

Évaluation périodique des interventions de la
Fédération des producteurs de
pommes de terre du Québec
dans la mise en marché

Le 24 février 2009

TABLE DES MATIÈRES

1. LE MANDAT	3
2. LA SÉANCE PUBLIQUE	3
3. LES PARTICIPANTS	4
4. LA SITUATION DE L'INDUSTRIE :	4
Monographie de l'industrie de la pomme de terre au Québec	
– LES MARCHÉS :	
• L'offre	
• La consommation	
• Les échanges commerciaux	
– LA MISE EN MARCHÉ :	
Pommes de terre de consommation	
♦ Les producteurs	
♦ Les emballeurs	
♦ Les transformateurs	
♦ Les autres intervenants	
Pommes de terre de semence	
Structure de mise en marché de la production	
– LA PRODUCTION	
– LA TRANSFORMATION	
– LA PERFORMANCE FINANCIÈRE DES ACTEURS	
– LA COMPÉTITIVITÉ SUR LES MARCHÉS	
– LES ENJEUX	
5. LE MÉMOIRE DE LA FÉDÉRATION DES PRODUCTEURS DE POMMES DE TERRE DU QUÉBEC	11
– PORTRAIT DU PLAN, SUIVI DES RECOMMANDATIONS 2002 ET RÉALISATIONS	
– EFFETS DES INTERVENTIONS DU PLAN CONJOINT SUR LA MISE EN MARCHÉ	
– PROBLÉMATIQUES, ENJEUX, PISTES DE SOLUTIONS ET ATTENTES	
6. COMMENTAIRES ET OBSERVATIONS DE L'ASSOCIATION DES TRANSFORMATEURS DE LÉGUMES FRAIS (ATLF)	18
7. L'ANALYSE ET LES COMMENTAIRES	18
– SUITES DE LA DERNIÈRE ÉVALUATION PÉRIODIQUE	
– MISE EN MARCHÉ EFFICACE ET ORDONNÉE	
– DÉVELOPPEMENT DE BONNES RELATIONS AVEC LES PARTENAIRES	
– RÉOLUTION DES PROBLÉMATIQUES DE PRODUCTION ET DE MISE EN MARCHÉ	
8. RECOMMANDATIONS	20

24 février 2009**Rapport d'évaluation périodique**

1. LE MANDAT

Selon l'article 62 de la *Loi sur la mise en marché des produits agricoles, alimentaires et de la pêche* et tenant compte de la politique qu'elle a établie, la Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec doit procéder à une évaluation périodique des interventions des offices dans la mise en marché.

En effet, cet article précise que :

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

La Régie donne alors aux personnes intéressées à la mise en marché du produit visé l'occasion de présenter leurs observations sur l'application du plan et des règlements concernés. ».

2. LA SÉANCE

C'est en vertu de cette disposition législative que la Régie tient à Saint-Hyacinthe, le 19 juin 2008, une séance publique portant sur l'évaluation des interventions de la Fédération des producteurs de pommes de terre du Québec (l'Office) dans la mise en marché en tant qu'administrateur du *Plan conjoint des producteurs de pommes de terre du Québec* (le Plan conjoint). Préalablement à cette séance, la Régie a transmis une invitation aux administrateurs du plan et aux intervenants concernés à laquelle étaient joints un ordre du jour détaillé et des questions susceptibles de faciliter la préparation des intervenants. La Régie a également avisé les personnes intéressées dans la *Terre de chez nous* du 28 mai 2008 en les invitant à participer à la séance.

Les objectifs poursuivis lors de cette séance publique sont :

- de recevoir le rapport des administrateurs de l'Office chargés de l'administration du plan;
- d'évaluer la pertinence et les résultats des interventions de l'Office dans la mise en marché des pommes de terre;
- d'entendre les réactions, commentaires et attentes des autres intervenants;
- d'identifier les cibles stratégiques et les priorités du plan en regard d'une mise en marché ordonnée pour les prochaines années;
- de permettre à la Régie d'apprécier les actions des administrateurs du plan depuis la dernière évaluation, d'en comprendre toute la portée et de contribuer à l'amélioration de ses interventions.

Le présent document fait état des présentations et des opinions exprimées lors de la séance publique, résume les interventions réalisées par l'Office depuis l'évaluation précédente et précise les cibles stratégiques et priorités retenues pour les prochaines années. La dernière section du document présente l'analyse et les commentaires de la Régie de même que les recommandations formulées à l'Office pour favoriser une mise en marché efficace et ordonnée du produit visé.

24 février 2009

Rapport d'évaluation périodique

3. LES PARTICIPANTS

Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec :

Monsieur Gaétan Busque, président de la séance
Monsieur Benoît Harvey, régisseur
Monsieur Claude Lambert, régisseur¹
Monsieur Louis Dufour, conseiller économique

Les personnes et organismes ayant répondu à l'invitation de la Régie sont :

- ♦ Fédération des producteurs de pommes de terre du Québec :
Monsieur Réal Brière, président
Monsieur Pierre Chouinard, vice-président
Monsieur Clément Lalancette, directeur général
Monsieur Charles Paquet, administrateur
- ♦ Association des transformateurs de légumes frais :
Monsieur Jean Moyen, président
Monsieur François Baril
- ♦ Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec :
Monsieur Simon Collin, agent de recherche,
Direction de l'innovation scientifique et technologique
Monsieur Alfredo Cadario, agent de recherche,
Direction des études économiques et d'appui aux filières.

4. LA SITUATION DE L'INDUSTRIE

Monographie de l'industrie de la pomme de terre au Québec

M. Simon Collin, auteur principal de la monographie de l'industrie de la pomme de terre au Québec en fait la présentation à la Régie au nom de la Direction des études économiques et d'appui aux filières.

Les sujets abordés dans la monographie traitent des marchés, de la mise en marché, de la production, de la transformation, de la performance financière des acteurs, de la compétitivité sur les marchés et des enjeux. M. Collin indique que la monographie a été terminée à l'hiver 2006 et publiée en juin 2007. Les données utilisées réfèrent généralement à la période 2000-2004 et 2005 lorsque celles-ci étaient disponibles.

¹ M. Claude Lambert n'est plus à l'emploi de la Régie depuis le 23 janvier 2009. Conformément à l'article 13.1 de la Loi sur la mise en marché des produits agricoles et alimentaires du Québec, les régisseurs demeurant en fonction disposent de l'affaire.

