



TRANSFORMATION ALIMENTAIRE QUÉBEC

Plan d'action
2008-2009

Table des matières

Message du ministre

Préambule 1

1. Description de Transformation Alimentaire Québec 3

1.1 La mission 3

1.2 L'organisation 3

1.3 La clientèle..... 4

1.4 Les produits et services 4

2. Contexte de l'industrie de la transformation alimentaire..... 5

2.1 Les caractéristiques 5

2.2 Les atouts..... 5

2.3 Les défis 6

3. Planification annuelle..... 9

3.1 L'enjeu : la capacité concurrentielle 10

3.1.1 Orientation : accroître l'innovation..... 10

3.1.2 Orientations : accroître l'innovation, augmenter les investissements, valoriser l'emploi et étendre les bonnes pratiques de fabrication..... 11

3.1.3 Orientation : mettre en valeur les produits émergents .. 12

3.2 L'enjeu : le marché 13

3.2.1 Orientation : stimuler l'achat local 13

3.2.2 Orientation : développer les marchés à l'extérieur du Québec 14

Annexe 1 – Organigramme de TRANSAQ..... 17

Annexe 2 – TRANSAQ – Plan d'action détaillé 2008-2009 18

Message du ministre

Je suis heureux d'entériner le deuxième plan d'action de Transformation Alimentaire Québec (TRANSAQ) pour l'exercice 2008-2009.

L'industrie de la transformation alimentaire est un secteur névralgique de l'économie québécoise. Elle fait partie de la filière bioalimentaire, qui comprend plus de 400 000 emplois liés à la fabrication, à la distribution alimentaire (magasins d'alimentation et grossistes-distributeurs) et à la restauration. Avec plus de 2 140 établissements et quelque 70 000 emplois, ce secteur est le premier employeur du secteur manufacturier québécois.

TRANSAQ est une unité soumise à une convention de performance et d'imputabilité et assujettie à la Loi sur l'administration publique. Cette loi accorde la priorité à la qualité des services offerts aux citoyens et définit un cadre de gestion gouvernementale axé sur les résultats. C'est en vertu de cette loi que TRANSAQ doit produire et mettre à jour chaque année un plan d'action.

Durant la prochaine année, j'assure mon appui à la direction de TRANSAQ afin que l'organisme puisse réaliser les actions présentées dans ce plan et ainsi soutenir le développement de l'industrie de la transformation alimentaire, si importante pour l'économie du Québec.

Le ministre de l'Agriculture,
des Pêcheries et de l'Alimentation,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Laurent Lessard', is positioned above the printed name.

Laurent Lessard

Québec, le 28 juillet 2008

Préambule

Transformation Alimentaire Québec (TRANSAQ) a été créée le 3 février 2005 dans le but d'offrir aux entreprises de transformation alimentaire un accès intégré et régionalisé à des produits et services gouvernementaux répondant à leurs besoins de croissance et d'amélioration de leur compétitivité.

TRANSAQ est une unité placée sous la responsabilité du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (MAPAQ). Elle est responsable de livrer les services gouvernementaux à l'industrie de la transformation alimentaire.

Conformément à la Loi sur l'administration publique (LRQ, chapitre A-6.01), TRANSAQ, en tant qu'unité soumise à une convention de performance et d'imputabilité, doit mettre en place un cadre de gestion par résultats qui inclut des engagements au regard d'objectifs de gestion mesurables regroupés dans un plan d'action annuel. À la fin du délai de réalisation du plan d'action, TRANSAQ produit un rapport annuel de gestion concernant l'atteinte des résultats par rapport aux cibles visées afin de rendre des comptes au gouvernement et à sa clientèle.

Le plan d'action 2008-2009 est divisé en trois parties. La première partie fait état de la mission de TRANSAQ, de sa clientèle ainsi que des produits et services offerts. La deuxième partie dresse un portrait du contexte manufacturier, y compris des caractéristiques, des atouts et des défis de l'industrie, alors que la troisième partie présente la planification annuelle 2008-2009 de TRANSAQ.

1. Description de Transformation Alimentaire Québec

1.1 La mission

TRANSAQ a pour mission d'appuyer le développement de l'industrie de la transformation alimentaire dans toutes les régions du Québec :

- en offrant aux entreprises de transformation alimentaire un accès intégré aux différents services et programmes gouvernementaux qui leur sont destinés;
- en mettant à contribution de manière coordonnée et active les agents gouvernementaux concernés par les besoins et les projets des entreprises;
- en offrant, en raison de son expertise, les produits et services gouvernementaux appropriés à l'industrie.

1.2 L'organisation

Pour atteindre ses objectifs, TRANSAQ dispose de personnes-ressources réparties dans trois directions : deux d'entre elles sont situées à Québec et la troisième est à Montréal. L'annexe 1 illustre la structure organisationnelle de TRANSAQ.

