

## Sommaire du plan d'action pour améliorer la compétitivité du secteur des légumes de champ au Québec 2010-2015

**Mission :** « Accroître la viabilité économique, environnementale et sociale des entreprises maraîchères québécoises en optimisant le positionnement « qualité » sur le marché des légumes de champ et en adoptant une approche proactive à l'égard des exigences sociétales. »

**Vision :** « Le secteur maraîcher québécois, reconnu pour la qualité supérieure de ses légumes de champ, se concerte et innove pour assurer sa compétitivité sur les marchés et être à l'avant-garde des exigences des consommateurs au niveau de la salubrité, de la traçabilité et de la protection de l'environnement. »

Cible 1: Optimisation de la production et de la mise en marché	Cible 2 : Favoriser la relève et la diversification	Cibles 3 et 4 : Mettre en place une stratégie proactive en regard des exigences sociétales (l'environnement, la salubrité des aliments et la traçabilité)
<p><b>Enjeux :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ La compétitivité sur les marchés</li> </ul>	<p><b>Enjeux :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ L'image et la capacité d'attraction du secteur envers les jeunes</li> </ul>	<p><b>Enjeux :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ L'image du secteur et des produits mis en marché</li> <li>✓ La capacité concurrentielle et le développement des marchés</li> </ul>
<p><b>Défis :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Se positionner par rapport aux stratégies de développement des marchés des compétiteurs</li> <li>✓ Améliorer le positionnement qualité sur le marché et la gestion de la terre à la table de la qualité</li> <li>✓ Améliorer la connaissance et l'information sur les marchés et sur les besoins des consommateurs</li> <li>✓ Accélérer la R&amp;D et l'innovation au niveau des techniques de production, des produits et de l'emballage</li> <li>✓ Améliorer la coordination et la cohésion sectorielles</li> <li>✓ Valoriser sur le marché la proactivité au niveau des exigences sociétales</li> </ul>	<p><b>Défis :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Faire connaître le secteur et les opportunités d'établissement</li> <li>✓ Faciliter l'accès à l'information sur l'établissement dans le secteur des légumes de champ</li> <li>✓ Offrir un accompagnement plus spécifique à la relève intéressée par le secteur</li> <li>✓ Améliorer l'efficacité et les retombées des programmes actuels à l'égard du secteur des légumes de champ</li> <li>✓ Favoriser l'établissement par la diversification</li> </ul>	<p><b>Défis :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Assumer un leadership sectoriel dans la conduite des dossiers de l'environnement, la salubrité et la traçabilité</li> <li>✓ Mettre à jour les connaissances sur les problématiques environnementales</li> <li>✓ Faire connaître et valoriser les actions des producteurs</li> <li>✓ Mettre en branle les actions nécessaires pour soutenir le développement des marchés domestiques et extérieurs</li> <li>✓ Connaître les stratégies mises en place par nos principaux compétiteurs</li> <li>✓ Offrir un support d'accompagnement aux entreprises pour faciliter l'adaptation</li> <li>✓ Concerner l'ensemble de la filière autour des objectifs, exigences et moyens</li> <li>✓ Obtenir une rétribution du marché permettant de valoriser les actions mises en place en regard de l'environnement, de la salubrité et de la traçabilité des aliments</li> <li>✓ Maintenir la productivité des entreprises en préservant les ressources sol et eau</li> <li>✓ S'assurer du support de la R&amp;D et de l'innovation pour mettre en branle des solutions novatrices et concurrentielles</li> </ul>
<p><b>Orientation stratégique :</b> Adopter un positionnement qualité sur le marché incluant les attributs sociétaux afin d'améliorer la compétitivité et la rentabilité des entreprises légumières québécoises</p>	<p><b>Orientation stratégique :</b> Faire connaître les opportunités d'établissement et coordonner les efforts avec les partenaires afin d'intéresser la relève et accroître l'établissement dans le secteur</p>	<p><b>Orientation stratégique :</b> Assumer le leadership sectoriel afin de réaliser et valoriser les actions stratégiques en matière d'agroenvironnement, de salubrité des aliments et de traçabilité comme outils de positionnement qualité/prix</p>
<p><b>Objectif :</b> Accélérer la mise en œuvre des actions prioritaires visant l'amélioration de la productivité et le positionnement qualité/prix sur le marché incluant les attributs sociétaux</p>	<p><b>Objectif :</b> Améliorer l'image du secteur, favoriser l'émergence de différents modèles d'établissement et s'assurer que les programmes soient bien adaptés à la réalité maraîchère</p>	<p><b>Objectif :</b> Accélérer l'adoption de bonnes pratiques à l'égard des exigences sociétales et valoriser ces actions sur le marché</p>

