

**Évaluation périodique des interventions de la  
Fédération des producteurs de  
lait du Québec  
dans la mise en marché**

Le 29 juillet 2010

## TABLE DES MATIÈRES

<b>1. LE MANDAT</b>	3
<b>2. LA SÉANCE PUBLIQUE</b>	3
<b>3. LES PARTICIPANTS</b>	4
<b>4. LA SITUATION DE L'INDUSTRIE :</b>	4
<b>Portrait sommaire de l'industrie laitière québécoise</b>	4
– LE SYSTÈME CANADIEN DE GESTION DE L'OFFRE	5
– LES MARCHÉS	6
• Consommation	6
• Approvisionnement du marché canadien	7
• Distribution - détail - service alimentaire	8
• Marques privées	9
• Commerce international	9
– LA TRANSFORMATION	10
– LA PRODUCTION	11
• Valacta	12
• Situation financière des fermes laitières	12
– LA MISE EN MARCHÉ	13
– PUBLICITÉ ET PROMOTION	13
– RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT	13
<b>5. LE MÉMOIRE DE LA FÉDÉRATION DES PRODUCTEURS DE LAIT DU QUÉBEC</b>	14
5.1 OBJECTIFS DU PLAN CONJOINT ET MISSION DE LA FÉDÉRATION	14
5.2 CHAMPS D'INTERVENTIONS	15
• ASSURER LES CONDITIONS DE VIE ET LES REVENUS DES PRODUCTEURS	15
• OBTENIR LES CONDITIONS DE MISE EN MARCHÉ AVANTAGEUSES	16
• CONTRÔLER LA PRODUCTION POUR UN PRODUIT DE QUALITÉ	17
• CONTRÔLER LA PRODUCTION POUR DES FERMES À PROPRIÉTAIRES EXPLOITANTS	18
• AUGMENTER LA CONSOMMATION DU LAIT	18
• AMÉLIORER LA PRODUCTIVITÉ ET ABAISSER LE PRIX DE REVIENT	18
• RECHERCHER LA COOPÉRATION DES ASSOCIATIONS DE PRODUCTEURS	19
5.3 ANALYSE DES RÉSULTATS OBTENUS	20
5.4 PLAN STRATÉGIQUE 2007-2017	20
<b>6. LES COMMENTAIRES ET OBSERVATIONS DU CONSEIL DES INDUSTRIELS LAITIERS DU QUÉBEC</b>	22
<b>7. LES COMMENTAIRES ET OBSERVATIONS D'AGROPUR COOPÉRATIVE</b>	24
<b>8. L'ANALYSE DE LA RÉGIE</b>	27
<b>9. LES RECOMMANDATIONS</b>	29

29 juillet 2010

Rapport d'évaluation périodique

## 1. LE MANDAT

Selon l'article 62 de la *Loi sur la mise en marché des produits agricoles, alimentaires et de la pêche*<sup>1</sup> (la Loi) et tenant compte de la politique qu'elle a établie, la Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec doit procéder à une évaluation périodique des interventions des offices dans la mise en marché.

En effet, cet article précise que :

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

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

## 2. LA SÉANCE PUBLIQUE

C'est en vertu de cette disposition législative que la Régie tient à Saint-Hyacinthe, le 17 septembre 2009, une séance publique portant sur l'évaluation des interventions de la Fédération des producteurs de lait du Québec (la Fédération) dans la mise en marché en tant qu'administrateur du *Plan conjoint (1980) des producteurs de lait du Québec* (le Plan conjoint). Préalablement à cette séance, la Régie a transmis une invitation aux administrateurs du Plan conjoint et aux intervenants concernés à laquelle étaient joints un ordre du jour détaillé et une liste de questions susceptibles de faciliter la préparation des intervenants. La Régie a également avisé les personnes intéressées en publiant un avis dans *La Terre de chez nous* du 27 août 2009 en les invitant à participer à la séance.

Les objectifs poursuivis lors de la séance publique sont :

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

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

---

<sup>1</sup> L.R.Q., c. M-35.1.

### 3. LES PARTICIPANTS

Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec :

Monsieur René Cormier, président de la séance  
Monsieur Benoît Harvey, régisseur  
Madame Louise Cobetto, régisseuse  
Monsieur Louis Dufour, conseiller économique.

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

- ◆ Fédération des producteurs de lait du Québec :
  - Monsieur Marcel Groleau, président
  - Monsieur Alain Bourbeau, directeur général
  - Monsieur André Belzile, secrétaire général
  
- ◆ Conseil des industriels laitiers du Québec :
  - Monsieur Pierre Nadeau, président, directeur général
  - Monsieur Charles Langlois, vice-président
  
- ◆ Agropur Coopérative :
  - Monsieur Serge Riendeau, président
  - Monsieur Dominique Benoît, vice président affaires institutionnelles
  - Madame Claudine Martel, directrice approvisionnements laitiers
  
- ◆ Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec :
  - Monsieur Daniel Roy, directeur
  - Direction des politiques commerciales et intergouvernementales
  - Monsieur Alain C. Blais, agent de recherche
  - Direction des politiques commerciales et intergouvernementales
  - Madame Marie-Hélène Zarnicovan, agente de recherche
  - Direction des politiques commerciales et intergouvernementales.

### 4. LA SITUATION DE L'INDUSTRIE

#### PORTRAIT SOMMAIRE DE L'INDUSTRIE LAITIÈRE QUÉBÉCOISE

Au nom du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ), MM. Daniel Roy, Alain C. Blais et Mme Marie-Hélène Zarnicovan présentent les grandes lignes du document préparé par ce ministère et intitulé « Portrait sommaire de l'industrie laitière québécoise ». M. Roy mentionne, en premier lieu, que le document est principalement descriptif de la situation de l'industrie laitière au Québec et ne présente pas d'analyse ni de recommandation. Le document aborde et décrit l'industrie laitière québécoise à travers 5 grands thèmes, soit :

**29 juillet 2010****Rapport d'évaluation périodique**

- le système canadien de gestion de l'offre
- les marchés
- la transformation
- la production
- la mise en marché.

Le document apparaît sur le site Internet du ministère et peut y être consulté. Une copie du document est aussi conservée dans les archives de la Régie. La Régie en fait un résumé succinct.

### **Le système canadien de gestion de l'offre**

Le *Plan conjoint (1980) des producteurs de lait du Québec* (Plan conjoint), dont l'administrateur est la Fédération des producteurs de lait du Québec, voit à la mise en marché du lait au Québec, et ce, dans un encadrement réglementaire québécois et canadien. En vertu de la Loi, la Fédération a adopté des règlements pour encadrer la production et la mise en marché du lait, a négocié et signé, avec les acheteurs de lait, des conventions de mise en marché du lait et a négocié et signé, avec les transporteurs de lait, une convention de transport du lait.

La Fédération est aussi signataire du Plan national de commercialisation du lait, l'entente fédérale-provinciale maîtresse. Cette entente qui vise à assurer, par l'émission de quotas de production, un équilibre entre la demande et l'offre de lait au Canada et une juste rétribution des producteurs tout en garantissant aux consommateurs un approvisionnement suffisant de lait de qualité.

Les autres ententes fédérales-provinciales signées par la Fédération sont l'Entente globale sur la mise en commun des revenus du lait (P-10) conclue en 1995 et modifiée le 1<sup>er</sup> août 2003, l'Accord sur la mise en commun du lait dans l'est du Canada (P-5) conclu en 1995 et modifié en 2009 et l'Entente pour l'adhésion de la province de Terre-Neuve et Labrador au Plan national de commercialisation du lait et à l'Entente globale sur la mise en commun des revenus du lait mise en place le 1<sup>er</sup> août 2001. Elles visent, entre autres, le partage des revenus du lait entre les producteurs canadiens, la classification, pour fin de paiement du lait, des produits laitiers, les normes de qualité, la mise en commun des coûts de transport, l'harmonisation des règles de vérification des transactions producteurs-acheteurs et les politiques d'écoulement des surplus de production.

Le MAPAQ rappelle qu'une protection aux frontières a été instaurée au Canada pour limiter l'entrée des produits étrangers compétiteurs. Les contrôles d'import-export sont effectués au moyen de licences d'importation accordées par le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international en vertu de la *Loi sur les licences d'exportation et d'importation*<sup>2</sup>).

Les producteurs québécois mettent en marché, chaque semaine, plus de 50 millions de litres de lait, dirigés dans plus de 110 usines par 270 camions citernes. Le Québec est la plus importante province laitière au Canada et celle qui produit le plus de fromage, de beurre et de yogourt du pays.

---

<sup>2</sup> L.R., 1985, ch. E-19.

