

Bioalimentaire
Enjeux de
main-d'œuvre

Transition
numérique

LA REVUE
DE DIFFUSION
ET DE
VALORISATION
DE LA RECHERCHE
AU CIRANO

Un secteur stratégique en transformation
Risques environnementaux et climatiques

PERSPECTIVES

*Accélérer la transition vers un secteur
bioalimentaire durable et innovant*

2023 - 2024

VOLUME 1 NUMÉRO SPÉCIAL

Nathalie de Marcellis-Warin
DIRECTRICE DE LA PUBLICATION

Carole Vincent
RÉDACTRICE EN CHEF

Avec la collaboration de
Ingrid Peignier

 CIRANO

Le CIRANO est un organisme sans but lucratif constitué en vertu de la Loi des compagnies du Québec. Le financement de son infrastructure et de ses activités de recherche provient des cotisations de ses organisations-membres, d'une subvention d'infrastructure du gouvernement du Québec, de même que des subventions et mandats obtenus par ses équipes de recherche.

Partenaires corporatifs : Autorité des marchés financiers, Banque de développement du Canada, Banque du Canada, Banque nationale du Canada, Bell Canada, BMO Groupe financier, Caisse de dépôt et placement du Québec, Énergir, Hydro-Québec, Innovation, Sciences et Développement économique Canada, Intact Corporation Financière, Investissements PSP, Manuvie Canada, Ministère de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie, Ministère des finances du Québec, Mouvement Desjardins, Power Corporation du Canada, Ville de Montréal

Partenaires universitaires : École de technologie supérieure, École nationale d'administration publique, HEC Montréal, Institut national de la recherche scientifique, Polytechnique Montréal, Université Concordia, Université de Montréal, Université de Sherbrooke, Université du Québec, Université du Québec à Montréal, Université Laval, Université McGill

Le CIRANO collabore avec de nombreux centres et chaires de recherche universitaires dont on peut consulter la liste sur le site web.

PERSPECTIVES est la revue de diffusion et de valorisation de la recherche au CIRANO. Rédigés dans une forme accessible à un auditoire élargi, les articles de la revue PERSPECTIVES assurent une visibilité aux travaux et à l'expertise de la communauté de recherche du CIRANO. Comme toute publication CIRANO, les articles sont fondés sur une analyse rigoureusement documentée, réalisée par des chercheuses, chercheurs et Fellows CIRANO.

Chaque année, CIRANO publie un numéro spécial de la revue PERSPECTIVES regroupant les articles parus dans la série « Année thématique ». En 2023-2024, la thématique était « Accélérer la transition vers un secteur bioalimentaire durable et innovant » et s'inscrivait dans le cadre des activités du thème *Développement durable et Agroalimentaire* au CIRANO dont les chercheurs principaux sont Annie Royer (Université Laval), Sophie Bernard (Polytechnique Montréal) et Lota Tamini (Université Laval). Nous les remercions pour leur engagement.

Les articles publiés dans PERSPECTIVES n'engagent que la seule responsabilité de leurs auteurs.

Tous droits réservés. Reproduction partielle permise avec une référence au document source, incluant les noms des auteurs et des autrices dont le texte est reproduit ou cité, le DOI de l'article et une mention du copyright.

© CIRANO, 2024

Dépôt légal, Novembre 2024

ISSN 2563-7258 (version en ligne)

ISSN 2817-8939 (version imprimée)

<https://doi.org/10.54932/UBMG8354>

Directrice de la publication : Nathalie de Marcellis-Warin, Présidente-directrice générale CIRANO

Rédactrice en chef : Carole Vincent, Directrice de la mobilisation des connaissances, CIRANO

Couverture : Hirondella

Mise en page : Elina Caron, CIRANO

www.cirano.qc.ca



T A B L E D E S M A T I È R E S

Accélérer la transition vers un secteur bioalimentaire durable et innovant
L'année thématique 2023-2024 du CIRANO en revue

4

Nathalie de Marcellis-Warin et Ingrid Peignier

Le secteur bioalimentaire : un pilier économique du Québec

8

Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ)

Baromètre de la confiance des consommateurs québécois à l'égard des aliments

15

Nathalie de Marcellis-Warin, Ingrid Peignier et Thomas Gleize

Dynamiques territoriales du bioalimentaire au Québec

25

Annie Royer, Patrick Mundler et Julie Ruiz

Achat local, produits du terroir, tourisme gourmand et saveurs du Québec : Quelles sont les stratégies gagnantes ?

33

Bernard Korai et Rémy Lambert

Réduire le gaspillage et les pertes alimentaires : Quels sont les facteurs de succès ?

40

Jacinthe Cloutier, Karima Afif et Marie-Claude Roy

Le bioalimentaire au Québec : enseignements et perspectives d'avenir

44

Sophie Bernard, Annie Royer et Lota D. Tamini

Accélérer la transition vers un secteur bioalimentaire durable et innovant

L'année thématique 2023-2024 du CIRANO en revue

NATHALIE DE MARCELLIS-WARIN

Professeure titulaire, Polytechnique Montréal
Présidente-directrice générale, chercheuse et
Fellow CIRANO

INGRID PEIGNIER

Directrice de projets, CIRANO
Directrice principale des partenariats et de la
valorisation de la recherche, CIRANO

Le CIRANO a consacré son année thématique 2023-2024 à l'industrie bioalimentaire, sous le thème « Accélérer la transition vers un secteur bioalimentaire durable et innovant ». Cette initiative a permis d'aborder tous les maillons de la chaîne, de la production à la consommation, en passant par la transformation et la distribution. S'appuyant sur une communauté de recherche composée d'experts reconnus dans ce domaine, le CIRANO a exploré des solutions pour renforcer la durabilité et l'innovation dans le secteur bioalimentaire québécois.

Au Québec, le secteur bioalimentaire est au cœur des préoccupations actuelles. Les crises successives des dernières années ont mis en évidence l'importance vitale de l'industrie bioalimentaire, tout en révélant certaines vulnérabilités.

On entend par secteur bioalimentaire toute la chaîne alimentaire « de la terre à l'assiette ». Nous nous arrimons ici avec la définition du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ) qui distingue l'industrie bioalimentaire de l'industrie agroalimentaire, cette dernière se limitant aux produits agricoles. Le secteur bioalimentaire inclut les produits agricoles, mais aussi les produits de la mer. Il regroupe donc l'agriculture, l'aquaculture, les pêches, la transformation, les commerces de gros et de détail, ainsi que les services alimentaires, soit l'hôtellerie, la restauration et les institutions.

Que ce soit pendant la pandémie, où la fragilité de nos chaînes d'approvisionnement alimentaires s'est manifestée par des pénuries dans les épiceries, ou lorsque les récoltes ont été mises en péril à cause des conséquences des changements climatiques – sécheresses, pluies torrentielles, inondations ou incendies –, ces événements ont souligné la nécessité de renforcer la résilience de ce secteur. De plus,

l'augmentation des coûts des aliments, dépassant l'inflation globale des prix à la consommation, a alarmé de nombreux ménages.

Au Québec, l'industrie bioalimentaire est un moteur économique majeur, présent dans toutes les régions et qui regroupe 530 000 emplois, soit un emploi sur huit au Québec. Ce secteur dynamique se distingue par son innovation, son adaptation aux nouvelles tendances et son engagement envers le développement durable, positionnant le Québec comme un leader en agroalimentaire au Canada et à l'international.

L'ensemble de ces facteurs ont incité le CIRANO à focaliser son année thématique 2023-2024 sur le thème « Accélérer la transition vers un secteur bioalimentaire durable et innovant ».



Dans le premier article de cette édition spéciale de la Revue intitulé *Le secteur bioalimentaire : un pilier économique du Québec*, le MAPAQ présente un portrait complet du secteur et met en lumière

sa contribution économique, ses défis environnementaux et les initiatives en cours pour

promouvoir une agriculture durable et résiliente. Il s'appuie sur des données récentes et des analyses approfondies pour fournir une vue d'ensemble claire et précise de l'état actuel du secteur bioalimentaire.

Une communauté de recherche CIRANO avec des expertises reconnues dans cette thématique

La communauté de recherche du CIRANO compte plusieurs chercheuses et chercheurs possédant une expertise reconnue dans divers domaines incluant l'agroéconomie, le développement rural, le commerce international, le marketing, l'analyse des politiques publiques, l'innovation technologique ou encore l'économie expérimentale. Tout au long de l'année, ils ont fourni des analyses objectives et des données probantes, enrichissant ainsi la réflexion et soutenant les différentes parties prenantes dans leur prise de décision.

Cette thématique a permis d'explorer une multitude de problématiques et d'enjeux qui font ou ont fait l'objet de projets de recherche au CIRANO. Les chercheuses et chercheurs CIRANO ont approfondi divers sujets : autonomie alimentaire, circuits alimentaires de proximité, pratiques agroenvironnementales, réduction du gaspillage alimentaire, gestion des risques environnementaux et climatiques, et transition numérique.

Certaines questions ont été examinées sous d'autres angles afin de prendre en compte des éléments importants de l'écosystème du secteur bioalimentaire. Le secteur financier jouant un rôle croissant dans la promotion de pratiques d'affaires responsables en intégrant les critères environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG) dans ses décisions d'investissement, il est de plus en plus essentiel de tenir compte de la collaboration entre les entreprises du secteur bioalimentaire et le secteur financier. Aussi, il est important de comprendre les comportements des consommateurs et leur niveau de littératie alimentaire, car ces éléments influencent fortement l'adoption de pratiques innovantes et durables par les entreprises du secteur bioalimentaire.

Cette édition spéciale de la Revue Perspectives a pour objectif de dresser le bilan des réalisations de l'année, marquée par de nombreuses initiatives, recherches et collaborations, ainsi que de présenter certaines perspectives pour l'avenir.

La Politique bioalimentaire 2018-2025 « Alimenter notre monde » du gouvernement du Québec a joué un rôle central

La Politique bioalimentaire 2018-2025 « Alimenter notre monde » du gouvernement du Québec vise à renforcer la confiance des consommateurs, développer un secteur prospère et durable, et améliorer l'autonomie alimentaire du Québec. Cette politique a joué un rôle central dans la mobilisation des chercheurs tout au long de cette année.

L'événement phare de l'année thématique a été le colloque « *Accélérer la transition vers un secteur bioalimentaire durable et innovant* » organisé par le CIRANO et qui s'est tenu en février 2024 à Québec. Cet événement constituait réellement la première étape des consultations du MAPAQ dans le cadre de l'actualisation de la Politique bioalimentaire 2018-2025 « *Alimenter notre monde* » et visait spécifiquement la consultation des partenaires gouvernementaux. Le colloque a servi de plateforme de dialogue pour l'ensemble des partenaires gouvernementaux impliqués dans cet important exercice. Plus de 80 personnes ont pris part à cette journée exceptionnelle de réflexion, y compris des représentants de près de 20 ministères et organismes gouvernementaux du Québec et du gouvernement fédéral. La participation active et l'engagement de chacun ont enrichi les discussions et permis d'aborder les défis et les opportunités du secteur bioalimentaire de manière holistique. La vidéo réalisée par le CIRANO sur l'année thématique a été diffusée en primeur lors de cette rencontre. Il est important de noter que cette vidéo est parmi celles qui enregistrent le plus grand nombre de vues sur la chaîne YouTube du CIRANO.

L'année thématique a été riche en activités de transfert des connaissances

Tout au long de l'année, les chercheuses et chercheurs CIRANO ont partagé leurs résultats de recherche et leurs savoirs dans le domaine dans le cadre de diverses activités. L'année thématique a ainsi été jalonnée d'événements organisés par le CIRANO, souvent en collaboration avec des partenaires.

C'est en juin 2023 qu'a eu lieu le lancement officiel des activités. Nous avons présenté les faits saillants de la 3^e édition du *Baromètre de la confiance des*

consommateurs québécois à l'égard des aliments conjointement avec Thomas Gleize, co-auteur de l'étude. Cet outil de mesure développé par le CIRANO permet d'identifier les déterminants de la confiance des consommateurs envers les aliments et d'en suivre l'évolution au cours des éditions successives du *Baromètre*. Cette 3e édition a fait ressortir l'importance de la confiance des consommateurs envers le développement durable du secteur bioalimentaire.



Le deuxième article de cette édition spéciale de la Revue porte sur le Baromètre de la confiance des consommateurs québécois à l'égard des aliments.

À Québec à l'automne 2023, Annie Royer (Université Laval), chercheuse et Fellow CIRANO et chercheuse principale du grand thème Développement durable et agroalimentaire au CIRANO, Patrick Mundler (Université Laval), chercheur et Fellow CIRANO et Julie Ruiz (Université du Québec à Trois-Rivières) ont présenté les analyses et résultats de leur étude CIRANO qui examine les dynamiques spatiales du secteur bioalimentaire sur plus de cinq décennies et identifie les principaux facteurs qui expliquent ces dynamiques. Il s'agit de la première étude qui examine les liens entre dynamiques spatiales et évolution sectorielle de l'agriculture.



Une synthèse de cette étude fait l'objet du troisième article présenté ici intitulé *Dynamiques territoriales du bioalimentaire au Québec*.

Avec l'ambition de sensibiliser un public élargi et rejoindre le plus grand nombre des parties prenantes qui s'intéressent aux enjeux de durabilité, d'innovation et de résilience du secteur bioalimentaire, le CIRANO a multiplié les occasions d'aller à leur rencontre.

Dans le cadre de la Conférence de Montréal du Forum économique international des Amériques (FÉIA) qui s'est tenue en juin 2023 sous le thème « Réussir dans un monde en transition », nous avons organisé et présidé une session spéciale réunissant des représentants de l'Union des producteurs agricoles (UPA) et de l'industrie, ainsi que Henri-Paul Rousseau, alors Fellow invité CIRANO, et Annie Royer. Cette table ronde a permis de discuter des opportunités et défis liés à la

transition vers un secteur bioalimentaire plus durable. Dans le but de rejoindre un auditoire ciblé au sein du MAPAQ, nous avons présenté les résultats de la 3e édition du *Baromètre de la confiance des consommateurs québécois à l'égard des aliments* dans le cadre d'un webinaire de formation pour les employés du MAPAQ. Aussi, Bernard Korai (Université Laval), chercheur et Fellow CIRANO, a partagé au MAPAQ, ainsi qu'à ses partenaires provinciaux et régionaux tels que les tables de concertations bioalimentaires ou encore les associations en agrotourisme et tourisme gourmand, les résultats d'une étude CIRANO qui s'intéresse à l'efficacité des initiatives pour le développement des marques territoriales et la promotion de l'achat local et les produits du terroir, des actions fortement privilégiées ces dernières années.



L'article *Achat local, produits du terroir, tourisme gourmand et saveurs du Québec : Quelles sont les stratégies gagnantes?* dans la présente édition spéciale offre une synthèse de cette étude.

Rejoignant un tout autre auditoire, Thierry Warin (HEC Montréal), chercheur et Fellow CIRANO a discuté des multiples enjeux liés à la transition vers un secteur bioalimentaire durable et innovant dans le cadre des activités Bourstad, une activité d'éducation financière du CIRANO. Nous avons fait une présentation des travaux de recherche menés en collaboration avec Annie Royer et Thierry Warin sur la transformation numérique et l'utilisation de l'IA dans le secteur agricole aux « Rendez-vous de la gestion agricole de Lanaudière ».

Lota Tamini (Université Laval), chercheur et Fellow CIRANO et chercheur principal du grand thème Développement durable et agroalimentaire au CIRANO, a participé à une table ronde portant sur les stratégies pour améliorer la durabilité et la résilience du secteur bioalimentaire. Coorganisé par le Comité étudiant du CIRODD en collaboration avec Elisabeth Viau, étudiante au doctorat à Polytechnique Montréal et au CIRANO, l'événement s'est tenu à l'École de technologie supérieure (ÉTS) à Montréal.

Dans le cadre d'un atelier CIRANO « Recherche expérimentale et comportementale », Laure Saulais, chercheuse CIRANO, a présenté ses travaux portant sur les comportements des consommateurs et les implications pour les politiques bioalimentaires.

Le CIRANO était bien représenté à la 34^e édition des « Perspectives agroalimentaires à Drummondville » au printemps 2024. Le kiosque du CIRANO nous a fourni une occasion privilégiée de présenter les recherches du CIRANO sur l'agroalimentaire et discuter de possibilités de collaboration. À cette même occasion, Jacinthe Cloutier (Université Laval), chercheuse CIRANO, a exposé une affiche sur ses travaux portant sur la résilience de la chaîne d'approvisionnement des banques alimentaires durant la pandémie de COVID-19.

S'intéressant aussi aux enjeux de gaspillage alimentaire, Jacinthe Cloutier a réalisé une étude CIRANO dans laquelle elle propose des pistes de réflexion quant aux facteurs clés de succès pour la mise en œuvre d'initiatives visant la réduction des pertes et gaspillages alimentaires.



L'article intitulé *Réduire le gaspillage et les pertes alimentaires : Quels sont les facteurs de succès ?* de cette édition spéciale reprend les principaux résultats de son étude.

Les analyses du CIRANO sont un outil précieux d'aide à la décision

Lancées en avril 2024 et s'échelonnant sur sept semaines, les consultations publiques du MAPAQ sur le secteur bioalimentaire au Québec visaient à recueillir les perceptions et les intérêts de la population et des intervenants du secteur bioalimentaire et définir les orientations et les priorités de la prochaine politique bioalimentaire. Plusieurs modes de participation étaient possibles sur la plateforme gouvernementale : sondages, propositions, débats ou rencontres. Les personnes et organisations intéressées à répondre aux sondages étaient invitées à consulter des documents d'analyses réalisés par le CIRANO, incluant la vidéo de l'année thématique et les résultats du *Baromètre de la confiance des consommateurs québécois à l'égard des aliments*. Il est intéressant de souligner que le site Web des consultations publiques du MAPAQ sur le secteur bioalimentaire précise clairement que la première étape de ces consultations était le colloque CIRANO « *Accélérer la transition vers un secteur bioalimentaire durable et innovant* » qui s'est tenu en février 2024 à Québec.

Les enseignements tirés des travaux de recherche menés au CIRANO dans le cadre de l'année thématique

de même que diverses vidéos qui donnent un aperçu des travaux réalisés et des perspectives pour l'avenir représentent de précieux outils d'aide à la décision qui enrichiront les réflexions pour plusieurs années à venir.



Dans un chapitre de conclusion intitulé *Le bioalimentaire au Québec : enseignements et perspectives d'avenir*, les trois chercheurs principaux du grand Thème Agroalimentaire et Développement Durable

au CIRANO, Annie Royer, Sophie Bernard et Lota Tamini, synthétisent les enseignements de l'année thématique et proposent des perspectives pour l'avenir, soulignant l'importance de la collaboration, de l'innovation continue et de la mise en œuvre de politiques publiques cohérentes.

L'année thématique 2023-2024 du CIRANO sur le secteur bioalimentaire a donc été riche en événements, recherches et collaborations. Les chapitres de ce numéro spécial illustrent bien la diversité des initiatives et des études menées pour soutenir la transition vers un secteur bioalimentaire durable et innovant.

