

Rapport d'évaluation de la mesure
SOUTIEN AU DÉVELOPPEMENT
DES PRODUITS DU TERROIR

Version finale

VIRGINIE CIMON-MORIN
DIRECTION DE L'ÉVALUATION
DIRECTION GÉNÉRALE DES POLITIQUES ET DES SOCIÉTÉS D'ÉTAT
OCTOBRE 2004

**Ministère
du Développement
économique et régional
et de la Recherche**

Québec 

AVANT-PROPOS

L'évaluation de la *Mesure de soutien au développement des produits du terroir* (MSDPT) du ministère du Développement économique et régional et de la Recherche (MDERR) fait suite au mandat transmis le 22 janvier 2004 par la Direction générale des opérations régionales du MDERR. Ce rapport présente les résultats de l'évaluation de la pertinence, de l'efficacité et des impacts de cette mesure.

REMERCIEMENTS

Cette étude, réalisée par Mme Virginie Cimon-Morin, évaluatrice à la direction de l'Évaluation du MDERR, n'aurait pu être accomplie sans la collaboration de plusieurs personnes. À ce propos, la direction de l'Évaluation tient à remercier toutes les personnes qui ont collaboré de près ou de loin à la réalisation de cette évaluation.

Nous remercions également les promoteurs, les agents de développement rural, les agents des directions régionales, les restaurateurs de renom et les commerçants ainsi que les membres du comité national de sélection des projets, pour avoir consacré quelques minutes de leur temps précieux pour répondre à nos enquêtes.

Finalement, nous remercions les membres du comité d'évaluation, qui ont participé activement à chacune des étapes de cette évaluation, notamment et par ordre alphabétique :

- Mme Virginie Cimon-Morin, Direction de l'évaluation, MDERR;
- M. Lawrence Desrosiers, conseiller cadre, Direction du développement des régions et de l'innovation rurale, MDERR ;
- Mme Lucie Dumas, avant avril 2004, Direction régionale de Québec-Capitale-Nationale, MAPAQ, après Financière agricole du Québec;
- M. Bernard Genest, Direction du patrimoine au MCC;
- Mme Danielle Leduc, analyste-conseil, Direction du développement des régions et de l'innovation rurale, MDERR;
- M. Éric Martel, conseiller en développement rural, Solidarité rurale du Québec;
- M. Gaston Plante, analyste-conseil, Direction du développement des régions et de l'innovation rurale, MDERR.

André Viel
Directeur de l'évaluation et Président du comité d'évaluation
Ministère du Développement économique et régional et de la Recherche
Octobre 2004

SOMMAIRE

Tel que convenu dans le Plan triennal d'évaluation 2004-2007 du MDERR, une évaluation de la mesure *Soutien au développement des produits du terroir* (MSDPT), portant sur la pertinence, l'efficacité et les impacts, a été réalisée. Cette mesure est administrée par la Direction du développement des régions et de l'innovation rurale du MDERR. L'évaluation couvre les six années financières écoulées depuis la mise en oeuvre de la mesure, soit 1998-1999 à 2003-2004. Deux documents ont été préparés à cette fin, soit le cadre d'évaluation et le rapport d'évaluation. Cinq enquêtes ont été réalisées dans le cadre de cette évaluation :

- 1) une auprès des promoteurs ayant fait une demande de subvention;
- 2) une auprès des agents de développement rural;
- 3) une auprès des agents des directions régionales;
- 4) une auprès des membres du comité national de sélection des projets;
- 5) une dernière auprès de certains restaurateurs de renom et commerçants de produits du terroir.

L'étude de la documentation a également été réalisée.

Synthèse des résultats de l'évaluation

PERTINENCE

Cette mesure vise spécifiquement la sauvegarde et la pérennité des savoirs et des traditions du patrimoine local et régional. Elle constitue la seule mesure du gouvernement québécois assistant financièrement les promoteurs des milieux ruraux, qui mettent en valeur les produits agroalimentaires et agroforestiers représentatifs des terroirs locaux et régionaux du Québec. Les projets admissibles correspondent à des activités liées à l'implantation et l'expansion d'une entreprise artisanale, dans le cadre de la relance ou de la valorisation d'un produit du terroir québécois : mise en place, démarrage, expansion de la production (ou transformation) et mise en marché.

Entre 1998-1999 et 2003-2004, la mesure a reçu 107 demandes d'aide et a octroyé 57 subventions (moyenne de 23 856 \$ / projet couvrant environ le tiers du coût total des projets); donc, plus de la moitié des demandes reçues ont été subventionnées. Les demandes qui ont été refusées, l'ont été parce qu'elles ne répondaient pas aux normes de la mesure.

Selon l'enquête auprès des promoteurs, un peu plus de la moitié des projets financés l'ont été avec des partenaires : 42 % (24/ 57) avec des partenaires gouvernementaux et 14 % (8/ 57) avec des partenaires privés. Par ailleurs, la MSDPT constitue la seule forme d'aide financière possible pour plusieurs projets. Néanmoins, une proportion similaire de promoteurs affirme que sans l'aide financière de la mesure leur intervention aurait (47 %) ou n'aurait pas (48 %) été réalisée.

Les demandes de subvention ont été principalement faites pour des confitures, tartinades, gelées, coulis, sirops (23 %), pour de la viande ou du poisson (17 %), pour des boissons alcoolisées (15 %) et pour du fromage / beurre (15 %). Par ailleurs, la région de la Capitale-Nationale a eu le plus de demandes de subventions (20 / 107). Les demandes de subventions viennent de toutes les régions, sauf de Laval et de Montréal; cette dernière n'était cependant pas admise à la mesure.

Parmi les promoteurs qui ont développé un projet dans le cadre de la mesure 42 % ont eu un chiffre d'affaires, en 2003, de plus de 100 000 \$.

Une grande partie du budget prévu pour la mesure n'a pas été utilisée par manque de bons dossiers. Des sommes ont dû être transférées à d'autres programmes.

Il faut remarquer que 55 % des agents de développement rural ne voient pas d'utilité à la mesure dans leur MRC.

D'autre part, certains agents de développement rural et agents des directions régionales éprouvent encore de la difficulté à bien comprendre la définition de la notion de « produits du terroir ». Toutefois, une amélioration dans la compréhension de la notion est observée chez ces intervenants. Quant aux promoteurs, 58 % semblent avoir encore de la difficulté à bien comprendre la notion, telle que définie dans le cadre de la mesure.

Des différences régionales sont également observées par les membres du comité national d'évaluation des projets. Certaines régions démontrent plus de difficultés à bien saisir la notion et à préparer des dossiers bien argumentés.

Le besoin de recevoir une formation ou une mise à jour sur la mesure est le besoin le plus soulevé par les agents de développement rural (23 / 92) et les agents des directions régionales (9 / 48).

Chez les intervenants (agents de développement rural, agents des directions régionales et membres du comité d'évaluation), 47 % sont en faveur du maintien d'une définition se limitant aux produits agroalimentaires et agroforestiers. En contrepartie, la faiblesse du programme la plus soulevée par les agents des directions régionales est que la définition des produits du terroir utilisée dans la mesure est trop restrictive et trop rigide. De même, la proposition pour améliorer le programme qui revient le plus souvent est de modifier la définition des produits du terroir en incluant d'autres types de produits. Dans cette optique, 45 % des agents de développement rural sont plutôt en faveur d'un élargissement des projets admissibles. Les membres du comité national de sélection des projets sont, quant à eux, partagés à part égale sur cette proposition.

D'un autre côté, un peu plus de la moitié des promoteurs dont la demande a été refusée estiment que leur besoin de financement aurait été satisfait si le programme avait financé, plutôt que le produit du terroir, des produits de type fermiers, des produits artisanaux ou des produits avec mention de lieu, de territoire ou de région. Dans le même sens, 76 % des agents de développement rural ont décelé d'autres types de besoins financiers dans leur MRC. Le plus fréquent est le besoin de financement pour des produits artisanaux alimentaires et/ou non-alimentaires.

La promotion de la mesure est assurée par Solidarité rurale du Québec. Différents outils promotionnels ont été utilisés : dépliants, affiches, mini-cd, tournée des régions en 2002, site Web, formation des agents de développement rural en 2003. Malgré ces efforts, une des principales faiblesses observées par les agents des directions régionales est que la mesure est peu connue des promoteurs et des agents de développement rural. Dans le même sens, la proposition pour améliorer la mesure, soulevée par le plus de promoteurs, est d'augmenter la promotion de celle-ci.

EFFICACITÉ

Sur la base des renseignements recueillis, la mesure aurait atteint trois de ses quatre objectifs, soit :

- 1) soutenir et diversifier l'offre de produits du terroir offerts en région;
- 2) soutenir l'entrepreneuriat et l'emploi dans les milieux ruraux;
- 3) promouvoir l'occupation du territoire.

Toutefois, les avis des agents de développement rural et ceux des agents de développement régional sont divergents sur cette question. Les intervenants et les promoteurs semblent plutôt partagés sur l'atteinte ou non du quatrième objectif « promouvoir l'utilisation des ressources locales ». La mesure a favorisé la création de 11 entreprises et contribué à la création d'emplois.

Avant de recevoir une réponse, favorable ou défavorable, à leur demande, les promoteurs doivent attendre au minimum deux mois. Les données de l'enquête auprès des promoteurs montrent toutefois que 59 % des promoteurs ayant participé au sondage sont satisfaits ou très satisfaits de ce délai; alors que 37 % sont insatisfaits ou très insatisfaits.

Également, on observe une lacune dans le processus d'acheminement des demandes, soit le manque de communication et de partage d'information entre les différents intervenants impliqués.

Dans l'ensemble, les promoteurs (85 %) de projets sont satisfaits ou très satisfaits de leur participation à la mesure. Ils estiment que la présence de la MSDPT a contribué de façon importante à la réalisation plus rapide de leur projet (71 %). Ils considèrent également qu'elle a contribué financièrement de façon très importante à la réalisation de leur projet (82 %).

Enfin, globalement, les promoteurs (73 %) sont satisfaits ou très satisfaits de l'encadrement reçu tout au long de l'élaboration de leur projet. Pareillement, les agents de développement rural et les agents des directions régionales sont de manière générale satisfaits de l'accompagnement reçu.

IMPACT

Les promoteurs, les agents de développement rural et les agents de directions régionales n'ont pas la même perception des retombées entraînées par la mesure. Pour plus de 70 % des promoteurs, la MSDPT a contribué :

- à favoriser la sauvegarde et à assurer la pérennité des savoirs et des traditions du patrimoine local et régional par la mise en valeur du patrimoine rural québécois;
- à la diversification de l'économie agricole et rurale par la mise en valeur des ressources locales;
- à la valorisation des terroirs locaux par le maintien et le développement de l'activité économique en région;
- à renforcer le sentiment d'appartenance des habitants et à la protection des modes de vie et du savoir-faire.

Quant aux agents des directions régionales et surtout les agents de développement rural, ils sont moins nombreux à percevoir de telles retombées.

TABLE DES MATIÈRES

| | |
|---|-----------|
| INTRODUCTION | 1 |
| CHAPITRE 1 ⇒ DESCRIPTION DE LA MSDPT | 3 |
| 1.1 HISTORIQUE | 3 |
| 1.2 OBJECTIFS ET MISSION..... | 3 |
| 1.3 PROJETS SOUTENUS PAR LA MESURE..... | 4 |
| 1.4 CLIENTÈLES ADMISSIBLES | 4 |
| 1.5 AIDES FINANCIÈRES | 4 |
| 1.6 MONTANTS DES CRÉDITS ET DES SUBVENTIONS ALLOUÉS | 4 |
| 1.7 RESSOURCES HUMAINES | 5 |
| 1.8 DÉPÔT DES DEMANDES | 5 |
| 1.9 VISIBILITÉ DE LA MESURE..... | 6 |
| 1.10 MODÈLE LOGIQUE DE LA MESURE | 7 |
| CHAPITRE 2 ⇒ L'ÉVALUATION | 9 |
| 2.1 MANDAT D'ÉVALUATION DE LA MESURE | 9 |
| 2.2 PÉRIODE D'ÉVALUATION | 9 |
| 2.3 ENJEUX DE L'ÉVALUATION | 10 |
| 2.4 CLIENTS ET PARTENAIRES DE L'ÉVALUATION..... | 10 |
| CHAPITRE 3 ⇒ STRATÉGIES D'ÉVALUATION..... | 11 |
| 3.1 TECHNIQUES DE CUEILLETTE DE DONNÉES | 11 |
| 3.1.1 Analyse de la documentation (1998-2003)..... | 11 |
| 3.1.2 Enquêtes | 11 |
| 3.2 TRAITEMENT DES DONNÉES ET RAPPORT D'ÉVALUATION | 12 |
| 3.3 TAUX DE RÉPONSE ET PROFIL DES RÉPONDANTS | 12 |
| CHAPITRE 4 ⇒ LA PERTINENCE DE LA MSDPT | 15 |
| 4.1 Y-A-T-IL DES BESOINS DE FINANCEMENT EN PRODUITS DU TERROIR ?..... | 15 |
| 4.1.1 Évolution de la demande..... | 15 |
| 4.1.2 Types de projets ayant fait objet d'une demande de subvention..... | 15 |
| 4.1.3 Type de promoteurs ayant fait une demande et chiffres d'affaires..... | 16 |
| 4.1.4 Distribution des demandes sur le territoire | 17 |
| 4.1.5 Besoins exprimés par les promoteurs dont la demande a été refusée | 17 |
| 4.1.6 Besoins perçus par les agents de développement rural..... | 18 |
| 4.1.7 Besoins perçus par les restaurateurs de renom..... | 18 |
| 4.1.8 Besoins perçus par les commerçants..... | 19 |
| 4.2 L'ADÉQUATION DE LA MESURE AVEC LES BESOINS | 19 |
| 4.2.1 Capacité de répondre aux besoins financiers des promoteurs spécifiques aux produits du terroir (montants demandés/ montants accordés) | 19 |
| 4.2.2 Proportion du coût total des projets couverte par la subvention et provenance du financement | 20 |
| 4.2.3 Proportion annuelle du budget allouée aux projets | 20 |
| 4.2.4 Perception des agents de développement rural sur l'utilité de la mesure dans leur MRC | 20 |

| | | |
|----------|---|-----------|
| 4.3 | LA NOTION DE PRODUIT DU TERROIR..... | 21 |
| 4.3.1 | Compréhension de la définition de produits du terroir par les promoteurs et par les différents intervenants..... | 21 |
| 4.3.2 | Participation à la formation sur la mesure..... | 23 |
| 4.3.3 | La nécessité ou non de maintenir une définition se limitant aux produits agroalimentaires et agroforestiers..... | 23 |
| 4.4 | DANS QUELLE MESURE LES ACTIONS DE LA MSDPT SONT-ELLES COMPLÉMENTAIRES À CELLES DES AUTRES INTERVENANTS ?..... | 24 |
| 4.4.1 | Présence d'autres actions gouvernementales similaires..... | 24 |
| 4.4.2 | Partenaires financiers des projets..... | 24 |
| | CHAPITRE 5 ⇒ L'EFFICACITÉ DE LA MESURE..... | 25 |
| 5.1 | QUELS PRODUITS/ SERVICES ONT ÉTÉ LIVRÉS ?..... | 25 |
| 5.1.1 | Distribution des projets acceptés sur le territoire..... | 25 |
| 5.1.2 | Montants accordés (\$)..... | 25 |
| 5.1.3 | Nombre et types de projets soutenus..... | 26 |
| 5.1.4 | Description des marchés de distribution..... | 26 |
| 5.1.5 | Chiffre d'affaires et pourcentage du chiffre d'affaires engendré par la vente du produit..... | 28 |
| 5.2 | PROFILS ET DESCRIPTION DU TRAVAIL DES INTERVENANTS..... | 29 |
| 5.2.1 | Agents des directions régionales..... | 29 |
| 5.2.2 | Agents de développement rural..... | 31 |
| 5.2.3 | Membres du comité national de sélection..... | 31 |
| 5.2.4 | Degré de communication entre les intervenants durant le processus d'acheminement des demandes..... | 33 |
| 5.3 | DANS QUELLE MESURE LA MSDPT PERMET-ELLE L'ATTEINTE DE SES OBJECTIFS ?..... | 34 |
| 5.4 | SATISFACTION DES PROMOTEURS ET DES INTERVENANTS..... | 36 |
| 5.4.1 | Promoteurs..... | 36 |
| 5.4.2 | Agents de développement rural..... | 39 |
| 5.4.3 | Agents des directions régionales..... | 41 |
| | CHAPITRE 6 ⇒ ÉVALUATION DES IMPACTS..... | 45 |
| 6.1 | IMPACTS SUR LE DÉVELOPPEMENT DES COMMUNAUTÉS RURALES..... | 45 |
| 6.1.1 | Dans quelle mesure la MSDPT a-t-elle contribué à sauvegarder et assurer la pérennité des savoirs et des traditions du patrimoine local et régional par la mise en valeur du patrimoine rural québécois ?..... | 45 |
| 6.2 | DANS QUELLE MESURE LA MSDPT A-T-ELLE CONTRIBUÉ À LA DIVERSIFICATION DE L'ÉCONOMIE AGRICOLE ET RURALE PAR LA MISE EN VALEUR DES RESSOURCES LOCALES ?..... | 45 |
| 6.3 | DANS QUELLE MESURE LA MSDPT A-T-ELLE CONTRIBUÉ À LA VALORISATION DES TERROIRS LOCAUX PAR LE MAINTIEN ET LE DÉVELOPPEMENT DE L'ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE EN RÉGION ?..... | 45 |
| 6.4 | DANS QUELLE MESURE LA MSDPT A-T-ELLE CONTRIBUÉ À RENFORCER LE SENTIMENT D'APPARTENANCE DES HABITANTS ?..... | 46 |
| 6.5 | DANS QUELLE MESURE LA MSDPT A-T-ELLE CONTRIBUÉ À LA PROTECTION DU MODE DE VIE ET DU SAVOIR-FAIRE RURAL?..... | 46 |
| | CONCLUSION..... | 47 |
| | DOCUMENTS CONSULTÉS..... | 49 |
| ANNEXE 1 | Questionnaires d'enquêtes..... | 51 |