En outre, TRANSAQ compte sur la collaboration d'une vingtaine de conseillers régionaux répartis dans les 14 bureaux régionaux du MAPAQ, dans le cadre d'une association officielle avec la Direction générale du développement régional et du développement durable (DGDRDD). Ces conseillers agissent en étroite collaboration avec les directions de Québec et de Montréal afin d'assurer dans leur région respective la livraison directe des services aux entreprises, dont les aides financières. Un coordonnateur employé par TRANSAQ fait le lien entre les effectifs de Québec, de Montréal et les régions.

De plus pour promouvoir les produits québécois sur les marchés à l'extérieur du Québec, TRANSAQ bénéficie des services à temps complet de quatre attachés agroalimentaires à Boston, Chicago, New York et Tokyo et d'une attachée à mi-temps à Los Angeles.

Les mandats des trois directions de TRANSAQ sont les suivants :

■ Direction des analyses stratégiques (DAS) :

- ✓ Réaliser des travaux de recherche et d'analyse de nature économique, des études et des synthèses;
- ✓ Fournir à l'organisation des services d'ordre général (préparation du rapport annuel de gestion, organisation des réunions du Conseil des entrepreneurs, etc.) et de nature horizontale (étude des crédits, suivi des crédits de transfert, etc.);

- Direction de l'amélioration de la compétitivité (DAC) :
 - ✓ Offrir de l'expertise, des connaissances et un réseau;
 - ✓ Développer, promouvoir et gérer des programmes d'aide financière;
 - ✓ Contribuer aux orientations, aux objectifs, aux priorités et aux résultats de TRANSAQ.

- Direction du développement des marchés et de l'exportation (DDME) :
 - ✓ Offrir aux entreprises agroalimentaires québécoises les moyens d'accroître leurs ventes sur les marchés intérieur, interprovincial et international par des activités promotionnelles ciblées;
 - ✓ Appuyer, grâce à l'expertise de son personnel, à ses représentants à l'étranger et à son réseau de partenaires, par ses conseils et son accompagnement, la croissance des entreprises du secteur de la transformation alimentaire;
 - ✓ Fournir de l'information stratégique sur le développement et les tendances des marchés du secteur de la transformation alimentaire.

1.3 La clientèle

TRANSAQ a pour clientèle principale les entreprises de transformation alimentaire ayant des projets pour accélérer leur croissance ou accroître leur compétitivité dans le secteur de la transformation alimentaire ou dans un champ d'activité situé en aval et ayant un effet direct sur le secteur au Québec.

TRANSAQ offre aussi des services à des regroupements d'entreprises, à des organisations sectorielles et à des partenaires dont les actions peuvent avoir un effet important sur l'ensemble de l'industrie de la transformation alimentaire.

1.4 Les produits et services

Les produits et services offerts par TRANSAQ sont les suivants :

- ◆ L'accueil, l'analyse et l'aiguillage de projets;
- ◆ L'accompagnement personnalisé;
- ◆ La mise en réseau des ressources nécessaires à la réussite des projets;
- ◆ L'appui au diagnostic d'entreprise et à la résolution de problèmes;
- ◆ Le transfert d'information stratégique relative à l'environnement d'affaires, aux marchés et aux tendances de consommation;
- ◆ Les conseils, les services d'information et les programmes d'aide en matière d'innovation, de qualité, d'investissement et de développement des marchés intérieur et extérieur;
- ◆ Des activités de promotion au Québec et à l'extérieur du Québec;
- ◆ Le soutien apporté aux projets collectifs de l'industrie.

2. Contexte de l'industrie de la transformation alimentaire

2.1 Les caractéristiques

L'industrie de la transformation alimentaire occupe une place de premier plan dans l'économie québécoise et est un moteur économique d'importance. À ce chapitre, il importe de souligner les faits suivants :

- Avec plus de 2 140 établissements et quelque 70 000 emplois en 2006¹, l'industrie représente le premier employeur du secteur manufacturier québécois. Environ 100 000 emplois indirects dans l'agriculture, le commerce de gros et le transport de marchandises y sont aussi associés²;
- À l'échelle canadienne, l'industrie occupe une place enviable. Avec des livraisons d'une valeur de 20,2 milliards de dollars en 2007, elle représente 23,7 % du total canadien, se plaçant au second rang après l'Ontario (40,2 %);
- L'industrie génère un produit intérieur brut (PIB) de 5,8 milliards de dollars en 2007, représentant 35,1 % de l'industrie bioalimentaire³ québécoise et 12,3 % de l'ensemble du secteur manufacturier québécois;
- Toutes les régions du Québec possèdent des entreprises de transformation alimentaire sur leur territoire; la concentration la plus élevée se trouve dans les régions de Montréal et de la Montérégie;
- L'industrie constitue un canal de distribution incontournable pour l'agriculture québécoise, puisque 70 % des recettes agricoles sont destinées directement aux transformateurs alimentaires.

