

équiterre



Mange-t-on plus local qu'on ne le pense dans les services de garde du Québec ?



AVANT-PROPOS

Cette étude a été réalisée par **Équiterre** avec la collaboration de l'Association des producteurs maraîchers du Québec (AMPQ) et JFL Consultants.

Sa publication a été possible grâce au soutien du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation, dans le cadre du programme Proximité, financé en vertu de l'Entente Canada-Québec Cultivons l'avenir 2, ainsi que la Table intersectorielle régionale en saines habitudes de vie (TIR-SHV) de la Montérégie, une initiative soutenue par Québec en Forme.

La contribution de plusieurs partenaires a été très précieuse tout au long du projet. Merci à tous les groupes et experts consultés dans la préparation de ce document notamment Benjamin Lefebvre (Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec), Yvan Roy (Association des producteurs maraîchers du Québec), Marie de Tarlé Salmon (Association québécoise de la distribution de fruits et légumes), Guy Milette (Courchesne Larose), Yves Laberge (Marc Laberge et Fils Inc.), Pierre Ouellette et Bianca Bécharde (Dubé Loiselle), Line Beaulieu (JG Rive-Sud), Céline Cordeau (Céline & Claude), Lyne Lapalme (CPE Tam Tam), Sylvie Filteau et Carole Lavoie (CPE Les Frimousses du fort), Annie Bourgault (CPE Tout doux), aux responsables alimentaires ayant répondu au questionnaire et à l'ensemble des services de garde participant au projet Croqu'Plaisir – Saveurs locales au menu du jour.

Coordination : [Murielle Vrins](#)

Recherche et rédaction : [Geneviève Chatelain](#)

Révision et validation : [Colleen Thorpe et Jean-Frédéric Lemay \(JFL Consultants\)](#)

Révision linguistique : [Camille Gagné-Raynauld](#)

Graphisme : [Diane Morin](#)

Photos : [Équiterre](#)

Équiterre . janvier 2017

TABLE DES MATIÈRES

	SOMMAIRE	• 4
	INTRODUCTION	• 6
	MISE EN CONTEXTE ET QUESTIONS	• 7
	Partie 1 : Révision des écrits	• 7
	1.1 Quels sont les critères d'achat ?	• 7
	1.2 Quels sont les facteurs qui influencent les prix ?	• 7
	1.3 Est-ce que manger local coûte plus cher ?	• 8
1.4	Quelle est la part des produits maraîchers québécois dans le marché institutionnel ? L'offre est-elle identifiée ?	• 9
	Partie 2 : Questions et méthodes	• 10
	2.1 Mise en contexte	• 10
	2.2 Méthodologie qualitative	• 11
	2.3 Méthodologie quantitative	• 11
	RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE	• 12
	Partie 3 : Le fonctionnement de la chaîne d'approvisionnement et ses enjeux	• 12
	3.1 Présentation du contexte externe	• 12
	3.2 La chaîne d'approvisionnement des CPE	• 14
	3.3 Le Marché central et la Place des producteurs	• 14
	3.4 Les grossistes	• 16
	3.5 Les distributeurs	• 17
	3.6 Les CPE	• 17
	ANALYSE DES RÉSULTATS	• 19
	Partie 4 : Quels sont les facteurs qui influencent le prix des produits ?	• 19
	4.1 Le budget, une contrainte à l'achat de produits locaux ?	• 20
	Partie 5 : La part des produits maraîchers locaux dans les CPE	• 21
5.1	Les fruits et les légumes du Québec : des produits de qualité de plus en plus disponibles	• 21
5.2	L'identification des produits du Québec	• 22
	CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS	• 24
	BIBLIOGRAPHIE	• 26
	ANNEXE - TABLEAU DES PERSONNES CONSULTÉES	• 27

SOMMAIRE

L'enjeu

Depuis quelques années, la consommation locale suscite un grand engouement. Cette pratique est encouragée par l'augmentation de la visibilité des produits québécois grâce, entre autres, au logo « Aliments du Québec » et au développement des réseaux de distribution alternatifs et des circuits courts, où les produits locaux sont à l'honneur. Cette tendance est également présente sur le marché institutionnel où l'alimentation locale a bénéficié d'un climat politique favorable, marqué par l'adoption de plusieurs politiques et cadres de références encourageant cette pratique. D'ailleurs, depuis 2012, à travers son projet *Croqu'Plaisir – Saveurs locales au menu des services de garde*, **Équiterre** accompagne une soixantaine de services de garde de la Montérégie dans leurs démarches en alimentation locale. Il existe donc un contexte favorable à l'augmentation de la part des achats locaux en fruits et légumes dans les institutions.