GRAPHIQUES

| | |
|---|----|
| Graphique 1: Montants des budgets alloués à la mesure..... | 5 |
| Graphique 2: Portrait des demandes reçues | 15 |
| Graphique 3: Distribution des demandes sur le territoire entre 1998-1999 et 2003-2004 | 17 |
| Graphique 4: Proportion annuelle du budget allouée aux projets | 20 |
| Graphique 5: Proportion nombre de projets acceptés / nombre projets déposés | 22 |
| Graphique 6: Subvention moyenne consentie par projet, 1998-2003..... | 26 |

TABLEAUX

| | |
|--|----|
| Tableau 1 : Sommes obtenues par Solidarité rurale du Québec pour la promotion et l'aide à la gestion de la mesure..... | 5 |
| Tableau 2 : Constats problématiques de la mesure et recommandations proposées, 2001..... | 9 |
| Tableau 3: Enjeux et critères d'évaluation | 10 |
| Tableau 4 : Taux de réponses des répondants aux différentes enquêtes | 13 |
| Tableau 5: Pourcentage de promoteurs ayant participé à l'enquête, par région..... | 13 |
| Tableau 6: Pourcentage d'agents de développement rural ayant participé à l'enquête, par région..... | 14 |
| Tableau 7: Pourcentage des agents des directions régionales ayant participé à l'enquête, par région..... | 14 |
| Tableau 8 : Type de projets ayant fait l'objet d'une demande de subvention..... | 16 |
| Tableau 9 : Type d'organisation des répondants | 16 |
| Tableau 10: Chiffres d'affaires des promoteurs, 2003 | 16 |
| Tableau 11: Type de financement pouvant répondre aux besoins de financement des promoteurs dont la demande de subvention a été refusée..... | 17 |
| Tableau 12: Besoins financiers perçus par les agents de développement rural dans leur territoire | 18 |
| Tableau 13: Compréhension de la notion de produit du terroir par les promoteurs | 21 |
| Tableau 14: Compréhension de la notion de produit du terroir par les agents des directions régionales..... | 22 |
| Tableau 15: Opinion des intervenants sur la nécessité ou non de maintenir une définition se limitant aux produits agroalimentaires et agroforestiers | 23 |
| Tableau 16 - Partenaires financiers des promoteurs | 24 |
| Tableau 17: Distribution des projets sur le territoire, 1998-1999 à 2003-2004 | 25 |
| Tableau 18: Nombre et pourcentage de projets soutenus, selon le type..... | 26 |
| Tableau 19: Principal acheteur des produits..... | 27 |
| Tableau 20: Étendue de la distribution des produits soutenus | 27 |
| Tableau 21: Lieu de distribution des produits soutenus | 27 |
| Tableau 22 : Principaux moyens de promotion des produits | 28 |
| Tableau 23 : Nature des avis | 29 |
| Tableau 24 : Personnes contactées par les agents des directions régionales pour produire les avis sectoriels..... | 30 |
| Tableau 25 : Personnes ayant contacté les agents des directions régionales pour savoir si un projet était recevable..... | 30 |

| | | |
|------------|--|----|
| Tableau 26 | Principales difficultés rencontrées auprès des agents de développement rural | 31 |
| Tableau 27 | Personnes contactées par les membres du comité pour prendre les décisions | 32 |
| Tableau 28 | Personnes contactées pour connaître la recevabilité d'un projet..... | 32 |
| Tableau 29 | Pourcentage d'agents de développement rural recevant certains documents des autres intervenants | 33 |
| Tableau 30 | Temps moyen écoulé entre l'avis et la réception de la décision du comité..... | 33 |
| Tableau 31 | Pourcentage de promoteurs estimant que leur produit avait généré des emplois | 34 |
| Tableau 32 | Perception des agents de développement rural et des agents des directions régionales sur l'atteinte de l'objectif « Soutenir l'entrepreneuriat et l'emploi dans les milieux ruraux » | 35 |
| Tableau 33 | Perception des agents de développement rural et des agents des directions régionales sur l'atteinte de l'objectif « Promouvoir l'occupation du territoire » | 35 |
| Tableau 34 | Perception des agents de développement rural et des agents des directions régionales sur l'atteinte de l'objectif « Promouvoir l'utilisation des ressources locales » | 36 |
| Tableau 35 | Degré de satisfaction envers l'encadrement reçu de certains organismes | 37 |
| Tableau 36 | Degré de satisfaction des promoteurs à l'égard des exigences requises par la mesure et des modes de promotion de la mesure..... | 37 |
| Tableau 37 | Préférences des promoteurs pour une marque de reconnaissance | 38 |
| Tableau 38 | Taux de satisfaction envers l'encadrement reçu de certains organismes | 39 |
| Tableau 39 | Besoins exprimés par les agents de développement rural..... | 39 |
| Tableau 40 | Forces de la mesure observées par les agents de développement rural..... | 40 |
| Tableau 41 | Faiblesses de la mesure observées par les agents de développement rural | 40 |
| Tableau 42 | Degré de satisfaction des agents des directions régionales envers différents organismes | 41 |
| Tableau 43 | Faiblesses de la mesure observées par les agents des directions régionales | 42 |
| Tableau 44 | Forces observées par les agents des directions régionales | 42 |

INTRODUCTION

La Mesure de soutien au développement des produits du terroir (MSDPT) est opérationnelle depuis 1998, et gérée par la Direction du développement des régions et de l'innovation rurale au ministère du Développement économique et régional et de la Recherche (MDERR). Elle est inscrite à la Politique nationale de la ruralité, plus précisément, au niveau de la première orientation « stimuler et soutenir le développement et la prospérité des collectivités rurales ». Sa mission est de soutenir ou stimuler l'émergence de projets artisanaux agroalimentaires et agroforestiers qui s'appuient sur les potentiels humains et géographiques des territoires ruraux (croissance des différents maillons de l'agroalimentaire et de l'agroforestier en milieu rural).

Pour réaliser cette évaluation, la première étape a consisté à produire un cadre d'évaluation qui fut validé par un comité d'évaluation. Ce document est divisé en trois sections: 1) description de la mesure (historique, mission, objectifs, ressources humaines et financières, etc.), 2) évaluation (mandat, période d'évaluation, critères, enjeux et questions d'évaluation) et 3) stratégies d'évaluation (techniques de cueillette de données, traitement des données, clients de l'évaluation, comité d'évaluation et échéancier).

Le présent rapport d'évaluation dresse un portrait de la mesure (chapitre 1), traite du contexte de l'évaluation (chapitre 2), présente les aspects méthodologiques de l'étude (chapitre 3) et décrit les résultats d'évaluation. Les résultats font référence à la pertinence (chapitre 4), à l'efficacité (chapitre 5) et aux retombées de la mesure (chapitre 6).

CHAPITRE 1 ⇨ DESCRIPTION DE LA MSDPT

1.1 HISTORIQUE

La mesure de soutien au développement des produits du terroir est opérationnelle depuis 1998 et gérée par la Direction du développement des régions et de l'innovation rurale du MDERR. L'idée de mettre en place une mesure pour soutenir le développement des produits du terroir origine de la Conférence sur l'agroalimentaire tenue à Saint-Hyacinthe en mars 1998, à la suggestion du président de Solidarité rurale du Québec. Le mandat de concrétiser cette mesure a été confié au ministère des Régions¹ dans le discours sur le budget de 1998-1999. Les paramètres administratifs de la mesure sont le fruit d'une concertation entre des représentants de Solidarité rurale du Québec (SRQ), du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (MAPAQ), du ministère de la Culture et des Communications (MCC) et du MDERR. Ils ont été inclus dans le CT 192260 du 20 juillet 1998.

1.2 OBJECTIFS ET MISSION

La mesure veut soutenir ou stimuler l'émergence de projets artisanaux agroalimentaires et agroforestiers qui s'appuient sur les potentiels humains et géographiques des territoires ruraux² en assistant financièrement les promoteurs des milieux ruraux qui mettent en valeur les produits agroalimentaires et agroforestiers représentatifs des terroirs locaux et régionaux du Québec, selon les objectifs suivants :

- Soutenir et diversifier l'offre de produits du terroir offerts en région;
- Soutenir l'entrepreneuriat et l'emploi dans les milieux ruraux;
- Promouvoir l'occupation du territoire;
- Promouvoir les ressources locales.

Dans le cadre de cette mesure, un produit du terroir québécois est un produit agroalimentaire ou agroforestier. Il est issu d'un territoire spécifique, plus ou moins étendu (région ou localité), mis en valeur par ses habitants et délimité (espace géographique et caractéristiques géophysiques). Il est issu d'un savoir (connaissances) et d'un savoir-faire (habiletés) traditionnels, liés à l'histoire de ce terroir. Il possède une authenticité et une identité qui le différencient de tout autre produit de même nature. Il se distingue également par l'excellence et la qualité associées dans une relation directe à l'identité de la région de production. Un produit du terroir est donc enraciné dans l'espace géographique délimitant le territoire. Son mode de fabrication est, de préférence, artisanal et doit être en harmonie avec l'environnement.

Aucune définition des termes produits agroalimentaires et produits agroforestiers n'a été présentée dans le CT général de la mesure. Pour une meilleure compréhension de celle-ci, une définition de ces deux termes est donc proposée. Dans le cadre de la mesure, les produits agroforestiers sont considérés comme des produits alimentaires dont les matières premières proviennent de la forêt et sont obtenus par la cueillette, l'extraction, la culture, etc. Le terme agroalimentaire tel qu'utilisé dans la mesure réfère beaucoup plus à la définition du bioalimentaire. Ce dernier correspond à « l'ensemble des activités économiques reliées à la production agricole, aux pêches et à l'aquaculture, à la transformation des aliments et des boissons, au commerce de ces produits ainsi qu'à la restauration »³.

¹ Depuis avril 2003, le ministère des Régions fait partie du MDERR.

² De 1998 à 2002, les milieux ruraux concernés se situaient dans le territoire des municipalités du Québec de moins de 5 000 habitants et de la zone agricole des municipalités de 5 000 habitants et plus, à l'exclusion du territoire des communautés urbaines. Depuis 2002, les territoires ruraux identifiés dans la politique nationale de la ruralité en 2002 peuvent être considérés.

³ Office québécois de la langue française, Le grand dictionnaire terminologique, www.granddictionnaire.com

1.3 PROJETS SOUTENUS PAR LA MESURE

Cette mesure ne vise pas à financer tous les projets agroalimentaires ou agroforestiers du Québec. Les projets retenus doivent répondre à deux critères principaux :

- Reposer sur la fabrication d'un produit qui assure la pérennité d'un savoir ou d'un savoir-faire traditionnel; les projets doivent donc avoir des racines dans l'histoire du territoire où se déroule le projet ;
- Permettre la mise en production d'un bien qui peut avoir sa niche sur le marché, qui sera commercialement viable.

De plus, les projets admissibles correspondent à des activités liées à l'implantation et l'expansion d'une entreprise artisanale, dans le cadre de la relance ou de la valorisation d'un produit du terroir québécois : mise en place, démarrage, expansion de la production (ou transformation) et mise en marché.

Les activités de commercialisation ne sont recevables que lorsqu'elles sont intégrées dans un projet de production ou de transformation locale. Les processus de production et de commercialisation doivent être maîtrisés au niveau du territoire concerné. La mesure ne finance pas les projets d'études, d'ateliers, ni de formation.

1.4 CLIENTÈLES ADMISSIBLES

La clientèle visée comprend les entrepreneurs (producteurs-exploitants, coopératives, travailleurs autonomes, artisans, etc.) des territoires éligibles qui détiennent le savoir-faire relié au bien à produire ou qui se sont assurés de la participation active des personnes détenant les compétences requises pour réaliser leur projet. Les entrepreneurs doivent être en mesure de démontrer leur capacité à diriger une entreprise.

1.5 AIDES FINANCIÈRES

L'aide financière complète le financement des dépenses liées à la réalisation du projet, à l'exclusion du coût d'achat de terrains et d'immeubles. L'aide financière maximale est de 25 000 \$ et prend la forme d'une subvention non remboursable.

L'aide gouvernementale totale, incluant les subventions, les prêts, les garanties de prêt et les prises de participation, ne peut excéder les deux tiers du coût du projet.

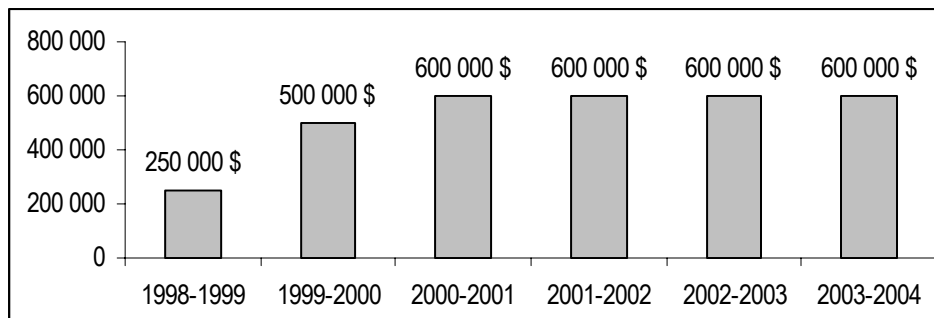
La subvention est versée en deux étapes :

- 75 % à la signature du protocole;
- 25 % sur présentation des pièces justificatives de réalisation finale du projet.

Le projet doit se réaliser dans l'année qui suit la signature du protocole. Un promoteur peut se prévaloir de la mesure une deuxième fois pour le développement d'un nouveau produit et suite à l'évaluation des membres du comité national d'évaluation des projets.

1.6 MONTANTS DES CRÉDITS ET DES SUBVENTIONS ALLOUÉS

Les crédits annuels attribués à la mesure ont augmenté depuis sa création (graphique 1); entre 1998-1999 et 2003-2004, ils sont passés de 250 000 \$ à 600 000 \$. Ils sont cependant stables à 600 000 \$ par année depuis l'année budgétaire 2000-2001.

Graphique 1: Montants des budgets alloués à la mesure

Source : Direction du développement des régions et de l'innovation rurale, MDERR

Les montants engagés dans des projets ont toutefois beaucoup varié d'une année à l'autre et des sommes ont dû être transférées à d'autres fins par manque de projets. Ainsi, au cours des trois dernières années, le tiers du budget a été transféré à la mesure « Engagement d'agents de développement rural ».

Pour assurer la promotion et l'aide à la gestion de la mesure, certaines sommes (tableau 1) sont transférées à Solidarité rurale du Québec. Pour l'essentiel, ces sommes proviennent des budgets non dépensés de la mesure.

Tableau 1 : Sommes obtenues par Solidarité rurale du Québec pour la promotion et l'aide à la gestion de la mesure

| ANNÉES BUDGÉTAIRES | MONTANT | UTILISATION |
|------------------------|------------|--|
| 1998-1999 et 1999-2000 | 175 000 \$ | Promotion de la mesure sur deux ans. |
| 2002-2003 | 25 000 \$ | Répertoire des produits du terroir : 15 000 \$ du MAPAQ et 10 000 \$ du MDERR. |
| 2002-2003 | 150 000 \$ | Soutien technique dans la gestion de la mesure et promotion. |
| 2003-2004 et 2004-2005 | 80 000 \$ | Soutien technique à la gestion de la mesure et promotion sur deux ans. |

Source : Direction du développement des régions et de l'innovation rurale, MDERR

1.7 RESSOURCES HUMAINES

Le nombre de personnes au MDERR affectées à la gestion de la mesure est de 2/5 ETC par année. L'équivalent est observé pour l'ensemble des autres partenaires : MCC, MAPAQ et SRQ.

1.8 DÉPÔT DES DEMANDES

Les projets peuvent être présentés en tout temps. Dans l'élaboration de leur projet, les promoteurs peuvent bénéficier de l'aide des agents de développement rural actifs dans chacun des centres locaux de développement (CLD) ou celle de la Solidarité rurale du Québec qui a reçu du MDERR un mandat d'accompagnement et de conseil. Voici le processus d'acheminement d'un dossier :

1. Un promoteur peut contacter la SADC, l'UPA, le MAPAQ, le MDERR ou Solidarité rurale du Québec, afin d'avoir des informations sur la mesure et d'être orienté vers la bonne ressource.
2. Afin d'éviter les attentes ou la préparation de dossiers non recevables, le promoteur peut recevoir un avis préliminaire sur la recevabilité du projet. Cet avis est réalisé par Solidarité rurale du Québec et se prononce

essentiellement sur la recevabilité du projet au titre de produit de tradition sur le territoire visé. Il ne remplace donc pas la recherche du promoteur et ne convient pas de l'acceptation du projet par la suite : rentabilité, respect des normes de production, etc.

3. Si le projet est recevable (à première vue), les promoteurs doivent déposer le formulaire préparé à cet effet et fournir les pièces demandées auprès des bureaux régionaux du MDERR. Le formulaire fournit les données suivantes : la description du projet, en précisant notamment la nature du produit en relation avec les savoir-faire mobilisés et les ressources locales valorisées (cahier des charges), ainsi que l'impact prévisible sur le milieu rural; le plan d'affaires, en indiquant notamment le coût total du projet, les sources de financement sollicitées et les montants obtenus.
4. Le MDERR reçoit les formulaires et vérifie si le dossier est complet (une semaine).
5. Avis sectoriels : Si le dossier est complet, le MDERR transmet une copie des dossiers au MAPAQ et au MCC pour avoir un avis sectoriel. Le MAPAQ, s'assure des normes et des règlements de productions, de salubrité et viabilité financière. Le répondant donne également la position du ministère par rapport au projet; le MCC, s'assure quant à lui : que le produit correspond à un savoir et à un savoir-faire traditionnels québécois reliés à une production locale et régionale; ainsi que du respect des méthodes traditionnelles de production. Le répondant donne également la position du ministère par rapport au projet. Le MDERR produit aussi un avis sectoriel. Ce dernier évalue la valeur structurante du projet pour le milieu local; les retombées socioéconomiques du projet pour le milieu, le cumul des aides gouvernementales et précise la position du ministère par rapport au projet. Cette étape prend entre une à quatre semaine(s).
6. Le MDERR transmet le dossier à Solidarité rurale du Québec avec les avis de pertinence du MAPAQ, du MCC et du MDERR.
7. La SRQ procède à l'analyse du projet au niveau des paramètres suivants : recevabilité par rapport aux critères de la mesure; respect de la dimension de la tradition; rentabilité financière du projet; respect des normes de production, retombées locales (1 à 2 semaines).
8. Lorsque l'analyse est favorable, le dossier et des recommandations sont transmis à un Comité national de sélection de projets composé de représentants de quatre organisations : MDERR, MAPAQ, MCC et Solidarité rurale du Québec. De 1998 à 2002, le secrétariat du comité était assumé par le MDERR. Depuis 2002, cette fonction est assumée par Solidarité rurale du Québec.
9. Prise de décision par le Comité sur l'acceptation du projet dans le mois qui suit la réception du projet. Le Comité fait une recommandation à la direction régionale du MDERR concernée par le projet (1 à 2 semaines).
10. Le suivi administratif (acceptation, acceptation conditionnelle ou rejet) est réalisé par le bureau régional du MDERR : lettre d'annonce, préparation et signature du protocole (fanion et certificat), demande de versement et suivi pour le second versement (4 à 6 semaines).

