

# **Étude d'opportunité : Projet-pilote de commercialisation de produits maraîchers dans le réseau institutionnel québécois**

# Sommaire exécutif

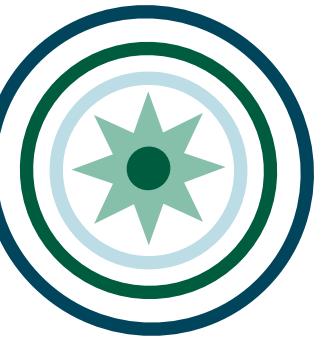
Février 2024



# Association des producteurs maraîchers du Québec

# Julien Racicot, M. Sc. Économiste MCE Conseils





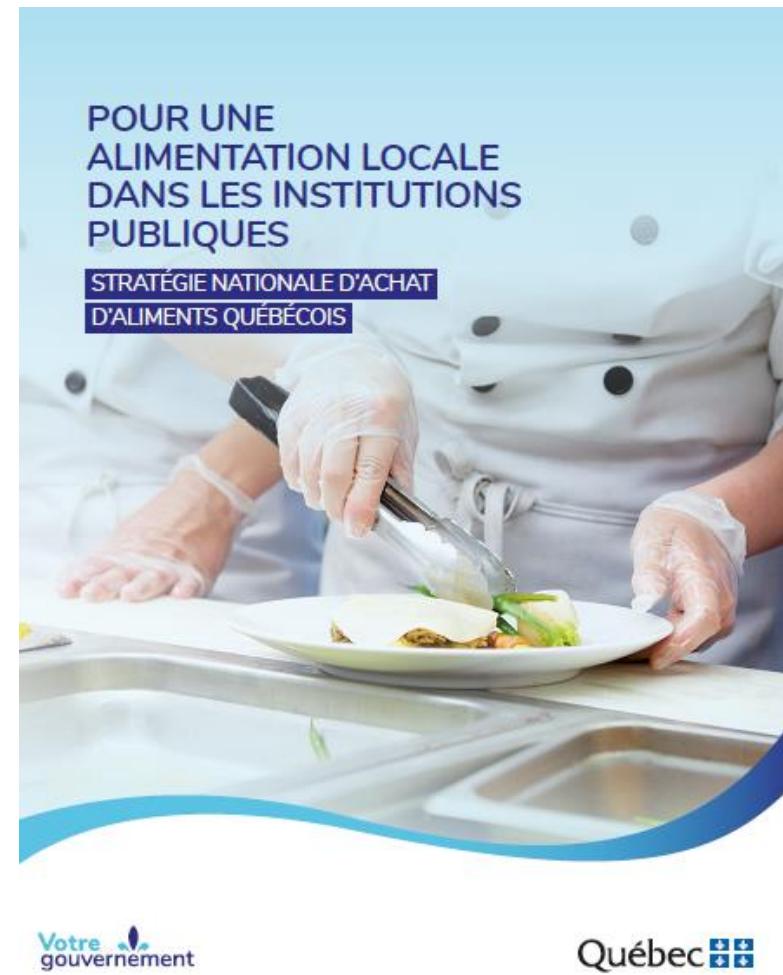
# Mise en contexte du projet



# Mise en contexte du projet

## Stratégie nationale d'achat d'aliments québécois (SNAAQ) pilotée par le MAPAQ

- ▶ Problématique du réseau institutionnel public = saisonnalité des légumes québécois?  
Besoin de régularité.
- ▶ Projet-pilote pour carottes, oignons, pommes de terre ! APMQ partenaire de la SNAAQ
  - Des légumes de conservation disponible à l'année et produits en abondance au Québec (Offre>Demande)
- ▶ **Étude d'opportunité** en vue du déploiement d'un projet-pilote visant la commercialisation de 3 produits spécifiques en circuit-court par les maraîchers auprès du réseau institutionnel québécois (Santé, Éducation, etc.)
- ▶ **Objectif général** : Rapprocher les gestionnaires des services alimentaires du milieu institutionnel public (priorité : santé, services sociaux, éducation, enseignement supérieur) des producteurs de fruits et légumes québécois afin de favoriser les échanges et faciliter la connaissance des besoins et de l'offre disponible.
- ▶ **Objectif spécifique** : Augmenter la part de légumes québécois consommés dans les institutions publiques du Québec.
- ▶ **Comment? : Intelligence de marché. Comprendre et documenter la demande institutionnelle pour l'arrimer à l'offre.**





# Portrait sommaire de la démarche effectuée

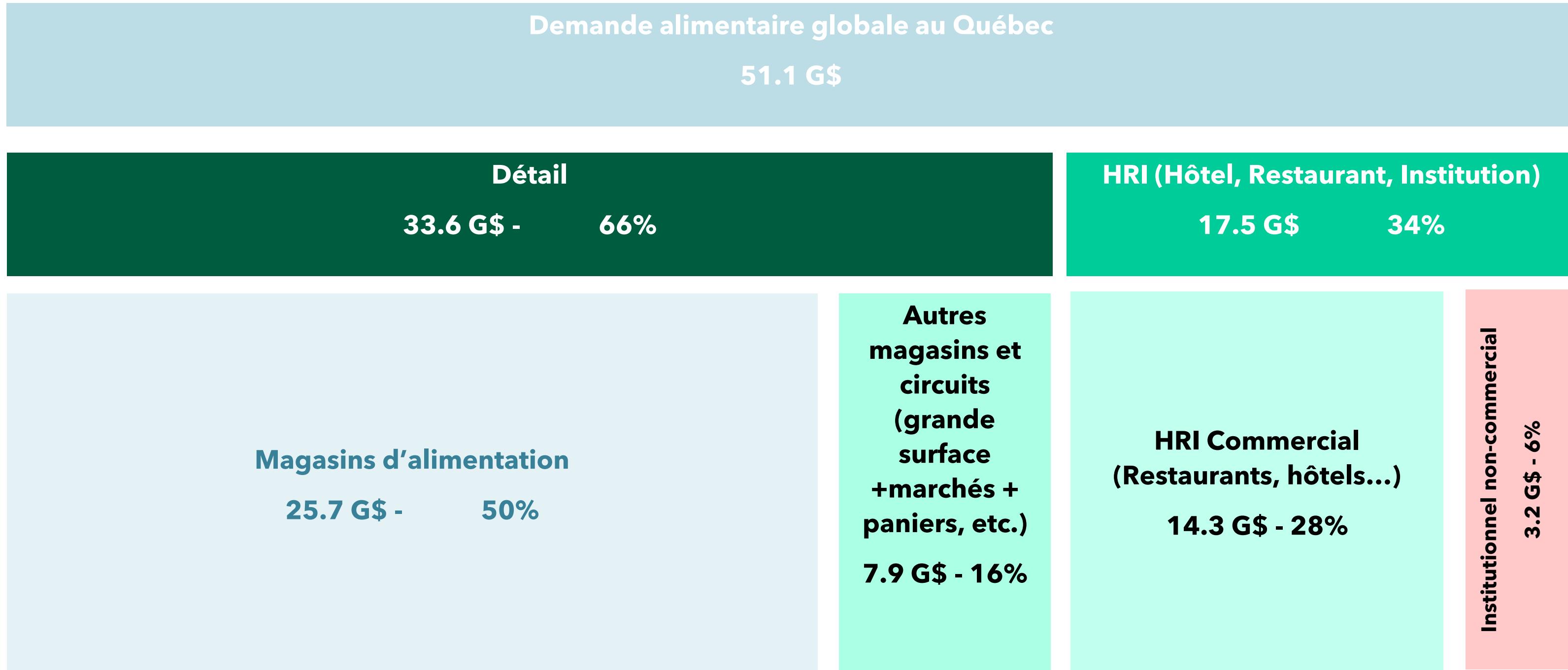
Activités	État d'avancement	
<b>Phase 1 : Validation de la demande</b>	<p>Rencontre de démarrage, consultation de la documentation existante et plan de travail détaillé</p> <p>Analyse et traitement des informations et des travaux déjà réalisés sur l'enjeu de l'approvisionnement public</p> <p>Consultation des partenaires privilégiés sur la question de l'approvisionnement institutionnel (ITHQ, Cintech, Aliments du Québec, MAPAQ, Équiterre, Communassiette, M361)</p> <p>Estimation de l'ensemble de la demande HRI pour les produits visés par le projet pilote</p> <p>Analyse des structures de fonctionnement de l'approvisionnement du réseau public en produits maraîchers</p> <p>Recensement et analyse des appels d'offres publics en approvisionnement de produits maraîchers</p> <p>Tournée de consultation d'acheteurs du réseau HRI pour documenter les besoins (volume, catégorie, format, etc.) CISSS, CIUSSS, CAG, CHU, etc.</p> <p>Portrait du circuit d'approvisionnement du réseau de la santé pour les légumes visés</p> <p>Recensement et caractérisation de la demande pour les légumes visés</p> <p>Études de cas sur les approvisionnements en circuits courts</p> <p>Présentation du projet à la communauté de pratique Communassiette regroupant des acheteurs du réseau institutionnel</p> <p>Sommaire exécutif des constats sur la demande institutionnelle publique pour les légumes visés</p>	<b>Réalisé et présenté dans le rapport d'étape #1</b>
<b>Phase 2 : Analyse de l'offre</b>	<p><b>Rédaction, dépôt et présentation d'un rapport intérimaire</b></p> <p>Évaluation quantitative et qualitative de l'offre québécoise pour les 3 produits visés par le projet-pilote : patates, carottes, oignons (Production, Exportation, Importation, Balance commerciale, Tendances-conjonctures)</p> <p>Tournée de consultation d'acteurs de la chaîne de valeur (producteurs, entreprises de conditionnement et distributeurs) pour valider l'intérêt envers le projet-pilote, recueillir les témoignages des forces et faiblesses du fonctionnement actuel</p> <p>Analyse sommaire de la compétitivité économique des produits québécois</p> <p>Analyse, qualification et cartographie de la concurrence</p> <p>Mise en relation de l'offre versus la demande (concurrence, capacité de payer, canaux alternatifs, etc.)</p> <p>Validation du besoin et de l'adéquation entre la demande et l'offre</p> <p>Détermination des facteurs clés de succès et critères essentiels pour la poursuite d'un projet-pilote de commercialisation des 3 produits visés</p>	<b>Réalisé et présenté dans le présent rapport d'étape #2</b>