À travers cette édition spéciale de la Revue PERSPECTIVES, nous espérons contribuer à inspirer de nouvelles actions et renforcer la mobilisation des partenaires pour les années à venir.

Nous vous remercions pour votre lecture et votre engagement.

Le secteur bioalimentaire : un pilier économique du Québec

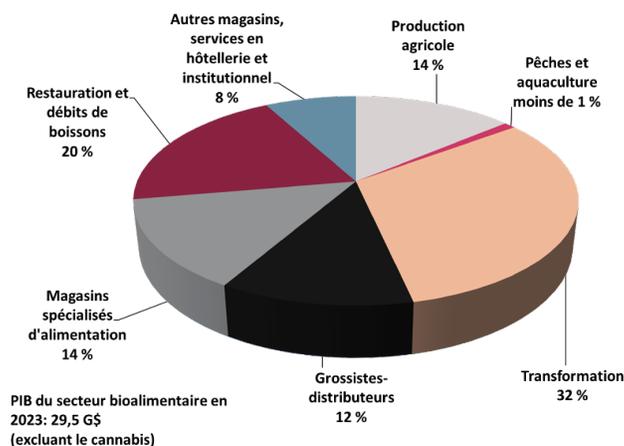
MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE, DES PÊCHERIES ET DE L'ALIMENTATION DU QUÉBEC (MAPAQ)

Le secteur bioalimentaire génère une activité économique de première importance au Québec et joue un rôle essentiel dans la vie des Québécoises et des Québécois. Grâce à sa capacité d'innovation, à son adaptation aux nouvelles tendances et à son engagement à l'égard du développement durable, le Québec se positionne comme un chef de file en agroalimentaire au Canada et à l'international.

Le secteur bioalimentaire regroupe les activités liées à la production primaire agricole, à la pêche et à l'aquaculture commerciales, à la transformation alimentaire, au commerce et à la distribution. Il est constitué de plus de 75 000 entreprises, dont 28 000 exploitations agricoles et environ 3 000 établissements de transformation. Ce secteur représente des activités économiques d'une valeur de 29,5 milliards de dollars (G\$) en matière de produit intérieur brut (PIB), excluant les activités liées au cannabis autorisé, soit 7 % de l'activité économique au Québec. Près de la moitié de cette activité bioalimentaire est attribuable au complexe production-transformation.

Le secteur bioalimentaire est un moteur économique et un créateur d'emplois. Il regroupe 530 000 emplois, soit 12 % de ceux du Québec. De la terre et de la mer à la table des consommateurs, il constitue un important facteur de développement régional basé sur la mise en valeur des ressources locales. Dans 14 des 17 régions administratives du Québec, il représente au moins 10 % des emplois.

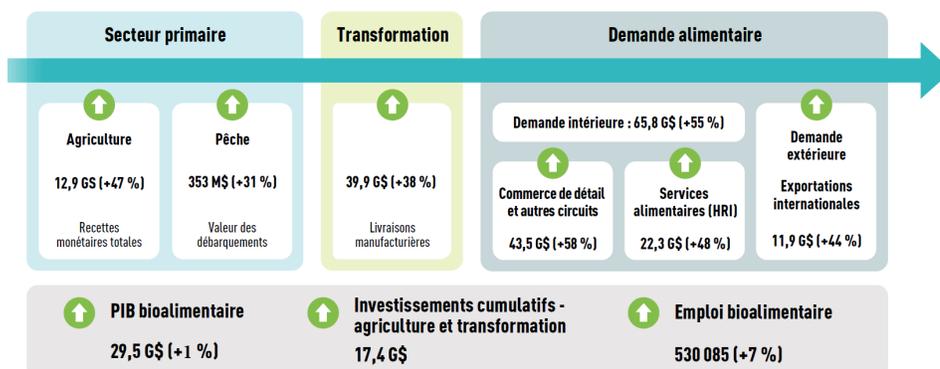
Les entreprises agricoles et de transformation alimentaire investissent massivement dans leur développement. En 2023, ces investissements ont atteint 3,0 G\$, dont 1,6 G\$ pour la production agricole et 1,4 G\$ pour la transformation alimentaire.



Répartition du PIB bioalimentaire au Québec

Source : Statistique Canada ; compilation du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (MAPAQ)

Depuis 2016, les indicateurs de performance du secteur sont en hausse.



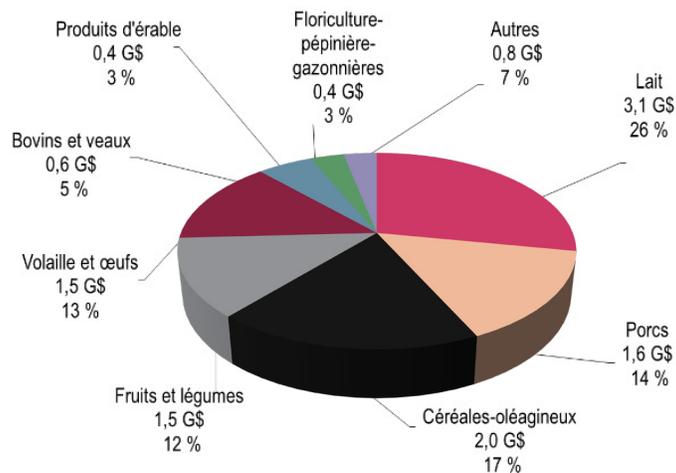
Le bioalimentaire en bref en 2023 (variation depuis 2016)

Source : Statistique Canada; compilation du MAPAQ

Le Québec est un chef de file dans plusieurs secteurs de production agricole au Canada

L'agriculture québécoise est dominée par les productions animales, qui représentent 59 % des ventes agricoles. Cependant, les productions végétales montrent une progression constante, répondant à une demande croissante des consommateurs pour des aliments sains et durables. On observe une tendance croissante en faveur des productions végétales au Québec. Leur part dans les recettes monétaires agricoles du marché est passée de 36 % en 2013 à

41 % en 2023. Les productions sous gestion de l'offre, soit le lait, la volaille et les œufs, comptent pour 39 % des recettes monétaires agricoles du marché au Québec. Le Québec est un chef de file au Canada dans la production laitière et porcine, générant respectivement 36 % et 28 % des recettes nationales. À l'inverse, la production de céréales, de bovins et de veaux y est moins importante, représentant environ 5 % des recettes canadiennes totales. Le sirop d'érable est un emblème québécois. En effet, le Québec est reconnu mondialement pour son sirop d'érable, dont il assure environ 70 % de la production mondiale. Cette production génère 88 % des ventes agricoles à l'échelle canadienne.



Répartition des recettes monétaires agricoles du marché (11,8 G\$) selon la production en 2023

Source : Statistique Canada; compilation du MAPAQ.

Une pêche au cœur de l'économie des régions maritimes

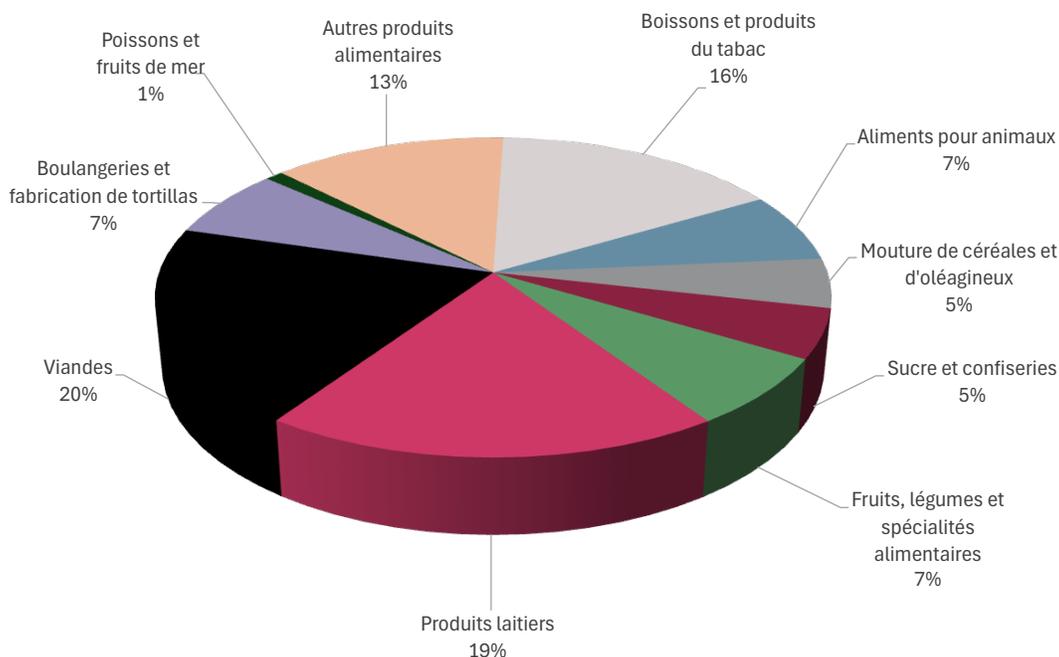
La valeur des débarquements de la pêche maritime s'est établie à 353 millions de dollars (M\$) en 2023. Les crustacés comptent pour plus de 90 % de cette valeur. Une très grande part des débarquements est destinée à la transformation québécoise de poissons et de fruits de mer, dont la valeur des livraisons manufacturières s'est élevée à 468 M\$ en 2023. Parmi les trois régions maritimes, la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine se distingue avec un peu plus des trois quarts de la valeur des débarquements de la pêche maritime commerciale, se situant loin devant la Côte Nord et le Bas-Saint-Laurent.

Une transformation alimentaire performante sur les marchés d'ici et d'ailleurs

Un lien très étroit unit la production agricole et la transformation alimentaire. Celle-ci est la voie d'accès au marché pour la plus grande partie de la production agricole québécoise, achetant pour environ 68 % de la valeur de ses ventes destinées à l'alimentation.

La transformation d'aliments, de boissons et de tabac constitue un maillon stratégique pour le développement du secteur bioalimentaire du Québec. Elle consiste à transformer les matières premières issues du secteur primaire (agriculture et pêche) et à les vendre sous forme de produits transformés sur les marchés, tant au Québec qu'ailleurs au Canada et dans le monde.

En effet, la transformation d'aliments, de boissons et de tabac est la plus importante activité manufacturière au Québec. La valeur des livraisons des usines de transformation alimentaire s'est élevée à 39,9 G\$ en 2023, ce qui correspond à 18 % du secteur manufacturier. Le Québec compte pour près du quart des livraisons manufacturières alimentaires à l'échelle canadienne. Ensemble, la transformation de viandes et de produits laitiers ainsi que la fabrication de boissons et de produits du tabac représentent respectivement 55 % des livraisons manufacturières de la transformation alimentaire au Québec. Quelque 74 % des 11,9 G\$ d'exportations bioalimentaires du Québec sont des produits transformés.



Répartition des livraisons manufacturières (39,9 G\$) selon le sous-secteur en 2023

Source : Statistique Canada ; compilations du MAPAQ

Une demande alimentaire diversifiée et en croissance

La demande alimentaire au Québec a connu une croissance importante en 2023, atteignant 65,8 G\$. Cette hausse de 9,9 % par rapport à 2022 est principalement due à l'augmentation des prix des aliments et des boissons. Si l'on exclut l'effet de l'inflation, on constate que la demande alimentaire a tout de même progressé de 2,2 % l'année dernière.

Cette demande alimentaire est évaluée à partir des achats faits par les consommateurs (ménages québécois, touristes, travailleurs étrangers, etc.) dans

les magasins, les services alimentaires et les autres circuits de commercialisation alimentaires situés au Québec. Elle est alimentée par une population en hausse et des consommateurs aux goûts de plus en plus diversifiés. Les Québécois recherchent des produits alimentaires frais et locaux de même que d'autres produits à valeur ajoutée.

L'industrie agroalimentaire québécoise est bien placée pour répondre à cette demande. Les producteurs, les pêcheurs et les transformateurs alimentaires québécois offrent une vaste gamme de produits de qualité. Ils innovent constamment pour répondre aux nouveaux besoins des consommateurs.

Demande alimentaire* : 65,8 G\$			
Commerce de détail alimentaire et autres circuits** 43,5 G\$		Services alimentaires (HRI) 22,3 G\$	
Magasins d'alimentation 31,7 G\$	Autres magasins et circuits de commercialisation 11,9 G\$	Restauration commerciale 18,1 G\$	Restauration non commerciale 4,2 G\$

* Il s'agit d'une estimation de la valeur des ventes de produits alimentaires seulement.

** Il s'agit d'une estimation qui comprend les ventes réalisées dans les magasins d'alimentation traditionnels (ex. : supermarchés), les autres magasins (ex. : Walmart, Costco et pharmacies) et les autres circuits de commercialisation (ex. : marchés publics et ventes à la ferme).

*** Il s'agit de la valeur des ventes pour l'ensemble des services alimentaires du réseau de l'hôtellerie, de la restauration et des établissements institutionnels publics et privés (HRI)

Source : Statistique Canada et Restaurants Canada ; compilations et estimations du MAPAQ

Une plus grande autonomie alimentaire

Depuis les années 80, le Québec a connu une nette amélioration de son potentiel d'autoapprovisionnement en aliments. De nos jours, il produit au moins autant qu'il consomme pour la majorité des catégories d'aliments.

En 2022, le Québec était autosuffisant pour plusieurs produits, notamment la viande de porc, de veau, de

poulet et de dindon, le lait de consommation, les fromages, le yogourt, les pommes de terre, les pommes et les produits de l'érable. Même en ce qui concerne les légumes, le Québec était presque autosuffisant, malgré le caractère saisonnier de sa production en champ. Cette progression marque une étape importante vers une plus grande autonomie alimentaire.

La Politique bioalimentaire 2018-2025, un projet de société

Depuis 2018, le gouvernement du Québec s'appuie sur la Politique bioalimentaire 2018-2025 – *Alimenter notre monde* pour soutenir le développement de ce grand secteur regroupant les maillons de la chaîne bioalimentaire, de la terre et de la mer à la table.

Qu'il s'agisse d'alimentation, de santé, d'environnement, de développement économique et régional ou de mise en valeur du territoire, la Politique bioalimentaire 2018-2025 concerne la société québécoise tout entière. Ce faisant, elle contribue à définir une vision qui rallie toutes les sphères de la société, y compris les consommateurs, l'ensemble de la chaîne bioalimentaire (agriculture, pêches, transformation, distribution de gros, vente de détail, services alimentaires et restauration) ainsi que les représentants des municipalités et des milieux de la santé, de l'environnement, de l'économie, de l'enseignement, de la recherche et autres.

La Politique bioalimentaire, c'est ...

Alimenter notre monde avec un secteur bioalimentaire prospère, durable, ancré sur le territoire et engagé dans l'amélioration de la santé des Québécoises et des Québécois.

Un secteur mobilisé derrière la réalisation de grandes ambitions

La Politique bioalimentaire 2018-2025 mobilise les partenaires du secteur bioalimentaire, de sa coconstruction à sa mise en œuvre, pour mieux répondre aux attentes de la société, tout en soutenant les entrepreneurs et les organismes de ce secteur. Deux grandes ambitions s'inscrivent dans la Politique, soit celle de maintenir un haut niveau de confiance chez les consommateurs ainsi que celle de développer un secteur bioalimentaire prospère et durable.

La Politique bioalimentaire 2018-2025 est articulée autour de quatre orientations qui guident le développement du secteur bioalimentaire québécois :

1. Une offre de produits répondant aux besoins des consommateurs
2. Des entreprises prospères, durables et innovantes
3. Des entreprises attractives et responsables
4. Des territoires dynamiques contribuant à la prospérité du bioalimentaire

Grâce aux 55 feuilles de route élaborées pour contribuer à la mise en œuvre de ces orientations, quelque 1600 actions concrètes ont été recensées et suivies. Elles ont été déterminantes pour la poursuite des 4 orientations de la Politique ainsi que pour l'atteinte de ses 16 objectifs, le tout dans la perspective d'une plus grande autonomie alimentaire du Québec.

Un engagement pour une plus grande autonomie alimentaire durable

À la suite de la pandémie de COVID-19 et de ses répercussions sur le secteur bioalimentaire québécois, le besoin d'une plus grande autonomie alimentaire est rapidement devenu incontournable. Depuis 2020, le gouvernement a fait de l'accroissement de l'autonomie alimentaire du Québec une priorité, le considérant comme une contribution importante à l'économie durable.

Cet engagement se traduit par la mise en œuvre de diverses initiatives, comme la Stratégie nationale d'achat d'aliments québécois, la Stratégie de croissance des serres au Québec 2020-2025 ou le Plan d'agriculture durable 2020-2030.

Le développement de l'autonomie alimentaire durable s'appuie sur quatre piliers :

- Favoriser l'achat local par la promotion et l'identification des aliments du Québec ainsi que l'appui à la commercialisation

- Accroître l'offre québécoise des produits alimentaires grâce à la culture en serre, à l'appui aux filières à potentiel de croissance, à l'agriculture de proximité et à l'agrotourisme local
- Renforcer la chaîne d'approvisionnement par l'augmentation de la productivité de la main d'œuvre, de la robotisation, de l'automatisation et de l'innovation
- Accélérer le virage écologique par un appui de transition vers une agriculture durable de même qu'un soutien aux pêches et à l'aquaculture durable.

Une politique bioalimentaire appuyée par des partenaires engagés et mobilisés

La Politique bioalimentaire 2018-2025 est le fruit d'une démarche de coconstruction menée avec des partenaires du secteur. Elle mobilise plus d'une centaine de partenaires bioalimentaires, une vingtaine de ministères et d'organismes ainsi que des partenaires régionaux. En prévoyant des occasions régulières d'échanges entre ces partenaires, la Politique a également permis de créer un dialogue, en plus d'améliorer la synergie entre les maillons des différentes filières.

De plus, la Politique est complémentaire et cohérente par rapport aux autres politiques, aux stratégies et aux plans d'action mis en place par les ministères et organismes concernés par le secteur bioalimentaire, dont la Politique gouvernementale de prévention en santé, le Plan pour une économie verte 2030, la Politique nationale de l'architecture et de l'aménagement du territoire de même que le Partenariat canadien pour une agriculture durable 2023-2028.

Une progression positive des cibles de la Politique bioalimentaire 2018-2025

Pour suivre l'évolution de l'industrie bioalimentaire sous l'angle des défis poursuivis par ces partenaires, sept cibles ont été retenues pour 2025. Plusieurs résultats de l'année 2023 s'approchent des cibles fixées pour 2025 ou les dépassent.

Trois cibles économiques concernent la prospérité des entreprises.

- Les **investissements cumulés** se sont élevés à 17,4 G\$ en 2023 et dépassaient les projections

relatives à la cible établie. Cette cible était de 15,0 G\$ d'investissements cumulés par les entreprises agricoles et aquacoles ainsi que les entreprises de pêche et de transformation alimentaire d'ici l'année 2025, c'est-à-dire 3,0 G\$ de plus que pour la période 2006-2015.