Cette procédure vise à maintenir un haut standard de qualité dans les projets retenus.

1.9 VISIBILITÉ DE LA MESURE

La promotion du programme est assurée par Solidarité rurale du Québec. Les outils promotionnels de la mesure sont les suivants :

- Dépliants (trois versions : 1998, 2000 et 2003) ;
- Affiches (1998 et 2003) ;
- Mini-Cd (2003) ;
- Tournée des régions (2003) ;
- Site Web (2003) ;
- Formation aux agents de développement (2002)

1.10 MODÈLE LOGIQUE DE LA MESURE

Le modèle logique est une schématisation de la réalité de la mesure. Il permet d'illustrer les liens entre la raison d'être de la mesure, les cibles d'interventions et les résultats attendus. Le modèle logique permet de répondre aux questions suivantes :

- Pourquoi la mesure existe-t-elle? (raison d'être)
- Comment intervient-elle ? (clientèles visées, nature, intrants et activités)
- Quels sont les résultats attendus à court, moyen et long terme ? (extrants et impacts)

Le modèle logique de la MSDPT est présenté à la page suivante.

MODÈLE LOGIQUE DE LA MSDPT

| | |
|--|---|
| RAISON D'ÊTRE | <ul style="list-style-type: none"> • Soutenir la croissance et favoriser l'émergence des différents maillons de l'agroalimentaire et de l'agroforestier en milieu rural • Sauvegarder et assurer la pérennité des savoirs et des traditions du patrimoine local et régional par la mise en valeur du patrimoine rural québécois • Développement rural |
| | ↓ |
| OBJECTIFS | <ul style="list-style-type: none"> • Soutenir et diversifier l'offre de produits du terroir offert en région • Soutenir la création d'entreprises et l'emploi dans les milieux ruraux • Promouvoir l'occupation du territoire • Promouvoir les ressources locales |
| | ↓ |
| CLIENTÈLE VISÉE | Entrepreneurs (producteurs exploitants, coopératives, travailleurs autonomes, artisans, etc.) qui détiennent le savoir-faire relié au bien à produire ou qui se sont assurés de la participation active des personnes détenant les compétences requises pour réaliser leur projet. |
| | ↓ |
| NATURE DE L'INTERVENTION | Programme de financement de projets. Il vise à fournir aux entreprises une aide financière sous forme de subvention pouvant atteindre les deux tiers des dépenses admissibles pour un maximum de 25 000 \$. |
| | ↓ |
| INTRANTS | <ul style="list-style-type: none"> • Budget de transfert au MDERR : 600 000 \$ en 2003-2004; par contre, le tiers de ce montant a été transféré à la mesure «Engagement d'agents de développement rural» • Contributions des partenaires • Ressources humaines : 2/5 ETC au MDERR et 2/5 ETC pour MAPAQ, MCC et SRQ • Comité de sélection : 6 membres de 4 organisations : MDERR, MAPAQ, MCC, Solidarité rurale du Québec |
| | ↓ |
| ACTIVITÉS DE PRODUCTION | <ul style="list-style-type: none"> • Activités administratives • Promotion du programme • Réception des demandes de subventions (analyse, avis, etc.) • Activités de support |
| | ↓ |
| EXTRANTS | <ul style="list-style-type: none"> • Produits du terroir soutenus financièrement |
| | ↓ |
| RÉSULTATS DIRECTS À COURT TERME | <ul style="list-style-type: none"> • Type de produits développés • Nombre d'emplois créés • Nombre de nouvelles entreprises • Distribution des produits sur le territoire • Augmentation du chiffre d'affaires |
| | ↓ |
| IMPACT | <ul style="list-style-type: none"> • Sauvegarde et pérennité des savoirs et des traditions du patrimoine local et régional. • Diversification de l'économie agricole et rurale • Valorisation des terroirs locaux • Développement rural • Croissance des différents maillons de l'agroalimentaire et de l'agroforestier en milieu rural. |

CHAPITRE 2 ⇨ L'ÉVALUATION

2.1 MANDAT D'ÉVALUATION DE LA MESURE

Le mandat d'évaluer la Mesure de soutien au développement des produits du terroir (MSDPT) vient de la Direction générale des opérations régionales du MDERR. Le mandat vise d'une part, à tracer un bilan des six années d'application de la mesure, à apprécier l'impact de la mesure sur le nombre et la diversité des projets financés, puis à évaluer les retombées de ces derniers sur le développement des communautés rurales. L'évaluation doit servir à développer un argumentaire quant à la reconduction de la mesure à partir des paramètres actuels ou de paramètres différents.

Cette mesure arrive normalement à échéance le 31 mars 2005 et sa pertinence n'est pas pour l'instant remise en cause, bien que des changements dans les modèles de gestion du développement local et régional puissent venir modifier ses modes de livraison.

Aucune évaluation systématique n'a été effectuée jusqu'à présent. Cependant, en 2001, il y a eu une évaluation sommaire effectuée par les membres du comité national de sélection. De cette évaluation, quelques amendements à la gestion de la mesure ont été apportés. Le tableau 2 présente les constats problématiques qui ont ressorti de cette évaluation ainsi que les recommandations qui ont été proposées.

Tableau 2 : Constats problématiques de la mesure et recommandations proposées, 2001

| Niveau | Constats problématiques | Recommandations |
|-----------|--|--|
| Concept | <ul style="list-style-type: none"> • Définition difficile à comprendre • Les promoteurs et professionnels du développement confondent souvent produits du terroir et transformation agroalimentaire artisanale • Nombreuses interrogations sur les véritables potentiels des produits du terroir • Sources d'informations difficiles d'accès | <ul style="list-style-type: none"> • Maintenir le concept des produits du terroir tel qu'il est défini présentement • Étudier la possibilité de labelliser les produits du terroir |
| Promotion | <ul style="list-style-type: none"> • Mesure méconnue et mal comprise tant des promoteurs, des intermédiaires que de l'appareil gouvernemental • Absence de promotion. | <ul style="list-style-type: none"> • Reconnaissance des promoteurs et des produits par les ministères concernés • Renouveler et diffuser la mesure |
| Gestion | <ul style="list-style-type: none"> • Dossiers très disparates d'une région à l'autre • Démotivation de certaines régions • Lourdeur du processus (plan d'affaires, justifications) • Budget sous-utilisé | <ul style="list-style-type: none"> • Offrir une formation aux analystes concernés • Faire circuler l'information sur les projets acceptés auprès des analystes |

Source : Tiré du rapport du comité national de sélection, 2001

2.2 PÉRIODE D'ÉVALUATION

La période couverte par la présente évaluation correspond aux six années d'existence de la mesure, soit les années financières 1998-1999 à 2003-2004.

2.3 ENJEUX DE L'ÉVALUATION

Les enjeux de l'évaluation porteront sur la pertinence, l'efficacité et les impacts de la mesure. Afin d'éviter toute équivoque, nous précisons ci-après ces termes. La section sur l'efficacité prévue dans le cadre d'évaluation a été insérée dans le chapitre efficacité étant donné le peu d'indicateurs présentés. De plus, à la demande de certains membres du comité d'évaluation, une section sur le profil et la description du travail des intervenants a été ajoutée dans le chapitre sur l'efficacité.

L'évaluation de la pertinence vise à s'interroger sur la raison d'être et l'existence même de la mesure. L'évaluation de l'efficacité permet de vérifier l'atteinte des objectifs directs par le biais des résultats obtenus (extrants). Enfin, l'évaluation des impacts s'observe par l'effet de la mesure sur la clientèle visée et ses répercussions sur l'environnement.

Le tableau 3 montre les critères spécifiques d'évaluation pour chaque enjeu. Pour chacun d'eux, nous précisons un ou des critère(s) d'évaluation. Par critère d'évaluation, nous entendons « un système de référence à partir duquel un jugement peut être formulé. On représente en quelque sorte les qualités ou les caractéristiques que l'objet d'évaluation doit idéalement posséder ».

Tableau 3: Enjeux et critères d'évaluation

| Enjeu d'évaluation | Objets des critères d'évaluation | Chapitre |
|--------------------|---|----------|
| Pertinence | <ul style="list-style-type: none"> • Besoins du milieu • Réponse à une demande • Réponse aux besoins • Concurrence | 4 |
| Efficacité | <ul style="list-style-type: none"> • Résultats immédiats • Profil et description du travail des intervenants • Atteinte des objectifs fixés • Satisfaction des promoteurs et des intervenants | 5 |
| Impact | <ul style="list-style-type: none"> • Retombées sur le développement des communautés rurales | 6 |

2.4 CLIENTS ET PARTENAIRES DE L'ÉVALUATION

L'évaluation de la mesure de soutien au développement des produits du terroir est attendue par le MDERR, à titre de principale partie responsable de l'administration de la mesure. De façon plus précise, la Direction du développement des régions et de l'innovation rurale du MDERR, constitue le principal client de l'évaluation. Des partenaires de l'évaluation sont Solidarité rurale du Québec, le MAPAQ et le MCC.

CHAPITRE 3 ⇨ STRATÉGIES D'ÉVALUATION

3.1 TECHNIQUES DE CUEILLETTE DE DONNÉES

Dans le but de réaliser cette évaluation, deux méthodes ont été utilisées, soit la recherche documentaire et l'enquête.

3.1.1 Analyse de la documentation (1998-2003)

Plusieurs documents ont été utilisés au cours de l'évaluation. Les documents officiels sont :

- Site Web de la mesure;
- Inventaire des projets;
- Dossiers;
- Protocoles d'entente;
- Autres documents officiels du programme.

Ces derniers proviennent de l'équipe de la Direction du développement des régions et de l'innovation rurale du MDERR.

3.1.2 Enquêtes

Les indicateurs nécessaires à la réalisation de cette évaluation ne sont pas tous mesurables à partir de la documentation disponible. Ainsi, des enquêtes ont été effectuées auprès des populations visées par l'évaluation. Les populations ciblées par les enquêtes et les entrevues sont :

- Promoteurs (n= 107);
- Agents de développement rural (n= 105);
- Comité national de sélection des projets (n= 6);
- Agents des directions régionales des trois ministères (MDERR, MAPAQ, MCCQ) qui analysent les dossiers (n=51);
- Commerçants (n=2) ou chefs cuisinier de renom (n= 6) qui achètent ou vendent régulièrement des produits du terroir.

Tous les questionnaires ont été validés par le comité d'évaluation. Les questionnaires développés sont présentés à l'annexe 1.

Groupe 1 : Promoteurs

Le premier groupe qui nous intéresse est constitué des 107 promoteurs ayant fait une demande de subvention dans le cadre de la MSDPT. Un questionnaire a été développé, puis administré entre le 30 avril et le 20 mai 2004, par une firme de sondage, sous forme d'entrevues téléphoniques. Une lettre de présentation leur a préalablement été envoyée par la poste en vue d'expliquer les raisons motivant cette démarche et de les encourager à répondre au questionnaire. Deux types de promoteurs son visés : 1) ceux qui ont obtenu une subvention, et 2) ceux dont la demande a été refusée. Des questions spécifiques à ces deux groupes ont été définies dans le questionnaire.

Groupe 2 : Agents de développement rural

Ce groupe correspond aux 105 agents de développement rural en poste en mai 2004. Parmi ces derniers, sept n'étaient plus en poste. Un questionnaire leur a été envoyé par courrier électronique, accompagné d'une lettre de présentation, en vue d'expliquer les raisons motivant cette démarche et de les encourager à répondre au questionnaire. La collecte des réponses a été réalisée par une firme de sondage et s'est effectuée par télécopieur, ou encore par téléphone, pour ceux qui ne pouvaient le faire par télécopieur. La première partie du questionnaire (questions 1 à 48) concerne la Mesure d'embauche des agents de développement rural.

Groupe 3 : Comité national de sélection des projets

Ce groupe correspond aux six membres du comité national de sélection des projets. Un questionnaire leur a été envoyé le 17 mai 2004, par courrier électronique. La collecte des réponses a été réalisée par la responsable de l'évaluation.

Groupe 4 : Agents des directions régionales des trois ministères (MDERR, MAPAQ, MCC)

Ce groupe correspond aux 51 agents des directions régionales des trois ministères qui ont produit des avis sectoriels dans le cadre de la mesure. Un questionnaire a été administré, par une firme de sondage, sous forme d'entrevues téléphoniques entre le 31 mai et le 7 juin 2004.

Groupe 5 : Commerçants ou restaurateurs renommés qui achètent ou vendent régulièrement des produits du terroir

Ce groupe correspond à deux commerçants et 6 restaurateurs de renom qui achètent ou vendent régulièrement des produits du terroir. Un questionnaire a été développé pour chacun de ces groupes de répondants, puis envoyé le 15 juillet 2004 par la poste. Les données recueillies traitent des caractéristiques recherchées par les acheteurs de produits du terroir et de la connaissance des produits subventionnés dans le cadre de la mesure. La liste des commerçants et des restaurateurs a été élaborée par le comité national de sélection des projets. Compte tenu du petit nombre de répondants, les données ne sont présentées qu'à titre indicatif.

3.2 TRAITEMENT DES DONNÉES ET RAPPORT D'ÉVALUATION

L'information provenant des enquêtes a été compilée et traitée sous forme de statistiques descriptives. L'ensemble des informations recueillies a été analysé par la responsable de l'évaluation. Le rapport d'évaluation, comprend une analyse de l'ensemble des données recueillies.

3.3 TAUX DE RÉPONSE ET PROFIL DES RÉPONDANTS

Le tableau 4 présente les taux de réponse pour chacun des groupes de répondants. Comme il est possible de constater, les taux varient de 75 % à 100 %. Les personnes non éligibles sont celles qui sont en congé prolongé, celles qui n'ont jamais fait de demande de subvention dans le cadre de la mesure et les personnes dont le numéro était hors services.

Tableau 4 : Taux de réponses des répondants aux différentes enquêtes

| Type de clientèle | Inscrits sur la liste | Nbre de répondants / nbre de numéros éligibles | Taux de réponse |
|---------------------------------------|-----------------------|--|-----------------|
| Promoteurs | 107 | 87 / 91 | 96 % |
| Agents de développement rural | 105 | 92 / 98 | 94 % |
| Agents des directions régionales | 51 | 48 / 51 | 94 % |
| Comité national de sélection | 6 | 6 / 6 | 100 % |
| Commerçants et restaurateurs de renom | 8 | 6 / 8 | 75 % |

Promoteurs (groupe 1)

Les promoteurs ayant répondu à l'enquête viennent de toutes les régions sauf de Montréal et de Laval. La région de la Capitale-Nationale présente le pourcentage le plus élevé parmi les promoteurs. Le tableau 5 indique la région d'appartenance des répondants.

Tableau 5: Pourcentage de promoteurs ayant participé à l'enquête, par région

| | n | % |
|--------------------------------|-----------|--------------|
| Bas-St-Laurent | 6 | 7 |
| Saguenay/ Lac-Saint-Jean | 7 | 8 |
| Capitale-Nationale | 14 | 16 |
| Mauricie | 3 | 3,5 |
| Estrie | 7 | 8 |
| Montréal | 0 | 0 |
| Outaouais | 3 | 3,5 |
| Abitibi-Témiscamingue | 6 | 7 |
| Côte-Nord | 2 | 2 |
| Nord-du-Québec | 2 | 2 |
| Gaspésie/ Iles-de-la-Madeleine | 7 | 8 |
| Chaudière-Appalaches | 6 | 7 |
| Laval | 0 | 0 |
| Lanaudière | 8 | 9 |
| Laurentides | 6 | 7 |
| Montérégie | 3 | 3,5 |
| Centre-du-Québec | 4 | 5 |
| NSP / PR | 3 | 3,5 |
| Total | 87 | 100 % |

Source: Enquête auprès des promoteurs, compilation MDERR

Agents de développement rural (groupe 2)

Les agents de développement rural ayant répondu à l'enquête viennent de toutes les régions sauf Montréal et Laval. La région du Saguenay/ Lac-St-Jean présente le pourcentage le plus élevé (13 %) parmi les agents de développement rural. Le tableau 6 indique la région d'appartenance des répondants.

Tableau 6: Pourcentage d'agents de développement rural ayant participé à l'enquête, par région

| | n | % |
|--------------------------------|-----------|--------------|
| Bas-St-Laurent | 10 | 11 |
| Saguenay/ Lac-Saint-Jean | 12 | 13 |
| Capitale-Nationale | 6 | 7 |
| Mauricie | 5 | 5 |
| Estrie | 4 | 4 |
| Montréal | 0 | 0 |
| Outaouais | 3 | 3 |
| Abitibi-Témiscamingue | 5 | 5 |
| Côte-Nord | 7 | 8 |
| Nord-du-Québec | 1 | 1 |
| Gaspésie/ Îles-de-la-Madeleine | 6 | 7 |
| Chaudière-Appalaches | 8 | 9 |
| Laval | 0 | 0 |
| Lanaudière | 4 | 4 |
| Laurentides | 6 | 7 |
| Montérégie | 11 | 12 |
| Centre-du-Québec | 4 | 4 |
| Total | 92 | 100 % |

Source: Enquête auprès des agents de développement rural, compilation MDERR

Agents des directions régionales (groupe 4)

Parmi les 48 agents des directions régionales ayant répondu au questionnaire, 28 % viennent du MCC, 33 % du MAPAQ et 38 % du MDERR. C'est de la région de l'Estrie que provient le plus grand nombre d'agents. Le tableau 7 indique la région d'appartenance des répondants.