# Comprendre et quantifier la demande institutionnelle publique

# L'intelligence de marché et les besoins des institutions publiques

## Comprendre le marché et saisir les occasions



# L'intelligence de marché et les besoins des institutions publiques

## Comprendre le marché et saisir les occasions



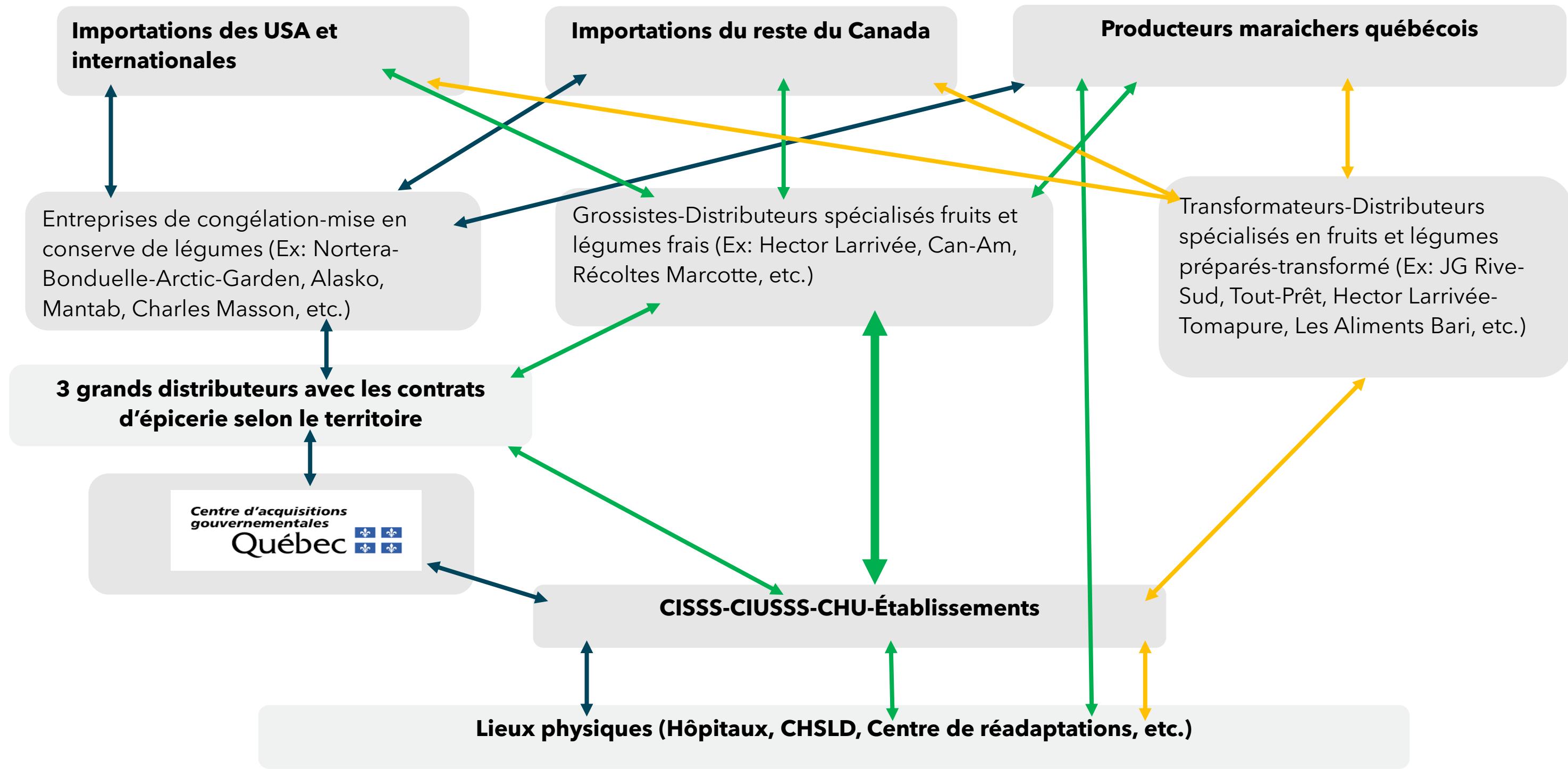
Estimations des ventes de produits alimentaires pour les segments du marché institutionnel au Québec en 2019

Secteurs	Autogérés %	Contractuels %	Total	
			M\$	%
Santé	87%	13%	1449	61%
Éducation ( primaire, secondaire, enseignement supérieur)	29%	71%	394	17%
Garderies	93%	6%	238	10%
Milieux de travail	9%	91%	95	4%
Sites (régions) éloignés	18%	82%	93	4%
Transport	20%	81%	64	3%
Services correctionnels	93%	5%	43	2%
<b>Total</b>	<b>71%</b>	<b>29%</b>	<b>2375</b>	<b>100%</b>

# Comprendre le marché institutionnel



# Circuit d'approvisionnement du réseau de la Santé pour les légumes visés



# Surgelés Frais Préparés Frais



# Comprendre le marché institutionnel

## Des relations et des contrats très variés

Dans les légumes frais et transformés, les contrats et relations entre acheteurs-institutionnels et fournisseurs-distributeurs sont très variés

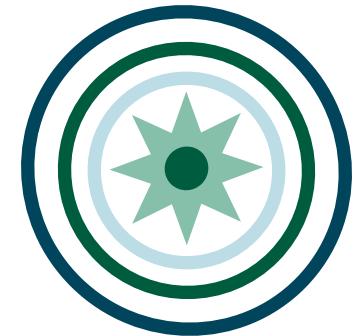
### ► Sans contrat – Commande à la semaine

- Plusieurs établissements font leurs commandes de fruits et légumes frais de façon hebdomadaire avec plusieurs fournisseurs en magasinant les meilleurs prix.
- Certains distributeurs délaissent ces clients et/ou augmentent leurs seuils minimums de commande puisque les volumes achetés sont parfois trop faibles pour justifier une livraison.

### ► Contrats de gré à gré ou sur invitation

- Contrats sous le seuil 121k\$ / des appels sans aucun soumissionnaire
- Tributaire de la volonté, l'expérience et la passion des individus en charge.
- CIUSSS Saguenay Lac-St-Jean Article 13 - Paragraphe 4 de la LCOP °: Possibilité de démontrer qu'un appel d'offres public ne servirait pas l'intérêt public pour justifier un contrat de gré-à-gré avec un distributeur régional
- CHU de Québec : Favoriser des fournisseurs locaux et une politique de produits locaux
  - *Provenance de la région de Québec, sinon du Québec ou du reste du Canada. En cas de non-disponibilité dans ces régions, le territoire de l'Amérique du Nord sera possible après en avoir avisé le DONNEUR D'ORDRES. En aucun cas, les légumes demandés ne pourront provenir d'une région autre que celles précédemment énumérées. Veuillez remplir la colonne intitulée PROVENANCE au bordereau de prix en indiquant la provenance du produit ou des produits*
- Prévisibilité - Privilégier les ententes pas trop courte (1 semaine – 1 mois) ni trop longue (1 an et plus)

# L'intelligence de marché et les besoins des institutions publiques



- ▶ Grâce au Service d'accompagnement en approvisionnement local de l'ITHQ et au programme Aliments du Québec au Menu dans les Institutions
- ▶ Analyse d'une base de données anonymisées des volumes et sources d'approvisionnement d'institutions en légumes (carottes, oignons, pommes de terre)



## Réseau de la Santé du Québec

### Échantillon ITHQ

15 établissements réseau de la Santé (CISSS, CIUSSS, CHU)

44,1% de la capacité hospitalière du Québec (Lits ou places autorisés - Centre hospitalier, CHSLD, Centres de réadaptation, etc.)

### Échantillon Aliments du Québec

11 établissements réseau de la Santé (CISSS, CIUSSS, CHU)

23.9% de la capacité hospitalière du Québec (Lits ou places autorisés - Centre hospitalier, CHSLD, Centres de réadaptation, etc.)