2.2 Les atouts

L'industrie québécoise de la transformation alimentaire possède plusieurs atouts :

- Une industrie en pleine diversification. Malgré une concentration dans les secteurs du lait et de la fabrication de produits de viande (avec 41,5 % des livraisons), d'autres secteurs, tels que la boulangerie, la fabrication de tortillas (8,4 % des livraisons), la mise en conserve de fruits et de légumes et la fabrication de spécialités alimentaires (5,6 % des livraisons), ont connu une croissance plus marquée de leurs activités au cours des dernières années;
- La présence de quelques entreprises de bonne taille. Saputo, La Coop fédérée et Agropur, trois entreprises dont le siège social est au Québec, se classent, en matière de revenus, parmi les dix entreprises en importance au Canada;

¹ Résultat pour la transformation des aliments, des boissons et du tabac.

² Estimation obtenue à partir du modèle sectoriel du Québec.

³ L'industrie bioalimentaire comprend l'agriculture, la pêche, la transformation alimentaire, le commerce de détail, les services de restauration et les débits de boissons.

- La création de près de 70 000 emplois directs. En ce qui concerne le développement régional, l'industrie est un important employeur par rapport à d'autres secteurs manufacturiers et soutient également de nombreux emplois indirects;
- Des exportations en croissance. De 1997 à 2007, le taux d'exportation des produits transformés québécois est passé de 14,3 % à 15,9 % sur le marché international et de 23,5 % à 29,8 % sur le marché interprovincial;
- Un élément stabilisateur dans l'économie. Les fluctuations du PIB de la transformation des aliments et des boissons ont été moins grandes que celles des autres secteurs manufacturiers durant les 30 dernières années. Cette industrie semble mieux absorber les chocs économiques que les autres industries, ce qui en fait une valeur sûre pour l'économie québécoise⁴.

2.3 Les défis

L'industrie de la transformation alimentaire québécoise doit cependant faire face à de nombreux défis provoquant des pressions au sein des entreprises :

- Un environnement d'affaires en profond changement au cours des 20 dernières années en raison des événements suivants :
 - ✓ La disparition progressive des barrières tarifaires;
 - ✓ L'introduction des progrès technologiques dans les procédés de conditionnement et de transport des marchandises;
 - ✓ La concentration et la consolidation de la distribution alimentaire;
 - ✓ L'intensification du développement des produits de marque de commerce;
 - ✓ L'ouverture progressive du commerce international des produits agricoles et agroalimentaires;
- Une performance à améliorer, comme le montrent les indices suivants :
 - ✓ Le niveau de productivité du travail au Québec est inférieur à celui de l'Ontario et à celui de l'ensemble canadien, avec un écart respectif⁵ de 25 % et de 4,3 %;
 - ✓ La marge bénéficiaire nette est plus faible au Québec (5,9 %) qu'en Ontario (10,7 %), au Canada (8,8 %) et aux États-Unis (11,4 %);
- Un sous-investissement important depuis plusieurs années : les dépenses d'immobilisations⁶ de l'industrie québécoise de la transformation alimentaire n'ont cessé de décroître depuis la fin des années 1990. Ainsi, les dépenses

⁴ Source : MAPAQ, BioClips +, juin 2003.

⁵ Moyenne pour la période 1997-2005.

⁶ Selon Statistique Canada, les dépenses d'immobilisations comprennent l'achat de nouvelles installations, telles que les bâtiments et les travaux de génie civil, et de nouveaux équipements, comme les machines industrielles, le matériel de bureau et le matériel de transport.

de 2007, totalisant 375 millions de dollars⁷, étaient inférieures de 5 % à celles qui avaient été enregistrées en 1992. Durant la même période, les dépenses de l'industrie ontarienne ont crû de 39 % et celles des autres provinces de 125 %;

- Une structure industrielle moins concurrentielle :
 - ✓ Le chiffre d'affaires moyen des établissements de transformation alimentaire du Québec est inférieur de 24 % à celui de l'Ontario et de 3 % à celui de l'ensemble du Canada⁸. Cet écart serait attribuable en grande partie à la taille des entreprises, puisque 85 % des entreprises québécoises comptent moins de 100 employés;
 - ✓ Le pourcentage des entreprises québécoises appartenant à des intérêts étrangers est d'environ 11 %, contre 17 % en Ontario et 13 % au Canada⁹. Cette structure a pour conséquence que le Québec est légèrement désavantagé, car les entreprises sous contrôle étranger se distinguent par des marges bénéficiaires plus importantes, une productivité du travail plus élevée et une croissance plus rapide par rapport aux entreprises sous contrôle canadien;
- Une culture d'innovation à diffuser :
 - ✓ Les frais de recherche et de développement de la transformation alimentaire sont inférieurs (0,27 % des livraisons) à ceux de l'ensemble des industries manufacturières québécoises (2,3 %), mais supérieurs à ceux de l'Ontario (0,18 %) et de l'ensemble du Canada (0,17 %), si on ne tient compte que des efforts en recherche et développement concernant la transformation alimentaire. Cependant, même si elles investissent moins en recherche et développement, les entreprises ontariennes et celles de l'ensemble du Canada font preuve d'une meilleure capacité à mettre en marché leurs nouveaux produits;
 - ✓ Malgré la présence d'universités, de centres de recherche et de plusieurs centres de transfert de technologie, seulement 15 % des entreprises québécoises de transformation alimentaire font appel à ces établissements publics pour leurs projets de recherche et de développement;
 - ✓ Les entreprises de transformation alimentaire utilisent très peu les crédits d'impôt remboursables pour la recherche et le développement, puisque les crédits non réclamés par le secteur agricole et agroalimentaire représenteraient de 40 à 50 millions de dollars par année;