24 février 2009

Rapport d'évaluation périodique

LES MARCHÉS**L'OFFRE**

Plus de 150 pays ont produit 330 millions de tonnes de pommes de terre en 2004 soit, à peu de chose près, le même volume qu'en 2000. La Chine, les États Unis et le Canada sont respectivement les premier (70 millions de tonnes), cinquième (20 millions de tonnes) et douzième (5 millions de tonnes) producteurs de pommes de terre au monde. Le Québec, pour sa part, a produit 556 400 tonnes soit 11 % de la production canadienne.

LA CONSOMMATION

La consommation mondiale de pommes de terre est demeurée stable entre les années 2000-2003 (+ 0,1 %/an) avec une consommation de 32,9 kg/personne/an. La consommation a augmenté dans les pays en développement mais a diminué dans les pays industrialisés, dont le Québec.

Tableau 1
Consommation par personne

ENDROIT	CONSOMMATION /PERSONNE (kg)	COMMENTAIRE
Europe	94,0	Plus grand consommateur
Chine	35,0	Consommation en hausse
États Unis	61,0	
Canada	68,5	40 % de tous les légumes frais et transformés - 46 % à l'état frais - en diminution de 8,6 % entre 2000 et 2004
Québec	70,2	

Cette diminution de consommation de 8,6 % au Canada entre 2000 et 2004, découle en partie des perceptions négatives des consommateurs vis-à-vis la valeur nutritionnelle du produit et aussi de la tendance des consommateurs à substituer les pommes de terre par d'autres produits. Même si ces produits de substitution demeurent encore relativement peu utilisés, leur valeur monétaire représente tout de même 87 % de la valeur des ventes de pommes de terre et de produits connexes chez les grands distributeurs. Le vieillissement de la population contribue aussi à la diminution de la consommation. Seule la consommation d'autres produits transformés essentiellement sous forme de pomme de terre déshydratée a permis de freiner cette diminution. Peu exploités jusqu'à maintenant, les produits prêts à l'emploi, comme le segment des repas rapides, seraient au Québec une bonne avenue pour dynamiser le secteur de la pomme de terre. À titre d'exemple, au Royaume-Uni, on vend dans les supermarchés un produit composé de pommes de terre de table auxquelles on a ajouté des fines herbes et autres assaisonnements.

24 février 2009

Rapport d'évaluation périodique

Tableau 2
Consommation apparente de pommes de terre
Canada, Québec
(poids équivalent frais)

Produits	Canada			Québec		
	2004 (kg/pers.)	Croissance 2000-2004 (%)	Part des produits (%)	2004 (kg/pers.)	Croissance 2000-2004 (%)	Part des produits (%)
Table	31,64	- 14,5	46,2	34,02	- 14,5	48,5
Croustilles	11,24	- 8,6	16,4	13,52	- 8,6	19,3
Surgelés	13,13	- 2,7	19,2	13,20	- 2,7	18,8
Autres produits transformés	12,45	2,8	18,2	9,44	2,8	13,4
TOTAL	68,46	- 8,6	100,0	70,18	- 9,2	100,0

Source : Statistique Canada.

MAPAQ, Direction des études économique et d'appui aux filières.

LES ÉCHANGES COMMERCIAUX

Les échanges mondiaux

Un volume de 6,3 % de la production mondiale est exporté, principalement par l'Europe et l'Amérique du Nord. En ce qui concerne la pomme de terre de table, le Canada est le cinquième exportateur mondial, avec 428 069 tonnes, en hausse de 5 % par rapport à l'année 2000. Pour les pommes de terre transformées, le Canada est très actif, au deuxième rang des pays exportateurs avec 1 044 040 tonnes. Ce marché a connu une augmentation de 35 % au cours des dernières années et le Canada y a fait passer ses parts de marché de 20 à 25 %. Les Pays-Bas sont les premiers exportateurs de pommes de terre de table et transformées.

Côté importation, le Canada se classe au neuvième rang pour la pomme de terre de table et au dix-septième rang pour les pommes de terre surgelées.

Les échanges canadiens et québécois

La valeur des exportations canadiennes a augmenté de 37 % entre 2000 et 2004 pour atteindre une valeur dépassant le milliard de dollars. Celles-ci représentent environ 60 % de la production canadienne, le Québec n'occupant que 3 % de cet espace. Le Manitoba, l'Alberta, l'Île-du-Prince-Édouard et le Nouveau-Brunswick fournissent 86 % du volume exporté. Les exportations sont principalement celles des pommes de terre transformées, soit 93 % sous forme de frites congelées. Les exportations du Québec sont en hausse de 30 % entre 2000 et 2004. Le principal client du Canada est le marché du nord-est américain.

En raison surtout de la baisse des importations de pommes de terre de table, les importations de pommes de terre ont diminué de 26 % en 2004 par rapport à l'année 2000. Par ailleurs, les importations de pommes de terre de transformation étaient en hausse de

24 février 2009**Rapport d'évaluation périodique**

38 %. Les pommes de terre de semence importées sont quant à elles stables. Les importations proviennent essentiellement des États-Unis et représentent environ 9 % de la production canadienne.

LA MISE EN MARCHÉ

POMMES DE TERRE DE CONSOMMATION

Au Québec, la pomme de terre de consommation est dirigée vers les marchés de la table, du prépelage et de la croustille. Avec une production commercialisée de 440 000 tonnes sur ces marchés, le Québec a comblé en 2004 plus de 80 % de ses besoins.

Les producteurs

Parmi les 700 entreprises de pommes de terre, 290 peuvent être qualifiées d'entreprises spécialisées dans la production de pommes de terre, plus de 50 % de leurs ventes étant dues à la production et à la commercialisation du produit visé.

Les emballeurs

L'emballage de pommes de terre est un secteur d'activité très concentré, certains emballeurs agissant aussi comme distributeurs auprès des grandes chaînes. Ainsi, parmi les 120 emballeurs, qui dans 95 % des cas sont aussi producteurs, 6 emballent près de 80 % du volume de pommes de terre de table. Globalement, les emballeurs conditionnent environ 60 % de la production québécoise.

Les transformateurs

Utilisant, en 2004, 40 % des pommes de terre de consommation, la transformation, en 2005-2006, compte 25 entreprises dont 3 dans le domaine de la croustille. Ce secteur emploie 1 500 personnes et les recettes totales sont évaluées à au moins 123 millions de dollars.

