



équii

Rapport sur l'intérêt des producteurs maraîchers de la
région de Montréal quant aux modèles associatifs de
mise en marché en circuits courts

par Équiterre

30 novembre 2011

Objet de l'étude

Cette étude menée par Équiterre avait pour objectif d'explorer le potentiel d'établir un regroupement de producteurs afin de faciliter la mise en marché de produits maraîchers de la grande région de Montréal par le biais de circuits courts¹.

À travers une série d'entrevues, Équiterre a tenté de déterminer les besoins des producteurs qui approvisionnent Montréal quant aux solutions collectives pour les problèmes de mise en marché. Les résultats de cette enquête ont ensuite été comparés à quatre initiatives de regroupements existantes afin d'évaluer le modèle de regroupement qui pourrait le mieux répondre à leurs besoins.

Un premier volet : la demande institutionnelle

Les résultats du premier volet du projet intitulé « *Rapport de la demande pour l'approvisionnement en circuit court* » ont permis de montrer l'existence d'une forte demande d'approvisionnement direct en circuit court, en produits locaux et biologiques dans les secteurs institutionnel et hôtelier de la région de Montréal. Ce type de mise en marché est particulièrement intéressant en ce qu'il permet de diminuer le nombre d'intermédiaires et de stimuler le marché local.

Par contre, le circuit court oblige souvent les producteurs à assumer certaines fonctions (distribution, marketing, etc.) en aval dans la chaîne de valeur alimentaire qui exigent du temps et des efforts. La mise en place de circuits courts soulève aussi des craintes face à la disponibilité des produits à longueur d'année, aux coûts de livraison souvent trop élevés et à l'inaccessibilité aux gros contrats d'approvisionnement octroyés par les institutions.

Face à ces difficultés, les regroupements sont apparus comme un moyen pour assurer une offre plus stable pour les acheteurs. Équiterre a donc décidé de réaliser une étude de l'offre afin de voir si un modèle associatif pourrait effectivement faire le pont entre les obstacles perçus par les acheteurs et ceux perçus par les producteurs du bassin alimentaire montréalais.

Faits saillants de l'étude

En février et mars 2011, Équiterre a fait appel à 19 producteurs maraîchers du bassin alimentaire de Montréal afin d'explorer les avenues d'un possible regroupement permettant de faciliter l'établissement de circuits courts.

Dans un premier temps, Équiterre a tenté de déterminer les caractéristiques qui attirent les producteurs vers la mise en marché en circuit court ainsi que des difficultés perçues par ces derniers dans cette forme de mise en marché.

Les inconvénients du marché conventionnel

Les producteurs ont identifié trois inconvénients majeurs à la mise en marché conventionnelle: les bas prix, l'insécurité des ventes et les problèmes de liquidité.

¹ Le circuit court correspond à un mode de mise en marché ayant au plus un intermédiaire entre producteur et consommateur selon la définition du Ministère de l'agriculture, des pêcheries et de l'alimentation (MAPAQ).

Par ailleurs, les standards hygiéniques et esthétiques imposés par les distributeurs obligent les producteurs à miser sur le volume, pour faire face au risque de déclassement des légumes ; ce qui laisse peu de place à ceux qui souhaitent produire autrement.

Avantages et inconvénients perçus dans les circuits courts

En se tournant vers le circuit court, les producteurs sont en mesure d'obtenir un prix meilleur, d'assurer leurs ventes et de recevoir un paiement à la réception du produit ou même à l'avance. La possibilité de produire d'une façon qui concorde avec leurs valeurs et principes a également été soulignée par plusieurs producteurs comme un des avantages majeurs du circuit court. Les producteurs semblent aussi apprécier le contact social et l'interaction avec le consommateur rendus possibles par les circuits courts.

Cependant, il est apparu que les problèmes d'insécurité, de prix bas et de concurrence réapparaissent dans certains types de circuits courts, tels que le marché public ou les marchés virtuels, lorsque ceux-ci prennent de l'expansion. De plus, la vente en circuit court force les producteurs à assumer de nouveaux rôles dans la chaîne de mise en marché entraînant une surcharge de travail et des problèmes de logistique.

Enfin, la demande des HRI (hôtels, restaurants et institutions) n'est pas toujours adaptée à la réalité du producteur (recherche de produits très spécifiques, demande constante tout au long de l'année, etc.).

Les fermiers attendent d'un regroupement qu'il assure :

- La prospection de la clientèle ;
- La gestion des ventes ;
- La prise en charge de la distribution ;
- L'obtention de meilleurs prix ;
- Un marché stable ;
- Un gain d'efficacité à la ferme ;
- La valorisation de leurs surplus de production.

Les problèmes majeurs anticipés sont :

- la confiance et la dépendance envers d'autres producteurs ;
- la coordination logistique des activités de regroupement et le manque de temps ;
- l'apparition de problèmes de droits de livraison (c'est-à-dire décider quelle part d'une commande faite au groupe en nom collectif reviendrait à chaque membre) ;
- la ressemblance au marché de gros dans la mesure où l'on risquerait de miser davantage sur le volume plutôt que sur une production diversifiée à petite échelle.

