de la marge prise par ceux-ci, un service commun de pré-emballage doublé d'un service d'entreposage et de vente en commun. Ces organisations coopératives pour l'entreposage, le pré-emballage et la vente des produits horticoles n'existent actuellement au Québec que pour une partie de la mise en marché de la pomme, de l'oignon, de la pomme de terre, des fraises et du navet. Pour les fins de nos analyses, nous les considérons comme des pré-emballeurs.

d) *Les grossistes en fruits et légumes*

Le commerce en gros des fruits et des légumes n'est pas réservé à une catégorie particulière d'agents de mise en marché. Les pré-emballeurs, les commerçants et même les producteurs le pratiquent à chaque fois qu'ils transigent directement avec des détaillants ou des acheteurs institutionnels. C'est d'ailleurs, comme nous l'avons vu, l'une des caractéristiques des grands magasins à succursales d'assumer le commerce en gros des denrées vendues dans leurs établissements de détail.

Nous considérons ici comme grossistes les négociants spécialisés dans le commerce en gros des fruits et des légumes à titre d'intermédiaires entre les producteurs ou les pré-emballeurs et les détaillants ou les institutions (hôtels, restaurants, hôpitaux, communautés, etc.). Par ailleurs, certains grossistes peuvent eux-mêmes servir d'intermédiaires par rapport à d'autres grossistes; on les considère alors comme grossistes primaires et les seconds comme grossistes secondaires.

A toutes fins pratiques les grossistes primaires sont ceux qui font venir les fruits et légumes de l'extérieur du Québec par wagons complets. Les grossistes secondaires achètent de ces derniers en plus petites quantités tout en agissant aussi comme grossistes pour les denrées du Québec. Leur fonction essentielle est de rassembler les fruits et légumes frais et de les livrer en lots relativement petits aux détaillants et aux institutions. Certains grossistes primaires et secondaires disposent d'un service de pré-emballage dans leurs entrepôts.

Comme nous l'avons déjà signalé, l'importance relative des grossistes en fruits et en légumes, aussi bien primaires que secondaires, a diminué, par suite du développement des grands magasins d'alimentation à succursales multiples qui se dispensent de leurs services et de l'apparition des pré-emballeurs qui ont de plus en plus tendance à se substituer à eux dans la mise en marché des produits du Québec. De 200 qu'ils étaient en 1950, ils étaient moins de 100 en 1966. Les plus importants se sont assurés une clientèle relativement stable, par divers arrangements avec les épiciers associés, auxquels ils offrent un service de gestion et de promotion des ventes pour leur comptoir de

fruits et de légumes. Outre que les grossistes moins importants peuvent difficilement résister à cette concurrence, leur propre situation est, comme nous l'avons vu, relativement précaire, par suite de la tendance des centrales d'approvisionnement des chaînes d'épiciers associés à créer leur propre division de fruits et de légumes, et même, pour certaines, à la doubler d'un établissement de vente au comptant et sans livraison à l'intention des épiciers demeurés indépendants et où ils feraient aussi le commerce des fruits et des légumes.

e) *Les courtiers en fruits et en légumes*

Les courtiers en fruits et en légumes sont des agents qui, moyennant une commission, négocient des transactions au niveau du gros entre vendeurs et acheteurs de fruits et de légumes. A la différence des grossistes, ils n'achètent ni ne vendent de produits, avec les chances de gain et les risques de pertes que cela comporte; ils agissent au nom et pour le compte des vendeurs, comme intermédiaires.

Ils sont utiles aux vendeurs dans la mesure où, en tant que spécialistes de la mise en marché des fruits et des légumes, ils connaissent mieux qu'eux les conditions et les possibilités du marché et qu'ils sont en position de leur assurer des clients aux prix les plus avantageux. Souvent aussi ils règlent pour eux les problèmes de transport et de livraison. Dans beaucoup de cas ils leur rendent le service de grouper leurs offres de façon à répondre à une commande considérable qui pourrait leur échapper autrement.

Ils sont particulièrement précieux, étant donné leur connaissance du marché local, pour les vendeurs de l'extérieur de la province, dont ils sont souvent les représentants exclusifs. C'est ainsi qu'une forte proportion des fruits et des légumes en provenance de l'étranger et des autres provinces est vendue au Québec par l'intermédiaire de courtiers.

Ils sont par ailleurs utiles aux acheteurs en tant qu'ils leur trouvent des fournisseurs pour les quantités requises, qu'ils se portent garants de la qualité des produits achetés et qu'ils leur assurent un service de dédouanement dans le cas des produits importés de l'étranger.

2. *Majorations des agents de mise en marché et part des horticulteurs*

Les agents de mise en marché des fruits et des légumes pour consommation à l'état frais étant identifiés, il convient, dans la poursuite de notre étude, d'établir l'ordre de grandeur des majorations que chacun de ceux-ci s'attribue et d'estimer l'écart entre le prix payé par le consommateur pour un produit et le prix qui revient à l'horticulteur quand tous les intermédiaires ont été rémunérés.

a) Majorations des intermédiaires

Nous entendons par majoration sur un produit la différence entre le prix d'achat d'un intermédiaire et son prix de vente. Cette majoration constitue ainsi la marge brute qui couvre à la fois ses coûts d'opération, ses pertes et ses profits. Par convention, les majorations sont évaluées en pourcentage calculé à partir du prix de vente de l'intermédiaire.

De façon à évaluer l'importance relative des majorations des divers intermédiaires engagés dans la mise en marché des fruits et des légumes au Québec, nous avons fait relever systématiquement en 1966 les prix d'achat et de vente de 8 produits différents dans les transactions d'un échantillon représentatif des différents agents de mise en marché de l'agglomération de Montréal et sur une période assez longue pour permettre d'établir des moyennes valables.

Les résultats de ce sondage sont contenus dans le tableau 9.

L'une des premières constatations qui s'impose à l'examen de ce tableau est l'importance considérable des majorations des détaillants. Elles se chiffrent en effet à 38 pour cent en moyenne pour les détaillants indépendants et à 42.5 pour cent pour les détaillants à succursales. Il faut noter cependant que les majorations plus considérables de ces derniers s'expliquent par les frais du commerce en gros qu'ils assument, ce qui réduit la marge brute qu'ils s'accordent comme détaillants. En estimant ces frais de commerce en gros à la moitié de la majoration moyenne de 17 pour cent prise par les grossistes de notre échantillon, la majoration moyenne de 42.5 pour cent des détaillants à succursales serait réduite à 34 pour cent et serait de 4 pour cent inférieure à celle des détaillants indépendants.

Mais à 38 et même à 34 pour cent la majoration moyenne des détaillants de fruits et de légumes du Québec nous paraît excessive surtout si on la compare à la majoration moyenne de 40.5 pour cent des pré-emballeurs révélée par notre sondage. En effet, les frais de vente au détail de fruits et de légumes pré-emballés ne nous semblent avoir aucune commune mesure avec les frais que doivent assumer les pré-emballeurs pour le lavage, la classification, le calibrage, l'emballage, l'entreposage et la livraison des denrées qu'ils mettent en marché. Au surplus, les pertes que peuvent invoquer les détaillants pour justifier leur forte majoration sont en réalité relativement faibles et de beaucoup inférieures à celles des pré-emballeurs, comme l'indique le tableau 10.

Tableau 9. Majorations moyennes des agents de mise en marché sur la vente des pommes, des pommes de terre, des carottes, des oignons, des fraises, de la laitue, du céleri et du navet, du Québec dans l'agglomération montréalaise en 1966

	Pré-em- balleurs	Com- mer- çants	Courtiers	Grossistes	Détail- lants indé- pen- dants	Détail- lants à suc- cur- sales
	%		%	%	%	%
Pommes						
septembre à décembre						
en 5 livres	31		3	12	29	31
Pommes de terre						
août à novembre						
en 50 livres	42	11	3	17	25	14
en 10 livres	56			24	35	49
Carottes						
août à décembre						
en 5 livres	65			19	39	45
en 2 livres	66	10		19	53	59
Oignons						
août à novembre						
en 5 livres	34			16	34	42
en 2 livres	34			16	49	52
Fraises						
Juillet						
en 12 chopines		8		13	38	43
Laitue Iceberg						
Juillet à octobre						
en cageots de 18 unités		11		18	39	45
Céleri						
août à octobre						
en cageots de 24 unités		8		13	38	43
Navet						
juillet à décembre						
en sacs de 50 livres	36	16		20	42	45
Pourcentage moyen	40.5	10.7	3	17	38	42.5

Tableau 10. Moyennes des pertes en pourcentages établis par sondage en 1964 et en 1965 chez des pré-emballeurs, des grossistes et des détaillants et concernant les pommes, les pommes de terre, les carottes et les oignons

	Pommes 5 lb	Pourcentage de perte Pommes de terre 10 lb	Carottes 2 lb	Oignons 2 lb
	%	%	%	%
Pré-emballeurs	20	17	25	10
Grossistes	4	7	2	5
Détaillants	4	2	3	2

Comme le révèle le tableau 9, les majorations des détaillants ont tendance à être tout particulièrement élevées et sans justification proportionnelle sur les denrées offertes en vente en petits emballages.

Les majorations des autres agents de mise en marché des fruits et des légumes du Québec, y compris celles des pré-emballeurs, ne nous semblent pas par ailleurs exagérées.

b) *Les écarts de prix et la part de l'horticulteur*

Alors que les majorations des agents de mise en marché s'établissent à partir de leur prix de vente, la part qui revient au producteur du prix payé par le consommateur pour une denrée alimentaire s'établit en calculant l'écart entre ce prix et le prix équivalent reçu par le producteur. Ce prix équivalent n'est pas celui que le producteur reçoit pour une quantité identique à la quantité vendue au détail, mais il consiste dans le montant qu'il reçoit pour la quantité qui, une fois déduites les pertes encourues à tous les stades de la mise en marché, correspond à la quantité vendue au consommateur. C'est ainsi, par exemple, que si dans la mise en marché des tomates les pertes des intermédiaires sont de 25 pour cent, le prix équivalent ne sera pas le prix que l'horticulteur a reçu pour une livre de tomates, mais le montant qu'il a reçu pour une livre et quart.

A partir du même échantillon que nous avons utilisé pour établir les majorations des intermédiaires, nous avons déterminé les écarts de prix qui ont prévalu dans l'agglomération de Montréal en 1966 et 1965 pour les pommes, les pommes de terre, les carottes, les oignons, la laitue et le céleri du Québec, et établi en pourcentages la part du prix payé par le consommateur revenant à l'horticulteur. Les résultats de ce sondage sont présentés dans les tableaux 11, 12, 13, 14, 15 et 16. Pour fins de comparaison nous avons complété ces tableaux par des données équivalentes concernant la mise en marché des mêmes produits aux Etats-Unis.

Le premier phénomène que confirment ces tableaux est la part relativement restreinte du dollar du consommateur que laissent au producteur les méthodes modernes de commercialisation des denrées agricoles, celle-ci n'étant en moyenne d'après notre sondage que de 42.5 pour cent en 1966 et de 37 pour cent en 1965.

On peut d'ailleurs constater que, pour les produits horticoles qui ne requièrent pas de pré-emballage élaboré, la part du producteur est beaucoup plus élevée. C'est ainsi que pour la laitue elle était de 53 pour cent en 1966 et de 48 pour cent en 1965 et pour le céleri de 55 pour cent en 1966 et de 46 pour cent en 1965. Cependant, même pour ces produits, l'écart de prix demeure considérable par suite surtout, comme nous l'avons vu, des majorations très élevées que s'attribuent

les détaillants aussi bien sur les produits du Québec sans pré-embalage élaboré que sur les autres.

Tableau 11. Comparaison des écarts de prix, pommes

		Prix de vente des détaillants cents/lb.	Prix équiva- lent payé au producteur cents	Ecart total de prix cents	Part du producteur %
Montréal,	1966 ¹	12.7	7.6 ²	5.1	60
"	1965 ¹	9.6	4.2 ²	5.4	44
Etats-Unis,	1966 ³	23.3	6.2 ⁵	17.1	27
"	1965 ³	20.1	5.4 ⁵	14.7	27
"	1964 ⁴	17.8	5.7 ⁵	12.1	32
"	1963 ⁴	17.8	5.7 ⁵	12.1	32
"	1962 ⁴	17.1	5.7 ⁵	11.4	33

1. Réfère au « cello » de 5 lb.

2. Prix d'une quantité équivalente de 1.35 lb.

3. Marketing and Transportation Situation, Economic Research Service, U.S. Dept. of Agriculture, MTS-163, table 17.

4. Farm-retail spreads, for Food Products, 1947-1964 U.S. Department of Agriculture, Economic Research Service, ERS-226, table 27.

5. Prix d'une quantité équivalente de 1.05 à 1.08 lb.

Tableau 12. Comparaison des écarts de prix, pommes de terre sacs de 10 lb

		Prix de détail cents	Prix équivalent payé au producteur cents	Ecart total de prix cents	Part du producteur %
Montréal,	1966	47	13.6 ¹	.334	29
"	1965	57	23.6 ¹	.334	41
Etats-Unis,	1966 ³	77	.21 ²	.56	27
"	1965 ³	99	.32 ²	.67	32
"	1964 ⁴	76	.27 ²	.49	36
"	1957 ⁴	55	.16 ²	.39	29
"	1956 ⁴	65	.26 ²	.39	40

1. Prix d'une quantité équivalente de 13.4 lb.

2. Prix d'une quantité équivalente de 10.42 lb.

3. Marketing and Transportation Situation, Economic Research Service, U.S. Department of Agriculture, MTS-163, table 17.

4. Farm-retail spreads for Food Products 1947-64, U.S. Department of Agriculture, ERS 226.

Tableau 13. Comparaison des écarts de prix, carottes

		Prix de vente du détaillant cents/lb.	Prix équivalent payé au producteur cents	Ecart total de prix cents	Part du producteur %
Montréal,	1966	9.6 ¹	1.9 ²	7.7	20
"	1965	9.8 ¹	2.3 ²	7.5	23
Etats-Unis	1966 ³	17.2	5.6 ⁵	11.6	33
"	1965 ³	16.7	5.5 ⁵	11.2	33
"	1964 ⁴	14.9	3.4 ⁵	11.5	23
"	1963 ⁴	14.6	3.2 ⁵	11.4	22
"	1962 ⁴	15.0	3.9 ⁵	11.1	26

1. 48 lb pré-emballées en sacs de 2 lb.
2. Prix d'une quantité équivalente de 1.40 lb.
3. Marketing and Transportation Situation, Economic Research Service, U.S. Department of Agriculture, MTS-163, table 17.
4. Farm-Retail Spreads for Food Products, 1947-1964. Economic Research Service, U.S. Department of Agriculture ERS-226, table 32.
5. Prix d'une quantité équivalente de 1.06 lb.

Tableau 14. Comparaison des écarts de prix, oignons

		Prix de vente du détaillant cents/lb.	Prix équivalent payé au producteur cents	Ecart de prix cents	Part du producteur %
Montréal,	1966 ¹	14.5	4.4	9.0	38
"	1965 ¹	13.3	2.5	10.8	19
Etats-Unis,	1966 ³	14.9	5.5 ²	9.4	37
"	1965 ³	13.7	4.7 ²	9.0	34
"	1964 ⁴	11.2	3.2 ²	8.0	29
"	1963 ⁴	11.2	3.5 ²	7.7	32
"	1962 ⁴	12.0	4.0 ²	8.0	33

1. Réfère à 48 lb d'oignons pré-emballés en sacs de 2 lb d'août à novembre. Le producteur est payé pour une quantité équivalente de 1.9 lb.
2. Prix d'une quantité équivalente de 1.06 lb.
3. Marketing and Transportation Situation, Economic Research Service, U.S. Department of Agriculture, MTS-163, Table 17.
4. Farm-Retail Spreads for Food Products, 1947-1964. United States Department of Agriculture, Economic Research Service, ERS-226, April 1965.

Tableau 15. Comparaison des écarts de prix, laitue

		Prix de vente du détaillant cents/ morceau	Prix équivalent payé au producteur cents	Ecart de prix cents	Part du producteur %
Montréal,	1966	24.5	13.0	11.5	53
"	1965	13.5	6.5	7.0	48
Etats-Unis, ¹	1966	28.4	10.7	17.7	38
"	1 1965	22.8	7.1	15.7	31
"	2 1964	24.6	8.4	16.2	34
"	2 1963	24.9	8.2	16.7	33
"	2 1962	24.3	8.2	16.1	34

1. Marketing and Transportation Situation, Economic Research Service, U.S. Department of Agriculture, MTS-163, table 17.
2. Farm-Retail Spreads for Food Products, 1947-64, U.S. Department of Agriculture, Economic Research Service, ERS-226, table 35.

