

**Évaluation périodique des interventions de la  
FÉDÉRATION DES PRODUCTEURS  
DE POMMES DE TERRE DU QUÉBEC  
dans la mise en marché**

**26 novembre 2002  
Dossier 090-20-02**

## TABLE DES MATIÈRES

1. Le mandat .....	3
2. La séance publique .....	3
3. Les participants .....	4
4. La situation de l'industrie .....	5
4.1 Les commentaires et les réactions des intervenants suite à la présentation de la synthèse de la monographie .....	11
5. L'évaluation de la pertinence et des résultats des interventions de la Fédération dans la mise en marché et l'identification des cibles stratégiques et des priorités de l'administrateur du plan en vue d'optimiser la mise en marché des produits visés	
5.1 Évaluation de l'administrateur du plan .....	11
5.2 Commentaires et présentation de M. Ghislain Perron, Association québécoise de distribution de fruits et légumes .....	17
5.3 Commentaires et présentation de Me Karl Delwaide, Association des transformateurs de pommes de terre du Québec .....	18
5.4 Commentaires et présentation de M. Martin Gemme, Association des emballeurs de pommes de terre du Québec .....	18
5.5 Commentaires et présentation de M. Michel St-Arneault, Michel St-Arneault inc. ....	19
5.6 Commentaires et présentation de M. Jean Moyen, Association des transformateurs de légumes frais .....	19
5.7 Commentaires et présentation de M. François Baril, Aliments Bari inc. ....	20
6. L'analyse et les commentaires de la Régie .....	21
7. Les recommandations .....	22

## 1. LE MANDAT

L'article 62 de la Loi sur la mise en marché des produits agricoles, alimentaires et de la pêche prévoit que la Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec doit procéder périodiquement à une évaluation des interventions des administrateurs des plans conjoints dans la mise en marché. Cet article se lit comme suit :

« 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. »

C'est en regard de cette obligation que la Régie a procédé à l'évaluation des interventions de la Fédération des producteurs de pommes de terre du Québec dans la mise en marché en vertu du plan conjoint qu'elle administre.

## 2. LA SÉANCE PUBLIQUE

La Fédération des producteurs de pommes de terre du Québec et les intervenants de l'industrie ont été conviés par la Régie à participer à la tenue d'une séance publique le 23 août 2002 à Saint-Hyacinthe, afin de procéder à l'évaluation des interventions de l'administrateur du plan conjoint dans la mise en marché. La Régie a fait publier préalablement un avis de séance publique le 10 juillet 2002 dans le journal « La Terre de chez nous ».

Lors de cette séance, Mme Lise Bergeron, vice-présidente à la Régie, a rappelé aux intervenants que les évaluations périodiques visent trois objectifs: recevoir le rapport des administrateurs relativement aux interventions de la Fédération dans la mise en marché; recevoir les commentaires et les réactions des intervenants et personnes intéressées et identifier les orientations stratégiques et priorités pour les prochaines années en vue d'optimiser la mise en marché du produit visé.

Cette évaluation périodique se déroule en tenant compte du contexte global et dynamique dans lequel évoluent l'industrie et les marchés. Aussi la Régie a-t-elle demandé à la Direction de la recherche économique et scientifique du ministère de l'Agriculture, de Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ) de préparer une monographie concernant l'industrie de la pomme de terre au Québec. Celle-ci a été distribuée aux participants préalablement à la séance publique. La Régie a invité les représentants de cette direction à présenter la synthèse de cette monographie aux participants lors de la séance.

Suite à cette présentation, la Fédération a soumis à la Régie son évaluation de la pertinence et des résultats de ses interventions dans la mise en marché du produit visé. Elle a également identifié et expliqué les cibles stratégiques et les priorités pour les prochaines années en vue d'optimiser la mise en marché du produit visé. Les intervenants ont été invités à présenter leurs commentaires et observations.

Les porte-parole de l'Association québécoise de la distribution de fruits et légumes, de l'Association des transformateurs de pommes de terre du Québec, de l'Association des emballeurs de pommes de terre du Québec, de Michel St-Arneault inc., de l'Association des transformateurs de légumes frais et de Aliments Bari inc. ont également fait des présentations.

Le présent document résume les éléments du rapport de la Fédération et fait état des principales observations entendues par la Régie lors de la séance publique. En conclusion, la Régie présente son analyse de la situation ainsi que des recommandations susceptibles de rendre plus pertinentes les interventions de la Fédération pour une mise en marché efficace et ordonnée des pommes de terre.

### 3. LES PARTICIPANTS

La Régie était représentée par :

Madame Lise Bergeron, vice-présidente à la Régie, présidente de la séance  
Monsieur Jean-Claude Dumas, régisseur  
Monsieur Lévis Brien, régisseur  
Madame Évelyne Martel, conseillère économique.

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

◆ **Fédération des producteurs de pommes de terre du Québec:**

Monsieur Pierre Chouinard, président  
Madame Suzanne Rivest, vice-présidente  
Madame Marie Bouillé, directrice générale  
Monsieur André Audy, représentant de groupe  
Monsieur Réal Brière, administrateur  
Monsieur Constant Cardinal, administrateur  
Monsieur Victorin Drolet, président Comité transformation / prépelage  
Monsieur Yvon Fiset junior, président Comité table  
Madame Francine Huet, secrétaire de direction  
Monsieur Clément Lalancette, responsable activités mise en marché  
Madame Colette Ouellet, agente de projets  
Monsieur Denis Pelletier, agent de développement et commercialisation

◆ **Association des emballeurs de pommes de terre du Québec**

Monsieur Martin Gemme, président  
Monsieur François Baril, vice-président  
Monsieur Antoine Locas, directeur exécutif

◆ **Association québécoise de la distribution de fruits et légumes**

Monsieur Ghislain Perron, directeur mise en marché Métro Richelieu inc.

◆ **Association des transformateurs de légumes frais**

Monsieur Jean Moyen, vice-président  
Monsieur François Baril

◆ **Association des transformateurs de pommes de terre du Québec**

Me Karl Delwaide, avocat

◆ **Aliments Bari inc.**

Monsieur François Baril, président

◆ **Michel St-Arneault inc.**

Monsieur Michel St-Arneault, président

◆ **Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec**

**Direction de la recherche économique et scientifique**

Monsieur Yvan Lajoie, coordonnateur de l'approche filière  
Monsieur Florent Morasse, secrétaire-coordonnateur, Filière pommes de terre  
Madame Suzelle Morin, analyste en horticulture

**Direction des études économiques et d'appui aux filières**

Madame Julie Labrecque, secrétaire-coordonnatrice, Filière acéricole  
Monsieur Pierre Mongrain, secrétaire-coordonnateur, Filière maraîchère et pomicole  
Madame Marie-Claude Rioux, technicienne agricole  
Madame Dominick Pageau, étudiante agro-économie

◆ **La Terre de chez nous**

Monsieur Marc-Alain Soucy, journaliste

## **4. LA SITUATION DE L'INDUSTRIE**

La présentation de la situation de l'industrie par les représentants de la Direction de la recherche économique et scientifique se fait conjointement par Mme Suzelle Morin et M. Florent Morasse.

### **A. LES MARCHÉS**

#### **1. LE PORTRAIT MONDIAL DE LA POMME DE TERRE**

Trois cents dix millions de tonnes métriques de pommes de terre sont produites annuellement dans le monde. Le Canada se situe au 12<sup>e</sup> rang des pays producteurs avec 4 millions de tonnes métriques, soit 1,3 % de la production mondiale. Le Québec a produit 480 500 t.m. en 2001.

#### **2. LA CONSOMMATION**

La consommation apparente de la pomme de terre a diminué annuellement depuis 1996 tant aux États-Unis, au Canada qu'au Québec. Cette consommation se situait aux États-Unis à 63 kg/personne en 2000 comparativement à 66 kg/personne en 1996, une diminution annuelle d'environ 1 %; au Canada, elle s'établissait à 74 kg/personne en 2000 comparativement à 79 kg/personne en 1996, soit une diminution d'environ 1,5 % par année et, au Québec, les données sont de 92 kg/personne en 1996 comparativement à 86 kg/personne en 2000, pour une diminution annuelle de 1,6 %.