Tableau 7: Pourcentage des agents des directions régionales ayant participé à l'enquête, par région

| | n | % |
|--------------------------------|-------------|------------|
| Bas-St-Laurent | 3 | 6,5 |
| Saguenay/ Lac-Saint-Jean | 3 | 6,5 |
| Capitale-Nationale | 3 | 6,5 |
| Mauricie | 3 | 6,5 |
| Estrie | 5 | 10,8 |
| Outaouais | 3 | 6,5 |
| Abitibi-Témiscamingue | 4 | 9,4 |
| Côte-Nord | 2 | 4 |
| Nord-du-Québec | 1 | 2,1 |
| Gaspésie/ Îles-de-la-Madeleine | 4 | 9,7 |
| Chaudière-Appalaches | 3 | 6,5 |
| Laval | 3 | 6,5 |
| Lanaudière | 2 | 4 |
| Laurentides | 2 | 4 |
| Montérégie | 3 | 6,5 |
| Centre-du-Québec | 2 | 4 |
| Total | 46 * | 100 |

* Étant donné que la région de Montréal n'est pas admise à la MSDPT, nous avons exclu les deux 2 agents qui ont mentionné travailler dans cette région (ce qui mène le total à 46 agents).

Source: Enquête auprès des agents des directions régionales, compilation MDERR

CHAPITRE 4 ⇒ LA PERTINENCE DE LA MSDPT

L'évaluation de la pertinence vise à s'interroger sur la raison d'être et l'existence même de la mesure.

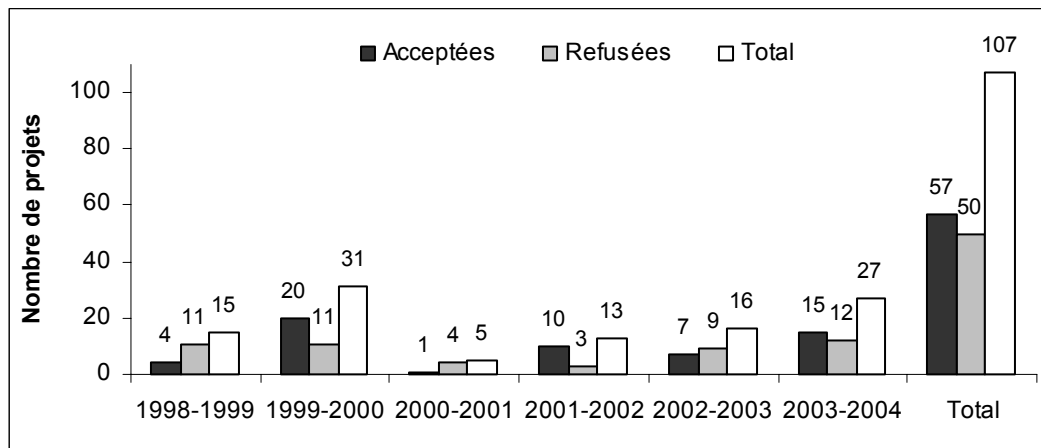
4.1 Y-A-T-IL DES BESOINS DE FINANCEMENT EN PRODUITS DU TERROIR ?

Cette section vise à déterminer si la MSDPT répond à une demande. Les données viennent de l'enquête auprès des promoteurs et des documents officiels de la mesure.

4.1.1 Évolution de la demande

Entre 1998-1999 et 2003-2004, le programme a reçu 107 demandes d'aide et a octroyé 57 subventions; donc plus de la moitié des demandes reçues ont été subventionnées. Le nombre de demandes a augmenté entre 1998-1999 et 2003-2004; il est passé de 15 à 27 demandes. La baisse dans les demandes observée en 2000-2001 peut être attribuable à un manque de promotion et au délai administratif dû au renouvellement de la mesure (les promoteurs ne savaient pas que la mesure existait toujours).

Graphique 2: Portrait des demandes reçues



Source: Direction du développement des régions et de l'innovation rurale, MDERR

Les demandes qui ont été refusées, l'ont été parce qu'elles ne répondaient pas aux normes de la mesure; tous les projets qui cadraient bien ont été acceptés.

La majorité (67 %) des promoteurs a fait une seule demande de subvention. Par ailleurs, 21 % des répondants ont fait 2 demandes, alors que 10 % ont fait 3 demandes et plus.

4.1.2 Types de projets ayant fait objet d'une demande de subvention

Une question de l'enquête vérifiait auprès des promoteurs pour quels types de projets ils ont fait une demande de subvention. Parmi les 87 répondants, certains ont sélectionné plus d'une réponse étant donné qu'ils ont fait plus d'une demande; c'est pourquoi le nombre d'observations est de 92. Les demandes de subvention concernent principalement des confitures, tartinades, gelées, coulis, sirops (20/ 92), de la viande ou du poisson (15/ 92), des boissons alcoolisées (13/ 92) et du fromage / beurre (13/ 92).

Tableau 8 : Type de projets ayant fait l'objet d'une demande de subvention

| Type de produit | n | % |
|--|-----------|------------|
| Fromage/ beurre | 13 | 14 |
| Viande ou poisson | 15 | 16 |
| Boisson alcoolisée (cidre, vin, ..) | 13 | 14 |
| Boisson non alcoolisée | 3 | 3 |
| Marinade | 1 | 1 |
| Pâtisserie/ pain | 4 | 4 |
| Confiture, tartinade, gelée, coulis, sirop | 20 | 22 |
| Savon | 2 | 2 |
| Vinaigre | 3 | 3 |
| Plantes médicinales / comestibles | 6 | 7 |
| Produits dérivés de fruits de légumes | 6 | 7 |
| Autres | 6 | 7 |
| Total | 92 | 100 |

Source: Enquête auprès des promoteurs, compilation MDERR

4.1.3 Type de promoteurs ayant fait une demande et chiffres d'affaires

54 % des promoteurs ayant fait une demande de subvention sont des producteurs exploitants.

Tableau 9 : Type d'organisation des répondants

| Types de promoteurs | n | % |
|--|-----------|------------|
| Producteur-exploitant | 47 | 54 |
| Coopérative | 3 | 3 |
| Travailleur autonome | 12 | 14 |
| Artisan | 19 | 22 |
| Autres (Centre de recherche, transformateur, etc.) | 6 | 7 |
| Total | 87 | 100 |

Source: Enquête auprès des promoteurs, compilation MDERR

En 2003, 43 % des promoteurs ont eu un chiffre d'affaires supérieur à 100 000 \$.

Tableau 10 : Chiffres d'affaires des promoteurs, 2003

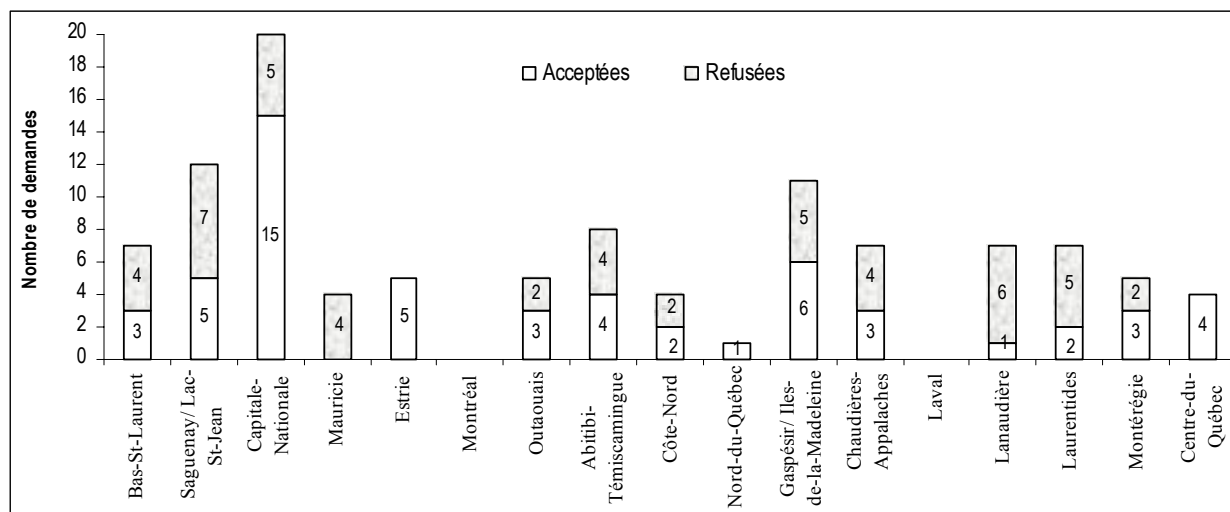
| Chiffres d'affaires (\$) | n | % |
|----------------------------|-----------|------------|
| Moins de 25 000 \$ | 15 | 17 |
| 25 000 à 49 999 \$ | 11 | 13 |
| 50 000 à 100 000 \$ | 14 | 16 |
| Plus de 100 000 \$ | 37 | 43 |
| En déficit | 2 | 2 |
| Aucun revenu | 6 | 7 |
| Pas répondu | 2 | 2 |
| Total | 87 | 100 |

Source: Enquête auprès des promoteurs, compilation MDERR

4.1.4 Distribution des demandes sur le territoire

La Capitale-Nationale est la région où il y a eu le plus de demandes de subventions (20/ 107); 19 % des demandes reçues dans le cadre de la mesure viennent de cette région. Aucune demande n'a été faite dans la région de Laval et de Montréal; cette dernière n'est cependant pas admise à la mesure (graphique 3).

Graphique 3: Distribution des demandes sur le territoire entre 1998-1999 et 2003-2004



Source: Direction du développement des régions et de l'innovation rurale, MDERR

4.1.5 Besoins exprimés par les promoteurs dont la demande a été refusée

Une question de l'enquête vérifiait auprès des promoteurs, dont la demande de subvention a été refusée, s'ils estimaient que leur besoin de financement aurait été satisfait si le programme avait financé plutôt que le produit du terroir, un autre type de produit (produits fermiers, produit artisanaux, produit avec mention de lieu, de territoire ou de région, activités de recherche et de développement, activités de mise en marché, projets pluriannuels). Le tableau 11 présente la réponse des promoteurs. Un peu plus de la moitié des promoteurs estiment que leur besoin de financement aurait été satisfait si le programme avait financé des produits de type fermiers, des produits artisanaux ou des produits avec mention de lieu, de territoire ou de région.

Tableau 11: Type de financement pouvant répondre aux besoins de financement des promoteurs dont la demande de subvention a été refusée

| Financement pour ... | Oui | Non | NSP |
|---|------|------|------|
| Produits de type fermier | 52 % | 26 % | 22 % |
| Produits de type artisanal | 59 % | 19 % | 22 % |
| Produits avec mention de lieu, de territoire ou de région | 52 % | 22 % | 26 % |
| Activités de recherche et développement | 44 % | 41 % | 15 % |
| Activités de mise en marché | 41 % | 37 % | 22 % |
| Projets pluriannuels | 26 % | 22 % | 52 % |

Source: Enquête auprès des promoteurs, compilation MDERR

4.1.6 Besoins perçus par les agents de développement rural

Les données de l'enquête auprès des agents de développement rural démontrent que 76 % des répondants ont décelé sur leur territoire d'éventuels besoins de soutien financier. Le tableau 12 présente les besoins identifiés par les agents. Le financement de produits artisanaux (alimentaires et/ou non-alimentaires), constitue le principal besoin identifié par les agents de développement rural sur leur territoire.

Tableau 12 : Besoins financiers perçus par les agents de développement rural dans leur territoire

| Besoins financiers | |
|---|---------------|
| Produits artisanaux alimentaires et non-alimentaires | (14 mentions) |
| Produits artisanaux non-alimentaires | (7 mentions) |
| Produits artisanaux alimentaires | (3 mentions) |
| Produits fermiers | (15 mentions) |
| Produits de créneaux | (9 mentions) |
| Produits biologiques | (4 mentions) |
| Fromages | (4 mentions) |
| Petits fruits et légumes | (4 mentions) |
| Produits dits exotiques (bison, wapiti, chèvre, etc.) | (3 mentions) |
| Plantes | (3 mentions) |
| Produits agroalimentaires | (2 mentions) |
| Produits d'érable | (1 mention) |
| Pains | (1 mention) |
| Soutien à la mise en marché des produits artisanaux | (1 mention) |
| Produits de la mer | (1 mention) |

Source: Enquête auprès des agents de développement rural, compilation MDERR

4.1.7 Besoins perçus par les restaurateurs de renom

Les quatre restaurateurs de renom ayant participé à l'enquête connaissent en moyenne 21 produits subventionnés par la mesure, alors qu'ils en achètent en moyenne sept pour confectionner leurs mets. Les produits achetés sont principalement du fromage/ beurre; de la viande/ poisson et des boissons alcoolisées. Les restaurateurs interrogés ont mentionné être surtout intéressés à acheter des produits non-transformés (viande, poisson, etc.). L'intérêt pour des produits transformés tels que des pâtisseries/ pain, confiture, tartinade, gelée, coulis, sirop est moindre pour cette clientèle de produits du terroir.

Les raisons pour lesquelles, les restaurateurs achètent un ou des produits du terroir développés dans le cadre de la MSDPT sont essentiellement: la facilité d'approvisionnement, la proximité du promoteur, la connaissance du producteur, puis la qualité du produit et son authenticité.

Une question de l'enquête demandait aux restaurateurs «Si un produit du terroir détenait une marque de reconnaissance quelconque garantissant sa qualité et son authenticité, seriez-vous plus enclin à acheter ce produit pour la confection de vos mets ?» Les restaurateurs estiment que oui, surtout dans le cas de produits confectionnés à l'extérieur de leur région. Par ailleurs, deux restaurateurs ont mentionné qu'ils seraient tout aussi intéressés par un petit promoteur produisant un produit de qualité sans marque de reconnaissance.

Par ailleurs, tous les restaurateurs interrogés font la promotion, dans leur menu, des produits qu'ils utilisent.

4.1.8 Besoins perçus par les commerçants

Les deux commerçants ayant été approchés pour participer à l'enquête ont accepté de participer. Le premier commerçant connaît 17 produits subventionnés dans le cadre de la mesure, parmi lesquels il en vend deux dans son entreprise. Le deuxième commerçant en connaît trois, parmi lesquels il en vend qu'un seul dans son entreprise.

Par ailleurs, les commerçants ne perçoivent pas les produits subventionnés par la MSDPT comme étant «meilleurs vendeurs» par rapport aux autres produits de même catégorie.

Selon leur connaissance du marché, les attentes ou les besoins des consommateurs, lorsqu'ils achètent un produit du terroir sont: la qualité du produit, l'authenticité, la fabrication artisanale, la connaissance du producteur et le design du produit (belle présentation).

Les deux commerçants ont mentionné qu'ils ne seraient pas plus enclins à vendre un produit du terroir dans leur entreprise si ce dernier possédait une marque de reconnaissance quelconque. Cependant, un des commerçants a mentionné que les marques de reconnaissance qui pourraient être les plus intéressantes pour garantir la qualité et l'authenticité d'un produit seraient un label particulier ou la certification.

FAITS SAILLANTS 4.1

- Le nombre de demandes est à la hausse; il est passé de 15 à 27 entre 1998-1999 et 2003-2004.
- Tous les projets qui cadraient bien à la mesure ont été acceptés.
- Les demandes de subvention concernent principalement des confitures, tartinades, gelées, coulis, sirops (20/ 92), de la viande ou du poisson (15/ 92), des boissons alcoolisées (13/ 92) et du fromage / beurre (13/ 92).
- 54 % des promoteurs ayant fait une demande de subvention sont des producteurs exploitants.
- Les demandes de subventions viennent de toutes les régions, sauf Laval et Montréal, cette dernière étant exclue de la mesure.
- Le financement de produits artisanaux alimentaires et/ou non-alimentaires, constitue le principal besoin identifié par les promoteurs dont la demande a été refusée et par les agents de développement rural.
- Un peu plus de la moitié des promoteurs dont la demande a été refusée estiment que leur besoin de financement aurait été satisfait si le programme avait financé des produits de type fermiers, des produits artisanaux ou des produits avec mention de lieu, de territoire ou de région.

4.2 L'ADÉQUATION DE LA MESURE AVEC LES BESOINS

Cette section vise à déterminer si la MSDPT contribue à répondre à des besoins.

4.2.1 Capacité de répondre aux besoins financiers des promoteurs spécifiques aux produits du terroir (montants demandés/ montants accordés)

Les promoteurs ayant participé au sondage ont demandé en moyenne une subvention de 25 284 \$ /projet, alors que la subvention moyenne octroyée est de 23 856 \$ /projet. Cependant, la majorité (79 %) des promoteurs se dit très satisfaite ou satisfaite du montant de la subvention reçue. Également, une question a été posée aux promoteurs pour vérifier si leur intervention aurait été réalisée sans l'aide financière de la mesure. Une proportion similaire de promoteurs a répondu oui (47 %) et non (48 %).

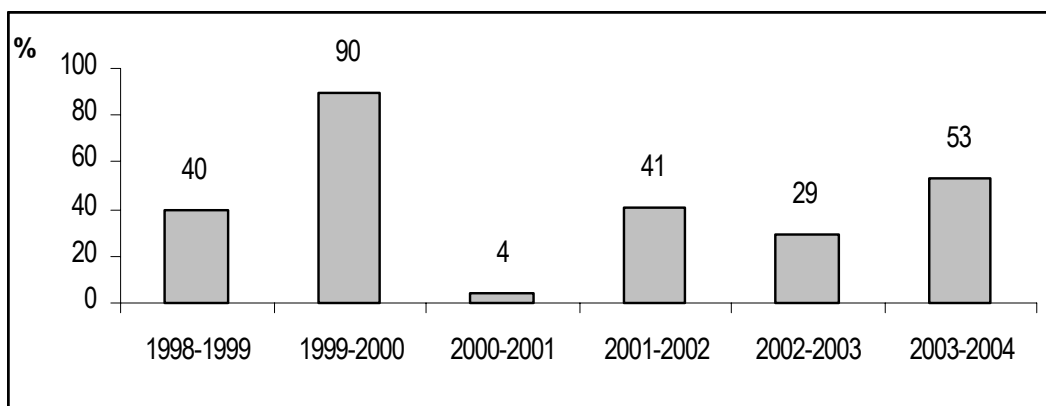
4.2.2 Proportion du coût total des projets couverte par la subvention et provenance du financement

Les données de l'enquête auprès des promoteurs démontrent que la subvention octroyée par la mesure couvre en moyenne le tiers (33 %) du coût total des projets, alors que la mesure peut octroyer une subvention pouvant couvrir jusqu'aux deux tiers des frais totaux d'un projet.

4.2.3 Proportion annuelle du budget allouée aux projets

La proportion annuelle du budget de la mesure allouée aux projets varie beaucoup d'une année à l'autre; elle varie de 4 % à 90 % (graphique 4). C'est en 1999-2000, que la proportion a été la plus élevée (90 %). La baisse importante observée en 2000-2001 peut être attribuable à la diminution marquée du nombre de demandes d'aides due essentiellement, à des délais administratifs pour le renouvellement de la mesure (les promoteurs ne savaient pas que la mesure existait toujours) ainsi qu'à un manque de promotion.