Tableau 16. Comparaison des écarts de prix, céleri

		Prix de vente du détaillant cents/lb.	Prix équivalent payé au producteur cents	Ecart de prix cents	Part du producteur %
Montréal,	1966	14.6	8.1 ¹	6.5	55
"	1965	10.5	4.8 ¹	5.7	46
Etats-Unis,	1966 ²	18.5	6.9 ⁴	11.5	37
"	1965 ²	15.5	5.1 ⁴	10.4	33
"	1964 ³	15.7	4.9 ⁴	10.8	31
"	1963 ³	14.2	3.8 ⁴	10.4	27
"	1962 ³	15.7	5.3 ⁴	10.4	34
"	1961 ³	13.5	3.7 ⁴	9.8	27

1. Prix d'une quantité équivalente de 1.06 lb.

2. Marketing and Transportation Situation, Economic Research Service, U.S. Department of Agriculture, MTS-163, table 17.

3. Farm-Retail Spreads for Food Products, U.S. Department of Agriculture, Economic Research Service, ERS-226, table 33.

4. Prix d'une quantité équivalente de 1.08 lb.

On peut aussi noter, en comparant les données des années 1966 et 1965 pour le Québec, que l'année où le prix au consommateur d'un produit est plus bas la part revenant au producteur décroît et celle des intermédiaires s'accroît d'une façon correspondante. Ceci illustre bien la capacité qu'ont les agents de mise en marché et plus particulièrement les détaillants de maintenir leurs majorations relativement constantes et l'incapacité corrélative des producteurs de s'assurer une proportion stable du dollar du consommateur, avec le caractère résiduel des prix à la ferme que cela implique. Une analyse des données américaines pour les deux mêmes années 1966 et 1965 confirme substantiellement le même phénomène, en dépit du fait qu'un léger écart dans les prix au détail des pommes et des carottes entre les deux années n'ait pas entraîné de modification correspondante de la part des horticulteurs américains.

Une autre constatation qui se dégage de la comparaison des deux séries de données québécoises et américaines c'est qu'à l'exception de la carotte en 1965 et 1966 et de l'oignon en 1965, dont les prix équivalents au producteur étaient anormalement bas au Québec, la part du dollar du consommateur qui revient à l'horticulteur américain est plus faible, et dans certains cas dans une proportion considérable, que celle qu'obtient l'horticulteur québécois. D'où l'on peut induire que les frais de commercialisation et les marges bénéficiaires des agents de mise en marché des fruits et des légumes sont encore plus élevés aux Etats-Unis qu'au Québec.

CHAPITRE IV

Le marché central métropolitain de Montréal

Il nous a semblé indispensable, dans un rapport sur la mise en marché des fruits et des légumes au Québec, de consacrer un chapitre spécial au Marché central métropolitain de Montréal pour plusieurs raisons. D'abord, parce qu'il est situé au coeur de la principale région horticole et au centre de la plus forte concentration de consommateurs de la province. En second lieu, parce qu'il constitue un important centre de distribution de fruits et de légumes pour tout le Québec. En troisième lieu, parce que les mercuriales provinciales des fruits et des légumes y sont établies. Enfin, à cause des espoirs que les horticulteurs et plus particulièrement les maraîchers de la région de Montréal ont mis dans sa fondation et qu'ils continuent d'entretenir dans son développement.

1. *Considérations générales*

C'est en effet par suite des pressions répétées de l'Association des jardiniers-maraîchers de la région de Montréal dès sa fondation, en 1945, que le Marché central métropolitain ouvrait ses portes en 1960. Le développement de la culture maraîchère dans la région et l'expansion du marché de la métropole montréalaise dans les années d'après-guerre avaient manifestement rendu désuet l'ancien marché Bonsecours du Vieux Montréal. Non seulement ses installations étaient devenues insuffisantes, mais il avait aussi, selon les maraîchers, le grave inconvénient d'être situé loin de la Centrale d'arrivage et de distribution des fruits et des légumes importés, ce qui, selon eux, incitait les grossistes et les épiciers qui fréquentaient cette Centrale pour leurs besoins en fruits et en légumes d'importation, à s'approvisionner en produits de l'extérieur de la province alors même que des produits identiques étaient offerts en vente au marché Bonsecours.

Rendu possible grâce à la participation financière des maraîchers, mais surtout par suite d'une contribution d'environ \$2,000,000 du Gouvernement provincial et de l'acquisition du terrain de la Ville de Montréal à des conditions particulièrement favorables, le Marché central métropolitain est avantageusement situé à l'angle des boulevards Métropolitain et l'Acadie où il couvre une superficie de 107 acres.

En plus de certains services auxiliaires et de certains autres commerces qui y sont installés, dont ceux de la Coopérative Fédérée, qui y a aussi établi son siège social, le marché comporte deux sections principales: 1) une centrale d'arrivage et de distribution de fruits et de légumes en provenance de l'extérieur du Québec, administrée par une compagnie, la United Fruit and Produce Terminal Ltd, qui groupe une douzaine de grossistes en fruits et en légumes dont la Coopérative Fédérée; 2) le marché dit des cultivateurs où producteurs et commerçants vendent en gros des fruits et des légumes récoltés au Québec et qui, à ce titre, nous intéresse davantage.

2. *Le « marché des cultivateurs » — son importance*

Le « marché des cultivateurs » joue à la fois le rôle d'une bourse et celui d'un marché au sens physique du terme. Producteurs et commerçants, en plus d'y vendre à l'étalage, y effectuent des ventes de produits à livrer directement à l'acheteur sans passer par le marché.

Nous avons évalué à 96,000 tonnes le volume des denrées transigées au marché en 1965 selon ces deux types de transactions, ce qui représente environ 50 pour cent des fruits et des légumes du Québec consommés dans l'agglomération montréalaise.

De tous les fruits et les légumes vendus au « marché des cultivateurs », ce sont le céleri, le chou et la laitue qui viennent en tête, alors que les ventes de pommes, de pommes de terre et de carottes, dont la production est pourtant plus considérable dans la région de Montréal, y sont de beaucoup moins élevées.

Si l'on considère que le peu d'apprêtage qu'exigent les trois premiers produits est généralement effectué par le producteur ou le détaillant et n'intéresse pas comme tel les pré-emballeurs, on peut en conclure que le « marché des cultivateurs » n'est important comme débouché que pour les denrées horticoles qui échappent aux pré-emballeurs et qu'il ne pourra vraisemblablement continuer d'être important que pour les denrées qui continueront de leur échapper.

3. *Situation relative des producteurs et des commerçants au « marché des cultivateurs »*

D'après les statistiques compilées par la Compagnie de Marché central métropolitain Limitée, 855 producteurs et 56 commerçants ont fréquenté le « marché des cultivateurs » en 1966. Le sondage que nous avons fait effectuer révèle que le nombre et l'identité des producteurs et des commerçants n'ont guère changé depuis son ouverture. Le nombre des présences quotidiennes a augmenté de 25 pour cent de 1961 à 1966, passant de 31,746 à 39,746, mais cela tient au fait que les producteurs fréquentent maintenant le marché pour une plus longue période de l'année qu'au début, par suite surtout de l'augmenta-

tion de leur production, que nous avons estimée à 42 pour cent pour ces cinq années.

Notre sondage nous a permis de constater, par ailleurs, que cette période de présence au marché était en corrélation directe avec l'importance du producteur telle que nous l'avons établie dans notre échantillon, allant de 40 jours en moyenne pour les petits producteurs, c'est-à-dire ceux dont la production annuelle se chiffre à moins de \$7,000, à 75 jours pour les producteurs moyens, c'est-à-dire ceux dont la valeur de la production annuelle se situe entre \$7,000 et \$17,000, et à 112 jours pour les gros producteurs dont la production annuelle est de plus de \$18,000.

Les commerçants, pour leur part, sont présents au marché pour une période plus longue que nous avons établie à 213 jours en moyenne, en comparaison de 68 jours pour les producteurs; 35 pour cent y étant présents toute l'année, 25 pour cent 220 jours et 40 pour cent 150 jours.

Dans plus de 90 pour cent des cas le producteur se rend seul au marché. Il y passe de 2 à 8 heures et en moyenne cinq heures. Il ne peut guère s'y tenir plus de huit heures, même s'il n'a pas réussi à écouler tous ses produits, à cause du travail qui l'attend à la ferme. Les commerçants, pour leur part, dont 85 pour cent ont des employés, y font généralement affaires toute la journée, de l'ouverture à la fermeture.

Non seulement la présence des commerçants au « marché des cultivateurs » est-elle plus régulière et plus stable que celle des producteurs, mais encore le volume de leurs transactions y est de beaucoup plus considérable.

En effet des 96,000 tonnes de produits qui y étaient transigés en 1966, 60,000 tonnes, soit 63 pour cent l'étaient par les 56 commerçants y faisant affaires, les 855 producteurs n'en transigeant que 36,000 tonnes, soit seulement 37 pour cent. En sorte que le « marché des cultivateurs » est bien davantage un marché de commerçants qu'un marché de cultivateurs. Le groupe des commerçants est par ailleurs lui-même dominé par 6 de ceux-ci qui, à eux seuls, écoulent presque autant de denrées que les 50 autres, soit 28 pour cent contre 35 pour cent du total.

Les producteurs qui fréquentent le « marché des cultivateurs » y disposent, d'après notre sondage, de 74 pour cent de leur production, 13 pour cent de ce pourcentage y étant vendu pour livraison directe de la ferme à l'acheteur. A l'intérieur de ces 74 pour cent, comme l'illustre le tableau 17, 15 pour cent sont achetés par les commerçants établis au « marché des cultivateurs », 18 pour cent le sont par des grossistes, dont seulement 4 pour cent par les grossistes de la Centrale d'arrivage et de distribution voisine, 9 pour cent par des acheteurs de

magasins à succursales, 31 pour cent par des épiciers indépendants ou associés et 1 pour cent directement par des consommateurs.

Tableau 17. Répartition du commerce des producteurs qui utilisent le Marché central

Type d'acheteurs	% des ventes de chaque classe de producteur			
	Gros producteur	Moyen producteur	Petit producteur	Moyenne pondérée
	<i>Ventes conclues aux Marché</i>			
Commerçants	12	17	15	15
Grossistes de la Centrale d'arrivage et de distribution	1	6	9	4
Autres grossistes	14	12	24	14
Magasins à succursales	17	3	10	9
Epiciers indépendants ou associés	34	29	29	31
Consommateurs	—	1	—	1
Total au Marché	78	68	87	74
	<i>Ventes en dehors du Marché</i>			
Commerçants	6	4	1	4
Grossistes non logés au terminus	16	6	2	9
Détaillants à succursales	—	4	3	3
Détaillants indépendants	—	6	3	4
Transformateurs	—	10	2	5
Consommateurs	—	2	2	1
Total en dehors du Marché	22	32	13	26
TOTAL	100	100	100	100

Pour 80 pour cent des producteurs de notre échantillon la distribution de leurs ventes entre ces divers clients est demeurée à peu près constante depuis cinq ans. Cependant nous avons constaté que les gros producteurs ont tendance à vendre de plus en plus aux grossistes et aux acheteurs de magasins à succursales et de moins en moins aux épiciers indépendants et associés; les petits producteurs manifestant la tendance inverse.

Ceci tient sans doute aux ententes qui se multiplient entre les épiciers associés et certains grossistes en fruits et en légumes et à la tendance des gros acheteurs à faire affaires avec des gros producteurs. Par ailleurs, il est normal que les petits producteurs, dans la mesure où ils sont délaissés par les gros acheteurs, vendent de plus en plus aux épiciers indépendants ou associés qui n'ont pas conclu de telles ententes et dont la demande restreinte correspond à l'offre des petits producteurs. La proportion de leurs ventes aux commerçants a aussi augmenté, car ceux-ci sont susceptibles de concentrer leurs offres.

Le tableau 17 nous permet au surplus de constater que la proportion des ventes conclues en dehors du marché est plus considérable pour les gros producteurs que pour les petits, et que ces ventes sont davantage dirigées vers des gros acheteurs dans le cas des premiers que dans le cas des seconds.

Le tableau 18 établit, à partir de notre sondage, la répartition des ventes des commerçants faisant affaires au « marché des cultivateurs » selon leur importance entre diverses catégories d'acheteurs. On constate d'abord qu'alors que les producteurs ne vendaient que 4 pour cent de leurs denrées aux grossistes de la Centrale d'arrivage et de distribution de fruits et de légumes, ce pourcentage monte à 11 pour cent pour les commerçants et qu'il est accaparé par les plus importants. Ce qui illustre bien la préférence du gros acheteur pour le gros fournisseur, assembleur de petites offres. Cette même préférence est manifestée par la tendance qu'ont les magasins à succursales à favoriser les commerçants les plus importants. De même la demande des grossistes de province qui ne s'adressait pas aux producteurs, absorbe 30 pour cent du volume des ventes des commerçants, les plus importants étant encore favorisés.

Tableau 18. Répartition des ventes des commerçants

<i>% du volume des ventes de chaque classe de commerçants</i>				
<i>Acheteurs</i>	<i>Grand</i>	<i>Moyen</i>	<i>Petit</i>	<i>Moyenne pondérée</i>
<i>Agglomération montréalaise</i>				
Grossistes de la Centrale d'arrivage et de distribution	24			11
Autres grossistes	10	12	49	25
Magasin à succursales	12	14	1	8
Détaillants (indépendants et associés)	15	26	35	25
Consommateurs		5		1
Total	61	57	85	70
<i>En province</i>				
Grossistes	39	43	15	30
TOTAL	100	100	100	100

Modes de vente au « marché des cultivateurs »

Les producteurs du « marché des cultivateurs » pratiquent trois types de vente: à prix ferme, à commission et à prix ouvert, dans le cas seulement de livraison directe de la ferme à l'acheteur.

a) La vente à prix ferme

La vente à prix ferme, est celle que pratiquent généralement les producteurs pour les produits qu'ils ont apportés au marché et c'est

aussi celle que la majorité d'entre eux préfèrent parce qu'elle ne comporte pas d'incertitude sur le prix et que le paiement est généralement immédiat.

b) *La vente à commission*

La vente à commission est celle qui se fait par un intermédiaire qui écoule les denrées du producteur moyennant rémunération. Généralement, au lieu d'être proportionnelle au prix obtenu, cette rémunération est fixe, à tant l'unité vendue. Cette pratique au lieu d'inciter l'intermédiaire à obtenir le meilleur prix possible, l'incline plutôt à rabattre sur le prix pour augmenter le volume de ses ventes.

D'après le témoignage de certains producteurs, les grossistes achètent des vendeurs à commission d'abord de façon à faire baisser le prix du marché et à obtenir ensuite à meilleur compte les denrées apportées par les producteurs. La moitié des producteurs interviewés au marché sont d'ailleurs convaincus que la vente à commission fixe a pour effet de ravalier les prix.

Bien que certains producteurs agissent comme vendeurs à commission pour d'autres producteurs, la vente à commission est surtout pratiquée par les commerçants dans une proportion que nous avons évaluée à 24 pour cent de leur volume global de ventes. Deux commerçants, pour leur part, ne pratiquent pas d'autres modes de vente, en sorte qu'il faudrait les considérer plutôt comme agents de vente que comme commerçants.

c) *La vente à prix ouvert*

La vente à prix ouvert est celle selon laquelle le producteur s'engage à livrer d'une façon régulière un produit à l'acheteur sans détermination préalable de prix, mais avec l'entente que le prix accordé sera le prix du marché au jour de la livraison, c'est-à-dire le prix qui a prévalu pour ce produit au « marché des cultivateurs » entre 6 et 7 heures du matin. La détermination de ce qu'a été le prix du marché peut être l'objet de discussion entre le producteur et l'acheteur, mais dans la majorité des cas elle est laissée à la discrétion de l'acheteur. Il semble en particulier que ce soit la pratique régulière des grossistes et des acheteurs des magasins à succursales multiples de se réserver cette discrétion.

Bien qu'elle leur enlève le plus souvent tout pouvoir de marchandage et qu'elle implique un délai dans le paiement d'environ deux semaines, certains producteurs préfèrent la vente à prix ouvert à cause du débouché assuré que leur garantit la formule, de l'économie de temps au marché qu'elle leur permet et de la stabilité relative des prix obtenus. Les acheteurs qui transigent ainsi à prix ouvert accordent généralement en effet le prix moyen du marché.

