

L'AGRO-ALIMENTAIRE

■ La concentration des entreprises du secteur agro-alimentaire oblige Québec à réorienter sa stratégie.

Le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ) dévoilera d'ici un mois sa nouvelle politique d'intervention. Robert Giasson, conseiller en commercialisation au ministère, a indiqué aux AFFAIRES qu'un comité de spécialistes poursuit activement sa réflexion en vue de produire un plan d'action pour les années 1990.

Par ailleurs, cette même tendance à la concentration amène le mouvement coopératif agricole à se doter de filiales qui pourront profiter de la force du mouvement pour attirer des capitaux privés et réagir avec rapidité aux conditions du marché.

L'exemple récent de la vente de Catelli en aura fait réfléchir plusieurs. Son dénouement a démontré à quel point l'industrie agro-alimentaire québécoise peut être vulnérable face aux visées des groupes américains désireux d'accroître leurs parts de marché chez nous.

Trop peu trop tard!

«On se préoccupe beaucoup de conserver nos entreprises, affirme M. Giasson.

«On réfléchit sur les moyens de les aider dans le contexte du libre-échange et aussi face aux responsabilités accrues qu'elles devront assumer en rapport avec l'environnement.»

Pour Jacques Kavafian, analyste pour le courtier SMD, il est déjà trop tard. Les entreprises contrôlées localement sont confinées à leur marché et ne réussiront pas à s'implanter à l'extérieur parce que la place est solidement tenue par des groupes industriels beaucoup trop puissants, avance-t-il.

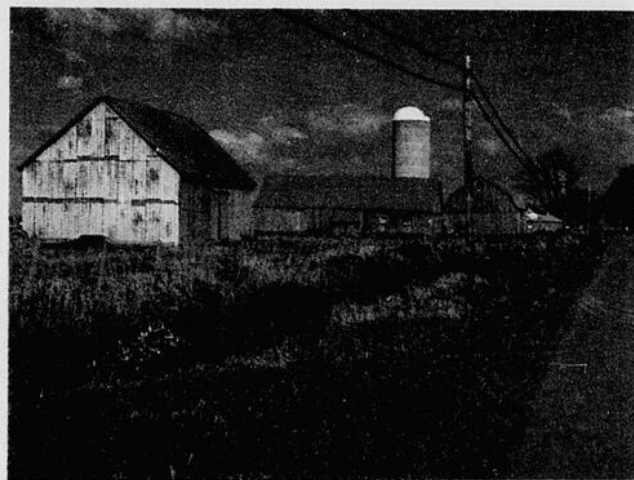
Certaines compagnies privées du Québec, parfois très fortes sur leur territoire, constituent à ses yeux des cibles idéales pour les multinationales intéressées à étendre leur sphère d'influence dans un marché où elles dominent moins nettement.

Dans cette éventualité, les organisations québécoises sont incapables d'offrir autant pour emporter le morceau, surtout que leur intérêt est uniquement défensif.

Cette analyse est endossée en partie seulement par

Concentration des entreprises

Le ministère de l'Agriculture du Québec repense sa politique d'aide à l'industrie



Une grande partie du secteur agro-alimentaire est contrôlée par le mouvement coopératif et ne peut donc être vendue.

Richard Saint-Cyr, conseiller industriel au MAPAQ. Il rejette l'idée que les entreprises locales représentent tant d'intérêts aux yeux des multinationales.

Selon lui, le développement du secteur agro-alimentaire autochtone accuse effectivement 15 ans de retard sur d'autres secteurs industriels au Québec.

Contre la concentration... mais à quel prix?

«On a une population très petite et difficile à desservir, contrairement aux États-Unis. Chez nos voi-

sins du sud, il existe plusieurs concentrations urbaines où l'on retrouve deux fois plus de monde que dans tout le Québec.

«De plus, une grande partie du secteur est contrôlée par le mouvement coopératif et ne peut donc être vendue», ajoute M. Saint-Cyr.

L'existence de la Société québécoise d'initiative agro-alimentaire (SO-QUIA) a aussi permis d'intervenir à plusieurs reprises lorsque cela en valait la peine. Toutefois, cette institution semble plus circonspecte en relation avec son rôle de chien de garde.