**Les 2 échantillons englobent 60,2% de la capacité du réseau de la Santé**

(certains établissements se retrouvent dans les 2 échantillons)



# L'intelligence de marché et les besoins des institutions publiques



## 3 grands constats

- 1. La forte majorité des carottes (87%) et des oignons (79%) sont consommés surgelés dans le réseau de la Santé**
- 2. La majorité des légumes surgelés sont importés de l'extérieur du Québec (67% en moyenne pour les 3 légumes)**
- 3. Le bilan de l'approvisionnement québécois est nettement meilleur dans les légumes frais (80%) et préparés frais (68%)**

**Données de consommation d'un échantillon d'établissements représentants 60% de la capacité hospitalière du Réseau de la Santé du Québec**

Légumes	Catégories	Valeur totale (\$)	% du total	Québec	% de la catégorie	Hors-Québec ou non-disponible	% de la catégorie
<b>Carotte</b>	Conserve	35 046	3%	34 891	100%	155	0%
	Frais	5 679	0%	2 211	39%	3 468	61%
	Préparés frais	135 136	10%	67 133	<b>50%</b>	68 002	50%
	Surgelés	1 155 065	<b>87%</b>	634 646	<b>55%</b>	520 420	<b>45%</b>
	<b>Total</b>	<b>1 330 926</b>	100%	<b>738 881</b>	56%	<b>592 045</b>	44%
<b>Oignon</b>	Conserve	0	0%	0	0%	0	0%
	Frais	56 328	7%	30 505	<b>54%</b>	25 823	46%
	Préparés frais	106 496	14%	88 878	<b>83%</b>	17 618	17%
	Surgelés	623 737	<b>79%</b>	48 513	8%	575 224	<b>92%</b>
	<b>Total</b>	<b>786 561</b>	100%	<b>167 895</b>	21%	<b>618 666</b>	<b>79%</b>
<b>Pomme de terre</b>	Flocon ou poudre	191 159	19%	0	0%	191 159	100%
	Frais	119 355	12%	112 386	<b>94%</b>	6 969	6%
	Préparés frais	337 995	33%	239 857	<b>71%</b>	98 138	29%
	Surgelés	380 755	<b>37%</b>	27 570	7%	353 185	<b>93%</b>
	<b>Total</b>	<b>1 029 264</b>	100%	<b>379 813</b>	37%	<b>649 451</b>	<b>63%</b>
<b>Total des 3</b>	Conserve	226 205	7%	34 891	15%	191 314	85%
	Frais	181 362	6%	145 102	<b>80%</b>	36 260	20%
	Préparés frais	579 626	18%	395 868	<b>68%</b>	183 759	32%
	Surgelés	2 159 557	<b>69%</b>	710 728	33%	1 448 829	<b>67%</b>
	<b>Total</b>	<b>3 146 751</b>	100%	<b>1 286 589</b>	41%	<b>1 860 162</b>	<b>59%</b>

Incomplet sans présentation verbale

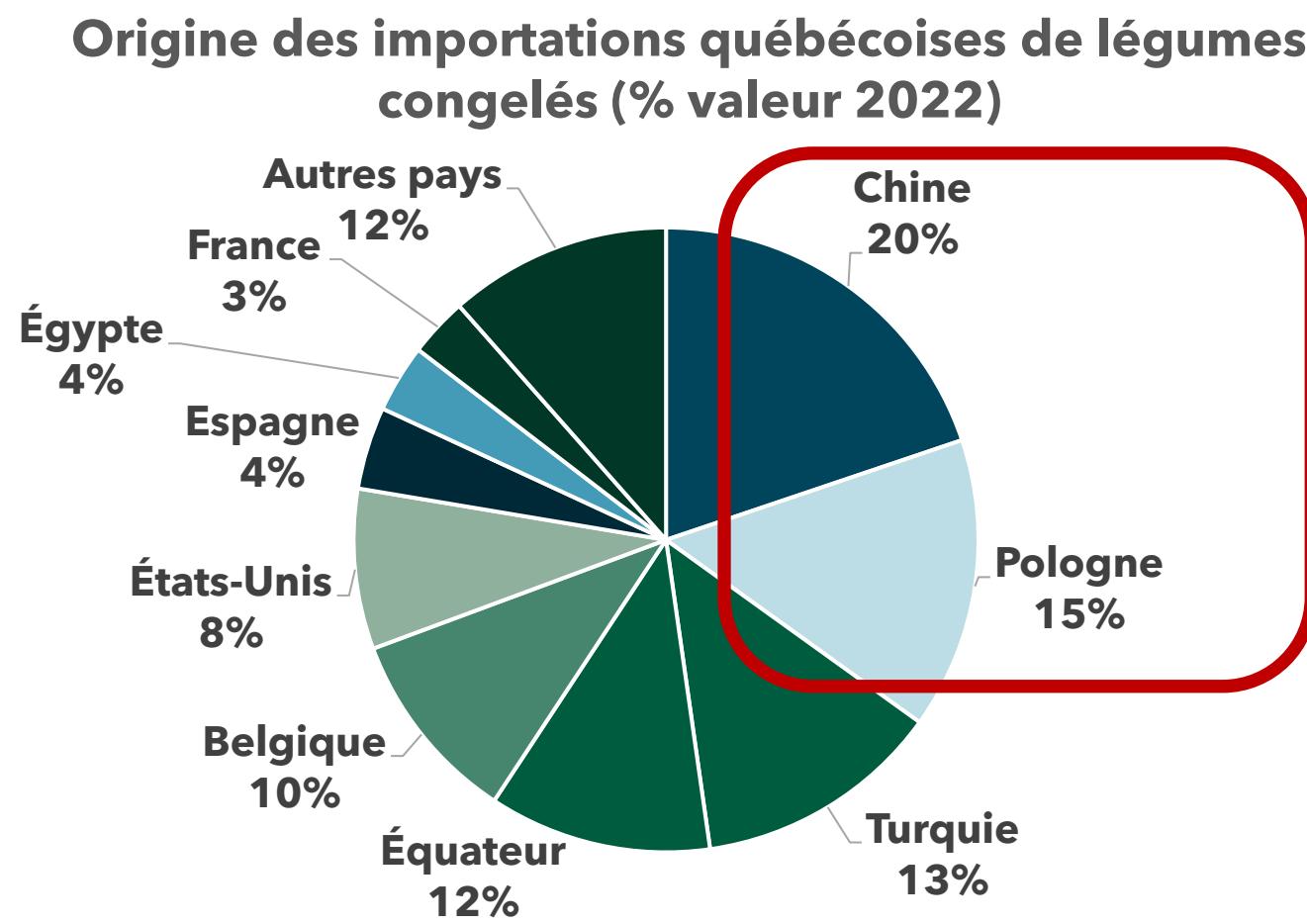


# Légumes surgelés et marchés d'exportation

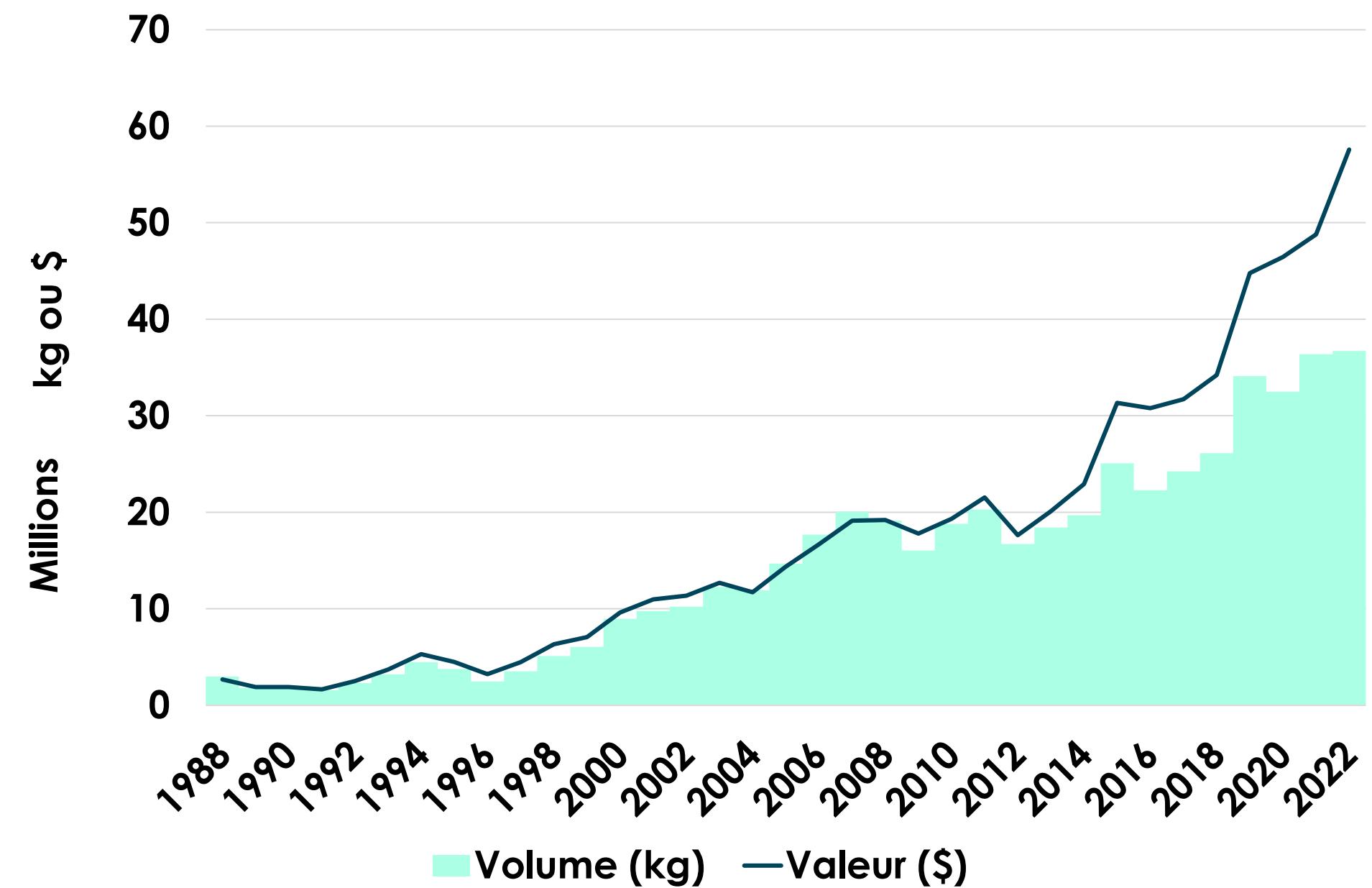


# Une croissance importante des légumes surgelés importés par le Québec

Les carottes et oignons surgelés importés et consommés dans le réseau de la Santé proviennent surtout de Pologne et de Chine alors que les pommes de terre viennent des États-Unis ou du reste du Canada.