Les relations commerçants-producteurs

a) Mode de transaction entre les commerçants et les producteurs

Nous avons vu que, des 96,000 tonnes de produits transigés au « marché des cultivateurs », 63 pour cent l'étaient par les 56 commerçants qui y sont établis, et que seulement une fraction de ce pourcentage provenait des producteurs qui fréquentent le marché. Le mode d'achat pratiqué par ces commerçants intéresse donc un nombre beaucoup plus grand de producteurs de la région de Montréal que ceux qui se rendent au marché, aussi avons-nous tenu à le préciser dans le tableau 19.

A l'analyse de ce tableau nous constatons que 39 pour cent du volume des transactions des commerçants avec les producteurs y sont effectuées selon la formule du prix ferme, 37 pour cent selon la formule du prix ouvert et 24 pour cent à commission. C'est dire que 61 pour cent du volume des transactions effectuées selon les deux dernières formules n'impliquent à peu près aucune possibilité de marchandage pour les producteurs et que la détermination du prix y est, à toute fin pratique, laissée aux commerçants, avec, au surplus, pour les 24 pour cent qui sont transigées à commission, généralement fixe, la tendance au ravalement des prix du marché que nous avons signalée. Sur ce dernier point nous observons, par ailleurs, que la pratique de la vente à commission chez les commerçants est inversement proportionnelle à leur importance, allant de 39 pour cent du volume de leurs ventes pour les petits commerçants à 21 pour cent pour les commerçants moyens et à seulement 10 pour cent pour les commerçants les plus importants. On peut donc considérer ces derniers comme des facteurs de stabilité des prix au « marché des cultivateurs ».

Tableau 19. Modes d'achat des commerçants

Classe de commerçants	Pourcentage du volume		
	à prix ferme	à prix ouvert	à commission
Petit	22	39	39
Moyen	58	21	21
Grand	46	44	10
Tous (Moyenne pondérée)	39	37	24

b) Marges des commerçants

Quel que soit le mode de leurs transactions avec les producteurs, les commerçants essaient de prendre une marge fixe sur chaque unité de produits, de 10 cents, 15 cents ou 25 cents selon le type d'unité, de

façon à régulariser leur revenu. Cependant, à cause de la concurrence et de l'instabilité des prix du marché, ils ne peuvent pas toujours s'assurer la marge désirable, même pour les produits qu'ils vendent à commission ou qu'ils se sont procurés à prix ouvert, en sorte que, comme l'illustre le tableau 20, ces marges varient considérablement pour chaque type d'unité, bien qu'en général elles se rapprochent de la marge habituelle indiquée.

Tableau 20. Marges des commerçants — 1966

<i>Denrées</i>	<i>Marges extrêmes</i>	<i>Marge habituelle</i>	<i>Unité</i>
Pommes	15 à 35c	25c	le minot
Fraises	15 à 25c	25c	la doz. chopines
Pommes de terre	4 à 25c	15c	le sac de 50 lb
Carottes	5 à 10c	10c	le sac de 50 lb
Oignons	10c	10c	le sac de 50 lb
Navets	10 à 50c	25c	le cageot de 18
Laitue	10 à 40c	25c	le sac de 50 lb
Céleri	10 à 35c	25c	la caisse de 24 pieds.

En termes de pourcentage, cette marge qui peut aller de 4 à 24 pour cent est le plus souvent de l'ordre de 10 pour cent, ce qui ne nous semble pas une marge excessive.

c) Rentabilité du « marché des cultivateurs » pour les producteurs qui le fréquentent

Nous nous sommes alors demandé s'il était vraiment rentable pour les producteurs qui fréquentent le « marché des cultivateurs » de venir eux-mêmes y vendre leurs produits et s'il ne leur serait pas plus avantageux de les écouler par l'intermédiaire des commerçants. Or il ressort du tableau 21 établi à partir de nos sondages qu'en supposant que la marge des commerçants épargnée est de 10 pour cent et que six heures par jour sont consacrées à la vente de leurs produits, les petits producteurs s'assurent un revenu horaire de \$0.37, les producteurs moyens un revenu horaire de \$1.22 et les gros producteurs un revenu horaire de \$2.92. De ce revenu horaire il faut déduire, en plus du manque à gagner à la ferme, les frais du camion, en sorte qu'à \$2.92 l'heure même les gros producteurs y gagneraient pour la plupart à écouler leurs produits par l'intermédiaire des commerçants.

Il serait donc avantageux pour les producteurs que le « marché des cultivateurs » devienne encore plus qu'il ne l'est actuellement un marché de commerçants.

Mais le « marché des cultivateurs » ne pourrait alors assurer aux producteurs les meilleurs prix que permettent à chaque jour les conditions générales du marché à Montréal, que si la pratique de la vente

Tableau 21. Rentabilité du « marché des cultivateurs » pour les producteurs qui le fréquentent

<i>Classe des producteurs</i>	<i>Petit</i>	<i>Moyen</i>	<i>Grand</i>
Production annuelle médiane			
Valeur à la ferme en \$	\$2,100.00	\$11,600.00	\$28,700.00
Pourcentage des ventes des producteurs au marché	87%	68%	78%
Valeur des ventes au marché en \$	\$2,700.00	\$ 7,900.00	\$22,200.00
Présence moyenne au marché, nombre de jours/an	40	75	112
Valeur des ventes au marché par jour	\$ 67.00	\$ 105.00	\$ 198.00
Revenu additionnel réalisé par les producteurs en écoulant eux-mêmes leurs produits au marché, par jour à raison de 10% du prix de vente	\$ 7.50	\$ 12.00	\$ 22.00
Frais associés à la vente au marché par les producteurs:			
— location d'un espace, par jour	\$ 1.25	\$ 0.67	\$ 0.45
— frais d'admission au marché, par jour	\$ 3.00	\$ 3.00	\$ 3.00
— repas, par jour	\$ 1.00	\$ 1.00	\$ 1.00
	(5.25)	(4.76)	(4.45)
Revenu additionnel réalisé par les producteurs en écoulant eux-mêmes leurs produits au marché, par jour	\$ 2.25	\$ 7.33	\$ 17.55
Revenu par heure à raison de cinq heures au marché et d'une heure de transport	\$ 0.37	\$ 1.22	\$ 2.92

à commission fixe qui tend à rabaisser les cours y disparaissait et que si les producteurs y étaient de plus en plus représentés par de véritables courtiers dont la commission serait proportionnelle au prix obtenu et dont ce serait l'intérêt de maintenir les prix du marché au niveau le plus élevé possible.

Force de marchandage des producteurs

Ces courtiers auraient une force de marchandage que ne possèdent pas actuellement les producteurs qui font affaires au « marché des cultivateurs ». Nous avons vu qu'ils ne possédaient à peu près aucun pouvoir de négociation pour les produits qu'ils y transigent à prix ouvert. Ils n'en possèdent guère davantage pour les produits qu'ils y vendent à prix ferme. Pressés le plus souvent par la nécessité de retourner à la ferme, ils ont tendance à couper les prix pour écouler leurs produits plus rapidement et même à vendre à sacrifice en fin de matinée ceux dont ils n'ont pu disposer. De toute façon ils ne peuvent vendre plus cher que les vendeurs à commission fixe qui tendent à entraîner les prix à la baisse. La même tendance est d'ailleurs accentuée par la pratique de certains producteurs d'apporter au marché des produits de qualité inférieure qu'ils sont prêts à vendre à des prix de rabais, que les acheteurs invoqueront ensuite dans leurs négociations avec les autres producteurs.

Les conditions particulières de hâte et de concurrence dans lesquelles les producteurs font affaires ne leur permettent pas le maintien d'un prix stable qui correspondrait vraiment aux possibilités journalières du marché. A preuve les grandes variations quotidiennes que nous avons constatées dans le prix des denrées au « marché des cultivateurs ». (voir annexes 1 à 8 inclusivement: brochure ci-jointe).

D'ailleurs les producteurs sont mal informés des conditions et des possibilités réelles du marché. Dans la négociation de leur prix ils ne peuvent même pas invoquer les mercuriales quotidiennes qui sont pourtant établies précisément au « marché des cultivateurs ». Ils considèrent, en effet, que ces mercuriales fixent des prix maximums et ils se résignent à ce que les acheteurs ne consentent pas à payer ces maxima. Pour leur part, près de 70 pour cent des commerçants interviewés ne se basent pas non plus sur les mercuriales dans la détermination de leurs prix. Selon eux aussi les prix publiés sont trop élevés et ne sont pas représentatifs des transactions de marché. Les producteurs ne peuvent même pas se guider sur les mercuriales dans leurs transactions directes avec les grossistes et les acheteurs des magasins à succursale; le prix du marché qu'on leur consent n'est pas celui des mercuriales, mais celui que ces acheteurs évaluent eux-mêmes en fréquentant le « marché des cultivateurs » et en y faisant une partie

de leurs achats à des prix généralement plus avantageux que ceux des mercuriales et sur lesquels ils se basent pour déterminer « le prix du marché ».

Ainsi donc, non seulement les mercuriales ne servent pas de normes dans la détermination du prix au producteur en dehors du marché Métropolitain, du moins dans la région de Montréal, mais, paradoxalement elles ne jouent même pas ce rôle au « marché des cultivateurs » lui-même où elles sont établies. Nous avons cru trouver l'explication de cette anomalie dans le fait que les prix relevés au marché par les responsables des mercuriales entre 7 heures et demie et 9 heures du matin ne sont pas des prix de ventes réellement effectuées mais des prix d'ouverture, c'est-à-dire des prix que les producteurs aimeraient obtenir ce jour-là pour leurs produits, mais qu'ils se résignent par la suite à ne pas obtenir.

Evaluation et conclusions

Deux facteurs devraient normalement assurer le développement du Marché central métropolitain, à savoir, comme premier facteur, l'accroissement constant de la consommation des fruits et des légumes dans la province et plus spécialement dans l'agglomération montréalaise, par suite de l'augmentation de la population et de sa préférence de plus en plus marquée pour ce type d'aliments: et, comme second facteur, d'ailleurs lié au premier, l'expansion continue et sans doute accélérée des cultures horticoles dans la région de Montréal en raison des conditions particulièrement favorables de sol et de climat qu'elle offre à ces cultures.

Par ailleurs, comme il ressort de nos analyses, d'autres facteurs tendent à freiner sinon à compromettre ce développement, du moins en ce qui concerne le « marché des cultivateurs ». La Centrale d'arri-vage et de distribution de fruits et de légumes ne devrait pas, en effet, être affectée par ces facteurs. Une telle centrale est nécessaire pour canaliser et répartir les importations.

Un premier facteur qui nous semble devoir réduire l'importance relative du « marché des cultivateurs » pour la mise en marché des fruits et des légumes du Québec pour consommation à l'état frais est le développement du pré-emballage comme service autonome pour de nombreux produits. Nous croyons qu'on trouvera de moins en moins au « marché des cultivateurs » de ces produits pour lesquels ce type d'apprêtage préalable devient la règle, car les producteurs les dirigeront, vraisemblablement de plus en plus vers les établissements de pré-emballage qui en assureront eux-mêmes la distribution. De toute façon si, comme nous le suggérons et le prévoyons, de grands entrepôts se multiplient dans les centres de production pour prolonger d'une récolte à l'autre la fraîcheur des fruits et des légumes d'une

conservation relativement longue comme les carottes, les navets, les pommes de terre et les pommes, on peut s'attendre à ce que les acheteurs en gros s'y approvisionnent de plus en plus directement, même en produits dont ils se réserveront le pré-emballage, comme la chose se produit déjà pour les entrepôts de pommes.

De même le traitement de certains produits horticoles à courte période de conservation, comme la laitue, la tomate, ou la fraise, par des procédés qui en prolongent la fraîcheur de quelques jours, nous paraît devoir divertir une proportion grandissante des produits actuellement les plus en vente au « marché des cultivateurs » vers des établissements spécialisés situés près des producteurs et qui joueront le rôle de poste d'assemblage et de distribution au niveau du gros, comme dans le cas des établissements de pré-emballage.

A ces facteurs il faut ajouter l'accentuation probable de la tendance qui amène déjà certains gros producteurs à vendre le gros de leurs produits à des magasins d'alimentation à succursales multiples et à des grossistes, sur commande ou par contrat d'approvisionnement direct.

Normalement, par suite du jeu de ces derniers facteurs, le « marché des cultivateurs » devrait régresser graduellement. Nous croyons d'ailleurs qu'effectivement son importance relative ira en décroissant et que le pourcentage de 50 pour cent des produits du Québec consommés dans l'agglomération montréalaise qui y est actuellement transigé baissera considérablement. Cependant l'augmentation de la production des fruits et des légumes dans la région de Montréal qui sans doute suivra au moins l'accroissement prévu de la consommation, devrait lui permettre de conserver son importance absolue actuelle.

En effet, le développement des autres canaux de distribution ne peut être tel qu'ils absorbent toute la production horticole locale, en sorte que le marché demeurera quand même avantageux pour l'écoulement des produits que l'on n'aura pas pu ou pas voulu diriger vers ces canaux. Le « marché des cultivateurs » continuera à s'avérer tout particulièrement utile pour l'écoulement des fruits et légumes de consommation relativement immédiate qu'il est impossible, même aux gros producteurs, de vendre en totalité sur commande au temps de la récolte et qui, par contre, sont susceptibles de trouver preneur à un marché où l'offre va rejoindre la demande.

Cependant nous croyons qu'en présence d'une demande de plus en plus concentrée l'offre au « marché des cultivateurs » est encore trop dispersée et nous pensons que le transfert des transactions des producteurs aux commerçants, et particulièrement aux plus importants, aura tendance à s'accélérer, surtout quand les producteurs se seront rendus compte que, du moins pour la majorité d'entre eux, il

ne leur est pas profitable d'y faire eux-mêmes commerce de leurs produits.

Nous espérons toutefois, comme nous l'avons déjà d'ailleurs suggéré, que les commerçants qui achètent à prix ferme ou qui vendent à commission fixe seront remplacés, dans une large mesure, par de véritables courtiers bien au courant des possibilités quotidiennes du marché et dont ce serait l'intérêt d'exploiter à fond ces possibilités à l'avantage des producteurs qu'ils représenteraient.

Cependant, une meilleure connaissance des conditions du marché ne sera vraiment possible pour tous les intéressés que s'ils disposent d'informations publiques plus détaillées et plus précises sur tout ce qui peut affecter les cours des fruits et des légumes au Québec et plus particulièrement dans la région de Montréal. Il faudrait notamment que le service des mercuriales quotidiennes soit radicalement transformé de façon à tenir compte des transactions effectives de fruits et de légumes de premier niveau, c'est-à-dire entre producteurs ou commerçants et acheteurs en gros, non seulement au « marché des cultivateurs », mais d'une façon plus générale dans l'agglomération montréalaise et dans quelques centres représentatifs de la province. Nous reviendrons d'ailleurs sur cette question des informations publiques concernant le commerce des fruits et des légumes au Québec.

Une autre condition qui nous paraît importante au bon fonctionnement du « marché des cultivateurs » à l'avantage des producteurs est l'application rigoureuse sur les lieux mêmes des nouveaux règlements de classification des fruits et des légumes, de façon à enrayer les pressions à la baisse qu'exercent les produits de qualité inférieure, non identifiés comme tels, qu'on y offre en vente à des prix de rabais.

Ainsi donc, non seulement le « marché des cultivateurs » nous semble-t-il viable, bien que ses chances de développement nous apparaissent limitées, mais encore nous considérons qu'à certaines conditions, la plupart facilement réalisables, il peut devenir encore plus utile qu'il ne l'est actuellement aux producteurs de fruits et de légumes de la région de Montréal dans la mise en marché d'une part appréciable de leurs produits.

C'est dans les perspectives de cette évaluation du « marché des cultivateurs » que nous donnerons maintenant notre avis sur quelques projets d'aménagement qui nous ont été soumis.

Projet d'abri

Nous considérons d'abord comme parfaitement légitime la demande des usagers du « marché des cultivateurs » concernant l'érection d'une structure au-dessus de leurs postes de vente en vue de les protéger du soleil et de la pluie. Un tel abri existe dans plusieurs

marchés publics de la province beaucoup moins importants et nous ne voyons pas pourquoi on devrait s'en dispenser au Marché métropolitain de Montréal. Au surplus, des canalisations d'eau devraient être installées de façon à permettre l'arrosage des produits périssables en périodes de grande chaleur. Nous sommes d'ailleurs convaincus, par suite de nos sondages, que les usagers consentiraient volontiers à défrayer des droits d'entrée proportionnellement supérieurs pour jouir de ces avantages, en sorte qu'on ne saurait objecter que ces aménagements ne seraient pas rentables.

