



Images AQDFL, APMQ et La Presse

PLAN STRATÉGIQUE DE LA FILIÈRE MARAÎCHÈRE DU QUÉBEC 2025-2030

VERSION FINALE

Octobre 2024

La mise à jour du plan stratégique de la filière maraîchère a été l'occasion de faire le bilan du précédent exercice et d'actualiser le diagnostic du secteur et de son environnement d'affaires. Afin de bénéficier d'un regard extérieur et de l'expertise d'une tierce partie, la filière a demandé au Groupe AGÉCO* de l'accompagner dans la démarche.

Une douzaine d'entretiens individuels ont été effectués auprès d'acteurs de la filière (détaillants, fournisseurs, intervenants gouvernementaux, chercheurs, etc.) afin de connaître leur expérience et leur vision quant à l'avenir de leur secteur, et surtout, d'établir les objectifs faisant consensus et devant constituer les bases du plan stratégique renouvelé. Des séances de travail en groupe avec les membres du comité d'orientation ont également été réalisées. Ce comité était formé de :

- Catherine Lessard - Directrice générale adjointe APMQ
- Ysaline Tassel -Agent de recherche APMQ
- Marie de Tarlé - Directrice aux affaires publiques AQDFL
- Marie-Hélène Déziel - Experte sectorielle pommes de terre et maraîcher MAPAQ
- Mourad Bacheikh- Direction d'accès au marché MAPAQ
- Pierre Martin - Conseiller en développement de marchés pour le Québec MAPAQ
- Samuel Dagenais-Agent principal de développement de l'industrie Agriculture et Agroalimentaire Canada
- Christian Riopel - GAETAN BONO – Grossiste
- Dany Filion - J.G. FRUITS ET LÉGUMES – Distributeur gros, détail et services alimentaires
- Éric Fréchette- TASTE OF THE NORTH – Grossiste Exportateur
- Pierre-Alexandre Blouin – Directeur général ADA
- Mathilde Laroche-Bougie – Gestionnaire programme Aliments du Québec au menu, Aliments du Québec
- Hicham El Ghissassi - Groupe-Export Agroalimentaire
- Julie Boyer- Productrice
- Geneviève Côté-Guinois-Productrice
- Julien Cousineau- Producteur
- Carol-Ann Hervieux – Productrice



*Ce projet a été financé par le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation
dans le cadre du Programme de développement territorial et sectoriel 2023-2026.*



ÉNONCÉ DE VISION ET VALEURS

L'actualisation du plan stratégique 2025-2030 a été l'occasion pour la filière de se doter d'une vision et de valeurs de travail.

Les récentes années ont exercé des pressions tout au long de la chaîne de valeur: le contexte inflationniste à la fois impacté les coûts des intrants et le prix au détail des aliments, alors que des épisodes climatiques sévères - oscillant entre sécheresse et surplus d'eau- ont exacerbé le besoin d'une coordination encore plus forte entre les maillons production et distribution. Ce besoin a teinté l'ensemble de la démarche de renouvellement du plan et fortement déterminé les choix d'axes et d'objectifs stratégiques à la base de la version 2025-2030. L'identification de valeurs de travail au sein de la filière s'est également faite dans cet état d'esprit.

VISION DE LA FILIÈRE MARAÎCHÈRE DU QUÉBEC

En 2030, la filière sera reconnue pour sa **résilience, sa compétitivité et pour ses relations commerciales collaboratives** entre maraîchers et les autres maillons de la chaîne.

Les relations **commerciales équilibrées et avantageuses pour tous**, favoriseront une **chaîne d'approvisionnement durable**, capable de desservir efficacement le marché québécois ainsi que les marchés d'exportation.



LES VALEURS QUI ANIMENT LE TRAVAIL EN FILIÈRE

Les acteurs de la filière prennent le temps d'établir des relations respectueuses et empathiques, créant ainsi un climat de **confiance** mutuelle.

Ils partagent librement les informations sur leurs réalités et intentions, favorisant la **transparence** dans les communications.