Parmi les barrières à cette croissance, le prix est souvent identifié par les milieux comme principal frein à l'achat. Les recherches comparant les paniers de consommation des ménages ne sont pas unanimes dans leurs conclusions. Toutefois, ces recherches portent sur les produits achetés chez les détaillants par les ménages et non sur les achats des institutions. Ainsi, le secteur institutionnel resterait à être mieux documenté pour valider le prix des fruits et légumes, ce qui permettrait de découvrir s'il s'agit réellement de la barrière importante à l'achat local.

Les questions de recherche

- Dans ce contexte, **Équiterre** a cherché à mieux comprendre :
- Le fonctionnement de la chaîne d'approvisionnement et la fixation des prix en saison pour le marché des centres de la petite enfance (CPE) ;
- Les facteurs de sélection des produits par les acheteurs ;
- La place que prend l'achat local en saison ;
- La différence de prix entre les produits locaux et non locaux, à qualité égale.

La méthode

Pour répondre aux questions, **Équiterre** a mené une enquête en trois temps :

1. Un questionnaire a été distribué aux CPE pour connaître leurs perceptions et les contraintes à l'achat local.
2. Des entrevues ont été réalisées avec les principaux acteurs de la chaîne d'approvisionnement pour mieux comprendre son fonctionnement.
3. Une enquête réalisée sur une période de 14 semaines (de la mi-août à la mi-novembre 2016) au cours de laquelle les prix de 12 fruits et légumes couramment utilisés en service de garde (pommes, melons cantaloup, courges, concombres, laitue, chou, carottes, oignons, brocolis, pommes de terre, tomates et épinards) ont été collectés auprès de quatre distributeurs.

Constats :

Concernant le fonctionnement de la chaîne d'approvisionnement et ses enjeux :

- Outre la vente directe aux CPE qui est moins courante, le producteur dispose de plusieurs autres moyens pour acheminer ses produits jusqu'aux CPE (marché central, grossistes, distributeurs, chaînes).
- En saison, les grossistes s'approvisionnent en majorité de produits du Québec, qu'ils achètent directement des producteurs ou sur la Place des producteurs du Marché central.
- Les distributeurs peuvent choisir ces deux sources ou encore s'approvisionner chez les grossistes.

Acteurs	Grossistes	Distributeurs	CPE
Critères d'achat	<ul style="list-style-type: none"> • Proximité des sources • Prix • Demandes des clients 	<ul style="list-style-type: none"> • Prix • Disponibilité des produits • Qualité • Caractéristiques des produits • Demandes des clients 	<ul style="list-style-type: none"> • Prix • Qualité (valeur nutritionnelle, fraîcheur) • Goût • Disponibilité des produits • Flexibilité et service offert • Relation avec le distributeur • Présence d'allergènes

Concernant les facteurs d'influence des prix :

- Les facteurs qui influencent les prix sont l'offre et la demande, la météo, le transport, la conjoncture politique et le dumping.
- Les facteurs qui influencent la demande sont le jour de la semaine, le revenu des CPE, le volume d'achat, la qualité et la fraîcheur des produits.
- Le prix est considéré comme un facteur de contrainte majeur à l'achat local. Pourtant, la plupart des acteurs de la chaîne d'approvisionnement s'accorde pour dire que les produits locaux sont moins chers en saison.
- La perception que les produits locaux sont plus dispendieux provient du positionnement des entreprises québécoises sur un marché de niche, de la marge bénéficiaire des détaillants et du phénomène du dumping.