Graphique 4: Proportion annuelle du budget allouée aux projets



Source: Direction du développement des régions et de l'innovation rurale, MDERR

4.2.4 Perception des agents de développement rural sur l'utilité de la mesure dans leur MRC

Les données de l'enquête démontrent que 32 % des agents de développement rural ayant répondu à l'enquête sont d'avis que la mesure de soutien au développement des produits du terroir est utile dans leur MRC; 8 % croient qu'elle pourrait le devenir dans le futur. En revanche, 55 % des agents croient que la mesure n'est pas utile dans leur MRC. Ces derniers se concentrent principalement dans quatre régions du Québec soit : Mauricie, Outaouais, Chaudières-Appalaches et Montérégie.

FAITS SAILLANTS 4.2

- Les répondants ont demandé en moyenne une subvention de 25 284 \$ / projet, alors que la subvention moyenne octroyée est de 23 856 \$ / projet.
- 79 % des promoteurs se disent très satisfaits ou satisfaits du montant de la subvention reçue.
- Une proportion similaire de promoteurs affirme que sans l'aide financière de la mesure leur intervention aurait (47 %) ou n'aurait pas (48 %) été réalisée.
- La subvention octroyée par la mesure couvre en moyenne le tiers (33 %) du coût total des projets.
- La proportion annuelle du budget de la mesure allouée aux projets varie beaucoup d'une année à l'autre; elle varie de 4 % à 90 %.
- 55 % des agents de développement rural ne voient pas d'utilité à la mesure dans leur MRC.

4.3 LA NOTION DE PRODUIT DU TERROIR

4.3.1 Compréhension de la définition de produits du terroir par les promoteurs et par les différents intervenants

La notion de produit du terroir semble mieux comprise par les agents des directions régionales et par les agents de développement rural, malgré des disparités régionales. Par ailleurs, les promoteurs semblent avoir encore de la difficulté à bien comprendre la notion telle que définie dans le cadre de la mesure. Chacun de ces groupes est repris séparément.

Promoteurs

Une question de l'enquête demandait aux promoteurs quels termes ils utiliseraient pour définir ce qu'est un produit du terroir. À partir de leur réponse, nous avons vérifié si les trois notions de la définition des produits du terroir (lien historique, lien régional et aspect unique) se retrouvaient dans les réponses des promoteurs. La majorité (58 %) des promoteurs ne semble pas bien comprendre la notion de produit du terroir puisque aucune des trois notions ne se retrouve dans leur réponse (tableau 13). Plusieurs d'entre eux définissent les produits du terroir par le terme « produits de la terre » et « produits fermiers ». Ce constat démontre donc qu'il y a encore un travail de sensibilisation à faire auprès de la population en ce qui concerne la notion de produit du terroir.

Tableau 13 : Compréhension de la notion de produit du terroir par les promoteurs

| | Nombre | % |
|---|-----------|--------------|
| Total se rapportant aux liens historiques ou régionaux | 32 | 37 % |
| Lien historique et régional | 13 | 15 % |
| Lien historique | 8 | 9 % |
| Lien régional | 11 | 13 % |
| Aspect unique | 1 | 1 % |
| Lien régional et aspect unique | 2 | 2 % |
| Lien historique et aspect unique | 0 | 0 % |
| Lien historique et régional et aspect unique | 2 | 2 % |
| Aucune notion de la définition | 50 | 58 % |
| Total | 87 | 100 % |

Source : Enquête promoteurs, compilation MDERR

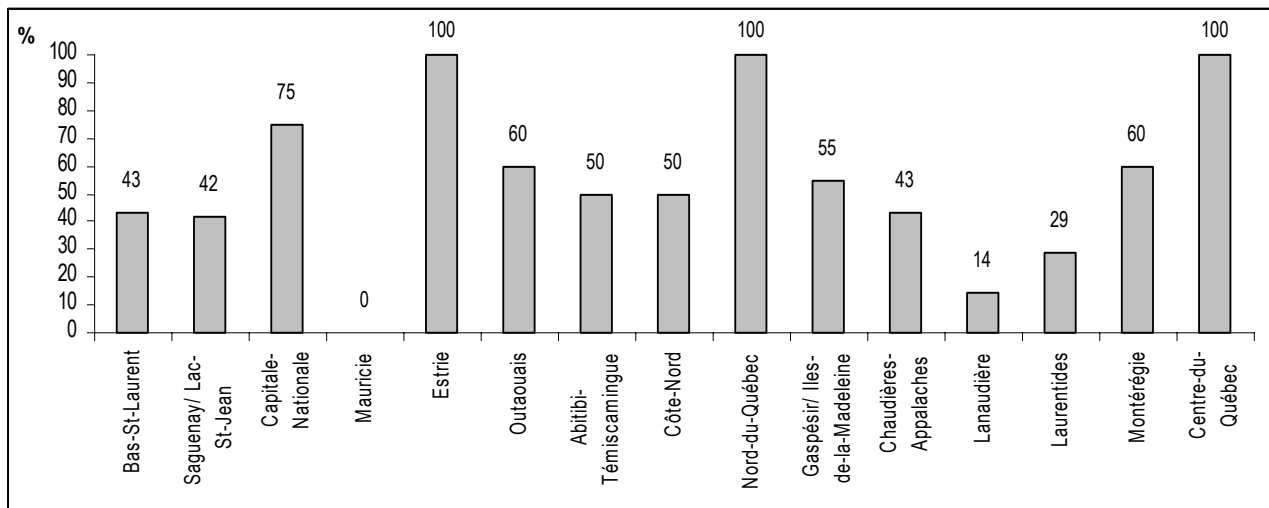
Agent de développement rural

Dans le même sens, une question de l'enquête adressée aux agents de développement rural évaluait leur degré de compréhension de la notion de produits du terroir. La majorité (57 %) des agents affirment avoir une bonne compréhension de la notion, 27 % disent avoir une compréhension moyenne, alors que 11 % affirment que leur compréhension de la notion de terroir est plutôt faible.

Une amélioration dans leur compréhension de la notion a été observée par les membres du comité de sélection. Cependant, ces derniers soulèvent que certains agents retiennent encore qu'une partie de la définition : « Pour certaines régions, c'est le lien au territoire qui est important tandis que pour d'autres on s'attarde plus aux façons de faire traditionnelles ». De plus, certains membres du comité ont soulevé qu'il existait encore de la confusion entre « produits du terroir » et « produits régionaux ».

Également, selon les membres du comité national de sélection, certaines régions démontrent plus de difficultés que les autres à bien saisir la notion de produit du terroir et à préparer des dossiers bien argumentés. En effet, selon les données de la Direction du développement des régions et de l'innovation rurale du MDERR, la proportion *nombre de projets acceptés / nombre projets déposés* est très différente d'une région à l'autre. Les régions dont la majorité des projets ont été acceptés sont: Estrie, Nord-du-Québec, Centre-du-Québec et Capitale-Nationale. À l'inverse, les régions dont les projets ont été la plupart du temps refusés sont : Mauricie, Lanaudière et Laurentides (graphique 5).

Graphique 5: Proportion nombre de projets acceptés / nombre projets déposés



Source: Direction du développement des régions et de l'innovation rurale, MDERR

Agents des directions régionales

Lorsqu'ils ont eu à définir le terme produit du terroir, 51 % des agents des directions régionales ont fait allusion à des liens historiques et régionaux. Toutefois, 10 % des répondants n'ont fait allusion à aucune des trois notions.

Tableau 14: Compréhension de la notion de produit du terroir par les agents des directions régionales

| | Nombre | % |
|---|-----------|--------------|
| Total se rapportant aux liens historiques ou régionaux | 29 | 74 % |
| Lien historique | 8 | 20 % |
| Lien régional | 1 | 3 % |
| Liens historiques et régionaux | 20 | 51 % |
| Aspect unique | 1 | 3 % |
| Liens régionaux et aspect unique | 2 | 5 % |
| Liens historiques et aspect unique | 0 | 0 % |
| Liens historiques et régionaux et aspect unique | 2 | 5 % |
| Aucune notion de la définition | 4 | 10 % |
| NPR | 1 | 3 % |
| Total | 39 | 100 % |

Source : Enquête agents des directions régionales, compilation MDERR

4.3.2 Participation à la formation sur la mesure

Une question des enquêtes vérifiait si les agents de développement rural et les agents des directions régionales avaient assisté à la formation sur la mesure de soutien au développement des produits du terroir, organisée en 2003 par Solidarité rurale du Québec. Les données montrent que 49 % des agents de développement rural ont participé à la formation. Parmi ceux-ci, 89 % ont trouvé que cette formation a amélioré leur compréhension de la mesure. Dans le même sens, 72 % des agents des directions régionales ont participé à la formation. Parmi ceux-ci, 71 % ont trouvé que cette formation a amélioré leur compréhension de la mesure.

4.3.3 La nécessité ou non de maintenir une définition se limitant aux produits agroalimentaires et agroforestiers

De manière générale, à la question : «Trouvez-vous pertinent de maintenir une définition des produits du terroir se limitant aux produits agroalimentaires et agroforestiers», 47 % des intervenants ont répondu oui. Toutefois, plus spécifiquement, les agents de développement rural ont répondu non dans une proportion de 45 %.

Tableau 15: Opinion des intervenants sur la nécessité ou non de maintenir une définition se limitant aux produits agroalimentaires et agroforestiers

| | Oui | | Non | | NSP | |
|----------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | n | % | n | % | n | % |
| Agent de développement rural | 38 | 41 | 41 | 45 | 13 | 14 |
| Comité national de sélection | 3 | 50 | 2 | 33,3 | 1 | 16,7 |
| Agents des directions régionales | 24 | 62 | 13 | 33 | 2 | 5 |
| Total | 65 | 47 | 56 | 41 | 16 | 12 |

Source: Enquêtes, compilation MDERR

Enfin, certains promoteurs ou intervenants ayant participé aux enquêtes ont soulevé la présence de contradictions entre les trois ministères impliqués et la SRQ en ce qui concerne la définition des produits du terroir.

FAITS SAILLANTS 4.3-

- La notion de produit du terroir semble mieux comprise par les agents des directions régionales et par les agents de développement rural, malgré des disparités régionales. Cependant, les promoteurs semblent avoir encore de la difficulté à bien comprendre la notion telle que définie dans le cadre de la mesure.
- 49 % des agents de développement rural ont participé à la formation. Parmi ceux-ci, 89 % ont trouvé que cette formation a amélioré leur compréhension de la mesure. Dans le même sens, 72 % des agents des directions régionales ont participé à la formation. Parmi ceux-ci, 71 % ont trouvé que cette formation a amélioré leur compréhension de la mesure.
- Selon les membres du comité national de sélection, certaines régions démontrent plus de difficultés à bien saisir la notion de produit du terroir et à préparer des dossiers bien argumentés.
- Les régions dont la majorité des projets ont été acceptés sont : Estrie, Nord-du-Québec, Centre-du-Québec et Capitale-Nationale. À l'inverse, les régions dont les projets ont été la plupart du temps refusés sont : Mauricie, Lanaudière et Laurentides.
- 62 % des agents des directions régionales ainsi que la moitié des membres du comité national de sélection sont en faveur du maintien d'une définition se limitant aux produits agroalimentaires et agroforestiers, alors que 45 % des agents de développement rural sont plutôt ouverts à un élargissement des produits admissibles.

4.4 DANS QUELLE MESURE LES ACTIONS DE LA MSDPT SONT-ELLES COMPLÉMENTAIRES À CELLES DES AUTRES INTERVENANTS ?

4.4.1 Présence d'autres actions gouvernementales similaires

Il est important de vérifier si les initiatives des différents ministères du Gouvernement du Québec ne sont pas dupliquées. À cet égard, il est nécessaire de s'assurer de l'absence d'autres mesures ou initiatives québécoises similaires à la MSDPT.

Les analyses réalisées ont confirmé l'absence d'autre mesure ou initiatives du Gouvernement du Québec comparables à la MSDPT.

Par ailleurs, dans l'enquête auprès des promoteurs des produits du terroir, une question vérifiait la provenance des principales sources de financement des projets. Certains ministères ou Société d'État ont été mentionnés, soit le MAPAQ, la Société d'aide au développement des collectivités, la Financière agricole et Emploi-Québec. Ces derniers contribuent financièrement au projet, la majorité du temps sous forme de prêts, dans le cadre ou non d'un programme. Cependant, aucun de ces organismes ne dispose d'un programme visant spécifiquement à soutenir ou à stimuler l'émergence de projets artisanaux agroalimentaires et agroforestiers, en assistant financièrement les promoteurs des milieux ruraux qui mettent en valeur les produits agroalimentaires et agroforestiers représentatifs des terroirs locaux et régionaux du Québec.

4.4.2 Partenaires financiers des projets

Pour couvrir le restant des frais de leur projet, certains promoteurs ont fait appel à des partenaires financiers. Selon l'enquête auprès des promoteurs, un peu plus de la moitié des produits financés l'ont été avec des partenaires : 42 % (24/ 57) avec des partenaires gouvernementaux et 14 % (8/ 57) avec des partenaires privés. Le tableau 16 présente les principaux partenaires ainsi que le nombre de promoteurs ayant bénéficié de leur aide.

Tableau 16 - Partenaires financiers des promoteurs

| Partenaires | Nombre |
|--|-----------|
| Partenaires gouvernementaux | 24 |
| Société d'aide au développement de la collectivité | 7 |
| MAPAQ | 3 |
| CLD | 6 |
| Financière agricole | 3 |
| Société financement agricole | 2 |
| Emploi Québec | 3 |
| Partenaires privés | 8 |
| Actionnaires de l'entreprise | 1 |
| Banques, caisses, centres financiers | 5 |
| Amis et parents | 1 |
| Héritage canadien du Québec | 1 |

Source: Enquête promoteurs, compilation MDERR

FAITS SAILLANTS 4.4

- La MSDPT est la seule mesure du gouvernement québécois visant spécifiquement le soutien et l'émergence des différents maillons de l'agroalimentaire et de l'agroforestier en milieu rural, en assistant financièrement les promoteurs des milieux ruraux qui mettent en valeur les produits agroalimentaires et agroforestiers représentatifs des terroirs locaux et régionaux du Québec.
- Selon l'enquête auprès des promoteurs, un peu plus de la moitié des produits financés l'ont été avec des partenaires : 42 % (24/ 57) avec des partenaires gouvernementaux et 14 % (8/ 57) avec des partenaires privés.

CHAPITRE 5 ⇨ L'EFFICACITÉ DE LA MESURE

5.1 QUELS PRODUITS/ SERVICES ONT ÉTÉ LIVRÉS ?

Cette section veut dresser l'inventaire des produits subventionnés par la mesure de Soutien au développement des produits du terroir entre 1998-1999 et 2003-2004.

5.1.1 Distribution des projets acceptés sur le territoire

Les projets subventionnés viennent principalement de la Capitale-Nationale (26 %) et de la Gaspésie/ Îles-de-la-Madeleine (11 %). Entre 1998 et 2003, aucune subvention n'a été octroyée dans les régions suivantes: Mauricie et Laval. Montréal n'est pas admise à la mesure.

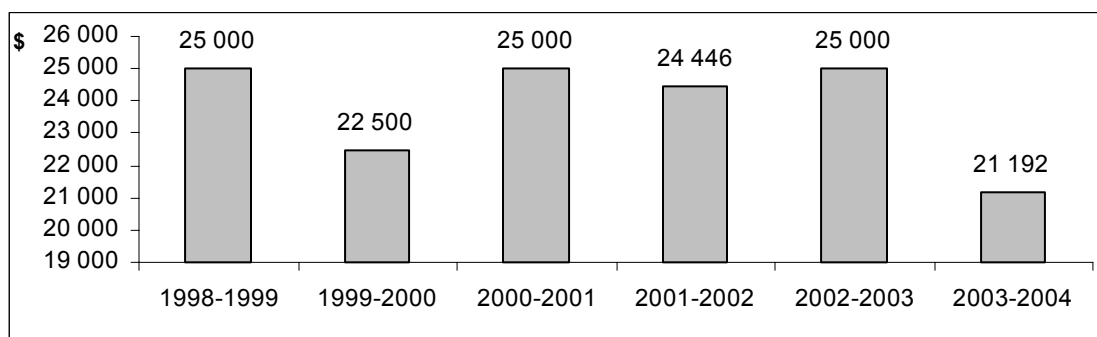
Tableau 17: Distribution des projets sur le territoire, 1998-1999 à 2003-2004

| | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | Total | % |
|--------------------------------|----------|-----------|----------|----------|----------|-----------|-----------|------------|
| Bas-Saint-Laurent | 1 | 1 | | | | 1 | 3 | 5 |
| Saguenay/ Lac-St-Jean | | 3 | | | 1 | 1 | 5 | 9 |
| Capitale Nationale | | 4 | | 2 | 2 | 7 | 15 | 26 |
| Mauricie | | | | | | | - | - |
| Estrie | | 1 | | | 1 | 3 | 5 | 9 |
| Outaouais | | 1 | | 2 | | | 3 | 5 |
| Abitibi-Témiscamingue | | 3 | | | 1 | | 4 | 7 |
| Côte-Nord | | 1 | | | | 1 | 2 | 4 |
| Nord-du-Québec | | | | 1 | | | 1 | 2 |
| Gaspésie/ Îles-de-la-Madeleine | | 3 | | 1 | 2 | | 6 | 11 |
| Chaudières-Appalaches | 1 | 1 | | 1 | | | 3 | 5 |
| Laval | | | | | | | - | - |
| Lanaudière | | | | | | 1 | 1 | 2 |
| Laurentides | 1 | 1 | | | | | 2 | 4 |
| Montérégie | | | | | | 3 | 3 | 5 |
| Centre-du-Québec | 1 | 1 | | 1 | | 1 | 4 | 7 |
| Total | 4 | 20 | 0 | 8 | 7 | 18 | 57 | 100 |

Source: Direction du développement des régions et de l'innovation rurale, MDERR

5.1.2 Montants accordés (\$)

Entre le début de la mesure et l'année financière 2003-2004, la valeur moyenne de la subvention annuelle consentie par projet a diminué. Elle est passée de 25 000 \$/ projet, en 1998-1999, à 21 192 \$/ projet, en 2003-2004, correspondant à une baisse de 15 % (graphique 6).