La **concertation** est centrale à leur démarche : la consultation de tous, avec une majorité représentée, favorise la prise des décisions en accord avec chacun et la collaboration de tous. Cela permet ainsi à la filière de réaliser efficacement les projets qui leur tiennent à cœur grâce à des échanges honnêtes, directs et précis.





LE PLAN 2025-2030 DE LA FILIÈRE MARAÎCHÈRE QUÉBÉCOISE

Le plan présenté aux pages suivantes repose sur quatre grands axes de travail à aborder en filière, et pour lesquels une meilleure concertation des actions devrait participer à la rentabilité et à la compétitivité de la filière maraîchère.

Sous ces axes, la filière a retenu sept objectifs stratégiques qui expriment les ambitions souhaitées et les angles d'intervention possibles en filière: soutenir, accélérer, optimiser ou développer. Des éléments de contexte sont rapportés pour informer des raisons qui ont mené à retenir ces objectifs. À cet égard, si le thème de la main-d'œuvre n'apparaît pas comme tel dans un des axes ou des objectifs stratégiques, il n'a pas moins fait l'objet de réflexion pendant la démarche. Les enjeux de main-d'œuvre et de relève professionnelle sont bien présents. Leur prise en compte se fait toutefois indirectement : par exemple l'innovation peut être un moyen de réduire certains besoins de main-d'œuvre. Par ailleurs, travailler globalement à la rentabilité et la compétitivité du secteur contribue à le rendre encore plus attrayant pour les travailleurs, la relève entrepreneuriale et professionnelle (conseillers, chercheurs). La filière a aussi reconnu avoir moins de leviers d'action directs pour agir sur la main-d'œuvre.

Enfin, compte tenu de sa maturité de travail en filière et la mise en place d'un comité de pilotage, le groupe a choisi de se donner quelques exemples de pistes d'action potentielles, sans aller jusqu'à une liste exhaustive et précise de toutes les actions à réaliser. L'objectif est de laisser la place à d'autres moyens d'émerger en cours de réalisation. Aussi, un travail d'appropriation en comité, et des rencontres de suivi annuelles, permettront de convenir de plans d'actions annuels détaillés, en phase avec le contexte d'affaires du moment, et en adéquation avec la capacité réelle de mise en œuvre.

QUATRE AXES VISANT UNE GRANDE FINALITÉ :

PARTICIPER À LA RENTABILITÉ ET LA COMPÉTITIVITÉ DE LA FILIÈRE MARAÎCHÈRE DU QUÉBEC



- | | |
|-------|---|
| Axe 1 | Optimiser la commercialisation sur les divers marchés et renforcer la coordination entre l'offre et demande |
| Axe 2 | Stimuler l'innovation, la recherche et améliorer la gestion de risques dans un contexte de changements climatiques |
| Axe 3 | Amplifier l'identification, la visibilité et le positionnement des produits du Québec |
| Axe 4 | Soutenir une gouvernance de filière favorisant une chaîne d'approvisionnement québécoise concertée |

SYNTHÈSE DES AXES ET OBJECTIFS STRATÉGIQUES

Axe 1 Optimiser la commercialisation sur les divers marchés et renforcer la coordination entre l'offre et demande

1. Améliorer et appuyer les canaux de mise en marché, tant sur les marchés domestiques qu'à l'exportation
2. Rehausser notre intelligence de marché en filière

Axe 2 Stimuler l'innovation, la recherche et améliorer la gestion de risques dans un contexte de changements climatiques

1. Soutenir les efforts de recherche et développement axés sur l'amélioration de la performance environnementale et socioéconomique de la filière, en contribuant à des objectifs de développement durable.
2. Accélérer le transfert des innovations et technologies, les adapter et démocratiser leur accès aux différents modèles d'affaires d'entreprises

Axe 3 Amplifier l'identification, la visibilité et le positionnement des produits du Québec

1. Appuyer la sensibilisation et l'éducation citoyenne/des consommateurs sur les contextes de production et réalités d'affaires de la filière maraîchère
2. Optimiser l'identification québécoise des produits maraîchers du Québec