- Le **contenu québécois** dans les produits bioalimentaires achetés au Québec a dépassé la cible de 34,0 G\$. Celle-ci consistait à ajouter 10,0 G\$ de contenu québécois dans les produits bioalimentaires achetés au Québec et à faire passer ainsi sa valeur de 24,0 G\$ en 2016 à 34,0 G\$ en 2025. Selon des données préliminaires, la valeur du contenu québécois dans ces produits a atteint 38,7 G\$ en 2023.

- Les **exportations** poursuivent leur croissance, mais sont légèrement en deçà de la cible. Celle-ci consistait à accroître de 6,0 G\$ les exportations bioalimentaires internationales du Québec pour atteindre 14,0 G\$ d'ici l'année 2025. En 2023, ces exportations se sont élevées à 11,9 G\$.

Quatre cibles répondent aux attentes sociétales en matière de mode de production, de fabrication et de santé.

- Le Québec comptait 117 700 hectares (ha) de production biologique en 2023. La cible établie était de **doubler le nombre d'hectares de production biologique**, c'est-à-dire de passer de 49 000 ha en 2015 à quelque 98 000 ha en 2025. Le secteur l'a atteinte en 2019, soit six années plus tôt que prévu.

- En 2023, 53 % des volumes de produits aquatiques québécois étaient écocertifiés. La cible fixée consistait à faire passer de 52 % en 2016 à 70 % en 2025 la **part des volumes de produits aquatiques québécois écocertifiés**. Cette part incluait le crabe des neiges du sud du golfe du Saint-Laurent. Cependant, l'industrie a décidé de retirer de ce programme de certification la pêche au crabe des neiges dans cette portion du golfe en raison d'enjeux liés aux baleines noires. À cet égard, l'industrie mène différents travaux qui permettront de déposer une nouvelle demande d'écocertification.

- En ce qui concerne **l'implantation de pratiques d'affaires responsables**, une cible a été déterminée

en s'appuyant sur une analyse des potentiels d'amélioration pour des pratiques d'affaires responsables identifiées. Elle vise à augmenter de 5 % la part des entreprises agricoles et de transformation alimentaire ayant implanté des pratiques d'affaires responsables sur la moyenne de l'ensemble des pratiques mesurées. À cet effet, plusieurs mesures ont été déployées pour appuyer l'adoption de meilleures pratiques touchant les domaines environnemental, économique, social et de gouvernance. Le Plan d'agriculture durable 2020-2023, le Plan pour une économie verte 2030 ainsi que le Fonds d'action québécois pour le développement durable en sont des exemples.

- Au regard de **l'amélioration de la valeur nutritive des aliments transformés au Québec**, huit catégories de produits ont été analysées pour une deuxième fois entre 2021 et 2023. Les résultats obtenus montrent une amélioration pour tous

les nutriments analysés. Particulièrement pour le sodium, une baisse notable est constatée, notamment dans les pains tranchés, qui représentent la catégorie comptant le plus grand volume de produits. Rappelons que la cible retenue est d'améliorer la valeur nutritive des aliments transformés au Québec de 5 % sur la moyenne globale de l'ensemble des nutriments mesurés, soit la teneur en sucre, en sodium, en gras saturés et en fibres. Plusieurs initiatives ont été déployées pour appuyer les entreprises dans leur démarche en ce sens, dont le programme Alimentation santé et l'initiative Amélioration alimentaire Québec. Un plan de mise en œuvre a également été mis en place en collaboration avec l'industrie.

La Politique bioalimentaire 2025-2035 : mettre la table pour l'avenir

Les travaux visant à déterminer les contours de la Politique bioalimentaire 2025-2035 ont débuté en janvier 2024. Pour optimiser la démarche de consultation et favoriser une approche de coconstruction, les partenaires ont été sollicités de diverses manières en tirant parti des structures de participation déjà en place :

- La **consultation de groupes de partenaires** bioalimentaires par l'intermédiaire des prérencontres avec le ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation, M. André Lamontagne, et d'un sondage visant notamment à connaître leurs enjeux et leurs priorités à l'égard de la prochaine politique
- Une **journée de réflexion** avec les partenaires gouvernementaux dans le cadre du colloque annuel du CIRANO où des enjeux communs ont été abordés (environnement ; normes environnementales, sociales et de gouvernance ; innovation et données ;

perceptions des consommateurs ; importance de disposer de politiques interministérielles cohérentes)

- La **recension des priorités et des enjeux stratégiques** des partenaires régionaux à partir des outils de concertation existants (notamment les plans stratégiques et les plans de développement de la zone agricole)
- Une **consultation publique** permettant d'obtenir des informations à jour sur les perceptions et les intérêts de la population quant au secteur bioalimentaire

En outre, une vaste consultation nationale visant à mieux protéger et à mettre en valeur le territoire et les activités agricoles au Québec a eu lieu en 2023 et en 2024. L'analyse des résultats de cette consultation et des perspectives du secteur bioalimentaire soutiendra l'établissement des priorités de la prochaine politique bioalimentaire, dont le lancement est prévu pour le printemps 2025.

Baromètre de la confiance des consommateurs québécois à l'égard des aliments

Une édition 2023 marquée par un contexte inflationniste important avec un impact sur les comportements d'achat

NATHALIE DE MARCELLIS-WARIN

Professeure à Polytechnique Montréal
Présidente-directrice générale, chercheuse et
Fellow CIRANO

INGRID PEIGNIER

Directrice de projets, CIRANO
Directrice principale des partenariats et de la
valorisation de la recherche, CIRANO

THOMAS GLEIZE

Professionnel de recherche CIRANO

En 2018, le gouvernement du Québec s'est doté d'une Politique bioalimentaire dont l'une des deux ambitions est de maintenir un haut niveau de confiance des consommateurs québécois à l'égard des aliments. Dans cette optique, le CIRANO a développé le *Baromètre de la confiance des consommateurs québécois à l'égard des aliments*, un outil essentiel pour toutes les parties prenantes du secteur bioalimentaire, permettant de prendre des décisions éclairées. Cette 3e édition du Baromètre met en évidence l'impact de l'inflation sur les comportements d'achat des Québécois. Aussi, bien que les entreprises bioalimentaires continuent de bénéficier d'une confiance relativement élevée, surtout les entreprises agricoles, les consommateurs adoptent cette année une attitude plus critique envers le secteur bioalimentaire par rapport à l'édition précédente. Le Baromètre révèle aussi que les préoccupations liées à l'environnement et au bien-être animal se maintiennent et que l'intérêt pour les aliments locaux reste présent, bien que moins prononcé. Les données du Baromètre montrent également que des compétences et des connaissances élevées en matière d'alimentation sont associées à une confiance accrue envers les aliments. Dans ce contexte, il devient essentiel de renforcer la littératie alimentaire de la population québécoise, en plus de poursuivre la promotion et l'identification des aliments du Québec.

Après deux éditions en 2019 et 2021 (De Marcellis-Warin & Peignier, 2020, 2022), la troisième édition du Baromètre de la confiance des consommateurs québécois à l'égard des aliments (ci-après nommé Baromètre), est basée sur une enquête réalisée en février 2023 auprès d'un échantillon de 1004 Québécois représentatif de la population. Le Baromètre fournit des informations importantes pour permettre à toutes les parties prenantes du secteur bioalimentaire de prendre des décisions éclairées. Le secteur bioalimentaire regroupe l'agriculture, l'aquaculture, les pêches, la transformation, les commerces de gros et de détail ainsi que les services alimentaires, incluant l'alimentation dans l'hôtellerie, la restauration et les établissements institutionnels privés et publics (Gouvernement du Québec, 2018).

L'édition 2021 du Baromètre était marquée par la pandémie de COVID-19, qui a engendré des changements dans les comportements et les valeurs des consommateurs québécois. L'édition 2023 a, quant à elle, été réalisée dans un contexte où le Québec fait face à l'inflation la plus élevée de ces dernières décennies. Parallèlement, les préoccupations liées aux changements climatiques sont de plus en plus présentes dans les médias, ce qui suscite de nouvelles réflexions sur les habitudes alimentaires. L'analyse des données du Baromètre 2023 permet d'étudier comment ce nouveau contexte se manifeste dans les perceptions et les comportements d'achat d'aliments des Québécois (De Marcellis-Warin et coll., 2023).

Certaines habitudes alimentaires adoptées pendant la pandémie se sont maintenues en 2023 tandis que d'autres se sont révélées temporaires

Alors que manger était devenu presque plus un plaisir qu'une nécessité au cœur de la pandémie, nous observons aujourd'hui un retour aux proportions de 2019 : en 2023, manger est avant tout une nécessité pour 57 % des Québécois. De même, l'engouement pour les plats à emporter a diminué et a retrouvé son niveau de 2019, probablement en réponse à la réouverture des salles de restaurant.

En revanche, bien que l'épicerie en ligne ait connu une légère baisse depuis 2021, elle conserve une base d'adhérents, avec environ 24 % des Québécois l'utilisant encore parfois, souvent ou toujours. L'utilisation de l'épicerie en ligne est plus répandue dans la région métropolitaine de Montréal, où 33 % des personnes interrogées utilisent ce service, comparativement à 13 % dans la région de Québec. Les utilisateurs les plus réguliers sont généralement des parents (37 %) et des personnes de moins de 55 ans (30 % des 35-54 ans et 33 % des 18-34 ans).

La consommation de plats cuisinés à la maison, qui avait augmenté entre 2019 et 2021, se maintient à un haut niveau en 2023, avec près de 88 % des Québécois qui en mangent souvent ou toujours. Près de la moitié des répondants déclarent aussi consacrer plus de temps à cuisiner depuis le début de la pandémie. Ces tendances se reflètent dans les compétences alimentaires des Québécois, avec 75 % des répondants estimant avoir plutôt ou tout à fait confiance en leurs capacités à cuisiner.

Certaines compétences alimentaires et connaissances en matière d'étiquetage s'effritent au fil du temps

Nous avons sondé la perception des Québécois quant à leur capacité à « choisir des aliments sains », « comprendre les informations de l'emballage », « juger de la pertinence et du sérieux des allégations/certifications », « réduire le gaspillage alimentaire » et « cuisiner ». Globalement, le niveau moyen de compétences alimentaires dans ces cinq domaines a diminué entre 2021 et 2023, revenant à un niveau similaire à celui de 2019. La confiance dans la capacité à choisir des aliments sains et à évaluer la fiabilité des certifications a même diminué en 2023, non seulement par rapport à 2021, mais aussi par rapport à 2019. En 2023, un score de compétences alimentaires calculé en prenant la moyenne des cinq énoncés montre que 34 % des répondants estiment avoir des compétences alimentaires faibles, correspondant à un score de 3,5 ou moins sur une échelle de Likert de 5 points.

Les connaissances des Québécois en matière d'étiquetage alimentaire sont relativement limitées, qu'il s'agisse des exigences liées à l'agriculture biologique ou des mécanismes de contrôle de certaines certifications. En 2023, ces connaissances sont significativement plus faibles qu'en 2019. Nous avons cherché à bien cerner l'association entre des connaissances élevées en matière d'étiquetage alimentaire et les facteurs susceptibles de les influencer, et nos analyses révèlent que les sources d'information jouent un rôle important. Nous avons pris en compte une série de variables de contrôle, incluant l'âge, le sexe, la langue maternelle, la région de résidence, le niveau de scolarité, ainsi que des variables sur les sources utilisées pour s'informer et une autre sur la connaissance de l'outil développé par l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) sur l'étiquetage alimentaire. Les deux seules variables associées à des connaissances élevées sont la connaissance de l'outil de l'ACIA et la fréquente recherche d'informations auprès des scientifiques et des universitaires.

L'inflation influence les préoccupations des consommateurs québécois

Les changements observés dans les habitudes alimentaires des consommateurs québécois dans le Baromètre 2023 peuvent être attribués à plusieurs facteurs, notamment le contexte post-pandémique et une situation d'inflation exceptionnelle. Selon les données de Statistique Canada, l'indice des prix à la consommation des aliments a augmenté de 10 % au cours de la dernière année, et de près de 17 % depuis 2021 (Statistique Canada, 2023).

Cette réalité se reflète dans les perceptions et les constatations des répondants. En effet, 91 % de la population est plutôt ou tout à fait d'accord avec le constat d'une augmentation du prix des aliments, ce qui représente une augmentation de 11 points par rapport à 2021. De plus, 80 % déclarent être plutôt ou très préoccupés par le prix des aliments, ce qui en

COMPÉTENCES ALIMENTAIRES

	Score moyen de compétences alimentaires (sur 5)	Proportion des Québécois ayant des compétences faibles (score ≤ 3,5 sur 5)	Proportion des Québécois ayant des compétences élevées (score ≥ 4,5 sur 5)
2023	3,75	34,5 %	15,7 %
2021	3,87	26,7 %	21,0 %
2019	3,79	31,2 %	15,9 %

CONNAISSANCES SUR L'ALIMENTATION ET LES CERTIFICATIONS

	Score moyen de connaissances sur l'alimentation et les certifications (sur 6)	Proportion des Québécois ayant des connaissances très faibles (score ≤ 1 sur 6)	Proportion des Québécois ayant des connaissances élevées (score ≥ 4 sur 6)
2023	2,48	26,5 %	26,3 %
2021	2,58	22,6 %	26,9 %
2019	2,69	21,1 %	30,2 %

Évolution des compétences et des connaissances alimentaires des Québécois entre 2019 et 2023

fait la principale préoccupation parmi les 38 enjeux à l'étude. À l'aide d'une échelle de Likert à 5 points, le niveau de préoccupation a été évalué pour 38 enjeux liés à l'hygiène et la salubrité des aliments, la santé et la saine alimentation, l'origine des aliments, l'accès aux aliments et les pratiques d'affaires responsables, incluant l'utilisation d'intrants et les préoccupations éthiques. Alors que les niveaux de préoccupation ont diminué pour 36 des 38 enjeux entre 2021 et 2023, le prix est le seul enjeu à avoir vu son niveau de préoccupation augmenter de manière significative. Alors que les niveaux de préoccupation ont diminué pour 36 des 38 enjeux entre 2021 et 2023, le prix est le seul enjeu à avoir vu son niveau de préoccupation augmenter de manière significative. La préoccupation pour les méthodes de pêche augmente aussi, mais non significativement.

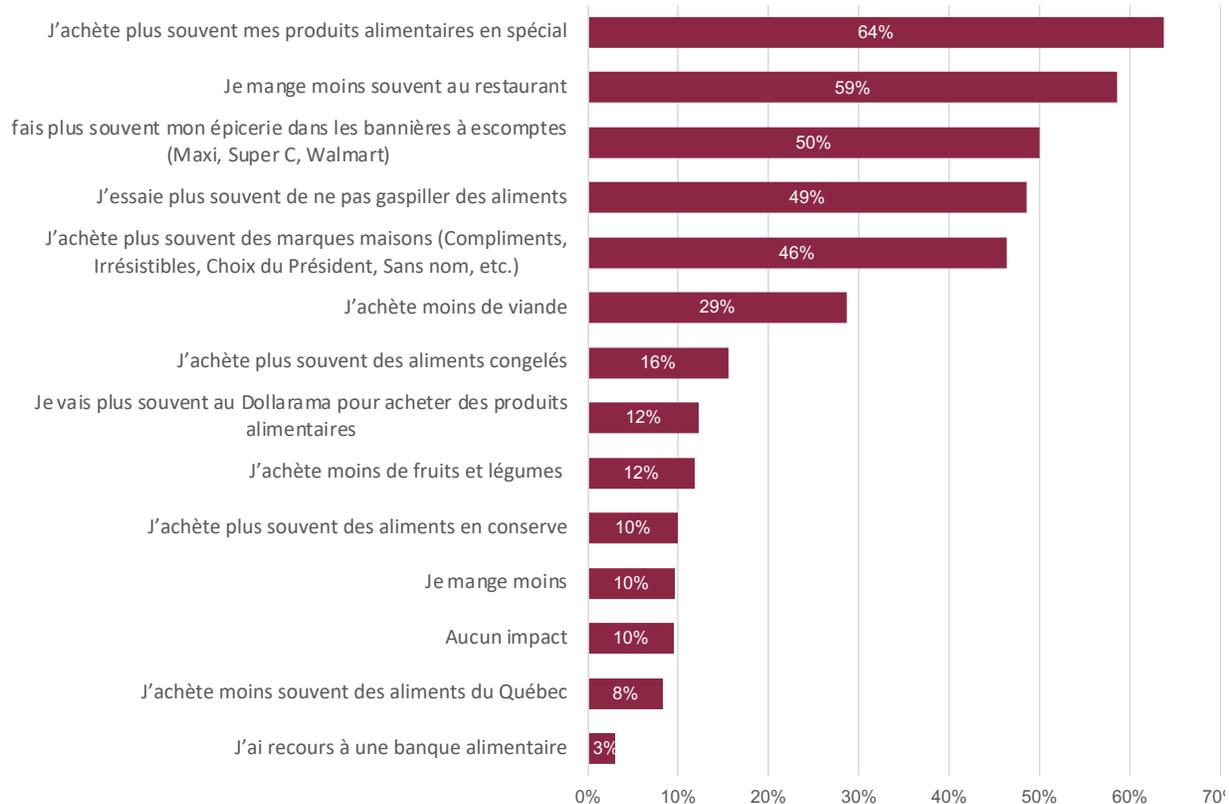
Par ailleurs, 67 % des Québécois sont plus préoccupés cette année par la possibilité d'acheter des aliments à un prix abordable. La sécurité alimentaire s'est d'ailleurs détériorée par rapport au Baromètre 2021 : plus de Québécois déclarent ne pas avoir assez d'argent pour acheter suffisamment de nourriture (27 % en 2023 contre 21 % en 2021). La proportion de personnes achetant souvent des aliments sans se soucier de leur prix a diminué (14 % contre 22 % en 2021), tout comme la proportion de personnes prêtes à payer plus cher pour certains aliments (15 % contre 23 % en 2021).

Le Baromètre 2023 révèle cinq principaux changements dans les habitudes alimentaires des Québécois pour faire face à l'inflation

- 1. Acheter plus souvent en spécial** : Seulement 8 % des Québécois affirment en 2023 ne jamais modifier leurs choix alimentaires en fonction des spéciaux.
- 2. Aller moins souvent au restaurant** : Alors qu'en 2019, soit avant la pandémie de COVID-19, 56 % des Québécois déclaraient aller régulièrement au restaurant, ce pourcentage diminue à 43 % en 2023.
- 3. Aller plus souvent dans les bannières à escomptes** : Bien que les grandes bannières et les bannières à escomptes demeurent les deux principales destinations pour faire l'épicerie, on observe une baisse graduelle de la fréquentation des grandes bannières au fil des ans et une augmentation de la fréquentation des bannières à escomptes comme Super C, Maxi et Walmart, mais aussi des détaillants non traditionnels comme Dollarama ou les pharmacies.
- 4. Essayer plus souvent de ne pas gaspiller des aliments** : Le gaspillage alimentaire est d'ailleurs un autre enjeu qui préoccupe les Québécois, 70 % d'entre eux le plaçant en deuxième position après le prix.
- 5. Acheter plus souvent des marques maison** : Ce résultat semble assez logique considérant que seulement 4 % des Québécois déclarent que payer un aliment plus cher garantit nécessairement un produit de meilleure qualité. 36 % nuancent leur réponse en précisant que cela dépend des circonstances. Par ailleurs, la marque est l'un des critères les moins importants pour les consommateurs lors de l'achat de produits alimentaires.