Lucien Biron, directeur général de la Société, s'interroge sur l'ampleur des montants que la rationalité économique autoriserait SOQUIA à fournir pour aider une entreprise à conclure une transaction.

Il constate que Culinar aurait dû payer plus de 150 M\$ pour ne conserver que la division des mini-desserts de Catelli.

Une source d'argent frais

De son côté, la principale organisation agro-alimentaire sous contrôle québécois, la Coopérative fédérée du Québec (CFQ), trouvait trop peu de synergie dans l'acquisition de Catelli qu'elle a examinée un certain temps, affirme son secrétaire général, Mario Dumais.

«On a un paquet d'autres affaires qui mijotent. On ne partage pas le point de vue pessimiste de M. Kavafian. Aussi bien baisser les bras, déménager au Kansas ou tous se mettre sur le B.S. s'il n'y a plus rien à faire», déclare-t-il au sujet de l'avenir du secteur agro-alimentaire au niveau de la transformation.

D'ailleurs, la CFQ se donnera les moyens cet automne d'intervenir plus

vigoureusement par le biais de filiales à capital-actions.

M. Dumais précise que la dernière assemblée générale des membres a approuvé «le principe d'entités juridiques plus souples permettant d'envisager toutes sortes de possibilités à l'intérieur de cadres différents, pourvu que le cœur de l'organisation demeure coopératif».

À propos du confinement dans un marché étroit, M. Dumais spécifie

que la CFQ est déjà présente dans 51 pays et qu'elle exporte plusieurs dizaines de millions de dollars en viande de porc au Japon.

Pour faciliter cette expansion hors du Québec, la CFQ a acheté l'an dernier, pour 45 M\$, la compagnie Galco de Brampton en Ontario, spécialisée dans les produits transformés de la volaille.

VALLIER

LAPIERRE

EXCEPTIONNEL

BUREAU A LOUER

- Rez-de-chaussée
- Vieux-Montréal, rue Notre-Dame
- mur en pierre naturelle
- 2 000 pieds carrés
- disponible immédiatement.

Ginette Roy (514) 842-6491



Industries **Lassonde** inc.

UNE FORCE DE L'INDUSTRIE ALIMENTAIRE QUÉBÉCOISE,
RÉSOLUMENT TOURNÉE VERS L'AVENIR

DIVISIONS

Aliments Mont-Rouge

(Jus de fruits)

FILIALE

A. Lassonde & Fils inc.
(Jus et boissons aux fruits)

Produits Ronald

(Maïs et produits de
fondues)

FILIALE

Effex Marketing inc.
(Courtier en alimentation)

Vac-O-Nut

(Noix et fruits secs)

Spécialités de Boulangerie

(Garnitures et desserts aux
fruits)

Lassonde Technologie

(Procédés de fabrication)

■ Comparée aux modes de production agricole courants, l'agriculture biologique demeure un phénomène bien modeste chez nous.

Selon les données les plus récentes du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ), à peine 150 producteurs agricoles sur le total général de 48 000 que compte la province pratiqueraient actuellement la culture biologique. Cela représente environ 0,5% du chiffre d'affaires annuel de l'ensemble de la production agricole québécoise.

De son côté, la Fédération de l'Agriculture bio-

L'agriculture biologique: un petit marché soutenu par un grand courant idéologique

logique du Québec considère que près de 300 exploitations agricoles se livrent actuellement à ce type de culture.

«La différence entre notre évaluation et celle du ministère n'est qu'un indice de plus qui atteste de la nécessité de mettre le plus rapidement possible sur pied une réglementation officielle qui protégera efficacement l'appellation culture biologique», explique Jacques Tétreault,

président du comité provisoire de la fédération.

La certification provient de trois organismes différents

Il faut savoir que présentement trois organismes différents accordent une certification — en fait, une sorte de sceau étiqueté sur le produit — aux agriculteurs qui se soumettent aux normes de la culture biologique.

«Il y a sans doute bien plus de 300 agriculteurs qui vendent des produits biologiques. Le problème c'est que beaucoup d'entre eux n'ont pas encore fait de demande de certification, la pratique n'ayant débuté qu'en 1986.

