

AU MENU

→ Achat local et alimentation naturelle : une tendance importante

Connaître l'origine des produits alimentaires que l'on consomme, leurs bienfaits sur la santé et leurs empreintes sur l'environnement sont autant de facteurs qui influent aujourd'hui sur les choix des consommateurs.

Consommation locale : environnement et santé parmi les premières motivations

Selon une enquête de l'Observatoire de la consommation responsable de l'Université du Québec à Montréal menée en 2014¹, les principales motivations quant à la consommation responsable² sont les bénéfices pour l'environnement, suivis de très près par ceux qui ont trait à la société et à la santé. Les Québécois consomment des produits locaux pour profiter de leur qualité et de leur fraîcheur, attributs qu'ils associent à une bonne santé, mais surtout pour encourager les producteurs d'ici.

Le phénomène est aussi observable ailleurs dans le monde. En France, dans une analyse publiée en 2014, le Centre d'études et de prospective du ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt a dressé un portrait des principales motivations des Français concernant la consommation et les pratiques alimentaires durables. Ainsi, 71 % des Français déclarent que l'origine des aliments est importante pour eux. Les produits locaux sont généralement perçus comme plus naturels. Près d'un tiers (32 %) des consommateurs français disent acheter des produits de saison essentiellement pour des raisons de soutien de l'économie locale.

Au Canada, l'engouement pour l'achat local et la préoccupation grandissante des consommateurs pour leur santé ont été désignés par la Banque de développement du Canada parmi les cinq grandes tendances de consommation de 2014. D'une part, l'achat local est motivé par des considérations d'environnement et de responsabilité sociale. En effet, 97 % des Canadiens décident d'acheter des produits locaux pour soutenir l'économie locale et 87 % croient que cela est mieux pour

l'environnement. D'autre part, concernant la santé, les consommateurs disent privilégier de plus en plus la consommation de fruits et de légumes frais, tout en suscitant une demande toujours plus importante pour les produits spécialisés, naturels et biologiques.

La commercialisation en circuit court au cœur de l'achat de proximité

L'achat local demeure un important moteur de la distribution alimentaire par le truchement des circuits dits courts, complémentaires des canaux traditionnels, qui offrent des débouchés intéressants aux producteurs. Dans un contexte de mondialisation des échanges, la commercialisation dans des circuits courts rejoint une préoccupation des consommateurs pour l'achat de produits dont ils connaissent la provenance et qu'ils jugent bons pour l'économie locale.

Pour les producteurs, les relations qui s'établissent avec les consommateurs sont au cœur de la démarche. La vente en circuit court donne un accès plus direct à la clientèle, ce qui a pour avantages de leur rapporter des revenus plus élevés avec un paiement immédiat et de leur permettre de proposer une gamme de produits différenciés. En effet, les circuits courts représentent des canaux de distribution intéressants pour vendre des aliments spécialisés comme les fromages et les charcuteries, car les producteurs sont en mesure de discuter avec les consommateurs et, par exemple, d'expliquer les processus de fabrication qu'ils ont adoptés. La vente en circuit court donne la possibilité d'établir une relation de confiance avec la clientèle et elle crée des lieux de rencontre propices à la mise en valeur comme à la découverte de nouveaux produits tant naturels que biologiques.

Le secteur biologique : tout aussi visé par la commercialisation en circuit court

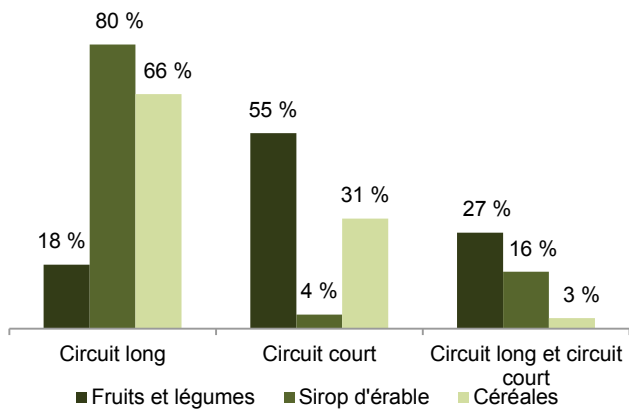
Au Québec, 29 % des quelque 1 350 entreprises agroalimentaires qui bénéficient d'une certification biologique privilégient la vente directe aux consommateurs par différents modes de commercialisation en circuit court³. Bien que les entreprises du secteur biologique utilisent principalement les circuits longs de commercialisation pour écouler leur production, la vente faite en circuit court demeure une avenue non négligeable surtout pour les entreprises maraîchères (voir graphique 1).

3. Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation, « Résultats d'une enquête sur le secteur biologique au Québec menée en 2010 », octobre 2013.