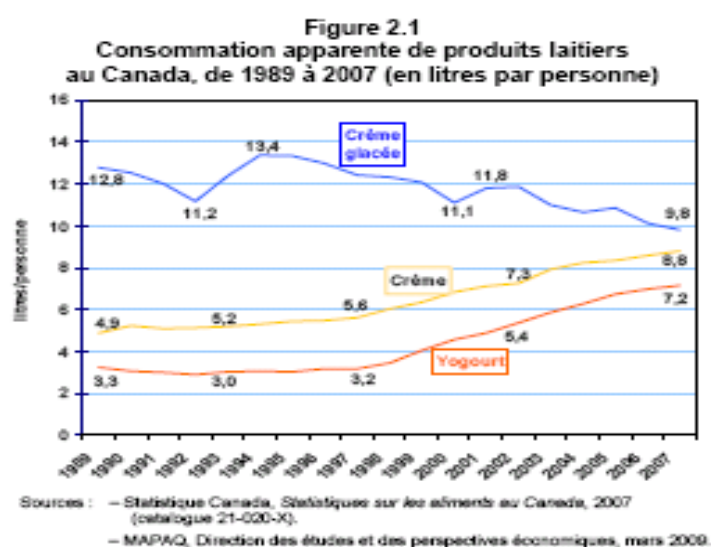
29 juillet 2010

Rapport d'évaluation périodique

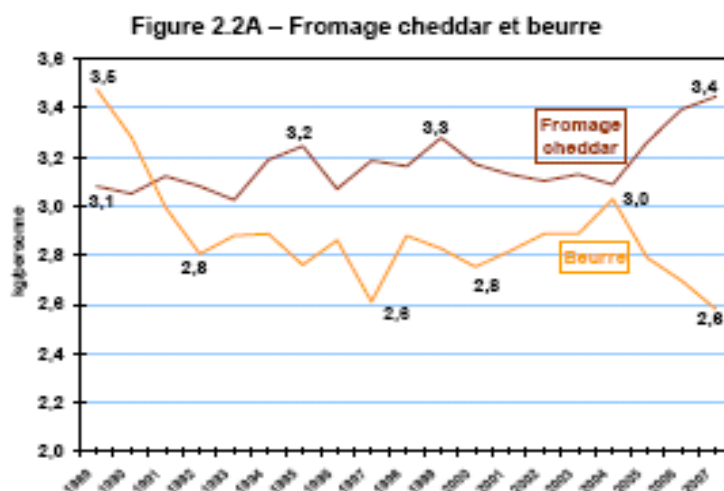
## Les marchés

### La consommation

La consommation des produits laitiers a crû de 12 % au Canada de 1997 à 2007. Entre 1989 et 2007, la consommation de lait à boire a diminué, passant de 96,7 à 83,0 litres/personne. Dans cette catégorie, le lait écrémé 2 % a perdu des parts de marché, tandis que les laits partiellement écrémés et les lait écrémés ont connu une hausse de consommation. Les figures suivantes montrent l'évolution de la consommation de différents produits laitiers.



Consommation apparente de produits laitiers au Canada,  
de 1989 à 2007 (en kilogrammes par personne)



29 juillet 2010

Rapport d'évaluation périodique

Les prévisions de consommation des produits laitiers ne sont pas optimistes. Agriculture et Agroalimentaire Canada prévoit que, d'ici 2020, la consommation par personne aura diminué de 9 % en raison, entre autres, du vieillissement de la population, de la dénatalité et de l'immigration. Les Canadiens vont consommer d'autres produits capables de fournir un bon apport de calcium comme les boissons de soya, les jus enrichis ou encore certains légumes reconnus comme une bonne source de calcium. Malgré ce pronostic, plusieurs produits laitiers peuvent offrir de bonnes perspectives de développement comme, par exemple, les laits aromatisés, les laits enrichis ou biologiques, les crèmes ou les yogourts.

#### L'approvisionnement du marché canadien

Le Québec est le principal fournisseur de produits laitiers au Canada. De 2003 à 2007, il a maintenu ou augmenté sa part de production pour tous les produits sauf en ce qui concerne le beurre.

**Tableau 2.1**  
**Pourcentage des produits laitiers**  
**fabriqués au Québec par rapport à la production canadienne, en 2003 et 2007**

Type de production	2003	2007
	%	%
Lait de consommation	23,4	23,1
Crème	16,1	16,6
Cheddar	45,9	51,0
Autres fromages	52,3	53,7
Beurre	42,3	37,9
Yogourt	58,9	69,8
Crème glacée	2,3	nd*

\* nd : Cette abréviation signifie que les données sont confidentielles.

Sources : AAC, Production et ventes de produits laitiers.

MAPAQ, Direction des études et des perspectives économiques, mars 2009.

MAPAQ, Direction des politiques commerciales et intergouvernementales, août 2009.

**29 juillet 2010****Rapport d'évaluation périodique**

Ce constat permet au MAPAQ d'affirmer que l'industrie laitière québécoise a su s'adapter tant du point de vue de l'approvisionnement des usines que de sa structure industrielle. La Fédération et les transformateurs ont négocié des dispositions qui ont permis de diriger le lait vers les produits demandés par le consommateur.

Le surplus structurel de poudre de lait écrémé est encore élevé au Canada avec plus de 83 000 tonnes en 2008 et environ 68 000 tonnes en 2009. Ce surplus était de 33 000 tonnes en 2000. Le surplus structurel résulte du déséquilibre entre les quantités totales de matière grasse du lait (base du contingentement) qui sont demandées et utilisées par les transformateurs et les quantités des autres solides du lait qui ne trouvent pas preneurs sur le marché.

Cette situation force les producteurs laitiers canadiens et québécois à adopter différentes mesures pour en limiter la croissance. Ces volumes de poudre doivent être vendus à rabais sur le marché. Ainsi, il y a eu établissement d'un ratio gras/solide non gras du lait que les producteurs ne doivent pas dépasser, auquel cas les composants en excès ne sont pas payés.

#### La distribution – le détail – le service alimentaire

En 2007, au Québec, 1350 magasins de détail accaparaient 82 % (55 % pour les supermarchés, épicerie et dépanneurs) de la distribution contre 18 % pour le secteur hôtellerie-restauration-institutions (HRI). À l'intérieur du magasin de détail, le comptoir laitier occupe environ 15 % de l'espace total de vente. Au Québec, la vente au détail est l'affaire de trois grandes chaînes d'alimentation, soit Loblaws-Provigo, IGA-Sobey's et Métro.

Par ailleurs le marché de l'alimentation hors du domicile est toujours en croissance et occupait, en 2007, près de 39 % du budget alimentaire des ménages canadiens. Ce marché est important pour le secteur laitier, la restauration rapide utilisant beaucoup les produits fromagers.

29 juillet 2010

Rapport d'évaluation périodique

Les marques privées

Au Québec, les marques privées des trois grands distributeurs alimentaires sont très présentes sur le marché, sauf pour les produits de lait de consommation où les grands transformateurs laitiers commercialisent sous leurs propres marques. Le beurre est le produit le plus souvent rencontré sous les marques privées (55,4 %). Pour les autres produits, les proportions vendues sous marques privées vont de 14 % pour les pizzas surgelées à 32 % pour le fromage cheddar préemballé. Au Québec, aucune grande chaîne d'alimentation ne possède d'usine laitière.

Le commerce international

Selon Agriculture et Agroalimentaire Canada, le commerce mondial des produits laitiers représentait moins de 7 % du commerce agroalimentaire mondial en 2007. En 2001, le Québec avait, pour les produits laitiers, un solde commercial positif de 100 millions \$. Il est devenu négatif de 78 millions \$ en 2007. Au Canada, pour les mêmes années, le solde commercial est passé de -21 millions \$ à -209 millions \$. Le tableau qui suit en décrit l'évolution.

**Exportations et importations de produits laitiers au Québec,  
en Ontario et au Canada de 1997 à 2007**

<b>EXPORTATIONS</b>	<b>1997</b>	<b>1999</b>	<b>2001</b>	<b>2003</b>	<b>2005</b>	<b>2007</b>
Québec	207	200	219	167	94	89
Ontario	89	117	172	162	158	172
Canada	371	366	442	361	277	301

<b>IMPORTATIONS</b>						
Québec	92	102	119	146	160	167
Ontario	142	177	309	264	292	288
Canada	259	309	463	447	488	510

<b>SOLDE</b>						
Québec	116	98	100	22	-66	-78
Ontario	-53	-59	-137	-102	-134	-116
Canada	112	58	-21	-86	-211	-209

Source : Statistique Canada, Statistiques sur le commerce international.  
MAPAQ, Direction des politiques commerciales et intergouvernementales, janvier 2009.

**29 juillet 2010****Rapport d'évaluation périodique**

La baisse de 19 % des exportations canadiennes est en grande partie due aux décisions de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) de 2002 relatives au programme d'exportation du lait canadien. La même tendance a été observée au Québec.

Par contre, l'Ontario a vu ses exportations progresser pendant la même période. Cette situation s'explique par le fait que, même si la transformation n'y a pas été faite, les produits exportés à partir de l'Ontario sont considérés comme des produits exportés par l'Ontario. De plus, le programme Importation pour Réexportation a été beaucoup plus utilisé par les transformateurs ontariens que par ceux du Québec.

Enfin, pour expliquer la forte baisse des exportations canadiennes et québécoises, rappelons que 1997 avait été une forte année de production laitière hors quota, ce qui avait induit une forte activité d'exportation.

Quant aux importations, celles du Québec ont connu une croissance modérée entre les années 1997-2007. Celles du Canada et de l'Ontario ont été plus fortes. Les importations canadiennes se font aussi sous des formes autres que celles des produits laitiers standards, notamment sous la forme de mélanges et d'ingrédients laitiers. L'importation de ces produits n'est pas contingentée et les transformateurs les intègrent dans leurs fabrications. Ces produits non contingentés sont les mélanges d'huile de beurre et sucre, la caséine et les produits de caséine, les concentrés protéiques de lactosérum, le lactosérum évaporé, condensé et liquide, le lactose, la lactalbumine etc. Ils proviennent principalement d'Europe et de Nouvelle-Zélande.