«De plus, le nombre d'agriculteurs qui sont présentement en voie de conversion vers le biologique est très prometteur», poursuit M. Tétreault.

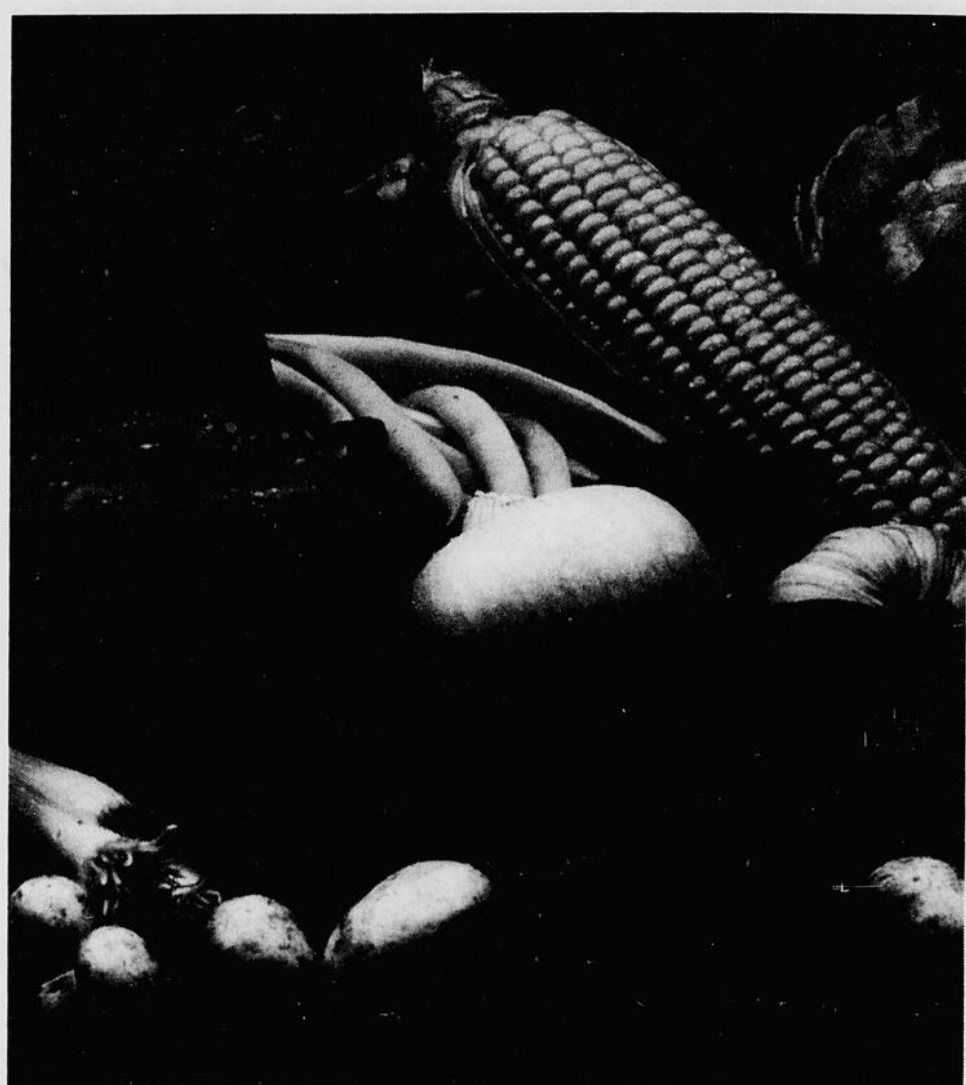
La réglementation actuelle impose aux cultivateurs une période de transition et de formation de trois ans avant de pouvoir obtenir la certification.

Contrairement à une idée courante, consommer des aliments biologiques n'est pas uniquement manger des produits plus sains, exempts de pesticides. «C'est avant tout se nourrir à partir de cultures qui respectent le sol où elles poussent, explique Jacques Thériault, coordonnateur pour le secteur de l'agriculture biologique au ministère.

«Or avec le vaste courant environnemental actuel, le moment est propice à une progression substantielle pour ce type de production.»

