

Bonjour à tous,

C'est avec grand plaisir que nous avons accepté l'invitation de monsieur Claude Laniel, de participer à votre journée thématique-Horizon 2010  
« Atteindre le plein potentiel horticole du Québec »

Permettez-moi de vous décrire rapidement qu'est-ce que le Conseil de la transformation agroalimentaire et des produits de consommation.

### **Conseil de la transformation agroalimentaire et des produits de consommation (CTAC)**

Le CTAC regroupe l'Association des manufacturiers de produits alimentaires du Québec (l'AMPAQ), le Conseil de la Boulangerie du Québec (le CBQ), l'Association des abattoirs avicoles du Québec (l'AAAQ) et le Conseil de l'industrie acéricole (CIA).

Notre organisation représente plus de 425 entreprises (dont 55 entreprises de transformation de fruits et légumes) pour un volume annuel d'affaires de 12 milliards de dollars, dans une industrie globale de 18 milliards de dollars.

Le CTAC a **pour mission**, d'une part, d'assurer la représentation, la promotion et la défense des intérêts de ses membres auprès de l'ensemble des intervenants de l'industrie de la transformation agroalimentaire et des produits de consommation et, d'autre part, de mettre en valeur la compétitivité de ses membres sur les marchés québécois, canadiens et extérieurs.

#### **En appui à sa mission, les principaux objectifs du CTAC sont de :**

- Regrouper les intervenants oeuvrant au sein de l'industrie de la transformation alimentaire et des produits de consommation courante et, notamment, être leur porte-parole auprès des instances gouvernementales et publiques.
- Promouvoir les intérêts économiques, sociaux et professionnels de ses membres.

- Contribuer à l'éducation publique en matière d'alimentation.
- Faire connaître les caractéristiques et attributs des produits mis en marché par l'industrie de la transformation alimentaire.
- Faciliter les relations et l'échange d'information entre les membres, les autres intervenants de l'industrie et les consommateurs.
- Promouvoir la recherche et l'avancement des connaissances, notamment technologiques, dans les domaines de l'agriculture, de l'alimentation, de la nutrition, de la fabrication et de la mise en marché des produits alimentaires transformés et de consommation.
- Poursuivre l'excellence et d'encourager la mise en place de normes de bonnes pratiques (best practices).

**Dans le cours de nos activités, nous sommes appelé au CTAC à siéger sur certaines tables filières du Québec dont notamment la Table filière des légumes de transformation**

Rappelons-nous que la mission de la Table filière est de créer de meilleurs liens entre les divers maillons de la chaîne alimentaire afin d'assurer le développement de l'ensemble du secteur des légumes de transformation.

La Table filière des légumes de transformation regroupe plus spécifiquement les intervenants des secteurs de la production et de la transformation soumis au plan conjoint (PHMC : pois, haricot, maïs et concombre) ainsi que de la distribution, pour la réalisation de projets communs. Elle regroupe 8 partenaires de la production, de la transformation et de la distribution, ainsi qu'un représentant du gouvernement fédéral (AAC) et 3 représentants du gouvernement provincial (MAPAQ).

Nous sommes venus partager avec vous aujourd'hui brièvement, certaines de nos «réalités de marché» auxquels les différents intervenants des secteurs de la transformation et par le fait même, du secteur de la production des légumes transformés au Québec, avons à faire face collectivement, et certaines des actions mise en œuvre pour combattre, résister, et survivre dans cet environnement de globalisation des marchés planétaires.

Ce qui nous amène à cette présentation du

## **Projet de la Table Filière des légumes de transformation**

*« Stratégie d'information pour la valorisation de l'utilisation des légumes transformés auprès des intervenants des services alimentaires (HRI) »*

### 2. État de situation

En décembre 2004, considérant que l'environnement d'affaires dans l'industrie des légumes de transformation avait beaucoup changé au cours des dernières années, les intervenants de la Table filière ont convenu d'unir leurs efforts et ils adoptaient une nouvelle planification stratégique pour la période 2005 à 2008. La thématique retenue *« Sauver l'industrie québécoise des légumes de transformation »* décrit très bien la vulnérabilité actuelle du secteur.