Il n'y a pas eu au Canada et au Québec d'augmentation de production de ces produits étant donné l'offre mondiale très importante et à prix très compétitifs. Depuis 1994, ces importations sont passées de 22 millions à 122 millions de kg, remplaçant ainsi une partie non négligeable de la matière grasse canadienne et augmentant le surplus structurel de solides non gras.

### **La transformation**

Au Québec, 56 % des 2,9 milliards de litres de lait sont transformés en fromage, 6,6 % en yogourt et crème glacée, et 24 % en lait de consommation. La fabrication de beurre et de poudre de lait écrémé ne requiert que 13 % du volume.

Au cours des 20 dernières années, il y a eu une forte rationalisation de l'industrie. La transformation québécoise et canadienne est maintenant dominée par trois grands joueurs qui reçoivent à eux seuls les trois quarts de la production. Ce sont Saputo, Agropur Coopérative et Parmalat Canada. La croissance de ces entreprises passera vraisemblablement par une expansion dans les pays étrangers.

Les entreprises de transformation intermédiaires transformant entre 5 et 50 millions de litres de lait sont en baisse au Québec. Leur nombre est passé de 54 en 1986 à 32 en 2006. Pendant ce temps, le nombre de petites entreprises a connu une croissance importante, passant de 28 à 71. Ces petites entreprises, principalement fromagères, mettent en marché une gamme de produits très diversifiés.

29 juillet 2010

Rapport d'évaluation périodique

La valeur des livraisons manufacturières canadiennes est passée de 8,3 milliards de dollars en 1997 à 12,6 milliards en 2007. La part du Québec a décliné, passant de 37 % à 31 %. Ce sont les provinces autres que le Québec et l'Ontario qui ont augmenté leur part. Celles-ci ont vu leur part passer de 27 % à 32 % en raison de l'augmentation plus forte de leur population. Enfin, le Québec est, de loin, le plus grand producteur de fromage et de yogourt au Canada.

Le secteur manufacturier laitier fournit 20 565 emplois au Canada, dont 7 518 au Québec.

Au Québec, la transformation suit les tendances du marché. Les produits traditionnels comme le beurre et le lait concentré perdent de l'importance au profit des produits avec une meilleure valeur ajoutée tels les fromages fins, les yogourts, les aliments dotés de propriétés fonctionnelles et les produits destinés à une seconde transformation. Les produits laitiers biologiques sont aussi en croissance avec 34 millions de litres de lait transformés en 2009 comparativement à 2 millions en 1999.

Malgré l'importance et la force de l'industrie laitière, les transformateurs craignent toujours les imitations de produits laitiers tels les simili-fromages qui mettent en danger l'utilisation de leurs produits laitiers par les entreprises de transformation secondaire et les services alimentaires. Ces imitations entrent en concurrence directe avec les produits laitiers en raison principalement de leur bas coût.

### La production

Le Québec avec 113 millions de kg de matière grasse et l'Ontario avec 97 millions de kg accaparent 71 % du quota laitier canadien. Le tableau qui suit donne la répartition de la production entre les régions canadiennes en 2007.

QUOTA TOTAL DE LAIT PAR RÉGION EN 2007		
	kg de m.g. (M)	Production totale %
Atlantique	15,57	5,2
Québec	113,25	38,1
Ontario	97,05	32,7
Ouest	69,35	23,5

Entre 1998 et 2007, à raison de 340 fermes par an, le nombre de fermes a diminué de 33 % au Québec, diminution identique à la moyenne canadienne. Par contre, au Québec, la taille du troupeau moyen s'est accrue de 26 % pour atteindre 56 vaches en 2007. Pendant la même période, la taille des troupeaux de l'Alberta croissait de 29 % (120 vaches/troupeau en 2007) et celle de l'Ontario de 31 % (73 vaches/troupeau en 2007). Pour ce qui est de la production par vache, celle du Québec a augmenté de 18 % pour atteindre 7 413 litres en 2007. L'Ontario et l'Alberta ont eu respectivement des croissances de 20 % (7 600 litres) et 25 % (8 000 litres).

Malgré la diminution du nombre de fermes, la production laitière québécoise n'a diminué que de 1,6 %. Si plusieurs régions ont vu leur production régionale diminuer de plus de 10 %, la région de Chaudière-Appalaches voyait la sienne augmenter de 10,3 %. Le volume de production des fermes laitières québécoises a connu une forte croissance. Le nombre d'entreprises produisant plus de 315 000 litres de lait par an a augmenté de 50 %, passant de 2 381 fermes en 1997 à 3 747 en 2008.

29 juillet 2010

Rapport d'évaluation périodique

En 2007, 6 % des troupeaux québécois sont dans des étables à stabulation libre alors que la proportion est de 80 % en Alberta et 24 % en Ontario. Cette technologie est associée aux plus grands troupeaux.

### Valacta

En 2006, la Fédération des producteurs de lait du Québec, en collaboration avec l'Université McGill et le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec, a, à partir du Programme d'analyse des troupeaux laitiers du Québec (PATLQ), mis en place VALACTA, le centre d'expertise en production laitière du Québec. Sa mission est de *réunir les forces du milieu pour améliorer l'efficacité technique et économique des entreprises laitières en stimulant le développement du savoir, sa diffusion et son adoption par les producteurs laitiers*. Ce centre d'expertise a étendu ses activités aux provinces de l'Atlantique en fusionnant ses actions avec celles de la Corporation d'amélioration du bétail laitier de l'Atlantique (CABLA).

### Situation financière des fermes

La situation financière des fermes laitières du Québec, comparativement à celle des fermes de l'Ontario et de l'Alberta, se caractérise par une plus grande croissance du revenu agricole net entre 1997 et 2007. Par ailleurs, même si le taux d'endettement des fermes québécoises est plus élevé, l'actif net agricole s'est davantage accru. Le tableau qui suit résume l'évolution du portrait financier de ces fermes de 1997 à 2007.

### **Portrait financier des entreprises laitières au Québec, en Ontario et en Alberta** (résultats moyens par ferme, de 1997 à 2007)

	Québec		Ontario		Alberta	
	2007	Variations annuelles moyennes % 1997-2007	2007	Variations annuelles moyennes % 1997-2007	2007	Variations annuelles moyennes % 1997-2007
Revenus totaux (\$)	376 175	13,1	433 918	9,3	783 964	7,9
Dépenses totales (\$)	286 854	14,2	337 635	9,6	636 282	9,6
Revenu agricole net comptant (\$)	89 321	10,2	96 283	8,2	147 683	3,0
Pourcentage des dépenses totales dans les revenus totaux	76,3%		77,8 %		81,2%	
Actif total (\$)	2 412 444	16,9	3 324 902	14,3	5 662 553	15,1
Passif total (\$)	716 366	27,3	725 676	21,3	1 486 572	26,7
Avoir net agricole (\$)	1 696 078	14,0	2 599 226	12,8	4 175 981	12,5
Taux d'endettement	29,7%		21,8%		26,3%	

Sources : Statistique Canada, Enquête financière sur les fermes.  
MAPAQ, Direction des politiques sur la gestion des risques, avril 2009.  
MAPAQ, Direction des politiques commerciales et intergouvernementales, avril 2009.

**29 juillet 2010****Rapport d'évaluation périodique**

### **La mise en marché**

La Fédération des producteurs de lait du Québec met en marché les 2,9 milliards de litres de lait produit au Québec. Cette mise en marché se fait dans le cadre de quatre conventions :

- Conventions de mise en marché du lait
- Convention de frais de vérification et services connexes
- Convention de dosage de composants des échantillons de lait de citernes et de producteurs aux fins de paiement du lait
- Convention de transport du lait.

Deux conventions quasi identiques de mise en marché du lait lient la Fédération aux acheteurs. L'une signée avec le Conseil des industriels laitiers du Québec et l'autre avec Agropur coopérative. Ces conventions encadrent, entre autres, les garanties et les règles d'approvisionnement aux usines, la qualité du lait et les prix payés par les transformateurs. Ces conventions échues depuis le 31 juillet 2006 font actuellement l'objet d'un arbitrage.

La Convention de frais de vérification et services connexes liant la Fédération, le Conseil, Agropur et la Régie stipule que la Régie procède à la vérification des transactions laitières et que les producteurs et les industriels assument, à parts égales, le financement des coûts du système. Par le moyen d'un système informatique en ligne, les entreprises de transformation sont en mesure de fournir directement leurs données à la Régie qui procède par la suite à la vérification de l'utilisation et du paiement des composants du lait. Ce système de collecte et d'analyse des données a permis d'augmenter considérablement l'efficacité de la vérification.

La Convention de dosage des composants a été conclue entre la Fédération, le Conseil, Agropur et le PATLQ. Par cette convention, les parties confient à VALACTA le mandat de réaliser le dosage des composants du lait servant au paiement du lait aux producteurs par la Fédération ou les coopératives et à la Fédération par les entreprises de transformation laitière.