Un marché peu ordinaire

La croissance de cette production se heurtera évi-



Consommer des aliments biologiques n'est pas uniquement manger des produits plus sains, exempts de pesticides. C'est avant tout se nourrir à partir de cultures qui respectent le sol où elles poussent.

demment à des obstacles facilement identifiables.

D'abord, le prix de ces aliments constitue une barrière: «En moyenne, les fruits et légumes produits biologiquement coûtent entre 25 et 45% plus cher que tout autre production commerciale; à certaines périodes de l'année, les prix peuvent carrément doubler», reconnaît Jacques Thériault.

Puis, l'approvisionnement est pauvre et irrégu-

lier dans les grands centres urbains, en raison principalement de l'inexistence de véritables réseaux de distribution.

Mais la culture biologique est affaire de philosophie et sa clientèle témoigne d'un petit côté captif.

Selon M. Tétreault, le micro-climat du Saguenay—Lac-Saint-Jean favorise la production de savoureux choux et brocolis dont les Américains sont

friands. «Les provinces céréalières sont acheteuses de nos céréales. La Grande-Bretagne s'intéresse à nos légumes sous forme déshydratée.

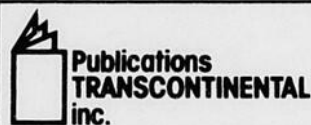
À l'inverse, nous demeurerons toujours importateurs d'agrumes biologiques de Floride ou de Californie.»

Pour ce marché qui, on le voit, se démarque quelque peu des règles de la commercialisation traditionnelle, la bonne nouvelle pourrait provenir sous peu des autorités gouvernementales.

«Le ministre Pagé devrait annoncer pour la fin de l'été un train de mesures visant à réglementer avec plus de précision l'ensemble du secteur de l'agriculture et de l'élevage. Suite à nos nombreuses représentations, nous ne devrions pas être oubliés», prédit M. Tétreault.

Du côté ministériel, plus circonspect, on préfère parler de «la mise au point toute prochaine d'un cadre d'interventions devant décider s'il y aura ou non réglementation». On ne saurait être assez prudent par les temps électoralistes qui courent...

**MICHEL
DE SMET**



À la recherche du pays de Félix Leclerc

«Comme dans le célèbre sentier de Félix, entrez dans cet album...»



Vingt-quatre tableaux qui font revivre la première chanson de Félix Leclerc
«NOTRE SENTIER»

Peintures: Fernand Labelle
Textes: Claude Jasmin et Marcel Brouillard

27,95 \$

72 pages

format: 23,5 cm x 23,5 cm

DISPONIBLE EN LIBRAIRIE

Adressez votre chèque à
PUBLICATIONS TRANSCONTINENTAL INC.
410, rue Saint-Nicolas, bureau 505
Montréal, Qc H2Y 2P5
Pour commande téléphonique
par carte de crédit: (514) 284-0339 ou sans frais 1-800-361-2164
À la recherche du pays de Félix Leclerc - 27,95 \$
Veuillez ajouter 1,75 \$ pour les frais postaux

Nom _____ Prénom _____

Adresse _____

Ville _____ Province _____

Code postal _____ Téléphone () _____

☐ Chèque ou mandat-poste ☐ Carte de crédit ☐ Visa ☐ MasterCard ☐ American Express

Numéro de carte _____ Date d'expiration _____

AGROPUR. C'EST BON POUR LA SANTÉ de L'AGRO-ALIMENTAIRE



■ La serriculture québécoise est en plein essor. «On pourrait même affirmer, sans se tromper, qu'au cours de ces cinq dernières années elle aura sauvé de nombreuses exploitations agricoles d'une faillite certaine.

«C'est surtout tangible dans la région montréalaise où les sols sont grandement touchés par des ensembles parasitaires détruisant les racines des plants», explique **André Carrier**, coordonnateur pour le secteur de la culture en serre au ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ).

Pour 1988, le ministère chiffre à 20 M\$ la valeur de vente à la ferme pour les tomates, à 4 M\$ pour les concombres et à 5 M\$ pour les laitues. Ces montants représentent respectivement 50, 30 et 15 % des besoins de nos consommateurs dans la province.

Cependant, le ministère ne dispose d'aucune donnée chiffrée pour les années antérieures sur l'évolution de la culture en serre.