**Valeur et volume des importations québécoises de légumes congelés (en millions de \$ ou kg)**





# “Comparer des pommes avec des pommes”

D'après une consultation élargie auprès d'acteurs-experts du milieu :

- Responsables de l'approvisionnement-acheteurs institutionnels, responsable des cuisines, Producteurs-maraîchers, Entreprises québécoises de transformation de légumes frais et congelés

**Les légumes surgelés du Québec sont légèrement plus chers que ceux importés, MAIS...il est important de comparer des pommes avec des pommes**

- Des établissements recentrent leurs analyses sur le coût par repas (\$/portion) et non pas sur le coût d'achat des produits (\$/kg) pour tenir compte notamment du "glazing" (frimas-glace) sur les légumes surgelés importés.
- Des établissements privilégient les légumes préparés frais du Québec aux surgelés puisque le rendement goût-coût est meilleur et permet d'en utiliser moins dans les recettes (Ex: oignon, ail...)
- La valeur nutritionnelle, texture, fraîcheur, couleur, goût, homogénéité des légumes du Québec est supérieure à celle des légumes surgelés importés
- Réciprocité des normes (Environnementales, normes du travail, pesticides, qualité de l'eau, résidus, etc.)

**Par ailleurs, certaines organisations ayant embarqué avec enthousiasme dans le défi de la SNAAQ en se fixant des cibles ambitieuses d'achats d'aliments du Québec à atteindre au courant des prochaines années déchantent en constatant avec une certaine frustration qu'elles ont très peu de contrôle sur une portion importante de leurs acquisitions qui doivent impérativement passer par le contrat d'épicerie national. Concrètement, dans les légumes surgelés, les institutions se sentent à la merci de ce qui est offert par le distributeur-fournisseur de leur région qui impose parfois des légumes surgelés importés de la marque maison sans possibilités de choisir une alternative de légumes surgelés du Québec.**



# Écart concurrentiel entre les légumes du Québec vs Importations

En raison d'une multitude de facteurs (confidentialité, contrats, variabilité des prix, comparabilité des produits, etc.) il est difficile de produire une analyse statistique précise et rigoureuse de l'écart concurrentiel entre les légumes québécois versus importés. Pour estimer un ordre de grandeur, nous avons eu un accès confidentiel aux listes de prix d'achat d'un important établissement du réseau de la santé (CIUSSS ou CHU) en date de septembre 2023.

- ▶ Prix des carottes en cubes surgelés québécoises versus importés +0,22\$/kg ou +8%
- ▶ Prix des oignons en cubes surgelés québécois versus importés +0,84\$/kg ou +25%
- ▶ Prix des carottes en cubes fraîches québécoises versus surgelés importés +2,49\$/kg +97%
- ▶ Prix des oignons en cubes frais québécois versus surgelés importés +2,05\$/kg ou +62%

Produit	Origine	Prix \$/kg en date de septembre 2023	Écart vs congelé importé (\$/kg)	Écart vs congelé importé (%)
Carotte en cubes surgelées	Hors-Québec (Pologne ou non-disponible)	2,56		
<b>Carotte en cubes surgelées</b>	<b>Québec</b>	<b>2,78</b>	<b>0,22</b>	<b>8%</b>
<b>Carotte en cubes fraîches</b>	<b>Québec</b>	<b>5,05</b>	<b>2,49</b>	<b>97%</b>
Oignons en cubes surgelés	Hors-Québec (Chine ou non-disponible)	3,30		
<b>Oignons en cubes surgelés</b>	<b>Québec</b>	<b>4,14</b>	<b>0,84</b>	<b>25%</b>
<b>Oignons en cubes frais</b>	<b>Québec</b>	<b>5,35</b>	<b>2,05</b>	<b>62%</b>

*Ces estimations d'écart de prix ne tiennent pas compte des variations au niveau du rendement final des produits (perte d'eau – coût par portion), des qualités nutritionnelles, des goûts, des textures, de l'homogénéité-standardisation des coupes, des résidus de pesticides et autres facteurs de qualité.*

# Les légumes surgelés québécois sont valorisés sur les marchés d'exportations

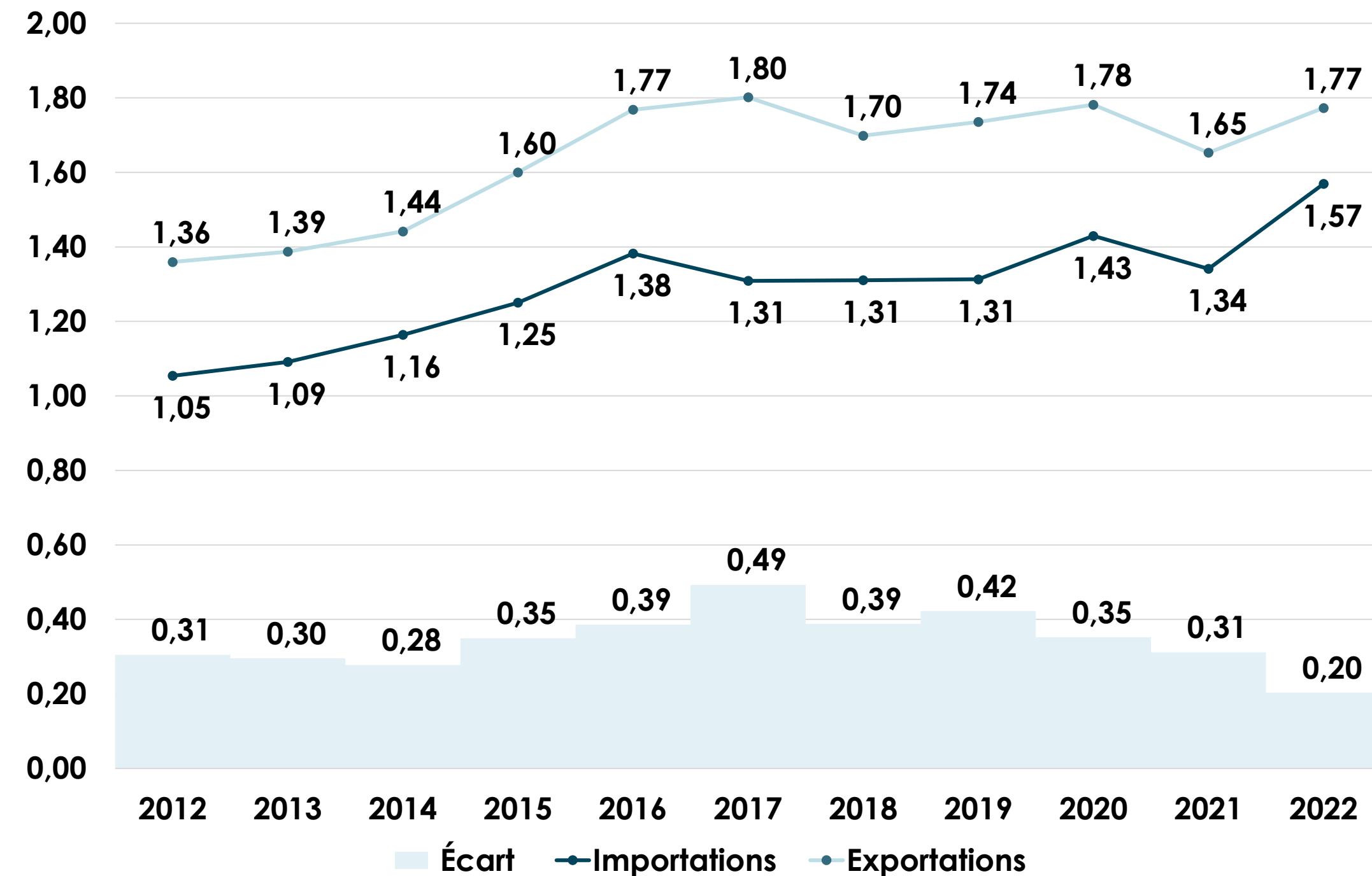


Quand on analyse l'évolution du prix des légumes exportés vs importés par le Québec, on constate que :

- ▶ Le prix moyen des légumes exportés par le Québec de 2012 à 2022 est de 1,64\$/kg versus 1,29\$/kg pour les légumes importés
- ▶ L'écart entre le prix moyen des légumes québécois exportés vs importés est de +0,34\$/kg ou +26,6%
- ▶ Cet écart tend à diminuer depuis 2019 surtout en raison d'une augmentation du prix des légumes importés. Écart de +0,20\$/kg ou +13% en 2022
- ▶ Les transformateurs réussissent donc à valoriser la qualité des légumes surgelés québécois sur des marchés extérieurs (99% USA) alors que la demande institutionnelle intérieure privilégie surtout les légumes importés.

Limites : Les légumes surgelés exportés versus importés incluent certains produits similaires (ex: carottes, oignons, pommes de terre, etc.), mais certains produits importés ne sont pas disponibles au Québec (ex: mini épi de maïs).