Dans l'ensemble, les consommateurs n'ont donc pas tant modifié le contenu de leur panier d'épicerie, mais plutôt leurs choix de lieu d'achat, tout en adoptant de nouvelles stratégies pour économiser. En effet, peu de Québécois évoquent des changements dans les types de produits alimentaires achetés, comme acheter moins de fruits et légumes, plus de surgelés ou encore plus de conserves, bien que 29 % des Québécois déclarent tout de même acheter moins de viande.

Est-ce que la hausse du coût des aliments a un impact sur vos habitudes de consommation et d'achat suivantes ? (Plusieurs réponses possibles)



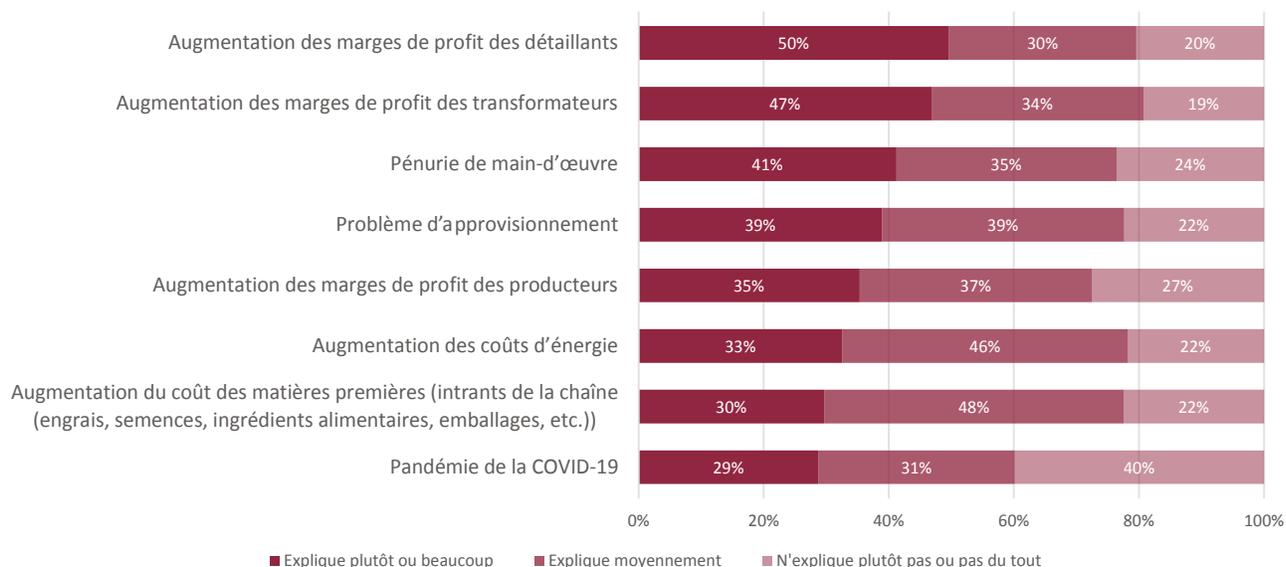
Les consommateurs attribuent davantage la responsabilité de l'augmentation du coût des aliments aux détaillants et aux transformateurs plutôt qu'à la conjoncture

Les consommateurs estiment que l'augmentation des coûts peut être due à plusieurs facteurs simultanément. Cependant, il existe une tendance marquée à attribuer en premier lieu la responsabilité aux acteurs du secteur bioalimentaire plutôt qu'à la conjoncture économique ou à d'autres facteurs contextuels comme les problèmes d'approvisionnement. La pandémie arrive en dernière position dans l'esprit des Québécois.

Les Québécois âgés de moins de 35 ans sont les moins enclins à beaucoup plus attribuer la hausse des prix des aliments aux acteurs du secteur plutôt qu'à la conjoncture économique (16 % d'entre eux, contre 21 % des 35-54 ans, 26 % des 55-74 ans et 29 % des plus de 75 ans).

Cette perception selon laquelle les acteurs du secteur bioalimentaire tirent profit de l'augmentation du coût des aliments a un impact sur la confiance que les consommateurs leur accordent. Il s'agit d'une information essentielle à prendre en considération pour les entreprises du secteur bioalimentaire qui cherchent à maintenir une bonne image auprès des consommateurs.

Quel est, selon vous, le niveau d'importance des éléments suivants dans l'augmentation du coût des aliments?



Une confiance élevée dans les entreprises bioalimentaires et des préoccupations persistantes liées à l'environnement et au bien-être animal

La confiance accordée aux entreprises du secteur bioalimentaire au Québec est somme toute relativement élevée. Globalement, 63 % des Québécois considèrent que les entreprises bioalimentaires du Québec améliorent en continu leurs pratiques pour répondre aux demandes des consommateurs. Cette proportion est plus élevée chez les francophones et les personnes âgées de 55 à 74 ans tandis qu'elle est plus faible chez les répondants de la grande région de Montréal.

Parmi les trois acteurs principaux que sont les entreprises agricoles, les entreprises de transformation alimentaire et les détaillants en alimentation, ce sont les entreprises agricoles québécoises qui bénéficient des niveaux de confiance les plus élevés de la part des consommateurs. Cependant, il est important de

noter que la pandémie a eu un impact significatif sur la confiance envers ces entreprises, comme cela a été observé dans d'autres indicateurs du Baromètre. Après avoir augmenté entre 2019 et 2021, les niveaux de confiance envers les pratiques des entreprises et les informations qu'elles communiquent ont tous diminué en 2023, atteignant des niveaux similaires ou inférieurs à ceux d'avant la pandémie, selon le sujet traité.

La confiance accordée aux acteurs du secteur bioalimentaire est particulièrement faible en ce qui concerne la mise en place de pratiques liées à la protection de l'environnement et au bien-être animal. Cette tendance concernant les pratiques environnementales est présente quel que soit l'acteur considéré et est observée dans toutes les éditions du Baromètre. Prenons l'exemple de la mise en place de pratiques agroenvironnementales : en 2023, seulement 53 % des répondants considèrent que les entreprises agricoles améliorent plutôt ou tout à fait en continu leurs pratiques pour protéger l'environnement, tandis que cette proportion est de 40 % pour les entreprises de transformation alimentaire et de 37 % pour les détaillants alimentaires.

Bien que la confiance envers les pratiques environnementales et le bien-être animal dans le secteur bioalimentaire puisse être faible, il semble que les consommateurs ne se montrent pas toujours aussi engagés dans leurs propres choix d'achat. Par exemple, seulement 26 % des répondants déclarent souvent ou très souvent privilégier l'achat de produits respectueux de l'environnement en 2023, qu'ils soient alimentaires ou non, par rapport à 32 % en 2021. De même, seulement 29 % des répondants accordent souvent ou très souvent la priorité aux produits prenant en compte le bien-être animal, contre 33 % en 2021.

Malgré une diminution du niveau de préoccupation pour les enjeux environnementaux depuis 2019, les Québécois continuent d'être préoccupés par des questions telles que l'utilisation de pesticides, la santé et le bien-être animal, ainsi que l'utilisation d'hormones ou d'antibiotiques pour les animaux. Ces enjeux conservent une place importante parmi les préoccupations des Québécois, se classant parmi les dix premiers sur les 38 enjeux étudiés.

Les consommateurs québécois demeurent méfiants envers les attributs sur les emballages des aliments

L'étiquetage alimentaire, et toute forme d'information sur le produit sont essentiels pour aider le consommateur dans ses choix. La confiance dans les attributs mentionnés sur les emballages revêt donc une grande importance. Or, les Québécois se montrent plutôt sceptiques envers les informations sur les attributs concernant les pratiques de production durables et respectueuses de l'environnement. Moins de 40 % des répondants estiment que les mentions telles que « Sans hormone », « Sans OGM », « Sans antibiotique », « Sans pesticide » et même la certification « Biologique » sont dignes de confiance.

En revanche, 73 % ont plutôt ou tout à fait confiance dans le logo « Aliments du Québec » tandis que 62 % font confiance aux appellations réservées. Ces deux attributs sont, parmi les 19 étudiés, ceux pour lesquels la confiance est la plus élevée.

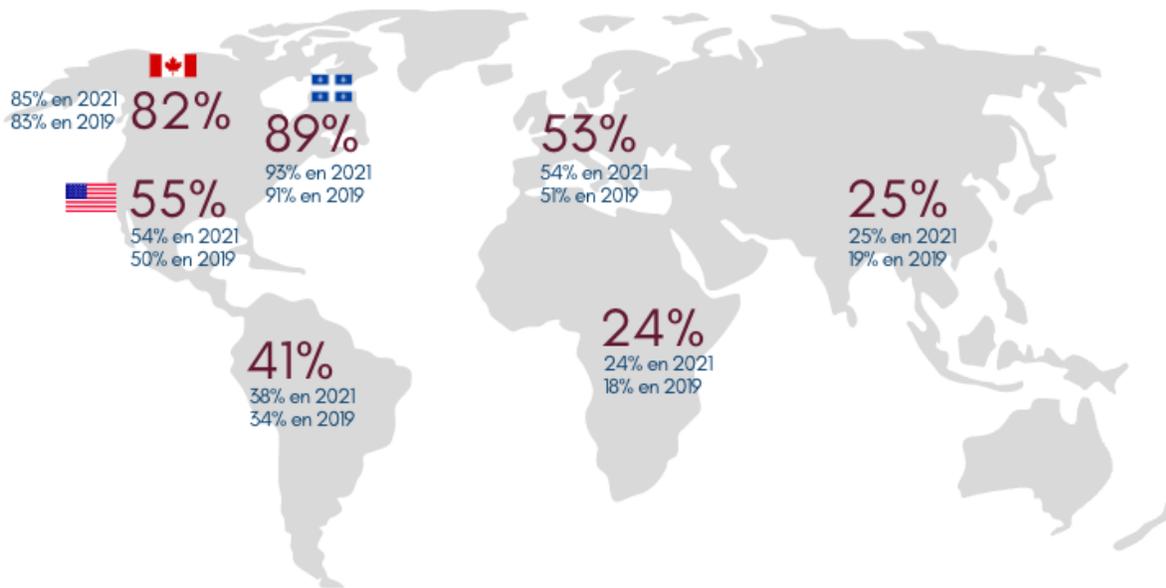
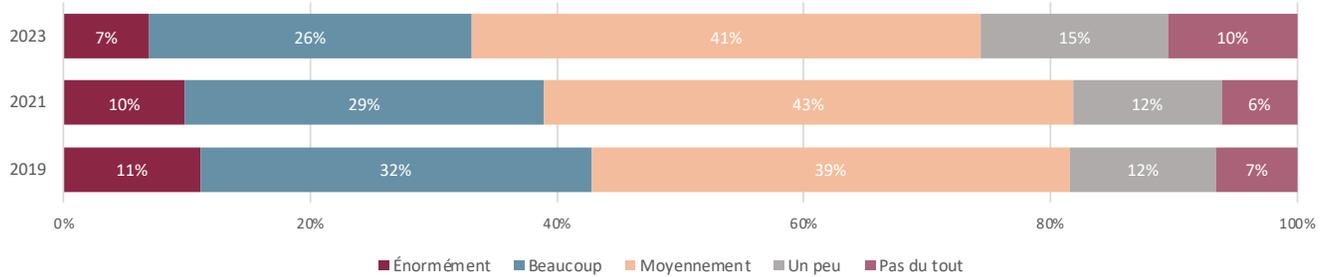
Un engouement toujours présent pour l'achat local bien qu'en perte de vitesse

Même si l'engouement pour l'achat de produits locaux est moins élevé qu'au plus fort de la pandémie et même moins qu'en 2019, il demeure présent puisqu'un tiers des Québécois achètent en priorité beaucoup ou énormément des aliments du Québec et 41 % moyennement. La confiance accordée aux attributs liés à la provenance et à l'origine semble se refléter dans les comportements d'achat des Québécois en ce qui concerne les produits locaux.

Les personnes qui considèrent le prix comme un facteur important lors de l'achat d'aliments sont moins nombreuses à privilégier les aliments du Québec. Au-delà du contexte de l'inflation, les perceptions à l'égard des aliments importés ont probablement contribué à la diminution de l'intérêt pour l'achat local. En effet, la confiance dans la réglementation qui encadre les produits importés, qu'il s'agisse des normes d'étiquetage, des équivalences sanitaires ou d'autres aspects, reste stable par rapport à 2021 et a augmenté par rapport à 2019. De plus, les Québécois sont moins préoccupés par l'aspect sécuritaire des aliments importés qu'auparavant.

Malgré cette amélioration des perceptions concernant les aliments importés, la confiance des consommateurs est toujours nettement plus élevée lorsqu'il s'agit d'aliments provenant du Québec ou du Canada comparé à d'autres régions. En 2023, 89 % des répondants jugent plutôt ou tout à fait sécuritaire de consommer des aliments cultivés ou produits au Québec, tandis que les proportions sont d'environ 50 % pour l'Europe et les États-Unis, 40 % pour l'Amérique centrale et l'Amérique du Sud, et avoisinent les 25 % pour les continents asiatique et africain.

De façon générale, diriez-vous que vous achetez en priorité des aliments du Québec ?



Proportion des Québécois ayant plutôt ou tout à fait confiance dans l'aspect sécuritaire de consommer des aliments selon la provenance – 2023, 2021, 2019

L'importance d'améliorer la littératie alimentaire pour augmenter la confiance des consommateurs

Le Baromètre 2023 met en évidence une attitude plus critique envers le secteur bioalimentaire par rapport à l'édition précédente de 2021. Il aborde la plupart des dimensions de la confiance, notamment la confiance dans les points de vente, l'origine des aliments, les acteurs de l'industrie, les réglementations, l'étiquetage et les types d'aliments, pour aboutir à un indicateur global de confiance qui constitue la dernière question du questionnaire d'enquête. Cet indicateur global de confiance du Baromètre a considérablement diminué, passant de 71 % de répondants accordant une grande confiance aux aliments en 2021 à 59 % cette année. En contrôlant pour toutes les autres variables de confiance, la confiance accordée aux entreprises bioalimentaires et à l'étiquetage sont les principaux facteurs expliquant un indicateur global de confiance élevé.

Ces changements doivent être mis en perspective pour tenir compte du contexte de forte inflation que

nous traversons et la sortie récente de la pandémie, une période durant laquelle la confiance était exceptionnellement élevée. L'année 2023 semble marquer un retour à la normale, avec des indicateurs retrouvant des niveaux similaires à ceux de 2019.

Malgré ces tendances, il existe des raisons d'être optimiste, car 77 % des Québécois considèrent toujours le secteur bioalimentaire comme essentiel et 67 % reconnaissent sa contribution à l'économie et à la création d'emplois. Cependant, il est essentiel d'améliorer la littératie alimentaire de la population québécoise, considérant surtout que des connaissances et des compétences alimentaires élevées sont associées à une plus grande confiance envers les aliments. En effet, 70 % des Québécois dotés de bonnes compétences alimentaires expriment une confiance globale plutôt ou très élevée envers les aliments, comparativement à 56 % de ceux ayant des compétences faibles. De même, 67 % des Québécois ayant de bonnes connaissances alimentaires affichent une confiance globale plutôt ou très élevée envers les aliments, tandis que cette proportion s'élève à 55 % parmi ceux ayant des connaissances faibles.

Le Baromètre 2023 est porteur de nouvelles encourageantes puisque plus des deux tiers des Québécois souhaitent obtenir davantage d'informations sur les enjeux alimentaires.

Les professionnels de la santé, les scientifiques et les experts sont les principales sources d'information sur les questions alimentaires, mais les gouvernements et les producteurs agricoles sont également considérés par les Québécois comme des sources importantes, soulignant ainsi l'importance des informations provenant des acteurs du secteur eux-mêmes.

Il est essentiel que tous les acteurs du secteur bioalimentaire travaillent ensemble et améliorent leur communication concernant leurs pratiques. Cette démarche contribuera à accroître la confiance des Québécois envers les aliments et améliorera globalement le secteur bioalimentaire, dans l'intérêt des consommateurs et des entreprises bioalimentaires, favorisant ainsi la prospérité et la durabilité du Québec.

Références

De Marcellis-Warin, N., & Peignier, I. (2020). Baromètre de la confiance des Québécois à l'égard des aliments—1ère édition (Rapport de projet CIRANO No 2020RP-39). <https://doi.org/10.54932/OZQJ1044>

De Marcellis-Warin, N., & Peignier, I. (2022). Baromètre de la confiance des consommateurs québécois à l'égard des aliments -2e édition (Rapport de projet CIRANO No 2022RP-18). <https://doi.org/10.54932/JGOA6889>

De Marcellis-Warin, N., Peignier, I., & Gleize, T. (2023). Baromètre de la confiance des consommateurs québécois à l'égard des aliments -3e édition (2023RP-09, Rapport de projets, CIRANO.) <https://doi.org/10.54932/UIOA6428>

Gouvernement du Québec. (2018). Politique bioalimentaire 2018-2025—Alimenter notre monde.

Statistique Canada. (2023). Tableau 18-10-0004-01 Indice des prix à la consommation mensuel, non désaisonnalisé.

Pour citer cet article

De Marcellis-Warin, N., Peignier, I., & Gleize, T. (2023). BAROMÈTRE DE LA CONFIANCE DES CONSOMMATEURS QUÉBÉCOIS À L'ÉGARD DES ALIMENTS (2023PJ-06, Revue PERSPECTIVES, CIRANO.) <https://doi.org/10.54932/MMVJ3126>

Dynamiques territoriales du bioalimentaire au Québec

ANNIE ROYER

Professeure titulaire, Département d'économie agroalimentaire et des sciences de la consommation, Université Laval
Chercheuse et Fellow CIRANO

JULIE RUIZ

Professeure titulaire, Département des sciences de l'environnement, Université du Québec à Trois-Rivières

PATRICK MUNDLER

Professeur titulaire, Département d'économie agroalimentaire et des sciences de la consommation, Université Laval
Chercheur et Fellow CIRANO

La production agricole a subi de profondes transformations au cours des dernières décennies : spécialisation des entreprises, concentration au sein d'entreprises de plus en plus grandes, industrialisation des processus de production et intensification de l'usage des ressources. Toutefois, ces évolutions dans la production agricole masquent des différences entre les secteurs. Comment l'évolution sectorielle des productions agricoles a-t-elle façonné les territoires du Québec ? Dans une étude CIRANO (Royer et al. 2023), les auteurs analysent les dynamiques spatiales du secteur bioalimentaire sur plus de cinq décennies et identifient les principaux facteurs qui expliquent ces dynamiques. Il s'agit de la première étude qui examine les liens entre dynamiques spatiales et évolution sectorielle de l'agriculture.