Graphique 6: Subvention moyenne consentie par projet, 1998-2003

Source: compilation MDERR

5.1.3 Nombre et types de projets soutenus

La mesure de soutien au développement des produits du terroir ne cible pas un nombre précis de projets à atteindre annuellement. Entre 1998-1999 et 2003-2004, 57 projets ont été financés. Le nombre de projets soutenus a augmenté au cours de cette période; passant de 4 à 15. Les produits développés dans le cadre de la mesure sont principalement de la viande ou du poisson (19 %) ainsi que de la confiture, tartinade, gelée, coulis et sirop (18 %).

Tableau 18 : Nombre et pourcentage de projets soutenus, selon le type

| Type de produit | 1998-1999 | 1999-2000 | 2000-2001 | 2001-2002 | 2002-2003 | 2003-2004 | Total | % |
|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
| Fromage/ beurre | | 2 | | 2 | 1 | 3 | 8 | 14 |
| Viande ou poissons | 1 | 5 | 1 | 1 | 1 | 2 | 11 | 19 |
| Boisson alcoolisée (cidre, vin, ..) | 2 | 1 | | 3 | | 2 | 8 | 14 |
| Boisson non alcoolisée | | | | 1 | | | 1 | 2 |
| Pâtisserie/ pain | | 3 | | 1 | 1 | 1 | 6 | 11 |
| Confiture, tartinade, gelée, coulis, sirop | | 6 | | | 2 | 2 | 10 | 18 |
| Savon | | 2 | | 2 | | | 4 | 7 |
| Vinaigre | | | | | | 1 | 1 | 2 |
| Plantes médicinales / comestibles | | 1 | | | 1 | 1 | 3 | 5 |
| Autres | 1 | | | | 1 | 3 | 5 | 8 |
| Total | 4 | 20 | 1 | 10 | 7 | 15 | 57 | 100 |

Source: Direction du développement des régions et de l'innovation rurale, MDERR

5.1.4 Description des marchés de distribution

Stade du développement

Une question de l'enquête vérifiait à quel stade sont rendus les projets des promoteurs. Les données montrent que 68 % sont au stade de distribution (mise en marché), 18 % sont au stade de la fabrication et 8 % sont au stade du développement.

Principal acheteur

Pour 45 % des promoteurs ayant répondu à l'enquête, le « particulier » constitue le principal acheteur.

Tableau 19: Principal acheteur des produits

| | n | % |
|--------------|----|-----|
| Particulier | 20 | 45 |
| Commerçant | 12 | 27 |
| Distributeur | 8 | 18 |
| Autre | 2 | 5 |
| NSP | 2 | 5 |
| Total | 44 | 100 |

Source: Enquête auprès des promoteurs, compilation MDERR

Étendue et lieu de la distribution des produits développés

Les tableaux 20 et 21 montrent l'étendue et les lieux de distribution de ces produits. Selon les promoteurs, les produits sont distribués principalement au niveau local et régional (86 %), un peu à l'extérieur du Québec (18 %). Les lieux de distribution sont variés.

Tableau 20: Étendue de la distribution des produits soutenus

| | Oui | | Non | | PR | |
|----------------------------------|-----|------|-----|------|----|-----|
| | n | % | n | % | n | % |
| Dans votre localité ou MRC | 38 | 86 % | 4 | 9 % | 2 | 5 % |
| Dans votre région | 38 | 86 % | 4 | 9 % | 2 | 5 % |
| Dans plusieurs régions du Québec | 31 | 70 % | 11 | 25 % | 2 | 5 % |
| À l'extérieur du Québec | 8 | 18 % | 34 | 77 % | 2 | 5 % |

Source: Enquête auprès des promoteurs, compilation MDERR

Tableau 21: Lieu de distribution des produits soutenus

| | Oui | | Non | | PR | |
|--|-----|------|-----|------|----|-----|
| | n | % | n | % | n | % |
| À la ferme familiale | 31 | 71 % | 12 | 27 % | 1 | 2 % |
| À l'épicerie | 23 | 51 % | 20 | 46 % | 1 | 2 % |
| Dans les marchés publics | 29 | 66 % | 14 | 32 % | 1 | 2 % |
| Dans les magasins d'alimentation spécialisés | 26 | 59 % | 17 | 39 % | 1 | 2 % |
| Dans les restaurants | 23 | 52 % | 19 | 43 % | 2 | 5 % |
| Autres (centres touristiques, foires, salons, expositions) | 12 | 27 % | - | - | - | - |

Source: Enquête auprès des promoteurs, compilation MDERR

Moyens de promotions

Les salons et expositions constituent le principal moyen de promotion des promoteurs (tableau 22).

Tableau 22 : Principaux moyens de promotion des produits

| Moyens de promotions | n | % |
|--|----|-------|
| Panneaux bleus | 4 | 9 % |
| Dépliants: touristiques ou promotionnels | 18 | 41 % |
| Salons ou expositions | 25 | 57 % |
| Dégustations | 19 | 43 % |
| Annonces : télévisions, radio, journaux, magazines | 12 | 27 % |
| Autres | 18 | 41 % |
| NSP/ PR | 3 | 7 % |
| Total | 44 | 100 % |

Source: Enquête auprès des promoteurs, compilation MDERR

5.1.5 Chiffre d'affaires et pourcentage du chiffre d'affaires engendré par la vente du produit

Parmi les promoteurs qui ont développé un produit dans le cadre de la mesure 42 % ont eu un chiffre d'affaires, en 2003, de plus de 100 000 \$. Ensuite, 20 % ont obtenu un chiffre d'affaires de moins de 25 000 \$, 13 % un chiffre d'affaires de 25 000 à 49 999 \$; 13 % de 50 000 \$ à 100 000 \$; 5 % n'ont eu aucun revenu; 3 % sont en déficit et 3 % n'ont pas répondu. En 2003, les revenus engendrés par la vente de leur produit ont représenté en moyenne 40 % du chiffre d'affaires des promoteurs.

Toutefois, il importe de préciser que pour 15 % des promoteurs, le produit développé représente le seul produit offert par leur entreprise et donc la seule source de revenu.

FAITS SAILLANTS 5.1

- Entre 1998-1999 et 2003-2004, le nombre de projets soutenus a augmenté; passant de 4 à 15.
- Les projets subventionnés viennent principalement de la Capitale-Nationale (26 %) et de la Gaspésie/ Îles-de-la-Madeleine (11 %).
- Aucune subvention n'a été octroyée dans les régions suivantes: Mauricie et Laval.
- Entre le début de la mesure et l'année financière 2003-2004, la valeur moyenne de la subvention annuelle consentie par projet a diminué de 15 %, passant de 25 000 \$/ projet, en 1998-1999, à 21 192 \$/ projet.
- Les produits développés dans le cadre de la mesure sont principalement de la viande ou du poisson (19 %) ainsi que de la confiture, tartinade, gelée, coulis et sirop (18 %).
- 68 % des produits subventionnés entre 1998-1999 et 2003-2004 sont au stade de distribution (mise en marché).
- Le « particulier » est le principal acheteur des produits subventionnés.
- Parmi les promoteurs qui ont développé un produit dans le cadre de la mesure 42 % ont eu un chiffre d'affaires, en 2003, de plus de 100 000 \$.
- Pour 15 % des promoteurs, le produit développé, représente le seul produit offert par leur entreprise.
- En 2003, les revenus engendrés par la vente de leur produit ont représenté en moyenne 40 % du chiffre d'affaires des promoteurs.

5.2 PROFILS ET DESCRIPTION DU TRAVAIL DES INTERVENANTS

La description du travail des intervenants a été réalisée à partir des informations recueillies dans l'enquête aux agents de développement rural, dans l'enquête auprès des agents des directions régionales et dans l'enquête auprès des membres du comité de sélection.

5.2.1 Agents des directions régionales

Un des mandats des agents des directions régionales consiste à produire des avis sectoriels dans le cadre de la MSDPT. Parmi les 51 agents des directions régionales, 48 ont accepté de participer à l'enquête.

Pourcentage des agents des directions régionales ayant produit des avis sectoriels

Parmi les agents des directions régionales ayant participé à l'enquête, 81 % ont déjà produit un ou des avis sectoriels dans le cadre de la mesure. Plus précisément, 36 % ont réalisé entre 1 et 3 avis, 31 % en ont réalisé 4 ou 5 et 33 % 6 et plus.

Nature des avis sectoriels

Une question de l'enquête vérifiait si dans l'ensemble les avis produits par les répondants étaient davantage positifs, négatifs ou partagés (autant d'avis positifs que d'avis négatifs d'effectués). Les données montrent que les agents des directions régionales produisent des avis plutôt positifs.

Tableau 23 : Nature des avis

| | Toujours positif | Plutôt positif | Partagé | Plutôt négatif | Toujours négatif |
|-------|------------------|----------------|---------|----------------|------------------|
| MCC | 0 % | 73 % | 27 % | 0 % | 0 % |
| MAPAQ | 15 % | 62 % | 23 % | 0 % | 0 % |
| MDERR | 20 % | 40 % | 33 % | 6 % | 0 % |
| Total | 13 % | 56 % | 28 % | 3 % | 0 % |

Source: Enquête agents des directions régionales, compilation MDERR

Éléments considérés pour produire un avis

La liste ci-dessous présente les éléments que les agents des directions régionales considèrent pour produire un avis.

- Respect des normes de la mesure (25 mentions)
- Pertinence du projet (16 mentions)
- Viabilité financière (6 mentions)
- Avis sectoriel des autres ministères impliqués (5 mentions)
- Impact du projet sur la région (4 mentions)
- Effet novateur du projet (3 mentions)
- Lien historique (3 mentions)
- Création d'emploi (2 mentions)
- Fait à partir d'une ressource identifiée à la région (2 mentions)
- Qualités des promoteurs, expertise des promoteurs (2 mentions)
- Conformité avec le plan local d'économie et de l'emploi (1 mention).

Difficultés rencontrées

Les données de l'enquête montrent que 62 % des agents des directions régionales affirment ne pas avoir rencontré de difficulté dans la rédaction des avis sectoriels. Parmi les 15 agents qui en ont rencontré, le manque d'information fournie dans le dossier (n=4) et la difficulté à trouver l'information précise confirmant le lien entre le produit et le territoire ou l'histoire (n=9) sont les principales difficultés rencontrées.

Personnes contactées pour produire les avis sectoriels

Pour produire les avis sectoriels la plupart des agents des directions régionales font appel à des gens de l'externe (promoteurs, autres intervenants). Le tableau 24 présente les personnes contactées. Les promoteurs et les gestionnaires de la mesure sont les personnes les plus souvent contactées.

Tableau 24 : Personnes contactées par les agents des directions régionales pour produire les avis sectoriels

| | Oui | | Non | | NSP | |
|---|-----|------|-----|------|-----|-----|
| | n | % | n | % | n | % |
| Promoteur ayant fait la demande | 30 | 77 % | 9 | 23 % | 0 | 0 % |
| L'agent de développement rural qui a monté le dossier | 25 | 64 % | 14 | 36 % | 0 | 0 % |
| Gestionnaires de la mesure au MDERR | 30 | 77 % | 9 | 23 % | 0 | 0 % |
| Autres agents des directions régionales qui produisent des avis | 25 | 64 % | 13 | 33 % | 1 | 3 % |
| Personnes de votre ministère | 27 | 69 % | 12 | 31 % | 0 | 0 % |
| Autres (SRQ, Capitale Nationale, autres ministères, CLD) | 10 | 26 % | 29 | 74 % | 0 | 0 % |

Source: Enquête agents des directions régionales, compilation MDERR

Personnes ayant contacté les agents des directions régionales pour savoir si un projet était recevable

Une question de l'enquête vérifiait auprès des agents des directions régionales, s'ils avaient déjà été contactés pour savoir si un projet était recevable. La plupart des répondants ont déjà été contactés. Les promoteurs et les agents de développement rural sont les personnes les ayant le plus contactées (tableau 25).

Tableau 25 : Personnes ayant contacté les agents des directions régionales pour savoir si un projet était recevable

| | Oui | | Non | |
|---------------------------------|-----|------|-----|-------|
| | n | % | n | % |
| Un promoteur | 35 | 90 % | 4 | 10 % |
| Un agent de développement rural | 27 | 69 % | 12 | 31 % |
| Directeur d'un CLD | 10 | 26 % | 29 | 74 % |
| Directeur d'une MRC | 0 | 0 % | 39 | 100 % |
| Autres | 24 | 62 % | 15 | 38 % |

Source: Enquête agents des directions régionales, compilation MDERR

5.2.2 Agents de développement rural

Un des mandats des agents de développement rural est de faire connaître la mesure aux promoteurs de leur MRC et d'aider ces derniers à préparer leur dossier dans le cadre de la MSDPT. Parmi les 98 agents de développement rural, 92 ont accepté de participer à l'enquête.

Pourcentage d'agents ayant été approchés par un promoteur voulant réaliser un projet

Dans l'exercice de leur fonction, 40 % des agents de développement rural (n= 37) ont déjà été approchés par un ou des promoteurs voulant réaliser un projet dans le cadre de la mesure de *Soutien au développement des produits du terroir*; 57 % n'ont jamais été approchés et 3 % n'ont pas répondu.

Ceux qui ont répondu oui, ont en moyenne été contactés par trois promoteurs. De plus, parmi ces derniers, 76 % ont aidé le ou les promoteurs à développer le projet. La moitié des agents qui ont soutenu un projet ont mentionné que le projet a été accepté par le comité national de sélection.

Difficultés rencontrées

79 % des agents de développement rural qui ont encadré un promoteur ont rencontré des difficultés dans l'élaboration des projets. Le tableau 26 présente les principales difficultés rencontrées.

Tableau 26 Principales difficultés rencontrées auprès des agents de développement rural

| Difficultés rencontrées | n |
|--|---|
| Recherche longue à effectuer, difficulté à démontrer qu'il s'agit bien d'un produit du terroir | 7 |
| Difficulté à bien comprendre les normes de la mesure et la définition de produit du terroir | 6 |
| Difficile de trouver du financement ou financement limité | 2 |
| Formulaire pas clair; certains termes sont difficiles à comprendre | 2 |
| Promoteur: manque de compétence et de volonté | 2 |
| Réseau de distribution à bâtir | 1 |

Source: Enquête auprès des agents de développement rural, compilation MDERR

5.2.3 Membres du comité national de sélection

Le mandat du comité national de sélection des projets est de décider si un projet est accepté ou refusé dans le cadre de la MSDPT. Pour fonder leurs décisions, les membres s'appuient sur les avis sectoriels produits par les agents des directions régionales, les dossiers des promoteurs ainsi que sur l'expertise d'experts ou d'intervenants. Les 6 membres du comité ont accepté de participer à l'enquête.

Personnes contactées pour prendre les décisions

Une question de l'enquête vérifiait si les membres du comité national de sélection contactaient la majorité du temps les promoteurs, les agents de développement rural, les gestionnaires de la mesure et les agents des directions régionales pour prendre leur décision. Le tableau 27 montre que, pour prendre leur décision, la majorité des membres du comité de sélection ne contactent pas les promoteurs, les directeurs des CLD, les directeurs des MRC. Par contre, la moitié des membres du comité d'évaluation affirment consulter les agents de développement rural.

Tableau 27 : Personnes contactées par les membres du comité pour prendre les décisions

| | Oui | Non |
|---|-----|-----|
| Le promoteur ayant fait la demande de subvention | 1 | 5 |
| L'agent de développement rural qui a monté le dossier | 1 | 5 |
| Les gestionnaires de la mesure au MDERR | 2 | 4 |
| Les agents des directions régionales qui produisent des avis sectoriels | 3 | 3 |
| Autres : | 2 | 4 |
| • Historien | | |
| • Spécialiste du patrimoine génétique | | |
| • SRQ | | |

Source: Enquête auprès des membres du comité national de sélection, compilation MDERR

Utilité des avis sectoriels dans la prise de décision

Tous les membres du comité national de sélection considèrent les avis sectoriels pour prendre leur décision. Toutefois, deux membres ont souligné que les avis sectoriels ne sont pas déterminants dans leur décision; même si les avis sont positifs un projet peut être refusé et vice versa.

Nombre de membres du comité ayant été contactés par des promoteurs ou des intervenants pour savoir si un projet était recevable

Une question de l'enquête vérifiait auprès des membres du comité de sélection, si un promoteur ou un intervenant les avaient contactés pour savoir si un projet était recevable. Les membres du comité sont contactés principalement par les promoteurs et les agents de développement rural (tableau 28).

Tableau 28 : Personnes contactées pour connaître la recevabilité d'un projet

| | Oui | Non | PR |
|---|-----|-----|----|
| Promoteur | 4 | 2 | 0 |
| Agent de développement rural | 3 | 3 | 0 |
| Directeur d'un CLD | 0 | 3 | 3 |
| Directeur d'une MRC | 0 | 3 | 3 |
| Autres : | 4 | 1 | 1 |
| • Agent agro-alimentaire de table régionale | | | |
| • Agent de Carrefour jeunesse emplois | | | |
| • Agent de développement SADC | | | |
| • Agent régional | | | |
| • Professionnels | | | |

Source: Enquête auprès des membres du comité national de sélection, compilation MDERR

5.2.4 Degré de communication entre les intervenants durant le processus d'acheminement des demandes

Le processus d'acheminement des demandes sollicite plusieurs intervenants. Certaines questions dans l'enquête auprès des agents de développement rural et des agents des directions régionales évaluaient le degré de communication (verbale ou non-verbale) entre les intervenants durant ce processus.

Agents de développement rural

Une question de l'enquête auprès des agents de développement rural vérifiait si ces derniers recevaient ou non les avis sectoriels produits par les agents des directions régionales, les recommandations du comité de sélection pour les projets qu'ils ont soutenus et des informations sur les projets qui ont été acceptés par le comité. De manière générale, la majorité des agents affirment ne pas les recevoir (tableau 29), alors que tous souhaiteraient les obtenir.