La culture hydroponique: des avantages évidents

L'histoire de la serriculture québécoise est encore bien récente.

Alors qu'elle s'est implantée aux Pays-Bas voici près d'un demi-siècle, elle ne se développa chez nous que vers 1975. Il s'agit tantôt de cultures traditionnelles, en terre, tantôt de cultures en substrats telles que la laine de roche ou la mousse de tourbe auxquelles on accolera, un peu abusivement, le qualificatif d'hydroponique.

En 1983, une nouvelle technique de culture hydroponique, mise au point en Grande-Bretagne, marquera le début de l'essor véritable de la serriculture.

Le procédé consiste à immerger les racines des plants dans un liquide qui contient, outre de l'eau, tous les éléments nécessaires à la croissance du légume. L'alimentation liquide est dosée de manière constante grâce à un minuscule conduit plongé dans le bassin.

L'avantage de la technique est évident: chaleur constante, élimination de la plupart des pesticides, mais surtout une production garantie toute l'année.

Les producteurs se sont rapidement laissés convaincre. Deux exemples: dans la région nord de Montréal, 70 % de la production de tomates l'est aujourd'hui par voie hydroponique. Par ailleurs, le tiers des tomates con-

Au Québec, la serriculture sauve plusieurs exploitations agricoles d'une faillite

sommées chez nous sont des tomates de serre québécoises.

Selon le ministère, la culture en serre occupe aujourd'hui environ 80 hectares. Il s'agit à la fois de petites exploitations ne dépassant pas 2 000 m², mais aussi, de plus en plus, de coopératives pouvant atteindre jusqu'à trois hectares (30 000 m²).

«La culture hydroponique représente environ 60 % de ce total et devrait atteindre 75 % l'année prochaine grâce à la venue de nouvelles grandes exploitations à Asbestos, à Québec et à Montréal», note M. Carrier.

Perspectives d'exportation

Québec se prépare également à sonder les marchés extérieurs, mais aussi à évaluer la concurrence ontarienne: «Toute la région autour de la ville de Leamington pratique intensivement la culture hydroponique et concentre ses ventes avant tout sur le Québec», fait remarquer **Jean-Pierre Girard**, secrétaire adjoint du syndicat des Producteurs en serre

du Québec.

Quant au marché américain, ce n'est peut-être pas la manne pour les producteurs québécois. «Pourquoi le consommateur de New York ou de Boston irait-il acheter au prix fort des produits de serre québécois, alors qu'il trouve des fruits et légumes abordables toute l'année en provenance de la Floride et de la Californie?» poursuit M. Girard.

La culture florale en serre suit également le mouvement ascensionnel. Les dernières études gouvernementales datent de 1983.

À titre d'exemple, la production des fleurs coupées à cette époque n'atteignait à peine que de 10 % à 15 % des besoins du marché au Québec. De nouveaux complexes horticoles ainsi que des regroupements de producteurs sont en train de changer les données.

«Le chiffre d'affaires des floriculteurs québécois s'établit à environ 100 M\$. Le potentiel de croissance reste énorme puisque l'horticulture or-

nementale met en jeu annuellement des sommes supérieures à un milliard de dollars.

«Les choses bougent plus lentement que dans la production de certains légumes de serre, mais elles bougent. Ainsi, pour la fleur coupée, on peut évaluer que notre part du marché a doublé par rapport à ce qu'elle était en 1983», déclare **Jean Tremblay**, président exécutif de la Fédération interdisciplinaire de la culture ornementale du Québec.

Du côté de la fédération, on attend beaucoup de l'accord bipartite qu'elle vient de signer avec le ministère de l'Agriculture pour la construction prochaine du Centre de développement de l'horticulture ornementale. Ce centre, qui sera édifié à Saint-Hyacinthe, coordonnera des activités de recherche et de production.

**MICHEL
DE SMET**

Nouveauté: un appareil pour le ramassage des balles de foin



Même s'il ne s'agit que d'une entreprise d'une soixantaine d'employés, **Flexi-Métal** compte un directeur de la recherche et du développement, **Bernard Adam**, à gauche. À ses côtés, **Robert Laforce**, directeur général, devant le **Flexi-balles**.