⁷ Données préliminaires pour 2007.

⁸ Source : Enquête annuelle sur les manufactures et l'exploitation forestière (EAMEF), données de 2005.

⁹ Source : *La nature et l'étendue de l'innovation dans l'industrie canadienne de la transformation des aliments*, Agriculture et Agroalimentaire Canada, juin 2006.

- Des difficultés grandissantes du côté de la main-d'œuvre :
 - ✓ Déjà aux prises avec un problème de disponibilité de la main-d'œuvre, l'industrie agroalimentaire québécoise a de la difficulté à recruter de nouveaux effectifs en raison des conditions d'emploi moins avantageuses que dans d'autres secteurs économiques;
 - ✓ Au chapitre de la scolarité de la main-d'œuvre, l'industrie dispose d'un effectif ayant un niveau de formation légèrement inférieur à ce qui est observé ailleurs au Canada, et ce, malgré la forte amélioration enregistrée au cours des dix dernières années¹⁰;
 - ✓ Par rapport aux activités de formation continue, l'industrie investit moins et se classe au 11^e rang parmi les 15 industries manufacturières québécoises;
- Une sous-capitalisation des PME liée au manque d'intérêt des entrepreneurs à partager la propriété de leurs entreprises en échange des sources de financement privées ou publiques.

¹⁰ Source : Statistique Canada, Recensements 1991 et 2001.

3. Planification annuelle

Le plan d'action 2008-2009 de TRANSAQ a été élaboré en tenant compte du contexte dans lequel évolue le secteur de la transformation alimentaire et de la mission de l'unité administrative. De plus, TRANSAQ a pris en considération les trois priorités de travail liées à la transformation alimentaire ciblées pour l'exercice 2008-2009 par le MAPAQ à la suite du dépôt du rapport de la Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois (CAAAQ). Ces trois priorités sont les suivantes :

1. Mettre en œuvre la stratégie *Le Québec dans votre assiette!* afin d'amener les consommateurs québécois à accorder la priorité aux produits du Québec dans leurs décisions d'achat;
2. Préparer une stratégie en plusieurs volets pour renforcer la capacité concurrentielle de l'industrie québécoise de la transformation alimentaire en misant, notamment, sur l'accroissement des investissements et l'innovation, les bonnes pratiques de fabrication et l'accès à une main-d'œuvre compétente;
3. Mettre au point une stratégie pour appuyer les entreprises dans leurs démarches de prospection et de développement de nouveaux marchés dans le reste du Canada et sur la scène internationale.

Le plan d'action détaillé de TRANSAQ pour l'exercice 2008-2009 se trouve à l'annexe 2. Les enjeux et les orientations pour l'année sont les suivants :

Enjeu	Orientation
Capacité concurrentielle	● Accroître l'innovation
	● Augmenter les investissements
	● Valoriser l'emploi
	● Étendre les bonnes pratiques de fabrication
	● Mettre en valeur les produits émergents
Marché	● Stimuler l'achat local
	● Développer les marchés à l'extérieur du Québec

3.1 L'enjeu : la capacité concurrentielle

Orientation	Axe d'intervention
● Accroître l'innovation	Mise en œuvre du programme Compétitivité-innovation
● Accroître l'innovation ● Augmenter les investissements ● Valoriser l'emploi ● Étendre les bonnes pratiques de fabrication	Élaboration et mise en œuvre de la stratégie pour renforcer la capacité concurrentielle
● Mettre en valeur les produits émergents	Soutien offert au développement de produits de niche et de spécialité

3.1.1 Orientation : accroître l'innovation

Axe d'intervention : mise en œuvre du programme Compétitivité-innovation

Le programme Compétitivité-innovation a été autorisé en mars 2008. Comme le programme en est à ses débuts, TRANSAQ mettra l'accent, durant l'année, sur sa mise en œuvre.