La mise en place d'une politique publique importante, l'assouplissement d'une réglementation, l'arrivée d'une nouvelle technologie révolutionnaire ou la formation d'un capital social innovant permettent dans certaines circonstances un boom de développement sectoriel et spatial qui s'étend sur plusieurs années. À l'image de ce qui a été constaté dans d'autres pays industrialisés (Mendras, 1967), l'agriculture québécoise a connu dans les années 1970 et 1980 une sorte de révolution portée par des « vagues » d'innovations technologiques : on pense ici à la génétique du maïs, la génétique porcine, la tubulure en acériculture et la chaîne de froid dans les légumes. Les grands outils de politique publique mis

en place dans ces deux décennies ont soutenu ces bouleversements.

Les années 1990 et 2000 semblent davantage se singulariser par des innovations organisationnelles touchant souvent à la mise en marché des produits. Les ententes interprovinciales dans le lait, l'encan électronique et la concentration des abattoirs dans le porc, la mise en place des agences de commercialisation dans l'érable ou l'agneau, l'intégration des grossistes par les producteurs et le développement de l'agriculture soutenue par la communauté pour ce qui est des légumes sont autant d'exemples d'innovations sur le plan organisationnel.

Des données géospatiales sur plus de cinq décennies et de riches témoignages

Afin d'analyser les dynamiques spatiales de l'agriculture au Québec, nous avons cartographié les données des recensements agricoles canadiens de 1961, 1981, 1991, 2001, 2011 et 2016, à l'échelle des municipalités ou de groupes de municipalités. Par « dynamique spatiale », on entend la façon dont un phénomène se déploie sur les territoires ou change au cours du temps.

Trois grandes dynamiques spatiales ont été analysées :

1. La présence de **pôles sectoriels** c'est-à-dire d'un ensemble de territoires contigus dans l'espace qui concentrent une part plus importante de la production provinciale d'un secteur que les territoires voisins.
2. La **spécialisation territoriale agricole**, caractérisée par le fait qu'un secteur, une filière ou une production voit son poids s'accroître dans l'économie locale.
3. La **concentration économique** des secteurs sur le territoire, soit l'accroissement de la taille des entreprises dans un secteur ou une filière dans un territoire spécifique.

Nous avons cartographié six productions agricoles : la production laitière, l'acériculture, la production porcine, le maïs-grain, la production ovine et les légumes de plein champ (voir p. 28 et 29 pour les quatre premières). Nous avons également mené deux études de cas sur la production du blé panifiable au Québec et la production de dindon dans la municipalité de Saint-Gabriel-de-Valcartier.

L'analyse cartographique a été croisée avec des analyses documentaires et des données issues d'entrevues auprès de 41 personnes issues des filières, des offices de producteurs et du développement agricole. Ces entretiens ont permis d'approfondir notre compréhension des facteurs qui expliquent les dynamiques spatiales mises en évidence pour la période 1961-2016 et de contextualiser nos constats. Ce croisement apporte une information riche et des éclairages nouveaux, y compris sur certains éléments ayant forgé l'identité collective de l'agriculture québécoise. Dans l'élaboration de nos instruments de collecte de données, nous avons pris en compte les facteurs biophysiques, technologiques, économiques, politiques, sociétaux, culturels et démographiques ainsi que l'effet de clusterisation.

Si le lait, le porc, l'ovin et le dindon sont marqués par une concentration géographique de 1961 à 2016, l'érable, le maïs-grain et les légumes de plein champ connaissent une dispersion spatiale. Ces grandes tendances masquent toutefois l'hétérogénéité des dynamiques spatiales entre les productions, dans leur rythme et dans leur intensité. Pour le secteur des légumes de plein champ par exemple, les conditions agroclimatiques, la distance au marché et l'existence d'un cluster (c'est-à-dire un ensemble d'entreprises et d'institutions en amont et en aval qui viennent appuyer le développement d'une production) sont les facteurs prédominants. Pour l'érable, ce sont les traditions, les innovations technologiques, l'ouverture des terres publiques et la présence d'un cluster qui sont les éléments les plus marquants. La production ovine trouve quant à elle sa place dans des territoires plus périphériques et s'y maintient grâce au leadership de quelques individus et au soutien de l'*Assurance stabilisation des revenus agricoles* (ASRA).

Ainsi, les conditions agroclimatiques et la distance au marché sont deux facteurs structurels importants pour comprendre l'évolution spatiale des différentes productions. Mais ils n'expliquent pas toute l'évolution spatiale de l'agriculture. Chaque production montre une logique de développement qui lui est propre et qui dépend de l'interaction de plusieurs facteurs. Ces agencements de facteurs produisent des dispersions ou des contractions sur le territoire québécois, et des accélérations ou des décélérations dans la concentration économique.

Les politiques de soutien et d'encadrement du secteur bioalimentaire ont de lourdes conséquences territoriales

Un certain nombre d'interventions et programmes gouvernementaux ont eu des effets structurants tant au niveau sectoriel que spatial. On pense bien sûr aux politiques de soutien des revenus et d'aide à l'investissement. L'ASRA notamment a permis au secteur ovin de se maintenir dans des territoires où l'agriculture apparaît plutôt en retrait.

La réglementation sanitaire interdisant de conserver des porcs et des vaches dans le même bâtiment a eu des impacts sur le secteur laitier, mais aussi sur le processus de spécialisation dans le secteur porcin. Lorsqu'on assouplit la réglementation, cela a aussi des conséquences. Les assouplissements pour obtenir un permis d'opération d'une fromagerie dans

le secteur laitier ont favorisé l'établissement de petits transformateurs dans les régions.

L'appui aux innovations technologiques et génétiques (maïs, acériculture, secteur porcin), l'accès aux ressources (comme les terres publiques dans le secteur acéricole), l'appui aux investissements permettant une plus grande efficacité des chaînes (subvention des chaînes de froid, centre de grains) ou des terres (subvention au drainage qui a favorisé le développement du maïs), l'appui aux innovations organisationnelles et au capital social existant ou émergent (filrière ovine, secteur laitier) sont autant de mesures de politique publique qui ressortent comme ayant eu d'importants impacts sur l'évolution de ces productions et sur leur dynamique spatiale.

La mise en marché collective joue aussi un rôle territorial trop souvent ignoré ou négligé. Malgré des objectifs principalement sectoriels, la mise en marché collective a un impact au niveau territorial (Royer, 2009). Des travaux antérieurs ont déjà suggéré ce lien, en particulier pour les productions sous gestion de l'offre (Jean & Guin, 2002 ; Guin & Bergeron, 2005 ; Mbombo, 2018 ; Ruiz, 2019). Ce qui est plus nouveau, c'est que face à la diminution du nombre de fermes, la période plus récente se caractérise aussi par une préoccupation collectivement partagée concernant le maintien des fermes et des activités agricoles dans les territoires. De fait, plusieurs services peuvent prendre fin s'il y a trop peu d'exploitations dans un territoire donné, ce qui à terme met en péril l'existence des fermes restantes ou les rend moins attrayantes pour la relève. La nécessité d'une masse critique de fermes dans des territoires spécifiques (Nousaine & Jolley, 2012), pousse les agriculteurs à demander des protections et à utiliser des outils de mise en marché collective pour y arriver. Le modèle de gouvernance des plans conjoints permet une prise en compte des préoccupations des fermes de régions où la production est plus marginale.

Les dispositions limitant le déplacement des quotas d'une région à l'autre dans le secteur laitier ont permis le maintien de fermes dans certaines régions. La péréquation des prix et des coûts de transport est ressortie du cas laitier comme ayant eu un effet important sur la conservation de la production dans les régions excentrées. Dans le dindon, il existe aussi des zones de quota visant à limiter le déplacement de la production. L'existence d'un tel dispositif a vraisemblablement protégé la production de dindon de St-Gabriel-de-Valcartier malgré des coûts de production plus élevés dans cette région que dans les autres régions productrices.

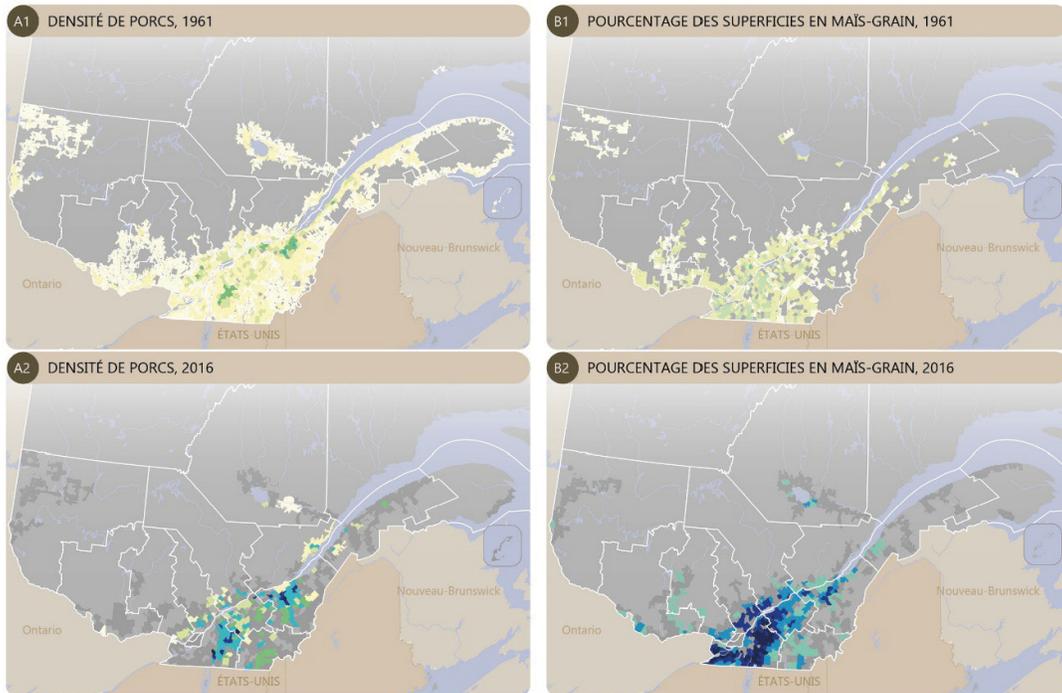
Les potentialités agroclimatiques ne sont pas toujours exploitées

De nombreux facteurs permettent à leur façon et de manière différenciée de dépasser en partie les contraintes agroclimatiques. L'adoption de la tubulure en acériculture a permis l'exploitation d'érablières de grandes tailles qui ne peuvent que se trouver sur les terres publiques et donc dans des régions plus excentrées. Les techniques utilisées en régie biologique sur de petites surfaces dans le secteur des légumes permettent à ce secteur d'activité de s'implanter sur tout le territoire cultivable du Québec. Les nouveaux cultivars de maïs et de soya ont permis un déploiement spatial constant vers les régions plus froides de la province.

Mais nos recherches montrent aussi que certaines potentialités biophysiques peuvent amener des concurrences entre activités. Dans le cas du faible développement de l'acériculture en Outaouais, il s'agit de l'industrie forestière. Mais on peut aussi évoquer la proximité des marchés qui favorise certes l'agriculture, mais également tout le développement industriel et résidentiel. Au fil du temps se dessinent également des cultures locales qui peuvent expliquer que telle ou telle production s'implante ou ne s'implante pas comme l'ont montré la production de dindons dans la municipalité de Saint-Gabriel-de-Valcartier ou l'acériculture à Plessisville.

Certains facteurs systémiques entraînent des effets sur plusieurs productions

Le développement du maïs a alimenté le développement de la production porcine et vice-versa : les programmes appuyant la production porcine ont eu un impact spatial majeur en créant un débouché local pour le maïs. Ce développement a aussi amené la mise en place d'un moratoire sur le défrichage, entraînant des conséquences sur le développement d'autres productions concernées par ce moratoire. De son côté, le développement du soya a été facilité par la présence du maïs et des infrastructures déjà en place pour le maïs. La synergie maïs-porc-soya dans le sud de la province a eu pour effet de repousser la production laitière à ses pourtours. Et ce processus se poursuit au fur et à mesure que le couple maïs-soya s'étend sur des territoires plus nordiques, ce qui ouvre des questions relatives à la préservation de la qualité des sols et de l'environnement.



Nombre de porcs / superficie de la subdivision de recensement unifiée (SRU)* (Nbr/Km²)

- > 0 à 5
- > 5 à 25
- > 25 à 50
- > 50 à 100
- > 100 à 500
- > 500 à 1 000
- > 1 000 à 2 500
- Données confidentielles

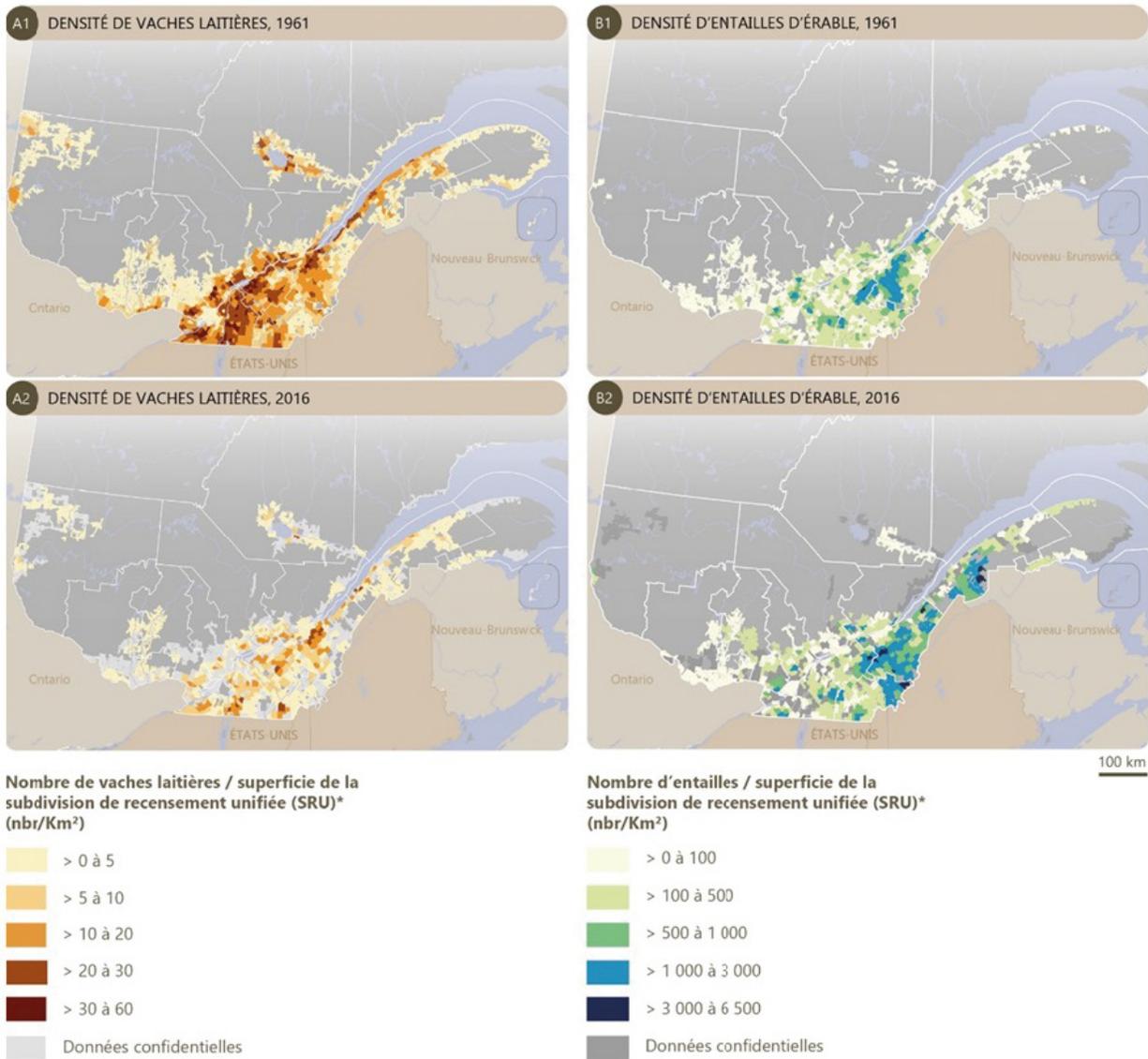
Superficie en maïs-grain/ superficie de la subdivision de recensement unifiée (SRU)* (Nbr/Km²)

- > 0 à 0,002 %
- > 0,002 à 0,02 %
- > 0,02 à 0,3 %
- > 0,3 à 10 %
- > 10 à 20 %
- > 20 à 40 %
- > 40 à 60 %
- Données confidentielles

*Les données sont compilées pour l'écoumène agricole potentiel (2 km de part et d'autre du réseau routier) des subdivisions de recensement unifiées (soit une municipalité ou un groupe de municipalités)

Source : Statistique Canada, recensement de l'agriculture 1961, 2016.
Réalisation : S. Lavoie et J. Ruiz, 2020.

Contraction spatiale de la production laitière et dispersion spatiale de la production acéricole, 1961-2016



Concentration spatiale de la production porcine et essor de la culture du maïs-grain, 1961-2016

La présence d'un effet de cluster dans certains secteurs favorise la pérennité spatiale de certains pôles sectoriels. C'est le cas dans le secteur des légumes, de l'acériculture et du mouton. Ces productions renforcent leur présence dans certains territoires, portées par des dynamiques collectives associant des facteurs culturels et des organisations de soutien, notamment en recherche, formation ou commercialisation. L'élément liant de ces clusters peut être différent : parfois il s'agit de la technologie, parfois de grappes d'innovation, parfois aussi d'un capital humain (expertise) et social (partage de connaissances en réseau) exceptionnel.

Les pôles sans effet de cluster semblent moins pérennes. C'est le cas du pôle productif de légumes de plein champ de St-Hyacinthe par exemple qui, bien qu'ayant des conditions pédoclimatiques semblables à celles de la MRC des Jardins de Napierville, a cependant presque disparu. *A contrario*, l'exemple du dindon à St-Gabriel-de-Valcartier, témoigne du maintien dans la durée d'une production qui s'est développée sans véritable cluster, mais grâce à la tradition, une culture locale et au zonage imposé par la gestion de l'offre.

Le capital humain et le capital social jouent un rôle important

Le capital humain et le capital social sont deux éléments qui ressortent comme jouant un rôle important, en particulier pour la production ovine où l'intérêt et la passion de certains acteurs, ainsi que leur leadership, ont été déterminants dans le déploiement puis la pérennisation de la production, et ce malgré l'absence d'un avantage comparatif pour l'agneau produit au Québec. L'influence de ces leaders a des conséquences spatiales très nettes, puisque le développement se constate dans les régions où ces personnes étaient présentes, comme le Bas-St-Laurent et l'Estrie. Les outils collectifs (ferme de recherche, centre d'expertise, recherche, génétique, associations), initiés et soutenus par quelques individus ayant un fort leadership, sont de grande envergure par rapport à l'importance de la production dans la province. Bien qu'étant un important moteur de développement, la passion de quelques individus demeure un moteur fragile puisque dépendant des acteurs en place. On peut faire le même constat autour de quelques leaders dans les légumes, dans le blé panifiable ou encore dans le dindon à St-Gabriel-de-Valcartier.