Au cours des dernières décennies, on observe une croissance de la consommation de frites et une diminution de la consommation de pommes de terre fraîches en Amérique, en Europe et dans les autres pays industrialisés. Au Québec, les dernières données de l'enquête sur les dépenses des familles révèlent que la consommation de pommes de terre fraîches au foyer diminue au profit des pommes de terre transformées (produits surgelés et croustilles) et principalement des pommes de terre surgelées.

Selon une étude de perception et de consommation réalisée en 1998 auprès de 1000 consommateurs pour le compte de la Table filière de la pomme de terre, les Québécois connaissent peu les variétés de pommes de terre ainsi que leurs propriétés distinctives. Les gens les plus scolarisés, jeunes et qui vivent dans de petits ménages consomment moins de pommes de terre. Quarante pour-cent des répondants n'ont pas trouvé de défauts à la pomme de terre. Cependant, 24 % des répondants estimaient que la pomme de terre présentait des problèmes liés à la qualité.

#### **3. LES ÉCHANGES COMMERCIAUX**

Le Canada se situe au 5<sup>e</sup> rang des pays exportateurs pour la pomme de terre fraîche et au 2<sup>e</sup> rang pour la pomme de terre surgelée. De 1996 à 2001, les exportations canadiennes ont augmenté de près de 115 % pour atteindre 915 millions de dollars (dont 90 % de frites congelées). Le Manitoba (particulièrement dans le secteur de la frite congelée), le Québec (pour la pomme de terre fraîche surtout) et l'Alberta (frite congelée) ont connu les plus fortes croissances au niveau des exportations au Canada.

En 2001, le Québec est au dernier rang des principales provinces exportatrices; il a exporté 13 % de sa production totale, ce qui représente 5,6 % du volume canadien exporté. Toutefois, il faut noter que les exportations québécoises ont quadruplé depuis cinq ans pour atteindre 32,6 millions de dollars en 2001. Les pommes de terre québécoises et canadiennes se retrouvent principalement sur le marché américain. Cette hausse est surtout attribuable au marché de la pomme de terre fraîche et, dans une moindre mesure, aux frites congelées.

Pour la même période, les importations de pommes de terre, composées principalement de pommes de terre fraîches (81%) en provenance des États-Unis, ont subi une baisse de près de 34 % en valeur et de 43 % en volume.

#### 4. LES CONSTATS

L'industrie devra répondre sur le plan de la consommation aux tendances telles l'augmentation de la demande de produits transformés avec des préoccupations santé de plus en plus présentes, la diminution de la demande pour la pomme de terre fraîche au profit de produits de substitution et des exigences de plus en plus présentes pour des produits de qualité.

Les facteurs liés à la démographie tels le vieillissement de la population, la réduction de la taille des ménages et la préoccupation d'une alimentation santé font en sorte que les marchés canadien et québécois offrent peu de perspectives de croissance sur le plan de la demande. L'industrie doit donc se préoccuper du positionnement de son produit (qualité, prix compétitif, produit différencié) et exploiter les créneaux offerts par la transformation si elle veut assurer le maintien et le développement de la demande globale de pommes de terre.

### B. LA TRANSFORMATION

#### 1. L'INDUSTRIE DU PRÉPELAGE

L'industrie du prépelage comprend le prêt à l'emploi, soit la pomme de terre pelée, la pomme de terre frite fraîche, la pomme de terre frite précuite et la pomme de terre frite congelée.

Le Manitoba compte actuellement pour 40 à 50 % de la capacité canadienne de production de frites congelées.

Au Québec, on note une augmentation des quantités transformées d'environ 25 % passant de 83 000 t.m. à 109 000 t.m. entre 1997 et 2001. Il n'y a qu'une seule entreprise de dimension significative dont la transformation de la pomme de terre est l'activité principale. En effet, celle-ci est souvent exercée par des producteurs, des emballeurs ou des distributeurs afin d'ajouter une valeur aux produits qu'ils commercialisent ou desservir des clients locaux, toutefois commencent à émerger des entreprises dont la taille a atteint un stade critique qui dépasse les besoins des marchés locaux. Ces entreprises devront investir pour augmenter leur capacité de transformation et développer de nouveaux marchés. Elles devront de plus s'assurer d'un approvisionnement suffisant en pommes de terre répondant à certaines exigences en terme de variété et de qualité.

#### 2. L'INDUSTRIE DES GRIGNOTISES (croustilles)

Le secteur des croustilles fait partie de l'industrie des grignotises et regroupe les établissements qui fabriquent les produits suivants : chips, tortillas, bretzels, maïs à éclater et autres produits dérivés du maïs et du fromage.

L'industrie est fortement concentrée. Au Canada, trois entreprises contrôlent environ 89 % des livraisons canadiennes, soit Hostess-Frito Lay, Humpty Dumpty (Aliments Small Fry Inc.) et Old Dutch Foods. Au Québec, trois compagnies se partagent l'ensemble de la production, soit Hostess Frito Lay (plus de 60 % du marché), Humpty Dumpty et Yum Yum.

En 1999, la valeur des livraisons canadiennes s'élevait à 944 millions de dollars, dont près de 55% en croustilles à base de pommes de terre (valeur monétaire). Les livraisons québécoises se maintiennent à un niveau se situant entre 20 et 25 % des livraisons canadiennes.

#### 3. LES CONSTATS

On prévoit que la production canadienne de frites congelées continuera de croître au cours des prochaines années, mais à un rythme moins soutenu que durant la dernière décennie. Le Québec ne vit pas la croissance qu'ont connu les provinces de l'Ouest canadien et plus particulièrement le Manitoba. Compte tenu des conditions de

production favorables, l'industrie québécoise devrait analyser sérieusement les conditions qui favoriseraient l'implantation d'une usine de dimension majeure dans le secteur du prépelage.

### C. LA PRODUCTION

En 2001, le Québec se situait au 4<sup>e</sup> rang des provinces productrices de pommes de terre avec des recettes monétaires de 97 millions de dollars. Elles étaient de 73 millions de dollars en 1996, une croissance de près de 33 %. Celle-ci s'explique principalement par l'augmentation du prix de la pomme de terre.

Les superficies canadiennes ont connu une croissance de l'ordre de 11 % entre 1996 et 2001, pour s'établir à 163 900 hectares en 2001, alors que les superficies québécoises sont demeurées relativement stables au cours de la même période. On estime à 18 500 hectares la superficie totale en pommes de terre au Québec. La production a augmenté en Alberta notamment à cause de l'implantation d'importantes usines de transformation. Pour 2002, on prévoit que la production au Manitoba augmentera en raison du démarrage d'une usine de congélation.

Selon les données de Statistique Canada en 2001, on estime que la production canadienne se composait de 14 % de pommes de terre de semence, 26 % de pommes de terre de table et 60 % de pommes de terre transformées (croustilles et frites). Les provinces du Québec et de l'Ontario sont davantage spécialisées dans la production de pommes de terre destinées au marché frais (table et semence) alors que les autres provinces productrices s'orientent vers le marché de la transformation, qui est en croissance (frites).

Au Québec en 2001, près de 55 % des superficies sont utilisées pour combler les besoins du marché de la table. La variété blanche « Superior » représente près de la moitié des superficies destinées au marché frais. Selon l'étude, ce cultivar est probablement le moins attrayant pour les consommateurs. Environ 38 % des superficies québécoises sont destinées à la transformation et 7 % pour le marché de la semence.

#### 1. LA POMME DE TERRE DE SEMENCE

Le marché intérieur canadien offre un potentiel de croissance important en regard de la production de pommes de terre de semence. La production canadienne s'est accrue de 16 % au cours des cinq dernières années et la production québécoise de 37 % pour la même période.