Le programme s'adresse aux entreprises, aux chercheurs, aux associations et aux organismes. Avec ses trois volets, il vise à maintenir et à améliorer la compétitivité des entreprises agroalimentaires québécoises en misant, entre autres choses, sur l'encadrement du processus de gestion de l'innovation afin de les aider à faire face à la concurrence nationale et internationale. À cet égard, l'action visée est la suivante :

Action	Indicateur
Soutenir la réalisation de projets qui visent, par l'innovation, à augmenter la productivité des entreprises par l'intermédiaire des trois volets suivants :	
● Volet 1 : améliorer la productivité et la compétitivité des entreprises	Nombre de projets autorisés dans les trois volets
● Volet 2 : valoriser les résultats de recherche des promoteurs et des chercheurs	
● Volet 3 : soutenir la conception et le développement des outils d'intervention des associations et des organismes	

3.1.2 Orientations : accroître l'innovation, augmenter les investissements, valoriser l'emploi et étendre les bonnes pratiques de fabrication

Axe d'intervention : élaboration et mise en œuvre de la stratégie pour renforcer la capacité concurrentielle

Les problèmes de compétitivité du secteur de la transformation alimentaire québécoise ont été abordés dans le rapport de la CAAAQ. Les deux constats suivants ont été établis :

- L'industrie québécoise de la fabrication des aliments et des boissons souffre de sous-investissement depuis plusieurs années;
- La productivité du travail québécoise est inférieure à celle de l'Ontario et à celle du Canada.

Le présent axe d'intervention vise à élaborer une stratégie en plusieurs volets pour renforcer la capacité concurrentielle de l'industrie québécoise de la transformation alimentaire en misant, notamment, sur l'accroissement des investissements et l'innovation, les bonnes pratiques de fabrication et l'accès à une main-d'œuvre compétente.

La qualité de la stratégie à mettre au point repose sur deux principaux éléments : un diagnostic approfondi et complet de l'industrie et des secteurs qui la composent ainsi qu'une participation de l'industrie et des partenaires à sa préparation.

De plus, la stratégie doit représenter une réelle mise en commun des efforts des différents ministères et organismes concernés par la transformation alimentaire, selon leurs compétences respectives, puisque TRANSAQ et le MAPAQ n'ont pas les ressources suffisantes pour mener seuls le projet à terme.

Au cours de l'année, les quatre actions prioritaires pour renforcer la capacité concurrentielle du secteur de la transformation alimentaire sont les suivantes :

Action	Indicateur
Constituer et réunir le Comité des partenaires	Nombre de rencontres organisées
Réaliser des activités de suivi du Comité des partenaires	Nombre d'activités organisées
Effectuer des analyses de l'industrie de la transformation alimentaire	Nombre de profils dressés Nombre d'analyses et de monographies effectuées
Préparer un nouveau programme visant à favoriser le démarrage et l'expansion des entreprises ainsi qu'à améliorer leur efficacité	Date de dépôt du programme

3.1.3 Orientation : mettre en valeur les produits émergents

Axe d'intervention : soutien offert au développement de produits de niche et de spécialité

Le développement de produits de niche, de spécialité ou particuliers est considéré par la CAAAQ comme un outil de développement régional intéressant. Dans son rapport publié en janvier 2008, la CAAAQ recommande que les moyens suivants soient mis en œuvre afin de développer ces produits :

- Offrir des mesures incitatives aux entreprises qui s'implantent ou prennent de l'expansion pour qu'elles développent des créneaux précis;
- Mettre en œuvre la Loi sur les appellations réservées et les termes valorisants et mettre à jour le Programme d'appui au développement des appellations réservées dans la perspective de partager les coûts entre le gouvernement, les producteurs et les transformateurs intéressés;
- Mettre au point un plan de développement de la production de vins et d'alcools comprenant notamment le cofinancement, par le gouvernement et les producteurs, de services d'aide-conseil, de transfert technologique, de contrôle de qualité et de promotion des vins et des alcools.

En 2008-2009, TRANSAQ compte s'attarder plus spécialement à l'entrée en vigueur complète de la Loi sur les appellations réservées et les termes valorisants et à l'adoption d'un nouveau règlement d'application. Dans l'attente d'une révision en 2009-2010 du Programme d'appui au développement des appellations réservées, le programme actuel sera prolongé.

Les actions prévues pour l'année sont les suivantes :

Action	Indicateur
Préparer un plan d'action pour la commercialisation et la préparation des normes de production des boissons alcooliques artisanales	Date de dépôt du plan d'action au Conseil des ministres
Appuyer le développement des appellations réservées	Date de signature de l'entente triennale entre le MAPAQ et le Conseil des appellations réservées et des termes valorisants (CARTV) Date de mise en vigueur du nouveau règlement

3.2 L'enjeu : le marché

Orientation	Axe d'intervention
Stimuler l'achat local	Mise en œuvre de la stratégie <i>Le Québec dans votre assiette!</i>
Développer les marchés à l'extérieur du Québec	Définition et mise en œuvre de la stratégie de développement des exportations
	Soutien offert à l'expansion des marchés

3.2.1 Orientation : stimuler l'achat local

Axe d'intervention : mise en œuvre de la stratégie Le Québec dans votre assiette!