« Marché d'hiver »

Quant au « marché d'hiver », dont on réclame l'établissement depuis 1960 et qui figurait dans les premiers plans du Marché central métropolitain à titre de projet prioritaire, il nous paraît répondre aussi à un besoin, bien que celui-ci s'avère maintenant moins important qu'il pouvait le sembler au début, alors que les maraîchers, en particulier, envisageaient d'y écouler la presque totalité de leurs produits. En effet, si comme nous le prévoyons, le type de produits qui serait normalement transigé à ce marché continue d'être de plus en plus vendu en gros sans ou après pré-emballage directement des entrepôts corporatifs ou coopératifs établis dans les centres de production, l'importance actuelle et future d'un « marché d'hiver » nous paraît devoir être réduite d'autant. Il n'en reste pas moins que certains commerçants et certains producteurs possédant des entrepôts sont et demeureront intéressés dans un « marché d'hiver » et qu'ils y trouveraient sans doute une clientèle suffisante pour justifier le projet.

Nous suggérons cependant que l'envergure de ce projet ne soit déterminée qu'après une enquête poussée auprès des intéressés et qu'après avoir fait signer des baux à moyen terme à ceux qui déclareraient vouloir y faire commerce.

Deux types d'aménagement peuvent être considérés: soit un édifice spécial, soit l'utilisation d'une partie de l'abri que nous avons proposé, en la construisant de telle sorte qu'on puisse, en y fixant des panneaux amovibles, la convertir chaque automne en « marché d'hiver ». Pour notre part, nous opterions plutôt pour ce second type d'aménagement, s'il s'avérait praticable, car il aurait l'avantage d'être à la fois beaucoup plus économique et plus facilement adaptable aux besoins futurs.

Centre de classification et d'emballage

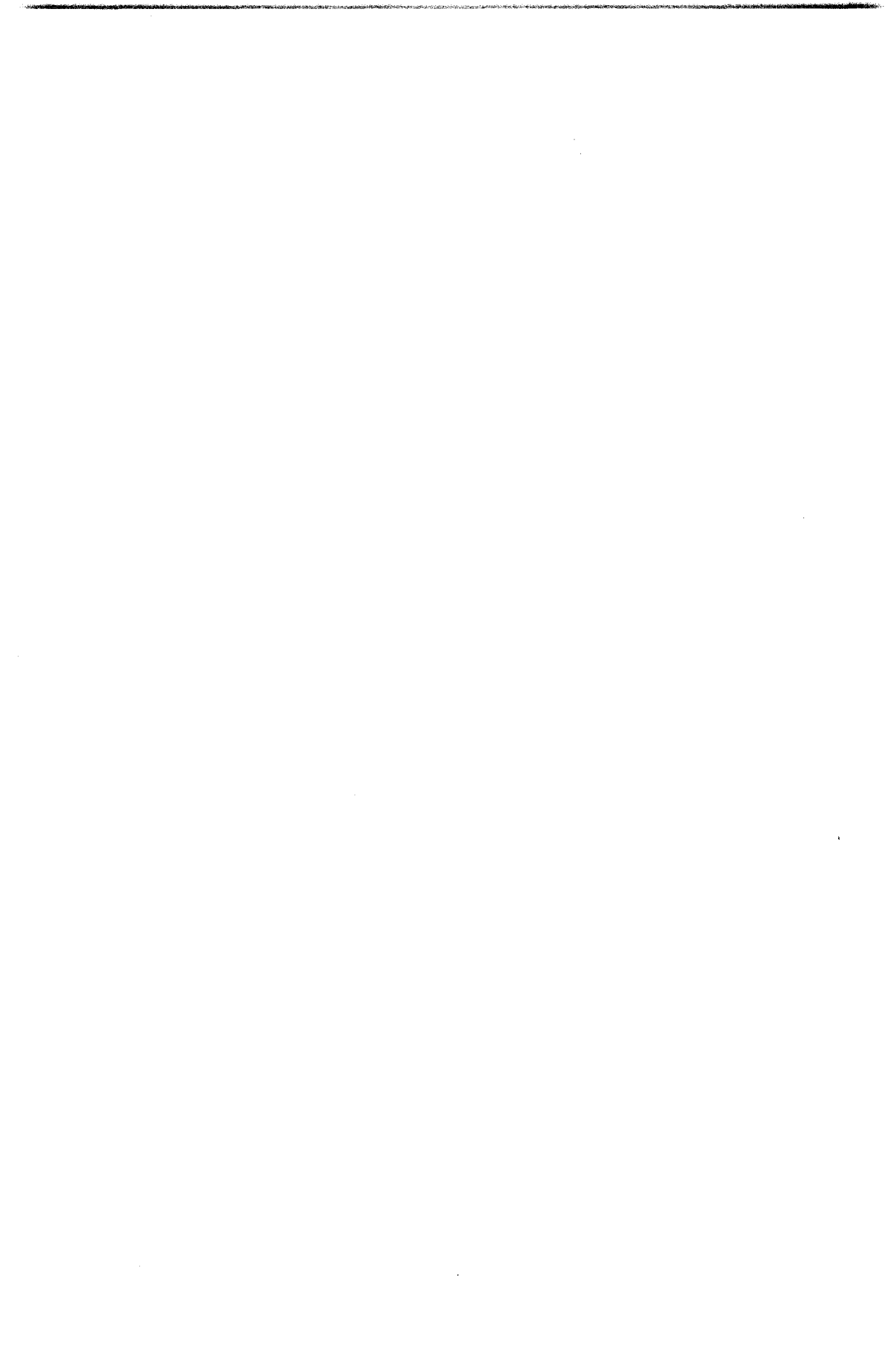
Dans le rapport qu'elle a présenté à notre Commission, la Compagnie du Marché central métropolitain soumettait à notre attention un projet concernant l'établissement au marché d'un centre de classification et d'emballage.

Si nous sommes en faveur d'un service d'inspection efficace de la qualité des produits sur les lieux du marché, nous ne saurions par contre recommander l'établissement du centre projeté. Nous considérons, en effet, que la classification est une opération qui est et qui doit demeurer la responsabilité du producteur ou du commerçant qui apporte les produits au marché et qui, comme telle, doit être effectuée avant l'arrivée des produits au marché, soit à la ferme même, soit dans des postes locaux ou régionaux de classification. Un service public de classification sur le terrain du Marché Central aurait pour effet, selon nous, d'émousser le sens de la responsabilité que les producteurs et les commerçants doivent au contraire développer dans la qualité des denrées qu'ils viennent y offrir en vente. Si des produits sont rejetés pour raison de mauvaise classification, il nous paraît salubre que le vendeur soit forcé de les rapporter pour reclassification. Et s'il s'agit d'arrivages de l'extérieur destinés aux grossistes qui sont ainsi refusés, nous ne voyons pas pourquoi ceux-ci n'effectueraient pas eux-mêmes la reclassification dans leurs propres entrepôts.

Au surplus nous voyons mal comment un tel centre de classification pourrait être rentable, si comme on le propose, les installations et la main-d'oeuvre y étaient utilisées à la fois pour fins de classification sans doute déjà plus ou moins régulière, et pour fins de reclassification occasionnelle. Non seulement, la classification dans les centres de production ne présente pas ce dernier inconvénient, mais elle offre l'avantage d'employer la main-d'oeuvre locale et d'économiser le transport inutile au marché des produits de rebut.

Les mêmes considérations s'appliquent d'ailleurs à l'emballage plus ou moins élaboré qui accompagne la classification. Il nous paraît aussi déplacé comme service au Marché central métropolitain que la classification elle-même.

Nous proposons donc que les capitaux qu'on se proposait d'investir dans ce centre de classification et d'emballage soient plutôt consacrés à la réalisation des deux projets précédents.



CHAPITRE V

Conditions d'une mise en marché efficace et profitable pour les horticulteurs du Québec

Les conditions d'une mise en marché des fruits et des légumes pour consommation à l'état frais qui soit à la fois efficace et profitable pour les horticulteurs du Québec se situent d'abord au niveau de la ferme où l'on doit produire à des coûts comparatifs avantageux les fruits et les légumes qui sont en demande sur les marchés intérieurs et extérieurs et en les offrant en vente de la façon dont ils sont en demande sur ces marchés.

Nécessité de la spécialisation

La production à des coûts comparatifs avantageux suppose que l'on pratique chaque culture dans une zone climatique appropriée, sur un sol favorable, bien drainé et irrigué au besoin et en utilisant les variétés, l'équipement et les façons culturales susceptibles d'assurer, dans l'état présent de la technique agricole, les meilleurs rendements en termes de quantité et de qualité. Mais, il faut bien se rendre compte que ces rendements élevés d'un produit de qualité à des coûts comparatifs avantageux ne peuvent être obtenus que sur un acrage suffisamment étendu pour justifier les investissements nécessaires et pour inciter le producteur, par l'importance même de l'entreprise, à apprendre et à pratiquer les méthodes de culture les plus productives et les plus rentables. C'est un fait d'expérience que ceux qui pratiquent l'horticulture comme à-côté, ou culture d'appoint marginale, non seulement se contentent et doivent se contenter de revenus médiocres, faute d'intérêt et de souci des rendements, mais encore produisent généralement des denrées de qualité inférieure dont la mise en marché a tendance à faire baisser les cours en gonflant l'offre, en dépréciant les prix au niveau de ceux qu'ils commandent et en compromettant auprès des consommateurs la réputation des produits horticoles locaux. Pour toutes ces raisons de rentabilité, l'horticulture devrait être pratiquée par des spécialistes et, par conséquent, sur des acrages suffisamment étendus pour justifier et entraîner cette spécialisation. Et c'est ce type d'horticulture spécialisée qu'il faut encourager au Québec, tout en la protégeant contre la concurrence des produits de qualité inférieure par l'application rigoureuse des nouveaux règlements de classification des fruits et des légumes sur tous les marchés.

Nécessité de la concentration pour la mise en marché

Une production suffisante est non seulement une condition et une garantie de spécialisation et de rentabilité en termes de rendements, mais elle répond aussi aux exigences modernes de la mise en marché en justifiant, si elle est assez considérable, la construction d'entrepôts frigorifiques et en permettant d'effectuer sur la ferme même, au moins pour certains produits, les opérations de classification, de calibrage, d'emballage primaire et même de pré-emballage. Cette intégration au niveau de la ferme, en plus d'assurer au producteur une utilisation maximale de sa main-d'oeuvre, lui permet de vendre directement aux acheteurs en gros les plus importants une forte proportion de ses produits en économisant toutes les marges des intermédiaires.

Il va de soi cependant que seuls les très gros producteurs peuvent profiter de tous les avantages de cette intégration. D'ailleurs il semble bien que dans la culture des fruits et des légumes pour consommation à l'état frais, comme c'est le cas pour la plupart des productions agricoles, les économies de taille atteignent assez vite un plafond et que les exploitations les plus grandes, en particulier celles de type corporatif, ne soient pas les plus rentables.

Beaucoup d'horticulteurs ont une production assez considérable pour cultiver d'une façon rentable, mais trop restreindre cependant pour pratiquer avantageusement sur la ferme même l'intégration des opérations de mise en marché que nous venons de décrire. La solution qui s'impose alors pour eux est l'établissement de services communs de mise en marché où pourra s'opérer cette nécessaire intégration, soit par l'association de quelques producteurs, soit selon la formule coopérative, soit par l'initiative de commerçants. Quelle que soit la formule choisie, nous considérons indispensable la création, dans les centres mêmes de production, pour les raisons déjà exposées, de postes à la fois d'assemblage, de classification, de callibrage, d'emballage, et même de traitement pour en prolonger la durée, des produits horticoles de courte conservation, de même que l'établissement d'un nombre suffisant de maisons de pré-emballage spécialisées dans l'entreposage et l'apprêtage des produits horticoles d'une plus longue période de conservation.

La fonction essentielle de ces établissements est d'adapter qualitativement et quantitativement l'offre des fruits et des légumes aux exigences mêmes de la demande qui, comme nous l'avons vu, s'exprime par des commandes de plus en plus considérables de produits standardisés et de qualité garantie.

Ces mêmes particularités de la demande appellent d'ailleurs naturellement la concentration locale ou régionale des cultures horti-

coles de façon à assurer aux postes d'assemblage et d'entreposage locaux ou régionaux un volume de produits normalisés qui correspondent aux commandes massives qui intéressent les courtiers et les gros acheteurs qui alimentent le commerce de détail.

Des considérations qui précèdent il découle, comme première conclusion, qu'en concentrant la production sur une base géographique et, dans chaque ferme, sur un acrage suffisant, on améliorerait considérablement la mise en marché des produits horticoles du Québec, trop souvent compromis par la dispersion des cultures et leur marginalité sur chaque ferme. Et, de ce point de vue il est significatif de comparer le cas de notre production de pommes qui, parce qu'elle réalise largement toutes les conditions de concentration que nous venons de décrire, occupe une place avantageuse, non seulement sur le marché interne, mais aussi sur les marchés extérieurs, au cas de notre production de pommes de terre qui, faute de remplir ces mêmes conditions, loin d'envahir les marchés extérieurs, ne réussit même pas à concurrencer efficacement les pommes de terre de l'extérieur sur notre propre marché, comme l'illustre le tableau 22.

Allongement de la période de mise en marché

Les établissements d'assemblage et d'entreposage dont nous souhaitons la multiplication dans les centres de production, en plus de favoriser la concentration de produits adaptés à la demande, permettraient aussi d'améliorer le processus de mise en marché des fruits et des légumes en allongeant leur période de conservation.

Si, en effet, comme d'ailleurs nous le suggérons, les postes d'assemblage et de classification des fruits et des légumes pour consommation relativement immédiate étaient équipés de façon à prolonger, par un traitement approprié, la courte période de conservation d'une partie de la production, non seulement serait-il possible de régulariser l'offre et par conséquent les cours sur les marchés locaux, mais encore on pourrait divertir, sans doute à des prix avantageux, une partie importante de cette offre vers les marchés extérieurs qui lui seraient ouverts au même moment en raison du décalage des saisons de production; ce qui aurait du même coup pour effet de raffermir les prix des mêmes produits sur le marché interne.

Des entrepôts locaux ou régionaux capables de prolonger la durée des fruits et des légumes moins périssables de plusieurs mois et même, pour une partie de la production, d'une saison à l'autre, auraient le même effet bienfaisant. Non seulement empêcheraient-ils l'effondrement des cours qui se produit chaque automne, mais, en maintenant l'offre toute l'année, ils ouvriraient à nos horticulteurs cette part du marché interne qui est actuellement alimentée pendant plusieurs mois à prix forts par des arrivages des Etats-Unis et des autres

Tableau 22. Provenance des arrivages de pommes de terre sur le marché de Montréal, enwagonnées

Périodes	Provenance	1959-60	1960-61	1961-62	1962-63	1963-64	% sur la moyenne de 5 ans
Juillet	Maritimes	1,090	484	425	345	793	31.5
Août	Etats-Unis	425	707	629	123	460	23.5
Septembre	Total	1,520	1,191	1,058	468	1,253	55.0
Octobre	Québec	763	923	814	1,238	762	45.0
	Grand total	2,283	2,114	1,872	1,706	2,015	
	Maritimes	1,754	1,468	1,579	1,815	1,869	84.0
Novembre	Etats-Unis	91	9	45	10	24	1.5
Décembre	Total	1,845	1,477	1,624	1,825	1,893	85.5
Janvier	Québec	210	437	182	379	263	14.5
Février	Grand total	2,055	1,914	1,806	2,204	2,156	
	Maritimes	1,434	1,535	2,011	2,063	2,106	76.0
Mars	Etats-Unis	838	492	265	210	262	17.5
Avril	Total	2,272	2,027	2,276	2,273	2,368	93.5
Mai	Québec	107	136	408	79	50	6.5
Juin	Grand total	2,379	2,163	2,684	2,359	2,418	

Moyenne générale: 64% Maritimes, 14% Etats-Unis, 22% Québec.

Source: Préparé par le Service provincial d'horticulture à partir du Rapport sur les récoltes et les marchés de fruits, de légumes et de miel, Service de la production et des marchés, Division des fruits et légumes, Ottawa.

provinces, où l'on possède de meilleures facilités d'entreposage; en même temps qu'ils permettraient sans doute d'augmenter nos exportations de certains produits.