■ Une entreprise de Granby, **Flexi-Métal**, lancera à la fin du mois un nouvel appareil servant au ramassage des balles de foin. Selon **Robert Laforce**, directeur général, l'appareil réduit les besoins en main-d'œuvre de

50 % et augmente la quantité de foin ramassée à l'heure, de 67 %.

Le **Flexi-balles** est présentement sous demande de brevet. **Flexi-métal** prévoit en vendre 2000, à un prix unitaire de 6000 \$.



PRODUITS MÉTALLIQUES

TRU-WAY INC.,

au service de l'industrie depuis 1955

**FOURS INDUSTRIELS
DE TOUT GENRE**

- AMÉNAGEMENT DE FOUR POUR L'ALIMENTATION
- AMÉNAGEMENT DE CHAMBRE À PEINTURE: LIGNE COMPLÈTE AUTOMATIQUE
TUNNEL DE LAVAGE
SÉCHOIR
FOUR À CUIRE
HOTTE À PEINTURE
ALIMENTATION D'AIR
REFROIDISSEUR
CONVOYEUR
- AMÉNAGEMENT DE SÉCHOIR POUR LE TEXTILE
- AMÉNAGEMENT DE SÉCHOIR POUR PÂTES ET PAPIERS

CONCEPTION — CONSTRUCTION
INSTALLATION — ENTRETIEN

Téléphone: (514) 481-8141

Télex: 055-62171

55 Milton, Ville St-Pierre, Qc
H8R 1K6

L'ORDRE DU
MÉRITE AGRICOLE
DU QUÉBEC



1989
100 ans
de savoir-faire
en agriculture

HOMMAGE
AUX PRODUCTEURS
ET AUX PRODUCTRICES AGRICOLES
qui font de l'agriculture québécoise
une activité économique majeure.

L'agriculture c'est:

◆ 42 000 FERMES ◆

◆ 76 000 EMPLOIS DIRECTS ◆

◆ 3,6 MILLIARDS \$ DE RECETTES MONÉTAIRES ANNUELLES ◆

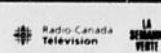
UNE INITIATIVE DE

Agriculture, Pêcheries
et Alimentation
et des sociétés, office et régie
relevant du Ministère



COMMANDITÉ PAR

COOPÉRATIVE FORTUNE
DU QUÉBEC



EN COLLABORATION AVEC



■ C'est tout nouveau et, pour tout dire, encore tout chaud, sous vide.

Il y a en effet à peine plus d'un an que Tour Eiffel, une filiale d'Agropur, lançait sur le marché québécois sa gamme de mets cuisinés et emballés sous vide, sous la marque de commerce *Variations*. Depuis, au début de cette année, un deuxième fabricant, **CuisiFrance**, faisait son apparition sur le marché avec ses petits plats baptisés *CuisiExpress*.

Il s'agit d'une technique simple, mais astucieuse. Les aliments sont préparés sous vide, à une température inférieure à 100 degrés Celsius. «Un procédé

Le prêt-à-manger est fin prêt à prendre le Québec d'assaut

assimilable à la pasteurisation qui permet aux aliments de garder toute leur saveur, sans agent de conservation ou de sapidité, tout en garantissant une période de garde allant de 30 à 40 jours», affirme **Gaston Morzadec**, président de CuisiFrance.

Pour l'instant, Tour Eiffel s'en tient à une variété de 14 plats différents alors que CuisiFrance commercialise près du double de recettes en in-

cluant, il est vrai, celles que l'entreprise élabore pour le compte de **Provigo** (Mtl, 10,63 \$) et vendues sous la marque *La Toque Rouge*.

Progression exponentielle

Alors que Tour Eiffel ne vend présentement que 60 000 plats par mois tout en prévoyant doubler sous peu ce chiffre, son concurrent semble manifester un appétit à toute épreuve.

«En Europe, ce type d'alimentation existe déjà

depuis près de 10 ans et demeure en progression exponentielle. Un exemple, chez **Fiat** en Italie il se sert environ 220 000 plats de ce type dans les cantines de la firme», affirme **M. Morzadec**.

Ce dernier a donc tiré ses propres conclusions: CuisiFrance vend présentement 50 000 plats par semaine et pourrait augmenter sa capacité jusqu'à 300 000.