Le Québec dispose d'un potentiel de croissance important dans ce secteur alors que l'Île-du-Prince-Édouard et le Nouveau-Brunswick ont de plus en plus de difficulté à produire de la semence exempte de virus. Selon la monographie, le Québec pourrait en tirer avantage pour améliorer son positionnement canadien. « ...Malgré les possibilités offertes par le marché intérieur canadien, le Québec n'assume pas de leadership et demeure un joueur marginal car les cultivars multipliés répondent peu aux attentes du marché intérieur qui requiert principalement des variétés longues ainsi que d'autres variétés adaptées au secteur de la transformation. ».

En 2001 les superficies consacrées aux variétés longues se situaient à 25 % comparativement à 11 % en 1997. Toujours selon l'étude : « ... La production demeure toutefois nettement insuffisante pour profiter des occasions du marché de la semence. ».

#### 2. LE POSITIONNEMENT DES ENTREPRISES CANADIENNES ET QUÉBÉCOISES

Comparativement aux autres entreprises canadiennes, les entreprises québécoises sont plus petites avec des rendements plus faibles; un taux d'endettement comparable et des prix du marché plus élevés que la moyenne canadienne qui s'expliquent par une part plus importante du volume pour le marché frais (produit emballé). Selon la monographie « ... les entreprises du Québec sont dans une position moins avantageuse que les autres pour saisir les occasions qu'offrent les nouveaux marchés. ».

### 3. LES CONSTATS

Au Québec, les superficies en production ont connu une faible croissance jusqu'à tout récemment et la production est concentrée dans le marché de la pomme de terre fraîche.

Dans le secteur de la pomme de terre de semence, il existe des possibilités de développement. Le Québec pourrait être un acteur plus présent dans ce secteur, car il dispose d'infrastructures et du potentiel requis pour produire des semences de haute qualité phytosanitaire selon les variétés et les volumes attendus.

### D. LA RECHERCHE ET LE DÉVELOPPEMENT

Au Canada, on retrouve 19 centres de recherche dont trois ont un programme de recherche qui porte spécialement sur la pomme de terre. Au Québec, un Centre de recherche et de développement en horticulture (CRDH), situé à Saint-Jean-sur-Richelieu, effectue certains travaux en phytoprotection. On retrouve également le Centre de recherche et de développement sur les aliments (CRDA), situé à Saint-Hyacinthe, axé sur la transformation alimentaire.

En plus des différentes universités québécoises, deux corporations de recherche sans but lucratif réalisent des activités de recherche et développement dans le secteur de la pomme de terre. C'est le cas de l'Institut de recherche et de développement en agroenvironnement (IRDA) dans les domaines de la phytoprotection, régie de culture et amélioration génétique. On retrouve également le Centre de recherche Les Buissons, dont la programmation scientifique est principalement axée sur l'amélioration génétique et les maladies telluriques de la pomme de terre.

De 1995 à 2000, les investissements québécois concernant les efforts de recherche universitaire dans la pomme de terre ont été de l'ordre de 4,1 millions de dollars pour une moyenne annuelle de 820 000 \$.

Les travaux de recherche réalisés dans les universités ont porté principalement sur des projets reliés à la production. Seulement 0,5 % du financement a été alloué à la transformation alimentaire.

#### 1. LES CONSTATS

On retrouve seulement 0,5% des investissements de la recherche universitaire en transformation alimentaire de la pomme de terre. Les différents intervenants devraient faire des efforts plus importants dans ce domaine. Des partenariats en recherche pourraient être faits afin de diversifier les marchés de la pomme de terre et donner une valeur ajoutée à celle-ci.

### E. ORGANISATION DE LA MISE EN MARCHÉ

#### 1. ÉTAT DE LA SITUATION AU NIVEAU DES PRIX

Les enquêtes statistiques sur les prix réalisées par la Financière agricole du Québec montrent que les prix varient de façon importante d'une entreprise et d'une région à l'autre. Ainsi pour l'année 2000, l'écart entre l'entreprise ayant obtenu le prix moyen le plus faible à la ferme, rajusté sur une base vrac, et celle ayant obtenu le prix moyen le plus élevé s'établit à 4,23 \$/100 lb, ce qui correspond à un écart de revenu de près de 2 300 \$/hectare.

Sur la base des données disponibles, les pommes de terre destinées au prépelage se sont transigées en moyenne, de 1997 à 2000, à un prix légèrement supérieur à celles destinées au marché du frais, soit un prix de \$7,42/100 lb comparativement à 7,26 \$/100 lb pour la même période. Les prix moyens pour les marchés de la croustille et des semences sont, pour la même période, nettement supérieurs à ceux des marchés table et prépelage, soit 9,36 \$/100 livres et 10,84 \$/100 lb respectivement.

Le marché de la semence est celui qui permet aux entreprises de production d'obtenir la meilleure rentabilité tous marchés confondus.

## 2. QUALITÉ

Depuis 1993, la Fédération, en collaboration avec la Table filière de la pomme de terre, s'est impliquée dans la surveillance de la qualité de la pomme de terre. Les faits saillants sont les suivants : en 1993-1994 lors d'enquêtes en magasin, 20 % de défauts ont été décelés; en 1999-2000 lors de vérifications aux postes d'emballage, 9,6 % de défauts ont été décelés et, en 2001-2002, lors de visites mensuelles en entrepôt et en magasin, on notait 8,4 % de défauts décelés.

Malgré ces efforts, les systèmes de surveillance mis en place ne constituent pas une « garantie totale du produit » pour le consommateur car le produit ne répond pas aux normes de conformité Canada n<sup>o</sup>1 presque quatre fois sur dix.

Selon les auteurs de la monographie: « ... si des correctifs ne sont pas apportés aux postes d'emballage quant au respect des normes de conformité, le consommateur pourrait éventuellement se sentir floué et développer le réflexe de bouder le produit, et ce, au détriment d'autres produits de substitution (riz, pâtes alimentaires et autres légumes frais). ».

## 3. LES RISQUES ENVIRONNEMENTAUX

Le consommateur est davantage sensible aux préoccupations environnementales. Selon un sondage récemment publié par le ministère de l'Environnement, 87,5 % des Québécois attribuent aux pesticides un caractère nocif pour la santé.

La production de pommes de terre est une production qui nécessite une utilisation de quantités importantes de pesticides. La Fédération a distribué aux entreprises de production une trousse d'autoévaluation qui vise à promouvoir l'utilisation des bonnes pratiques ou des pratiques culturelles raisonnées.

## 4. LES CIRCUITS DE DISTRIBUTION

La pomme de terre est consommée par presque tous les ménages. Elle est souvent utilisée dans la stratégie marketing des détaillants. Contrairement aux autres légumes, elle fait partie des achats planifiés. En ce qui concerne l'espace linéaire, une étude réalisée par Gestion Qualité Fruits et Légumes inc. démontre que, pour une période de six mois, s'étalant entre le mois d'octobre 2001 et le mois de mars 2002, les pommes de terre du Québec occupaient en moyenne 77 % de l'espace linéaire chez les détaillants, comparativement à 17 % pour celles de l'Île-du-Prince-Édouard.

On dénombre au Québec 135 emballeurs de pomme de terre fraîche, pour la plupart également producteurs. Douze de ces emballeurs emballent 80 % du volume de pommes de terre. Dans la chaîne de commercialisation de la pomme de terre de table, des producteurs sont à la fois producteurs, emballeurs, grossistes et transporteurs. Des études effectuées par la Financière agricole au cours des années de production 1998, 1999 et 2000 démontrent que très peu de producteurs auraient été impliqués au niveau des courtiers et que très peu de transactions auraient été effectuées à ce niveau.

Du côté du réseau des hôtels, restaurants et institutions (HRI), ce réseau est peu structuré et peu exploité par les fournisseurs québécois. Seulement 30 % des achats sont d'origine québécoise selon les personnes interrogées dans ce milieu.

## 5. LES EFFORTS DE PROMOTION ET MARKETING

Le consommateur québécois recherche une promesse et une garantie de qualité. En France, on note la force et la valeur des labels et des certifications accolés aux produits et aux services. Les programmes selon les principes de l'analyse des risques et de la maîtrise des points critiques (ARMPC/HACCP) ont également une bonne cote au Canada et au Québec. Aussi, les mentions de qualité doivent être accompagnées de gestes ou d'actions que vient certifier ou authentifier un organisme neutre et crédible.