Concernant la part des produits maraîchers locaux dans les CPE :

- En saison, les distributeurs achètent en moyenne **80 % de fruits et de légumes locaux**.
- La part des produits cultivés au Québec varie en fonction des produits et s'explique par des facteurs comme les caractéristiques du produit et sa conservation.
- Les produits du Québec sont hautement compétitifs.
- La proportion des fruits et des légumes achetés aux distributeurs qui proviennent du Québec (80 %) est largement supérieure à l'estimation produite par les responsables alimentaires (47 %).
- L'identification des produits du Québec est problématique chez les distributeurs et pourrait être responsable de cet écart.
- Les distributeurs évoquent un éventail de raisons pour justifier que la provenance des produits n'est pas indiquée, dont le manque de demande de la part de sa clientèle.

Recommandations

Afin d'augmenter la part des produits locaux au menu des CPE, Équiterre recommande de :

- Poursuivre l'éducation des responsables alimentaires et de la direction générale quant à l'offre de produits québécois, aux méthodes de conservation, à la saisonnalité et à leur compétitivité.
- Continuer à travailler avec les responsables alimentaires afin qu'elles exigent l'identification des produits québécois de leurs fournisseurs.
- Cultiver les relations entre les distributeurs et les responsables alimentaires. Le distributeur souhaite satisfaire sa clientèle qui doit pouvoir énoncer ses préférences. Le distributeur peut alors diriger les responsables alimentaires vers les produits les plus abordables ou d'autres catégories de produits. D'ailleurs, l'intégration des produits esthétiquement imparfaits peut être une solution pour réduire les coûts.
- Permettre une plus grande flexibilité des menus dans les CPE pour mieux intégrer la saisonnalité et la disponibilité des produits québécois.
- L'identification systématique de la provenance des aliments permettrait une meilleure traçabilité des aliments tout le long de la chaîne d'approvisionnement.
- Documenter l'impact du dumping sur les producteurs locaux.

INTRODUCTION

Par ses projets d'approvisionnement alimentaire institutionnel, **Équiterre** souhaite encourager l'alimentation saine, locale et durable au sein des établissements et des organisations du Québec. La réussite de ces différents projets tient de l'engouement pour l'approvisionnement local qui se fait sentir tant sur le plan de l'intérêt des institutions que dans l'engagement du gouvernement provincial. Depuis 2012, à travers son projet *Croqu'Plaisir – Saveurs locales au menu des services de garde*, **Équiterre** accompagne une soixantaine de services de garde de la Montérégie dans leurs démarches en alimentation locale. Alors que le prix est souvent identifié par les milieux comme principal frein à l'achat local, **Équiterre** a voulu creuser la question et a cherché à : mieux comprendre la chaîne d'approvisionnement et le processus de fixation des prix en saison ; connaître les facteurs de sélection des produits par les acheteurs ; déceler les facteurs qui influencent les prix ; savoir quelle place prend l'achat de produits locaux en saison et enfin découvrir si les produits sont ultimement plus chers ou moins chers à qualité égale.

Initialement, nous souhaitions répondre à ces questions en comparant le prix des aliments locaux et celui de leurs équivalents d'autres provenances, en fonction des différents canaux de distribution. Nous avons alors constaté qu'il nous serait impossible de comparer les prix des produits locaux et des produits importés pour chaque canal de distribution. Les distributeurs n'achètent pas le produit québécois et son équivalent d'une autre provenance; ils offrent un des deux produits uniquement. Quant aux grossistes, ils s'approvisionnent en majorité de produits du Québec en saison. Autrement dit, les grossistes n'importent pas les produits sélectionnés pour notre enquête. Seules des quantités dérisoires des produits équivalents sont importés pour satisfaire la demande de certains clients qui nécessitent des produits aux caractéristiques spécifiques. De plus, en règle générale, la disponibilité d'un produit au Québec rend son prix plus compétitif que son équivalent importé grâce aux coûts de transport. Ces informations remettent en cause la pertinence d'une comparaison entre les prix des produits locaux et importés, mais nous permettent de répondre à la question « Est-ce avantageux pour les CPE d'acheter des fruits et des légumes du Québec ? ». Cette démarche permet également de dresser un portrait plus représentatif de la proportion de produits maraîchers locaux dans les CPE, par le questionnement sur l'origine des perceptions quant à leurs prix. Ce rapport vise à informer quelconque institution envieuse de se lancer dans une démarche d'approvisionnement local, mais dont l'a priori de prix trop élevés aurait tendance à décourager.