CuisiFrance a mené sa propre petite enquête de marché. Résultat: environ

20% des Québécois achèteraient régulièrement des plats tout préparés.

C'est plus qu'encourageant mais, paradoxe, c'est ici également que se situe le problème. Parce que la cuisson sous vide se veut aussi gastronomique, on cherche à éviter toute confusion avec les autres plats minute.

«Pas question de se distinguer par les prix, car il semble y avoir une barrière psychologique au-delà de laquelle le consommateur ne veut aller. Disons

5 \$ le plat», note **M. Morzadec**.

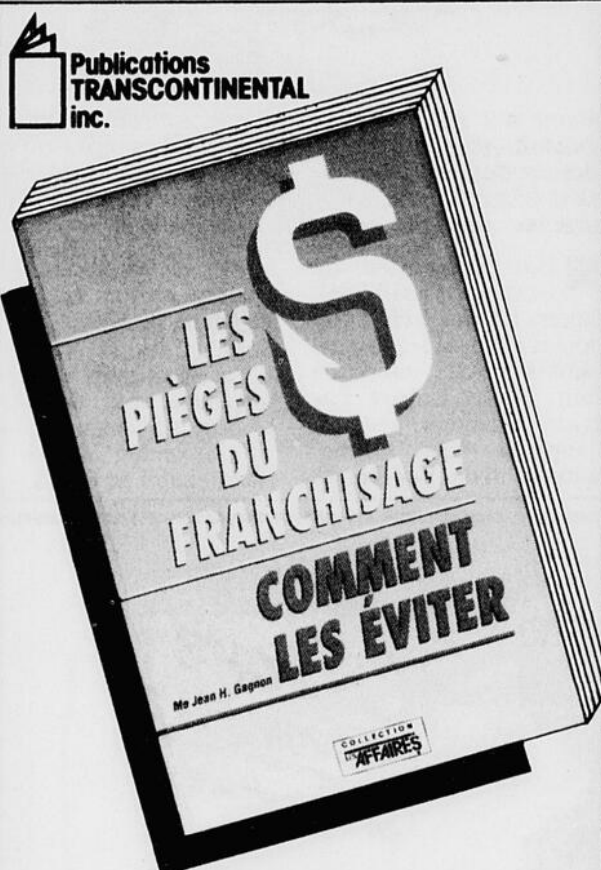
Pas question non plus de s'identifier à une sorte de cuisine minceur: «À moins de 300 calories, un repas n'est plus équilibré», observe **Luc Rousin**, directeur, groupe de produits *Déli* d'Agropur.

Reste donc l'emplacement stratégique: les plats cuisinés sous vide ne se retrouvent pas dans les épiceries avec les autres produits surgelés, mais bien en compagnie des fromages ou au comptoir boucherie.

Quant à la concurrence, on semble s'en accommoder...

MICHEL

DE SMET



NÉGOCIÉ EN TOUTE FRANCHISE

Voici un livre qui concerne le FRANCHISEUR et le FRANCHISÉ

- description de 21 pièges les plus fréquents
- illustrations de cas vécus
- commentaires et suggestions

LES PIÈGES DU FRANCHISAGE: COMMENT LES ÉVITER

Par: Me Jean H. Gagnon

Format: 14 cm (5½ po) x 21,5 cm (8½ po)

182 pages

24,95 \$

Adressez votre chèque à:
PUBLICATIONS TRANSCONTINENTAL INC.
410, rue Saint-Nicolas, bureau 505
Montréal, QC H2Y 2P6

Pour commande téléphonique par carte de crédit:
(514) 284-0339 ou sans frais: 1-800-361-2164

Je désire commander:

LES PIÈGES DU FRANCHISAGE: Comment les éviter — 24,95 \$

Veuillez ajouter 1,75 \$ pour les frais postaux

Nom _____ Prénom _____

Adresse _____

Ville _____ Province _____

Code postal _____ Téléphone () _____

☐ Chèque ou mandat-poste

Carte de crédit ☐ Visa ☐ Master Card ☐ American Express

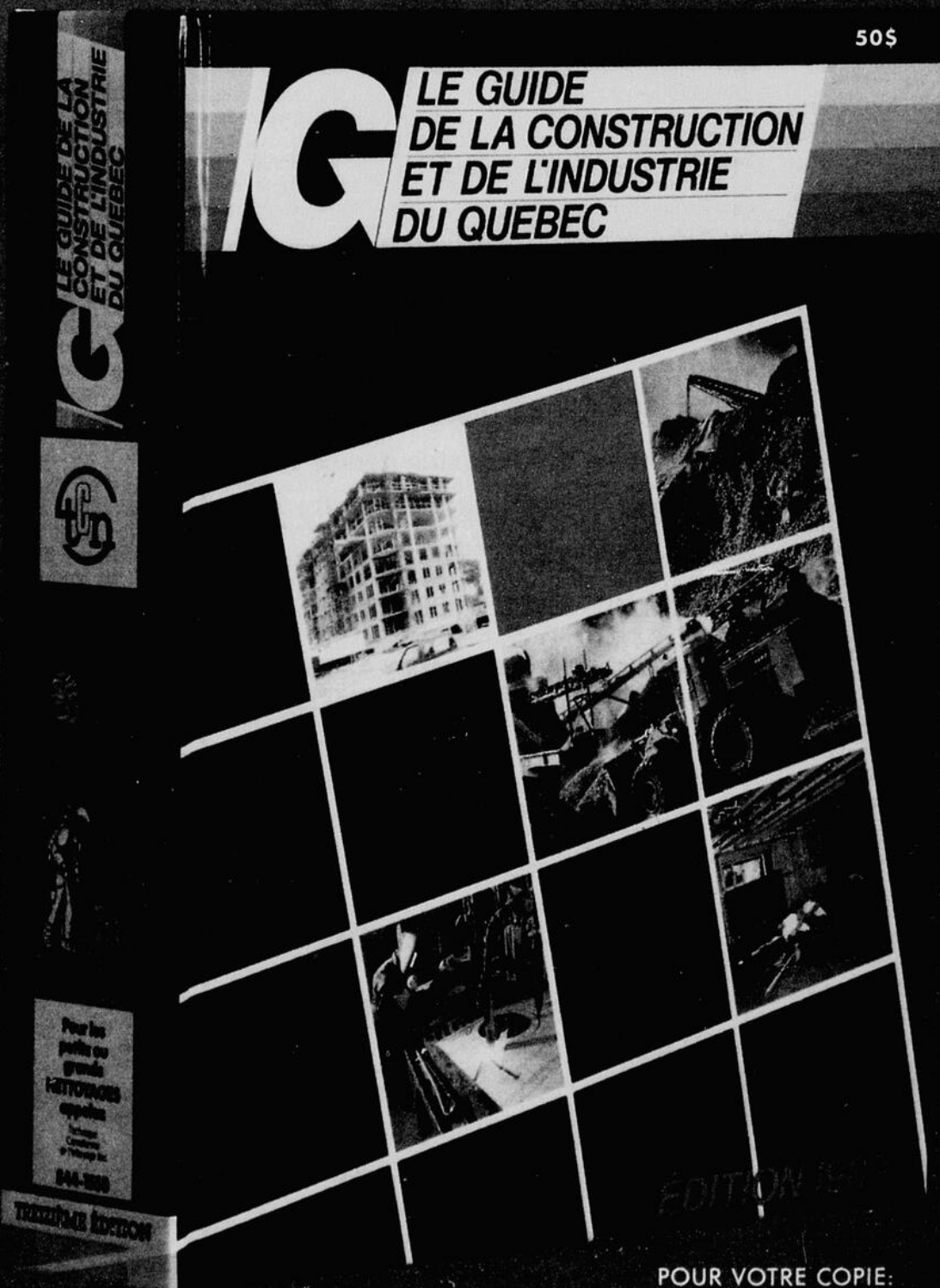
Numéro de carte _____

Date d'expiration AFF8 _____

LAISSEZ-VOUS GUIDER...

Plus de 1 000 pages -
Listes complètes des professionnels, entrepreneurs et intervenants de l'industrie
par type de travaux et par région (incluant les numéros de téléphone).

50\$



POUR VOTRE COPIE:
À MONTRÉAL: (514) 745-5720
EN PROVINCE: 1-800-363-0910