En décembre 2007, le ministre, M. Laurent Lessard, a lancé la stratégie d'accroissement des achats de produits alimentaires québécois sur le marché intérieur afin d'inciter les consommateurs québécois à choisir les produits alimentaires du Québec et, ainsi, de favoriser le développement de l'industrie alimentaire québécoise.

Le MAPAQ compte principalement sur son partenariat avec l'organisme Aliments du Québec pour assurer l'identification des produits du Québec, afin que les consommateurs puissent les reconnaître sur les lieux d'achat.

Le gouvernement souhaite accroître la part des produits québécois sur le marché intérieur pour atteindre les objectifs suivants :

- Créer des retombées économiques;
- Contribuer au développement régional;
- Contribuer au développement durable en réduisant les distances de transport;
- Valoriser la composante culinaire de la culture québécoise.

Les trois actions clés pour cet axe d'intervention, pour l'année, sont les suivantes :

Action	Indicateur
Réaliser ou soutenir la réalisation d'activités de promotion visant les consommateurs (stratégie d'accroissement des achats – orientation 1)	Date de lancement du premier volet de la campagne de communication générique triennale
Définir les tendances du marché intérieur et les faire connaître aux entrepreneurs (stratégie d'accroissement des achats – orientation 3)	Date de mise en place de la veille stratégique sur les tendances du marché intérieur
Aider la clientèle à accéder aux réseaux de distribution appropriés (stratégie d'accroissement des achats – orientation 5)	Nombre d'actions réalisées facilitant les rencontres entre les transformateurs et les acheteurs Nombre de guides préparés et mis à jour pour faciliter les relations entre les transformateurs et les distributeurs et pour vulgariser les pratiques

3.2.2 Orientation : développer les marchés à l'extérieur du Québec

Axe d'intervention : définition et mise en œuvre de la stratégie de développement des exportations

Au cours des deux dernières décennies, le Québec a multiplié ses efforts afin de développer de nouveaux marchés d'exportation pour ses produits agroalimentaires. Toutefois, on observe encore une forte dépendance à l'égard des États-Unis et du Japon.

De plus, contrairement à la forte croissance des importations en provenance de ces principaux marchés, les exportations agroalimentaires québécoises y ont enregistré une croissance plutôt modeste de 2003 à 2007. Aux États-Unis particulièrement, les entreprises ont subi des pertes de parts de marché en raison notamment d'une plus grande compétition de la part des pays émergents.

Dans ces conditions, le contexte actuel, marqué entre autres choses par l'appréciation du dollar canadien par rapport au dollar américain et par l'augmentation des frais de transport, exige la mise au point d'une stratégie en vue d'aider les entreprises à relever les nombreux défis des prochaines années.

Action	Indicateur
Définir et mettre en œuvre la stratégie de développement des exportations	Date de dépôt du projet final de la stratégie de développement et diffusion auprès de l'industrie

Axe d'intervention : soutien offert à l'expansion des marchés

Depuis plusieurs années déjà, les exportations de produits alimentaires enregistrent une progression plus importante que les ventes sur le marché intérieur. Cette croissance concerne cependant un nombre limité d'entreprises, souvent parmi les plus grandes. Plusieurs entreprises tentent d'exporter leurs produits, mais éprouvent des difficultés à demeurer présentes sur les marchés extérieurs. Les données récentes montrent que plus de 400 entreprises exportent des produits, tandis que près de 200 autres souhaiteraient le faire.