Axe 4 Soutenir une gouvernance de filière favorisant une chaîne d'approvisionnement québécoise concertée

1. Développer une culture de concertation et de collaboration au sein de la filière maraîchère québécoise



AXE 1: OPTIMISER LA COMMERCIALISATION SUR LES DIVERS MARCHÉS ET RENFORCER LA COORDINATION ENTRE L'OFFRE ET DEMANDE

La filière maraîchère du Québec dessert différents marchés. Que ces derniers soient de proximité ou tournées vers l'exportation de volume, des optimisations sont possibles et nécessaires, en particulier dans la coordination des maillons. Un meilleur arrimage de l'offre et la demande contribue à positionner favorablement la filière québécoise face aux produits d'importation. Par ailleurs, une coordination plus étroite peut se traduire par des gains appréciables au point de vue de la réduction du gaspillage alimentaire. Cela est notamment possible par une meilleure planification des ensemencements et une distribution plus agile vers les différents marchés. À ce titre, à mesure que davantage d'information de qualité sur l'évolution des marchés et les facteurs qui les influencent (prix, événements climatiques, tendances de consommation, etc.) deviendront accessibles, plus les acteurs de la filière seront outillés pour prendre des décisions d'affaires stratégiques en collaboration avec leurs partenaires d'affaires.

1.1 Améliorer et appuyer les canaux de mise en marché, tant sur les marchés domestiques qu'à l'exportation

Mise en contexte

- La cohabitation de plusieurs modèles d'affaires, associés à différents types de marché (proximité, détail, HRI, exportation) constitue une force du secteur maraîcher. Elle représente toutefois aussi un défi, compte tenu notamment de la très grande diversité et périssabilité des produits, leur saisonnalité variable et leurs différents degrés d'exposition à la concurrence des produits importés. Ces caractéristiques rendent plus complexe la mise en place d'actions communes pour coordonner la mise en marché, quel que soit le type de marché. Le défi est accentué par un manque de concertation et de communication au sein de la filière, qui compromet également son efficacité globale.
- Pourtant, des occasions d'affaires sont là. L'exportation des produits québécois vers les États-Unis en est un exemple. Le potentiel d'affaires pourrait encore mieux se saisir par une gestion optimisée tout au long de la chaîne.
- Par ailleurs, la périssabilité des produits et les changements climatiques sont deux facteurs qui accentuent les pertes aux champs et le gaspillage alimentaire. S'il faut encore mieux travailler en amont dans la planification de l'offre et dans l'optimisation de la distribution vers les marchés de valeur ajoutée, il convient néanmoins de travailler à développer des voies de valorisation pour les invendus.

Pistes d'actions potentielles

- Faire la promotion de la diversité des canaux de distribution dans le secteur (ex. kiosque à la ferme, vente au détail ou en gros, HRI)
- Développer des mécanismes favorisant le regroupement de l'offre pour mutualiser des services d'exportation (courtier, etc.), diversifier le portfolio et stabiliser des volumes
- Faire connaître les diverses initiatives de regroupement de l'offre et mettre de l'avant leurs bénéfices respectifs à la fois pour les producteurs et les acheteurs (ex. bioLocaux, Les producteurs biologiques Symbiosis, Vegco, etc)..
- Explorer les voies de transformation des légumes frais (incluant congélation et pré découpés) pour guider les entreprises sur les opportunités d'affaires
- Explorer la mise en place d'une structure visant à commercialiser efficacement les légumes de catégorie numéro 2

1.2 Rehausser notre intelligence de marché en filière

Mise en contexte

- Le secteur maraîcher québécois évolue au sein d'un marché ouvert et exposé à la concurrence internationale. Un manque d'information, une information de mauvaise qualité ou obtenue trop tardivement, peut entraîner des rapports de force déséquilibrés au sein de la filière. En général, l'asymétrie d'information se vit davantage au maillon de la production. Dans un contexte de fluctuations marquées ou soudaines des prix de marché, la prise de décision éclairée s'en trouve particulièrement affectée.
- Alors que les changements climatiques intensifient les événements extrêmes et brouillent les repères, il est plus que jamais prioritaire de doter la filière d'outils lui permettant de mieux comprendre et anticiper les forces du marché.
- Ce besoin est vrai pour tous les modèles d'affaires de production maraîchère, que ce soit sur petites surfaces en vente directe aux consommateurs ou à la vente en gros aux chaînes d'alimentation.