Les marchés internationaux : un moteur pour certains, une menace pour d'autres

L'influence jouée par les marchés, et tout particulièrement les marchés internationaux, apparaît de son côté très contingente d'autres phénomènes, principalement les aspirations des producteurs et les choix effectués par les pouvoirs publics. On retrouve cette influence principalement dans le porc, autour duquel a été méthodiquement construite une filière à vocation exportatrice qui se doit d'être très concurrentielle. On la retrouve aussi dans les légumes de plein champ, tout particulièrement dans le cluster de Napierville. On la retrouve aussi dans l'érable, seule production parmi celles étudiées, où le Québec dispose d'un avantage comparatif venant de ses conditions agroclimatiques et de l'étendue de son territoire. Dans ces trois productions, le déploiement spatial et la concentration économique peuvent en partie s'expliquer par l'ambition d'exporter.

En revanche, cette influence n'apparaît que faiblement dans les autres productions étudiées dans notre étude. Pour les productions sous gestion de l'offre (lait, dindon), qui s'ajustent à la demande domestique, l'influence des marchés internationaux apparaît plutôt comme une menace lorsque se négocient de nouvelles ententes commerciales, puisque la gestion de l'offre protège les producteurs canadiens de la concurrence étrangère. Pour les ovins, le système d'assurance revenu joue pleinement son rôle pour permettre à l'agneau québécois, plus cher à produire que la plupart de ses concurrents, de trouver malgré tout sa place sur le marché québécois. Quant au maïs, une conjonction de facteurs parmi lesquels l'existence d'un marché local semble minimiser le poids de la concurrence internationale dans son développement.

Si les marchés internationaux sont moins présents que ce à quoi on pourrait s'attendre, un autre élément relié lui aussi à l'international a en revanche été beaucoup mentionné : celui du rôle qu'ont pu jouer diverses générations de migrants sur l'agriculture québécoise. Le développement de la production maraichère en plein champ a grandement été propulsé par les Hollandais venus s'installer au Québec après la Seconde Guerre mondiale. Il apparaît également que ce sont des migrants belges et français qui ont été les pionniers de la production de légumes biologiques, et ce, bien avant le retour à la terre des années 1970. Ce poids de

la migration, non pas permanente, mais temporaire, se poursuit aujourd'hui avec le rôle important joué par les travailleurs saisonniers arrivant d'Amérique centrale (Mexique et Guatemala) dans plusieurs des productions étudiées, comme les légumes, mais aussi les productions laitière et porcine.

Des absences remarquées

À l'issue de cette recherche, nous remarquons deux grands absents : le paysage et les institutions financières. Le fait que le paysage n'ait jamais été mentionné lorsqu'il a été question d'examiner les dynamiques spatiales de développement des diverses productions étudiées témoigne de la faible importance de cette dimension au Québec. Pourtant, dans d'autres pays, notamment les pays européens, le paysage et sa protection restent des éléments importants de la politique agricole qui expliquent le maintien de pôles de production agricole dans des régions présentant des désavantages géographiques. Le soutien public peut alors assurer l'occupation de l'espace et le maintien du patrimoine rural par certaines formes d'agriculture, et cela peut avoir pour effet de maintenir ou de générer de nouveaux pôles sectoriels de production agricole appuyés par des dynamiques de cluster (Mundler & Ruiz, 2015).

Au Québec, les évolutions que nous avons constatées ont pourtant d'importants impacts paysagers, entre fermeture et banalisation des paysages (Domon & Bouchard, 2007). L'arrivée des silos-tours et le fait de laisser les vaches à l'intérieur toute l'année ont transformé les paysages laitiers. L'accroissement de la taille des machines a remodelé le paysage avec l'agrandissement des parcelles. Le redressement des cours d'eau et la systématisation du drainage ont redessiné les plaines. Et le formidable développement du maïs a largement contribué à l'uniformisation des paysages dans les zones d'agriculture intensive.

Quant au peu d'importance accordée aux institutions financières finançant le développement des fermes, cela témoigne du fait que leur rôle est resté relativement invisible dans le développement de l'agriculture. Notre recherche montre bien comment les fermes sont passées d'une polyculture-élevage encore extrêmement présente dans la décennie 1960 à une spécialisation qui s'affine au fil des recensements suivants. Qu'est-ce qui, à un moment donné de la trajectoire d'une ferme, détermine quelle production arrêter et quelle production poursuivre ? Des enquêtes

qualitatives conduites dans d'autres recherches montrent que les conseillers en financement ont souvent influencé les stratégies d'affaire et d'investissement des fermes au moment de leur modernisation (Ruiz, 2010). Dans certains territoires, les institutions financières ont encouragé le choix du lait, alors que dans d'autres elles ont encouragé le choix du porc, contribuant à leur façon à la spécialisation territoriale constatée aujourd'hui. L'impact du financement agricole sur le développement agricole et territorial reste un objet qu'il serait intéressant d'étudier plus en profondeur.

Vers quelle agriculture va-t-on ?

Si les dynamiques spatiales identifiées ici se poursuivent, à quoi peut-on s'attendre ? Pour certaines productions, dépendantes par exemple des évolutions liées aux marchés mondiaux, il est probablement difficile d'anticiper ce vers quoi on pourrait se diriger. Mais pour d'autres comme le maïs, le lait, ou encore les agneaux, des tendances lourdes se sont dessinées et leurs dynamiques futures donnent le sentiment de pouvoir être plus facilement anticipées. Du fait que les institutions qui encadrent certaines productions offrent aux acteurs divers leviers pour orienter leur développement, comme les productions sous gestion de l'offre, les professionnels responsables ont le pouvoir d'agir pour infléchir certaines évolutions s'ils jugent cet infléchissement nécessaire.

Divers signaux faibles qui ne se manifestent pas encore dans les données pourraient aussi être des éléments intéressants à suivre. Pensons par exemple au déploiement spatial d'une agriculture maraîchère de proximité dans toutes les régions du Québec (Mundler, 2023) ou aux investissements massifs constatés dans le développement des fermes verticales au cours des deux dernières années (Carolan, 2022).

Dans tous les cas, que ce soit dans le suivi des tendances lourdes ou dans la surveillance des signaux faibles, le rôle de l'État va être important. Les conséquences territoriales des politiques publiques doivent être plus systématiquement prises en considération dès l'élaboration des programmes, quels qu'ils soient, et ce, en anticipant aussi leurs effets sur les autres secteurs bioalimentaires du fait des effets systémiques potentiels.

Références

- Carolan, M. (2022). It's About time: temporal and spatial fixes find vertical farms and local food in the shadow of COVID-19. *The Journal of Peasant Studies*, 1-20
- Domon, G., & Bouchard, A. (2007). The landscape history of Godmanchester (Quebec, Canada): two centuries of shifting relationships between anthropic and biophysical factors. *Landscape ecology*, 22(8), 1201-1214
- Gouin, D-M. et J-F. Bergeron (2005). Analyse comparée de la performance des systèmes de régulation des secteurs avicole au Canada, États-Unis, France et Australie. Rapport Groupe Agéco
- Jean, B et D-M, Gouin. (2002). Évaluation des mesures de soutien à l'agriculture et l'agroalimentaire dans les milieux en restructuration de la région de Chaudière-Appalaches, Rapport final présenté au Comité régional sur les milieux en restructuration de la région Chaudière-Appalaches sous la coordination du CLD des Etchemins. Université du Québec à Rimouski, Chaire de recherche du Canada en développement rural, 124 p
- Mbombo, Raphael (2018). Pertinence économique de la stabilité des marchés agroalimentaires : Application à la gestion de l'offre. Mémoire de maîtrise, Université Laval.
- Mendras, H. (1967). *La fin des paysans*, Paris, Armand Colin, deuxième édition, 1970. [1967]
- Mundler, P. (2023). Les fermes en circuits courts alimentaires au Québec: état des lieux, perspectives et défis. *Revue Organisations & territoires*, 32(1), 6-31
- Mundler, P. & Ruiz, J. (2015). Analyse des enjeux de la multifonctionnalité de l'agriculture québécoise dans les contextes d'agriculture dynamique et périurbaine. Rapport final de recherche remis au Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec. Québec et Trois-Rivières, Université Laval et Université du Québec à Trois-Rivières
- Nousaine, A. J. & Jolley, J. (2012). Defining a critical mass threshold for agricultural support services. *Journal of Agricultural Studies*, 2013, Vol 1, N° 1
- Royer, A. (2009). Analyse économique néo-institutionnelle de la mise en marché collective: Application au secteur laitier du Québec. Thèse de doctorat. Université de Paris 1 Panthéon-Sorbonne. Économie et Finance
- Ruiz, J. (2010). Réintroduire la multifonctionnalité des paysages en zone d'intensification agricole: contribution des approches intégrées en écologie du paysage. Thèse de doctorat, Université de Montréal (Canada)
- Ruiz, J. (2019). Modernisation de l'agriculture et occupation des terres agricoles au Québec (1951-2011). *Cahiers de géographie du Québec* 63 (179-180), 213-230

Pour citer cet article

Royer, A., Mundler, P., & Ruiz, J. (2023). Dynamiques territoriales du bioalimentaire au Québec (2023PJ-13, *Revue PERSPECTIVES, CIRANO*.)
<https://doi.org/10.54932/JHVL6079>

Achat local, produits du terroir, tourisme gourmand et saveurs du Québec : Quelles sont les stratégies gagnantes?

BERNARD KORAI

Professeur agrégé, Département d'économie agroalimentaire et des sciences de la consommation, Université Laval
Chercheur et Fellow CIRANO

RÉMY LAMBERT

Professeur titulaire, Département d'économie agroalimentaire et des sciences de la consommation, Université Laval

Depuis l'entrée en vigueur de la Politique bioalimentaire *Alimenter notre monde*, le gouvernement du Québec souhaite ancrer davantage le secteur bioalimentaire sur le territoire en faisant de l'achat local l'une des pierres angulaires de la prospérité économique et sociale. D'ici 2025, il s'est fixé comme cible d'ajouter 10 milliards \$ de contenu québécois dans les produits bioalimentaires achetés au Québec. Le développement des marques territoriales est une avenue fortement privilégiée ces dernières années. Ces initiatives sont-elles efficaces? Dans une étude CIRANO (Korai et Lambert, 2023), les auteurs répondent à cette question et proposent plusieurs pistes de réflexion pour mieux structurer le développement et l'encadrement des marques territoriales et faire en sorte qu'elles fassent de plus en plus partie des habitudes de consommation des Québécoises et Québécois.

On assiste depuis une dizaine d'années à un engouement pour le concept de marque territoriale (Almeida et Cardoso, 2022). Cet intérêt pour le « branding », la promotion, la valorisation et le développement des territoires par les autorités publiques s'explique principalement par le désir d'attirer et de fidéliser certains groupes cibles (Houllier-Guibert, 2017). Le secteur agroalimentaire québécois n'échappe pas à cette tendance. Résidents et touristes sont les principaux groupes ciblés : on cherche à encourager les premiers à « consommer local » et à attirer les seconds en région et leur faire connaître les produits de terroir en espérant créer une demande extérieure à la région.

Ainsi, on voit apparaître des marques territoriales à travers tout le Québec. On peut penser à *Gaspésie Gourmande*, *Zone Boréale*, *Terroir Charlevoix*, *Le goût de la Côte-Nord*, pour ne citer que celles-ci. Souvent, les marques territoriales sont une manière de mobiliser diverses parties prenantes autour d'une démarche commune pour la promotion des produits régionaux,

incluant les produits agroalimentaires. Depuis 1996, il est possible pour les producteurs et transformateurs de profiter des appellations territoriales comme outil de promotion du terroir québécois. On pense ici à *Agneau de Charlevoix*, *Maïs sucré de Neuville*, *Cidre de glace du Québec* par exemple. Les appellations territoriales sont toutefois un type de stratégie relativement peu utilisé. *Aliments du Québec* est sans doute la marque territoriale la plus connue et s'adresse à l'ensemble du territoire québécois, quoiqu'ici, on est plus dans l'esprit d'une marque de commerce.

Face aux multiples initiatives qui ont été menées, il est primordial de s'interroger sur l'efficacité et l'impact qu'ont eues – ou continuent d'avoir – les diverses marques territoriales sur le développement des entreprises qui y ont adhéré, sur le développement régional, sur les comportements et habitudes de consommation, et sur le développement des régions et collectivités.

Plusieurs initiatives n'ont pas connu le succès espéré

Après plusieurs années de développement de diverses marques territoriales, souvent aidé financièrement par les pouvoirs publics, plusieurs initiatives n'ont pas connu la croissance souhaitée. Le manque d'arrimage aux attentes et besoins ainsi que les exigences très élevées de la certification sont autant d'arguments avancés pour justifier un manque d'implication des parties prenantes au niveau local.

Afin de bien cerner les facteurs en cause, nous avons mené une étude en trois étapes. Une revue documentaire a permis de dresser le portrait global des marques territoriales bioalimentaires au Québec : contexte de création, objectifs, spécificités et indications sur leur évolution commerciale en tant que marque. Nous avons ensuite réalisé un sondage auprès de 1203 personnes sélectionnées à partir de la méthode de strates et quotas pour obtenir un échantillon représentatif de la répartition sociodémographique et géographique de la population adulte du Québec. Le sondage, administré du 11 au 22 février 2022, a permis de recueillir des informations sur le niveau de connaissances des marques, leur notoriété et leur importance dans les habitudes d'achat.

Enfin, on a mené des entrevues individuelles auprès de personnes-clés du secteur bioalimentaire ayant pris une part active dans la démarche de création et de développement des marques territoriales. Les entrevues se sont déroulées de février à juillet 2022 auprès de 18 représentants de différentes organisations provenant de 14 régions du Québec : ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ), Municipalités régionales de comté, Table bio alimentaire, Société d'aide au développement des collectivités et Corporation de développement économique.

Les Québécois et Québécoises ont un fort attachement envers les régions

La grande majorité (87,6 %) des Québécois et Québécoises démontrent un niveau d'attachement plutôt élevé à l'égard des différentes régions du Québec. Cet attachement constitue d'ailleurs un moteur décisionnel important de l'intérêt qu'ils portent

aux enjeux tels que la provenance géographique, la valeur nutritive et la composition des aliments qu'ils consomment. Ils associent au terroir des représentations de qualité, de fraîcheur et de sécurité nutritionnelles.

Le niveau d'attachement à la région et l'importance accordée aux produits régionaux ou territoriaux sont plus marqués dans les régions perçues comme étant plus ancrées dans le terroir comme la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine, le Saguenay-Lac-Saint-Jean, l'Estrie et le Bas-Saint-Laurent. À l'inverse, la Montérégie, Lanaudière, les Laurentides et Montréal en tant que régions cosmopolites, voire urbaines, semblent souffrir d'un déficit d'identité régionale qui handicape considérablement le développement d'une conscience collective de leurs populations en faveur des produits régionaux.

L'achat local : quoi et où ?

Les fruits et légumes (85 %), les viandes et œufs (67 %), les produits de boulangeries, pâtisseries et pâtes alimentaires (62 %), les produits laitiers et substituts (62 %) et les poissons et fruits de mer (29 %) sont les catégories de produits les plus fréquemment associées à l'achat local.

Les lieux d'approvisionnement privilégiés pour l'achat des produits locaux sont la grande distribution (80 %), les marchés publics (55 %), les marchés fermiers (27 %) et les magasins spécialisés (26 %).

La majorité des régions peinent à profiter de tout le potentiel des marques territoriales

Dans la majorité des régions, les gens sont davantage préoccupés par l'origine géographique – Canada, Québec ou ailleurs dans le monde – que par la provenance régionale du produit. Ils perçoivent comme suffisant le fait qu'un aliment soit produit au Québec, peu importe qu'il provienne d'une région ou d'une autre. Notre sondage révèle que seulement trois personnes sur dix accordent véritablement une importance à la provenance régionale des aliments.

À l'exception de quelques régions qui ont réussi à s'approprier efficacement le concept de marque territoriale et à en faire un puissant outil promotionnel de valorisation de leurs spécificités régionales, la majorité des régions du Québec peinent encore à profiter réellement de tout le potentiel que la stratégie de marque territoriale peut leur offrir. La Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine, le Bas-Saint-Laurent et le Saguenay-Lac-Saint-Jean sont les régions qui ont le mieux réussi à tirer profit de leurs aménités territoriales réelles et distinctement perceptibles. La difficulté des régions à vulgariser et valoriser plus efficacement leurs identités régionales constitue un frein majeur à la pénétration véritable des marques territoriales dans les habitudes d'achat.

La certification *Aliments du Québec* est bien connue et est perçue comme crédible

Lors de leur décision d'achat de produits locaux, les personnes interrogées dans le cadre de notre sondage démontrent une préférence plus marquée pour l'identifiant *Aliments du Québec* par rapport aux marques régionales. La certification *Aliments du Québec* est perçue comme plus représentative ou plus crédible de leurs efforts « localivores ». Elle inspire confiance que le produit est réellement québécois. Qui plus est, elle jouit d'une plus grande visibilité médiatique et d'une plus grande disponibilité et accessibilité dans les points de vente à l'échelle de la province.

Une grande majorité des Québécoises et Québécois possèdent un niveau de connaissances relativement limité de l'achat local et de ses bénéfices tangibles pour le Québec et ses territoires. Ceci les rend plus vulnérables aux fausses allégations de localité des produits et les expose à une plus grande confusion dans l'environnement de prise de décision.

La compréhension des particularités associées aux différents identifiants locaux tels qu'*Aliments préparés au Québec*, *Produits du Québec* et *Aliments du Québec Bio* est perçue comme complexe en raison de leur trop grande technicalité. Plus de la moitié des personnes sondées considèrent à tort, l'identifiant *Aliments préparés au Québec* comme un gage absolu de la provenance québécoise des produits qu'ils achètent. Les trois quarts d'entre elles croient que les produits

locaux ont l'avantage d'avoir une empreinte écologique toujours plus faible que celle des produits provenant de l'étranger, alors que c'est faux.

Les marques territoriales souffrent d'un manque de visibilité et de notoriété

Dans leur ensemble, les marques territoriales souffrent d'un manque de visibilité et aussi d'un manque de notoriété auprès des résidents des régions dont elles dépendent. À l'exception de la marque *Aliments du Québec* identifiable par 85 % des répondants, la majorité des autres marques jouissent d'un faible niveau de reconnaissance à l'échelle de la province : elles sont identifiables par tout au plus 27 % des personnes interrogées.