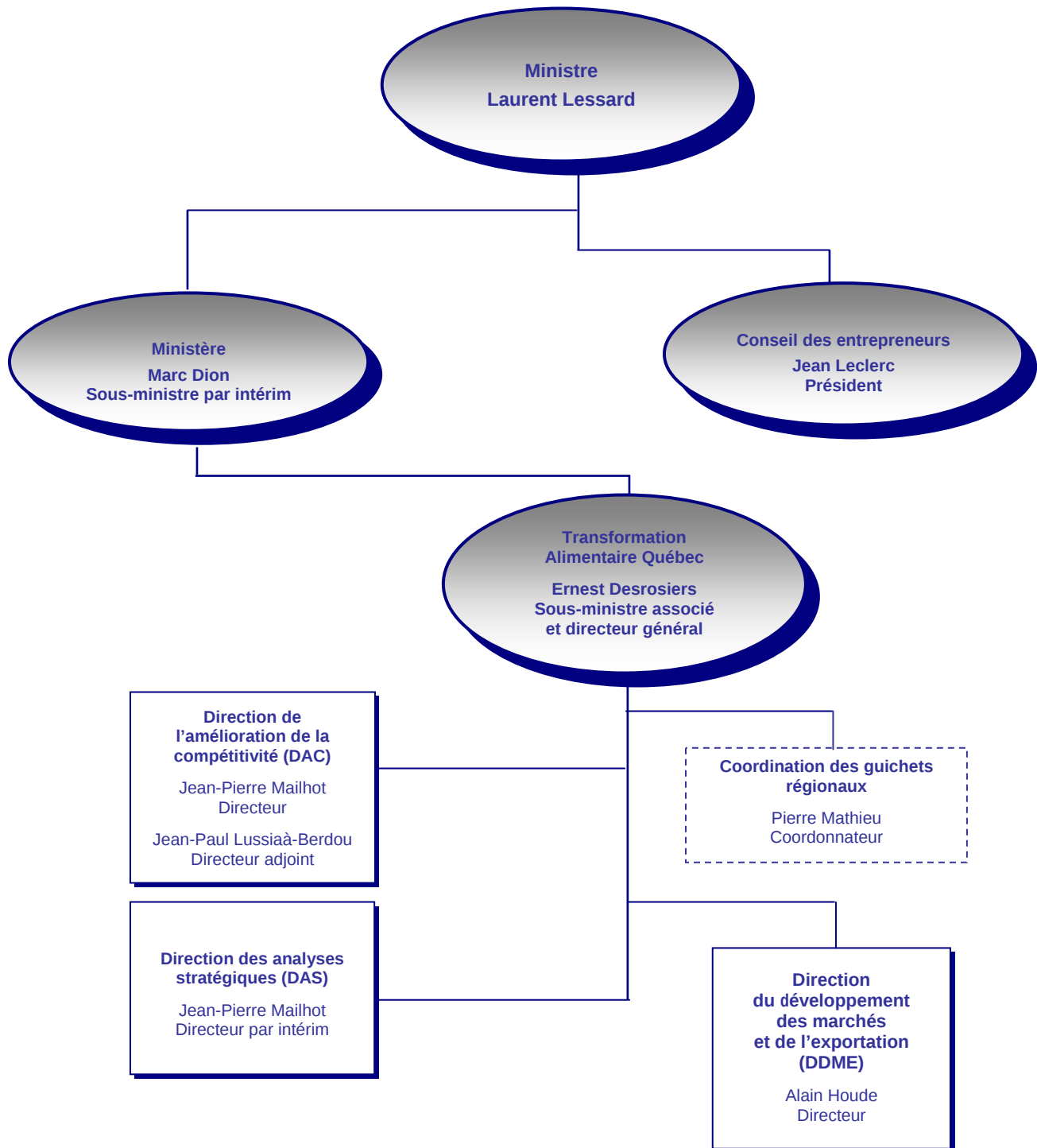
En outre, de nouveaux créneaux apparaissent chaque jour et les produits prisés sont de plus en plus des produits transformés et à plus grande valeur ajoutée. Selon les experts de l'industrie, cette tendance ne devrait pas disparaître dans un avenir prévisible, de sorte que les marchés d'exportation constitueront sans doute le principal vecteur de croissance pour bon nombre d'entreprises, dans la mesure où celles-ci s'y sont bien préparées et sont appuyées pour faire face aux exigences et aux difficultés de l'exportation.

Les actions de TRANSAQ relatives à cet axe d'intervention sont les suivantes :

Action	Indicateur
Réaliser des activités de promotion, d'accompagnement ou de prospection sur les marchés extérieurs selon le plan d'action annuel	Taux de réalisation du plan d'action annuel
Coordonner la participation du MAPAQ au SIAL Montréal	Taux de satisfaction des entreprises à l'égard des rencontres individuelles Nombre d'inscriptions

Annexe 1

Organigramme de TRANSAQ



Annexe 2

TRANSAQ – Plan d'action détaillé 2008-2009

TRANSAQ a pour mission d'appuyer le développement de l'industrie de la transformation alimentaire dans toutes les régions du Québec :

- en offrant aux entreprises de transformation alimentaire un accès intégré aux différents services et programmes gouvernementaux qui leur sont destinés;
- en mettant à contribution de manière coordonnée et active les agents gouvernementaux concernés par les besoins et les projets des entreprises;
- en offrant, en raison de son expertise, les produits et services gouvernementaux appropriés à l'industrie.