Pistes d'actions potentielles

- Mener un exercice de réflexion pour bonifier des outils actuels de veille de prix (de type InfoHort & Info marché de l'APMQ), incluant l'ajout d'une vigie sur des événements climatiques ou géopolitiques susceptibles d'influencer les cycles de prix
- Créer des comités/forum où les producteurs d'un même produit pourront échanger sur les prix et autres aspects pertinents (cas d'inspiration: comité Carotte)
- Développer des outils pour mieux connaître les surfaces cultivées de chaque produit et mieux anticiper les volumes qui seront disponibles à la commercialisation



Source : consortium Prisme



Source : Pexels



© FreshPlaza

AXE 2 : STIMULER L'INNOVATION, LA RECHERCHE ET AMÉLIORER LA GESTION DE RISQUES DANS UN CONTEXTE DE CHANGEMENTS CLIMATIQUES

Les changements climatiques accélèrent les besoins d'adaptation dans les pratiques de culture et de récolte. Les enjeux de main-d'œuvre incitent à intégrer des technologies qui réduiront le recours à des travailleurs. Les marchés et les donneurs d'ordre gouvernementaux et de la finance durable augmentent leurs exigences envers le respect de critères de performance environnementale et sociale. La concurrence internationale exerce une pression à la baisse sur les prix. Dans cet environnement d'affaires complexe, la filière maraîchère doit compter sur des activités de recherche fortes et transmettre de manière efficace les innovations dans toute la chaîne de valeur, afin de se développer et continuer à remplir toutes ces exigences.

2.1 Soutenir les efforts de recherche et développement axés sur l'amélioration de la performance environnementale et socioéconomique de la filière, en contribuant à des objectifs de développement durable

Mise en contexte

- Avec le Fonds d'innovation maraîcher (FIM), le maillon de la production s'est doté d'un levier financier significatif pour soutenir les efforts de recherche et développement (R&D) et les orienter vers les besoins réels des producteurs maraîchers (voir encart page 14). Une base de production plus solide et innovante bénéficiera évidemment à l'ensemble de la filière maraîchère québécoise, en participant à renforcer la capacité de production et donc l'approvisionnement de la chaîne de valeur. Il convient maintenant d'optimiser l'usage du Fonds en identifiant les priorités de recherche.
- Les efforts de recherche doivent aussi couvrir des enjeux transversaux à la filière (ex. rentabilité, performance environnementale) ou propres à d'autres maillons (ex. conservation des légumes en entrepôt ou au détail).
- À cet égard, les changements climatiques et les exigences sociétales accélèrent le besoin d'améliorer et de démontrer la performance environnementale et sociale de la filière, alors que le contexte concurrentiel exige plus que jamais une performance économique.

Pistes d'actions potentielles

- Mettre à jour les besoins prioritaires de recherche et concerter la communauté de chercheurs autour de priorités ; appuyer la mise en œuvre du FIM.
- Mettre en place un plan d'action en matière d'adaptation aux changements climatiques à l'échelle de la filière
- Élaborer des outils/réaliser des études pour appuyer l'identification/l'implantation des facteurs de rentabilité chez les entreprises (ex. analyses de groupe aux différents maillons de la filière)
- Développer les connaissances pré-compétitives sur la production et la conservation de nouveaux produits, tels que les légumes ethniques
- Réaliser des études pour mesurer objectivement la performance environnementale de la filière maraîchère québécoise (ex. bilan GES, bilan hydrique)
- Appuyer l'innovation en automatisation (incluant l'intelligence artificielle) des équipements agricoles, d'entreposage, conservation et transformation
- Soutenir des initiatives valorisant le secteur maraîcher comme milieu de carrière auprès de la relève de chercheurs et scientifiques, et des incitatifs à s'impliquer et se spécialiser dans les différents maillons de la filière

LE FONDS D'INNOVATION MARAÎCHER

Le Fonds d'innovation maraîcher (FIM) est alimenté par les contributions obligatoires des producteurs maraîchers et vise à soutenir la recherche sur les légumes de champs. Il permet aux chercheurs de compléter les financements publics ce qui crée un effet de levier significatif. À terme, il est estimé que chaque dollar du fonds générera plus du double en investissement public.