Les autres intervenants

Sauf en ce qui concerne le commerce interprovincial et d'import-export, les courtiers en alimentation sont peu actifs dans le domaine de la pomme de terre. Le Marché central de Montréal, bien que moins utilisé, est un canal de choix pour alimenter les fruiteries, les acheteurs du réseau des hôtels, restaurants et institutions (HRI), les chaînes régionales de marchés d'alimentation et des opérateurs de points de vente au détail. En plus des trois grandes chaînes d'alimentation présentes au Québec qui possèdent chacune leur propre service de grossiste et distribution, il y a 173 grossistes-distributeurs qui sont actifs dans l'industrie de la pomme de terre générant 5 300 emplois. Pour compléter le réseau de mise en marché, il faut ajouter l'ensemble des commerces de détail, soit les épiceries, fruiteries et magasins d'alimentation spécialisés, les marchés publics, les kiosques à la ferme de même que tout le secteur des services alimentaires du réseau HRI.

POMMES DE TERRE DE SEMENCE

La production québécoise de pommes de terre de semence a été estimée à environ 60 000 tonnes en 2004. De cette quantité, 27 000 tonnes ont été commercialisées comme semence, le reste étant acheminé vers le marché de la pomme de terre de consommation. La pomme

24 février 2009Rapport d'évaluation périodique

de terre de semence doit répondre aux normes de qualité et de certification établies selon la *Loi sur les semences*. Soixante-et-onze pour cent de la production québécoise de pommes de terre de semence commercialisée a été vendue aux producteurs du Québec, 26 % aux autres provinces canadiennes, le reste à l'exportation. Trois organismes au Québec distribuent près de 93 % des pommes de terre de semence. Il s'agit de Distribution Proplant inc., La Patate Lac-St-Jean et Propur inc. Environ 63 % des superficies québécoises de pommes de terre ont été ensemencées avec des pommes de terre de semence certifiées.

STRUCTURE DE MISE EN MARCHÉ DE LA PRODUCTION

Le Plan conjoint est administré par la Fédération des producteurs de pommes de terre du Québec qui a négocié et signé 6 conventions de mise en marché avec différents organismes soit :

- Association des emballeurs de pommes de terre au Québec (table);
- Association des transformateurs de légumes frais du Québec (prépelage);
- Entreprise Michel St-Arneault inc. (prépelage);
- 1 entente cadre et 3 conventions avec Humpty Dumpty, Frito Lay et Yum Yum (croustilles).

La production

De 2000 à 2006, les recettes québécoises de pommes de terre ont affiché de fortes variations à la hausse comme à la baisse. En raison des fluctuations des prix des marchés, on observe de grandes variations entre les années passant de 85 M\$ en 2000 à 111 M\$ en 2002, de 82 M\$ en 2004 à 115 M\$ en 2006 pour redescendre à 85 M\$ en 2007. Au Canada, ce sont l'Île-du-Prince-Édouard, le Manitoba et l'Alberta qui présentent les recettes les plus élevées, soit respectivement, pour 2005, 162 M\$, 154 M\$ et 138 M\$.

La taille moyenne des entreprises québécoises de pommes de terre est de 29,8 hectares comparativement à 20,1 hectares en Ontario. C'est au Manitoba que la superficie moyenne est la plus élevée avec 139,6 hectares, suivie de l'Île-du-Prince-Édouard avec 92,4 hectares, la taille moyenne pour le Canada étant de 43,6 hectares. Par ailleurs, au Québec, sur les 700 entreprises de production de pommes de terre, 123 ont plus de 50 hectares en pommes de terre et utilisent globalement près de 75 % des superficies.

En ce qui concerne les superficies cultivées, le Canada en compte 155 400 hectares en 2005, dont 19 200 au Québec, cinquième province en importance. Les superficies sont légèrement à la baisse depuis le début des années 2000 en raison d'une surproduction nord-américaine qui a induit une diminution des prix. Pendant cette période, le Québec a toutefois conservé sa part des superficies et de la production. En 2007, le nématode doré a fait son apparition, ce qui pourrait amener des chambardements dans la production québécoise et probablement des diminutions de superficies.

Les principales régions productrices au Québec sont celles de la Capitale-Nationale et Côte-Nord, de Laval-Lanaudière, de la Montérégie et du Saguenay-Lac-St-Jean. Ces régions regroupent 70 % des superficies.

La productivité des entreprises québécoises est inférieure à celle des entreprises canadiennes (25,5 t/ha vs 28,2 t/ha). Cet écart s'explique en partie par le fait que le Québec produit plus de pommes de terre de primeur que les autres provinces qui produisent plus

24 février 2009**Rapport d'évaluation périodique**

pour la transformation. L'Alberta et l'Île-du-Prince-Édouard ont les meilleurs rendements avec respectivement 38,6 t/ha et 30,8 t/ha.

Selon les données de la Fédération, en 2005, les superficies productives du Québec se répartissent ainsi : 53,5 % pour la table, 18,3 % pour la croustille, 18,4 % pour le prépelage et 9,8 % pour la semence. En comparaison, 23,5 % de la production canadienne est destinée à la table, 10,8 % à la semence et 65,7 % à la transformation. Le Québec sur cet aspect est très différent. Au Québec comme au Canada, la production de pommes de terre biologiques est très peu développée avec respectivement 41 hectares et 497 hectares. La Colombie-Britannique et l'Île-du-Prince-Édouard sont les deux plus importantes provinces à ce chapitre.

Les prix obtenus pour la pomme de terre de croustille sont de façon générale plus élevés et beaucoup plus stables que ceux de la table et du prépelage qui peuvent varier beaucoup d'une année à l'autre et même à l'intérieur d'une même année en fonction du type et des formats.

La transformation

Au Québec, la transformation est présente dans les domaines du prépelage et de la croustille. Pour ce dernier type d'entreprise, le Québec compterait pour environ le quart de l'activité canadienne. En ce qui concerne la transformation en autres produits secs, le Québec y est très peu actif. Dans l'avenir, le développement des produits de transformation devra tenir compte des tendances d'aliment « santé », « facile d'emploi et portable » et « de plaisir relié aux nouvelles saveurs ».

Au niveau du prépelage, le Canada a sur son territoire trois des plus grands transformateurs de frites surgelées au monde ainsi qu'un autre grand transformateur national. Le Québec compte pour sa part 22 entreprises actives dans ce domaine mais aucune de classe mondiale ni même nationale. En 2001, elles utilisaient environ 23 % de la production québécoise. Selon ÉcoRessources Consultants, la faible taille de nos entreprises constitue une limite à la croissance de ce secteur au Québec.

En ce qui concerne la croustille, 3 des 14 usines canadiennes sont localisées au Québec soit celles des deux grands Hostess-Frito Lay (PepsiCo) et Humpty Dumpty (Old Dutch Foods) et la québécoise Yum Yum. La production de croustille des trois entreprises québécoises correspond au marché du Québec.