Les enjeux, les orientations et les axes d'intervention de TRANSAQ pour l'exercice 2008-2009 sont les suivants :

Enjeu	Orientation	Axe d'intervention
Capacité concurrentielle	Accroître l'innovation	Mise en œuvre du programme Compétitivité-innovation
	Augmenter les investissements	Élaboration et mise en œuvre de la stratégie pour renforcer la capacité concurrentielle
	Valoriser l'emploi	
	Étendre les bonnes pratiques de fabrication	
	Mettre en valeur les produits émergents	Soutien offert au développement de produits de niche et de spécialité
Marché	Stimuler l'achat local	Mise en œuvre de la stratégie <i>Le Québec dans votre assiette!</i>
	Développer les marchés à l'extérieur du Québec	Définition et mise en œuvre de la stratégie de développement des exportations
		Soutien offert à l'expansion des marchés

Annexe 2

TRANSAQ – Plan d'action détaillé 2008-2009

Enjeu	Orientation	Axe d'intervention	Action	Direction	Indicateur	Cible
Capacité concurrentielle	Accroître l'innovation	Mise en œuvre du programme Compétitivité-innovation	Soutenir la réalisation de projets qui visent, par l'innovation, à augmenter le niveau de productivité des entreprises par l'intermédiaire des trois volets suivants : ● Volet 1 : améliorer la productivité et la compétitivité des entreprises ● Volet 2 : valoriser les résultats de recherche des promoteurs et des chercheurs ● Volet 3 : soutenir la conception et le développement des outils d'intervention des associations et des organismes	DAC	Nombre de projets autorisés dans les trois volets	10
	Accroître l'innovation	Élaboration et mise en œuvre de la stratégie pour renforcer la capacité concurrentielle	Constituer et réunir le Comité des partenaires	DAS	Nombre de rencontres organisées	3
	Augmenter les investissements		Réaliser des activités de suivi du Comité des partenaires	DAC et DAS	Nombre d'activités organisées	3
	Valoriser l'emploi		Effectuer des analyses de l'industrie de la transformation alimentaire	DAS	Nombre de profils dressés	8
	Étendre les bonnes pratiques de fabrication				Nombre de monographies et d'analyses effectuées	
			Préparer un nouveau programme d'aide financière visant à favoriser le démarrage et l'expansion des entreprises ainsi qu'à améliorer leur efficacité	DAC	Date de dépôt du programme	Dépôt du programme au ministre du MAPAQ, le 31 janvier 2009
	Mettre en valeur les produits émergents	Soutien offert au développement de produits de niche et de spécialité	Préparer un plan d'action pour la commercialisation et la préparation des normes de production des boissons alcooliques artisanales	DAC	Date de dépôt du plan d'action au Conseil des ministres	Dépôt du plan d'action en décembre 2008
			Appuyer le développement des appellations réservées	DAC	Date de signature de l'entente triennale entre le MAPAQ et le CARTV	Signature de l'entente en août 2008
					Date de mise en vigueur du nouveau règlement	Entrée en vigueur en mars 2009

Annexe 2

TRANSAQ - Plan d'action détaillé 2008-2009

Enjeu	Orientation	Axe d'intervention	Action	Direction	Indicateur	Cible
Marché	Stimuler l'achat local	Mise en œuvre de la stratégie <i>Le Québec dans votre assiette!</i>	Réaliser ou soutenir la réalisation d'activités de promotion visant les consommateurs (stratégie d'accroissement des achats – orientation 1)	DDME	Date de lancement du premier volet de la campagne de communication générique triennale	Premier volet de la campagne lancé en mai 2008
			Définir les tendances du marché intérieur et les faire connaître aux entrepreneurs (stratégie d'accroissement des achats – orientation 3)	DDME	Date de mise en place de la veille stratégique sur les tendances du marché intérieur	Veille en vigueur en janvier 2009
			Aider la clientèle à accéder aux réseaux de distribution appropriés (stratégie d'accroissement des achats – orientation 5)	DDME	Nombre d'actions réalisées facilitant les rencontres entre les transformateurs et les acheteurs	4
					Nombre de guides préparés et mis à jour pour faciliter les relations entre les transformateurs et les distributeurs et pour vulgariser les pratiques	Deux nouveaux guides Un guide mis à jour
	Développer les marchés à l'extérieur du Québec	Définition et mise en œuvre de la stratégie de développement des exportations	Définir et mettre en œuvre la stratégie de développement des exportations	DDME	Date de dépôt du projet final de la stratégie de développement et diffusion auprès de l'industrie	Dépôt du projet final de la stratégie en octobre 2008
			Réaliser des activités de promotion, d'accompagnement ou de prospection sur les marchés extérieurs selon le plan d'action annuel	DDME	Taux de réalisation du plan d'action annuel	Taux de 80 %
		Soutien offert à l'expansion des marchés	Coordonner la participation du MAPAQ au SIAL Montréal	DDME	Taux de satisfaction des entreprises à l'égard des rencontres individuelles	Taux de satisfaction de 85 %
				DDME	Nombre d'inscriptions	100



Montréal

514 873-4147

Québec

418 380-2202

**Agriculture, Pêcheries
et Alimentation**

Québec 

WWW.MAPAQ.GOUV.QC.CA