NOS SECTEURS D'INTERVENTION

Le FIM intervient dans divers domaines, en relation avec les enjeux et problématiques auxquels fait face l'agriculture maraîchère québécoise. Parmi les priorités, on peut citer :

- La gestion de la production (rotation des cultures, amélioration des méthodes de production, etc.)
- Le développement de nouvelles variétés de légumes de champ
- La protection des cultures contre les ravageurs et maladies (phytoprotection)
- Les solutions pour faire face au changement climatique



Les projets sont sélectionnés en fonction des priorités du secteur et de leur utilité pour les producteurs, et chaque type de culture bénéficie d'une enveloppe spécifique pour la réalisation de projets.

2.2 Accélérer le transfert des innovations et technologies, les adapter et démocratiser leur accès aux différents modèles d'affaires d'entreprises

Mise en contexte

- Une fois l'étape de la R&D réalisée, la diffusion et le transfert des connaissances et des innovations sont cruciaux pour soutenir adéquatement la capacité d'adaptation de la filière.
- En ce sens, l'émergence de technologies et de l'intelligence artificielle offre des opportunités d'optimisation et d'automatisation majeures, mais leur adoption peut être freinée par des obstacles tels que le coût d'achat, le manque de formation ou de main-d'œuvre qualifiée pour les intégrer. C'est aussi parfois le manque de connaissance comme tel de ces technologies, ou leur inadaptation à différents contextes de production, qui nuit à leur diffusion. Surtout, la présence de conseillers, à la fois disponibles et qualifiés pour accompagner les producteurs, est essentielle dans l'adoption de nouvelles pratiques et technologies.

Pistes d'actions potentielles

- Encourager l'adoption d'outils/équipements technologiques par les entreprises de la filière - développer des moyens diversifiés et innovants de diffusion et de transfert afin d'atteindre le plus grand nombre d'entreprises possible (ex. vitrine, réseautage, webinaire)
- Développer des bancs d'essai de technologies pour les tester dans des contextes de production ou de distribution propres à différents modèles d'affaires (ex. mise à l'essai d'un équipement dans un contexte de petite ou grande production)
- Participer à développer des mécanismes de financement ou de mutualisation (ex. achat regroupé, CUMA) pour faciliter l'acquisition de technologies plus coûteuses
- Soutenir des initiatives valorisant le secteur maraîcher comme milieu de carrière auprès de la relève professionnelle de conseillers agronomiques, et participer à des incitatifs (ex. bourse d'études)



AXE 3 : AMPLIFIER L'IDENTIFICATION, LA VISIBILITÉ ET LE POSITIONNEMENT DES PRODUITS DU QUÉBEC

La filière maraîchère québécoise est déjà active dans la promotion de ses produits auprès de différentes clientèles de consommateurs et d'acheteurs. Pour accentuer le geste d'achat et faciliter le choix du produit québécois, l'affichage est névralgique. Or, des défis d'identification se posent encore, en particulier dans la grande distribution, compte tenu de la diversité des légumes et le format vrac qui domine souvent. Aussi, l'usage d'outils d'identification comme Aliments du Québec nécessite d'être repensé et ajusté aux réalités de la production maraîchère. Au-delà de la provenance, la filière souhaite aussi que les activités de promotion se fassent davantage sous l'angle de la sensibilisation des consommateurs quant aux défis de la production maraîchère au Québec, et surtout sur la mise en valeur des efforts déployés pour améliorer sa performance environnementale et sociale.