La consommation per capita de pommes de terre continue de régresser. L'industrie devra mettre l'accent sur la promotion de son produit et des différentes variétés en terme d'utilisation pour contrer cette baisse de consommation. À cet effet, les distributeurs déplorent l'absence de notoriété de marque pour le produit québécois.

En 2002, la Fédération a adopté un projet de règlement imposant une contribution spéciale pour le Fonds de promotion, de publicité, de recherche, de développement et de formation pour répondre en partie à ces préoccupations.

## 6. LES CONSTATS

On note des écarts importants au niveau des prix reçus par les entreprises de production qui commercialisent leurs produits sur le marché frais. Ces écarts ne sont pas uniquement expliqués par un déséquilibre au niveau de l'offre et de la demande. D'autres facteurs interviennent, notamment les écarts sur le plan de la qualité.

La démarche qualité entreprise au cours des dernières années par la Fédération en collaboration avec la Table filière a permis d'accroître la qualité des produits frais. Cependant des correctifs devraient être apportés aux postes d'emballage afin de garantir aux consommateurs la qualité du produit.

## F. LA TABLE FILIÈRE DE LA POMME DE TERRE

La Table filière de la pomme de terre existe depuis 1994. Ses membres proviennent des secteurs de la production, de l'emballage, de la transformation, de la distribution, des gouvernements et des services. Les objectifs prioritaires de la Table ont été définis en l'an 2000, soit : la constance de la qualité; le positionnement de l'image et de la perception des produits (notoriété); l'augmentation de la production de variétés longues (pour les marchés de la table et du prépelage); le développement et la promotion de la pomme de terre de semence du Québec. Un arrêt temporaire des travaux de la Table filière en 2001 s'explique par les différences de vue des membres quant au choix des mécanismes de contrôle de la qualité des pommes de terre fraîches à mettre en place pour répondre à l'enjeu qualité privilégié par la Table filière.

Les travaux de la table ont cependant repris en 2002 sur la base des objectifs prioritaires fixés en 2000.

## G. CONCLUSION

Un développement marqué de l'industrie de la pomme de terre devra passer par une augmentation du nombre de nouveaux produits transformés liés à de nouveaux créneaux de marché, y compris les marchés d'exportation. Pour l'industrie de la transformation de la pomme de terre, les défis sont de taille. Son développement est tributaire de son positionnement tant sur le marché intérieur que sur les marchés d'exportation au cours des prochaines années.

Quant au produit consommé à l'état frais, la qualité, les prix compétitifs et les variétés adaptées au goût des consommateurs permettront à l'industrie de faire face de façon avantageuse aux effets de la diminution de la consommation.

Le secteur de la production devra être davantage branché sur les besoins des consommateurs et appuyer ses stratégies par des activités de promotion. Il devra s'arrimer davantage aux besoins de l'industrie de transformation, en particulier sur le plan de la gamme des variétés produites.

Selon la monographie, le développement de l'industrie de la pomme de terre est lié en bonne partie à la capacité de ses intervenants à travailler en concertation pour relever les nombreux défis.

#### **4.1 Les commentaires et les réactions des intervenants suite à la présentation de la synthèse de la monographie**

Le président de Michel St-Arneault inc. vérifie auprès des auteurs les assertions à la page 15 de la monographie, à l'effet que le Québec est demeuré un joueur marginal malgré une progression significative de ses exportations de frites congelées entre 1996 et 2001 et à l'effet que le Québec dispose de tout le potentiel nécessaire pour approvisionner de nouvelles usines. Il émet des réserves sur ces points et traitera plus amplement de ceux-ci lors de la présentation de son mémoire.

Suite à certains commentaires concernant le manque de statistiques sur le secteur de la transformation, Mme Morin, de la Direction de la recherche économique et scientifique, reconnaît le problème et mentionne que de nouvelles enquêtes permettraient d'améliorer l'information et les statistiques dans ce secteur.

M. André Audy, producteur, note que les graphiques illustrant les revenus gagnés par les producteurs de pommes de terre du Québec comparativement à d'autres provinces canadiennes sont trompeurs. Les producteurs du Québec font figure d'enfants pauvres puisque les chiffres sur les recettes monétaires n'incluent pas les subventions du gouvernement et les paiements des programmes d'assurance stabilisation et d'assurance récolte.

À la demande du président de la Fédération, M. Pierre Chouinard, MM. Florent Morasse et Yvan Lajoie, respectivement secrétaire-coordonnateur de la Filière pommes de terre et coordonnateur de l'approche filière, expliquent pourquoi une réelle confiance mutuelle et le partage des visions sont des conditions préalables au succès des travaux de la Table filière. Essentiellement, chaque intervenant de la Table filière a un rôle à jouer, il ne doit pas y avoir empiétement des rôles mais les intervenants doivent rechercher un consensus dans la prise de décisions.

### **5. L'ÉVALUATION DE LA PERTINENCE ET DES RÉSULTATS DES INTERVENTIONS DE LA FÉDÉRATION DANS LA MISE EN MARCHÉ ET L'IDENTIFICATION DES CIBLES STRATÉGIQUES ET DES PRIORITÉS DE L'ADMINISTRATEUR DU PLAN EN VUE D'OPTIMISER LA MISE EN MARCHÉ DES PRODUITS VISÉS**

#### **5.1 Évaluation de l'administrateur du plan**

La Fédération des producteurs de pommes de terre du Québec dépose un mémoire à la Régie dont l'essentiel est résumé ci-après.

##### **INTRODUCTION**

La Fédération représente quelque 400 productrices et producteurs de pommes de terre du Québec. On retrouve quatre catégories de producteurs soit les semences, l'état frais (table), la transformation au prépelage et la transformation en croustilles.

La Fédération note qu'au cours des cinq dernières années, malgré une faible croissance de la production, la valeur de la production à la ferme s'est accrue de près de 26 % entre 1996 et 2000.

Selon la Fédération, pour cette période, l'expertise de la Fédération et du secteur québécois de la production s'est développée pour le marché frais (table) et le secteur de la semence s'est consolidé.

Fait important à souligner, les importations de pommes de terre du Québec ont subi une baisse de près de 34 % en valeur et de 43 % en volume entre 1996 et 2001. Entre-temps, les exportations québécoises ont plus que doublé en terme de volume et presque quadruplé en valeur monétaire, atteignant les 32 millions de dollars en 2001.

Au cours de cette période, les productrices et producteurs se sont spécialisés et la proportion d'entreprises par catégorie de production est restée stable. De plus, les producteurs ont augmenté les variétés offertes sur le marché, principalement les variétés longues et rouges.

## SUIVI DES RECOMMANDATIONS DE LA RÉGIE

La Fédération a donné suite aux recommandations formulées par la Régie dans le dernier rapport d'évaluation périodique.

Elle a effectivement abrogé les articles 32 à 39 du Plan conjoint des producteurs de pommes de terre du Québec relatif au comité consultatif, en mars 1997. Elle a également abrogé le Règlement sur la vente de la pomme de terre à l'état frais en juillet 2002 qui a été remplacé par une convention de mise en marché. Celle-ci a permis de préciser les relations qu'elle entendait entretenir avec l'Association des emballeurs de pommes de terre du Québec en vue d'en venir à une entente harmonieuse concernant la mise en marché du produit visé. Cette convention de mise en marché est en vigueur depuis 1998.

Enfin, la Fédération produit annuellement les déclarations d'intérêts commerciaux détenus par chacun des administrateurs, tel que requis par l'article 89.1 de la loi.

## RÉALISATIONS

### Développement de la production

Au cours des cinq dernières années, la Fédération s'est dotée d'un plan de développement de la production; elle a participé à une recherche technique et économique réalisée par l'Université Laval et par le Centre de recherche et développement sur les aliments d'Agriculture et Agroalimentaire Canada concernant la possibilité de transformer les rejets de pommes de terre en produits déshydratés et elle a élaboré un plan d'affaires de « Les Semences Érites du Québec inc. ».