## Prix des exportations et importations québécoises de légumes congelés (\$/kg)



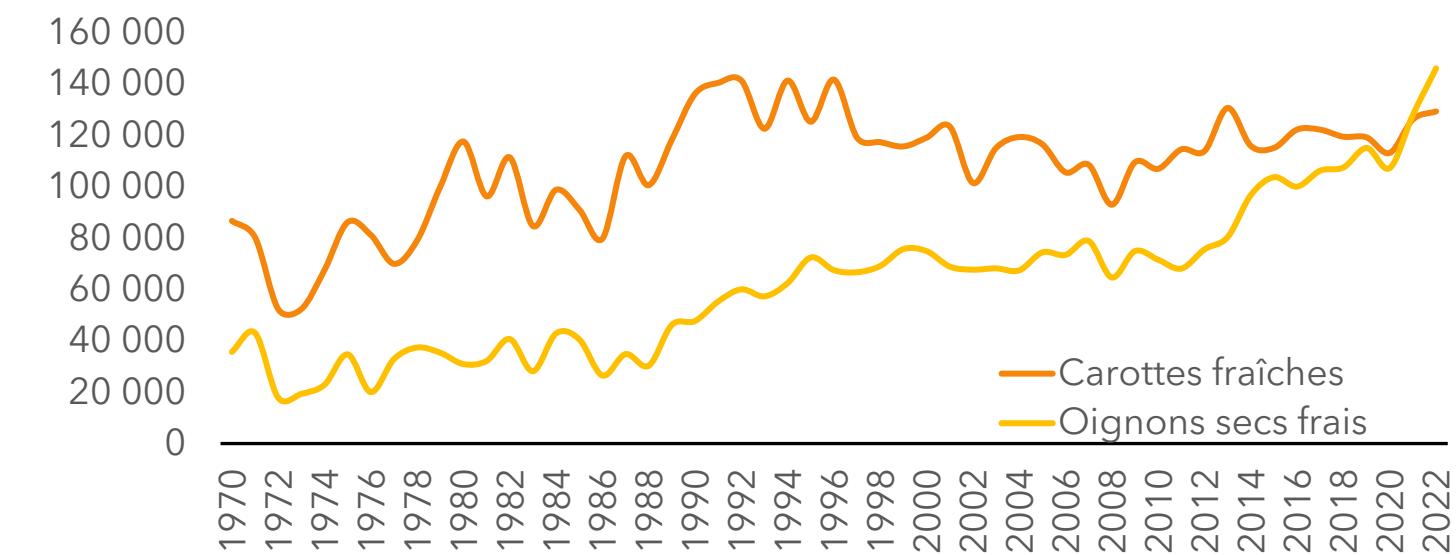
Incomplet sans présentation verbale

# L'offre de légumes québécoises existe et souhaite être valorisée au Québec, mais...

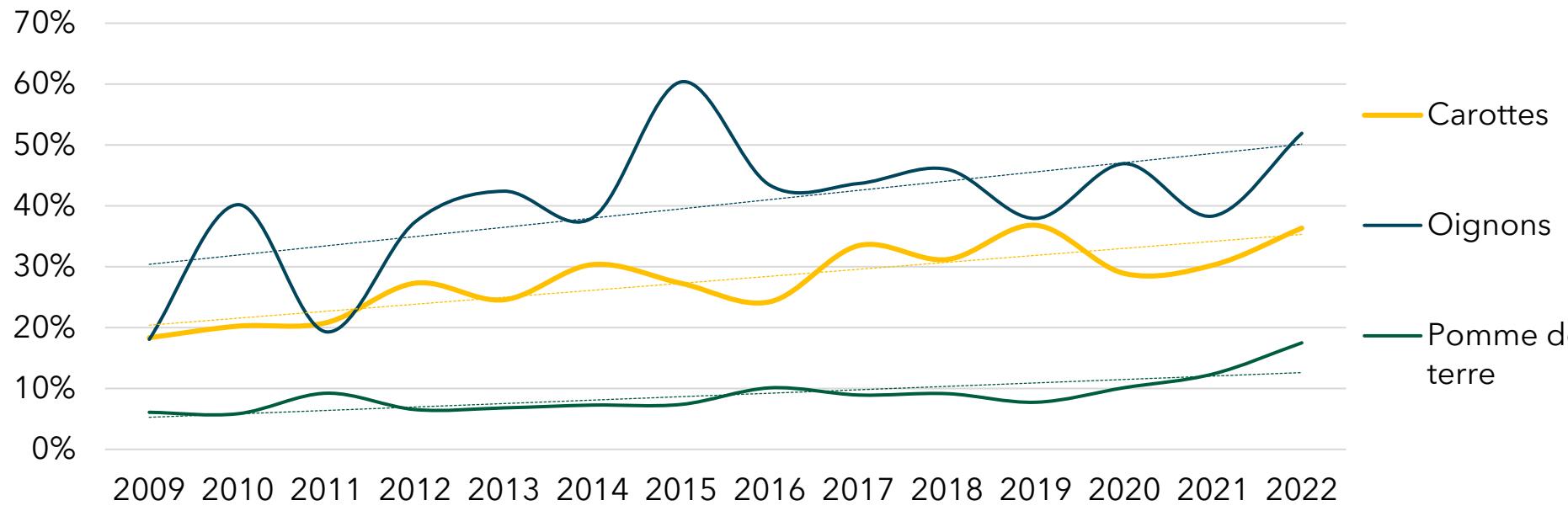


- ▶ La production totale québécoise de carottes, oignons et pommes de terre a connu une croissance importante au courant des dernières années.
- ▶ Mais l'année 2023 est tout simplement catastrophique en raison de conditions climatiques extrêmes (gels, pluies diluvienne, maladies...)
- ▶ L'offre québécoise (carotte, oignon, pomme de terre) est plus qu'abondante pour subvenir à l'ensemble de la demande québécoise. Le Québec est exportateur net de ces légumes et la proportion de la production exportée est en croissance depuis quelques années.

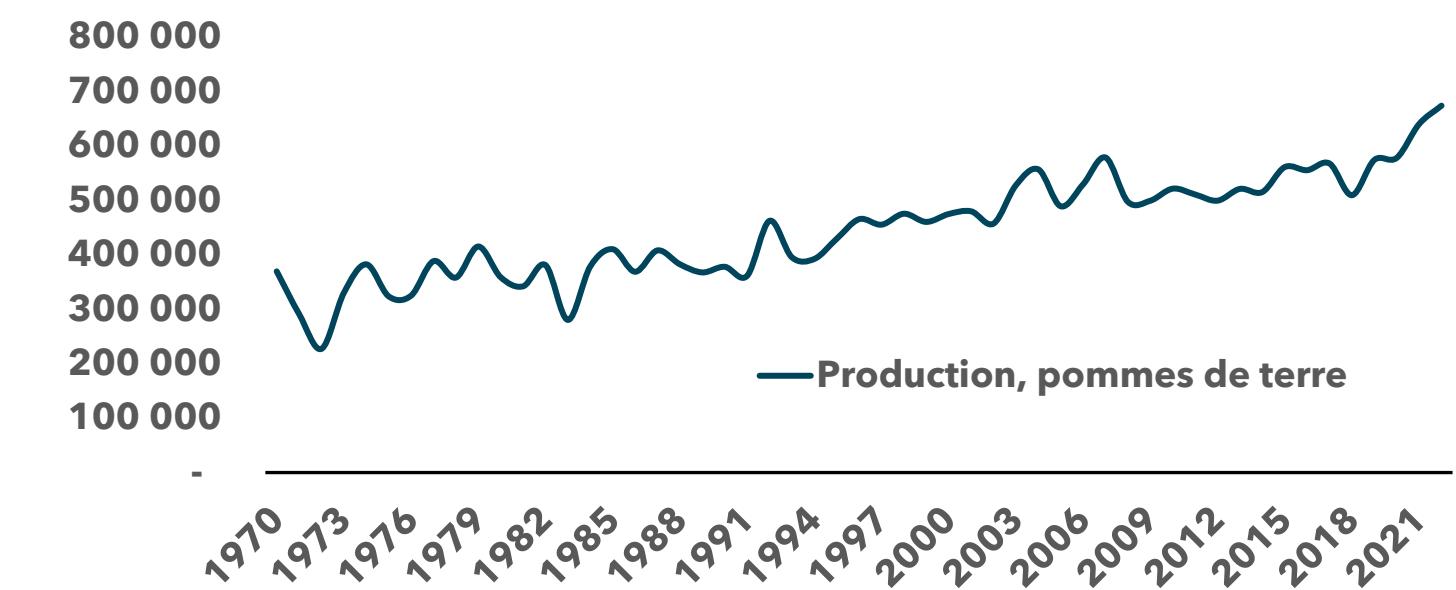
**La production totale de carottes fraîches et d'oignons sec frais au Québec (tonnes)**