3.1 Appuyer la sensibilisation et l'éducation citoyenne/des consommateurs sur les contextes de production et réalités d'affaires de la filière maraîchère

Mise en contexte

- À la fin de la chaîne d'approvisionnement, le consommateur a le dernier mot sur ses actes d'achat. Il est souvent partagé entre le respect de certaines valeurs citoyennes (achat local, empreinte environnementale, bien-être des travailleurs) et le prix des produits. Ce choix est d'autant plus sous pression dans un contexte inflationniste comme celui vécu ces dernières années. Des études montrent néanmoins qu'il y a une tendance de fond à l'adoption de critères d'achat responsable au Québec¹. Pour soutenir ces choix responsables, le consommateur a toutefois besoin d'être rassuré sur les prétentions des produits et comprendre aussi ce qui explique, dans certains cas, un prix supérieur par rapport au produit importé. La filière souhaite donc participer à ce travail de conscientisation et de démonstration des efforts déployés par les entreprises pour adopter des pratiques de production et d'affaires responsables, tout autant sur le plan environnemental qu'en termes de conditions de travail de sa main-d'œuvre.

Pistes d'actions potentielles

- À partir des mesures et données disponibles sur la performance environnementale et sociale de la filière maraîchère (Axe 2), développer des communications efficaces pour partager les bonnes pratiques et les réalités des producteurs et autres partenaires de la filière (ex. capsule, conférence, émission, podcast etc.)
- Soutenir les initiatives existantes visant à sensibiliser les clientèles scolaires sur la production agricole (ex. Programme AgrÉcoles)
- Soutenir les initiatives existantes visant à sensibiliser les acheteurs et consommateurs du HRI (ex. programme Aliments du Québec au menu)



Source : CentDegrés. Programme AgrÉcoles

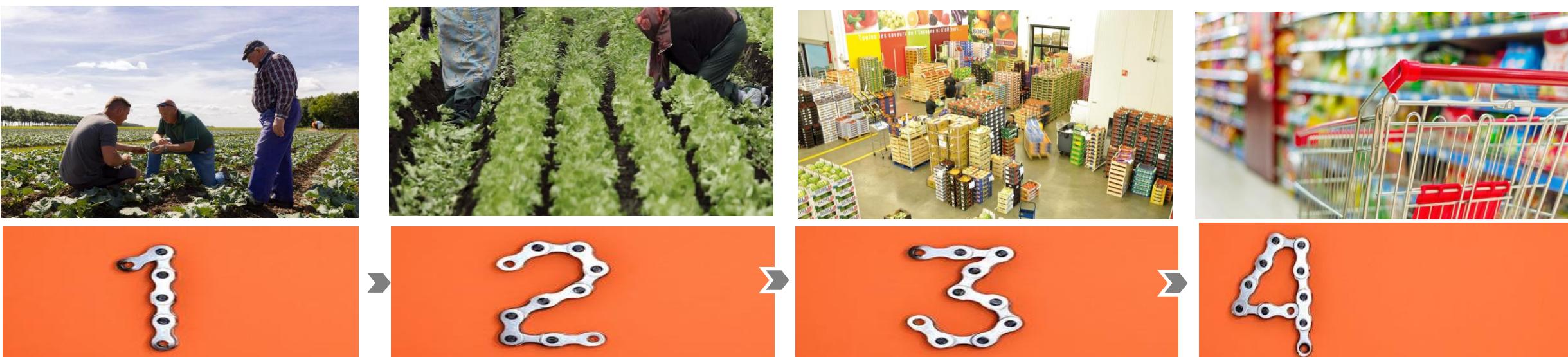
3.2 Optimiser l'identification québécoise des produits maraîchers du Québec

Mise en contexte

- Plusieurs initiatives ont été mises en place pour faciliter l'identification des produits québécois, comme les élastiques jaunes sur les asperges ou le logo d'Aliments du Québec. Cependant, il est crucial de réduire l'ambiguïté qui persiste encore souvent sur la provenance des légumes, notamment pour les produits en vrac vendus au détail. Les consommateurs doivent pouvoir identifier plus facilement la provenance des produits, quel que soit le type d'emballage utilisé.
- Certains lieux de commercialisation sont également moins spontanément associés à la vente de produits maraîchers québécois. Des actions pourraient être menées pour mieux en faire la promotion et l'identification.