La performance financière des acteurs

Les données financières des producteurs de pommes de terre du Québec apparaissant dans la monographie proviennent du Système d'Extraction des Statistiques Agricoles (SESA) et décrivent les 290 entreprises dites spécialisées en production de pommes de terre. Ces entreprises tirent 92 % de leurs revenus de la vente de pommes de terre et cultivent de 90 à 95 % de l'ensemble des superficies de pommes de terre de la province. De ces 290 entreprises, 75 exploitent environ 70 % des superficies et font des ventes supérieures à 500 000 \$. Ces entreprises occupent une place de plus en plus importante dans la production québécoise.

L'entreprise spécialisée type au Québec a un actif d'environ 1 600 000 \$ contre 3 600 000 \$ pour celle vendant plus de 500 000 \$. Les actifs des entreprises spécialisées ont crû

24 février 2009**Rapport d'évaluation périodique**

d'environ 22 % par année entre 1999 et 2004; les dettes, pour leur part, croissant de près de 30 %. En comparaison, les entreprises des Maritimes ont vu leurs actifs croître, par année et pour la même période, de 6 % et leurs passifs de 10 % tandis que dans l'Ouest, les croissances sont respectivement de 12 % et 21 %. Par ailleurs, en valeur absolue, les actifs et passifs des entreprises québécoises sont de 1,5 fois à 2,3 fois plus petits que les entreprises des Maritimes et de l'Ouest. De même, les actifs nets au Québec ont progressé de près de 20 % par année entre 1999 et 2004 comparativement à 4 % et 9 % pour les Maritimes et l'Ouest. Les fermes du Québec grossissent, de façon générale, plus vite qu'ailleurs au Canada.

Relativement à la rentabilité, le bénéfice net avant impôts pour la période 1999-2004 représente environ 9,9 % des revenus d'exploitation au Québec comparativement à 4,5 % dans l'Est du Canada et 5,7 % dans l'Ouest du Canada. Sans les versements des programmes d'assurance récolte et assurance stabilisation, la rentabilité aurait tout de même été légèrement positive à 1,4 % des revenus d'exploitation alors que sans leur programme de support, la rentabilité des entreprises dans les autres provinces aurait été pratiquement nulle. Globalement, les entreprises québécoises offrent des résultats financiers supérieurs à ceux des entreprises des autres provinces spécialement en ce qui concerne les grandes entreprises.

Pour ce qui est des autres acteurs de la filière, les grossistes, distributeurs, transformateurs et détaillants, les données statistiques financières montrent qu'en moyenne, le rendement du capital est positif tout au long de la chaîne (10 % à 20 %), avec des performances comparatives remarquées particulièrement chez les grossistes et les transformateurs.

La compétitivité sur les marchés

De 2000 à 2004, l'industrie québécoise de la pomme de terre a été compétitive et a augmenté ses parts de marchés dans l'industrie canadienne, tant sur son propre marché (60 % à 80 %) que sur les marchés des autres provinces canadiennes. Excluant les semences, le Québec a accaparé, en 2004, 21 % du marché canadien comparativement à 16 % en 2000. Par ailleurs, quoique les autres provinces aient diminué leur part de marché canadienne, elles ont compensé en augmentant considérablement leurs exportations aux États-Unis, principalement dans les produits surgelés. En ce qui concerne les exportations, le Québec fait figure de parent pauvre avec uniquement 3 % du volume canadien exporté.

Les enjeux

Selon les auteurs de la monographie, l'industrie de la pomme de terre devra dans l'avenir tenter de contrer la tendance baissière du marché de la consommation découlant des préoccupations reliées à la santé, au vieillissement des personnes, à la diminution de la taille des familles et à la présence accrue des populations ethniques. L'industrie devra explorer des pistes comme le développement de produits alimentaires prêts à l'emploi et faciles d'utilisation, travailler à mieux positionner la pomme de terre comme un produit frais, de qualité constante, permettant de multiples utilisations. Il faut aussi développer de nouveaux produits, qu'ils soient alimentaires ou non. Il faut donc investir en recherche et développement pour atteindre cet objectif.

Au niveau de la pomme de terre de semence, un travail de concertation et de promotion doit être fait sur les bénéfices de l'utilisation d'une semence certifiée de qualité qui réduit les risques de transmission de maladie.

5. LE MÉMOIRE DE LA FÉDÉRATION DES PRODUCTEURS DE POMMES DE TERRE DU QUÉBEC

Portrait du plan, suivi des recommandations 2002 et réalisations

MM. Brière et Lalancette présentent et expliquent le mémoire de la Fédération. En introduction, M. Brière rappelle que la Fédération regroupait, en 2007, 377 entreprises de production de pommes de terre, soit 262 dans la catégorie table, 40 dans la catégorie croustille, 36 dans la pomme de terre de semence et 39 dans le secteur du prépelage. Il rappelle aussi que le Québec est la cinquième province productrice de pommes de terre du Canada avec des recettes monétaires de 97,4 millions de dollars.

Il indique à la Régie que les superficies en production sont demeurées stables au cours des dernières années avec une moyenne de 19 111 hectares, avec toutefois une baisse à 17 977 hectares en 2007 en raison de la découverte du nématode doré dans les champs de Saint-Amable.

Un portrait du Plan conjoint et de l'évolution de ses règlements au cours des dernières années est présenté. Outre les modifications apportées au Plan conjoint des producteurs de pommes de terre du Québec, les règlements suivants ont été modifiés :

- Règlement sur les contributions des producteurs de pommes de terre du Québec;
- Règlement sur l'inscription des exploitations des producteurs de pommes de terre du Québec.

La Fédération a aussi fait approuver et édicter de nouveaux règlements par la Régie :

- Règlement sur la contribution spéciale des producteurs de pommes de terre pour la promotion, la publicité, la recherche, le développement et la formation;
- Règlement sur la production et la mise en marché des pommes de terre de semence.

La Régie, pour sa part, a remplacé le Règlement sur le prélèvement des contributions des producteurs de pommes de terre du Québec par le Règlement de la Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec sur le prélèvement par les acheteurs des contributions des producteurs.

La Régie a aussi approuvé le règlement suivant de l'ATLF.

- Règlement sur la contribution des acheteurs de pommes de terre prépelées à l'Association des transformateurs de légumes frais du Québec.

La Fédération explique brièvement les suivis qu'elle a donnés aux recommandations effectuées par la Régie lors de la dernière évaluation périodique.