**Estimation du pourcentage de la production québécoise qui est exportée (%)**



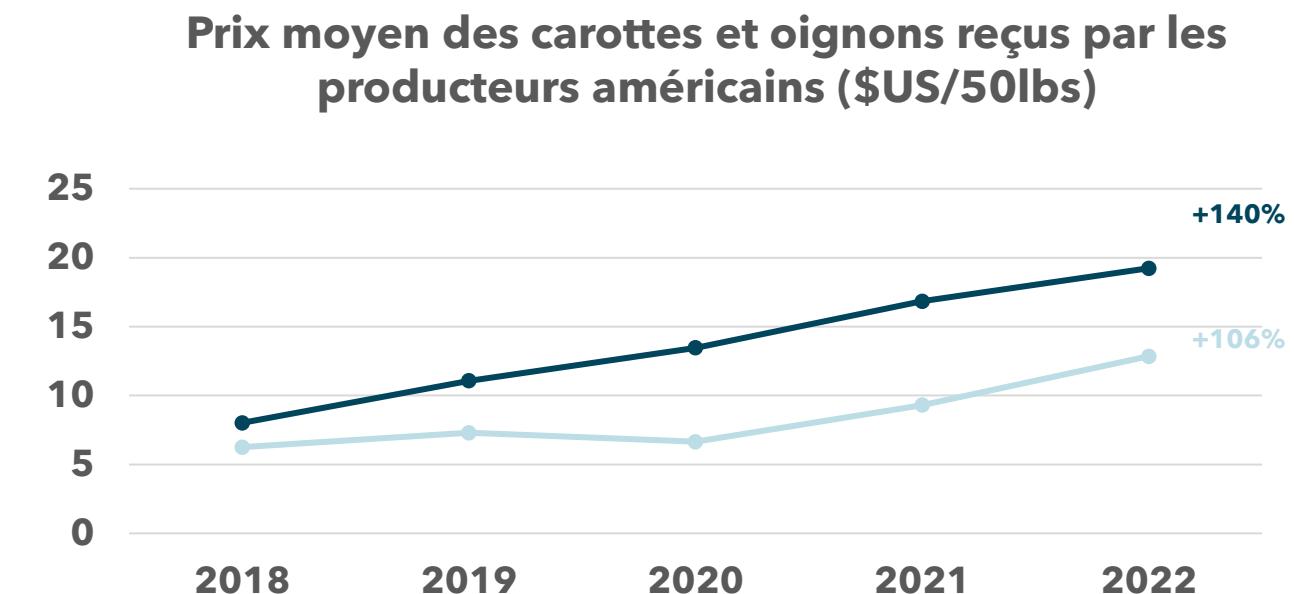
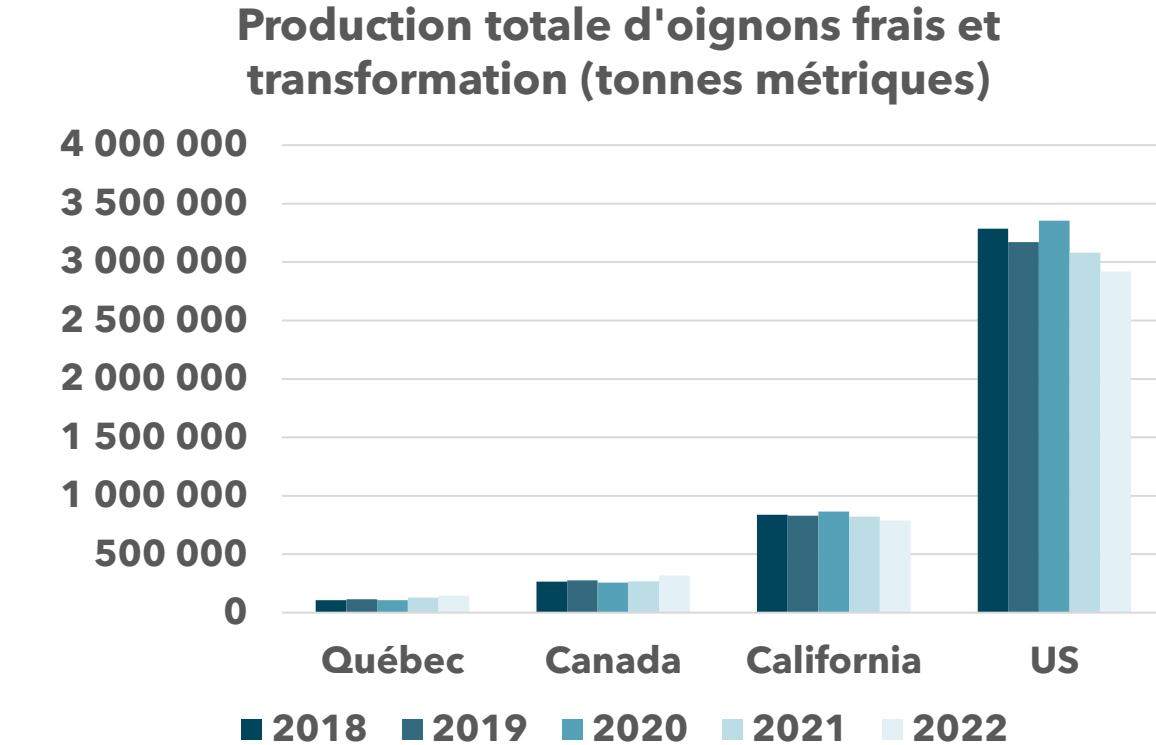
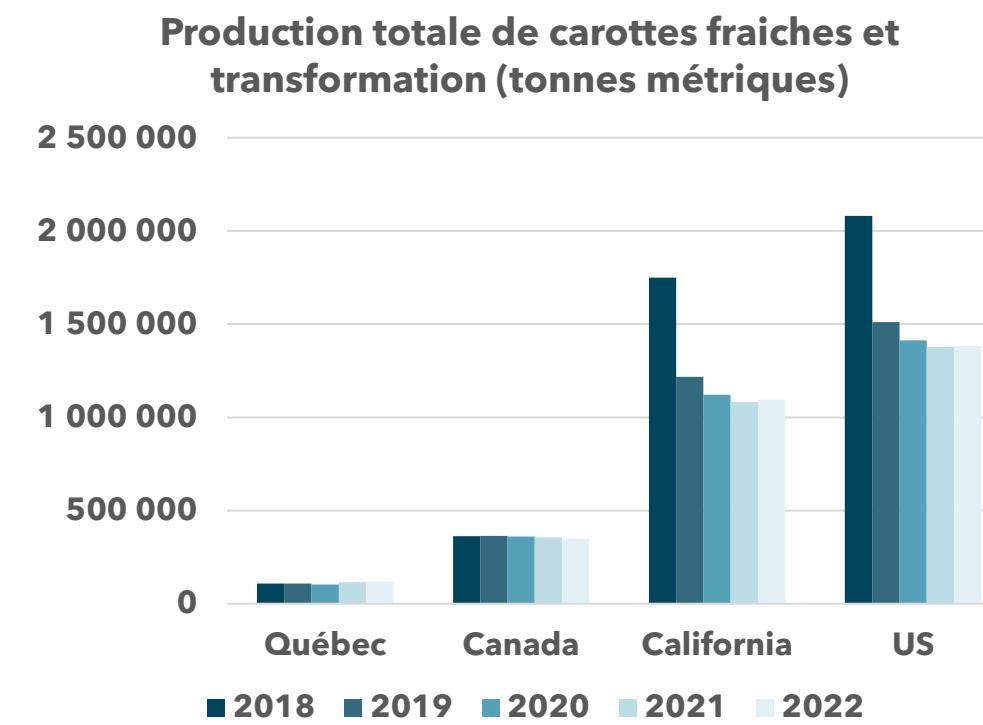
**La production de pommes de terre (tous types) au Québec (tonnes)**



# Le marché américain tire sur les légumes québécois



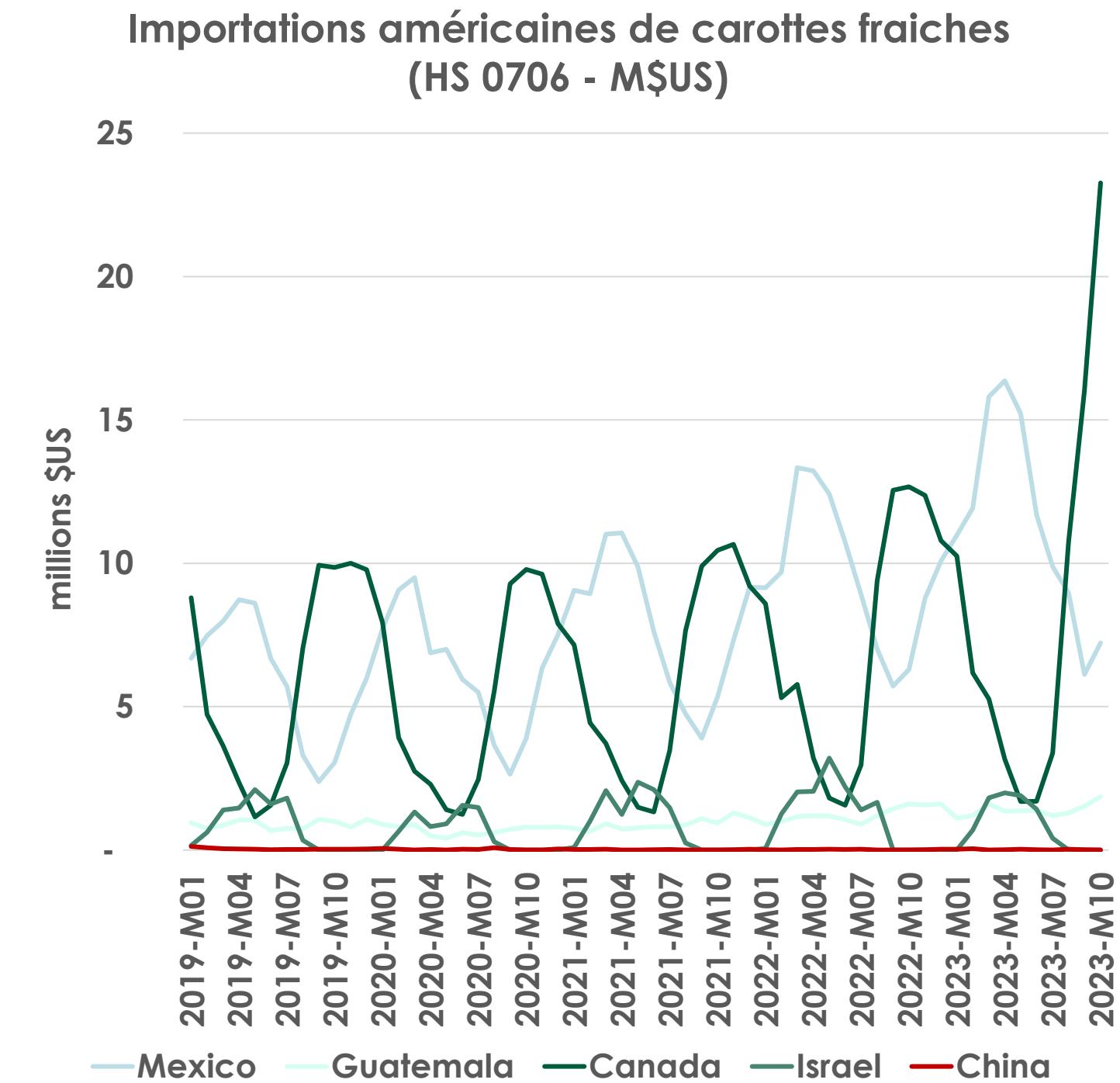
- ▶ Les maraîchers québécois souhaitent toujours commercialiser d'abord et avant tout au Québec, mais en tant qu'entrepreneurs vivant avec une volatilité extrême au niveau de leurs revenus, ils doivent se tourner vers les marchés qui rémunèrent le mieux.
- ▶ Depuis quelques années, en raison notamment de conditions climatiques (sécheresse et feux de forêts) et économiques (Guerres commerciales + COVID = Soutien massif du gouvernement américain aux banques alimentaires), les États-Unis ont augmenté de façon importante leurs importations à fort prix de légumes entre autres du Québec.