Les quatre modèles de regroupement

Dans un second temps, Équiterre a contacté plusieurs regroupements de producteurs en Amérique du Nord afin de comparer leurs expériences aux attentes et aux craintes des producteurs. Parmi ces derniers, quatre ont accepté de faire partie de l'étude et ont été choisis pour représenter un échantillon de modèles et de stratégies suffisamment varié :

- **Saveurs des Cantons** (Cantons de l'Est, QC), une OBNL qui offre ses services aux HRI à travers un marché virtuel et un service de livraison ;
- **Gaspésie Gourmande** (Gaspésie), une OBNL qui a adopté une stratégie de vente directe et qui s'occupe majoritairement de la promotion des produits ;
- **Saanich Organics** (Victoria, Colombie Britannique), une entreprise agricole collective qui travaille de près avec les associations de chefs cuisiniers ;
- **Red Tomato** (nord-est des États-Unis), une OBNL qui a développé sa propre marque pour mieux s'insérer dans la grande distribution.

Des quatre exemples observés, on a pu constater qu'une haute fréquence des contacts informels entre producteurs, facilitée par la proximité géographique, est essentielle afin de maintenir la confiance entre les producteurs et d'assurer une collaboration efficace.

D'après ces différents exemples, on remarque également que les volumes de ventes et l'obtention d'un prix équitable semblent évoluer à contre-sens.

Seul un des regroupements, *Saanich Organics*, grâce à sa capacité de s'appuyer sur les opportunités locales² et à mobiliser sa clientèle, semble avoir été capable d'obtenir des bons prix et des volumes intéressants pour ses fermes.

Conclusion et recommandations

Les entrevues ont révélé que les fermes de très petite taille avec une production diversifiée (fermes ASC) sont relativement satisfaites de leurs modes de mise en marché actuels. Elles ne cherchent donc pas de nouveaux débouchés et sont a priori peu intéressées par un éventuel regroupement. Au contraire, les fermes de taille moyenne seraient les moins satisfaites de leurs relations avec les grossistes, emballeurs, distributeurs et revendeurs et sont donc plus ouvertes à l'exploration de nouveaux débouchés.

Aucun des regroupements recensés dans la présente étude ne semble véritablement offrir un modèle qui réponde parfaitement aux besoins des fermes du Québec tout en respectant la définition stricte du circuit court.

Les différents organismes qui gèrent les circuits courts ou d'autres qui veulent en développer des nouveaux doivent penser à des modèles qui protègent les producteurs des inconvénients qu'ils perçoivent dans le marché conventionnel et non strictement au nombre d'intermédiaires dans la chaîne d'approvisionnement.

Afin de donner à la fois aux producteurs plus de contrôle sur les prix, un marché stable et de l'argent à la réception tout en soulageant la charge de travail de ces derniers, plusieurs recommandations peuvent être émises:

Sur le plan organisationnel, nous recommandons :

² *Saanich Organics* par exemple, a su s'appuyer sur la volonté des chefs cuisiniers de Victoria de soutenir une agriculture biologique et locale.

- d'identifier et d'utiliser les leviers de changement potentiels dans la chaîne de valeur agricole et de saisir les opportunités. *Saanich Organics* par exemple, a su s'appuyer sur la volonté des chefs cuisiniers de Victoria de soutenir une agriculture biologique et locale.
- d'explorer et de développer la collaboration avec l'industrie de transformation bioalimentaire à Montréal afin de faciliter l'écoulement des surplus et de répondre à des besoins spécifiques des institutions. La création d'un organisme de transformation à but non lucratif pourrait être également envisagée.

Sur le plan politique, nous recommandons :

- que le gouvernement du Québec se dote d'objectifs ambitieux et intensifie ses efforts pour soutenir le développement des systèmes alimentaires locaux et solidaires et qu'il assouplisse le système de mise en marché collective afin de faciliter la vente via des circuits courts de commercialisation.
- qu'il adopte une politique québécoise d'alimentation responsable dans ses établissements publics, comprenant des objectifs d'achat local, des cibles afin qu'une part croissante de ces aliments soient également biologiques, qu'il soutienne financièrement : l'acquisition ou le renouvellement des équipements des cuisines institutionnelles, l'embauche de responsables alimentaires et la formation sur la cuisine de saison, l'éducation et la sensibilisation de la clientèle et des employés, l'intégration de cours de cuisine aux jeunes dans la formation scolaire, de même que les écarts de coûts pour l'achat de produits locaux, biologiques et équitables.
- la mise en place de mécanismes de concertation entre les différentes régions administratives afin d'assurer une concordance des politiques d'appui à l'agriculture locale et la complémentarité avec la demande en centre urbain. Ceci pourrait se faire par exemple par la création d'une Table de concertation agro-alimentaire du bassin alimentaire de Montréal.

Enfin, nous recommandons de supporter les HRI dans l'adaptation de leurs pratiques à la réalité des producteurs :

- développer des menus mieux adaptés à l'offre locale tout au long de l'année pourrait faire partie de la Stratégie sur le développement durable et devrait bénéficier des appuis gouvernementaux nécessaires.
- veiller à ce que toutes les institutions publiques puissent appliquer la Politique d'action gouvernementale sur la promotion des saines habitudes de vie, voire établissent des cibles précises de contenu frais (salades, crudités, etc.). Des outils pour encourager le secteur privé à se diriger dans cette direction seraient aussi souhaitables.

Piste de recherche

Il serait intéressant d'explorer des modèles de mise en marché de produits locaux autres que les circuits courts, particulièrement dans le cas des fermes de taille moyenne qui ont besoin d'un accès à une distribution plus grande. Par exemple: les éventuels bénéfices du développement d'une marque qui irait au-delà de la désignation « Aliments du Québec » et qui permettrait de signaler une production plus écologique et des relations commerciales équitables.