Le rapport débute par une recension des écrits permettant de faire un bilan sur les aspects essentiels de l'alimentation institutionnelle locale. Ensuite, après avoir présenté la méthodologie, la chaîne d'approvisionnement des CPE est analysée. Ensuite, les principaux facteurs qui influencent les prix, de même que les perceptions liées aux prix des produits locaux et leurs origines, sont présentés. Nous terminons par la présentation des résultats d'une enquête réalisée sur une période de 14 semaines (de la mi-août à la mi-novembre 2016), pendant laquelle nous avons collecté les prix de 12 fruits et légumes couramment utilisés dans les CPE (pommes, melons cantaloup, courges, concombres, laitue, chou, carottes, oignons, brocoli, pommes de terre, tomates et épinards) auprès de quatre distributeurs. Les données recueillies permettent de dresser un portrait de la présence et de la compétitivité des produits québécois dans les milieux.

MISE EN CONTEXTE ET QUESTIONS

Être familier avec le fonctionnement de la chaîne d'approvisionnement alimentaire institutionnelle permet de mieux comprendre le mécanisme de fixation des prix. Entre quels acteurs transitent les aliments importés ? Quel voyage font-ils avant de se retrouver dans l'assiette d'un enfant ?

Partie 1 : Révision des écrits

1.1 Quels sont les critères d'achat ?

Pour comprendre l'achat local, il est important d'analyser le processus décisionnel entourant l'achat d'aliments, notamment les critères de l'acheteur. Sur le marché institutionnel, force est de constater que la provenance n'est toujours pas considérée comme un facteur de sélection significatif. Le prix reste le critère d'achat le plus important. Les institutions, indépendamment de leur mode de gestion, doivent respecter un coût maximum par assiette (MARCON 2011, MAPAQ 2014, CIBÎM 2015). D'autres critères sont également mis de l'avant (Québec, MAPAQ 2014, 23) :

- La qualité (fraîcheur, salubrité, valeur nutritive, goût, cuisson, constance, texture);
- Les besoins et les préférences des clientèles;
- Le volume et la disponibilité;
- Le format du produit et son emballage.

L'ordre d'importance des critères diffère selon les segments du marché institutionnel. Selon le Conseil des Industries Bioalimentaires de l'Île de Montréal (CIBÎM), les critères d'achat des CPE sont la qualité des aliments (80 %), le prix (75 %) et la valeur nutritionnelle (68%).

1.2 Quels sont les facteurs qui influencent les prix ?

En matière d'**offre**, le prix des produits maraîchers est conditionné par de nombreux facteurs (Freshfel 2011, 1):

- Les conditions climatiques (pluie, sécheresse, ensoleillement, gel, vague de chaleur, etc.) qui affectent le volume disponible sur le marché et la qualité;
- Les risques phytosanitaires (parasites, bactéries, etc.);
- Le moment de la saison qui affecte l'abondance;
- Les différences d'offre entre les régions et les pays;
- Les pénuries ou les surplus.

Ces facteurs sont les mêmes au niveau de l'offre mondiale. Par contre, pour les produits importés, des facteurs supplémentaires s'ajoutent comme les frais de transport, le taux de change et le coût de l'énergie (Robitaille 2015, 1).

Au **niveau de la demande**, les facteurs d'influence des prix des fruits et légumes frais sont (Freshfel 2011, 1-2):

- La variété;
- Le calibre du produit;
- L'emballage;
- La marque;
- La maturité du produit;
- Le lieu d'achat et la mise en marché;
- La situation économique générale et le pouvoir d'achat du consommateur;
- La demande pour des produits concurrents;
- L'évolution des préférences des consommateurs.