TABLE DE CONCERTATION DES COMITÉS DE MISE EN MARCHÉ :

La Fédération indique avoir tenu annuellement au moins une rencontre des membres de ses quatre comités de mise en marché pour leur permettre d'échanger l'information pertinente;

24 février 2009**Rapport d'évaluation périodique****BONIFICATION DU SYSTÈME DE CONTRÔLE DE LA QUALITÉ :**

La Fédération a mis en place et financé à partir de 2002 un programme d'inspections mensuelles de la qualité dans des entrepôts appartenant aux trois principaux distributeurs alimentaires du Québec (Sobey's IGA, Loblaw-Provigo, Métro) par où transite une grande partie des pommes de terre vendues à l'état frais.

BONIFICATION DE LA MISE EN MARCHÉ DES POMMES DE TERRE PAR VARIÉTÉ ET CATÉGORIE :

La Fédération a négocié de nouvelles conventions de mise en marché avec les emballeurs ainsi que des ententes avec Métro et Sobey's-IGA. Elle a travaillé à la mise en place d'un fonds de publicité financé par la vente de contenants. Il y a actuellement 800 000 \$ dans le fonds.

ÉLABORATION AVEC LES TRANSFORMATEURS D'UNE STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT DU SECTEUR :

Avec les transformateurs de pommes de terre destinées au prépelage et le MAPAQ, la Fédération travaille à préparer un projet visant à maintenir la présence de la pomme de terre dans les écoles et le réseau HRI pour contrer les effets des campagnes de promotion anti-malbouffe.

MAINTIEN ET DÉVELOPPEMENT DE LA TABLE FILIÈRE :

La table filière n'est pas active pour le moment en raison du manque d'intérêt, notamment des distributeurs et emballeurs. Des projets spécifiques pourraient toutefois être soumis et supportés si les intervenants intéressés se mettaient d'accord.

DÉVELOPPEMENT D'INDICATEURS :

Des indicateurs ont été utilisés dans le cadre du présent exercice d'évaluation.

La Fédération présente les principales activités et réalisations effectuées depuis la dernière évaluation périodique.

DÉVELOPPEMENT DE LA PRODUCTION :

Les travaux ont porté sur l'augmentation de l'autosuffisance dans les catégories semence, prépelage et table. Les objectifs visés par la Fédération n'ont pas été atteints en raison de l'appréciation du dollar canadien, du marché nord-américain très compétitif et de la décroissance continue de la demande nord-américaine.

ENCADREMENT DE LA MISE EN MARCHÉ :

En plus des conventions signées dans la croustille, le prépelage et la table, la Fédération a négocié deux ententes avec deux grands distributeurs portant sur le partage d'information, le développement de la qualité, l'approvisionnement de pommes de terre du Québec ainsi que le respect des prix conventionnés. Les modifications apportées aux conventions ont porté principalement sur les prix et les

24 février 2009**Rapport d'évaluation périodique**

critères de qualité et la Fédération a mis beaucoup d'énergie pour en faire respecter les modalités, spécialement les prix. Dans la catégorie semence, la Fédération a travaillé à l'élaboration d'un programme de certification pour protéger et améliorer la qualité phytosanitaire des pommes de terre de semence et améliorer son positionnement sur le marché nord-américain. La Régie a d'ailleurs homologué un règlement sur la certification des pommes de terre de semence en 2007 qui oblige, entre autres, tout producteur de semence à y adhérer.

CONTRÔLE DE LA QUALITÉ :

La Fédération a mis en place en avril 2001 en collaboration avec les trois grands distributeurs (Sobey's IGA, Loblaw-Provigo, Métro) un programme d'inspections mensuelles de la qualité dans six entrepôts leur appartenant. En plus d'augmenter la crédibilité de la Fédération, ce programme a permis d'améliorer le positionnement « qualité » de la pomme de terre du Québec face à la concurrence.

INFORMATIONS SUR LES MARCHÉS :

En plus de collaborer à des feuillets d'informations sur les marchés et sur les inventaires, la Fédération a amélioré son site internet institutionnel et mis en place un nouveau site internet générique sur la pomme de terre. Le premier donne des informations sur les prix et des nouvelles sur les marchés; le second instruit le grand public sur la pomme de terre elle-même. Ne publiant plus « le Parmentier » et « La Chronique Syndicale » depuis octobre 2002, la Fédération a modifié et renouvelé cette dernière en mai 2006 pour la faire parvenir à tous les producteurs. Cette revue touche les affaires de la Fédération, l'industrie de la pomme de terre et les différents aspects de la vie des producteurs de pommes de terre du Québec.

RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT :

De 2002 à 2007, la Fédération a initié ou appuyé 7 projets de recherche et développement technique et économique d'une valeur de 2 300 000 \$ pour une contribution de sa part de 152 000 \$.

GESTION DE CRISE - LA DÉCOUVERTE DU NÉMATODE À SAINT-AMABLE :

La Fédération, lors de la découverte du nématode doré à Saint-Amable, a mis en place une cellule de gestion de crise et a travaillé en concertation avec l'Union des producteurs agricoles et les différents ministères concernés. Les actions de la Fédération visaient à :

- se faire identifier comme répondant officiel;
- rétablir la confiance des consommateurs qui craignaient pour leur santé;
- préserver le marché canadien, certaines provinces interdisant l'importation des pommes de terre du Québec;
- lever les barrières aux frontières américaines;
- aider les producteurs touchés, soit les 21 entreprises des zones en restriction, à obtenir des compensations financières.

24 février 2009**Rapport d'évaluation périodique****REPRÉSENTATIONS NATIONALES ET INTERNATIONALES :**

La présence de la Fédération aux niveaux national et international se fait par son appartenance à des groupes tels que « Les producteurs unis de pommes de terre du Canada », « United Potato Growers of America », « Potato Marketing Association of North America », « Le Conseil québécois de l'horticulture » et « Le Conseil canadien de l'horticulture ». Le président de la Fédération est vice-président des Producteurs unis de pommes de terre du Canada.

TRAVAUX SUR LA STRUCTURATION DU MARCHÉ DE L'EST DU CANADA :

Ces travaux visent à trouver et mettre en place des mécanismes pour mieux équilibrer l'offre et la demande au Québec, en Ontario, au Nouveau-Brunswick et à l'Île-du-Prince-Édouard.