### Détermination de conditions de vente

Dans la pomme de terre fraîche destinée à la table, la Fédération tenait un comité « prix » hebdomadaire en vertu du Règlement sur la vente de la pomme de terre à l'état frais. Avec l'arrivée d'une première convention en 1998, ce comité a été remplacé par le comité « prix » de la convention. L'information sur les prix est diffusée par voie téléphonique, courriel, télécopie et dans « La Terre de Chez Nous » à chaque semaine. De plus, la Fédération publie sur une base hebdomadaire un document expliquant les prix et les conditions du marché de la pomme de terre en Amérique du Nord (Info-Marché).

Au cours des dernières années, la Fédération a conclu des conventions de mise en marché avec les trois entreprises de croustilles, soit Hostess Frito-Lay (1999, 2000, 2001 et 2002), les Aliments Humpty-Dumpty inc. (2000) et les Croustilles Yum Yum enr. (2000, 2001 et 2002). Une première convention de mise en marché a également été conclue avec Michel St-Arneault inc. pour la catégorie pommes de terre prépelées surtransformées (précuites et congelées) pour les années de récolte 2002 et 2003.

### Contrôle de la qualité

La Fédération a offert aux postes d'emballage du Québec un programme d'autogestion de la qualité de 1996 à 1998 inclusivement. À l'hiver 2000, une première phase d'un plan de contrôle de la qualité a été réalisée et intégrée à la convention de mise en marché pour le secteur des pommes de terre vendues à l'état frais. Les phases II et III prévues n'ont pu être réalisées faute de consensus entre les parties. Depuis août 2001, il y a un plan de surveillance de la qualité auprès des centres de distribution et des détaillants des trois bannières d'alimentation au Québec.

Enfin, une fiche d'information sur la manipulation et la conservation de la pomme de terre a été fournie aux détaillants en alimentation du Québec.

#### Gestion de l'approvisionnement

La Fédération a mis en place une banque de volumes, de style babillard électronique, pour l'offre et la demande de pommes de terre du Québec.

#### Information aux intervenants du secteur

Le site Internet de la Fédération, en opération depuis octobre 2000, permet de donner de l'information aux intervenants du secteur. De plus, elle publie régulièrement un bulletin d'information, « Le Parmentier ».

#### Formation

Dans le cadre de la Semaine horticole, une journée de formation est offerte à tous les ans aux productrices, producteurs et aux intervenants du milieu.

#### Recherche

La Fédération a financé un projet de recherche sur le millet perlé comme culture de rotation. Elle a participé à une étude sur les changements structuraux dans l'industrie des biotechnologies servant d'intrants agricoles.

#### Transfert technologique

La Fédération a distribué une trousse d'auto-évaluation agroenvironnementale en production de pommes de terre à toutes les entreprises en production. De plus, un guide d'identification des maladies et des insectes utiles et nuisibles a été fourni à toutes les exploitations agricoles.

#### Administration et financement

La Fédération a été libérée de son entente concordataire en septembre 2000 en liquidant une dette de 850 000 \$ envers ses créanciers.

Le fonds de publicité et promotion a été modifié pour un fonds de promotion, publicité, recherche, développement et formation en 2000. Une contribution spéciale a été votée en 2002 pour alimenter ce fonds.

Enfin la Fédération a appuyé financièrement les initiatives de regroupement de l'offre et de promotion des syndicats régionaux ou groupes suivants : Abitibi-Témiscamingue (2000 et 2001), Bas St-Laurent (2000, 2001), Gaspésie (1999), Laurentides (2002), Mauricie (2000 et 2001), St-Jean-Valleyfield et Lanaudière (1999, 2000, 2001 et 2002), Laurentides (2001) et Québec (2002).

#### Promotion

La Fédération a commandité plusieurs événements et publications dont le Congrès de l'Association québécoise de la distribution des fruits et légumes, le réseau d'avertissements phytosanitaires, un concours de recettes, un livre de recettes et un guide touristique. Elle a fait effectuer une étude de perception et de consommation de la pomme de terre. Elle a produit un dépliant « commerce » sur la pomme de terre du Québec. Enfin, elle a participé à des événements promotionnels « grand public » tels les fêtes gourmandes (1997), Expo-Québec (1998), les Marchés publics de Montréal (1999) et le SIAL-Montréal (2001).

## EFFET DES INTERVENTIONS DU PLAN CONJOINT SUR LA MISE EN MARCHÉ

Les principaux objectifs de la Fédération dans la mise en marché sont :

- ◆ obtenir un revenu optimal qui couvre les coûts de production;
- ◆ maintenir une production en santé;
- ◆ offrir un produit de qualité recherché par les acheteurs;
- ◆ débanaliser la pomme de terre.

Au cours des cinq dernières années, la Fédération a consacré beaucoup d'énergie afin que les producteurs prennent leur place sur les marchés. Ainsi la Fédération a travaillé à la dynamisation des comités de mise en marché, à la négociation de conventions de mise en marché, au développement d'outils d'information, à l'amélioration de la qualité et au développement de la promotion et de la publicité.

### Pommes de terre à l'état frais

Dans le secteur de la pomme de terre à l'état frais, la Fédération fait remarquer que depuis la signature de la convention avec l'Association des emballeurs de pommes de terre du Québec en 1998 et la mise en place du comité de prix, les revenus en provenance du marché ont atteint 98 %, une performance supérieure à toutes les autres productions couvertes par le programme d'Assurance stabilisation des revenus agricoles. Selon la Fédération, les revenus supplémentaires ainsi générés seraient de l'ordre de plus de 7,4 millions de dollars par année.

Une comparaison des prix nord-américains de la pomme de terre blanche vendue en emballage de 10 livres de 1998 à 2001 indique qu'en 1998-1999, les prix de la pomme de terre du Québec se situaient au bas de la courbe des prix alors que la situation a tendance à s'inverser en 1999-2000 et 2000-2001.

Selon la Fédération, la mise en place d'un outil d'information sur le marché nord-américain (Info-Marché) en 1998 a permis aux productrices et aux producteurs d'améliorer leur information stratégique.

### Croustilles

Dans le secteur de la croustille, les gains moyens estimés par la Fédération depuis 1999 à 2002 sont d'environ 1,44 \$/quintal ou 850 \$/ha. Avec une superficie ensemencée de plus ou moins 4 000 hectares, il s'agit d'un revenu supplémentaire de plus ou moins 3 400 000 \$.

### Prépelage

Le secteur transformation prépelage est en expansion. Pour la prochaine année récolte 2002-2003, suite à la première convention signée avec le plus important acheteur-transformateur québécois qui contrôle plus de 50 % du marché, la Fédération estime que le gain moyen sera de plus ou moins 0,45 \$/quintal par an.

### Semences

Quant au secteur des semences, il tend à s'organiser collectivement. La Fédération prévoit dans un avenir rapproché la mise en place d'un système de certification qui devrait améliorer la mise en marché des semences et en particulier sur le marché de l'exportation.

### Concertation entre la Fédération et les syndicats régionaux

Depuis six ans, la Fédération, en concertation avec les syndicats régionaux, a créé et consolidé une initiative publicitaire et promotionnelle « Primeur Plus », visant à réduire les importations de pommes de terre nouvelles provenant des États-Unis. La Fédération

estime les revenus supplémentaires ainsi générés pour les productrices et les producteurs à quelques 3 millions de dollars. De plus, le programme « Primeur Plus » permet d'établir un prix de référence à la hausse en début de saison et détermine un certain équilibre entre la production de variétés hâtives par rapport à celles dites tardives qui seront entreposées.

## ENTRAVES AU DÉVELOPPEMENT

### Réseau complexe de commercialisation

Selon la Fédération, les échecs subis lors de tentatives de mise en place de projets de mise en marché collective volontaire ont affecté sa crédibilité. Elle souhaite rétablir un leadership, faire valoir les avantages des mécanismes collectifs de mise en marché, favoriser l'équité entre les producteurs, qu'ils soient loin ou près des marchés, aider les producteurs à développer des habiletés de négociation avec leurs acheteurs et uniformiser les différences notables dans les relations des producteurs de chaque catégorie avec leurs acheteurs.