Tableau 29 : Pourcentage d'agents de développement rural recevant certains documents des autres intervenants

| Documents | Les reçoivent | | Ne les reçoivent pas | | NSP/ PR | |
|--|---------------|------|----------------------|------|---------|------|
| | n | % | n | % | n | % |
| Avis sectoriels | 2 | 7 % | 24 | 86 % | 2 | 7 % |
| Recommandation du comité national de sélection des projets | 3 | 11 % | 21 | 75 % | 4 | 14 % |
| Informations sur les projets qui ont été acceptés | 8 | 29 % | 16 | 57 % | 4 | 14 % |

Source: Enquête agents de développement rural, compilation MDERR

Agents des directions régionales

Dans le même sens, tous les agents des directions régionales, qui ont répondu à l'enquête, souhaitent être informés des décisions prises par le comité national de sélection sur les dossiers pour lesquels ils ont produit un avis sectoriel. Dans les faits, 67 % des agents des directions régionales affirment recevoir cette information. Parmi ceux qui ne reçoivent pas les décisions du comité (N= 12), 75 % (n= 9) viennent du MCC. Le tableau 30 indique le temps moyen écoulé entre l'envoi de l'avis et la réception de la décision du comité par les agents des directions régionales.

Tableau 30 : Temps moyen écoulé entre l'avis et la réception de la décision du comité

| Nombre de jours | n | % |
|----------------------------|---|------|
| 1 et 5 jours ouvrables | 8 | 31 % |
| 6 et 10 jours ouvrables | 3 | 12 % |
| 11 et 15 jours ouvrables | 3 | 12 % |
| 16 et 20 jours ouvrables | 3 | 12 % |
| Plus de 20 jours ouvrables | 7 | 27 % |
| NSP | 2 | 8 % |

Source: Enquête agents des directions régionales, compilation MDERR

5.3 DANS QUELLE MESURE LA MSDPT PERMET-ELLE L'ATTEINTE DE SES OBJECTIFS ?

Cette section du rapport vise à savoir si la MSDPT a atteint ses objectifs. Les informations recueillies proviennent des enquêtes et de la documentation officielle de la mesure.

OBJECTIF 1 : Soutenir et diversifier l'offre de produits du terroir offerts en région

Nombre de produits soutenus

Le nombre de produits du terroir soutenus a quadruplé entre 1998-1999 et 2003-2004. L'offre de produits du terroir est donc à la hausse. De plus, tel que montré au point 4.1.2, l'offre de produits du terroir est assez diversifiée.

Perception des intervenants sur l'atteinte de cet objectif

Parmi les agents des directions régionales ayant répondu au sondage, 72 % estiment que la MSDPT a contribué à soutenir et diversifier l'offre de produits du terroir offert en région.

Toutefois, les agents de développement rural sont divisés sur la question, 43 % estiment que la mesure a contribué et 43 % estiment que la mesure n'a pas contribué.

OBJECTIF 2 : Soutenir l'entrepreneuriat et l'emploi dans les milieux ruraux

Nombre de nouvelles entreprises

Les données de l'enquête auprès des promoteurs démontrent que la MSDPT a favorisé la création de 11 nouvelles entreprises.

Nombre d'emplois générés

Les promoteurs ayant répondu au sondage ont révélé qu'en moyenne 3,7 personnes travaillent à temps plein dans leur entreprise et 5,17 personnes à temps partiel. De ces nombres, 1,8 font partie de leur famille immédiate (conjoint, enfant).

Dans le même sens, certaines questions de l'enquête promoteurs vérifiaient si le développement, la fabrication ou la vente du produit développé dans le cadre de la mesure avait généré des emplois. Le tableau 31 présente les résultats. La moitié des promoteurs estiment que le développement, la fabrication ou la vente de leur produit développé dans le cadre de la mesure avait généré des emplois.

Tableau 31 : Pourcentage de promoteurs estimant que leur produit avait généré des emplois

| | Oui | | Non | | NSP | |
|---|-----|------|-----|------|-----|-----|
| | n | % | n | % | n | % |
| Engagement de nouveaux employés pour développer le produit | 18 | 41 % | 24 | 55 % | 2 | 4 % |
| Engagement de nouveaux employés pour produire le produit | 22 | 50 % | 20 | 45 % | 2 | 5 % |
| Recours aux services de compagnies ou d'entreprise de la région pour le transport ou la production du produit | 23 | 52 % | 19 | 43 % | 2 | 5 % |
| Développement d'attraites touristiques connexes comme l'hébergement et les restaurants dans la localité | 20 | 45 % | 22 | 50 % | 2 | 5 % |

Source: Enquête auprès des promoteurs, compilation MDERR

Perception des agents de développement rural et des agents des directions régionales sur l'atteinte de cet objectif

Une question de l'enquête auprès des agents de développement rural et des agents des directions régionales vérifiait si ces derniers estimaient que la mesure avait contribué, sur leur territoire, à soutenir l'entrepreneuriat et l'emploi. Les avis sont partagés. Les agents ont répondu non à 46 %, alors que les agents des directions régionales sont majoritaires (62 %) à dire oui (tableau 32).

Tableau 32 : Perception des agents de développement rural et des agents des directions régionales sur l'atteinte de l'objectif « Soutenir l'entrepreneuriat et l'emploi dans les milieux ruraux ».

| | En désaccord ou fortement en désaccord | | En accord ou fortement en accord | | NSP/ PR | |
|----------------------------------|--|------|----------------------------------|------|---------|------|
| | n | % | n | % | n | % |
| Agents de développement rural | 14 | 46 % | 11 | 39 % | 4 | 14 % |
| Agents des directions régionales | 14 | 36 % | 24 | 62 % | 1 | 3 % |

Source: Enquête auprès des agents de développement rural et des agents des directions régionales, compilation MDERR

| |
|--|
| OBJECTIF 3: Promouvoir l'occupation du territoire |
|--|

Distribution sur le territoire

Les produits développés dans le cadre de la mesure sont bien répartis sur le territoire (voir tableau 17). Mis à part, les régions de Laval et de la Mauricie, toutes les régions ont développé un produit du terroir.

Perception des répondants sur l'atteinte de cet objectif

Les données montrent que 51 % des agents des directions régionales estiment que la mesure a contribué à promouvoir l'occupation du territoire, alors 32 % des agents de développement rural partagent cet avis (tableau 33).

Tableau 33 : Perception des agents de développement rural et des agents des directions régionales sur l'atteinte de l'objectif « Promouvoir l'occupation du territoire ».

| | En désaccord ou fortement en désaccord | | En accord ou fortement en accord | | NSP/ PR | |
|----------------------------------|--|------|----------------------------------|------|---------|------|
| | n | % | n | % | n | % |
| Agents de développement rural | 14 | 50 % | 9 | 32 % | 5 | 18 % |
| Agents des directions régionales | 19 | 49 % | 20 | 51 % | 0 | 0 % |

Source: Enquête auprès des agents de développement rural et des agents des directions régionales, compilation MDERR

| |
|--|
| OBJECTIF 4: Promouvoir l'utilisation des ressources locales |
|--|

Une question dans l'enquête adressée aux promoteurs vérifiait si le développement des produits avait engendré l'achat de ressources (fruits, lait, etc.) chez les promoteurs de leur région pour la fabrication de leur propre produit; 52 % des promoteurs ont répondu oui, 43 % ont répondu non et 5 % n'ont pas répondu.

Perception des répondants sur l'atteinte de cet objectif

De manière contradictoire, les données montrent que 77 % des promoteurs estiment que la mesure n'a pas contribué à promouvoir l'utilisation des ressources locales. Par ailleurs, 46 % des agents de développement rural partagent cet avis, alors que 62 % des agents des directions régionales pensent que la mesure a contribué à cet objectif (tableau 34).

Tableau 34 : Perception des agents de développement rural et des agents des directions régionales sur l'atteinte de l'objectif « Promouvoir l'utilisation des ressources locales ».

| | En désaccord ou fortement en désaccord | | En accord ou fortement en accord | | NSP/ PR | |
|----------------------------------|--|------|----------------------------------|------|---------|------|
| | n | % | n | % | n | % |
| Agents de développement rural | 13 | 46 % | 12 | 42 % | 3 | 11 % |
| Promoteurs | 22 | 77 % | 4 | 9 % | 6 | 14 % |
| Agents des directions régionales | 15 | 38 % | 24 | 62 % | 0 | 0 % |

Source: Enquête auprès des promoteurs, des agents de développement rural et des agents des directions régionales, compilation MDERR

FAITS SAILLANTS 5.3

- La mesure aurait atteint trois de ses quatre objectifs, soit : 1) soutenir et diversifier l'offre de produits du terroir offerte en région; 2) soutenir l'entrepreneuriat et l'emploi dans les milieux ruraux; 3) promouvoir l'occupation du territoire. Toutefois, les avis des agents de développement rural et ceux des agents de développement régional sont divergents sur cette question.
- Les intervenants et les promoteurs semblent plutôt partagés sur l'atteinte ou non du quatrième objectif «promouvoir l'utilisation des ressources locales».

5.4 SATISFACTION DES PROMOTEURS ET DES INTERVENANTS

Cette section précise le taux de satisfaction, des promoteurs ayant reçu une subvention dans le cadre de la mesure, des agents de développement rural ayant soutenu un promoteur dans le cadre de la mesure et des agents des directions régionales ayant produit des avis sectoriels dans le cadre de la MSDPT.

5.4.1 Promoteurs

Taux de satisfaction des promoteurs envers leur participation à la mesure

Une question de satisfaction générale a été posée aux 87 promoteurs, à savoir s'ils sont satisfaits de leur participation à la MSDPT. Dans l'ensemble, les promoteurs sont satisfaits ou très satisfaits de la mesure: 85 % des répondants ont répondu oui.

De plus, ceux-ci estiment que la présence de la MSDPT a contribué financièrement, de façon très importante ou importante, à la réalisation de leur produit (82 %) et à la réalisation plus rapide de leur projet (71 %).

Compréhension des raisons du refus et commentaires / suggestions des promoteurs dont le projet a été refusé

Tous les promoteurs, dont le projet a été refusé (N=30), semblent bien comprendre la raison motivant leur refus.

Difficultés rencontrées dans l'élaboration des projets

Les données de l'enquête auprès des promoteurs montrent que 64 % des promoteurs ont rencontré des difficultés dans l'élaboration de leur projet. Le manque de soutien financier, le manque d'encadrement, la difficulté à prouver que leur produit est un « produit du terroir » et la lourdeur administrative sont les principales difficultés soulevées par les promoteurs.

Satisfaction du soutien et de l'accompagnement reçu par les promoteurs

Dans l'ensemble (73 %), les promoteurs sont satisfaits ou très satisfaits de l'encadrement reçu tout au long de l'élaboration de leur projet. Plus précisément, 73 % des répondants ont été supportés par leur CLD, 61 % par le MAPAQ, 24 % par la Solidarité rurale du Québec, 22 % par la Société d'aide au développement de la collectivité (SADC), 22 % par le MDERR et 9 % par le MCC. Une question de l'enquête demandait aux promoteurs, ayant été soutenus, leur degré de satisfaction envers l'encadrement reçu des organismes ci-haut mentionnés. Le taux de satisfaction est au-delà de 75 % pour chaque organisme. Tous les promoteurs ayant été encadrés par la SADC ont été satisfaits ou très satisfaits. Le tableau 35 présente le degré de satisfaction envers l'encadrement reçu de certains organismes.

Tableau 35 : Degré de satisfaction envers l'encadrement reçu de certains organismes

| | Satisfait ou très satisfait | | Insatisfait ou très insatisfait | | NSP / PR | |
|--|-----------------------------|------|---------------------------------|------|----------|------|
| | n | % | n | % | n | % |
| Votre CLD | 56 | 89 % | 7 | 11 % | 0 | 0 % |
| Société d'aide au développement de la collectivité | 19 | 95 % | 1 | 5 % | 0 | 0 % |
| MDERR | 19 | 90 % | 2 | 10 % | 0 | 0 % |
| MAPAQ | 49 | 90 % | 5 | 9 % | 0 | 0 % |
| MCC | 7 | 77 % | 1 | 11 % | 1 | 12 % |
| Solidarité rurale du Québec | 18 | 86 % | 2 | 10 % | 1 | 5 % |

Source: Enquête auprès des promoteurs de développement rural, compilation MDERR

Satisfaction du délai de traitement des dossiers

Une question dans l'enquête promoteurs vérifiait la satisfaction des promoteurs en regard du délai de traitement de leur dossier. Les données montrent que 59 % des promoteurs ayant participé au sondage sont satisfaits ou très satisfaits de la durée; alors que 37 % sont insatisfaits ou très insatisfaits.

Satisfaction des exigences requises par la mesure et des modes de promotions de la mesure

De manière générale, les promoteurs sont plutôt satisfaits ou très satisfaits des exigences requises et des modes de promotion de la mesure. Toutefois, 31 % des promoteurs se disent insatisfaits ou très insatisfaits de la promotion de la mesure (tableau 36).

Tableau 36: Degré de satisfaction des promoteurs à l'égard des exigences requises par la mesure et des modes de promotion de la mesure

| | Satisfait ou très satisfait | | Insatisfait ou très insatisfait | | NSP / PR | |
|--|-----------------------------|------|---------------------------------|------|----------|-----|
| | n | % | n | % | n | % |
| Temps investi à la préparation de leur dossier | 45 | 75 % | 13 | 22 % | 2 | 3 % |
| Exigences de la mesure | 43 | 72 % | 15 | 25 % | 2 | 3 % |
| Promotion de la mesure | 40 | 67 % | 18 | 30 % | 2 | 3 % |

Source: Enquête promoteurs, compilation MDERR

Propositions pour améliorer la mesure

Les propositions pour améliorer la mesure qui reviennent le plus souvent sont d'augmenter la promotion de la mesure (6 mentions), et d'augmenter le suivi et le soutien à tous les niveaux du processus de sélection des demandes (5 mentions). Les propositions sont énumérées ci-dessous.

- Augmenter la promotion de la mesure (6 mentions)
- Augmenter le suivi et le soutien à tous les niveaux du processus de sélection des demandes (5 mentions)
- Diminuer le délai pour recevoir la réponse d'acceptation ou de refus (3 mentions)
- Rendre le formulaire plus explicite, plus clair (2 mentions)
- Demander moins de documents à fournir (2 mentions)
- Mesure gérée par une seule personne (cette personne fera le lien avec les différents intervenants) (2 mentions)
- Conscientiser les gestionnaires de la mesure sur les impacts de recevoir la subvention au moment opportun, car les producteurs doivent composer avec les saisons (2 mentions)
- Décentraliser le programme (1 mention)
- Rendre plus visible le label produit du terroir (1 mention)
- Définition moins contraignante (1 mention)
- Diminuer le délai pour recevoir la subvention une fois notre projet accepté (1 mention)
- Assouplir les critères d'admission à la mesure (1 mention)
- Fournir de l'aide pour la mise en marché du produit (1 mention)
- Inclure un agent de développement rural sur le comité de sélection (1 mention)
- Fixer à l'avance les dates du comité de sélection ainsi que les dates de tombées des réponses du comité pour les dossiers, rendre ces dates publiques et les afficher sur Internet (1 mention)
- Organiser des tables de concertation dans les régions avec les responsables de la mesure (1 mention)

Marques de reconnaissance

Les données de l'enquête promoteurs montrent que 55 % des promoteurs estiment très important ou important d'avoir un système de reconnaissance spécifique pour les produits du terroir. Une question de l'enquête demandait aux promoteurs d'identifier quelle marque de reconnaissance serait la plus pertinente pour leur produit. L'appellation d'origine réservée est celle qui revient le plus souvent (32 %).

Tableau 37 : Préférences des promoteurs pour une marque de reconnaissance

| Marques de reconnaissance | n | % |
|--|----|------|
| Certificat ministériel démontrant la participation à la mesure de soutien au développement | 1 | 2 % |
| Label particulier | 15 | 28 % |
| L'appellation d'origine réservée | 19 | 36 % |
| Certification | 13 | 25 % |
| Nsp | 5 | 9 % |

Source: Enquête promoteurs, compilation MDERR

5.4.2 Agents de développement rural

Satisfaction de l'accompagnement, formations et conseils reçus

Les agents de développement rural sont, de manière générale, satisfaits ou très satisfaits de l'encadrement reçu, particulièrement de Solidarité rurale du Québec. Très peu d'agents semblent avoir été soutenus par le MCC (tableau 38).

Tableau 38 : Taux de satisfaction envers l'encadrement reçu de certains organismes

| | Satisfait ou très satisfait | | Insatisfait ou très insatisfait | | NSP / PR | |
|----------------------|-----------------------------|------|---------------------------------|------|----------|------|
| | n | % | n | % | n | % |
| Leur CLD | 21 | 75 % | 2 | 7 % | 5 | 18 % |
| Leur bureau régional | 17 | 60 % | 6 | 22 % | 5 | 18 % |
| MDERR | 16 | 57 % | 9 | 32 % | 3 | 11 % |
| MAPAQ | 17 | 61 % | 9 | 32 % | 2 | 7 % |
| MCC | 10 | 35 % | 3 | 11 % | 15 | 54 % |
| Solidarité rurale | 23 | 82 % | 4 | 14 % | 1 | 4 % |

Source: Enquête auprès des agents de développement rural, compilation MDERR

Besoins exprimés

Le tableau ci-dessous montre les besoins exprimés par les agents de développement rural. Le besoin de formation est celui qui revient le plus souvent (23 mentions).

Tableau 39 : Besoins exprimés par les agents de développement rural

| | |
|--|---------------|
| Formation ou une mise à jour sur la notion de produit du terroir | (23 mentions) |
| Aide technique pour nous dire si un projet est admissible | (10 mentions) |
| Formation sur les différentes méthodes de recherche, sources d'information possibles | (5 mentions) |
| Continuer d'offrir l'encadrement par Solidarité rural | (3 mentions) |
| Publier les produits soutenus par la mesure | (1 mention) |
| Information sur les priorités régionales et nationales | (1 mention) |
| Information sur la démarche à suivre pour le dépôt d'une demande | (1 mention) |
| Améliorer et faciliter la communication entre Solidarité rurale et les intervenants | (1 mention) |

Source: Enquête auprès des agents de développement rural, compilation MDERR

Forces et faiblesses observées

Les forces de la mesure, soulevées par le plus d'agents de développement rural, sont : 1) le fait que cette dernière fasse la promotion du côté ancestral de la production (9 mentions); 2) valeur du montant de la subvention octroyée (6 mentions) (tableau 40).