Dans leur région respective, les marques *Saveurs du Bas-Saint-Laurent*, *Zone Boréale au Saguenay-Lac-Saint-Jean*, les *Créateurs de saveurs Cantons-de-l'Est en Estrie*, *Croquez Outaouais*, *Goûtez Abitibi-Témiscamingue*, *Gaspésie Gourmande* et *Le bon goût des Îles-de-la-Madeleine* arrivent en seconde position derrière *Aliments du Québec*. Les marques territoriales qui atteignent le seuil de 20 % de notoriété sont généralement celles qui sont issues de régions où le sentiment d'appartenance des résidents est plus élevé. Mentionnons *Gaspésie Gourmande*, *Savoir-Faire Îles d'Orléans*, *Créateurs de Saveurs Cantons-de-l'Est*. À l'inverse, les marques avec les taux de notoriété les plus bas sont dans des régions où l'attachement territorial est le moins prononcé, comme *Goûtez Abitibi-Témiscamingue*, *Croquez l'Outaouais* et *Goûtez Lotbinière*.

	BONNE RÉPONSE	MAUVAISE RÉPONSE
Un produit alimentaire est considéré comme local s'il est produit et vendu au Québec ou dans un rayon de 160 km autour de la province : VRAI	63,40 %	36,60 %
Le fait qu'un produit alimentaire ne porte aucune mention ou aucun logo de provenance locale (ex. « Aliments du Québec », « Cultivé au Québec », etc.) indique clairement qu'il n'est pas d'ici : FAUX	54,50 %	45,50 %
Lorsqu'un produit alimentaire porte la mention « Aliments du Québec », cela signifie qu'il a été entièrement produit au Québec ou qu'au moins 85 % des ingrédients qui le composent proviennent de fermes québécoises : VRAI	88,80 %	11,20 %
Les produits alimentaires qui portent la mention « Aliments du Québec » n'ont pas nécessairement besoin d'être transformés et emballés au Québec : FAUX	56,40 %	43,60 %
Le fait de s'approvisionner directement auprès de producteurs est un moyen de s'assurer d'acheter véritablement québécois : VRAI	89,40 %	10,60 %
Un produit alimentaire qui porte la mention « Aliments préparés au Québec » est une garantie de la provenance locale de ce produit : FAUX	45,70 %	54,30 %
Un produit alimentaire qui a été transformé et emballé au Québec est nécessairement considéré comme un produit local : FAUX	57,40 %	42,60 %
Les produits provenant de l'étranger sont toujours plus économiques que les produits locaux : FAUX	61,00 %	39,00 %
Les produits locaux ont l'avantage d'avoir une empreinte écologique toujours plus faible que celle des produits provenant de l'étranger : FAUX	24,30 %	75,70 %
Les fruits et légumes vendus sous les appellations telles que « Produit du Québec », « Cultivé au Québec », « Récolté au Québec » sont un gage que ces aliments proviennent de producteurs québécois : VRAI	92,20 %	7,80 %
En raison des conditions climatiques particulières au Québec, on ne peut se procurer les produits locaux que durant la saison des récoltes : FAUX	56,70 %	43,30 %
La provenance d'un produit fait référence au lieu spécifique où il a été cultivé ou produit tandis que l'origine d'un produit désigne les endroits ou emplacements où il s'est retrouvé : FAUX	27,60 %	72,40 %

Évaluation des compétences en matière d'achat local

Des prix élevés et des doutes quant au réel caractère local du produit

Outre le manque de connaissance et de visibilité des marques territoriales, le peu d'intérêt pour celles-ci tient surtout au fait que d'autres critères de décision entrent en jeu comme la liste des ingrédients ou le label *Aliments du Québec*. Au-delà de l'importance que revêt l'identifiant régional (28,4 %), les prix élevés (23,9 %), les doutes sur leur crédibilité en tant que gage de provenance locale (10,9 %) et les fausses allégations entourant leur promotion (10,8 %) sont des critères qui constituent de réels freins à l'intérêt pour les marques territoriales.

Bien que les consommatrices et consommateurs soient sensibles à la provenance géographique des aliments qu'ils consomment, l'intérêt accordé aux produits régionaux est fortement conditionné par l'existence réelle et perçue d'attributs territoriaux spécifiques qui sont différenciateurs et porteurs de sens culturel pour les régions se réclamant de ces produits ou marques régionales. Ces attributs spécifiques peuvent être de nature géographique, touristique ou culinaire. Cette nécessité d'un ancrage territorial authentique et véritable est d'ailleurs supportée par certaines études mettant en évidence la forte tendance du « consommateur territorial » à privilégier des expériences vraies (ou non artificielles) dans sa relation au terroir (Cohen et Cohen, 2012 ; Lenglet et Gianneloni, 2016).

Afin de mieux les intéresser aux identifiants régionaux, les personnes interrogées suggèrent aux gestionnaires de ces marques de mieux vulgariser les informations relatives à la liste des produits couverts par ces identifiants, aux lieux où on peut se procurer les

produits, comme les marchés publics, aux recettes québécoises qu'on peut réaliser à partir de ces produits ainsi que la liste de ceux et celles qui bénéficient des retombées directes de ces identifiants, incluant les producteurs, transformateurs et commerçants.

	Marque de certification	Pourcentage de reconnaissance de la marque
	Aliments du Québec	85%
	Le Goût de la Côte-Nord	9%
	Gaspésie gourmande	23%
	Le bon goût des îles de la Madeleine	21%
	Les Arrêts Gourmands de la Chaudière-Appalaches	24%
	Goûtez Lotbinière	10%
	Goûtez Abitibi-Témiscamingue	6%
	Croquez l'Outaouais	9%
	Parcours Outaouais Gourmet	7%
	Goûtez-y (Centre-du-Québec)	12%
	Saveurs du Bas Saint Laurent	18%
	Goûtez Lanaudière	15%
	Le garde-manger du Québec (Montérégie)	21%
	Laurentides J'en mange	19%
	Le Meilleur de l'Industrie Agroalimentaire de la Mauricie	11%
	Mauricie Gourmande	12%
	AgroBoréal (Saguenay-Lac-Saint-Jean)	11%
	Zone Boréal (Saguenay-Lac-Saint-Jean)	14%
	Saveurs de Laval	12%
	Créateurs de saveurs Cantons-de-l'Est	20%
	Québec, région gourmande	27%
	La route des saveurs Charlevoix	40%
	Savoir-faire Ile d'Orleans	20%
	Culture de saveurs Portneuf	18%

Niveau de notoriété des marques territoriales en fonction des régions

Une dizaine de facteurs de succès se dégagent des entrevues individuelles

1. L'efficacité dans les structures organisationnelles afin de minimiser les coûts d'organisation
2. La construction d'une gouvernance inclusive et collective impliquant toutes les parties prenantes pour favoriser le développement et l'adhésion autour de la marque
3. La coopération et une bonne coordination dans la mise en place d'une stratégie de marque territoriale
4. Des marques territoriales bien positionnées et fortement localisées
5. La cohérence entre les promesses marketing et les attributs des territoires
6. Une stratégie de vente efficace basée sur un partenariat avec la grande distribution
7. Une bonne connaissance du territoire, de ses valeurs, de ses concurrents, de ses habitants et des investisseurs préalable à la mise en œuvre d'une initiative de marque
8. La réalisation d'un diagnostic approfondi intégrant des enquêtes sur l'ensemble des principales cibles du territoire
9. Une démarche de réflexion qui inclut un ensemble de parties prenantes provenant du secteur public comme les universités, du secteur privé comme les entreprises, ainsi que les citoyens dont le rôle s'avère crucial dans la stratégie de promotion de la marque et du territoire en général
10. Une structure de gestion et de management territorial flexible, efficace et inclusive regroupant toutes les parties prenantes

“Une approche collective est nécessaire pour mettre en place le cercle vertueux de qualité permettant de promouvoir et préserver le produit de terroir et ses ressources locales. Le potentiel de valorisation dépend de la volonté, de la motivation et de la capacité de la communauté locale de coordonner les actions et promouvoir le produit collectivement.”

Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture-Syner-GI, (2009).

Nos analyses vont tout à fait dans le sens de cet énoncé et montrent l'importance de mettre en œuvre des stratégies plus efficaces en matière de formation, de communication et d'évaluation des retombées concrètes. L'analyse et le traitement des données recueillies par le biais du sondage et des entrevues réalisées auprès de personnes-clés du secteur bioalimentaire ont permis de mettre en évidence trois axes principaux d'actions assortis de recommandations afin d'accroître l'impact des marques territoriales sur les comportements d'achat et le développement des régions et collectivités.

En matière de formation, les élus et élus locaux et autres responsables au sein des organismes de développement local doivent être mieux formés à propos des principes de création (ex. raison d'être et utilité d'une marque territoriale, situations où sa création se justifie), de développement (ex. partenariats à consolider, aspects marketing et de communication à considérer) et de gestion (ex. coordination, mécanismes

de contrôle et de suivi des performances) d'une marque territoriale. Un guide de bonnes pratiques inspirées des succès de certaines collectivités régionales serait un excellent outil de promotion et de vulgarisation des expériences de réussite en matière de développement et de gestion de marques territoriales.

Aussi, l'organisation de missions à l'étranger à l'attention des collectivités territoriales permettrait de s'inspirer des expériences de réussite, des méthodologies de travail, des approches partenariales, des réalités et aussi des difficultés pratiques entourant le développement et la gestion quotidienne d'une marque territoriale. Dans une optique de transfert d'expériences et de compétences, ces missions pourraient cibler des destinations réputées en matière de positionnement et de gestion d'une offre territoriale, comme la France ou la Suisse.

En matière de communication, il faut reconnaître qu'il existe une pléthore de sources d'informations, parfois contradictoires, qui donnent lieu à une variété d'interprétations et peuvent semer la confusion. Comment définit-on un achat local?

L'achat local est-il bon pour l'environnement? Une bonne stratégie de communication serait de diriger les citoyennes et citoyens vers un écosystème réduit de plateformes de sensibilisation et d'éducation en matière d'achat local et régional afin de démystifier les mauvaises croyances et stimuler le comportement d'achat. *Québec.ca, Aliments du Québec* ou le *Panier*

Bleu peuvent servir de tribunes pour la mutualisation des efforts de promotion des marques régionales et territoriales.

Il est essentiel de bâtir une crédibilité forte autour des marques territoriales en s'assurant d'identifier clairement leurs retombées directes et indirectes. Pour changer les habitudes d'achat en faveur des marques territoriales, il est important que les personnes soient convaincues que la marque met réellement en avant les savoir-faire et spécificités locales propres à la région et que les retombées économiques, sociales et de visibilité pour la région sont tangibles et contribuent réellement et efficacement au développement des régions.

Une stratégie de marque globale autour de l'achat local devrait pouvoir relier la promotion des marques régionales à la notoriété et à la maturité déjà établies de l'identifiant *Aliments du Québec*. Cette stratégie est certes délicate à mettre en place puisque la marque de certification *Aliments du Québec* n'appartient pas au gouvernement du Québec.

Cependant, la création récente de l'identifiant *Produits du Québec* est l'occasion de réfléchir à une stratégie visant à réunir, sous un même chapeau, tous les

identifiants régionaux ou appellations réservées. Concrètement, il s'agirait d'une nouvelle stratégie de marquage et positionnement visant à mettre en avant le logo *Aliments du Québec* avec des déclinaisons régionales comme sous-signatures. On peut penser à *Aliments du Québec – Saveurs des Cantons*, *Aliments du Québec – Gaspésie Gourmande* ou encore *Aliments du Québec – Goûtez Lanaudière*. Ces sous-signatures seraient exclusives aux régions ayant démontré l'existence d'un potentiel bioalimentaire avéré et potentiellement valorisable. Pour les régions ne disposant pas d'attributs véritablement distinctifs, les produits régionaux pourraient être simplement commercialisés sous le label *Aliments du Québec*.

En matière de gestion stratégique, il est impératif d'imposer une exigence d'imputabilité et de reddition de compte aux gestionnaires des marques territoriales relativement à leur performance sur des indicateurs de suivi et de contrôle et des périodicités précises et définies. Il faut adopter une logique beaucoup plus stratégique dans l'identification de produits porteurs autour desquels pourront se constituer les catégories de produits présentant des potentialités de différenciation pour les régions désireuses de s'investir dans une démarche de certification territoriale.

Références

Almeida, G. G. F. D., & Cardoso, L. (2022). Discussions between place branding and territorial brand in regional development—A classification model proposal for a territorial brand. *Sustainability*, 14(11), 6669.

Cohen E., & Cohen S. (2012). Authentication: Hot and Cool, *Annals of Tourism Research*, 39(3), 1295–1314.
FAO-Syner-GI, (2009). Territoires, produits et acteurs locaux : des liens de qualité Guide pour promouvoir la qualité liée à l'origine et des indications géographiques durables

Korai, B., & Lambert, R. (2023). Les marques territoriales dans le secteur bioalimentaire : un outil pour favoriser l'achat local et de proximité (2023RP-17, Rapports de projets, CIRANO.)

Houllier-Guibert, C. E. (2017). Gérer l'image des territoires avec le marketing territorial: émergence d'un «place branding» francophone?. *Gestion et management public*, 6(3), 6-7.

Lenglet, F., & Giannelloni, J. L. (2016). Does a terroir product tell the same story to tourists, day-trippers and local consumers? The moderating role of variety-seeking tendency and perceived authenticity. *International Journal of Tourism Research*, 18(5), 494-505.

Pour citer cet article:

Korai, B., & Lambert, R. (2023). Achat local, produits du terroir, tourisme gourmand et saveurs du Québec : Quelles sont les stratégies gagnantes ? (2023PJ-14, Revue PERSPECTIVES, CIRANO.)
<https://doi.org/10.54932/NMTH2223>

Réduire le gaspillage et les pertes alimentaires : Quels sont les facteurs de succès ?

JACINTHE CLOUTIER

Professeure agrégée, Département d'économie agroalimentaire et des sciences de la consommation, Université Laval
Chercheuse CIRANO

MARIE-CLAUDE ROY

Professionnelle de recherche, Université Laval

KARIMA AFIF

Professeure adjointe, Université Laval

« L'humanité gaspille plus d'un milliard de repas par jour. » C'est ce qu'affirmait le Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUE) le 27 mars 2024 à l'occasion de la publication du plus récent rapport sur l'indice de gaspillage alimentaire. Au Québec, la quantité totale de résidus alimentaires produite annuellement s'élève à plus de 3 millions de tonnes. Comment y remédier ? Une étude CIRANO (Cloutier et al., 2024) propose des pistes de réflexion quant aux facteurs clés de succès pour la mise en œuvre d'initiatives visant la réduction des pertes et gaspillages alimentaires.

Dans une étude publiée en 2022, RECYC-Québec évaluait à 1,2 million de tonnes la quantité d'aliments comestibles au Québec qui sont perdus ou gaspillés et qui auraient dû être mangés ou donnés. Au Québec comme ailleurs, ce sont les ménages qui sont les grands responsables du gaspillage d'aliments comestibles. Néanmoins, des pertes énormes ont également lieu avant même le point de consommation.

Plusieurs organisations opérant à différents niveaux de la chaîne bioalimentaire ont entrepris des initiatives de réduction des pertes et gaspillages alimentaires (PGA), certaines plus ou moins embryonnaires. Il s'agit notamment de l'utilisation d'aliments sous-optimaux, comme la valorisation de fruits et légumes « moches » qui n'entrent pas dans la norme de calibrage de la distribution alimentaire, la vente à prix réduit d'aliments proches de la date de péremption chez les détaillants, l'adoption de pratiques mieux adaptées aux préférences et à l'appétit des patients hospitalisés ou encore la redistribution aux banques alimentaires par le biais de campagnes ponctuelles et permanentes telles que le Programme de récupération en supermarché. D'ailleurs, RECYC-Québec, en collaboration avec le ministère du Développement durable, de l'Environnement et de la

Lutte contre les changements climatiques (MDDELCC), finance des projets de réduction à la source des matières résiduelles.

Prioriser la réduction et la récupération plutôt que le recyclage et l'élimination

En matière de réduction des PGA, les indicateurs offrant une mesure de la performance des initiatives suivent une hiérarchisation. L'utilisation de ces indicateurs permet de faire des choix qui « maximisent les avantages environnementaux, sociaux et économiques en priorisant les initiatives de réduction et de récupération des aliments plutôt que le recyclage et l'élimination » (Environnement et changements climatiques Canada, 2019).

La figure ci-après présente les différentes solutions possibles pour remédier aux PGA, lesquelles sont hiérarchisées de la solution la moins privilégiée, qui consiste à éliminer les PGA dans des décharges ou des incinérateurs, à la solution la plus privilégiée visant à réduire les PGA en optimisant les procédés

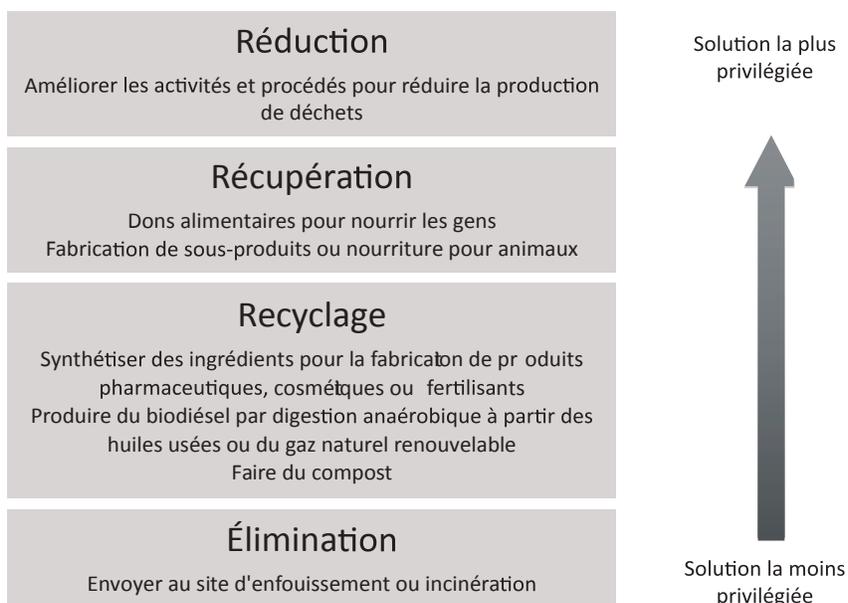
et les pratiques. Entre ces extrêmes se trouvent deux solutions intermédiaires à savoir la récupération des PGA, leur valorisation et transformation, le cas échéant afin d'en faire ultimement des dons à des personnes vulnérables présentant un besoin d'aide alimentaire ou encore le recyclage des PGA afin d'en générer des matières premières à réintégrer dans les processus de production, par exemple dans les industries pharmaceutique, cosmétique ou pétrolière.

Une étude exploratoire des pratiques en matière de réduction des PGA

Afin d'investiguer en profondeur les facteurs clés de réussite des initiatives de réduction des PGA, nous avons mené une étude qui s'appuie sur une approche qualitative fondée sur la triangulation de deux approches méthodologiques complémentaires. Premièrement, un sondage en ligne auprès d'organisations ayant mis en œuvre une initiative de réduction des PGA a été mené entre octobre 2022 et février 2023. Un total de 58 organisations ont été contacté et parmi celles-ci, 29 ont rempli le questionnaire. La majorité des organismes consultés sont issus du milieu communautaire et, sans surprise, comptent moins de dix employés.