### Compétition entre les producteurs

La Fédération rappelle que les premières conventions de mise en marché collective ont été établies en 1998 et qu'à cette époque il y avait des tensions importantes entre les producteurs bénéficiant du programme d'assurance stabilisation et ceux bénéficiant d'un contrat annuel de vente avec leur acheteur.

La Fédération souhaite amener les producteurs à négocier collectivement leurs revenus et à mettre en place les mécanismes collectifs leur permettant de retirer le maximum de revenus des marchés. Elle souhaite inclure dans les conventions de mise en marché collective les éléments suivants : l'approvisionnement, les conditions de vente, les politiques de paiement, la détermination de prix, l'encadrement du transport, la gestion des surplus, la gestion de la qualité et la garantie de paiement.

### Crédibilité fluctuante de la Fédération

La Fédération remarque que les producteurs dans le passé se sont désintéressés de leur Fédération sauf en période de crise. Une forte compétition s'est installée entre les producteurs et ceux-ci ont préféré bien souvent consacrer du temps à développer leur entreprise en aval. Ainsi, ils jouent souvent plusieurs rôles à l'égard de la commercialisation.

La Fédération s'est fixé comme objectif de susciter l'implication des producteurs au niveau de la structure syndicale et de protéger leurs intérêts financiers à l'égard de repréailles de la part d'acheteurs. Comme enjeu d'importance, la Fédération identifie une transparence maximum entre les productrices et producteurs quant à leurs intérêts commerciaux, une définition des rôles et une clarification des responsabilités de chacun aux différents paliers de la structure syndicale et elle veut s'assurer que ceux-ci soient reconnus et acceptés par chacun. La Fédération souhaite également clarifier les rôles entre les producteurs, courtiers, acheteurs-emballeurs et les transformateurs.

### Organisation peu structurée

La Fédération a connu une période difficile où au début des années 1990, la structure opérationnelle a été réduite au minimum afin d'éviter une faillite.

Aussi la Fédération s'est donné comme enjeu principal de favoriser les communications internes et externes et ainsi mobiliser les producteurs, accroître l'information, favoriser les échanges entre producteurs et établir une concertation entre les quatre comités de mise en marché. Elle souhaite également structurer l'équipe de permanents en vue d'assurer l'expansion continue du secteur, développer un réseau au niveau des différents aspects de la production et de la mise en marché et créer des alliances à l'échelle nord-américaine.

## CIBLES ET PRIORITÉS

### Mise en marché ordonnée et collective

La Fédération s'est donné comme priorité de proposer aux producteurs des modèles d'organisation collective de mise en marché porteurs de succès. Elle veut également établir des règles du jeu et des ententes claires avec les emballeurs et les acheteurs qui pratiquent l'intégration.

### Sécurité du revenu

La Fédération s'est donné comme priorité d'établir des conventions de mise en marché collective dans chacune des catégories en utilisant au maximum les pouvoirs prévus à la loi, de s'assurer que les producteurs maîtrisent les outils de négociation en leur offrant une formation appropriée et continue et de garantir aux producteurs un prix optimal ou une plus-value. Elle veut également implanter des règles de mise en marché semblables entre toutes les catégories de producteurs et les protéger des fluctuations incontrôlables et drastiques du marché et du climat.

### Vie démocratique gérée par les producteurs

Comme autre cible, la Fédération prévoit confier à chacun des paliers de la structure syndicale un rôle essentiel et complémentaire en terme d'organisation de la mise en marché et de développement de la Fédération. Elle veut faire respecter les règles établies dans le code de déontologie et étendre l'application de ce code aux membres de comités. Enfin la Fédération souhaite trouver un mécanisme mettant à l'abri les agents de négociation de représailles de la part des acheteurs.

### Organisation bien structurée et efficace

La Fédération prévoit augmenter sa visibilité auprès de ses producteurs et auprès des intervenants externes. Elle souhaite accroître sa participation au sein des organisations nationales et internationales reliées au secteur de la production et de la commercialisation et occuper de plus en plus de postes décisionnels dans des institutions du secteur.

Au niveau interne, elle prévoit établir de meilleurs moyens d'échange et de concertation entre les quatre comités représentant les producteurs de pommes de terre de semence, pour le marché à l'état frais, pour fins de transformation et pour fins de prépelage; mettre en place et améliorer le soutien technique répondant aux besoins des producteurs.

## EN CONCLUSION

### Favoriser l'essor de l'industrie

La Fédération fait valoir que le plan et les règlements adoptés en vertu de plan conjoint, au cours des cinq dernières années, ont permis l'essor de l'industrie tout en accroissant les revenus générés par la mise en marché ordonnée et efficace du produit. La Fédération note une excellente participation aux activités et aux comités du plan conjoint et un taux de perception des contributions se maintenant à 99 %.

Lors de l'assemblée générale de 2002, les membres de la Fédération ont voté le versement d'une contribution supplémentaire pour des activités de promotion, publicité, recherche, développement et formation, une première depuis la mise en place du plan conjoint.

### Intensifier nos efforts pour une meilleure concertation

La Fédération reconnaît que l'industrie doit être vigilante pour répondre aux besoins du marché. Elle préconise une concertation accrue entre les partenaires et elle privilégie l'établissement de conventions de mise en marché solides et complètes. Celles-ci pourraient être considérées comme un outil permettant d'établir un partenariat durable entre les intervenants de l'industrie et les productrices et les producteurs.

### Miser sur notre expertise dans le secteur du produit frais

Bien que la consommation québécoise de pommes de terre fraîches diminue et que celle des pommes de terre transformées augmente, la Fédération souhaite continuer de miser sur l'expertise québécoise acquise en matière de pommes de terre de table et de semences. Selon la Fédération, elle constitue un net avantage qui distingue les producteurs québécois de nos concurrents, soit les provinces canadiennes et les états américains qui ont surtout développé une expertise en matière de pommes de terre destinées à la transformation (surgelé).

### Répondre à la demande des transformateurs québécois

La Fédération croit que le secteur de la pomme de terre de transformation doit encourager et soutenir l'approvisionnement des marchés tel que demandé par les transformateurs de façon à développer ensemble l'industrie de la transformation.

### Mettre en marché un produit de qualité

Toutes les actions mises de l'avant doivent l'être, selon la Fédération, en donnant l'assurance au consommateur qu'il aura accès à un produit d'une fraîcheur exemplaire par rapport à ceux présentés par la concurrence et avec l'implantation de mesures agroenvironnementales afin de rassurer les consommateurs quant à la qualité du produit. Selon la Fédération, tous les types de certifications accolées aux produits et services, ainsi qu'un système de traçabilité fiable et crédible, deviendront des éléments sur lesquels il faudra miser dans un avenir très rapproché.

## **5.2 Commentaires et présentation de M. Ghislain Perron, de l'Association québécoise de distribution de fruits et légumes**

M. Ghislain Perron souligne l'importance d'avoir un système de contrôle uniforme de la qualité de la pomme de terre. Il indique qu'avec les regroupements majeurs qui se sont effectués au cours des dernières années, les détaillants ont les mêmes centres de distribution. Le contrôle de la qualité de la pomme de terre s'avère déjà difficile en entrepôt; en magasin, le contrôle devient encore plus difficile. Selon M. Perron, il faudrait établir un système de contrôle uniforme et une standardisation du contrôle de la qualité à l'étape de l'emballage.

M. Perron acquiesce à l'effet que le projet Primeur Plus a permis de diminuer les importations de pommes de terre nouvelles américaines et que ce projet a constitué un bel exemple de communication entre la Fédération et les distributeurs.

Les promotions du produit ont eu des effets positifs sur la consommation de la pomme de terre. Selon M. Perron, il faut ajouter d'autres types de promotion pour rehausser l'image de la pomme de terre et indiquer aux consommateurs les différentes utilisations associées aux variétés disponibles. Une promotion davantage axée sur la nouvelle génération de consommateurs permettrait de mieux concurrencer les pommes de terre provenant de l'extérieur de la province. L'Association est prête à supporter la Fédération afin de mieux faire connaître aux consommateurs les diverses variétés.