PROMOTION :

En collaboration avec l'Association des emballeurs de pommes de terre du Québec et les trois grands distributeurs en alimentation, un fonds a été financé par un prélevé de 0,02 \$ par contenant vendu pour amasser annuellement 450 000 \$ destinés à la promotion de la pomme de terre du Québec vendue à l'état frais. Une première campagne de promotion a été tenue en 2007.

ADMINISTRATION ET FINANCEMENT :

La Fédération, par des hausses de contributions en 2001 et 2004, a assaini ses finances en passant d'un déficit de 28 000\$ en 2002 à un surplus accumulé de 269 000 \$ en 2007 et a permis de doter les comités de budgets suffisants pour une action efficace.

AGROENVIRONNEMENT :

La Fédération a poursuivi les travaux visant le suivi des principaux dossiers environnementaux.

HOMOLOGATION DE PESTICIDES POUR USAGES MINEURS :

La Fédération a contribué aux travaux visant l'harmonisation des processus d'homologation des pesticides.

SALUBRITÉ À LA FERME :

La Fédération a participé au développement et à la mise en place de programmes de salubrité à la ferme et dans les postes d'emballage.

TRAÇABILITÉ :

La Fédération a participé, avec le Conseil québécois de l'horticulture, à mettre en place un programme de traçabilité des lots de pommes de terre.

24 février 2009Rapport d'évaluation périodique**Effets des interventions du Plan conjoint sur la mise en marché**

RECETTES DU MARCHÉ ET AIDE GOUVERNEMENTALE :

La Fédération indique que ses efforts donnent de bons résultats, la production retirant une plus grande proportion de ses revenus du marché (93 %) que les autres productions (90 %), particulièrement celles qui ne sont pas sous gestion de l'offre (81 %). Selon son président, la production utilise bien le programme de stabilisation des revenus, car elle est en mesure de rembourser le fonds d'assurance lorsque les années sont bonnes.

CATÉGORIE SEMENCE :

Un programme de certification des pommes de terre de semence est mis en vigueur pour la récolte 2008. L'élaboration de ce programme a permis aux producteurs et aux intervenants du secteur de se concerter et d'avoir une meilleure cohésion particulièrement dans le contexte de la découverte du nématode doré.

CATÉGORIE ÉTAT FRAIS (TABLE) :

Les efforts de la Fédération au cours des cinq dernières années ont porté sur le maintien de la pomme de terre dans l'estime des consommateurs dans le contexte d'une alimentation saine. D'autres actions ont été menées par la Fédération :

- Consultation du 29 novembre 2002 où les priorités suivantes ont été identifiées : rétablir un rapport de force avec les acheteurs, valoriser le produit, redonner ses lettres de noblesse au produit comme aliment santé, augmenter la part du producteur dans le prix de détail.
- Vote de novembre 2005 où les projets de contingentement de la production et de mise en place d'un système de paye centralisée ont été faiblement rejetés par les producteurs.
- Gestion de la crise du nématode doré qui a monopolisé une grande partie des forces de la Fédération en 2006.
- Ententes avec les chaînes Métro-Richelieu et Sobey's-IGA sur le partage de l'information, l'amélioration de la qualité, l'approvisionnement privilégié et prioritaire des pommes de terre du Québec et l'amélioration du positionnement de la pomme de terre du Québec. Il résulte de ces ententes une application par ces deux chaînes d'un logo « Aliments du Québec » sur les sacs de pommes de terre.
- L'inspection de la qualité des pommes de terre dans les centres de distribution (2 entrepôts de Métro, Sobey's-IGA et Provigo-Loblaws) est un programme mis en place en 2002. Une amélioration notable a été observée par rapport à la première année d'inspection. Selon la Fédération, cette action a permis de faire diminuer les perceptions négatives de la pomme de terre du Québec par rapport à la pomme de terre de l'Île-du-Prince-Édouard et du Nouveau-Brunswick ce qui a même fait diminuer les parts de marché de ces provinces sur le marché québécois.

CATÉGORIE CROUSTILLE :

De 2002 à 2007, les actions de la Fédération dans cette catégorie ont permis de hausser le prix/quintal de 12,3 %, soit 2,5 %/an pour une augmentation du revenu global de 2 500 000 \$ pour la période.

24 février 2009**Rapport d'évaluation périodique****CATÉGORIE PRÉPELAGE :**

Les livraisons sont passées de 899 000 quintaux en 2003 à 1 318 000 quintaux en 2007 pour une augmentation des volumes de 47 %. Malgré le fait que ce marché soit très imbriqué avec celui de la table, la Fédération a négocié et obtenu un prix de 1,17 \$ / quintal plus élevé que celui de la table pour la période 2003-2006.

Problématiques, enjeux, pistes de solutions et attentesUne dynamique malsaine dans la catégorie table

En raison d'un déséquilibre entre l'offre et la demande, la pomme de terre est utilisée par les distributeurs comme produit d'appel et vendue à bas prix. Ainsi, les divers intervenants prévoyant leur marge ne laissent aux producteurs qu'un maigre solde. Dans ce contexte, la Fédération veut renforcer les conventions de mise en marché et mieux encadrer la notion de prix plancher et l'étendre, en plus des emballeurs, aux distributeurs et aux détaillants. Lorsque nécessaire, le recours à la Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec devra être pris et ces dossiers traités plus rapidement pour obtenir des effets plus dissuasifs. La Fédération s'attend donc à ce que le gouvernement québécois mette tout en oeuvre pour raccourcir le temps de traitement des dossiers à la Régie, pour examiner les possibilités de légiférer les prix minima au détail de la pomme de terre, pour faciliter le respect de prix planchers, et pour revoir la Loi sur la mise en marché afin de protéger adéquatement les producteurs qui sont victimes de représailles de la part d'acheteurs qui ne respectent pas les conventions.

Un marché de l'Est de plus en plus intégré

Les marchés de consommation du Québec et de l'Ontario sont alimentés par leurs propres producteurs de même que par ceux des provinces de l'Île-du-Prince-Édouard et du Nouveau-Brunswick. D'ailleurs, la Fédération indique que les exemptions ministérielles ne sont pas toujours respectées et augmentent indûment l'offre de pommes de terre au Québec. Donc, avec une offre nord-américaine toujours en croissance et une consommation per capita en diminution, la Fédération demande, pour favoriser la consommation des produits québécois :

- plus d'investissements de la part du gouvernement et des organismes concernés pour supporter le programme « Aliments Québec »;
- que le gouvernement québécois amende ses lois et règlements touchant l'entrée des pommes de terre au Québec;
- que l'Agence canadienne d'inspection des aliments fasse respecter les exemptions ministérielles;
- que les gouvernements provincial et fédéral travaillent avec la Fédération à discipliner le commerce interprovincial;
- que La Financière agricole et le gouvernement provincial, en collaboration avec la Fédération, mettent en place un programme de rachat de surplus de pommes de terre.