La Convention de transport du lait lie la Fédération, Agropur coopérative, l'Association des transporteurs de lait du Québec, Nutrinor coopérative agro-alimentaire du Saguenay-Lac-St-Jean et le Syndicat des producteurs de lait de Québec. Elle détermine les règles de transport du lait de la ferme à l'usine et les éléments de tarification du transport. En 2007, le transport du lait s'est fait sur plus de 27 millions de kilomètres pour une valeur totale de 72 millions de dollars.

### **La publicité et la promotion**

La Fédération est engagée dans la promotion et la publicité du lait et des produits laitiers. Elle a investi 19,7 millions de dollars pour des activités de publicité et promotion au Québec. De plus, elle a contribué pour 16,4 millions de dollars aux Producteurs laitiers du Canada pour des actions de promotion sur l'ensemble du territoire canadien. L'investissement total des producteurs québécois est de 36,2 millions de dollars.

### **La recherche et le développement**

Afin d'améliorer la compétitivité des entreprises laitières et de positionner favorablement l'industrie québécoise sur les marchés, plusieurs initiatives de recherche sont en cours.

De 1995 à 2005, les montants investis en recherche ont beaucoup fluctué. Ils ont été de 3 millions de dollars en 1995, de 9 millions en 1999 et de 4,5 millions en 2005. Plus de la moitié de ces sommes sont investies en recherche au niveau de la production laitière. Ces montants n'incluent pas ceux des centres de recherche d'Agriculture et Agroalimentaire Canada.

## 5. LE MÉMOIRE DE LA FÉDÉRATION DES PRODUCTEURS DE LAIT DU QUÉBEC

Le mémoire de la Fédération est présenté par MM. Marcel Groleau et Alain Bourbeau.

M. Groleau souligne la présence des 14 membres du conseil d'administration de la Fédération et remercie de leur participation les partenaires signataires des conventions de mise en marché et de transport.

La Fédération est fière de ses réalisations au cours des cinq dernières années et particulièrement de quatre d'entre elles :

- l'amélioration de la situation financière des entreprises laitières, 50 % de celles-ci couvrant maintenant leur coût de production ;
- l'adoption d'un prix plafond à la valeur du quota ;
- la consultation des producteurs pour une planification stratégique et l'affirmation de 7 énoncés de vision de l'avenir ;
- la mise en place d'un programme HACCP à la ferme pour améliorer la qualité du lait. Plus de 5000 entreprises laitières ont un thermographe installé à l'étable.

M. Bourbeau rappelle que la Fédération a célébré son 25<sup>e</sup> anniversaire en 2008 et que le Plan conjoint aura 30 ans en 2010. Le Plan conjoint a atteint une certaine maturité.

Dans le cadre de cette évaluation périodique, la Fédération passe en revue les objectifs du Plan conjoint et les éléments de la mission de la Fédération qui sont à la base de ses décisions. Elle fait état de ses réalisations et donne son Plan stratégique 2007-2017.

### 5.1 Objectifs du Plan conjoint et mission de la Fédération

La Fédération réitère les objectifs du Plan conjoint qui sont :

- Obtenir pour l'ensemble des producteurs de lait du Québec les conditions de mise en marché les plus avantageuses ;
- Ordonner et contrôler la production du produit visé pour obtenir un produit de qualité supérieure, satisfaire aux exigences et aux besoins du marché et éviter la surproduction ;
- Rechercher les moyens de réduire le coût de la mise en marché du produit visé, protéger le producteur contre la perte et la détérioration de son produit lorsque celui-ci est en possession d'un tiers, abaisser le prix de revient et améliorer les conditions de production, accroître la qualité et augmenter la productivité et appliquer les solutions jugées avantageuses pour l'ensemble des producteurs intéressés ;

**29 juillet 2010****Rapport d'évaluation périodique**

- Prendre toute initiative ayant pour objet d'augmenter la consommation du produit visé ;
- Rationaliser le transport du produit visé ;
- Rechercher la coopération de toutes les associations de producteurs intéressées à la mise en marché du produit visé dans la poursuite des meilleurs intérêts des producteurs intéressés.

Elle résume ainsi la mission de la Fédération qui est de :

- Procurer à tous les producteurs et à toutes les productrices de lait des conditions de vie et des revenus comparables à ceux qui existent dans l'ensemble de notre société ;
- S'assurer que ces conditions de vie et ces revenus équitables continuent d'être le résultat des mécanismes d'un marché efficace et non d'une dépendance excessive envers les fonds publics ;
- Maintenir une structure de production gérée par les propriétaires exploitants.

Pour donner un aperçu de l'industrie, elle souligne que le nombre d'entreprises laitières, malgré les souhaits de la Fédération, suit, depuis 1998, la tendance baissière canadienne et internationale. La baisse est toutefois moins forte au Québec qu'au Canada, 3 % par an par rapport à 4 %. Les entreprises réussissent, malgré cela, à remplir le quota provincial en hausse de 1,5 % par an.

La Fédération se dit également fière que les fermes puissent tirer leur revenu de la vente des 2,9 milliards de litres de lait sur le marché, soit 38 % du volume canadien, sans être tributaires de subventions gouvernementales. Enfin, elle souligne que si le nombre d'acheteurs de lait de grande taille (3 acheteurs avec 80 % des volumes de lait) et intermédiaires (40) est stable, le nombre des petites entreprises a explosé en passant depuis 2004 de 45 à 55.

## **5.2 Champs d'intervention de la Fédération**

La Fédération décrit et commente ses principales interventions en regard de ses objectifs et mission.

S'assurer que les conditions de vie et les revenus des producteurs continuent d'être le résultat des mécanismes d'un marché efficace et non d'une dépendance excessive envers les fonds publics

La Fédération est très préoccupée par cette mission et y a mis beaucoup d'énergie. Avec les partenaires du groupe GO5, les Éleveurs de volailles du Québec, la Fédération des producteurs d'œufs de consommation du Québec, le Syndicat des producteurs d'œufs d'incubation du Québec et l'UPA, elle a mené des actions pour défendre la gestion de l'offre et la souveraineté alimentaire, notamment:

**29 juillet 2010****Rapport d'évaluation périodique**

- Formation de *GO5 Coalition pour un modèle agricole équitable, la gestion de l'offre*. Ce groupe réunit 30 000 membres ;
- Adoption par la Chambre des communes d'une motion spécifiant que le gouvernement fédéral ne devait accepter à l'OMC aucune diminution de tarifs et aucun accès supplémentaire aux marchés des produits sous gestion de l'offre ;
- Mise de l'avant d'un concept de *souveraineté alimentaire* reflétant le droit des peuples à définir leur politique agricole et alimentaire ;
- Fondation de la Coalition sur la souveraineté alimentaire qui regroupe une quarantaine d'organisations engagées à défendre cette approche.

La Fédération s'implique dans la communauté en commanditant des événements locaux et provinciaux tels le Tour de l'Île ou la Semaine de l'Agriculture, de l'Alimentation et de la Consommation de l'Université Laval. Les producteurs de lait du Québec ont mis en place, en 2003, un programme de dons de lait et de produits laitiers auxquels contribuent les transporteurs et les transformateurs. Depuis 2003, une moyenne de 550 000 litres de lait par année ont été acheminés aux banques alimentaires. Des dons sont aussi faits aux banques alimentaires lors de la période des Fêtes.

Obtenir pour l'ensemble des producteurs de lait du Québec les conditions de mise en marché les plus avantageuses et réduire les coûts de la mise en marché du lait, y compris le transport

La Fédération réagit à la description donnée par le MAPAQ des conventions qui encadrent la mise en marché du lait et commente les résultats obtenus relativement au prix aux producteurs.

#### *Conventions de mise en marché*

La négociation de deux conventions de mise en marché décrite par le MAPAQ a été retardée en raison d'un projet d'entente Québec-Ontario sur des règles communes d'approvisionnement des usines. Le but de cette entente est de faire en sorte que les deux provinces gèrent le lait de la même façon. L'un des objectifs est de diriger le lait vers les marchés les plus lucratifs afin d'améliorer le revenu que les producteurs tirent du marché. Relativement aux règles d'approvisionnements aux usines, une demande d'arbitrage est présentement en cours devant la Régie.

#### *Convention de transport*

L'application de la Convention de transport du lait est facilitée par un logiciel de transport plus efficace. Il y a eu rationalisation du transport de lait entre 2003 et 2008. Malgré un volume de lait presque constant, le nombre de camions a diminué de 7,9 % et le nombre de circuits de ramassage, de 10,9 %.

Par ailleurs, des circuits spécialisés de lait ont été ajoutés, 14 circuits étant maintenant disponibles pour le lait biologique.

Malgré cette amélioration de l'efficacité du transport, les coûts ont subi une hausse de près de 20 % entre 2003 et 2008, due en bonne partie à la hausse du coût des carburants. Le coût du transport demeure tout de même le plus bas de toutes les provinces de l'est du Canada ou du P-5.

**29 juillet 2010****Rapport d'évaluation périodique**

*Convention de dosage de composants des échantillons de lait de citernes et de producteurs aux fins de paiement du lait*

La convention de dosage des composants prévoit la répartition de la facture d'analyse entre les producteurs et les transformateurs. Elle a été renégociée en 2004 pour tenir compte de l'introduction de l'analyse des échantillons de lait frais chez les producteurs. Maintenant, chaque producteur peut suivre chaque semaine la variation de la composition du lait qu'il livre directement sur le Web.