Mais la mise en entrepôt ne réussira vraiment à freiner la baisse des prix dans la période qui suit immédiatement la récolte, si trop d'horticulteurs demeurent dans l'obligation de vendre une forte partie de leurs produits dès le moment de l'arrachage ou de la cueillette pour payer leur main-d'oeuvre et leurs fournitures de ferme. Cette situation serait toutefois corrigée par les facilités de crédit à la production dont nous recommandons l'établissement, à cette fin entre autres, dans notre rapport sur le Crédit agricole.

Contrôle de la qualité des produits mis en marché

Tous les facteurs précédents nécessaires à une mise en marché avantageuse des produits horticoles du Québec ne peuvent être vraiment efficaces s'ils ne sont pas complétés et appuyés par une réglementation rigoureuse de la qualité des fruits et des légumes offerts en vente dans la province. En effet, une telle réglementation remplit à la fois une fonction de stimulation et de soutien de tous ces autres facteurs. Aussi faut-il s'étonner qu'on s'en soit si peu occupé dans le passé.

Non seulement notre première loi concernant la classification des fruits et des légumes pour consommation à l'état frais ne date-t-elle que de 1925, mais encore les règlements nécessaires à son application ne furent édictés que 12 ans plus tard, en 1937. Cette loi souffrait d'ailleurs d'une faiblesse majeure qui en restreignait gravement la portée et l'efficacité comme mesure d'assainissement de la mise en marché. Elle comportait en effet une disposition autorisant l'horticulteur à vendre sa propre production sous la désignation « non classée ».

Quant aux règlements ils établissaient des standards plutôt flous, d'application difficile et, dans la majorité des cas, inférieurs aux normes fédérales régissant le commerce interprovincial et international des fruits et des légumes. Au surplus l'application de cette réglementation provinciale a, dans l'ensemble, laissé gravement à désirer, faute d'un service d'inspection satisfaisant.

Nous voyons là l'une des principales raisons de la pauvre qualité de trop de produits horticoles du Québec sur nos propres marchés, en comparaison de celle des mêmes produits en provenance de l'extérieur, avec, comme conséquence, une dévalorisation plus que proportionnelle des denrées québécoises dans l'esprit des acheteurs et des consommateurs du Québec. Et cette situation préjudiciable à notre horticulture, même dans les secteurs où l'on s'est élevé à de hauts standards de qualité et de présentation, se prolonge encore aujourd'hui, bien que des dispositions soient maintenant prises pour faire

disparaître ce grave handicap. En effet, en 1964, on votait une nouvelle loi de classification des fruits et des légumes considérablement améliorée à laquelle on donnait suite en 1966 par de nouveaux règlements établissant des normes équivalentes à celles de la réglementation fédérale. Mais le service d'inspection n'a pas encore été réorganisé de façon à faire profiter pleinement l'horticulture québécoise des avantages de cette nouvelle réglementation.

Actuellement l'équipe d'inspecteurs provinciaux qui a déjà été de 39, est réduite à 25 inspecteurs permanents et à 6 ou 7 inspecteurs temporaires au temps de la récolte. Bien que l'horticulture ontarienne soit de beaucoup plus développée, on jugera quand même de nos déficiences en ce domaine en comparant notre équipe à celle de l'Ontario qui compte 38 inspecteurs à plein temps, 103 inspecteurs supplémentaires au temps de la récolte en plus de 15 inspecteurs mis d'une façon permanente à la disposition de l'Office des producteurs d'oignons et de 158 autres engagés sur une base temporaire pour la classification des produits horticoles destinés aux conserveries. L'importance relative de ces effectifs est d'autant plus grande que le gouvernement ontarien a transféré sa juridiction en matière de classification aux autorités fédérales pour tout l'est de l'Ontario et de la région de North Bay.

Par ailleurs, nos horticulteurs ont toujours bénéficié, pour fins de commerce interprovincial et d'exportation, des services d'un certain nombre d'inspecteurs fédéraux. Leur nombre qui était d'une quinzaine il y a dix ans, a augmenté graduellement, avec l'accroissement des arrivages de l'extérieur et de nos expéditions à l'étranger et vers les autres provinces, pour atteindre à l'heure présente 37 inspecteurs à plein temps et 3 sur une base temporaire.

En septembre 1967, une entente a été conclue avec le gouvernement fédéral pour rendre obligatoire l'inspection fédérale des pommes, pommes de terre, carottes, oignons, navets, laitue et bleuets destinés au commerce interprovincial, les inspecteurs fédéraux étant mandatés, aux termes de l'entente, pour assurer l'application de la réglementation provinciale en même temps que l'application de la réglementation fédérale.

Une telle entente avec le gouvernement fédéral pour l'inspection des pommes, des pommes de terre, des oignons et des tomates destinés au commerce interprovincial est par ailleurs en vigueur en Ontario depuis la fin de la dernière guerre.

De plus, alors qu'en vertu d'une autre entente, la surveillance de la qualité des aliments offerts en vente au niveau du détail, y compris les fruits et légumes frais, est assurée en Ontario depuis plus de 12 ans, sur les marchés de Toronto, Ottawa, Hamilton, London et Windsor, par des inspecteurs fédéraux appliquant à la fois les réglemen-

tations fédérale et provinciale, une entente semblable n'est en vigueur au Québec que depuis septembre 1967, et ne s'étend qu'aux marchés de Montréal et de Québec.

Ces ententes provinciales-fédérales seront sans doute salutaires, mais nous considérons qu'elles ne devraient pas nous dispenser de renforcer très rapidement notre équipe d'inspecteurs provinciaux en nombre et en qualité, si nous voulons que notre nouvelle loi et nos nouveaux règlements de classification des fruits et des légumes contribuent vraiment à assainir la mise en marché de nos produits horticoles et à en relever la réputation auprès des acheteurs et des consommateurs.

Présentation soignée

Quant à l'amélioration de la présentation de nos produits horticoles du point de vue propreté, calibrage et emballage, qui s'impose tout autant que leur qualité pour arriver aux mêmes fins, nous supposons qu'elle serait assurée par l'accroissement des acrages et de la spécialisation, ainsi que par la multiplication des postes d'assemblage et des entrepôts que nous proposons et où un apprêtage répondant aux exigences des acheteurs et des consommateurs serait sans doute effectué comme allant de pair avec la classification selon les nouvelles normes légales.

Publicité

Les hauts standards de qualité et de présentation obtenus sur la base des conditions précédentes permettraient d'organiser une publicité efficace de nos produits horticoles qui les aiderait à se tailler une place de plus en plus avantageuse sur notre marché interne et sur les marchés extérieurs.

Et ici encore la concentration, chez les gros producteurs et surtout dans les postes d'assemblage et d'entreposage, de lots considérables de produits horticoles normalisés assurerait le plein rendement de cette publicité dans la conquête du marché, comme le démontre le succès actuellement remporté par les marques de commerce de certains établissements de pré-emballage.

Concurrence aux arrivages de l'extérieur

Le grief le plus souvent et le plus énergiquement exprimé par les horticulteurs est la concurrence des produits en provenance de l'extérieur de la province sur le marché québécois, à laquelle on attribue, entre autres effets nocifs, le ravalement des prix au moment de la mise en marché des produits locaux. Or sur un marché continental de fruits et de légumes qui tend à se libéraliser de plus en plus par

suite des ententes du Kennedy Round et sur un marché canadien où il n'existe pas de restrictions légales au commerce interprovincial cette concurrence nous paraît dans une large mesure inévitable. Cependant, outre que cette concurrence comporte, en contre-partie, la possibilité pour nos horticulteurs de se tailler une place avantageuse sur le marché continental et sur le marché canadien, il nous semble que les mêmes conditions qui nous permettraient de produire et de mettre en marché, d'une façon plus régulière et à des coûts comparatifs avantageux, des produits horticoles de haute qualité et de présentation soignée, devraient aussi nous permettre de réduire considérablement cette concurrence sur le marché québécois où nos horticulteurs ont quand même l'avantage de la proximité.

Au surplus, une mise en parallèle des fluctuations des prix locaux et des arrivages de l'extérieur dans le cas des pommes de terre, des carottes, des oignons, des fraises, de la laitue et du céleri, nous a permis d'établir que les prix étaient les plus bas au moment où l'offre locale est la plus abondante et où, par ailleurs, les arrivages de l'extérieur sont nuls ou relativement faibles et que ceux-ci avaient généralement tendance à augmenter avec la montée des prix et à décroître avec la baisse de ceux-ci. Il semble donc que ce soit le volume de l'offre locale qui joue le rôle de facteur déterminant des fluctuations des prix des produits horticoles que nous cultivons au Québec et que les arrivages de l'extérieur s'y ajustent dans une large mesure, ne prenant de l'importance que lorsque l'offre local décroît et que les prix de notre marché deviennent avantageux.

Sans doute, les arrivages de l'extérieur, dans le cas d'une insuffisance de l'offre locale, empêchent-ils les prix de s'élever aux niveaux qu'ils atteindraient sur un marché fermé, puisqu'ils n'interviennent qu'au moment où les prix locaux, ayant atteint ou commençant à dépasser un certain niveau, ouvrent aux expéditeurs de l'extérieur un marché alternatif rentable. (voir annexes 9 à 24 inclusivement: brochure ci-jointe)

On peut considérer aussi que les arrivages de l'extérieur, lorsqu'ils se conjuguent avec une augmentation de l'offre locale, contribuent à accentuer la baisse des prix et ceci peut se produire effectivement quand les producteurs d'une région écoulent à des prix de rabais un surplus de production de fin de saison dans une région où commence la récolte, mais, comme nous l'avons vu, la baisse s'accroissant avec l'accroissement de l'offre locale, les producteurs de l'extérieur, n'y trouvant plus leur compte, cessent leurs expéditions et la baisse continue alors sous la seule pression de l'offre locale et peut même entraîner les prix locaux largement en bas du niveau auquel ils pourraient se maintenir dans de meilleures conditions de mise en marché.

Comme on peut le constater, nous n'excluons pas la possibilité, lorsque commence la mise en marché de nos produits horticoles, de

certaines pratiques de « dumping » qui font baisser les prix prématurément et que certains gros acheteurs locaux peuvent avoir intérêt à encourager. Et ici nous considérons qu'un organisme permanent qui grouperait des représentants des horticulteurs et des acheteurs en gros serait susceptible de contrôler largement ce phénomène. Le succès remporté dans ce sens, de l'avis de l'Association des maraîchers de la région de Montréal, par les quelques rencontres qu'elle a organisées en 1967 avec certains acheteurs en gros, nous semble constituer une preuve de la validité d'une telle formule.

Contrôle de l'offre

Partant cependant du fait que le niveau le plus bas des prix pour chaque produit horticole est atteint au moment où la récolte du Québec est mise massivement sur le marché et où les arrivages de l'extérieur sont disparus ou sont en régression, nous en concluons que ce ravalement des cours est attribuable au gonflement de l'offre locale et que c'est sur celle-ci qu'il faut agir.

Nous avons déjà proposé plusieurs mesures qui contribueraient à réduire cette pression à la baisse d'une offre trop considérable. L'application stricte des nouveaux règlements de classification est l'une de celles-ci, dans la mesure où elle tendrait à éliminer du marché les produits de qualité douteuse qui entraînent un abaissement des cours, non seulement par le surcroît d'offre qu'ils représentent mais aussi par l'effet d'entraînement des prix inférieurs auxquels on les écoule.

Le traitement d'une certaine proportion des fruits et des légumes de consommation relativement immédiate pour en prolonger la fraîcheur de plusieurs jours aurait le même effet en permettant d'en régulariser la vente sur les marchés locaux, mais surtout en permettant d'en écouler une partie, qui pourrait être considérable, sur les marchés extérieurs et de restreindre l'offre locale dans la même proportion. La mise en entrepôt, en permettant d'étaler la vente des autres produits horticoles sur toute l'année, opérerait un dégonflement identique de l'offre au moment de la récolte et dans la période immédiatement subséquente.

Mais toutes ces mesures peuvent ne pas suffire si la production est vraiment trop considérable pour les possibilités d'écoulement du marché à des prix avantageux. Ceci peut se produire par suite d'une récolte exceptionnelle résultant de conditions climatiques particulièrement favorables et alors seule une certaine discipline dans la mise en marché, d'ailleurs difficile à obtenir, pourrait atténuer la baisse des prix.

Par contre, cette surproduction relative peut se présenter même avec des rendements normaux, soit parce que les superficies consa-

créées à la culture de tel ou tel produit horticole sont trop considérables, soit parce que, dans le cas surtout des fruits et des légumes de consommation immédiate, les ensemencements n'ont pas été échelonnés de façon à éviter les engorgements momentanés du marché, soit pour les deux raisons à la fois. Et nous sommes alors logiquement reportés, comme solution, au contrôle de la production et amenés du même coup à envisager la formule des plans conjoints dont c'est l'une des attributions. En effet, les plans conjoints prévus par notre Loi des marchés agricoles, en plus du pouvoir de négociation collective des prix, confèrent aux organismes de producteurs qui les administrent, celui de contingenter et de régir la production.

La formule des plans conjoints

Mais il nous semble que la formule même des plans conjoints est, d'une façon générale, inapplicable à la mise en marché des fruits et des légumes pour consommation à l'état frais, et ceci pour deux raisons majeures, mis à part le peu d'intérêt manifesté jusqu'à présent par les horticulteurs pour ce mode particulier de mise en marché.

La première et la principale raison est qu'il s'agit pour la plupart des produits d'un marché ouvert et hautement concurrentiel, où les prix peuvent être difficilement fixés et où, du moins pour les fruits et légumes les plus périssables, l'offre et la demande et, par le fait même, les cours fluctuent quotidiennement. Dans ces conditions, les procédures de négociation collective et d'arbitrage des plans conjoints, avec les longs délais qu'elles supposent et la rigidité relative des prix qu'elles engendrent pour de longues périodes, nous paraissent encore plus impraticables que pour la mise en marché des volailles d'abattage¹. Comment pourrait-on négocier collectivement au jour le jour le prix de la laitue ou des tomates?

Il est vrai que la chose est beaucoup moins impensable dans le cas des pommes où les arrivages de l'extérieur sont relativement négligeables, où la concentration de l'offre est déjà très avancée, où le contrôle de la production et de la mise en marché serait plus facile et où les prix sont plus stables, en sorte que l'établissement d'un plan conjoint pourrait peut-être s'avérer avantageux pour les pomiculteurs du Québec. Par ailleurs, la formule nous paraît actuellement exclue dans le cas de la pomme de terre parce qu'à peu près aucune des conditions favorables que nous venons d'énumérer pour la pomme n'est réalisée pour la pomme de terre.

Une autre difficulté tient à l'impossibilité dans plusieurs cas de distinguer le producteur du premier acheteur; beaucoup de producteurs étant aussi acheteurs à titre de commerçants ou de pré-embal-

1. Voir le rapport de la Commission sur la Mise en marché de la viande et de la volaille au Québec.

leurs, ce qui serait susceptible de compromettre le vote et le fonctionnement d'un plan conjoint. Sans compter que le niveau de mise en marché n'étant pas le même pour le petit producteur qui vend à un commerçant et le gros producteur qui agit comme son propre grossiste, le prix au premier acheteur ne saurait être le même.

Cependant, si la mise en marché des fruits et des légumes pour consommation à l'état frais ne peut pas être assurée selon la formule des plans conjoints, à l'exception peut-être de la pomme, ce n'est pas à dire qu'il faille renoncer à tout contrôle de la production et qu'il n'existe aucune autre mesure susceptible d'assurer aux horticulteurs les meilleurs prix que permettent à chaque jour les conditions du marché.

Un bon service d'information

La première condition pour atteindre ces deux objectifs consiste dans un bon service d'information concernant la production, les arrivages, les cours et les débouchés des fruits et des légumes au Québec.

En ce qui concerne les conditions générales au marché une information précieuse est fournie aux intéressés par un bulletin publié chaque semaine par la division des fruits et des légumes du Service de la production et des marchés du ministère fédéral de l'Agriculture intitulé « Rapport hebdomadaire sur les récoltes et les marchés de fruits, de légumes et de miel ». On y trouve, entre autres renseignements, des données sur le volume des exportations, sur les arrivages aux divers marchés du Canada, dont celui de Montréal, et bien que de façon moins systématique, des chiffres sur les acrages en culture, sur l'état des récoltes et leurs rendements probables tant au Canada qu'aux Etats-Unis.