24 février 2009**Rapport d'évaluation périodique**Le secteur hôtellerie, restauration et institution doit faire sa part

La Fédération indique que l'industrie ne fournit qu'une faible partie des besoins du Québec en frites congelées. Les grandes chaînes de restauration rapide ne s'approvisionnent pas auprès des transformateurs du Québec. Elle déplore que le débat sur la nutrition fasse la vie dure à la pomme de terre. Elle souligne aussi que la répartition des revenus dans la filière est inéquitable prenant comme exemple la répartition du revenu net tiré de la vente d'une portion de frites vendue à la restauration :

Répartition 2005 du revenu net pour une portion de frites vendue à la restauration

Prix de la portion (2,6 onces)	1 07 \$ U.S.
Revenu net du restaurateur / tonne	12 320 \$ U.S.
Taxes d'état (7 %) / tonne	832 \$ U.S.
Revenu net du producteur pour 2 tonnes de pommes de terre (quantité nécessaire pour une tonne de produit fini)	250 \$ U.S.

Source : Potato Marketing Association of North America

À cet égard, selon la Fédération, il faut tenter de bien quantifier le marché potentiel de la frite congelée au Québec et développer une stratégie plus agressive pour le desservir. Il faut aussi faire des recherches dans le secteur de la pomme de terre pour trouver et offrir des alternatives plus « santé » à la clientèle jeunesse.

TENDANCES ET ORIENTATIONS :

La Fédération, en conclusion identifie les tendances dans la mise en marché et orientations à prendre pour le développement de l'industrie :

- la concentration s'accroît à tous les niveaux de la filière ;
- il y a déséquilibre dans le rapport de force vendeurs-acheteurs ;
- les producteurs ayant accès au marché sont en diminution ;
- l'interdépendance des provinces présentes sur le marché de l'Est du Canada s'accroît ;
- la consommation de pommes de terre stagne et même est en légère décroissance;
- la pression est plus forte pour une alimentation saine et pour le respect de l'environnement.

Dans ce contexte, les orientations qu'entend prendre la Fédération sont :

- atteindre une meilleure répartition du dollar du consommateur au sein de la filière pomme de terre en obtenant plus de transparence sur la répartition des marges de chaque acteur, en insistant davantage sur la structuration du marché de la table, en agissant à la fois sur l'équilibre de l'offre et la stimulation de la demande et en renforçant le pôle d'innovation et de recherche et développement.
- avoir accès à des outils régulateurs performants, efficaces et cohérents avec le contexte (Loi sur la mise en marché des produits agricoles, alimentaires et de la pêche, conventions etc.) ;

24 février 2009Rapport d'évaluation périodique

- faire appel à une concertation accrue avec les acheteurs et autres acteurs de la filière lorsque les situations l'exigent ;
- s'assurer que les producteurs puissent jouir d'une Fédération dynamique, progressive, à leur écoute et qui répond à leurs attentes.

La Fédération remet à la Régie, à titre confidentiel, des exemplaires de son plan d'action 2008-2013.

6. COMMENTAIRES ET OBSERVATIONS DE L'ASSOCIATION DES TRANSFORMATEURS DE LÉGUMES FRAIS (ATLF)

M. François Baril mentionne que la productivité des entreprises de pommes de terre destinées à la transformation au Québec est moins bonne que celle des autres provinces, une portion importante de la production étant destinée à l'industrie de la croustille qui nécessite des variétés moins productives. Ainsi, afin de pouvoir offrir des prix compétitifs pour le marché du prépelage, il faudrait mettre des efforts pour diminuer les coûts de production.

L'ATLF déplore aussi que la Fédération, dans le cadre d'un différend devant la Régie, ait choisi de défendre et prendre partie en faveur d'un des transformateurs, membre de l'ATLF. Cette situation, selon l'organisme, est inéquitable car la Fédération traite différemment ses acheteurs. La Régie indique avoir entendu le commentaire de l'ATLF mais elle ne veut pas en discuter dans la cadre de la séance sur l'évaluation périodique.

Les recommandations de l'ATLF dans la mise en marché sont :

- les transformateurs avec la Fédération doivent faire des représentations auprès du gouvernement pour que ses institutions achètent d'abord les produits du Québec ;
- pour encourager l'achat Québec, souligner et valoriser les institutions qui achètent déjà les produits du Québec ;
- diminuer le coût de production à la ferme pour des prix plus concurrentiels ;
- réunir tous les producteurs de pommes de terre de transformation pour dispenser une information à tous ceux qui le souhaitent ;
- apporter des correctifs afin d'avoir un meilleur écoulement des stocks de pommes de terre tout au long de l'année.

Relativement à la problématique des exemptions ministérielles, l'ATLF mentionne que cela ne lui apparaît pas un réel problème étant donné que les frais de transport font en sorte que les producteurs du Québec sont avantagés par rapport à ceux des autres provinces. M. Baril rappelle que des transformateurs ont beaucoup investi au cours des dernières années et qu'aucune fermeture d'usine n'a été rapportée.

L'ATLF conclut en disant qu'elle est très optimiste quant à l'avenir et au développement de la pomme de terre au Québec.

7. L'ANALYSE ET LES COMMENTAIRES

La Régie, dans un premier temps, constate la bonne qualité des documents reçus autant celui présenté par le représentant du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ) que celui de la Fédération des producteurs de pommes de terre du Québec. À la lumière des commentaires des participants, la Régie comprend que les organisations ont tracé, chacune dans leurs champs d'action, de bons portraits de la production et de la mise en marché, et ce, avec une description complète du contexte dans lequel elle évolue. La Régie anticipe aussi que ces documents serviront de base dans l'avenir pour la réflexion de ceux qui veulent mieux comprendre et développer l'industrie de la pomme de terre au Québec, du producteur au consommateur.

La Régie rappelle ici l'article 5 de la Loi qui spécifie que :

« La Régie a pour fonctions de favoriser une mise en marché efficace et ordonnée des produits agricoles et alimentaires, le développement de relations harmonieuses entre les différents intervenants, la résolution des difficultés qui surviennent dans le cadre de la production et la mise en marché de ces produits en tenant compte des intérêts des consommateurs et de la protection de l'intérêt public. ».