Sur un horizon de court terme, M. Perron prévoit que les pommes de terre seront vendues par variété comme c'est le cas pour la mise en marché des pommes. Cela exigera qu'il y ait une promotion auprès du consommateur sur les utilisations des différentes variétés. De plus, il a remarqué que les consommateurs sont prêts à payer plus cher que par le passé. Selon lui, le prix peut être stabilisé à un niveau intéressant pour les différents intervenants impliqués.

M. Perron croit en l'importance du travail de la Table filière. Il remarque que certains sujets, telles la qualité et la distribution, sont constamment des sujets de discussion. Selon lui, beaucoup de personnes assistent aux travaux de la Table filière. Aussi pourrait-on examiner la possibilité de créer des sous-comités de travail afin d'accroître l'efficacité des travaux de la table.

### **5.3 Commentaires et présentation de Me Karl Delwaide, de l'Association des transformateurs de pommes de terre du Québec**

Me Karl Delwaide rappelle que l'Association des transformateurs de pommes de terre du Québec est une association dûment accréditée par la Régie en vertu de la Loi sur la mise en marché des produits agricoles, alimentaires et de la pêche pour représenter les transformateurs de pommes de terre en croustilles devant la Régie, auprès de l'organisme chargé de l'administration du plan conjoint, auprès de tout comité, agent de vente ou de négociation sur toute matière relative à l'application du plan conjoint, des règlements et de leur modification ou adoption.

L'Association regroupe les trois entreprises bien connues du secteur de la « croustille » à savoir : Les Croustilles Yum-Yum enr., Frito Lay Canada et l'entreprise Humpty Dumpty. Ces trois entreprises représentent globalement des achats de plus de 2 millions de quintaux de pommes de terre annuellement, le tout pour une valeur moyenne de 20 M \$, démontrant l'importance de l'industrie de la pomme de terre de transformation au Québec.

Me Delwaide souligne l'importance de l'Entente-cadre qui vise à régir l'ensemble des paramètres de négociation, conciliation et arbitrage de conditions de mise en marché pouvant intervenir dans les conventions de mise en marché du domaine de la pomme de terre de croustilles. Selon l'Association, l'Entente-cadre permet la négociation, la conciliation et l'arbitrage spécifiques par entreprise de transformation, et ce, avec l'implication directe et constante des producteurs ayant des contrats individuels annuels avec le transformateur concerné, à toutes les étapes : négociation, conciliation et arbitrage. Ces derniers éléments constituent « le point d'équilibre » que les parties ont trouvé entre le désir des producteurs d'instaurer un système de « négociations collectives » et le souhait des transformateurs d'assurer le reflet des spécificités de leur entreprise. Selon l'Association ces éléments permettraient ainsi à l'industrie de « tailler sur mesure » les conditions de mise en marché pertinentes à la réalité concrète de l'entreprise et des producteurs concernés.

Me Delwaide mentionne que les membres de l'Association ne sont pas d'accord avec le constat fait à la monographie à l'effet que l'industrie des grignotises (croustilles) tend à plafonner après avoir connu une croissance intéressante au cours des années 90, en raison de la stratégie des transformateurs, concentrée presque exclusivement sur l'exploitation du marché intérieur qui offre peu de perspectives de croissance contrairement aux marchés d'exportation. Les membres de l'Association ont au contraire accru leurs investissements et ont augmenté leurs volumes d'exportation en Ontario, aux États-Unis et dans les Maritimes.

### **5.4 Commentaires et présentation de M. Martin Gemme, de l'Association des emballeurs de pommes de terre du Québec**

La position concurrentielle de l'industrie de la pomme de terre québécoise permet aux intervenants de concurrencer le marché local et international.

L'Association note une bonne collaboration de la Fédération avec les emballeurs pour l'obtention de nouveaux formats mieux adaptés aux besoins des consommateurs et pour la promotion de nouvelles variétés.

Comme succès de l'industrie, l'Association note les actions du Comité de prix auquel les chaînes participent. Cependant, pour une qualité moindre, avec les spéciaux, les prix se retrouvent à des niveaux trop bas. Le contrôle de la qualité du produit aux postes d'emballage constitue un défi et, notamment, lors de ces ventes à rabais. Il faudrait améliorer la consultation avec la Fédération et, plus particulièrement, sur le plan de la surveillance de la qualité.

Pour réaliser le plan d'action de la Fédération, l'Association des emballeurs de pommes de terre du Québec offre sa collaboration et souhaite être consultée.

### **5.5 Commentaires et présentation de M. Michel St-Arneault, de Michel St-Arneault inc.**

M. Michel St-Arneault partage les constats exprimés à la monographie sur l'importance de développer le segment de la transformation des produits surgelés au Québec. La sécurité d'approvisionnement constitue cependant une condition essentielle à assurer avant l'implantation d'une usine majeure. Selon lui, en l'absence de joueurs majeurs dans la transformation de frites congelées, le Québec ne pourra profiter des occasions de marché de ce secteur lucratif bien qu'il dispose de tout le potentiel nécessaire pour approvisionner de nouvelles usines.

Une usine moyenne qui transforme 100 000 tonnes de pommes de terre annuellement nécessite près de 6 500 hectares. Le Québec a cultivé, en 2001, 2 838 hectares en pommes de terre destinées au prépelage. Depuis cinq ans, la production québécoise croît faiblement, soit une variation annuelle des superficies de 0,2 %. En 2001, seulement 60 % de l'approvisionnement requis par l'entreprise Michel. St -Arneault inc. provenait des pommes de terre du Québec à cause d'un manque de pommes de terre ou d'intérêt de la part des différents acteurs. M. St-Arneault constate que ce phénomène de pénurie n'est pas inhabituel dans la pomme de terre de transformation et que le virage vers la transformation n'est pas encore engagé.

M. St-Arneault recommande une concertation entre les intervenants de l'industrie, la Fédération et le MAPAQ pour résoudre les problèmes liés au développement de l'industrie de la transformation de la pomme de terre à l'état surgelé.

Si les intervenants décident de favoriser le développement de cette industrie, il faut actualiser les décisions avec des gestes concrets. Il souligne également l'importance de favoriser l'utilisation des pommes de terre du Québec afin de conserver la valeur ajoutée du produit.

Enfin M. St-Arneault suggère de créer un comité « surgelé ».

### **5.6 Commentaires et présentation de M. Jean Moyen, de l'Association des transformateurs de légumes frais**

M. Jean Moyen, de l'Association des transformateurs de légumes frais, mentionne que l'Association souhaite jouer un rôle important au sein de la Table filière.

La monographie comporte une source importante d'informations. Relativement au manque de données soulevé par les représentants du MAPAQ sur les quantités transformées, l'Association est prête à collaborer pour définir des règles qui permettraient d'améliorer cette situation.

Selon l'Association, l'industrie du prépelage est en plein développement. Plusieurs entreprises sont en pleine évolution. Elles investissent et elles travaillent très fort. Elles auront besoin d'aide, en particulier pour le respect des normes environnementales. De plus, les producteurs devront être supportés par leur Fédération dans le futur afin d'assurer une production de variétés de plus en plus précises et répondant aux besoins spécifiques des usines de transformation qui seront, dans un avenir prochain, de plus en plus spécialisées.

L'Association trouve très important d'avoir accès à un approvisionnement local. Elle souhaite le développement harmonieux de la mise en marché de la pomme de terre du Québec et vise à obtenir 100 % de son approvisionnement au Québec. Elle croit qu'il serait utile que la Fédération se préoccupe de voir à ce que les producteurs évitent les exportations libres au plus offrant. Selon l'Association, il est urgent que ce dossier soit analysé en considération des réalités des intervenants. À ce chapitre, l'Association croit que le respect réciproque doit exister.

Un juste équilibre des divers marchés signifie pour l'Association un juste prix au producteur, une rentabilité raisonnable à l'entrepreneur, pour un prix acceptable et compétitif avec les autres aliments équivalents dans la recherche d'une pleine satisfaction du consommateur. Suite à l'atteinte de ce premier objectif, les intervenants seront en mesure d'entrer de plein pied sur les marchés d'exportation.