Ces dernières données peuvent aider à évaluer les tendances futures du marché durant l'année, mais, outre qu'elles sont souvent incomplètes, elles ne fournissent pas sur les acrages le type d'information qui pourrait servir à un contrôle de la production.

A cette fin, il faudrait enregistrer et compiler au cours de l'hiver les acrages que chaque horticulteur du Québec se propose de consacrer à telle ou telle culture et publier les résultats de ce relevé assez tôt pour que les producteurs puissent faire les réajustements nécessaires en cas de surproduction probable. Il va de soi que cette publication annuelle devrait comporter une bonne analyse des perspectives du marché pour les divers produits horticoles du Québec basée sur les quantités vendues les années précédentes dans des conditions normales et sur l'évolution prévisible de la demande. On mettrait ainsi en parallèle d'une façon sans doute très approximative, mais quand même significative, l'offre projetée et la demande probable pour chacune de nos productions horticoles.

A défaut d'un véritable contingentement de la production pour assurer les ajustements nécessaires, que seuls permettraient des plans conjoints ou une régie, cette publication annuelle aurait au moins pour effet de décourager le développement des cultures horticoles déjà manifestement excédentaires en les révélant comme telles aux horticulteurs, à leurs associations, de même qu'aux conseillers agricoles.

Quant aux renseignements du bulletin fédéral concernant les ensemencements, l'état des récoltes et leur rendement prévisible, ils pourraient être repris d'une façon plus précise et plus détaillée pour chaque culture horticole du Québec dans un bulletin mensuel analogue à l'« Ontario Seasonal Fruit and Vegetable Report », où l'on trouverait aussi un calendrier des récoltes et un relevé des produits horticoles en entrepôt. Une telle publication permettrait à tous les intéressés d'estimer justement les tendances et les possibilités du marché et de s'y adapter. Elle permettrait en particulier aux horticulteurs d'invoquer les disponibilités réelles et clairement établies en produits locaux dans leurs discussions avec les acheteurs en gros au sujet de leurs commandes à l'extérieur de la province au sein du Conseil provincial de l'horticulture dont nous proposons la création.

Si tous les renseignements précédents sont nécessaires aux horticulteurs ou à leurs représentants pour planifier et régulariser la mise en marché des fruits et des légumes, une bonne information sur les prix courants des produits horticoles est la condition immédiate indispensable à l'obtention par les horticulteurs des meilleurs prix que peuvent assurer, au moment de la vente, les conditions du marché.

La première source d'information sur les cours des fruits et des légumes est constituée par le bulletin fédéral déjà mentionné. On y rapporte en effet les prix moyens payés la semaine précédente par les détaillants aux grossistes pour les fruits et les légumes de toute origine à la Centrale d'arrivage et de distribution du Marché central métropolitain de Montréal et ceux qui ont prévalu durant la même semaine sur les principaux marchés canadiens.

Malgré leur intérêt, par les comparaisons qu'ils permettent et les tendances qu'ils révèlent, ces prix de la semaine précédente ne peuvent guère être utilisés comme base valide de négociation sur un marché aussi fluctuant que celui de la plupart des fruits et des légumes. Sans compter que les prix qui intéressent surtout les horticulteurs sont ceux payés au premier acheteur et non ceux payés par les détaillants aux grossistes.

Déjà plus utiles sont les cotations du « Bulletin des marchés des fruits et des légumes » publié le lundi et le jeudi par la section des marchés du Service d'horticulture provincial et expédié aux intéressés le jour même. On y trouve, en effet, en plus des prix du jour des grossistes aux détaillants relevés à la Centrale d'arrivage et de distri-

bution du Marché central métropolitain de Montréal, une notation des prix déclarés par un échantillon de producteurs du « marché des cultivateurs » pour leurs ventes du matin même aux premiers acheteurs. De plus, pour compléter ce bulletin à l'intention de tous ceux qui font affaires au Marché central métropolitain, on affiche chaque lundi et chaque jeudi sur un tableau placé à l'entrée du restaurant du Marché les prix des grossistes aux détaillants ayant prévalu le matin même à la Centrale d'arrivage et de distribution des fruits et des légumes du Marché de Toronto.

Mais tout ceci s'avère encore insuffisant. En effet, des mercuriales quotidiennes s'imposent dans le commerce des fruits et des légumes pour consommation à l'état frais. Nous avons déjà vu que celles que publie le Service d'horticulture provincial à partir de relevés effectués le matin même au « marché des cultivateurs » du Marché central métropolitain de Montréal reflétaient mal la confrontation de l'offre et de la demande sur l'ensemble du marché québécois et qu'on se refusait généralement à considérer les prix publiés dans ces mercuriales comme les prix véritables du marché, et ceci même pour les transactions effectuées au « marché des cultivateurs ». Rappelons-nous que les prix rapportés ne sont pas des prix de vente dûment vérifiés avec documents à l'appui, mais des prix déclarés par un échantillon de producteurs comme des prix désirables plutôt que comme des prix qu'ils maintiendront pour la journée en cours. De plus ces mêmes mercuriales ne font aucun état des prix obtenus par les horticulteurs du Québec en dehors du « marché des cultivateurs » et ne tiennent compte, par conséquent, que d'une fraction très localisée de l'ensemble des transactions de la journée sur le marché québécois.

Aussi, maintenons-nous notre proposition de réformer radicalement le service actuel de mercuriales quotidiennes de façon à leur assurer plus de précision et d'envergure.

Comme condition de précision il faudrait exiger que toute transaction entre horticulteurs ou commerçants de fruits et de légumes et acheteurs en gros fasse l'objet d'une facture en bonne et due forme.

Nous proposons, par ailleurs, pour rendre les mercuriales plus largement représentatives, qu'elles ne soient plus établies à partir de prix déclarés par les horticulteurs du « marché des cultivateurs », mais en relevant les prix payés par un échantillon variable d'acheteurs en gros de fruits et de légumes, qu'on établirait chaque jour en utilisant la liste entière de ces acheteurs en gros au Québec. Ces mercuriales devraient comporter aussi un relevé des prix payés pour les arrivages de l'extérieur de la province, avec une indication de l'importance de ces arrivages.

Les nouvelles techniques de communication et de traitement de l'information permettraient facilement d'élargir ainsi la base des

mercuriales et d'en faire un meilleur indicateur du niveau quotidien des prix payés par les acheteurs en gros sur le marché des fruits et des légumes du Québec.

Reflétant les prix réels du marché, les mercuriales pourraient alors être prises comme base valable de négociation entre les horticulteurs, ou leurs représentants, et les acheteurs en gros de fruits et de légumes.

Mais il va de soi que ce prix quotidien du marché établi par les mercuriales n'est pas nécessairement le plus avantageux que les horticulteurs pourraient obtenir et que dans la mesure où ils représente la confrontation de l'offre et de la demande, il pourrait souvent être rehaussé, à l'intérieur des limites qu'impose un marché ouvert, par un meilleur contrôle de l'offre, c'est-à-dire, comme nous l'avons déjà suggéré, en évitant autant que possible les surproductions ruineuses de même qu'en diversifiant et en régularisant la mise en marché.

Contrôle de la demande

Un meilleur contrôle de la demande serait aussi susceptible, dans les mêmes limites qu'impose la concurrence extérieure, d'assurer aux horticulteurs québécois de meilleurs prix. En effet, la demande de fruits et de légumes atteint les producteurs par l'intermédiaire des détaillants et des acheteurs en gros qui les alimentent. Or, comme nous l'avons vu, les premiers ont tendance à s'accorder une marge exagérée à leurs comptoirs de fruits et de légumes, du moins sur la vente des produits du Québec. Les seconds, de leur côté, ont tendance, pour satisfaire et conserver leurs clients ou assurer des profits plus élevés aux succursales qu'ils desservent, à se servir de leur énorme pouvoir d'achat et même, peut-être, de s'entendre plus ou moins tacitement entre eux pour payer les produits horticoles du Québec moins cher que ne le permettraient les conditions objectives du marché.

La négociation collective à l'échelle provinciale du prix de chaque produit horticole selon la formule des plans conjoints pourrait théoriquement accorder aux horticulteurs du Québec la force de marchandage opposée qui leur permettrait de se garantir contre ces abus réels ou possibles dans le comportement de la demande, mais nous avons vu que cette solution n'était guère praticable.

Des régies particulières, comme celle que nous recommandons pour la mise en marché des volailles d'abattage, avec pouvoir de fixation hebdomadaire des prix par un comité conjoint composé de deux représentants des producteurs, de deux représentants des acheteurs en gros et d'un président impartial, constitueraient une formule alternative aux plans conjoints beaucoup plus souple, qui pourrait être avantageusement utilisée dans la mise en marché de certains produits horticoles, à condition que notre Loi des marchés agricoles soit modi-

fiée en conséquence. Si, en effet, la formule nous paraît excluse pour les produits horticoles hautement périssables, parce que les fluctuations journalières de l'offre au moment de la mise en marché exigeraient une fixation de prix quotidienne qu'on ne peut envisager, elle nous paraîtrait, par ailleurs, praticable dans le cas de quelques produits horticoles moins périssables, dont les prix sont plus stables et qui se prêtent davantage à un échelonnement de la mise en marché, à condition cependant que notre degré d'auto-suffisance pour le produit dont le prix serait ainsi régi soit assez élevé, comme c'est le cas par exemple, de la pomme, mais non, par contre, de la pomme de terre du moins actuellement.

Quelques régies ne constitueraient toutefois qu'un moyen bien limité pour contenir dans de justes limites les pressions à la baisse qui s'exercent du côté de la demande de toutes les catégories de fruits et de légumes.

Un Conseil provincial de l'horticulture

Sans avoir en soi l'efficacité d'un plan conjoint ou d'une régie, il nous semble qu'un Conseil de l'horticulture où seraient représentés les horticulteurs et tous les agents de conditionnement et de mise en marché des fruits et des légumes au Québec pourrait, entre autres rôles, remplir à un degré significatif cette fonction de protection générale de l'horticulture québécoise contre les abus actuels ou possibles des distributeurs. En effet, dans la mesure où les représentants des horticulteurs, s'appuyant sur les données d'un service d'information renouvelé, y feraient la preuve de ces abus et que ceux qui en seraient responsables seraient dans la nécessité de se justifier en invoquant les conditions du marché, nous considérons qu'on pourrait éviter ainsi les excès les plus flagrants et atténuer considérablement les autres. Il ne faut pas minimiser l'efficacité de la contrainte morale dans le contrôle des pratiques indésirables qui ne relèvent pas de la contrainte légale.

La confrontation des points de vue au sein du Conseil amènerait sans doute les horticulteurs à se rendre mieux compte, de leur côté, des besoins et des impératifs du marché et des adaptations nécessaires qu'ils leur imposent.

D'ailleurs en plus de leurs intérêts divergents, dont la confrontation serait avantageuse, producteurs, transformateurs et agents de mise en marché de fruits et de légumes ont aussi des intérêts communs qu'un Conseil de l'horticulture permettrait de dégager, de promouvoir, de défendre et de représenter, tout particulièrement au sein du Conseil canadien de l'horticulture. Nous considérons même que ce devrait être sa principale fonction, la fonction de contrôle que nous

lui attribuons demeurant secondaire, bien qu'elle contribue largement à justifier sa création.

La fondation d'un tel Conseil nous paraît donc, avec les deux fonctions importantes qu'il pourrait remplir, comme l'un des principaux moyens d'assurer le développement et d'accroître la rentabilité de l'horticulture québécoise.

L'action de l'Etat

Plusieurs des conditions de rentabilité de notre agriculture que nous avons mentionnées ou analysées demandent une intervention de l'Etat.

Ainsi en est-il, au niveau de la production, d'un inventaire systématique des sols du Québec qui permettrait de déterminer la vocation de telle ou telle localité, ou de telle ou telle région, pour telle ou telle culture horticole; du programme de conservation et de mise en valeur des terres arables que nous recommandons dans notre rapport sur l'Assainissement des sols et dont l'horticulture serait susceptible de profiter plus que toute autre culture; des facilités supplémentaires de crédit que nous proposons dans notre rapport sur le Crédit agricole et qui permettraient à nos horticulteurs de moderniser leurs exploitations et de financer plus avantageusement leurs frais de production.

Ainsi en est-il encore, au niveau de la mise en marché, de la réforme du service d'informations horticoles, de l'amélioration du service d'inspection des fruits et des légumes selon les nouvelles normes de classification, de la modification de la Loi des marchés agricoles qui permettrait l'établissement de régies particulières comme formule alternative aux plans conjoints et enfin de la création d'un Conseil provincial de l'horticulture.

L'aide de l'Etat à l'horticulture devrait aussi prendre d'autres formes.

Recherche

Nous considérons d'abord que le ministère provincial de l'Agriculture devrait poursuivre dans ses propres installations et subventionner dans les universités, plus qu'il ne le fait actuellement, des recherches en horticulture orientées plus spécialement vers le développement de variétés de fruits et de légumes de haut rendement adaptés à notre climat et répondant aux exigences modernes de la mise en marché et aux goûts particuliers des consommateurs.

Et ici se pose au sujet des recherches horticoles le problème plus général de l'incohérence actuelle des recherches agricoles poursuivies au Québec et tout spécialement de celles qui sont entreprises ou subventionnées d'une part par le Gouvernement provincial et d'autre part par le Gouvernement fédéral. Cette situation nous apparaît into-

lérable à cause de la dispersion et du gaspillage des ressources humaines et financières qu'elle implique, et qui menacent de s'accroître avec le développement projeté de la recherche scientifique à l'échelon provincial comme à l'échelon fédéral. Aussi recommandons-nous que l'actuel Conseil provincial des recherches agricoles soit réorganisé en le détachant du ministère de l'Agriculture et de la Colonisation et en lui donnant, sous la présidence d'un universitaire, un statut d'organisme semi-public semblable à celui que l'on propose pour le Conseil de la recherche scientifique, dont il pourrait devenir une section; et qu'on lui confie la coordination de toutes les recherches agricoles au Québec à partir d'un plan et d'un programme, qui sans être rigides et impératifs, guideraient avec une autorité morale à laquelle on pourrait difficilement se soustraire l'élaboration des projets de recherche agricole aussi bien dans les stations et les laboratoires des universités, quelle que soit la source de financement de leurs projets, que dans les stations et les laboratoires sous la juridiction directe tant du Gouvernement fédéral que du Gouvernement provincial.

Enseignement et vulgarisation

Les résultats des recherches, de même que les connaissances déjà acquises concernant la production et la mise en marché des fruits et des légumes, ne profiteront cependant aux horticulteurs du Québec que s'ils leur sont rendus accessibles de même qu'à tous ceux qui sont mandatés pour prendre leurs intérêts.

Cela suppose d'abord que tous les spécialistes directement ou indirectement nécessaires à la modernisation et au développement de notre industrie horticole soient formés dans nos universités et dans nos instituts de technologie agricole et que, par conséquent, l'Etat mette à leur disposition les fonds requis à cette fin. L'horticulture, comme toutes les autres branches de l'agriculture et de l'économie québécoises, ne peut se passer au XXe siècle d'avis experts et d'aide technique et par conséquent de spécialistes bien formés qui s'y consacrent en nombre suffisant, en particulier dans le Service de vulgarisation du ministère de l'Agriculture et de la Colonisation à tous les niveaux.

Mais il va de soi qu'on ne saurait négliger la formation des horticulteurs eux-mêmes. Nous ne saurions recommander que l'horticulture soit privilégiée dans l'enseignement agricole général qui se donne ou se donnera au niveau secondaire; par ailleurs nous considérons que l'enseignement qui est dispensé actuellement au niveau du collège professionnel dans nos instituts de technologie agricole est trop exclusivement orienté vers le secteur para-agricole et qu'il devrait comporter, à ce niveau, un cours de formation agronomique destiné à de

futurs agriculteurs avec une option bien structurée en horticulture, surtout à l'Institut de technologie agricole de Saint-Hyacinthe qui nous paraît avantageusement situé pour faire de l'horticulture une spécialité caractérisée.

Pour les horticulteurs déjà établis nous comptons beaucoup, en dehors des services d'information et de consultation qui devraient normalement se développer et se moderniser avec la réorganisation du Service de vulgarisation du ministère provincial de l'Agriculture et de la Colonisation, sur l'essor qu'est en train de prendre l'éducation permanente au Québec, à condition qu'elle accorde la priorité qu'ils méritent aux cultivateurs. Etant donné l'effort considérable d'adaptation aux exigences de la technique moderne que les horticulteurs comme tous les autres cultivateurs du Québec doivent fournir pour surmonter la crise actuelle de l'agriculture, alors que leur degré de formation académique et professionnelle est par ailleurs relativement faible, nous considérons, en effet, que l'éducation permanente devrait privilégier la classe agricole dans l'élaboration et l'exécution de ses programmes et nous en faisons même la recommandation formelle.