*Prix du lait aux producteurs*

La Fédération rappelle l'engagement de la Commission canadienne du lait (CCL) qu'à compter du 1<sup>er</sup> février 2006, le prix du lait obtenu du marché permettrait à 50 % des producteurs de couvrir leur coût de production.

En 2004, elle constate que l'objectif ne sera pas atteint, en raison notamment de l'ESB, et organise un convoi de producteurs pour faire pression sur la CCL. À la suite de cette action, la CCL a décrété une très importante hausse de 5 \$/ hl. De 2003 à 2008, le prix cible de la CCL a ainsi été haussé de 17,3 % alors que le coût de production canadien du lait a augmenté de 9,2 %.

Pour la détermination des prix du lait de consommation, les signataires de l'Entente P-5 ont mis en place une formule d'indexation basée sur les coûts comptants de l'enquête sur le coût de production, le revenu disponible des Canadiens et l'indice des prix à la consommation. Cette formule a été appliquée pour les années 2007, 2008 et 2009 et toutes les provinces canadiennes ont convenu de continuer de l'appliquer pour les années 2010 et 2011.

Ordonner et contrôler la production du produit visé pour obtenir un produit de qualité supérieure qui répond aux exigences du marché

La Fédération intervient au niveau de la détermination et du respect des normes de qualité du lait à la ferme afin de fournir un lait de qualité.

Elle met à jour et négocie avec les organismes accrédités le niveau de la norme de cellules somatiques et assume les coûts de trois comptages supplémentaires par mois. Pour aider les producteurs aux prises avec des problèmes de qualité, elle a conclu une entente de service avec Valacta afin que des conseillers techniques les aident à corriger leurs problèmes.

En 2006, un programme de scellés sur les camions de transport a été instauré afin de garantir que le lait n'a pas été altéré par un tiers lors de son transport entre la ferme et l'usine. Afin de prévenir les risques et assurer l'innocuité du lait à la ferme, la Fédération a mis en place le programme « Lait canadien de qualité » (LCQ), programme fondé sur les principes HACCP. Tous les producteurs québécois devront être certifiés LCQ à compter du 31 juillet 2012.

Pour répondre aux exigences du marché, la Fédération a, entre autres, organisé des routes de ramassage de lait biologique et négocié des primes avec les transformateurs.

**29 juillet 2010****Rapport d'évaluation périodique**Ordonner et contrôler la production pour éviter la surproduction et maintenir une structure de production gérée par les propriétaires exploitants

Pour éviter la surproduction, la Fédération procède régulièrement à des ajustements du droit de produire des producteurs. Par ailleurs, concernant le surplus structurel des solides non gras, elle a, comme les autres provinces canadiennes, adopté une mesure pour limiter la production de ces solides. Un ratio SNG/G a été mis en place par règlement. Les volumes de composants produits en excédent de ce ratio ne sont pas payés. Cette mesure a apporté des résultats positifs.

Pour assurer que les entreprises soient la propriété des exploitants, la Fédération recourt au pouvoir réglementaire que lui confère la Loi. Ainsi, elle a adopté la « règle des 10 km » qui vise à ce que les sites de production d'une entreprise ne puissent être distants de plus de 10 km les uns des autres. Une retenue de 30 % sur la vente de quota en dehors du système centralisé de vente de quota a également été mise en place de même qu'une interdiction de fusionner les quotas des entreprises. Enfin, la Fédération a mis en place un programme d'aide au démarrage des nouvelles entreprises laitières. Depuis 2006, 30 entreprises ont bénéficié du prêt de quota prévu dans le cadre de ce programme.

Prendre toute initiative ayant pour objet d'augmenter la consommation du produit visé

Avec les 36,6 millions de dollars investis en 2008 dans des activités de publicité et promotion, la Fédération commandite des événements sportifs mais aussi des événements tels les Prix Caseus ou encore le Festival des fromages de Warwick.

La Fédération a monté un magasin, type nomade, nommé «Lait à la bouche». Elle fait la tournée des centres commerciaux, marchés publics et autres pour faire déguster de nouveaux produits ou faire connaître de nouvelles recettes.

Elle encourage la fabrication de produits de créneau, même pour de petits volumes, en assouplissant et en diminuant les frais de transport pour les petites usines. Résultat de ces efforts, le Québec est la seule province canadienne où le nombre d'usines laitières a augmenté, passant de 29 à 52.

Rechercher les moyens d'abaisser le prix de revient, d'améliorer la productivité et les conditions de production

La Fédération se préoccupe de la santé financière des fermes et a pris des actions pour améliorer leur situation.

*Prix plafond pour la vente de quota*

Le prix du kg/jour de matière de quota a atteint 33 000 \$ entre 2001 et 2006. La Fédération, par modification de son règlement sur les quotas, a imposé un maximum de 25 000 \$. Cette mesure a par la suite été adoptée par quatre autres provinces du P-5.

*Valacta et Novalait*

En 2006, la Fédération, avec d'autres partenaires, a mis en place Valacta afin d'aider les producteurs à améliorer l'efficacité technique et économique de leurs entreprises. Cette initiative permet de développer et de diffuser le savoir.

**29 juillet 2010****Rapport d'évaluation périodique**

Avec Novalait, la Fédération, en collaboration avec les transformateurs, s'implique dans la recherche en production et transformation laitière. Les investissements consentis ont permis d'attirer d'autres partenaires et des montants d'argent substantiels.

#### *Information aux producteurs*

La Fédération diffuse des connaissances par sa revue spécialisée *Le Producteur laitier québécois*. Elle est également un partenaire majeur dans le Centre de référence en agriculture et agroalimentaire du Québec pour l'organisation du Symposium des bovins laitiers. Enfin, la Fédération diffuse, sur son site Internet sécurisé, les informations de production propres à chaque producteur.

#### Rechercher la coopération de toutes les associations de producteurs pour la mise en marché du lait tant au niveau provincial, interprovincial que national

La Fédération est convaincue de la nécessité de la concertation entre les différentes organisations provinciales afin d'améliorer les conditions de mise en marché. Elle a mis beaucoup d'énergie au cours des dernières années dans les projets suivants :

- un projet d'entente Québec-Ontario afin d'harmoniser les règles d'approvisionnement du lait aux usines des deux provinces ;
- une nouvelle entente P-5 appelée *l'Accord sur la mise en commun du lait dans l'est du Canada* dans laquelle on retrouve les éléments suivants :
  - o une formule d'indexation du prix du lait de classe 1 ;
  - o un modèle harmonisé d'établissement du coût de transport dans chaque province (2002 et 2009);
  - o une politique harmonisée des quotas (2006-2008) ;
- en application de l'entente P-10 (Entente globale sur la mise en commun des revenus du lait) le concours du Comité canadien de gestion des approvisionnements laitiers (CCGAL) pour :
  - o une stratégie nationale pour contrer la croissance des surplus structurels et pallier l'incapacité d'exporter les surplus de poudre de lait écrémé
    - initiative au niveau de la crème glacée ;
    - offre de solides non gras au prix international ;
    - mécanisme transparent dans l'établissement du prix de soutien ;
  - o la mise en place, en 2005, de la classe 4a1 qui permet d'obtenir à meilleurs prix des ingrédients laitiers pour la fabrication de fromages fondus et de suppléments alimentaires ;
  - o la mise en place de normes nationales de composition dans la fabrication du fromage et du yogourt afin de protéger le marché de la protéine ;
  - o la reconduction du Programme Innovation en matière de produits laitiers (PIMPL) de juillet 2005 à juillet 2010. Le Québec est le plus grand utilisateur, avec 72 % des volumes, de ce programme. En plus des garanties d'approvisionnement offertes par le P-10, le P-5 ajoute un incitatif financier aux transformateurs développant de nouveaux débouchés ;
  - o l'harmonisation des règles de vérification afin d'assurer un traitement équitable des transformateurs oeuvrant au Canada.

### 5.3 Analyse des résultats obtenus

La Fédération, relativement à l'organisation collective de toute la filière, estime que les conventions signées avec les partenaires assujettissent toutes les parties à des conditions semblables pour les services qu'elles rendent ou obtiennent, assurant ainsi une plus grande stabilité dans l'environnement d'affaires dans lequel elles évoluent.

Relativement à l'encadrement réglementaire des producteurs, elle fait valoir que tous les producteurs de lait de la province sont visés et l'utilisation de ses pouvoirs se fait de façon juste et équitable, quelque soit la taille et la localisation des entreprises.

Relativement au caractère efficace et ordonné que doit avoir la mise en marché, elle conclut que les producteurs obtiennent le meilleur prix possible pour leur lait et que les coûts de commercialisation sont réduits au minimum.

### 5.4 Plan stratégique 2007-2017

La Fédération, en 2006, a lancé une démarche de réflexion auprès de l'ensemble des producteurs et productrices du Québec afin de connaître leur opinion sur les forces et faiblesses de l'industrie laitière québécoise ainsi que leur vision du secteur dans 10 ans.

De cette consultation, a découlé ce que la Fédération décrit comme les « Énoncés » de vision d'avenir pour le secteur laitier québécois. Ces énoncés, au nombre de sept, ont été adoptés par l'assemblée générale annuelle 2007. L'assemblée générale spéciale 2007 a appuyé les objectifs développés par le conseil d'administration de la Fédération pour chacun des énoncés.