Pistes d'actions potentielles

- Déployer un projet menant à faciliter l'usage de l'identifiant Aliments du Québec ou l'identification de la provenance locale (ex. élastique, étiquette) pour des produits maraîchers en vrac ou sans marque privée
- À partir de l'expérience de projets comme « Actions en magasins », explorer de nouvelles façons de faire de la sensibilisation et de la promotion des fruits et légumes du Québec en magasins au détail
- Faciliter la mise en place de projet-pilote entre de petits maraîchers et de petits détaillants indépendants/dépanneurs en région périphérique afin de mieux positionner les produits maraîchers du Québec dans ces lieux de commercialisation



AXE 4 : SOUTENIR UNE GOUVERNANCE DE FILIÈRE FAVORISANT UNE CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT QUÉBÉCOISE CONCERTÉE

En provoquant des ruptures de chaîne d'approvisionnement plus fréquentes et imprévisibles, les changements climatiques bousculent aussi les pratiques d'affaires. Or, la volonté d'une gestion de risques accrue face à ces situations peut se traduire par des prises de décision rapides et des choix de court terme, qui peuvent se faire au détriment de liens d'affaires qui unissent les maillons de la filière québécoise. Pour adopter une perspective de long terme en filière, qui bénéficie à l'ensemble des maillons et participe à sa rentabilité, il faut davantage soigner et pérenniser les relations d'affaires, comprendre les réalités respectives et se concerter dans la recherche de solutions. À l'aube de l'année 2025, la filière souhaitait ainsi mettre au cœur de son plan stratégique la mise en place d'une gouvernance plus saine et favorisant l'équilibre des rapports de force. Cette intention de la filière maraîchère se fait par ailleurs dans le contexte de la mise en place du code de conduite pour les produits d'épiceries, qui concourra aussi à plus d'équité, de transparence et de prévisibilité dans la chaîne.

4.1 Développer une culture de concertation et de collaboration au sein de la filière maraîchère québécoise

Mise en contexte

- Compte tenu des caractéristiques des produits (très grande diversité des produits, forte périssabilité, saisonnalité et concurrence variables des produits importés), le travail collaboratif présente davantage de défis dans la filière maraîchère. Aussi, de manière historique, les producteurs et les grossistes adoptent plus naturellement des stratégies individuelles pour faire face à la concurrence; que ce soit entre producteur et grossiste, mais tout autant entre producteurs. Pourtant, certains modèles d'affaires émergeant démontrent que la collaboration et le regroupement permettent d'équilibrer les rapports de force et de favoriser le partage des connaissances, bénéfique à long terme. Sans prétendre vouloir introduire des approches collectives à l'échelle du secteur, les acteurs de la filière souhaitent surtout développer dans les prochaines années une culture de concertation et de collaboration plus forte. Cela passe beaucoup par l'établissement de relations de confiance et la transparence des informations partagées, comme en témoignent les valeurs de travail retenues par la filière.
- Par ailleurs, le suivi et la mise en œuvre comme tels du plan stratégique, par le biais d'un comité représentatif de la filière, sont en soi un engagement majeur; d'autant plus que ce suivi en filière a représenté des défis lors de précédents exercices de planification.

Pistes d'actions potentielles

- Recenser et promouvoir les lieux et activités de réseautage actuels et les optimiser pour mieux rejoindre différents acteurs de la filière (ex. producteurs en démarrage, producteurs exportateurs, grossistes spécialisés vers le HRI, etc.) et atteindre différents objectifs (ex. réseautage entre producteurs) – Développer un calendrier annuel thématique.
- Organiser des visites en entreprise (champs, entrepôt, commerces de détail) pour éveiller les différents maillons aux réalités de leurs partenaires d'affaires.
- Définir le fonctionnement permettant un suivi de la mise en œuvre du plan stratégique (ex. tenir des rencontres annuelles statutaires avec reddition de compte) et le déploiement des valeurs identifiées (concertation, transparence, et confiance)