Cible 1: Optimisation de la production et de la mise en marché	Cible 2 : Favoriser la relève et la diversification	Cibles 3 et 4 : Mettre en place une stratégie proactive en regard des exigences sociétales (l'environnement, la salubrité des aliments et la traçabilité)
<p><b>Conduite :</b> Pour assurer la mise en œuvre des actions, les comités de production, qui sont spécialisés par légume, sont les mieux positionnés pour prendre le leadership à cet égard.</p>	<p><b>Conduite :</b> La création d'un comité établissement « légumes de champ » composé de représentants de la FRAQ, du MAPAQ, de la FADQ, de l'UPA, de l'AJMQ et de la FPMQ, constitue la façon la plus efficace pour conjuguer à la fois la connaissance du secteur, les grandes orientations québécoises en matière d'établissement et pour assurer la mise en œuvre des actions et en optimiser les retombées. Ce comité serait piloté par la FPMQ.</p>	<p><b>Conduite :</b> La FPMQ, de par sa mission et ses fonctions, est la mieux positionnée pour piloter le volet « exigences sociétales ». Pour ce faire, elle devra jouer le rôle de chef d'orchestre afin d'avoir une vue d'ensemble des problématiques et défis et être en mesure de coordonner et maintenir une cohérence et une synergie dans les actions d'adaptation mises en œuvre ainsi que d'assurer un lien avec les différents comités de production.</p>
<p><b>Moyens/actions :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Embaucher un (des) coordonnateur(s)-analyste(s) des travaux des comités de production</li> <li>2. Réaliser des études comparatives de compétitivité (« benchmarkings ») par culture pour connaître les forces et faiblesses par rapport aux compétiteurs et ainsi définir les actions spécifiques par culture à entreprendre pour améliorer le positionnement concurrentiel des différents légumes de champ au Québec</li> <li>3. Établir une stratégie marketing de positionnement qualité par culture et mise en œuvre des actions nécessaires à son obtention</li> <li>4. Améliorer la connaissance et accroître la diffusion d'information sur le fonctionnement et l'évolution des conditions de marché</li> <li>5. Déterminer les priorités et réaliser des projets afin d'accélérer l'introduction d'innovation dans le secteur</li> </ol>	<p><b>Moyens/actions :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Élaborer un guide et un site internet : <ul style="list-style-type: none"> <li>– présentant les opportunités offertes par le secteur et les différents modèles d'établissement possibles</li> <li>– regroupant l'ensemble des informations pertinentes pour la relève intéressée par le secteur</li> </ul> </li> <li>2. Réaliser des activités pour faire connaître le secteur</li> <li>3. Mettre sur pied un système de mentorat</li> <li>4. Analyser les programmes actuels offerts à la relève et formuler les ajustements nécessaires pour les adapter à la réalité maraîchère</li> <li>5. Préciser des opportunités d'établissement par la diversification et appuyer l'introduction de nouveaux produits maraîchers par le biais d'un fonds de développement</li> </ol>	<p><b>Moyens/actions :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Réaliser des études comparatives (« benchmarkings ») pour connaître le positionnement du Québec par rapport aux principaux compétiteurs en matière d'environnement, de salubrité, d'innocuité et de traçabilité</li> <li>2. Réaliser un état des lieux au niveau des problématiques, des défis et des actions en cours et jouer un rôle prépondérant dans les dossiers de traçabilité des aliments et la salubrité</li> <li>3. Améliorer l'accompagnement offert aux producteurs pour s'adapter aux nouvelles exigences</li> <li>4. Réaliser une démarche de conciliation avec les grands distributeurs afin d'harmoniser les règles du jeu</li> <li>5. Élaborer, en lien avec la stratégie de positionnement qualité, une appellation pour valoriser sur le marché les actions des producteurs</li> <li>6. Faire connaître les actions réalisées par les producteurs</li> <li>7. Élaborer une stratégie pour accroître la certification des entreprises</li> <li>8. Préciser les priorités de recherche et de veille</li> <li>9. Accroître l'information aux producteurs sur les enjeux et les solutions</li> <li>10. Évaluer les coûts et bénéfices associés aux exigences</li> </ol>
<p><b>Ressources financières nécessaires :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• An 1 : 550 000 \$</li> <li>• An 2 : 822 000 \$</li> <li>• An 3 : 1 022 000 \$</li> <li>• An 4 : 1 302 000 \$</li> <li>• An 5 : 1 502 000 \$</li> </ul>	<p><b>Ressources financières nécessaires :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• An 1 : 147 500 \$</li> <li>• An 2 : 187 500 \$</li> <li>• An 3 : 167 500 \$</li> <li>• An 4 : 182 500 \$</li> <li>• An 5 : 187 500 \$</li> </ul>	<p><b>Ressources financières nécessaires :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• An 1 : 267 000 \$</li> <li>• An 2 : 320 000 \$</li> <li>• An 3 : 220 000 \$</li> <li>• An 4 : 245 000 \$</li> <li>• An 5 : 220 000 \$</li> </ul>
<p><b>Total Cibles 1 à 4 :</b> An 1 : 965 000 \$, An 2 : 1 329 500 \$, An 3 : 1 409 500 \$, An 4 : 1 729 500 \$ et An 5 : 1 909 500 \$</p>		