Voici les sept énoncés avec leur objectif :

1. En 2017, le secteur laitier appuiera son développement sur un contrat social renouvelé avec la population et les gouvernements, basé sur les principes de la souveraineté alimentaire et sur une gestion de l'offre efficace. Les fermes laitières retireront leur revenu du marché, soutenu par des programmes gouvernementaux verts pour remplir leur mission sociale, environnementale et d'occupation du territoire.

Objectif : Obtenir d'ici 5 ans de la part des deux paliers de gouvernement l'adoption d'une politique laitière à long terme, basée sur la gestion de l'offre et la souveraineté alimentaire, incluant des programmes de soutien verts pour des initiatives bénéficiant à l'ensemble de la population québécoise et canadienne.

2. La solidarité des producteurs de lait québécois et canadiens, renforcée par une mise en commun nationale des revenus et des marchés, leur permettra d'évoluer profitablement dans un contexte de concurrence accrue.

Objectif : Obtenir d'ici 5 ans l'harmonisation des prix de classes à P10 ;  
Obtenir d'ici 5 ans un maillage très étroit des provinces membres de P5 ;  
Obtenir d'ici 10 ans la fusion des pools P4 et P5.

3. En collaborant avec leurs partenaires de la filière et en s'impliquant dans la transformation et la distribution, les producteurs s'assureront d'un développement durable et profitable de tous les marchés canadiens, de masse et de créneau. Ils encourageront par leurs programmes de marketing les produits laitiers de qualité supérieure, certifiés à 100 % de lait d'ici, et favoriseront la fabrication des produits de créneau par des transformateurs artisans et producteurs-transformateurs installés dans les bassins laitiers régionaux.

Objectifs : D'ici 7 ans, les produits laitiers qui bénéficient de l'appui des producteurs de lait ( par une marque, un logo, un canal de distribution) auront acquis une reconnaissance spontanée sur le marché ;

D'ici 10 ans, avoir identifié les segments de marché les plus dynamiques et adapté l'offre de produits laitiers pour affronter la concurrence des produits non laitiers ;

D'ici 5 ans, être impliqués concrètement dans un projet de commercialisation au détail de produits laitiers.

4. En 2017, toutes les régions du Québec compteront de nombreuses fermes laitières familiales, bien réparties sur tout le territoire

Objectif : Maintenir au cours des 10 prochaines années un minimum de 5 000 fermes bien réparties dans toutes les régions du Québec

5. Bien gérées par des productrices et des producteurs formés, jouissant d'une bonne santé financière et d'une dette réduite, les fermes laitières québécoises offriront une bonne qualité de vie à ceux et celles qui y travaillent. Elles miseront pour ce faire sur leurs propres outils de services-conseils, sur la spécialisation des tâches et les travaux à forfait, ainsi que sur la mise en commun de machinerie et de main-d'œuvre. Ces conditions de vie et de travail leur assureront une relève motivée et compétente.

Objectif : Dans 10 ans, les producteurs laitiers seront engagés dans une initiative de mise en commun de services-conseils et de ressources humaines et ou matérielles.

6. Les fermes laitières pratiqueront une agriculture durable, écologique, misant sur les avantages d'une production combinant l'élevage et des productions végétales variées. Par leurs investissements dans la santé et le bien-être animal ainsi que dans la qualité du lait, elles auront atteint les plus hauts standards de la production laitière.

Objectif : D'ici 10 ans, 100% des fermes laitières québécoises auront adopté un cahier de charges environnementales, de qualité du lait et de bien-être des animaux et auront reçu une certification qui permet d'assurer aux consommateurs qu'ils achètent le lait « écologique » du Québec.

7. Les productrices et les producteurs de lait gagneront l'appui des citoyens québécois par leurs efforts de communication, leur transparence et l'éthique de leurs pratiques. Les citoyens reconnaîtront leurs rôles nourricier, économique, social et environnemental essentiels.

Objectif : D'ici 10 ans, la réputation d'intégrité des fermes laitières québécoises sera reconnue par l'ensemble de la population.

**29 juillet 2010****Rapport d'évaluation périodique**

La Fédération estime qu'après 30 ans d'application du Plan conjoint, l'étape de création et de mise en place des outils de mise en marché, telles les conventions, est probablement terminée. Les actions de la Fédération viseront maintenant à raffiner ses interventions.

L'exercice de l'évaluation périodique est exigeant mais utile. Elle apprécie la participation, les commentaires et le support du Conseil et d'Agropur. La Fédération remercie le MAPAQ pour son travail dans la production de la monographie.

Elle conclut que l'existence du Plan conjoint est encore pertinente, la concentration de la transformation et des acheteurs étant très grande.

## **6. LES COMMENTAIRES ET OBSERVATIONS DU CONSEIL DES INDUSTRIELS LAITIERS DU QUÉBEC**

M. Pierre Nadeau présente le mémoire du Conseil des industriels laitiers du Québec. Le Conseil doute de la pertinence de sa participation à la présente séance d'évaluation périodique, craignant que ce ne soit pas le bon forum pour faire avancer le dialogue et la communication dans le contexte des négociations actuellement en cours. Le climat politique actuel est différent de celui de 2004 et le Conseil se réjouit que la Fédération soit maintenant plus attentive aux besoins des transformateurs.

Depuis les années 90, le monde se dirige vers une mondialisation des échanges toujours plus grande et la conclusion du cycle de Doha ne saurait être encore très éloignée. Il estime qu'il y aura des réductions de tarifs pour les biens et services ; les transformateurs, individuellement, élaboreront des plans de contingence pour s'adapter aux conditions économiques à venir.

Les conclusions de ces négociations auront un impact important sur l'avenir de l'industrie laitière québécoise et canadienne. Agriculture et Agroalimentaire Canada anticipe une baisse de consommation des produits laitiers de 9 % d'ici 2020. Dans ce contexte, les industriels de la transformation laitière québécoise devront s'adapter et devenir de plus en plus compétitifs.

Le Conseil rappelle que l'industrie laitière comprend aussi d'autres joueurs importants comme les grands distributeurs sur lesquels il faut compter. Les questions qu'ils soulèvent lui apparaissent d'intérêt pour toutes les entreprises de la filière.

### Relativement à la qualité du lait

Le Conseil endosse et supporte la Fédération dans toutes les actions qu'elle a entreprises pour améliorer la qualité du lait cru produit au Québec. Il lui demande d'utiliser des indices de performance pour comparer son lait à celui des autres provinces et pour devenir la province avec la meilleure qualité de lait cru.

**29 juillet 2010****Rapport d'évaluation périodique**

### Relativement à la promotion

Le Conseil souligne les efforts de la Fédération en publicité et promotion. Par contre, il s'inquiète et déplore que celle-ci fasse la promotion et la publicité de marques précises, donnant un avantage concurrentiel à certaines entreprises aux dépens des autres. L'inquiétude est amplifiée par l'absence d'information sur les politiques de la Fédération et les détails de leur application. Il s'attend à plus de transparence de la Fédération et à une plus grande collaboration et coordination avec les transformateurs.

### Relativement au développement durable

Le Conseil constate, à l'instar de la Fédération, que les consommateurs sont préoccupés par l'impact social et environnemental des produits qu'ils achètent, 33 % de ceux-ci se disant prêts à acheter des produits écologiques. Toute la chaîne d'approvisionnement aura à travailler pour réduire son empreinte écologique.

Selon une étude de Guignard, 80 % de l'impact total de la mise en marché d'un litre de lait provient de la ferme. Dans ce contexte, il souhaite que la Fédération mette de l'énergie auprès des producteurs pour diminuer l'empreinte écologique de la production du lait afin d'améliorer son image et d'en augmenter la valeur ajoutée.

### Relativement à la croissance de la transformation laitière

Le Conseil est préoccupé par la capacité de la Fédération à assurer le développement du secteur de la transformation québécoise.

Le Québec n'est plus un fabricant de produit de surplus comme le beurre et la poudre. Le lait y est transformé en produits à forte valeur ajoutée et il n'y a plus de lait mal valorisé à recycler. Le Conseil juge qu'il faut trouver des solutions pour assurer le développement du secteur et moderniser le Plan national pour le rendre plus compatible aux besoins des transformateurs québécois.

Le Conseil s'inquiète du fait que les fermes québécoises sont les plus petites du Canada, les plus endettées et celles dont la production par vache est la moins bonne.

### Relativement aux prix des produits laitiers

Le Conseil s'interroge sur le lien entre l'existence du Plan conjoint et le fait que certains fromages et yogourts soient trop dispendieux et moins accessibles à une proportion grandissante de Québécois.

La gestion des plans conjoints est indissociable d'une mise en marché ordonnée. Deux éléments sont à prendre en compte dans l'obtention d'une mise en marché efficace et ordonnée : la grande distribution et la lourdeur du processus de négociation.

Le marché de détail des produits transformés est l'un des plus concentré au monde et la transformation se retrouve parfois coincée entre le secteur de la production, protégé par les lois et règlements, et le secteur très concentré de la distribution, qui impose des exigences difficiles à respecter. Le Conseil estime que la Loi permet à la Régie d'intervenir pour résoudre les difficultés qui surviennent dans le cadre de la production et de la mise en marché.