En 2004<sup>1</sup>, le Québec comptait 527 entreprises déclarant des légumes destinés à la transformation<sup>2</sup>. Les principales cultures sont, par ordre d'importance de superficies, le pois (34,2 %), le maïs (30,9 %), les haricots verts et jaunes (24,6 %), les concombres (3,0 %), les carottes (1,7 %) et autres<sup>3</sup> (5,5 %). D'autre part, au cours de la période 1997-2005, on a constaté une baisse du nombre de producteurs et des superficies cultivées pour les productions du concombre, du maïs sucré et du haricot.

Le secteur des légumes de transformation (PHMC<sup>4</sup>), qui regroupe les légumes apertisés (en conserve), les légumes surgelés et les légumes marinés représente une activité économique importante pour le Québec. Au Québec, parmi les leaders du secteur des PHMC, on retrouve: Aliments Carrière inc. (*quatre usines de transformation en sol québécois*), Corporation alimentaire Whyte's inc.; Les Spécialités Lassonde inc. (*anciennement Produits Ronald inc.*); et des établissements de taille relativement petite (*moins de 50 employés*) transformant généralement des concombres.

---

<sup>1</sup> Données préliminaires – Fiche d'enregistrement des exploitations agricoles – Février 2005.

<sup>2</sup> Excluant pommes de terre.

<sup>3</sup> Carotte, tomate, chou-fleur, brocoli, betterave, citrouille, zucchini, fève, gourgane.

<sup>4</sup> PHMC = pois, haricot, maïs et concombre

Dans le contexte actuel, pour demeurer compétitive, cette industrie (PHMC) se doit de revoir rapidement ses façons de faire et le positionnement de ses produits, et ce, pour la survie même du secteur. L'impact de la mondialisation des marchés dont l'arrivée « massive » de produits à des prix très compétitifs, en provenance de nouveaux pays producteurs, tels que l'Inde (concombre), la Thaïlande (maïs) et la Chine (haricot), produits dans un cadre environnemental et socio-économique parfois différent, combiné à la croissance des marques privées (marques des distributeurs MDD), dont la provenance peut être très variable, ne constitue plus uniquement une menace, mais bel et bien une réalité de tous les jours.

C'est ainsi qu'en raison de la fermeture, en janvier 2005, de l'usine de Kraft Canada inc. située à Sainte-Thérèse et du poste de réception et de salaison de Smucker Foods of Canada Co, en mars 2006, le nombre d'exploitations est seulement que douze en 2006 comparativement à cinquante en 2004. Les volumes sous contrat sont à peine le tiers de leur niveau habituel. La production des haricots en conserve a vu ses volumes contractés pour la saison 2006 subir un important recul; cette baisse se poursuivra en 2007 en raison de la fermeture de l'usine d'Aliments CanGro inc. (anciennement Kraft Canada inc.) de Chambly en décembre dernier. De plus, pour demeurer compétitive, Aliments Carrière inc. vendait 25 % de ses parts au leader européen des légumes, le Groupe Bonduelle, le 7 juin dernier.

Dans le cadre de leur planification stratégique 2005-2008, pour sauver l'industrie québécoise des légumes de transformation, les membres de la Table filière ont retenu, entre autres, comme orientation de : « *Développer de nouveaux marchés* » plus spécifiquement de : « *Développer le marché des services alimentaires HRI* ».

Un comité HRI a donc été mis sur pied afin de répondre à cette orientation du plan stratégique et de poursuivre les travaux effectués au cours des années 1999-2000 et 2000-2001 sur la valorisation des légumes en conserve et surgelés manufacturés au Québec (qualité, variété et autres) auprès des services alimentaires (HRI), des professeurs et étudiants des écoles hôtelières du Québec, et autres clientèles de ce secteur. Ce comité est composé de représentants des secteurs de la production (Fédération québécoise des producteurs de fruits et légumes de transformation), de la transformation de légumes (Aliments Carrière inc.) ainsi que des

représentants du MAPAQ, dont de Transformation Alimentaire Québec (TRANSAQ).