Aide à l'apprêtage et à l'entreposage

La nécessité que nous croyons avoir établie d'installations dans les centres mêmes de production pour la classification, le calibrage, le nettoyage, l'emballage, l'entreposage et même le traitement plus élaboré des fruits et des légumes pour consommation à l'état frais pose le problème du financement de ces installations très coûteuses.

La solution facile de la subvention gouvernementale individuelle ou collective aux horticulteurs à laquelle on peut être tenté de recourir nous paraît à rejeter et à cause de l'arbitraire qu'elle implique, de la discrimination qu'elle introduit, en particulier entre l'entreprise coopérative et l'entreprise privée; ainsi que de la prime à l'inefficacité et même de l'invitation à des investissements non rentables qu'elle peut parfois constituer.

Aussi proposons-nous, pour résoudre le problème, des facilités particulières de crédit, avec les contrôles et l'aide technique qu'elles supposent.

Si les installations sont établies sur la ferme, le crédit agricole, avec les modifications que nous avons recommandées, devrait normalement en assurer le financement.

Nous proposons au surplus que le crédit spécial accordé par la Société du crédit agricole fédérale aux syndicats formés par quelques cultivateurs d'une même localité pour l'achat et l'utilisation en commun de certaines machines agricoles soit étendu à ce type d'installations, qu'il peut être tout aussi avantageux d'utiliser en commun.

Par ailleurs, si les mêmes installations prennent l'importance, au plan local ou régional, de grands établissements corporatifs ou coopératifs, nous considérons qu'elles constituent alors des entreprises industrielles éligibles comme telles, quel que soit leur mode d'incorporation, au crédit dispensé soit par la Banque d'expansion industrielle du Canada, soit par l'Office du crédit industriel du Québec au même titre et aux mêmes conditions de rentabilité que toutes les autres entreprises industrielles.



CHAPITRE VI

Les légumes de conserve

Nos analyses et nos recommandations ont porté jusqu'à présent à peu près exclusivement sur la mise en marché des fruits et des légumes du Québec pour consommation à l'état frais, mais nous ne saurions terminer ce rapport sur l'industrie horticole québécoise sans consacrer un chapitre au secteur de notre horticulture qui est orienté vers la mise en conserve.

A vrai dire, ce secteur ne couvre d'une façon significative que quelques légumes. De plus, à l'exception des bleuets, il ne comprend les fruits du Québec que d'une façon marginale; dans la mesure seulement où des surplus de produits pour consommation à l'état frais sont divertis vers la mise en conserve. Normalement, par ailleurs, nous devrions traiter ici de la part importante de la récolte de bleuets des régions du Lac-Saint-Jean — Chicoutimi et Abitibi — Témiscamingue¹ qui est destinée à la congélation et aux problèmes difficiles de mise en marché qui se posent à ce sujet. Comme une vaste enquête subventionnée à même les fonds de l'ARDA est actuellement menée par une équipe de la Faculté d'agriculture de l'Université Laval sur l'ensemble de l'industrie du bleuet au Québec, nous référons le lecteur aux conclusions éventuelles de cette enquête, ne pouvant prétendre appuyer nos propres opinions sur une étude aussi poussée.

Comme il ressort du tableau 1, les légumes qui nous intéressent sont les pois, les haricots, le maïs et la tomate de conserve qui représentaient en superficie en 1965 plus de la moitié des légumes cultivés pour fins commerciales au Québec, soit 47,070 acres sur un total de 84,090 acres. Importants par la superficie qu'ils couvrent, les pois, les haricots, le maïs et la tomate de conserve le sont aussi par leur valeur à la ferme; on évaluait en effet celle-ci à \$4,862,000 en 1965. Nous rappelons toutefois que la culture de la tomate de conserve est en régression au Québec, et qu'elle ne représentait que \$162,000 sur ce total.

1. En 1966, la récolte commerciale de bleuets de ces deux régions se chiffrait à 14,750,000 livres d'une valeur de \$1,615,000. Bulletin « Fruits », 1966, Bureau de la statistique du Québec, p. 10.

Organisation et rentabilité de la culture des légumes de conserve

La première particularité à signaler au sujet de ces cultures c'est qu'elles sont pratiquées en partie par les conserveries elles-mêmes sur des terres louées avec leur propre équipement et leurs propres employés dans une proportion, en superficie, qui était en 1965 de 7.5 pour cent pour les pois, de 32.0 pour cent pour les haricots, de 34.5 pour cent pour le maïs et de 5.0 pour cent pour les tomates.

On peut considérer qu'il s'agit dans les mêmes proportions d'une contribution à l'économie québécoise, mais nous devons par ailleurs constater que ces cultures échappent, dans la mesure même de cette auto-intégration, aux horticulteurs québécois.

Il ne faudrait pas croire cependant que le reste de la production est fournie aux conserveries par des horticulteurs indépendants comme le sont l'immense majorité de ceux qui alimentent le marché des fruits et des légumes pour consommation à l'état frais. Dans le secteur des légumes de conserve les producteurs autonomes ne constituent qu'une infime minorité, 115 sur un total de 2,942 en 1966, soit moins de 4 pour cent. Au surplus ils ne cultivent que 0.42 pour cent des acrages consacrés à ces cultures et ne fournissent que 0.25 pour cent de la production.

L'immense majorité des producteurs de légumes de conserve, soit 2,462 ou 83.7 pour cent selon les statistiques de 1966, sont des cultivateurs liés aux conserveries par des contrats de production et engagés par le fait même par rapport à celles-ci dans ce type d'intégration verticale qu'on est convenu d'appeler en agriculture l'intégration contractuelle.

A vrai dire l'intégration contractuelle, à défaut de l'auto-intégration, est une nécessité encore plus impérieuse dans la production des légumes de conserve, qu'elle ne l'est en industrie laitière où elle est la règle. D'abord pour le producteur lui-même qui peut difficilement prendre le risque de ne pas trouver preneur de ses légumes dans le court délai où ils ont atteint la maturité désirée pour la mise en conserve et au-delà duquel il pourrait faire une perte totale. On comprend alors que les producteurs indépendants de légumes de conserve soient si peu nombreux, car ils ne peuvent compter que sur la demande marginale des conserveries ayant besoin de compléter leurs approvisionnements. L'intégration contractuelle est aussi une nécessité pour les conserveries, car comment pourraient-elles régulariser leur production, calculer leur prix de revient et s'assurer en quantité suffisante un produit de qualité uniforme et souvent différenciée qu'ils doivent mettre en marché sous des marques de commerce établies sans déterminer par contrats avec leurs fournisseurs les superficies à cultiver, les variétés à utiliser, les dates d'ensemencement à observer, les soins à donner à la récolte, les conditions de livraison et les

prix qui leur seront payés ? Aussi les contrats proposés par les conserveries comportent-ils des engagements sur tous ces points.

De façon à mieux contrôler la production et la mise en conserve des légumes, les plus importantes conserveries offrent aux cultivateurs des contrats où elles s'engagent à fournir la semence, à faire les ensemencements, les arrosages, la récolte et le transport à l'usine, en sorte que ceux-ci n'ont plus à vrai dire qu'à fournir la terre et à la préparer pour l'ensemencement. Il va sans dire que tous ces frais additionnels assumés en tout ou en partie par les conserveries sont déduits de la remise faite aux cultivateurs. C'est d'ailleurs ce qui explique, dans une large mesure, l'écart considérable de prix à la ferme pour les légumes de conserve entre le Québec et l'Ontario.

En effet, en 1966, le prix moyen à la ferme des pois était de \$106 la tonne en Ontario et de \$85 au Québec, celui des haricots, qui était de \$110 la tonne en Ontario, variait, selon la qualité, de \$78 à \$90 la tonne au Québec et celui du maïs, qui s'établissait à \$28 la tonne en Ontario, était de \$22 à \$25 la tonne au Québec. Dans le cas du Québec, cependant, il s'agit d'un prix net au fermier, alors que le prix payé en Ontario, par suite d'une négociation entre les offices de producteurs qui y sont établis et les conserveries, est un prix brut qui incorpore tous les frais qui sont assumés au Québec par les conserveries, en sorte que l'écart de prix qui continue sans doute de subsister entre les deux provinces est de beaucoup moins considérable que celui qui ressort à première vue d'une simple comparaison de prix.

En réalité si les producteurs de légumes de conserve du Québec ont des revenus inférieurs à ceux des producteurs de l'Ontario, c'est moins en raison d'un écart de prix que d'une différence dans les rendements. En effet, alors que le rendement moyen à l'acre au Québec en 1966 était de 1,700 livres pour les pois et de 3.90 tonnes pour le maïs, il était en Ontario de 1,880 livres pour les pois et de 4.47 tonnes pour le maïs¹. Et sans doute faut-il voir la principale raison de cette disparité dans le fait que les terres en légumes de conserve en Ontario sont généralement égouttées par drainage souterrain alors qu'au Québec elles ne le sont généralement pas. En effet le drainage souterrain est hautement rentable pour ce genre de culture, comme l'illustre une comparaison effectuée en 1967, par une grande conserverie du Québec entre les rendements obtenus sur des terres avec et sans drainage souterrain et dont les résultats sont présentés dans le tableau 23.

A vrai dire nous n'avons là qu'une autre preuve de la nécessité maintenant bien établie du drainage souterrain pour assurer la rentabilité de beaucoup de cultures au Québec et de l'urgence du vaste

1. Nous ne possédons pas de chiffres sur les rendements moyens à l'acre des haricots en Ontario, sans doute parce que cette culture n'y est pas encore très développée.

programme d'investissement dans ce secteur que nous recommandons dans notre rapport prioritaire sur l'Assainissement des sols.

Tableau 23. Rendement à l'acre en livres

	Terrain avec drainage souterrain	Terrain sans drainage souterrain	Différence de rendement
Pois	1,809	1,542	266 ¹
Haricots	5,450	3,445	2,005
Maïs	7,334	5,715	1,434

1. La moitié des 438 acres de terres drainées de l'échantillon l'étaient pour la première année, alors que les drains ne sont pas pleinement efficaces, sinon l'écart aurait été plus considérable. Avec un meilleur échantillon il avait été de près du double l'année précédente à l'occasion d'une comparaison semblable.

Situation des conserveries

Comme nous l'avons déjà noté trois conserveries contrôlent à elles seules 67 pour cent des superficies consacrées à la culture des pois, des haricots et du maïs de conserve au Québec. Deux de celles-ci ont par rapport aux autres des avantages comparatifs considérables. Entreprises d'envergure continentale, elles possèdent des marques de commerce reconnues qui leur ouvrent le marché du continent à des prix avantageux. De plus, profitant d'un service de recherches hautement développé, elles ont créé des variétés adaptées à notre milieu et dont elles se réservent l'exclusivité. Les rendements supérieurs qu'assurent ces variétés leur profitent en même temps d'ailleurs qu'aux agriculteurs qui cultivent pour eux. Et l'écart de rendement entre ces variétés et celles qu'emploient les autres conserveries peut être considérable. Il serait de l'ordre de plus de 50 pour cent d'après un relevé portant sur 1,000 acres et couvrant une période de cinq ans.

Les autres conserveries en plus des handicaps qu'elles peuvent avoir, en ce qui concerne en particulier les économies de taille, sont donc défavorisées et ceci se répercute sur leurs fournisseurs de légumes dont les rendements et par conséquent les revenus se trouvent diminués par l'emploi de variétés moins productives.

Les développements de variétés de légumes de conserve adaptées à notre milieu géographique devraient donc faire partie du programme de recherches en horticulture que nous avons déjà recommandé, si nous ne voulons pas que les conserveries québécoises continuent de disparaître au rythme actuel et que celles qui subsistent, parce qu'elles ne se seraient pas avérées par ailleurs suffisamment rentables, ne continuent pas d'accorder à leurs fournisseurs de légumes un traitement moins avantageux que les grandes conserveries.

La situation des conserveries proprement québécoises est d'ailleurs plus difficile que celle des grandes conserveries pour la mise en marché de leurs produits car, leurs marques de commerce étant moins

connues et moins en demande, elles doivent généralement accepter des prix inférieurs à ceux qu'obtiennent celles-ci.

Au surplus, la limitation de leur chiffre d'affaires et de leurs marges bénéficiaires ne leur permet pas de corriger ce handicap. En effet, alors que les grandes conserveries d'envergure continentale établies au Québec maintiennent leur situation privilégiée sur le marché grâce à un budget de publicité de l'ordre de 5 pour cent de leur chiffre d'affaires, nous avons établi à moins de 2 pour cent d'un chiffre d'affaires beaucoup plus restreint le budget que la plupart des conserveries québécoises consacrent et sans doute peuvent consacrer à la publicité de leurs marques de commerce.

Les conserveries locales moins rentables sont actuellement d'autant plus menacées que depuis quelques années les prix des légumes en conserve n'ont pas augmenté dans la même proportion que les coûts de production et que les marges bénéficiaires des conserveries s'en trouvent réduites d'autant. Selon toute évidence il faut attribuer ce freinage de la hausse des prix aux puissants acheteurs de produits alimentaires identifiés dans notre second chapitre et qui font jouer à cet effet leur immense pouvoir d'achat et leur énorme capacité de marchandage avec leurs divers fournisseurs. Il va de soi que cette pression à la baisse relative se répercute sur les prix payés aux producteurs de légumes de conserve et que ces prix ont, eux aussi, tendance à se dégrader sinon d'une façon absolue, du moins d'une façon relative par rapport aux coûts de production.

Les écarts de prix

Que les conditions de mise en marché des légumes en conserve ne soient guère favorables aux producteurs, c'est ce qui ressort clairement de l'analyse des écarts de prix tels que nous les avons établis à partir d'un sondage systématique effectué auprès d'un échantillon représentatif de conserveries et de distributeurs de légumes en conserve et portant sur deux catégories de haricots et deux catégories de maïs de même format.

Les résultats de ce sondage figurent au tableau 24.

Comme on pouvait s'y attendre, la part du dollar du consommateur qui revient aux conserveries est la plus élevée et elle est sans doute proportionnée aux frais considérables d'opération de ce genre d'industrie. De même, à 5 pour cent, la part des grossistes bien que forte ne nous semble pas exagérée. On peut par ailleurs se demander si la part des détaillants, qui s'établit en moyenne dans notre tableau à 20.5 pour cent, pour les détaillants associés, et à 25.5 pour cent pour les détaillants à succursales, est vraiment proportionnelle aux coûts relativement peu élevés de commercialisation de ce genre de denrées,

Tableau 24. Ecart moyens de prix dans la mise en marché des pois, des haricots et du maïs en conserve, établis en termes de prix équivalents et calculés en pourcentage du prix payé par le consommateur

	POIS		HARICOTS		MAIS EN CREME	MAIS EN GRAIN	Moyenne
	Format de 20 onces catégorie « choix » non calibrés marque de la conserverie	Format de 15 onces catégorie « fantaisie » non calibrés marque de la conserverie	Format de 20 onces catégorie « choix » variété jaune, coupés marque de la conserverie	Format de 15 onces catégorie « fantaisie » variété jaune, coupés marque de la conserverie	Format de 20 onces catégorie « choix »	Format de 15 onces catégorie « fantaisie »	
	%	%	%	%	%	%	%
Détaillants à succursales	25	20	31	24	28	25	25.5
Détaillants associés	20	15	26	19	23	20	20.5
Grossistes «à bannière» 1	5	5	5	5	5	5	5.0
Conserverie	53	62	54	66	54	61	58.3
Producteurs	22	18	15	10	18	14	16.2

1. L'appellation grossistes « à bannière » désigne les grossistes auxquels sont liées par contrat d'approvisionnement une ou plusieurs chaînes de détaillants associés.

même si l'on tient compte, dans le cas des détaillants à succursales, du commerce de gros qu'ils assument.

Quoi qu'il en soit, ce qui frappe comme une anomalie dans ces tableaux c'est que la part du dollar du consommateur qui revient aux producteurs est dans tous les cas inférieure à celle des détaillants, l'écart étant en moyenne de 4.3 pour cent. Si cet écart n'implique pas nécessairement que les marges bénéficiaires des détaillants sont excessives, il révèle par ailleurs que les producteurs de légumes de conserve sont réduits, en comparaison, à la portion congrue du dollar du consommateur.