**29 juillet 2010****Rapport d'évaluation périodique**

Le Conseil déplore que les négociations soient aujourd'hui pratiquement impossibles à compléter et ne génèrent pas de consensus profitable à l'industrie dans son ensemble. Le processus est très long et nuit considérablement à une mise en marché ordonnée en retardant des investissements et projets d'expansion.

### **Réactions de la Fédération**

La Fédération apprécie que le Conseil, malgré ses appréhensions, ait participé à l'évaluation périodique. Elle constate également la concentration de la distribution et le malaise en découlant. Elle estime qu'aux fins d'une mise en marché ordonnée, les transformateurs doivent maintenir le rapport de force entre eux et la distribution.

Relativement aux prix des produits laitiers, selon l'enquête de la Fédération sur les prix frontaliers Canada – USA, les prix pratiqués au Québec, exception faite de certains produits et certains formats, sont meilleurs qu'aux USA.

Quant au lien à faire entre les prix des produits laitiers et l'existence du Plan conjoint, la Fédération argumente que le coût du lait dans le coût de fabrication des produits laitiers vendus au détail est minime et peu important dans l'ensemble du prix de détail. Le Plan conjoint n'est donc pas responsable des forts prix des produits laitiers au détail.

## **7. LES COMMENTAIRES ET OBSERVATIONS D'AGROPUR COOPÉRATIVE**

M. Serge Riendeau, président, débute la présentation en mentionnant que la coopérative supporte pleinement le système de gestion de l'offre mis en place au Canada. Ce système est bon pour l'industrie canadienne.

### La monographie du MAPAQ

M. Dominique Benoît présente une analyse de la monographie du secteur présentée par le MAPAQ. Il souligne que, depuis 2003, relativement à l'évolution de la fabrication des produits laitiers, le Québec a haussé sa part canadienne de fabrication de yogourt, de cheddar et de mozzarella tandis que l'Ontario a augmenté sa part des autres fromages. L'Ouest canadien, de son côté, est devenu un joueur très important dans la transformation du beurre et de la poudre de lait.

Beaucoup de petites entreprises de transformation fromagère ont vu le jour au Québec, en raison de modalités particulières dans les conventions de mise en marché. Il en résulte des retombées positives sur l'ensemble de l'industrie. Par ailleurs, la très grande partie des revenus des producteurs provient des ventes faites aux grands transformateurs et, par conséquent, la Fédération doit mettre toute son énergie à préserver la vitalité et le leadership de la transformation de masse au Québec et à s'assurer que ses actions et décisions n'affaibliront pas l'industrie de la transformation du Québec.

**29 juillet 2010****Rapport d'évaluation périodique**

### La qualité et la productivité

Agropur salue le travail de la Fédération, depuis la dernière évaluation périodique, dans le dossier de la qualité du lait et rappelle la mise en place du programme « Lait canadien de qualité ». Elle supporte la Fédération dans ce dossier.

À l'instar du Conseil, elle déplore que les fermes québécoises soient les plus petites au Canada avec une moyenne de production par vache sous la moyenne canadienne. Par contre, elle reconnaît que la Fédération a mené des actions positives et apprécie les efforts déployés pour aider les producteurs de lait du Québec à abaisser leurs coûts de production du lait.

Relativement à l'approvisionnement en lait des usines, Agropur souligne que, malgré la mise en place d'un mécanisme de quota continu à l'échelle canadienne, la production laitière québécoise demeure plus saisonnière qu'ailleurs au Canada. La Fédération doit œuvrer à aplanir la courbe de production et l'ajuster aux besoins saisonniers. À cet égard, elle doit maintenir ses investissements en production et en recherche.

### La gestion de l'offre

Certains événements, survenus depuis la dernière évaluation périodique, ont modifié l'environnement d'affaire. Le Québec, de même que le Canada, est devenu un importateur net de produits laitiers. L'écart entre les prix mondiaux et canadiens grandit et met à risque tout le secteur. Des ingrédients laitiers peu dispendieux sont importés dans le but de réduire les coûts de fabrication. De plus, Agropur déplore que le déplacement des lignes de production fromagère des provinces de l'Ouest vers celles de l'Est se soit fait au détriment des volumes d'approvisionnement d'Agropur.

Agropur appuie la gestion de l'offre et encourage la Fédération dans ses efforts pour maintenir la cohésion entre tous les producteurs canadiens. Elle souligne son travail dans le groupe GO5 alors que les négociations à l'OMC sont toujours une menace au secteur laitier canadien.

Elle déplore que les décisions sur le partage du quota prises par les producteurs au P-10 et au P-5 en 2001 et 2003 fassent en sorte que les entreprises de transformation laitières du Québec doivent aujourd'hui se priver de 55 millions de litres de lait alors que ce sont ces dernières qui assurent le développement des produits sur le marché.

Après avoir expliqué les contraintes d'approvisionnement des usines liées au mouvement des quotas à l'extérieur du Québec, elle réitère que cette question est importante et la Fédération doit trouver une solution car la croissance de la consommation canadienne du yogourt, du cheddar et du mozzarella se poursuit. La Fédération doit trouver le moyen de donner accès au lait nécessaire à ces transformations malgré le fait que les augmentations de quotas de mise en marché ne sont pas attribuées en proportion au Québec.

Agropur a appuyé la mise en place de nouvelles normes nationales sur les fromages et a aidé à la modification de la norme du yogourt au Québec. Cette dernière n'est pas en vigueur au Canada et elle invite la Fédération à continuer ses efforts pour que cette norme soit appliquée au Canada et ainsi garder les entreprises québécoises concurrentielles.

**29 juillet 2010****Rapport d'évaluation périodique**

### Les initiatives de promotion de la Fédération

Relativement aux activités promotionnelles de marques de la Fédération, Agropur, à l'instar du Conseil, s'inquiète quant à l'équité entre les transformateurs de l'utilisation des fonds de promotion de publicité par la Fédération. Elle questionne les ententes de confidentialité signées avec les fabricants de lait au chocolat et de crème glacée à savoir si tous les transformateurs sont traités équitablement. Elle s'interroge si le service de vérification de la Régie est en mesure d'effectuer les vérifications nécessaires.

Elle s'inquiète également du fait que les Producteurs de lait du Canada (PLC) ne supportent pas tous les produits qui rencontrent les normes canadiennes. Agropur souhaite que la Fédération et les PLC continuent de faire la promotion de tous les produits qui respectent les normes canadiennes.

### La transparence dans la gestion des approvisionnement des usines

Agropur questionne la transparence de la Fédération dans les documents de suivi de la gestion des approvisionnements aux usines laitières. Elle demande que la Fédération apporte les modifications nécessaires à son système informatique pour obtenir des rapports d'approvisionnements plus performants.

### La négociation des conventions

Relativement à l'impact des conventions de mise en marché sur le développement du secteur, Agropur ne partage pas la position de la Fédération. Les conventions ne prévoyaient rien pour l'approvisionnement des classes de fromage cheddar et mozzarella alors que ces classes ont eu une grande croissance. À l'opposé, l'approvisionnement à demande du lait pour le yogourt, dans une province comme l'Ontario, n'a pas permis une croissance de la fabrication alors qu'elle explosait au Québec.

Elle souligne qu'il y a eu plusieurs litiges au cours des dernières années et souhaite que les relations entre les transformateurs et la Fédération soient fondées sur une véritable relation de confiance.

En ce qui concerne les discussions pour une éventuelle entente Québec-Ontario, Agropur entend jouer le même rôle qu'elle joue dans le cadre des conventions québécoises. Il faudra que le processus d'arbitrage et de règlement des différends d'une telle entente soit acceptable.

### **Réactions de la Fédération**

En réaction aux commentaires d'Agropur, la Fédération mentionne que la disponibilité du lait pour les transformateurs québécois a toujours été problématique et découle tout simplement de la gestion du lait comme tel.

Relativement au partage des quotas entre les provinces, elle rappelle que, lors de la crise en 2002, il a fallu se rendre aux arguments des provinces de l'Ouest appuyées par les transformateurs canadiens. Quant au déplacement des fabrications de beurre poudre vers les provinces de l'Ouest, la Fédération s'en réjouit puisqu'elle signifie que les transformateurs du Québec fabriquent et mettent en marché plus de produits avec une meilleure valeur ajoutée.

**29 juillet 2010****Rapport d'évaluation périodique**

Pour ce qui est du recyclage du lait destiné à la fabrication de beurre et de poudre vers d'autres produits, opération qu'Agropur qualifie de terminée, la Fédération rappelle que la CCL achète encore du beurre des transformateurs. Quant à la forte croissance des fromages autres que le cheddar et le mozzarella en Ontario, la Fédération souligne qu'il y a beaucoup de ces fromages qui sont des fromages fondus. Par ailleurs, elle indique que l'Ontario, pour mieux gérer la croissance de cette classe, songe à mettre en place une réserve de croissance.

La Fédération souligne que la diversité des fromages du Québec est supérieure à celle de l'Ontario, ce qui démontre un meilleur dynamisme de l'industrie québécoise.