### 3. Objectifs du projet

L'objectif général de ce projet vise à informer adéquatement la clientèle utilisatrice du réseau québécois des services alimentaires (HRI) (restaurateurs, hôteliers, traiteurs, responsables des cafétérias institutionnelles et écoles de cuisine) sur la disponibilité des légumes transformés (plus particulièrement PHMC) par les manufacturiers québécois et à valoriser leur utilisation auprès de ces intervenants.

De façon plus spécifique, ce projet vise à :

- ❑ Développer davantage le potentiel du marché, des services alimentaires (HRI) pour les légumes transformés (surgelés, conserve et marinés).
- ❑ Accroître le revenu des transformateurs québécois de légumes de transformation et par l'effet même celui des producteurs.
- ❑ Rendre disponible une information crédible et de qualité concernant les thématiques suivantes : qualité, sécurité alimentaire, procédés de transformation, produits, environnement, économie, utilisation, trucs culinaires, recettes et mythes.

Ce projet s'inscrit aussi dans les cinq grands enjeux actuels du plan stratégique du MAPAQ, dont notamment « *Le développement économique et régional* ».

Également, ce projet répond aux priorités du « *Renouveau* », établies dans le programme d'appui aux initiatives des tables filières québécoises, à savoir « *Accroître la rentabilité des agriculteurs* ».

### Une industrie menacée

La mondialisation des marchés a beaucoup changé le contexte économique de l'industrie des légumes de transformation. Les exportations de PHMC transformés augmentent plus rapidement que les importations, mais elles doivent évoluer dans un contexte de compétition de plus en plus forte (Thaïlande, Inde, Chine, Europe et autres). Quant aux importations de

légumes transformés (PHMC), on constate qu'elles ont augmenté de plus de 20 % depuis 2001. Les distributeurs (*pour leurs marques privées*) s'approvisionnent de plus en plus auprès des pays concurrents en émergence. Cette croissance des importations est surtout attribuable aux importations de pois (surgelés et conserve), de haricots en conserve et de cornichons (Gerkins – petits cornichons).

En 2004, les importations de cornichons représentaient près de 55 % du volume total importé suivies par les haricots avec plus de 30 %. Les principaux pays fournisseurs de légumes surgelés sont les États-Unis (34 %), la Belgique (22 %) et la Chine (18 %) qui gagne du marché au détriment des autres pays. Quant aux légumes en conserve, les importations de haricots proviennent principalement de la Belgique, de la France, de la Grèce, du Mexique et de la Chine ; celles du pois de la France, de la Grèce, des Pays-Bas, des États-Unis et de la Belgique. Quant au maïs en conserve, la quasi-totalité provient de la Thaïlande, et ce, au détriment de la France et des États-Unis. Et l'Inde représente près de 50 % (47 %) des importations de concombres<sup>5</sup> au Québec suivi par les États-Unis (44 %).

Comme mentionnée précédemment la fermeture de trois importantes entreprises québécoises de transformation de légumes au cours d'une période d'un an et demi, démontre bien l'urgence de mettre en place des actions visant à développer de nouveaux marchés de manière à maintenir les parts de marché des produits d'origine québécoise et canadienne.

Il est connu, que les conditions sociales et environnementales de ces nouveaux conquérants de nos marchés sont totalement différentes de celles que nous imposent nos gouvernements québécois et canadiens. Nous n'avons qu'à penser aux conditions salariales, à notre système d'homologation des pesticides, aux divers règlements concernant la protection de l'environnement (eau, air, sol).

Cette perte de marché affecte sérieusement l'ensemble de notre secteur, tant au niveau production que transformation, et représente des pertes d'emplois et des pertes économiques très importantes. Ces éléments à eux seuls justifient amplement notre démarche.

---

<sup>5</sup> Cornichons et concombres destinés à la transformation.

## Description du projet

Les membres de la Table filière des légumes de transformation considèrent que le réseau québécois des services alimentaires est un marché prioritaire pour ce secteur d'activités.