1.3 Est-ce que manger local coûte plus cher ?

Les études qui comparent les prix des produits alimentaires locaux à ceux d'autres provenances portent principalement sur les paniers consommés par les ménages. Une étude menée par le Leopold Center for Sustainable Agriculture's Marketing and Food Systems d'Aimes en Iowa compare aussi ces prix pour différents canaux de distribution. Les résultats démontrent qu'en saison, les produits locaux disponibles dans les marchés fermiers sont compétitifs, en comparaison avec les mêmes produits non-locaux présents dans les supermarchés (Pirog et McCann 2009, 13). En s'appuyant sur une démarche similaire, une étude menée par l'Université de Waterloo en Ontario est arrivée à la conclusion qu'aucune preuve ne permet d'affirmer que les produits locaux sont plus chers. L'attribut « local » a un effet dont la teneur et la portée dépend du produit (Donaher 2012, 65). Au Québec, des exercices de comparaison de paniers, l'un contenant des produits locaux et l'autre l'équivalent en produits importés, arrivent à des résultats contradictoires. En 2015, LE must magazine s'est livré à ce type d'exercice, démontrant que le panier du Québec est presque 3 % moins cher que le panier composé d'aliments importés (LE must magazine 2015). Pourtant, un exercice semblable réalisé par le Journal de Québec à l'été 2016 aboutit à la conclusion inverse. On y établit que le panier composé des aliments du Québec est 25 % plus cher que celui avec les équivalents importés (Journal du Québec 2016). Étant donné que les détaillants ont un pouvoir important sur les prix à cause des marges de profits réalisés sur la vente des différents produits, il demeure important de se questionner sur la possibilité de faire un transfert de conclusions entre le marché de détail et le marché institutionnel. La recension des écrits nous porte à émettre l'hypothèse que ce transfert est peut-être problématique et qu'il expliquerait la perception des coûts plus élevés pour les produits locaux dans les milieux institutionnels.

Alors que la recherche quantitative sur les prix est limitée, la perception que l'achat local est plus dispendieux est répandue dans la littérature (Donaher 2012, 27). Le prix est identifié comme une barrière pour l'achat de produits locaux par la plupart des acteurs de la chaîne d'approvisionnement et des secteurs du marché institutionnel (Knight et Chopra 2013). D'ailleurs, 73 % des CPE citent ce facteur comme leur principal obstacle vers le choix de ces aliments (CIBÎM 2015, 58). Pourtant, une vaste consultation menée auprès de plusieurs acteurs de la chaîne d'approvisionnement du marché institutionnel québécois établit que « lorsqu'on compare les fruits et les légumes de même qualité et calibres à ceux d'autres provenances, les prix sont équivalents ou inférieurs en saison, mais supérieurs hors saison » (MARCON 2011, 20). Les coûts de production entre le Québec, la Californie, le Michigan, l'État de Washington, le Mexique et le Chili étant comparables, les produits québécois se distinguent en raison des frais de transport moins importants (MARCON 2011, 20). De plus, comparativement à leurs équivalents d'autres provenances, les fruits et les légumes frais du Québec sont supérieurs au niveau du goût, de la fraîcheur, de la qualité et du mûrissement. Cependant, ils sont considérés comme moins compétitifs pour ce qui est de la sécurité et l'innocuité alimentaire, de la durée de conservation, des types de format et de l'uniformité sur le plan de la qualité et du format (MARCON 2011,18).

1.4 Quelle est la part des produits maraîchers québécois dans le marché institutionnel ? L'offre est-elle identifiée ?

Une étude a été réalisée en 2011 par la firme conseil Marcon spécialisée en recherche marketing, stratégie et gestion pour le compte des Tables filières des productions maraîchères, de la serriculture maraîchère et de la pomme. Celle-ci propose une estimation de la part des produits frais cultivés au Québec achetés par des intermédiaires et des utilisateurs des secteurs de l'hôtellerie et de la restauration (HR), comprenant des grossistes et des distributeurs, des restaurants à nappe blanche, des restaurants hôteliers, des traiteurs, des restaurants familiaux indépendants et des chaînes de restaurants. Les résultats sont résumés dans le tableau ci-dessous (MARCON 2011,35).

Tableau 1. Part des produits cultivés au Québec

Produits	Choux	Carottes	Oignons	Pommes	Laitues	Poivrons	Brocolis	Fraises	Concombres	Framboises	Tomates	Bleuets	Canneberges
Part cultivée au Québec	80 à 100 %	80 à 100 %	40 à 50 %	25 %	25 %	25 %	25 %	15 à 20 %	2 à 20 %	10 à 15 %	10 %	5 à 10 %	4 à 8 %

Cependant, l'étude n'inclut pas de CPE. À notre connaissance, aucune étude ne s'est attardée à la proportion des produits maraîchers locaux dans les CPE du Québec. Tout comme les consommateurs, les acheteurs du réseau institutionnel souhaiteraient pouvoir repérer rapidement les produits du Québec (MAPAQ 2014, 20). Seuls les grossistes et les distributeurs ont une connaissance éclairée de la provenance des produits achetés. Pour les autres acteurs de la chaîne d'approvisionnement, la proportion de produits du Québec est souvent basée sur les perceptions, sauf lors d'un approvisionnement direct chez le producteur (MARCON 2011, 16).