Au cours des cinq dernières années, un travail important a été accompli au niveau de la salubrité dans le secteur du prépelage. Les pommes de terre vendues actuellement dans les formats de 50 lb n'ont pas les mêmes normes que celles vendues par les entreprises de prépelage, ce qui constitue, selon l'Association, une compétition déloyale. Selon l'Association, la Fédération a, de par son rôle de maître d'œuvre, l'obligation d'assurer un juste équilibre des prix versus les divers marchés de la pomme de terre. Il faudrait prévoir des mécanismes de contrôle qui permettront une saine compétition respectueuse des différents champs d'activité des intervenants de l'industrie.

En somme, l'Association souhaite partager en véritable partenaire avec la Fédération deux préoccupations, soit l'autosuffisance des besoins tant des variétés que des quantités nécessaires au marché de la transformation prépelage et l'équilibre à maintenir sur les marchés des divers produits de la pomme de terre du Québec.

Depuis deux ans l'Association travaille à une entente de mise en marché de la pomme de terre du Québec qui répondrait aux attentes de chacun de leurs membres et aux transformateurs indépendants tout en assurant un juste prix aux producteurs.

Enfin l'Association souscrit pleinement au maintien de la Table filière qui leur apparaît comme un instrument essentiel de coordination où les problèmes peuvent être traités avec une certaine objectivité à cause des organismes représentés, soit les décideurs ou les conseillers.

## **5.7 Commentaires et présentation de M. François Baril, des Aliments Bari inc.**

L'entreprise de M. François Baril est impliquée dans la transformation et l'emballage de la pomme de terre prépelée. Avec une première convention qui a été signée dans le secteur de la pomme de terre destinée au marché de la surtransformation tels les produits congelés et précuits, les membres de l'Association des transformateurs de légumes frais craignent que ces transformateurs soient privilégiés comparativement aux autres oeuvrant dans le secteur du prépelage à l'état frais.

M. Baril réitère les préoccupations exprimées par M. Moyen liées à la problématique des ventes de pommes de terre Jumbo vendues dans le format de 50 lb non pelées qui nuisent à leurs ventes de pommes de terre pelées vendues sous le même format. En effet, les prix de ces pommes de terre Jumbo en format de 50 lb fluctuent beaucoup et les prix sont souvent trop bas.

Avec une autosuffisance provinciale de la production de pommes de terre au Québec de 70 %, M. Baril indique que la Fédération devrait éviter la vente de pommes de terre à l'extérieur du Québec et souligne sa préoccupation d'être approvisionné par du produit local.

Selon M. François Baril, la Fédération est bien gérée; cependant on peut déplorer parfois une approche qui devient trop rapidement conflictuelle. Les membres de l'Association des transformateurs de légumes frais veulent être des partenaires.

## **6. L'ANALYSE ET LES COMMENTAIRES DE LA RÉGIE**

La Régie remarque que la Fédération a fait des efforts importants au cours des dernières années afin que les producteurs obtiennent des revenus intéressants et prennent leur place sur les marchés. Elle les a tenu informés de la situation des marchés et a travaillé à la dynamisation des comités de mise en marché, à la négociation de conventions de mise en marché dans le secteur de la croustille, de la pomme de terre à l'état frais et du secteur prépelage.

La Fédération se propose d'établir de meilleurs moyens d'échange et de concertation entre les quatre comités représentant les producteurs de pommes de terre de semence, à l'état frais, pour fins de transformation et pour fins de prépelage et elle entend examiner la possibilité de mettre en place une table de concertation interne afin d'assurer un partage des informations.

Il ressort des constats indiqués à la monographie que la consommation de la pomme de terre à l'état frais diminue; de plus les consommateurs sont de plus en plus préoccupés par l'aspect qualité et innocuité des aliments. Au niveau du contrôle de la qualité de la pomme de terre de table vendue en magasin, malgré les tentatives pour mettre en place un système de contrôle de la qualité du produit, il arrive encore régulièrement que le produit ne réponde pas aux normes de conformité Canada n° 1.

Dans le secteur de la transformation, les intervenants du Québec ne saisissent pas les opportunités offertes par certains créneaux commerciaux et par les marchés d'exportation. L'industrie québécoise devrait, selon la monographie, analyser sérieusement les conditions qui favoriseraient l'implantation d'une usine de dimension majeure.

Dans le secteur de la pomme de terre de semence, il existe également des possibilités de développement. L'industrie dispose d'infrastructures et du potentiel requis pour produire des semences de haute qualité phytosanitaire selon les variétés et les volumes attendus.

Les intervenants de l'industrie ont insisté sur certaines problématiques liées à la mise en marché de la pomme de terre. Par exemple, dans le secteur de la pomme de terre de table, ils ont mis l'accent sur l'importance du contrôle de la qualité tant au niveau de l'emballage que de la distribution. De plus, les intervenants s'entendent pour constater que l'industrie, en général, n'a pas exploité le potentiel de mise en valeur des variétés disponibles ou pouvant être développées.

Dans le secteur de la transformation, les intervenants ont soulevé la problématique d'un approvisionnement insuffisant en pommes de terre du Québec. Dans le segment de la transformation des produits surgelés, on note en plus des problèmes liés au développement de cette industrie. Dans le secteur de la transformation prépelage à l'état frais, les intervenants sont préoccupés par la qualité du produit, le respect par tous des normes et l'autosuffisance en terme de variétés et quantités nécessaires au marché. Finalement dans le secteur de la croustille, les transformateurs ont fait valoir qu'ils augmentaient leurs investissements afin de répondre aux demandes sur certains marchés d'exportation.

Les intervenants de l'industrie ont tous fait valoir l'importance d'une collaboration et d'une concertation avec la Fédération. De plus, les intervenants du secteur de l'emballage et de la distribution ont manifesté leur disponibilité pour établir avec la Fédération des conditions favorables à la mise en marché de la pomme de terre de table.

La promotion des pommes de terre « Primeur » du Québec est un exemple intéressant de concertation entre les intervenants de l'industrie et la Fédération. La diminution des importations en provenance des États-Unis constitue une preuve de l'impact positif de cette action.

Pour l'avenir, la Fédération s'est fixé comme objectif d'obtenir une mise en marché collective ordonnée et une structure démocratique gérée par les producteurs. Elle prévoit implanter des règles de mise en marché semblables entre toutes les catégories de producteurs en tenant compte des marchés spécifiques et des différents lieux de production. Elle prévoit également protéger les producteurs des fluctuations des marchés et du climat. Elle vise une organisation bien structurée et efficace.

## **7. LES RECOMMANDATIONS**

Sur la base des observations et des problématiques de mise en marché soulevées par la Fédération et les intervenants de l'industrie, la Régie recommande à la Fédération :

- de donner suite à son intention d'établir une table de concertation interne à la Fédération de façon à favoriser le partage des informations entre les quatre comités prévus au plan conjoint;
- de travailler en concertation avec les intervenants de l'industrie afin de bonifier le système de contrôle de la qualité de la pomme de terre de table à tous les maillons de la chaîne : la production, l'emballage et la distribution;
- de poursuivre le travail amorcé auprès des emballeurs et des distributeurs visant à bonifier la mise en marché des pommes de terre de table notamment par variété et catégorie;
- collaborer avec les intervenants du secteur de la transformation afin d'élaborer une stratégie de développement de la production qui permettrait de maximiser le potentiel de ce secteur;
- de favoriser le maintien et le développement de la Table filière qui constitue un outil de concertation et de développement reconnu par l'ensemble de l'industrie;
- d'élaborer un plan d'action permettant de situer dans le temps les priorités d'action et prévoir un échéancier afin de favoriser l'atteinte des objectifs permettant une mise en marché ordonnée et efficace du produit visé;
- de développer des indicateurs permettant de vérifier l'opportunité des interventions et la mesure périodique des résultats atteints.

---

Lise Bergeron

---

Jean-Claude Dumas

---

Lévis Brien