Le questionnaire a d'abord été élaboré en s'appuyant sur des indicateurs de mesure de l'efficacité des initiatives de réduction des PGA identifiés dans la littérature. Pour nous assurer de la validité des indicateurs choisis, nous avons consulté des personnes-ressources au sein du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (MAPAQ) et du MDDELCC ainsi que des experts non gouvernementaux afin d'obtenir des commentaires sur notre première liste d'indicateurs tirés de la revue de littérature. À la suite de leurs suggestions, le nombre d'indicateurs a considérablement été réduit. Afin d'avoir un portrait plus proche de la réalité de chacun des représentants et représentantes des organisations consultées, plusieurs questions ouvertes leur étaient proposées.

Deuxièmement, trois groupes de discussion ont été menés, réunissant 14 intervenants ayant contribué à la mise en place des initiatives visant la réduction des PGA au sein de leurs organisations. Les discussions ont permis de recueillir des informations sur les initiatives mises en place, les facteurs considérés comme étant des facilitateurs, ainsi que les obstacles rencontrés. Les participants ont été invités à faire part de leur appréciation des impacts sectoriels – réels et perçus – de leurs initiatives. C'est en jumelant les données du sondage aux propos recueillis dans les groupes de discussion qu'il a été possible de brosser un portrait de la réalité de certaines organisations dans la mise en œuvre des initiatives.



Hiérarchie des solutions pour prévenir les pertes et le gaspillage alimentaires (ECCC, 2019, P.2)

L'analyse des résultats du sondage est essentiellement descriptive puisque le nombre de réponses recueillies ne permet pas de proposer des analyses statistiques approfondies, ni même des analyses croisées. Aussi, il n'est pas possible de prétendre que les résultats sont représentatifs de tous les maillons de la chaîne bioalimentaire puisque l'échantillon est limité et que les organismes communautaires sont surreprésentés parmi les participants à l'étude. Néanmoins, quelques enseignements peuvent en être dégagés.

Le glanage en tête de liste

Partout au Québec, il existe des groupes qui font du glanage, une pratique qui consiste à parcourir les champs après la récolte afin de récupérer de la nourriture non ramassée. Le glanage est d'ailleurs l'activité qui est le plus souvent rapportée par les répondants au sondage. Les activités de glanage se distinguent des activités de récupération de denrées issues de producteurs maraîchers. Dans le premier cas, les denrées sont récupérées au champ par les cueilleurs bénévoles. Dans le second cas, les denrées sont les produits récoltés, mais invendus par le producteur.

La deuxième activité la plus mentionnée par les répondants au sondage est la transformation des surplus ou invendus à des fins de distribution ou de revente auprès de la communauté. Il peut s'agir par exemple de cuisiner des compotes, des muffins, des barres tendres ou encore des fruits déshydratés à partir des fruits et légumes invendus. Dans la liste des activités mentionnées vient ensuite la récupération d'aliments invendus dans les épiceries et marchés publics, notamment à des fins de redistribution auprès de bénéficiaires vulnérables.

Mesurer l'efficacité des initiatives entreprises n'est peut-être pas une priorité

Parmi la quarantaine d'initiatives répertoriées, 19 ont fait l'objet d'une évaluation parfois avant et pendant la mise en œuvre, mais parfois aussi seulement après l'implantation. Lorsque questionnées sur les moyens utilisés pour évaluer l'efficacité des initiatives entreprises, certaines personnes ont mentionné le nombre de bénéficiaires, le nombre de portions, le nombre de quartiers desservis, le poids des aliments jetés, sauvés ou réutilisés et la valeur monétaire des dons alimentaires ou des pertes par caisse livrée.

Cependant, lorsqu'interrogés sur des indicateurs plus spécifiques comme le temps nécessaire pour récupérer le coût de l'investissement ou la marge de profit obtenue grâce à l'initiative, les trois quarts des répondants n'étaient pas en mesure de fournir une réponse. Quant à la quantité (en kilogrammes) d'aliments qui aurait été jetée en cours de transformation alimentaire et qui a été réutilisée à d'autres fins, 16 répondants sur 29 n'ont pas su donner de réponse, soit parce que la situation ne s'appliquait pas à eux ou parce qu'ils n'avaient pas cette donnée en main.

Les indicateurs d'ordre environnemental et social ne semblent pas être intégrés ni explicitement ni systématiquement dans le processus d'évaluation de l'efficacité des initiatives par la majorité des organisations ayant pris part à l'étude. La quantité de gaz à effet de serre non émis, le temps de bénévolat ou encore la possibilité de recueillir des témoignages auprès de diverses parties prenantes sont des indicateurs qui ont été évoqués par un petit nombre de participants, mais sans données à l'appui dans certains des cas. Il a rarement été question d'autres indicateurs pourtant pertinents, tels que le bien-être des bénéficiaires, la satisfaction des bénévoles, l'impact sur l'insécurité alimentaire et le bris de l'isolement, ou encore l'accès à des fruits et légumes frais en quantité et en variété suffisante. Ces indicateurs, soulevés à quelques reprises lors des groupes de discussion, ont peu été relevés par les répondants au sondage.

Six facteurs clés de succès

La triangulation des résultats du sondage et des groupes de discussion a permis de dégager six facteurs clés de succès de la mise en œuvre d'une initiative visant la réduction des PGA.

1. **Une direction qui soutient et s'implique dans l'initiative.** Lorsqu'une vision commune du projet est partagée par les membres de l'organisation et que l'initiative s'ancre dans ses valeurs, il y a alors un effet de mobilisation autour du projet commun.
2. **Des consommateurs et des citoyens sensibilisés.** Lorsqu'il y a une tendance forte qui s'inscrit au sein de la population, cela oblige les leaders politiques à concrétiser des actions et les efforts de sensibilisation ont un effet sur l'acceptabilité sociale des initiatives de la part des consommateurs.

3. **Un accès facile aux ressources financières et matérielles.** La disponibilité de ressources financières augmente l'accessibilité aux ressources matérielles qui sont tout aussi indispensables pour un meilleur déploiement d'une initiative.

4. **Des ressources humaines impliquées et mobilisées.** L'engagement et la mobilisation des employés et des bénévoles qui prennent part aux initiatives agissent comme un catalyseur de l'efficacité de l'initiative et donc de l'atteinte des objectifs.

5. **Une communication efficace entre les acteurs impliqués.** La mobilisation des ressources humaines semble relever de la capacité du porteur de projet à motiver ses équipes.

6. **Une démarche claire.** Des étapes claires et identifiables ainsi que la sélection d'indicateurs pertinents pour évaluer les résultats de l'initiative avant d'implanter une stratégie de réduction des PGA sont essentielles pour assurer son efficacité.

Références

Cloutier, J., Afif, K., et Roy, M.-C. (2024). Réduction des pertes et gaspillages alimentaires : les initiatives prometteuses pour le Québec. Rapport de projet CIRANO.

Cloutier, J., Afif, K. et Roy, M.-C. (2023). Evaluating the reduction effect of food loss and waste initiatives in the bio-food supply chain. American Council on Consumer Interests (ACCI) Conférence annuelle, Mai 16-18, Las Vegas, Nevada, US. Repéré à <https://acci.memberclicks.net/assets/docs/CIA/CIA2023/CloutierJacintheCIA2023.pdf>

Cloutier, J., & Roy, M.-C. (2021). Réduction du gaspillage alimentaire des consommateurs québécois (2021RP-24, Rapports de projets, CIRANO.)

Environnement et changements climatiques Canada (2019). Bilan des activités : Réduire la perte et le gaspillage alimentaire au Canada. Repéré à <https://www.canada.ca/content/dam/eccc/food-loss-and-waste/Taking%20Stock%20Report%20FR%20Final.pdf>

MAPAQ (2018). Politique bioalimentaire 2018-2025 : Alimenter notre monde. Repéré à https://cdn-contenu.quebec.ca/cdn-contenu/adm/min/agriculture-pecheries-alimentation/publications-adm/dossier/politique-bioalimentaire/PO_politiquebioalimentaire_MAPAQ.pdf?1552593128

United Nations Environment Programme (2024). Food Waste Index Report 2024. Think Eat Save: Tracking Progress to Halve Global Food Waste. <https://wedocs.unep.org/20.500.11822/45230>

Pour citer cet article

Cloutier, J., Afif, K., & Roy, M.-C. (2024). Réduire le gaspillage et les pertes alimentaires : Quels sont les facteurs de succès ? (2024PJ-06, Revue PERSPECTIVES, CIRANO.) <https://doi.org/10.54932/PSQB4320>

Le bioalimentaire au Québec : enseignements et perspectives d'avenir

SOPHIE BERNARD

Professeure titulaire, Département de mathématiques et de génie industriel, Polytechnique Montréal
Chercheuse et Fellow CIRANO

LOTA D. TAMINI

Professeur titulaire, Département d'économie agroalimentaire et des sciences de la consommation, Université Laval
Chercheur et Fellow CIRANO

ANNIE ROYER

Professeure titulaire, Département d'économie agroalimentaire et des sciences de la consommation, Université Laval
Chercheuse et Fellow CIRANO

L'année thématique 2023-2024 du CIRANO a permis de mettre en lumière les défis, les opportunités et les dynamiques du secteur bioalimentaire québécois. À travers une série d'événements, de recherches et de collaborations, plusieurs thèmes clés ont émergé, soulignant l'importance de ce secteur pour l'économie, la société et l'environnement du Québec.

Importance de la collaboration : Une des leçons les plus importantes de l'année thématique est la nécessité d'une collaboration étroite entre les différents acteurs du secteur bioalimentaire. Que ce soit entre les producteurs, les transformateurs, les distributeurs, le milieu de la recherche ou les décisionnaires et responsables de l'élaboration des politiques, la coopération est essentielle pour surmonter les défis et saisir les opportunités. Les événements tenus au cours de l'année et en particulier le colloque qui s'est tenu à Québec à l'hiver 2024 ont illustré l'importance de ces échanges, permettant de créer des synergies et de partager les meilleures pratiques.

Innovation continue : L'innovation a été au cœur des discussions et des recherches menées tout au long de l'année. Ces innovations sont essentielles pour répondre aux attentes des consommateurs et pour renforcer la résilience du secteur face aux défis climatiques et économiques.

Approche holistique des enjeux ESG : Les recherches menées au CIRANO ont permis de mieux comprendre les risques environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG) auxquels sont confrontés les entreprises bioalimentaires. Les défis environnementaux, tels

que la gestion des ressources en eau, les émissions de gaz à effet de serre, l'utilisation de contenants et emballages à usage unique sont indissociables des enjeux sociaux, comme le bien-être des travailleuses et travailleurs et la sécurité alimentaire. Une approche intégrée des enjeux ESG est nécessaire pour assurer un développement durable et équitable du secteur bioalimentaire.

Compréhension des comportements des consommateurs : Les comportements des consommateurs et leur niveau de littératie alimentaire ont une influence majeure sur l'adoption de pratiques durables par les entreprises. Les recherches menées par le CIRANO ont souligné l'importance de mieux comprendre ces comportements pour orienter les stratégies de communication et de marketing, ainsi que pour développer des politiques incitatives efficaces.

L'avenir du secteur bioalimentaire au Québec ouvre plusieurs perspectives

Dans la suite de ce texte, nous partageons plusieurs perspectives et réflexions enrichies par des exemples

d'actions clés, issus d'une diversité de sources, de résultats de projets de recherche et d'échanges interdisciplinaires. Ces éléments visent à alimenter la réflexion collective et à encourager un débat constructif sur les enjeux clés du secteur bioalimentaire. Il est important de souligner que ces propositions, bien qu'elles ne prétendent pas constituer des solutions définitives, se veulent des contributions ouvertes et ambitieuses pour inspirer des actions innovantes et durables face aux défis complexes du secteur.

Élaborer des politiques publiques intégrées et flexibles : Les politiques publiques devraient être conçues de manière intégrée, prenant en compte les interconnexions entre les différents enjeux ESG. Il est important de promouvoir une collaboration étroite entre les différents ministères pour élaborer des politiques publiques efficaces et cohérentes. Par exemple, le lien entre alimentation, santé et éducation est indéniable. En intégrant différents ministères, les politiques peuvent aborder de manière holistique les divers aspects de l'alimentation, tels que l'amélioration de la santé publique, la sensibilisation à une alimentation durable dès le plus jeune âge, la promotion de pratiques agricoles respectueuses de l'environnement et le soutien au développement d'une chaîne de valeur qui préconise l'offre alimentaire zéro déchet.

Il est également important que les politiques soient suffisamment flexibles pour répondre rapidement aux changements dans le secteur bioalimentaire. Cela inclut l'adaptation aux découvertes scientifiques, aux innovations technologiques, aux fluctuations économiques et aux enjeux climatiques.

Exemples d'actions clés

Poursuivre et renforcer l'usage des comités interministériels pour coordonner les efforts en matière de politique alimentaire, santé publique et éducation

Développer des politiques flexibles qui peuvent être ajustées rapidement en fonction des découvertes scientifiques, des innovations technologiques, des fluctuations économiques et des enjeux climatiques

Inclure des mécanismes d'évaluation continue pour surveiller l'efficacité des politiques et apporter des ajustements en temps réel

Accélérer l'innovation : Les efforts d'innovation devraient être intensifiés, notamment dans les domaines de la production durable, de la transformation alimentaire et de la proposition de solutions zéro déchet. Le soutien à la recherche et au développement technologique est déterminant pour maintenir le Québec à la pointe de l'innovation agroalimentaire.

Exemples d'actions clés

Encourager le partage des données et améliorer la gestion des données pour optimiser leur utilisation et leur exploitation.

Surmonter les défis technologiques, législatifs et organisationnels pour faciliter une transition numérique efficace et réussie dans le secteur bioalimentaire.

Investir dans les technologies agricoles de pointe telles que l'agriculture de précision et l'intelligence artificielle

Promouvoir l'innovation dans les pratiques de transformation alimentaire et repenser les systèmes logistiques de distribution et de vente au détail pour améliorer l'efficacité, réduire les pertes et s'adapter à une offre alimentaire en vrac

Développer des solutions innovantes pour la gestion des déchets alimentaires, incluant, par exemple, des systèmes de compostage avancés ou des technologies de valorisation des déchets

Miser sur l'approche expérientielle en intégrant des méthodes de formation pratiques et immersives pour renforcer les compétences et encourager l'innovation au sein des PME du secteur bioalimentaire

Renforcer la collaboration intersectorielle : Il est essentiel de continuer à encourager et à faciliter la collaboration entre les différents acteurs du secteur. La création de plateformes de dialogue et d'échange, similaires aux événements organisés par le CIRANO, doit être renforcée pour maintenir un flux constant de connaissances et de pratiques innovantes. Ces plateformes permettent de partager les meilleures pratiques, de diffuser les résultats de recherches récentes, et de favoriser des partenariats stratégiques entre les entreprises, les institutions académiques, et les gouvernements.

Exemples d'actions clés

Établir des forums réguliers pour les acteurs du secteur bioalimentaire afin de discuter des défis communs et des opportunités d'innovation

Créer des réseaux de collaboration régionaux pour renforcer les liens entre les producteurs locaux et les centres de recherche

Encourager les partenariats public-privé pour développer des projets pilotes et des initiatives de recherche appliquée.

Promouvoir des pratiques responsables et durables : Il est nécessaire de continuer à promouvoir et à soutenir les pratiques agricoles et alimentaires durables. Cela inclut la réduction du gaspillage alimentaire, la promotion de l'achat local, et l'encouragement à l'adoption de pratiques agroenvironnementales.

Exemples d'actions clés

Accompagner les producteurs et l'ensemble des acteurs de l'industrie bioalimentaire pour la mise en place de pratiques agricoles durables

Mobiliser les producteurs et tous les autres maillons de la chaîne bioalimentaire dans la gestion des externalités de la production, de la transformation et de la distribution d'aliments

Mettre en place des **campagnes de sensibilisation** à destination des producteurs sur les avantages des pratiques agroenvironnementales

Lancer des campagnes de sensibilisation à destination du consommateur sur les avantages de l'achat local

Encourager l'économie circulaire en soutenant l'offre alimentaire en vrac et les contenants réutilisables

Soutenir financièrement les initiatives visant à réduire le gaspillage alimentaire à travers, par exemple, de subventions et incitations fiscales

Augmenter la crédibilité des certifications et la transparence des pratiques agroenvironnementales

Sensibiliser et éduquer les consommateurs : Des efforts accrus devraient être faits pour sensibiliser et éduquer les consommateurs sur l'importance de leurs choix alimentaires. Des campagnes de communication ciblées et des programmes éducatifs peuvent aider à renforcer la littératie alimentaire et à promouvoir des comportements de consommation responsables.

Exemples d'actions clés

Développer des programmes éducatifs dans les écoles pour enseigner aux enfants l'importance d'une alimentation saine et durable

Conscientiser le consommateur à la saine alimentation en investissant **dans la prévention**

Sensibiliser le consommateur aux coûts et impacts réels de ses choix en pensant aux externalités (par exemple en rendant disponible un outil pour développer un sens critique chez le consommateur)

Informar les consommateurs sur les **gestes qui permettent de réduire l'utilisation d'emballages** à usage unique.

Simplifier et mieux encadrer l'étiquetage, les attributs sur l'emballage pour garantir une information claire et transparente

L'année thématique 2023-2024 a été une période riche en enseignements et en réalisations pour le secteur bioalimentaire québécois. Les perspectives pour l'avenir sont prometteuses, à condition de continuer à privilégier la collaboration, l'innovation et des politiques publiques cohérentes et intégrées tout en n'oubliant pas de poursuivre la sensibilisation et l'éducation des consommateurs.

Le CIRANO et ses partenaires restent engagés à soutenir cette transition vers un secteur bioalimentaire durable et innovant, au bénéfice de l'ensemble de la société québécoise. À cet effet, plusieurs recherches sont en cours au CIRANO portant par exemple sur la mesure des bénéfices environnementaux et sociaux des critères écoresponsables

et écoconditionnels, l'adoption de pratiques agroenvironnementales, les exportations des PME du secteur bioalimentaire, les enjeux socio-économiques de l'intelligence artificielle dans divers secteurs du bioalimentaire, les performances économique et environnementale des exploitations agricoles, notamment dans le cas des grandes cultures au Québec, une analyse des facteurs favorisant la création, le développement et les performances des chaînes de valeur dans le secteur bioalimentaire québécois, la gestion des risques associés aux pertes de culture, ainsi que les défis de rentabilité et les besoins des petites exploitations agricoles en matière de commercialisation et distribution de leurs produits.

Quelques vidéos qui ont marqué cette année thématique

Sous la direction des chercheurs principaux du grand thème Développement durable et Agroalimentaire au CIRANO : Annie Royer (Université Laval), Sophie Bernard (Polytechnique Montréal) et Lota Tamini (Université Laval) avec la collaboration d'Ingrid Peignier, Directrice de projets au CIRANO



Le bioalimentaire, un secteur stratégique en transformation.



Accélérer la transition vers un secteur bioalimentaire durable et innovant



3e édition du Baromètre de la confiance des consommateurs québécois à l'égard des aliments