C'est en s'appuyant sur ces 3 fonctions que la Régie examine dans le présent exercice les interventions de la Fédération dans l'administration du plan. Pour la Régie, l'office qui, par ses interventions, permet une mise en marché plus efficace et plus ordonnée, développe de bonnes relations avec ses partenaires et travaille à résoudre les problématiques de production et de mise en marché, remplit bien le mandat qui lui est confié dans le cadre de la Loi.

Suites de la dernière évaluation périodique

La Régie constate que la Fédération a réagi positivement aux recommandations émises par elle lors de la dernière évaluation périodique. La Fédération a mis en place des structures et mécanismes originaux qui, aux yeux de la Régie, contribuent à améliorer les échanges entre les partenaires, la qualité des pommes de terre, la mise en marché et la perception du produit par le consommateur. En ce qui concerne l'animation de la Table filière de la pomme de terre, la Régie comprend qu'en dépit du fait que les autres partenaires sont peu intéressés à cette structure, la Fédération est toujours ouverte à une reprise de ses activités, que ce soit dans le cadre d'un projet ponctuel ou dans un contexte plus permanent. Relativement aux indicateurs économiques, la Régie constate que la Fédération a présenté lors de l'évaluation des ratios et résultats reflétant l'évolution de différents aspects de la production et de la mise en marché.

Mise en marché efficace et ordonnée

À ce chapitre, la Régie constate que la Fédération a modifié et adopté des règlements pour les adapter aux besoins et donner un meilleur encadrement à la mise en marché du produit. La Régie remarque que la Fédération a effectué d'autres actions visant à baliser la mise en marché des pommes de terre, dont la plus visible et évidente est la négociation des conventions de mise en marché avec les emballeurs et transformateurs. L'implication de la Fédération dans la gestion de la crise du nématode doré a aussi permis de conserver une

24 février 2009**Rapport d'évaluation périodique**

mise en marché efficace et ordonnée de la pomme de terre alors que la situation induisait une grande crainte et une instabilité appréhendée. Cette page d'histoire démontre la gestion avisée de la Fédération dans l'administration du plan. Les actions de la Fédération en ce sens sont bénéfiques à l'industrie québécoise. La Régie a entendu la Fédération relativement au rôle qu'elle attend d'elle pour une mise en marché efficace et ordonnée. La Régie a aussi remarqué que les interventions de la Fédération ont permis de conserver et augmenter les parts de marché du Québec à l'intérieur du Canada et d'améliorer le profil financier et économique des entreprises de pommes de terre québécoises que ce soit dans le secteur de la transformation ou de la table. La monographie présentée par le représentant du MAPAQ reflète d'ailleurs ces résultats. La Régie en conclut que la Fédération a obtenu des résultats démontrant qu'elle a été un agent de changement et qu'elle a permis une mise en marché efficace et ordonnée de la pomme de terre du Québec.

Développement de bonnes relations avec les partenaires

Sur cet aspect, et à plusieurs occasions tout au long de la séance publique d'évaluation périodique, la Régie a constaté que la Fédération a travaillé très étroitement avec ses partenaires. Dans un premier temps, la Régie remarque que la Fédération a augmenté ses efforts de communication avec ses producteurs par le biais de son site internet et aussi par la publication de sa chronique syndicale. Un site internet à l'intention des consommateurs a aussi été mis en fonction. Ce travail de communication est un signe que la Fédération est consciente de l'importance d'avoir une bonne compréhension de la part de tous, vendeurs, acheteurs et consommateurs, malgré le reproche de l'ATLQ à son endroit relativement au traitement particulier accordé à un emballer membre de cette association accréditée. La Fédération est présente dans plusieurs organisations professionnelles dans le domaine de la pomme de terre. La Régie constate les efforts de la Fédération à collaborer avec les acheteurs, les associations provinciales, nationales et internationales, et les gouvernements sur plusieurs sujets regardant tant la mise en marché que les problématiques techniques de production, de promotion de qualité ou de transformation.

Résolution des problématiques de production et de mise en marché

La Régie constate que la Fédération a mis des efforts importants pour résoudre des problématiques particulières. L'épisode de la crise du nématode doré est un exemple de la capacité de la Fédération à résoudre des problématiques et à apporter des solutions satisfaisantes. L'analyse de la Fédération relativement à la structuration du marché de l'Est du Canada est, au yeux de la Régie, pertinente et les avenues de solutions devraient permettre une mise en marché efficace et ordonnée dans un contexte de déséquilibre entre l'offre et la demande.

8. RECOMMANDATIONS

La Régie est satisfaite du rapport d'évaluation présenté par la Fédération et y voit beaucoup de points positifs. Elle encourage la Fédération à continuer son travail au niveau de la mise en marché, que ce soit relativement à la réglementation ou dans la conclusion de conventions de mise en marché. Elle encourage aussi la Fédération à poursuivre son travail créatif dans ses relations avec ses partenaires et pour maintenir la pomme de terre en bonne place dans les intentions d'achat des consommateurs.

24 février 2009**Rapport d'évaluation périodique**

La Régie constate aussi que l'analyse de la Fédération converge avec celle du MAPAQ relativement à l'importance de faire des recherches et de développer le secteur des aliments faciles d'utilisation et prêts à l'emploi, l'avenir pour ces produits étant prometteur. La Régie l'encourage à y mettre les efforts nécessaires. La Fédération est également appuyée par l'ATLF en ce qui a trait à la place que devrait prendre l'industrie du prépelage dans le réseau de la restauration et des institutions au Québec. Cette piste devrait, de l'avis de la Régie, être analysée par la Fédération.

Relativement aux indicateurs économiques, quoique la Régie ait noté tout au long de l'exercice que la situation de la Fédération, des producteurs et de l'industrie en général s'est améliorée, la Régie demande que la Fédération développe un ensemble formel de critères économiques dont l'évolution dans le temps pourra servir à démontrer sa performance dans l'administration du plan.

La Régie a noté les recommandations émises par l'ATLF et demande à la Fédération d'en prendre note, d'étudier celles qui la concernent et d'y donner suite le cas échéant.

Enfin, la Régie a pris connaissance du plan d'action de la Fédération dans lequel elle identifie les enjeux et défis dans le secteur de la pomme de terre et les moyens qu'elle entend privilégier au cours des prochaines années. La Régie souligne l'importance que représente cet exercice et invite la Fédération à se doter d'indicateurs qualitatifs et quantitatifs pour mesurer le résultat de ses interventions au bénéfice des producteurs qu'elle représente pour une mise en marché efficace et ordonnée du produit visé par le Plan conjoint des producteurs de pommes de terre du Québec.

Gaétan Busque

Benoît Harvey