1. Observatoire de la consommation responsable, « Baromètre de la consommation responsable 2014 ».

2. Consommation responsable : acte de consommer un produit en tenant compte de son impact écologique et social et en choisissant par exemple un produit équitable ou fabriqué localement. La consommation responsable relève de critères sociaux et environnementaux.

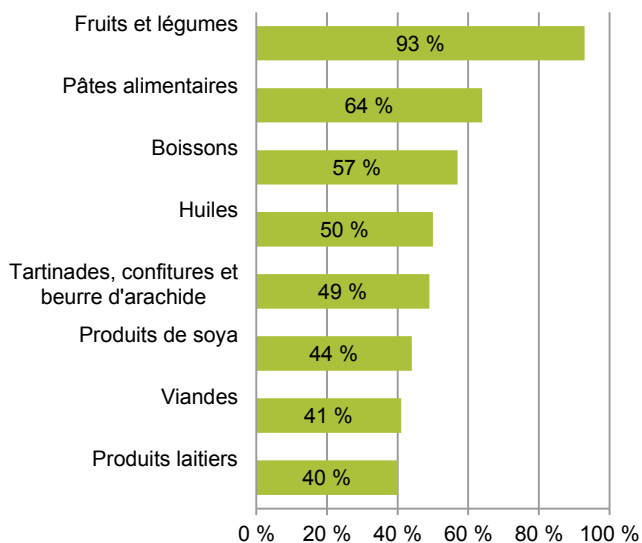
GRAPHIQUE 1 – PROPORTION D'ENTREPRISES AGRICOLES BIOLOGIQUES EN PRODUCTIONS VÉGÉTALES SELON LES TYPES DE CIRCUITS DE COMMERCIALISATION UTILISÉS



Source : Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation, « Résultats d'une enquête sur le secteur biologique au Québec menée en 2010 », octobre 2013.

En ce qui concerne la demande, un sondage commandé en 2013 par la Filière biologique du Québec révèle que les répondants qui consomment des produits biologiques ou naturels optent principalement pour des fruits et des légumes.

GRAPHIQUE 2 – CATÉGORIES DE PRODUITS BIOLOGIQUES CONSOMMÉS



Source : Filière biologique du Québec, « Faits saillants du sondage auprès de la population québécoise sur la consommation de produits biologiques », mai 2013; compilation du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (MAPAQ).

Les consommateurs ont aussi été interrogés à propos des endroits où ils souhaitent trouver des produits biologiques. À cet égard, la notion d'achat de proximité est populaire. Outre l'accessibilité des produits biologiques dans les supermarchés, 34 % des répondants veulent les acheter dans les boutiques spécialisées et 32 % dans des marchés publics et des coopératives de solidarité. Enfin, 30 % d'entre eux désirent se les procurer directement auprès des producteurs ou par l'entremise de la commande de paniers bio.

Diversité des moyens de commercialisation en circuit court

Les producteurs disposent de différents moyens pour écouler leur production dans des circuits courts. D'abord, ils ont à leur portée la vente directe (sans intermédiaire) qui s'appuie, entre autres choses, sur les kiosques à la ferme, l'autocueillette, les marchés publics, la distribution de paniers ou le commerce par Internet. Ensuite, il y a la vente indirecte (maximum d'un intermédiaire) : vente aux restaurateurs, aux hôteliers, aux boutiques spécialisées, etc.

La Fédération de la relève agricole du Québec, dans son dernier rapport, fait ressortir que plus de 100 entreprises pratiquent l'agriculture soutenue par la communauté (ASC). De ce nombre, près de 9 sur 10 cultivent des légumes biologiques. Plus du quart écoulent en totalité leur production par l'ASC. Les autres vendent en partie leur production dans les marchés publics (32 %) ou directement à la ferme (23 %).

Au Québec, l'essor des marchés publics reflète l'engouement pour l'alimentation de proximité. Leur nombre est en progression de 10 % par année. L'Association des marchés publics du Québec compte aujourd'hui plus de 90 membres, comparativement à 60 il y a 10 ans.

Sources :

- http://consommationresponsable.ca/wp-content/uploads/2014/11/BCR_2014.pdf;
- <http://agreste.agriculture.gouv.fr/publications/analyse/>;
- http://www.bdc.ca/Resources%20Manager/study_2013/etude_BDC_tendances_consommation.pdf;
- <http://www.mapaq.gouv.qc.ca/fr/Publications/EnquetesecteurbioauQc.pdf>;
- http://www.cartv.gouv.qc.ca/sites/documents/file/statsbio/CARTV_StatistiquesBIO2012.pdf;
- <http://www.fraq.qc.ca/wp-content/uploads/2015/10/Memoire-releve-8-octobre.pdf>;
- <http://www.ampq.ca/>;
- <http://www.filierebio.qc.ca/Filierebio/Documents/Faits%20saillants%20sondage%20consommateurs%20bio%202013.pdf>.