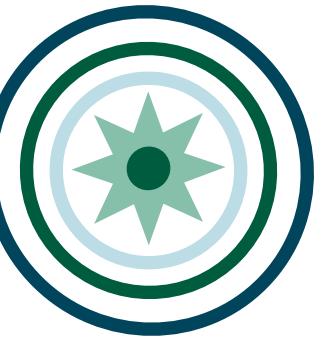


# Un marché américain mieux protégé face à la concurrence étrangère



- ▶ À l'automne 2024, en pleine saison de récolte et d'abondance de carottes du Québec, des détaillants ont affiché des offres de spéciaux pour de la carotte importée de Chine.
- ▶ Ces carottes chinoises sont importées au Canada à des prix inférieurs à celles produites au Canada ou même aux États-Unis. Leur qualité et les conditions de production (pesticides, qualité de l'eau, traçabilité, normes du travail, etc.) ne sont aucunement comparables avec celles qui prévalent en Amérique du Nord;
- ▶ Malgré leur relative faible part de marché, elles exercent une pression à la baisse sur les prix des carottes au pays puisque des Acheteurs-Détaillants peuvent les utiliser comme produits de substitution pour augmenter leur rapport de force dans la négociation avec les producteurs locaux.
- ▶ Du côté américain, la Chine ne détient pas d'autorisation gouvernementale pour exporter ses carottes aux USA en raison des risques phytosanitaires et des prérogatives de protection des sols contre les maladies pouvant circuler par les légumes racines.
- ▶ Conséquemment, les agriculteurs américains ne font pas face à la concurrence des carottes chinoises ce qui maintient les prix plus élevés et stimule la demande des États-Unis pour des carottes canadiennes/qubécoises qui s'y écoulent à meilleur prix.





# Constats et pistes d'action

# Constats et pistes d'actions pour favoriser les légumes du Québec



Les carottes, oignons, pommes de terre sont surtout consommés surgelés dans le réseau institutionnel alors que les volumes consommés à l'état frais non-transformé sont relativement marginaux.

- Plusieurs facteurs expliquent cette situation (pénurie de main-d'œuvre en cuisine, durée de conservation, compétitivité prix, centralisation des achats, etc.)

L'introduction de critères ou d'exigences en développement durable dans les appels d'offres du CAG et des institutions-établissements publics pourrait permettre de favoriser les légumes du Québec

- Loi 12 – marge préférentielle 10% sont de nouveaux outils pour favoriser l'achat de légumes du Québec
- Chantier pour définir les critères/exigences objectives pour distinguer les légumes du Québec

Favoriser-prioriser les légumes frais même s'ils sont prétransformés (pelés, coupés en cube...) permet dans les conditions actuelles d'améliorer le bilan d'approvisionnement québécois

- Contrats inférieurs à 121 200\$ sans appel d'offres publics
- Entreprises transformatrices du Québec favorisent des produits de la région et du Québec en priorité
- Des établissements-institutions utilisent déjà cette stratégie (satisfaction et coût repas est amélioré parce que le frais > congelé en termes de goût, de texture et de perte d'eau)

La SNAAQ et sa mise en opération par le réseau institutionnel génère un effet de signal (signalling) qui force les acheteurs et les vendeurs à s'intéresser à la provenance des produits.

- Dans le secteur maraîcher, la traçabilité des produits est plus difficile. attention aux fraudes ou pratiques douteuses "légumes emballés au Québec".
- Demander-exiger aux fournisseurs des légumes du Québec. Entretenir des relations de moyen-long terme stables et durables.

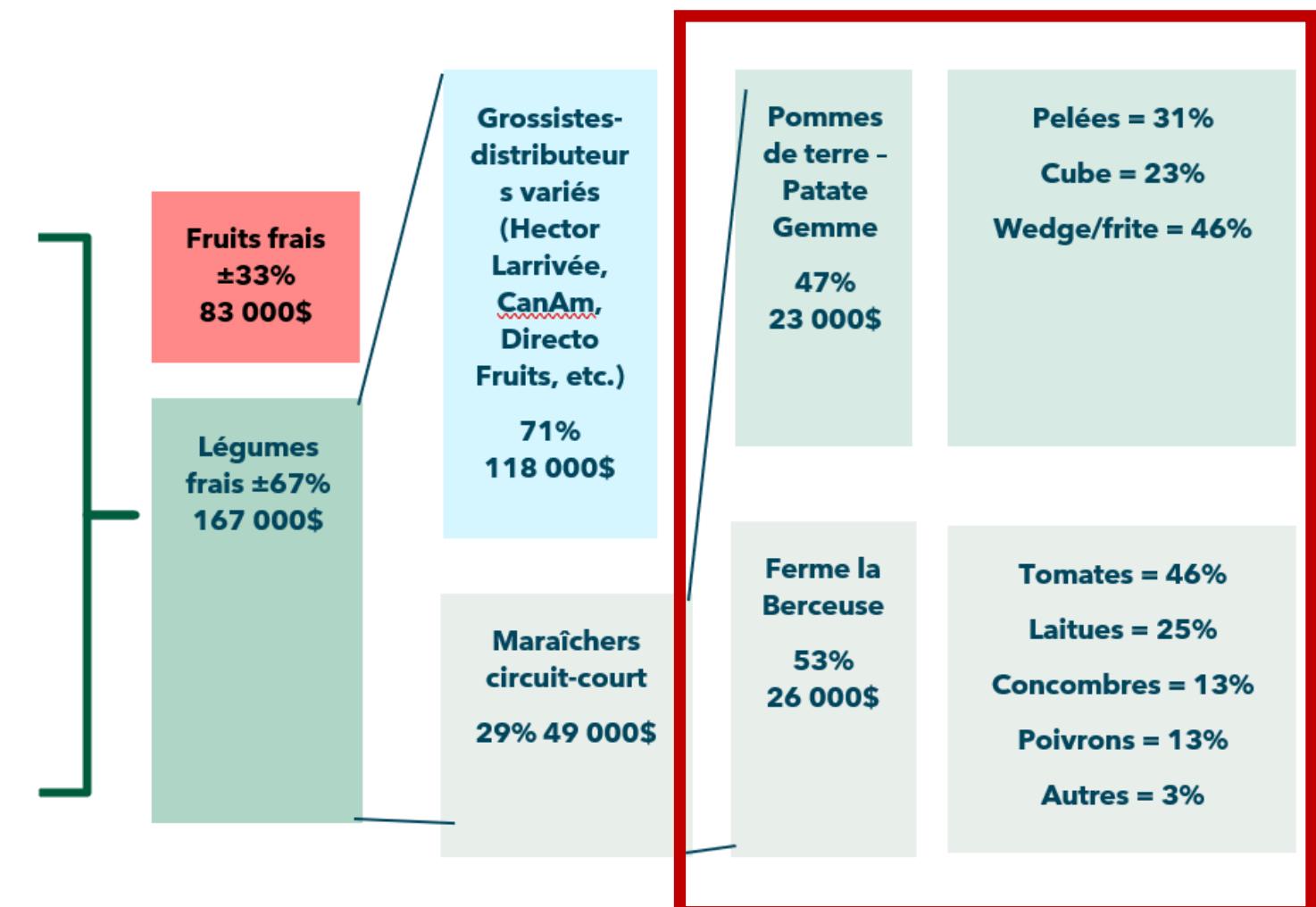
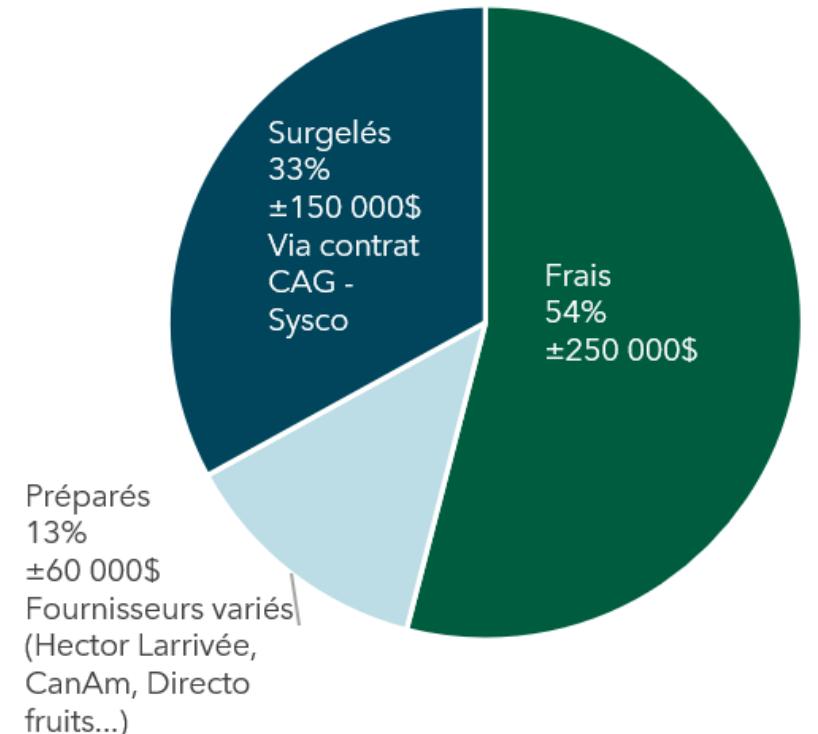


# Réseau institutionnel - 1) Frais

- ▶ La proportion et les volumes de légumes frais consommés par le réseau institutionnel public québécois sont relativement modestes.
- ▶ Il existe des initiatives au Québec d'approvisionnement en circuit-court où des établissements du réseau de la Santé ou de l'Éducation achètent directement leurs légumes frais auprès de fermes maraîchères qui livrent dans ces institutions. Mais c'est surtout avec des «farmers de famille» de plus petite taille.
  - Ex : CHU Ste-Justine
- ▶ Il y a toutefois un appétit de la part d'institutions publiques de pouvoir s'approvisionner directement auprès de regroupement de producteurs offrant un éventail de produits agrégés à l'année.
  - Besoin : Simplifier l'approvisionnement. Ils ne peuvent pas multiplier les fournisseurs.