Tableau 40 : Forces de la mesure observées par les agents de développement rural

| FORCES | n |
|--|----------|
| AIDE ACCORDÉE | |
| • Valeur du montant accordé | 6 |
| • L'aide accordée est sous forme de subvention et non de prêt | 5 |
| • Représente la seule forme d'aide possible pour certains promoteurs | 3 |
| • Constitue une subvention au démarrage | 1 |
| GESTION DE LA MESURE ET CRITÈRES DE LA MESURE | |
| • Sérieux de la démarche | 1 |
| • Promoteur peut faire une demande de subvention 2 fois | 1 |
| • Les subventions ne sont pas établies en fonction d'un budget par région | 1 |
| • Vastes clientèles admissibles | 1 |
| RÉPERCUSSIONS | |
| • Fait la promotion du côté ancestral de la production | 9 |
| • Reconnaissance des produits locaux, conserver identité d'un territoire | 5 |
| • Permet de faire connaître les produits du terroir et les promoteurs | 5 |
| • Notoriété associée aux produits subventionnés | 5 |
| • Permet de diversifier l'économie des milieux ruraux | 3 |
| • Favorise l'émergence de produits du terroir | 3 |
| SOUTIEN DES PRODUITS TYPIQUEMENT QUÉBÉCOIS, DÉVELOPPEMENT D'UNE IDENTITÉ QUÉBÉCOISE | |
| • Facilite la mise en marché des produits | 2 |
| • Permet de renforcer le sentiment d'appartenance d'une région | 2 |
| • La réglementation à venir pour les produits du terroir | 1 |
| • Soutient le développement de produits uniques | 1 |
| • Augmente la crédibilité des produits du terroir | 1 |
| • Documente historiquement et culturellement les produits | 1 |

Source: Enquête auprès des agents de développement rural, compilation MDERR

D'un autre côté, la principale faiblesse de la mesure soulevée par les agents de développement rural est que les critères de cette dernière et que la définition des produits du terroir utilisée sont trop restrictifs (tableau 41).

Tableau 41 : Faiblesses de la mesure observées par les agents de développement rural

| FAIBLESSES | n |
|--|----------|
| AIDE ACCORDÉE | |
| • Le budget n'est pas assez gros et la subvention n'est pas assez élevée | 6 |
| GESTION DE LA MESURE ET CRITÈRES DE LA MESURE | |
| • Les critères de la mesure et la définition des produits du terroir sont trop restrictifs | 30 |
| • Processus trop long avant d'avoir une réponse | 5 |
| • Très peu connu par les agents et par la population en général | 5 |
| • La recherche que ça demande aux promoteurs | 4 |
| • Trop de ministères impliqués dans la mesure pour l'approbation d'un dossier | 3 |
| • Caractère exclusif à l'agroalimentaire et à l'agroforesterie | 3 |
| • Formulaire trop lourd et compliqué, lourdeur administrative | 3 |
| • Difficulté d'implanter la mesure dans les régions éloignées | 1 |
| • N'offre pas d'appellation contrôlée | 1 |
| • Incohérente avec la réalité du Québec | 1 |
| • Ne tient pas compte des régions plus jeunes | 1 |
| • Décision prise au national | 1 |

Source: Enquête auprès des agents de développement rural, compilation MDERR

Propositions pour améliorer la mesure

- Revoir la définition; l'harmoniser avec les autres (ne pas limiter la définition aux produits agroforestier et agroalimentaire); il y a confusion entre les 3 ministères impliqués et la SRQ en ce qui concerne la définition des produits du terroir (14 mentions)
- Gestion locale par les CLD ou minimalement régionale (4 mentions)
- Augmenter sa promotion en région (3 mentions)
- Recevoir les détails des dossiers acceptés afin d'avoir des exemples concrets de bons projets (2 mentions)
- Dépôt des documents à un endroit seulement et non dans trois ministères (2 mentions)
- Augmenter l'aide financière (2 mentions)
- Abolir la mesure (2 mentions)
- Diminuer les délais entre le dépôt d'une demande et la décision rendue (2 mentions)
- Permettre aux régions avec un historique de produits plus récents de participer à la mesure (1 mention)
- Mettre en place un comité de coordination dans chaque région qui réunirait les intervenants des ministères impliqués dans la mesure (1 mention)
- Diffuser un inventaire des produits du terroir subventionnés dans chaque région (1 mention)
- Diminuer le nombre d'intervenants pour le cheminement des dossiers (1 mention)
- Donner un feed back sur les dossiers (1 mention)
- Enlever SRQ (1 mention)

5.4.3 Agents des directions régionales

Satisfaction de l'accompagnement, formation et conseils reçus

Les agents des directions régionales sont, de manière générale, satisfaits ou très satisfaits de l'encadrement reçu, particulièrement du MAPAQ et du MDERR (tableau 42).

Tableau 42 : Degré de satisfaction des agents des directions régionales envers différents organismes

| | Très satisfait ou satisfait | | Très insatisfait ou plutôt insatisfait | | NSP ou ne s'applique pas | |
|-------------------------|-----------------------------|------|--|------|--------------------------|------|
| | n | % | n | % | n | % |
| CLD | 23 | 59 % | 3 | 8 % | 13 | 33 % |
| De leur bureau régional | 25 | 64 % | 1 | 3 % | 13 | 33 % |
| Du MDERR | 32 | 82 % | 4 | 10 % | 3 | 5 % |
| Du MAPAQ | 34 | 87 % | 1 | 3 % | 4 | 8 % |
| Du MCC | 25 | 64 % | 10 | 26 % | 4 | 10 % |
| De SRQ | 22 | 56 % | 10 | 26 % | 7 | 18 % |

Source: Enquête auprès des agents des directions régionales, compilation MDERR

Besoins exprimés

Le besoin de formation est celui le plus mentionné par les agents des directions régionales.

- Plus de formation (9 mentions)
- Faire circuler les dossiers acceptés (2 mentions)
- Recevoir les décisions des dossiers pour lesquels j'ai produit un avis (2 mentions)
- Avoir davantage d'outils pour identifier les liens historiques du produit (2 mentions)

- Développer des outils de communication (1 mention)
- Que les agents de développement rural insistent davantage pour que les dossiers soient complets (1 mention).

Forces et faiblesses de la mesure

Le fait que la mesure finance essentiellement des produits agroalimentaires est la faiblesse la plus mentionnée par les agents des directions régionales (tableau 43). D'un autre côté, le fait que la mesure permet de sauvegarder les savoirs faire traditionnels est la force la plus soulevée (tableau 44).

Tableau 43 : Faiblesses de la mesure observées par les agents des directions régionales

| FAIBLESSES | n |
|---|----------|
| Mesure trop rigide, peu de projets sont admissibles, s'adresse presque uniquement aux produits agroalimentaires | 11 |
| Mesure peu connue des promoteurs et des agents de développement rural, manque de promotion | 9 |
| Difficulté à démontrer le caractère historique du produit | 5 |
| Définition de produit du terroir est imprécise et pas claire | 4 |
| Manque de coordination et de communication entre MDERR, MCC, MAPAQ et le SRQ | 4 |
| Montants des subventions sont faibles | 3 |
| La SRQ est trop impliquée | 2 |
| Budget à gestion non régionale | 2 |
| Le comité national de sélection ne transmet pas ses décisions aux directions régionales | 2 |
| Délais de traitement des demandes | 2 |
| Lourdeur administrative, 2 à 3 avis par projet | 2 |
| Ne protège pas l'appellation «produit du terroir» | 2 |
| Mauvaise compréhension de la définition par les intervenants et les promoteurs | 2 |
| Mesure non adaptée aux besoins et aux réalités des régions | 2 |
| Absence de comité régional | 1 |

Source: Enquête auprès des agents des directions régionale, compilation MDERR

Tableau 44 : Forces observées par les agents des directions régionales

| FORCES | n |
|--|----------|
| Permet de sauvegarder les savoirs faire traditionnels | 9 |
| Permet de diversifier l'économie régionale (emplois) | 7 |
| Permet de développer de nouveaux produits du terroir | 5 |
| Permet de faire connaître les produits du terroir | 5 |
| Représente la seule forme d'aide financière pour ces projets | 5 |
| Valorise les projets d'appartenance locale et régionale | 4 |
| Favorise le développement de nouvelles entreprises | 4 |
| Ça s'adresse aux petites entreprises | 2 |
| Aide à l'entrepreneurship | 2 |
| Enveloppe budgétaire | 1 |
| Présence d'un comité national de sélection des projets | 1 |
| Notoriété et la reconnaissance pour l'entreprise qui s'est qualifiée | 1 |
| Mesure qui est unique | 1 |
| Son originalité | 1 |
| Flexibilité administrative | 1 |
| Fait connaître les régions à la population | 1 |

Source: Enquête auprès des agents des directions régionales, compilation MDERR

Propositions pour améliorer la mesure et sa gestion

- Modifier la définition de produit du terroir; ne pas se limiter aux produits agroalimentaires et agroforestier (9 mentions)
- Directives provinciales, gestion régionale (7 mentions)
- Augmenter la promotion de la mesure, elle n'est pas assez connue (6 mentions)
- Réduire les délais de réponse (3 mentions)
- Si la mesure reste comme telle, on doit l'abolir, car les projets qui devaient être acceptés l'ont déjà été, la mesure crée beaucoup d'insatisfaits (2 mentions)
- Montants (\$) de la subvention plus élevés pour les promoteurs (2 mentions)
- Donner plus de formation aux agents de développement rural (1 mention)
- Redéfinir les objectifs de la mesure (1 mention)
- Moins d'intervenants impliqués dans le processus d'acheminement des demandes (du dépôt à la réception) (1 mention)
- Aviser tous les intervenants quotidiennement de l'état des demandes (liste des acceptations des projets et des refus, raisons des refus) (1 mention)
- Développer des outils de communication entre les intervenants de tout le Québec (1 mention).

FAITS SAILLANTS 5.4

- Dans l'ensemble, les promoteurs (85 %) de projets sont satisfaits ou très satisfaits de leur participation à la mesure. Ils estiment que la présence de la MSDPT a contribué de façon importante à la réalisation plus rapide de leur projet (71 %). Ils considèrent également qu'elle a contribué financièrement de façon très importante à la réalisation de leur projet (82 %).
- Tous les promoteurs dont le projet a été refusé semblent bien comprendre la raison de leur refus.
- 64 % des promoteurs ont rencontré des difficultés dans l'élaboration de leur projet. Le manque de soutien financier, le manque d'encadrement, la difficulté à démontrer que leur produit est un produit du terroir et la lourdeur administrative sont les principales difficultés soulevées par ces derniers.
- Dans l'ensemble (73 %), les promoteurs sont satisfaits ou très satisfaits de l'encadrement reçu tout au long de l'élaboration de leur projet.
- 59 % des promoteurs ayant participé au sondage sont satisfaits ou très satisfaits de la durée; alors que 37 % sont insatisfaits ou très insatisfaits.
- De manière générale, les promoteurs sont plutôt satisfaits ou très satisfaits des exigences requises et des modes de promotion de la mesure. Toutefois, 31 % des promoteurs se disent insatisfaits ou très insatisfaits de la promotion de la mesure.
- Les propositions des promoteurs pour améliorer la mesure qui reviennent le plus souvent sont d'augmenter la promotion de la mesure, et d'augmenter le suivi et le soutien à tous les niveaux du processus de sélection des demandes.
- Les agents de développement rural et les agents des directions régionales sont, de manière générale, satisfaits ou très satisfaits de l'encadrement reçu.
- Le besoin de formation est celui le plus soulevé par les agents de développement rural et par les agents des directions régionales.
- La principale faiblesse de la mesure soulevée par les agents de développement rural et par les agents des directions régionales est que les critères de la mesure et que la définition des produits du terroir utilisées sont trop restrictifs.

CHAPITRE 6 ⇨ ÉVALUATION DES IMPACTS

6.1 IMPACTS SUR LE DÉVELOPPEMENT DES COMMUNAUTÉS RURALES

6.1.1 Dans quelle mesure la MSDPT a-t-elle contribué à sauvegarder et assurer la pérennité des savoirs et des traditions du patrimoine local et régional par la mise en valeur du patrimoine rural québécois ?

Pérennité des produits subventionnés

Une question de l'enquête vérifiait si les promoteurs dont le projet a été subventionné fabriquaient toujours le produit pour lequel ils ont reçu une subvention dans le cadre de la mesure. La majorité (93 %) des promoteurs ont répondu oui; 4 % n'ont pas répondu étant donné que le produit n'est pas encore développé, 2 % n'ont pas répondu et 1 % ont répondu non.

Perception des promoteurs et des intervenants

La majorité des promoteurs (77 %) et des agents des directions régionales (69 %) estiment que la mesure a contribué à sauvegarder et assurer la pérennité des savoirs et des traditions du patrimoine local et régionale par la mise en valeur du patrimoine rural québécois. Toutefois, seulement 28 % des agents de développement rural partagent cette opinion.

6.2 DANS QUELLE MESURE LA MSDPT A-T-ELLE CONTRIBUÉ À LA DIVERSIFICATION DE L'ÉCONOMIE AGRICOLE ET RURALE PAR LA MISE EN VALEUR DES RESSOURCES LOCALES ?

Nombre et type d'attraits touristiques développés parallèlement aux produits du terroir

Parmi les promoteurs ayant participé au sondage, 55 % affirment que leur entreprise fait partie d'une route touristique. Ainsi, les touristes qui viennent acheter le produit sont appelés à visiter d'autres entreprises de la localité.

Perception des promoteurs et des intervenants

La majorité (73 %) des promoteurs juge que la mesure a contribué à la diversification de l'économie agricole et rurale par la mise en valeur des ressources locales. Néanmoins, seulement 43 % des agents de développement rural et 38 % des agents des directions régionales sont de cet avis.

6.3 DANS QUELLE MESURE LA MSDPT A-T-ELLE CONTRIBUÉ À LA VALORISATION DES TERROIRS LOCAUX PAR LE MAINTIEN ET LE DÉVELOPPEMENT DE L'ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE EN RÉGION ?

Perception des promoteurs et des intervenants

Au total, 86 % des promoteurs, 46 % des agents de développement rural et 67 % des agents des directions régionales estiment que la mesure a contribué à la valorisation des terroirs locaux par le maintien et le développement de l'activité économique en région.

6.4 DANS QUELLE MESURE LA MSDPT A-T-ELLE CONTRIBUÉ À RENFORCER LE SENTIMENT D'APPARTENANCE DES HABITANTS ?

La majorité (71 %) des promoteurs pense que la MSDPT a contribué à renforcer le sentiment d'appartenance des habitants de leur localité. De leur côté, les agents des directions régionales sont plutôt partagés; la moitié pense que la mesure a contribué à cette retombée alors que l'autre moitié pense que non.

6.5 DANS QUELLE MESURE LA MSDPT A-T-ELLE CONTRIBUÉ À LA PROTECTION DU MODE DE VIE ET DU SAVOIR-FAIRE RURAL ?

Les promoteurs estiment, dans une proportion de 78 %, que la mesure a contribué à la protection du mode de vie et du savoir-faire rural. Cependant, seulement 23 % des agents des directions régionales partagent cet avis.

CONCLUSION

PERTINENCE

La mesure constitue la seule mesure du gouvernement québécois visant spécifiquement la sauvegarde et la pérennité des savoirs et des traditions du patrimoine local et régional, en assistant financièrement les promoteurs des milieux ruraux, qui mettent en valeur les produits agroalimentaires et agroforestiers représentatifs des terroirs locaux et régionaux du Québec.

Toutefois, une grande partie du budget n'est pas utilisée par manque de bons dossiers. En effet, entre 1998-1999 et 2003-2004, la proportion annuelle du budget de la mesure allouée au financement de projets varie de 4 % à 90 %. Des sommes ont dû être transférées à d'autres programmes. Ainsi, au cours des trois dernières années le tiers du budget a été transféré à la mesure « Engagement d'agents de développement rural ».

Également, il faut remarquer que 55 % des agents de développement rural ne voient pas d'utilité à la mesure dans leur MRC.

La faiblesse de la mesure la plus soulevée par les agents de développement rural (30 / 92) et par les agents des directions régionales (9 / 48) est que la définition de la mesure est trop restrictive. Dans le même sens, la proposition pour améliorer la mesure la plus mentionnée par ces deux groupes d'intervenants est d'élargir la définition de produits du terroir à d'autres types de produits (ne pas se limiter aux produits agroforestier et agroalimentaire).

Enfin, la promotion de la mesure est assurée par Solidarité rurale du Québec. Différents outils promotionnels ont été utilisés : dépliants, affiches, mini-cd, tournée des régions en 2002, site Web, formation des agents de développement rural en 2003. Malgré ces efforts, une des principales faiblesses observées par les agents des directions régionales est que la mesure est peu connue des promoteurs et des agents de développement rural. Dans le même sens, la proposition pour améliorer la mesure soulevée par le plus de promoteurs est d'augmenter la promotion de celle-ci.

EFFICACITÉ

Sur la base des renseignements recueillis, la mesure aurait atteint trois de ses quatre objectifs, soit :

- 1) soutenir et diversifier l'offre de produits du terroir offerte en région;
- 2) soutenir l'entrepreneuriat et l'emploi dans les milieux ruraux;
- 3) promouvoir l'occupation du territoire.

Toutefois, les avis des agents de développement rural et ceux des agents de développement régional sont divergents sur cette question. Les intervenants et les promoteurs semblent plutôt partagés sur l'atteinte ou non du quatrième objectif «promouvoir l'utilisation des ressources locales».

IMPACT

Les promoteurs, les agents de développement rural et les agents de directions régionales n'ont pas la même perception des retombées entraînées par la mesure. Pour plus de 70 % des promoteurs, la MSDPT a contribué :

- 1) à favoriser la sauvegarde et à assurer la pérennité des savoirs et des traditions du patrimoine local et régional par la mise en valeur du patrimoine rural québécois;
- 2) à la diversification de l'économie agricole et rurale par la mise en valeur des ressources locales;
- 3) à la valorisation des terroirs locaux par le maintien et le développement de l'activité économique en région;
- 4) à renforcer le sentiment d'appartenance des habitants et à la protection des modes de vie et du savoir-faire. Les agents des directions régionales et surtout les agents de développement rural sont moins nombreux à percevoir de telles retombées.

DOCUMENTS CONSULTÉS

Dépliants promotionnels de la mesure

MDER, Équipe de développement rural, Devis technique : évaluation de la mesure de soutien au développement des produits du terroir, document de travail, 17 décembre 2003.

MDER, Politique nationale de la ruralité, une vision d'avenir, 2001.

ROSSI, Peter H. et Howard E. FREEMAN, (1998) *Evaluation, A Systematic Approach*, 6e édition, Sage Publications.

Solidarité rurale du Québec, Formation sur la mesure de soutien aux produits du terroir, 2003.