Relativement à l'existence de contrats privés avec des transformateurs pour le programme de promotion de crème glacée et pour les produits de classe 4a1, la Fédération souligne que des dispositions sont prévues à cet effet dans les conventions de mise en marché et ont été homologuées par la Régie. Il est vrai que les libellés des contrats ne sont pas annexés aux conventions mais les contrats sont identiques. Leur application est semblable pour toutes les entreprises et la Régie en fait la vérification.

## 8. L'ANALYSE DE LA RÉGIE

La Régie, dans un premier temps, tient à souligner son appréciation de la qualité des documents qui lui ont été présentés. Elle remercie particulièrement le MAPAQ pour le document « Portrait sommaire de la production laitière au Québec ». Ce document fait un excellent tour d'horizon de l'environnement laitier québécois et canadien et permet de mettre en évidence les forces, faiblesses et enjeux du secteur. Il décrit bien l'évolution et les tendances de consommation des produits laitiers, de leur transformation ainsi que celles relatives à la production laitière canadienne.

La Fédération trace un portrait complet et détaillé des actions qu'elle a menées au cours des dernières années sans se limiter aux cinq dernières.

Le Conseil et Agropur coopérative ont présenté, de leur point de vue organisationnel, un portrait de la production, de la mise en marché, ainsi qu'une synthèse de leurs préoccupations les plus importantes.

Tous ces documents sont une base de réflexion pour ceux et celles qui veulent mieux comprendre et développer l'industrie laitière au Québec, du producteur au consommateur.

La Fédération analyse ses actions à la lumière des trois objectifs généraux présentés dans le document « Cadre d'évaluation périodique des interventions des offices dans la mise en marché », objectifs que les administrateurs des plans conjoints doivent chercher à atteindre par leurs actions. Ces objectifs sont :

1. Organiser collectivement les relations entre les producteurs ou les pêcheurs, ainsi que les rapports avec les acheteurs permettant de défendre les intérêts de l'ensemble des personnes visées par le plan

La Régie constate que les conventions et ententes signées avec les organismes accrédités ont permis d'organiser les relations entre les producteurs et les acheteurs et aussi entre les acheteurs eux-mêmes.

**29 juillet 2010****Rapport d'évaluation périodique**

La Fédération et les organismes accrédités, tant pour la mise en marché que pour le transport du lait, ont mis beaucoup d'énergie pour bien encadrer leurs relations commerciales. Les négociations, même si elles sont qualifiées de lourdes et difficiles, apparaissent avoir résulté en un environnement d'affaire stable, transparent et équitable pour tous les membres de l'industrie. L'organisation de la production et de la mise en marché du lait apparaît avoir atteint un fort degré de maturité. Enfin, il appartient aux parties, et non à la Régie dans le cadre d'un tel exercice, de convenir des objectifs à atteindre et des moyens pour faciliter les discussions aux tables de négociation.

2. Voir à ce que tous les producteurs visés soient soumis aux règles établies selon l'intérêt collectif

La Fédération met beaucoup d'effort pour consulter et informer ses producteurs au moyen des assemblées régionales et provinciales de producteurs, de ses publications et de son site Internet. La Régie note particulièrement qu'elle a mis en place un service en ligne donnant accès aux producteurs aux informations les concernant.

La Fédération a fait une vaste campagne de consultation de ses membres pour orienter ses actions à venir. Il en est ressorti une planification stratégique 2007-2017 comprenant sept énoncés de vision d'avenir avec, pour chacun, des objectifs spécifiques. Une telle opération devra permettre de poser les gestes qui permettront à tous les intervenants de l'industrie de se bien positionner pour l'avenir.

Considérant le nombre de producteurs laitiers au Québec, la Régie, de par son rôle de surveillance et d'arbitre, est à même d'observer que les décisions de la Fédération en application de sa réglementation ont été peu contestées par les producteurs. Sur la base de ce constat et de l'analyse des actions de la Fédération, la Régie conclut que les règles établies sont dans l'intérêt collectif des producteurs laitiers.

3. Organiser la production et la mise en marché du produit visé en favorisant une mise en marché efficace et ordonnée

La réglementation portant sur la production et la mise en marché, particulièrement le *Règlement sur les quotas des producteurs de lait*, a été modifiée à plusieurs reprises. Le président de la Fédération a fait état de ses réalisations pour améliorer la situation financière des producteurs et la qualité du lait depuis les 5 dernières années. Citons, la mise en place du Programme lait canadien de qualité, la disponibilité de conseillers techniques aux producteurs, la publication d'informations techniques agricoles, l'imposition d'un prix maximum pour le transfert des quotas et l'introduction de programmes d'aide à la relève et d'amélioration de la qualité. Ces actions favorisent une production plus concurrentielle. De plus, elle a utilisé son pouvoir réglementaire pour orienter la production dans le sens des décisions prises au niveau national, interprovincial ou provincial.

Agropur et le Conseil reconnaissent ces efforts mais demeurent inquiets qu'au Canada le troupeau laitier québécois soit le plus petit et le moins productif en terme de production/vache. Les producteurs ont également le plus haut taux d'endettement.

La Fédération s'est dite sensible à ces remarques. La Régie, en 2004, recommandait à la Fédération d'examiner la question du niveau concurrentiel de l'appareil de production québécois. Elle reconnaît et souligne les efforts de la Fédération, efforts qui devront se poursuivre.

La Régie souligne le travail de la Fédération, du Conseil et d'Agropur dans le cadre des discussions avec les représentants des autres provinces canadiennes. La Fédération apparaît y jouer un rôle de leader, ce qui est facilité par la participation des transformateurs. La concertation avec les représentants des autres provinces donne graduellement suite à la mise en place de règles communes qui contribuent à assurer une meilleure équité entre les producteurs et entre les transformateurs de tout le pays et une mise en marché plus efficace et ordonnée.

La concertation avec les entreprises laitières facilite et renforce la gestion de l'offre et la mise en marché collective. D'ailleurs, le Conseil et Agropur appuient et encouragent la Fédération à continuer son travail en ce sens.

Le Conseil et Agropur questionnent la capacité du système canadien d'approvisionnement du lait à satisfaire les besoins des industriels québécois dans un contexte de croissance de l'industrie québécoise de la transformation.

Le partage des quotas de production entre les provinces résulte d'une négociation où les représentants gouvernementaux sont impliqués. Il ne revient pas à la Régie, dans le cadre du présent exercice, de commenter les ententes qui y sont conclues. Par ailleurs, les représentants de l'industrie du Québec et de l'Ontario discutent pour harmoniser leurs règles de mise en marché, incluant les règles d'approvisionnement. Cette approche en est une qui pourra répondre à certains des besoins exprimés par Agropur et le Conseil.

La Fédération, avec des contributions votées par les producteurs en assemblée générale, investit beaucoup de ressources financières dans la promotion des produits laitiers. Le Conseil et Agropur en reconnaissent sa pertinence mais déplorent que la Fédération fasse la promotion de produits et de marques d'entreprises spécifiques.

La Régie est consciente de l'inquiétude soulevée. Utiliser les contributions des producteurs pour privilégier les marques de produits de certaines entreprises ou s'immiscer dans les relations entre entreprises, en dehors du cadre des conventions de mise en marché, ne peut favoriser une mise en marché ordonnée ni de bonnes relations entre la Fédération et les associations accréditées. Quant aux programmes dont la mise en place a été négociée et inscrite dans les conventions de mise en marché, toute difficulté doit être réglée selon les mécanismes de règlement des différends qui y sont prévus.

## 9. LES RECOMMANDATIONS

Globalement, la Régie retient que la Fédération a adéquatement administré le *Plan conjoint (1980) des producteurs de lait du Québec*. Elle a maintenu de bonnes relations avec ses producteurs, les entreprises laitières, les transporteurs et les partenaires au niveau canadien. Après 30 ans, l'administration de ce plan conjoint peut être qualifiée de mature.

Certes, du travail demeure à faire au niveau de la production mais les défis sont maintenant au niveau national et international. La relève de ces défis passe principalement par la collaboration avec ses partenaires québécois et canadiens.

**29 juillet 2010**

**Rapport d'évaluation périodique**

Considérant ce qui précède, la Régie recommande à la Fédération:

- de continuer ses efforts, ce qui est reconnu dans sa planification stratégique, pour assurer la pérennité de l'industrie laitière au Québec, notamment quant à la productivité des fermes laitières ;
- de s'assurer que l'utilisation des contributions perçues pour financer des programmes de publicité et de promotion, en dehors du cadre des conventions de mise en marché, n'ait pas pour effet de privilégier les marques de produits d'entreprises spécifiques et de miner l'atteinte des consensus nécessaires avec leurs représentants. Il en est de même de l'objectif du Plan stratégique 2007-2017 d'être impliqué concrètement dans une projet de commercialisation au détail;
- de poursuivre son travail avec ses partenaires commerciaux québécois et les représentants des industries laitières des autres provinces pour assurer, dans le cadre des ententes fédérales-provinciales, un approvisionnement en lait des entreprises qui réponde à leurs besoins et à ceux des consommateurs ;
- de procéder à la mise en place de son plan stratégique et de se doter d'indicateurs qualitatifs et quantitatifs pour mesurer le résultat de ses interventions au bénéfice des producteurs qu'elle représente pour une mise en marché efficace et ordonnée du lait produit au Québec.

---

René Cormier

---

Benoît Harvey

---

Louise Cobetto