*Amélioration des conditions de mise en marché
des légumes de conserve*

Considérant que les revenus des producteurs de légumes de conserve sont relativement trop bas, nous nous sommes demandé de quelle façon la mise en marché de leurs produits pourrait être rendue plus avantageuse.

La création de conserveries coopératives est l'un des moyens auxquels on pourrait songer, dans la mesure où elles permettraient aux producteurs de se réserver la marge bénéficiaire actuellement prise par les conserveries corporatives. Mais, comme nous l'avons vu, cette marge est plutôt restreinte d'une façon générale et spécialement pour les entreprises qui ne jouissent pas des avantages économiques et technologiques que possèdent les grandes conserveries d'envergure nord-américaines. Nous ne voyons pas d'ailleurs comment les entreprises coopératives pourraient, en jouant sur cette dernière marge, se substituer dans la province aux conserveries privées déjà bien établies. Ce n'est pas à dire qu'il n'y a pas de place pour un secteur coopératif dans l'industrie de la conserverie au Québec. Il nous semble seulement que la formule coopérative n'est pas généralisable et que les gains qu'elle pourrait assurer aux producteurs qui s'en prévaudraient seraient, dans les meilleures conditions, relativement modestes.

Pourquoi alors ne pas créer comme en Ontario des offices de producteurs de légumes de conserve qui adopteraient la formule des plans conjoints prévue dans notre Loi des marchés agricoles? La solution est certainement à considérer, car, dans le cas de la mise en marché des légumes de conserve où les vendeurs et les acheteurs sont déjà liés par des contrats de production fixant les quantités et les prix, elle ne présente aucune des difficultés qui nous ont amenés à en exclure l'application à la mise en marché des légumes pour consommation à l'état frais. D'ailleurs le plan conjoint qu'administre actuellement l'Office des producteurs de tomates de conserve du Québec nous prouve que la formule est praticable.

Cependant, outre que ce dernier exemple ne nous paraît guère concluant du fait que l'application du plan conjoint a coïncidé avec une réduction drastique de la production des tomates de conserve au Québec, nous hésitons à proposer la généralisation de la formule à la mise en marché des légumes de conserve à cause des disparités considérables qui existent entre les conserveries de légumes établies dans la province. Nous craignons, en effet, l'une de deux choses.

Dans une première hypothèse les prix négociés tiendraient compte de la capacité de payer des conserveries proprement québécoises et alors ces prix ne pourraient guère être plus élevés que la moyenne des prix actuellement obtenus et favoriseraient les grandes conserveries nord-américaines établies au Québec.

Dans la seconde hypothèse les prix négociés seraient basés sur la capacité supérieure de payer de ces dernières entreprises et alors c'est la rentabilité déjà relativement précaire de l'industrie proprement québécoise de la conserverie de légumes qui nous semblerait devoir être compromise.

Ici encore nous considérons qu'une régie particulière ou commission de vente provinciale qui grouperait, des représentants des producteurs de légumes de conserve et des conserveries, pourrait mieux qu'un plan conjoint concilier tous les intérêts en cause et nous en recommandons la création.

Nous sommes par ailleurs convaincus que les producteurs de légumes de conserve obtiendraient une amélioration sensible de leurs conditions de mise en marché, par leur participation au Conseil provincial de l'horticulture dont nous avons recommandé l'établissement, dans la mesure où ils pourraient y faire valoir leurs intérêts non aux détaillants qui prennent, semble-t-il, plus que leur part du dollar seulement face aux conserveurs, mais surtout face aux gros acheteurs de légumes de conserve qui freinent les hausses de prix justifiées et du consommateur.

De toute façon nous considérons qu'un contrôle gouvernemental des contrats de production s'impose dans l'industrie de la conserve de légumes, comme dans tous les autres secteurs de l'économie agricole québécoise où se pratique l'intégration contractuelle, souvent aux dépens du cultivateur dont la force de marchandage individuelle est à peu près inexistante. Nous recommandons plus précisément que les contrats de production agricole soient approuvés par la Régie des marchés agricoles et qu'ils se conforment, pour chaque production, à un contrat-type dont les clauses de base auraient force de loi, comme c'est la règle dans le domaine de l'assurance.

Enfin, comme dernière mesure de protection des producteurs de légumes de conserve, nous recommandons que toutes les conserveries du Québec soient tenues de déposer à la Régie des marchés agricoles

un bon de garantie couvrant la valeur des légumes apportés à l'usine par leurs fournisseurs. On éviterait ainsi que ne se renouvellent les pertes considérables qu'ont eu à subir en ces dernières années trop de cultivateurs du Québec à l'occasion de la faillite de certaines conserveries.



RECOMMANDATIONS

1. *Au niveau de la production*

1) La Commission recommande que les cartes pédologiques du domaine agricole du Québec soient complétées et qu'elles soient doublées le plus tôt possible de cartes d'utilisation préférentielles des sols arables, de façon à délimiter clairement les localités et les régions qui se prêtent le mieux à telle ou telle production horticole.

2) La Commission recommande que des dispositions soient prises pour protéger les bonnes terres arables situées dans l'aire d'expansion des villes, et qui sont souvent aussi les meilleures terres horticoles, contre la spéculation foncière qui tend à soustraire à l'agriculture beaucoup plus de terre que ne l'exigerait le développement normal des villes.

3) Etant donné l'importance particulière du drainage souterrain et de l'irrigation pour la plupart des cultures horticoles, la Commission recommande que le programme proposé dans son rapport prioritaire sur l'Assainissement des sols pour combler notre retard dans ce domaine soit mis en application.

4) La Commission recommande que les facilités supplémentaires de crédit proposées dans son rapport sur le Crédit agricole soient établies afin de permettre aux horticulteurs de moderniser leurs exploitations et de financer dans de meilleures conditions leurs dépenses considérables d'opération.

5) La Commission recommande que soient intensifiées au Québec les recherches en horticulture, en vue spécialement de la création de variétés de fruits et de légumes de haut rendement adaptées à notre climat et répondant aux exigences particulières des conserveries ou du marché pour consommation à l'état frais.

6) De façon à ce que ne se perpétuent pas en s'accroissant la dispersion et le gaspillage des ressources humaines et financières qu'entraîne l'incohérence actuelle des recherches en horticulture comme de toutes les autres recherches agricoles effectuées au Québec, la Commission recommande que l'actuel Conseil des recherches agricoles du Québec soit réorganisé en le détachant du ministère de l'Agriculture

et de la Colonisation et en le rattachant éventuellement au Conseil de la recherche scientifique projeté et qu'on lui confie la coordination de toutes les recherches agricoles au Québec. Cette coordination se ferait par l'établissement d'un plan et d'un programme de recherche qui, sans être rigides et impératifs, guideraient avec une autorité morale, à laquelle on pourrait difficilement se soustraire, l'élaboration des projets de recherche agricole dans les stations et les laboratoires du gouvernement fédéral comme dans les établissements du gouvernement provincial, de même que dans les laboratoires et les stations des universités, quelle que soit la source de financement de leurs projets.

7) La Commission recommande qu'un cours de formation agricole destiné aux futurs agriculteurs soit offert dans les Instituts de technologie agricole, et que ce cours comporte une option bien structurée en horticulture, surtout à l'Institut de technologie agricole de Saint-Hyacinthe qui nous paraît avantageusement situé pour faire de l'horticulture une spécialité caractérisée.

8) La Commission recommande que la division de l'éducation permanente du ministère de l'Éducation, dans l'élaboration et l'exécution de ses programmes, accorde une priorité aux horticulteurs comme à tous les autres cultivateurs du Québec, à cause de l'effort considérable d'adaptation aux exigences de la technique moderne qu'ils doivent actuellement fournir et de leur niveau relativement bas de formation générale et professionnelle.

9) La Commission recommande que dans la réorganisation du Service de vulgarisation agricole, une assistance technique adéquate soit assurée aux horticulteurs du Québec.

2. Au niveau de la mise en marché

10) La Commission recommande que l'équipe d'inspecteurs provinciaux chargés de veiller à l'application des règlements de la nouvelle Loi de classification des fruits et légumes soit très rapidement renforcée en nombre et en qualité, de façon à assainir la mise en marché de nos produits horticoles et d'en relever la réputation auprès des acheteurs et des consommateurs.

11. La Commission recommande que, pour fins de contrôle de la production, soient enregistrées et compilées au cours de l'hiver les superficies que chaque horticulteur du Québec se propose de consacrer à telle ou telle culture et que les résultats en soient publiés assez tôt pour permettre les réajustements nécessaires dans un bulletin annuel, qui comporterait en parallèle une analyse des perspectives du marché pour les divers produits horticoles du Québec basée sur

les volumes écoulés les années précédentes dans des conditions normales et sur l'évolution prévisible de la demande.

12) Pour fins de régularisation de la mise en marché, la Commission recommande que soit publié par le Service de l'horticulture provincial un bulletin mensuel analogue à l'« Ontario Seasonal Fruit and Vegetable Report » donnant des renseignements sur les ensemencements, l'état des cultures, leurs rendements prévisibles, le calendrier des récoltes et les quantités en entrepôt.

13) Pour rendre les mercuriales quotidiennes portant sur les prix courants des fruits et des légumes plus précises et plus représentatives, la Commission recommande qu'elles ne soient plus établies à partir de prix déclarés par quelques horticulteurs du « marché des cultivateurs » au Marché central métropolitain de Montréal, mais en relevant les prix payés par un échantillon variable d'acheteurs en gros de fruits et de légumes qu'on établirait chaque jour à partir de la liste entière de ces acheteurs en gros au Québec. Les mêmes mercuriales devraient comporter un relevé des prix payés pour les arrivages de l'extérieur de la province, avec l'indication de l'importance de ces arrivages.

14) Pour résoudre le problème de financement que pose l'établissement, qu'elle considère nécessaire, d'installations, dans les centres mêmes de production, pour la classification, l'apprêtage et l'entreposage des fruits et des légumes en vue de leur mise en marché la plus avantageuse, la Commission recommande que soit écartée la solution des subventions gouvernementales individuelles ou collectives aux horticulteurs, à cause, en particulier, de l'arbitraire et de la discrimination qu'elles impliquent.

15) Pour résoudre le problème, la Commission recommande plutôt des facilités particulières de crédit, avec les contrôles et l'aide technique qu'elles supposent.

a) Si les installations sont établies sur la ferme, elle recommande que le crédit nécessaire soit fourni par l'Office du crédit agricole.

b) Si les installations sont établies en commun par quelques cultivateurs d'une même localité, elle recommande que la société ainsi formée soit éligible au crédit spécial accordé par la Société du crédit agricoles fédérale pour l'utilisation et l'achat en commun de certaines machineries, car elle considère qu'il peut être aussi avantageux d'utiliser en commun ce type d'installations que des machines agricoles.

c) Si les mêmes installations prennent l'importance, au plan local ou régional, de grands établissements corporatifs ou coopératifs, la Commission considère qu'elles constituent alors des entreprises

industrielles et elle recommande qu'elles soient éligibles comme telles, quel que soit leur mode d'incorporation, au crédit dispensé soit par l'Office du crédit industriel du Québec, soit par la Banque d'expansion industrielle du Canada, au même titre et aux mêmes conditions de rentabilité que toutes les autres entreprises industrielles.

16) La Commission recommande que soit établi un contrôle gouvernemental des contrats de production dans l'industrie de la conserve de légumes comme dans tous les autres secteurs de l'économie agricole québécoise où se pratique l'intégration contractuelle.

17) La Commission recommande plus précisément que les contrats de production agricole soient approuvés par la Régie des marchés agricoles et qu'ils se conforment, pour chaque production, à un contrat-type dont les clauses de base auraient force de loi, comme c'est la règle dans le domaine de l'assurance.

18) La Commission recommande que toutes les conserveries du Québec soient tenues de déposer à la Régie des marchés agricoles un bon de garantie couvrant la valeur des légumes apportés à l'usine par leurs fournisseurs.

19) La Commission recommande qu'un abri soit érigé au-dessus du « marché des cultivateurs » au Marché central métropolitain de Montréal de façon à en protéger les usagers contre le soleil et la pluie.

20) La Commission recommande qu'une partie de cet abri soit construite de telle sorte qu'on puisse, en y fixant des panneaux amovibles, la convertir chaque automne en « marché d'hiver » selon les besoins des usagers qui auraient consenti de signer des baux de location à moyen terme.

21) La Commission recommande que la Compagnie du Marché central métropolitain abandonne son projet d'établir un centre public de classification et d'emballage sur les lieux du marché, car, outre qu'un tel centre lui apparaît comme difficilement rentable, elle considère que les opérations de classification et d'emballage des produits horticoles doivent être effectuées sous la responsabilité des producteurs ou des commerçants, dans les centres même de production, avant leur arrivée au marché.

22) La Commission recommande que la Loi des marchés agricoles soit amendée de façon à permettre, en plus des plans conjoints, la création de régies particulières qui disposeraient des mêmes pouvoirs, mais où producteurs et agents de mise en marché des produits agricoles seraient représentés, et que de telles régies soient établies, de préférence à des plans conjoints, pour régler la mise en marché

des légumes de conserve et de certains produits horticoles d'entreposage dont les prix sont plus stables, à condition toutefois que notre degré d'auto-insuffisance y soit assez élevé.

23) La Commission recommande que soit créé un Conseil provincial de l'horticulture où seraient représentés les horticulteurs et tous les agents de conditionnement et de mise en marché des fruits et des légumes au Québec. La confrontation des points de vue au sein de ce Conseil amènerait les agents de transformation et de mise en marché à se rendre mieux compte des problèmes et des griefs des horticulteurs et sans doute ceux-ci à apprécier plus justement les besoins et les impératifs du marché et la nécessité des adaptations qu'ils leur imposent. Le Conseil permettrait surtout de dégager, de promouvoir et de défendre les intérêts communs des uns et des autres et de les représenter, tout particulièrement au sein du Conseil canadien de l'horticulture, auquel il devrait être rattaché, car ce dernier Conseil nous semble l'organisme tout indiqué pour canaliser les représentations de l'industrie horticole québécoise au sujet du commerce interprovincial et international des fruits et des légumes.



TABLE DES MATIÈRES

Situation de la production horticole	7
Évolution et tendances du commerce des produits alimentaires au Québec	19
Les agents de mise en marché, leur rémunération et celle des pro- ducteurs	25
Le marché central métropolitain de Montréal	35
Conditions d'une mise en marché efficace et profitable pour les hor- ticulteurs du Québec	51
Les légumes de conserve	71
Recommandations	81



ANNEXES

au
Rapport sur
la mise en marché
des fruits et des légumes
au Québec

(Voir brochure ci-jointe)



VARIATION DES PRIX SUR LE MARCHÉ DE MONTRÉAL EN 1966
SELON LES MERCURIALES ET SELON NOTRE
ÉCHANTILLONNAGE

<u>Produits</u>	<u>Annexe</u>
Les pommes	1
Les fraises	2
Les pommes de terre	3
La carotte	4
Les oignons	5
La laitue	6
Le céleri	7
Le chou de siam (navet)	8

VARIATIONS DES PRIX DE CERTAINS PRODUITS HORTICOLES
 LOCAUX PAR RAPPORT AUX ARRIVAGES DE L'EXTÉRIEUR
 DE LA PROVINCE DE QUÉBEC

<u>Produits</u>	En 1965	En 1966
		<u>Annexe</u>
La pomme	9	10
La fraise	11	12
La pomme de terre	13	14
La carotte	15	16
Les oignons	17	18
La laitue	19	20
Le céleri	21	22
Le chou de siam (navet)	23	24

PRINCIPALES VOIES DE DISTRIBUTION DE CERTAINS PRODUITS HORTICOLES

*(en pourcentage de la consommation totale annuelle
à l'état frais dans l'agglomération de Montréal
et pour l'ensemble de la province de Québec.)*

<u>Produits</u>	<i>Agglomération de Montréal</i>	<i>Ensemble du Québec</i>
	<u>Annexe</u>	
Pour la pomme	25	26
Pour les fraises	27	28
Pour la pomme de terre	29	30
Pour les carottes	31	32
Pour les oignons	33	34
Pour la laitue	35	36
Pour le céleri	37	38
Pour le chou de siam (navet)	39	40

PRINCIPALES VOIES DE DISTRIBUTION
DE LÉGUMES À CONSERVE AU QUÉBEC EN 1965
EN POURCENTAGE DE LA CONSOMMATION

<u>Produits</u>	<u>Annexe</u>
Pois	41
Haricots	42
Mais	43