Portrait de l'approvisionnement

Répartition des achats annuels de fruits et légumes du CHUSJ ( $\pm 460\ 000\$$ )



# Réseau institutionnel - 2) Préparé frais

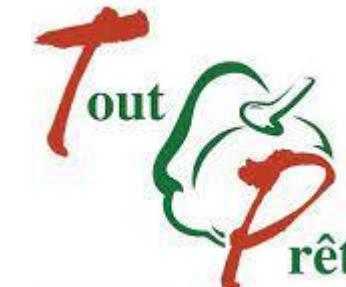


- ▶ **Relations long terme** : Ne veulent plus travailler avec des maraîchers dans la culture du commerce. Souhaitent bâtir des relations de plus long terme. Gagnant-gagnant. Signer des contrats et sécuriser les approvisionnements à l'avance (volume et prix). Sécuriser des ententes avec quelques producteurs où idéalement un regroupement de producteurs.
- ▶ **Prioriser les légumes du Québec** : Se donnent la mission de toujours favoriser les légumes du Québec en priorité. Mais sont aussi à la merci de ce que le client demande (le meilleur prix). La demande de certains clients est fluctuante/imprévisible ce qui empêche parfois d'offrir 100% Québec.
- ▶ **Capacités excédentaires** : Ils seraient tous capables de produire plus si la demande augmentait. Sont critiques de l'institutionnel public qui ne favorise pas assez les produits frais québécois et priorise du congelé-importé.

*Saladexpress*



Fruits et Légumes



*HECTOR LARIVÉE*  
LE spécialiste des fruits et légumes... et bien plus !  
THE specialist in fruits and vegetables... and much more !



**BARIL**  
POMMES DE TERRE

*Légupr*  
La nature à son meilleur

**K**  
*Karam*  
Fruits & Légumes  
a plus de 50 ans d'existence

*La Légumerie*  
Légumes fraîchement préparés

*Les RÉCOLTES MARCOTTE*  
L'ENTREPÔT

# Réseau institutionnel - 3) Congelé



Un seul gros acheteur-transformateur de légumes congelés au Québec – Nortera/Bonduelle

- ▶ **Des relations toujours à entretenir :** Certains producteurs critiquent le modèle à contrat d'achat de l'entièreté du champ, mais sans garantie (droit de retrait d'achat) et avec un pouvoir démesuré quant au déclassement des légumes. Le cadre conventionné de certains légumes par les PLTQ permet d'atténuer ces tensions entre producteurs-transformateurs. Au global, les producteurs et le transformateur réussissent par le biais de négociation annuelle à trouver des terrains d'entente pour générer une production qui vient subvenir à la demande.
- ▶ **Comparer des pommes avec des pommes :** Un des facteurs les plus limitatifs à l'expansion de ce segment de marché est la comparabilité entre les produits québécois versus importés. Le Québec ne peut pas rivaliser uniquement sur le prix (\$/kg), mais seulement si on fait une comparaison complète qualité-prix (perte d'eau, valeur nutritionnelle, normes environnementales, etc.)

**NORTERA** 

**Bonduelle**  
*La nature, notre futur*

# Pistes d'action pour la suite

## 3 axes



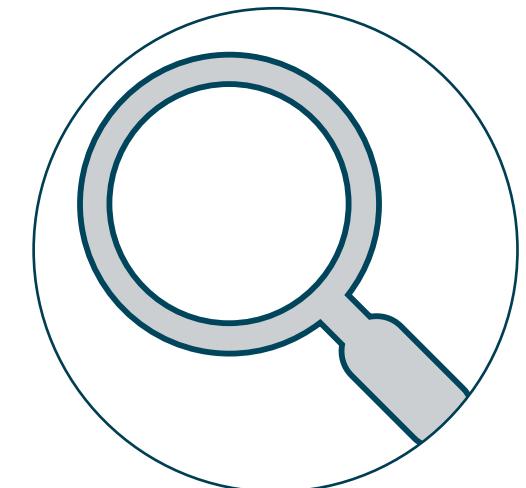
### Frais

- Projet-pilote de HUB PdP Boutique en ligne avec service de commande-livraison. Des volumes et une clientèle en construction. Forte appréciation des clients et fournisseurs malgré une météo difficile en 2023. Une culture de commercialisation mutualisée à développer chez les maraîchers. Ajout du volet institutionnel lors de l'édition 2024.



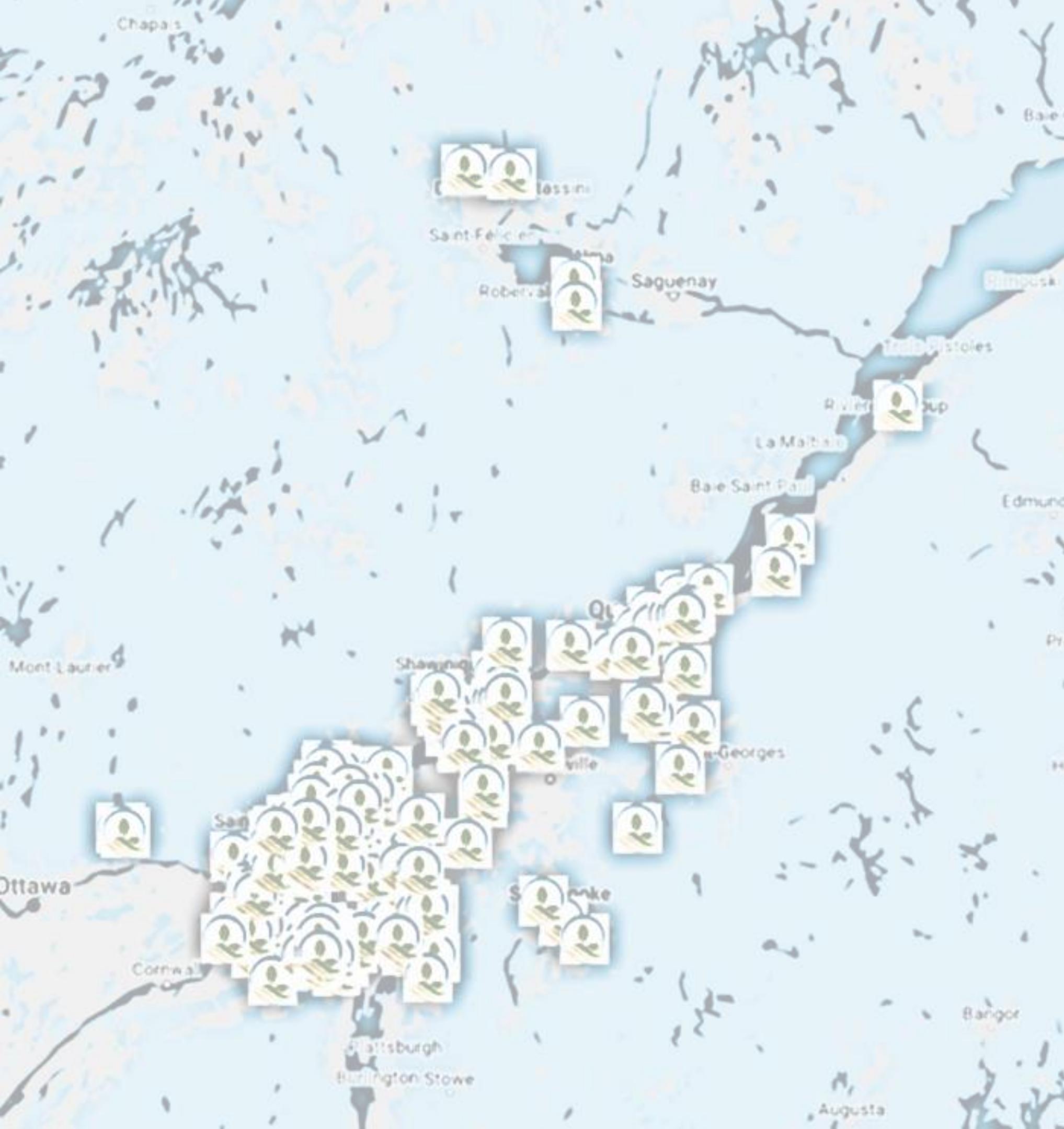
### Transformés

- Campagne de promotion auprès des institutions pour prioriser ces légumes précoupés. Collaboration avec les entreprises de légumes précoupés et les producteurs fournisseurs pour faciliter et coordonner leurs approvisionnements en évitant l'éparpillement et les dédoublements d'intermédiaires. Rôle central de l'APMQ-PdP. Meilleure prévisibilité par le développement d'une culture et d'ententes sur le moyen-long terme.



### Surgelés

- Démarche de recherche concertée avec le milieu (CAG, Réseau Santé, MAPAQ...) pour le développement de critères/exigences en DD afin de favoriser les légumes du Québec dans les appels d'offres (valeur nutritionnelle, perte d'eau, texture, rayon d'approvisionnement, certifications, emballages recyclables, consommation eau, émission ges, pesticides, etc.)



# **Étude d'opportunité : Projet-pilote de commercialisation de produits maraîchers dans le réseau institutionnel québécois**

# Sommaire exécutif

Février 2024



# Association des producteurs maraîchers du Québec

# Julien Racicot, M. Sc. Économiste MCE Conseils