Afin de mieux cerner les besoins de la clientèle et mieux connaître l'approvisionnement en légumes transformés, le comité HRI a procédé à l'automne 2005 et à l'hiver 2006 à un sondage auprès de certains (huit) établissements du réseau des services alimentaires dans les régions de Montréal et de Québec.

Ce sondage a permis au Comité HRI d'être mieux renseigné entre autres sur les aspects suivants :

- ❑ **l'utilisation des légumes frais et transformés par ces établissements;**
- ❑ **les besoins non comblés en terme de produits transformés;**
- ❑ **le type de produits recherchés par ces établissements;**
- ❑ **les critères d'achat des produits transformés;**
- ❑ **les inquiétudes de la clientèle à l'égard de la qualité et de la salubrité des produits (résidus de pesticides, etc.);**
- ❑ **les informations nécessaires à la prise de décision lors de l'achat de produits;**
- ❑ **le type d'outil d'information privilégié par cette clientèle.**

Le rapport de ce sondage a été présenté à la Table filière des légumes de transformation. Les résultats ont également servi à la préparation d'un appel d'offres de services professionnels par le comité HRI en mai 2006.

Les membres du comité HRI ont sélectionné la firme Armagadon le 13 juillet 2006 pour réaliser son projet de valorisation de l'utilisation des légumes transformés auprès des intervenants du réseau HRI.

Nous souhaitons, par ce projet :

- ❑ **Une connaissance accrue** des intervenants du réseau HRI en regard des légumes transformés par les manufacturiers québécois tant au niveau de leur utilisation, de leur qualité que de leur variété.
- ❑ Une hausse de la demande de légumes transformés provenant des manufacturiers québécois (surgelés, en conserve et marinés), **maintien et même augmentation de nos parts de marché locaux.**
- ❑ **Créer un réseau de partage d'informations** sur les légumes transformés en misant sur une clientèle spécifique ayant un bon potentiel d'achat.
- ❑ **Augmentation des ventes** de légumes transformés provenant des manufacturiers québécois (en milieu urbain et en région).
- ❑ **Amélioration des revenus des producteurs et des transformateurs.**
- ❑ **Augmentation de l'achalandage sur les sites Internet** des entreprises de transformation impliquées, du CTAC et de la Table filière des légumes de transformation.

Je demanderais maintenant à Madame Manon Darsigny directrice des ventes Services Alimentaires chez Aliments Carrière inc. et membre du comité HRI de la table filière des légumes de Transformation de bien vouloir nous présenter sommairement le CD-Rom et le «faire valoir» de tous les avantages et bénéfices reliés à l'utilisation des légumes d'ici lors de la décision d'achat des intervenants des Hôtels, Restaurants et Institutions.

## **Volet 1 : création d'outils d'information**

- ❑ **production d'un CD-Rom bilingue qui vise à renseigner la clientèle sur divers aspects dont les procédés de transformation, la qualité/l'environnement/la sécurité alimentaire des légumes transformés, le soutien à l'économie locale, les mythes sur ces produits ainsi que les produits/marques de commerce disponibles au HRI.**
- ❑ **production de fiches techniques plastifiées sur la façon de préparer et d'utiliser les légumes transformés (trucs culinaires) et élaboration de recettes mettant en vedette les légumes transformés.**



Il est à noter que pour cette partie, les services d'un chef en cuisine professionnelle ont été retenus. Il s'agit de monsieur Normand Hamel.

La firme Armagadon verra à la production des fiches à partir des informations fournies par monsieur Hamel.

## **Volet 2 : diffusion des outils d'information auprès des intervenants du réseau HRI**

- ▣ **le CD-Rom ainsi que les fiches techniques seront distribués aux intervenants du réseau HRI dans le cadre d'événements (salons) destinés à cette clientèle. Il est aussi prévu que les revues spécialisées du secteur HRI reçoivent cet outil d'information sur les légumes transformés.**

Merci Manon pour ce brillant exposé.

Voilà qui complète notre intervention d'aujourd'hui et je vous remercie tous de votre écoute et de l'attention portée envers nous. Nous vous souhaitons en terminant tous les succès escomptés dans vos projets présents et futurs.

Merci.