En somme, la littérature existante nous apprend que :

1. La provenance n'est pas un critère d'achat significatif sur le marché institutionnel et le prix demeure le facteur le plus important
2. Le prix des aliments est influencé par une multitude de facteurs, tant au niveau de l'offre que de la demande.
3. Il est difficile de comparer le prix des produits locaux à leurs équivalents d'autres provenances et les études et les exercices parviennent à des conclusions différentes.
4. La perception que l'achat local est plus dispendieux est bien ancrée chez les acteurs de la chaîne d'approvisionnement.
5. La part des produits frais cultivés au Québec chez les intermédiaires et les utilisateurs du secteur HR dépend largement du produit à l'étude.
6. Sauf chez les grossistes et les distributeurs, ce sont essentiellement les perceptions qui informent les individus sur la proportion de produits du Québec achetés par les acteurs de la chaîne d'approvisionnement..

Toutefois, les études ne permettent pas de répondre aux questions suivantes :

1. Est-ce que les prix des produits locaux sont compétitifs par rapport à ceux des produits d'autres provenances sur le marché institutionnel ?
2. Quelle est la proportion des produits maraîchers du Québec dans l'approvisionnement des CPE ?

Cette étude visera donc à documenter un peu plus ces questions.

Partie 2 : Questions et méthodes

2.1 Mise en contexte

Le prix des aliments est souvent invoqué comme obstacle à l'achat de produits locaux. Toutefois, aucune étude concernant le marché institutionnel ne confirme cette perception. Pour pallier à ce manque, **Équiterre** souhaitait effectuer une analyse de prix pour répondre à plusieurs questions :

1. Comment fonctionne la chaîne d'approvisionnement ? Quels sont les mécanismes de fixation des prix ? Quels sont les critères d'achat ?
2. Quels sont les facteurs qui influencent les prix ?
3. Quelle est la proportion des fruits et des légumes du Québec actuellement achetés par les CPE à l'étude ?
4. Est-ce avantageux pour les services de garde d'acheter des fruits et des légumes du Québec en saison ?

Initialement, le but était de répondre à ces questions en comparant les prix des aliments locaux avec leurs équivalents d'autres provenances, en fonction des différents canaux de distribution. Cette comparaison aurait été effectuée pour deux périodes de l'année différentes (en saison et hors saison). Nous avons alors constaté qu'il nous serait impossible de comparer les prix des produits locaux et des produits importés pour chaque canal de distribution. Cela s'explique par le fait que les distributeurs n'achètent pas un produit québécois et son équivalent importé; ils en offrent un des deux seulement. Généralement, les distributeurs choisissent le produit ayant le prix le plus bas et ce, peu importe la provenance¹.

À la suite de cette constatation, nous nous sommes tournés vers le Marché central afin d'obtenir le comparatif des prix pour les produits provenant de l'extérieur du Québec. Malheureusement, l'Association des producteurs maraîchers du Québec (APMQ) gère uniquement la Place des producteurs où seulement des produits québécois sont vendus. Les grossistes situés au Marché central sont gérés de façon totalement indépendante de l'APMQ, qui n'était donc pas en mesure de nous fournir les prix importés demandés.

Poursuivant notre enquête pour trouver les prix des produits importés, nous nous sommes cette fois-ci tournés vers les grossistes, qui n'étaient pas inclus dans l'analyse de prix à la base. Nous avons obtenu la coopération d'un grossiste et grâce à une entrevue, nous avons appris que ceux-ci s'approvisionnent en majorité de produits québécois en saison (ce qui correspond approximativement à notre période de collecte). Autrement dit, les grossistes n'importent pas les produits sélectionnés pour notre étude. Seules des quantités dérisoires des produits équivalents sont importés pour satisfaire la demande de certains clients qui nécessitent des produits aux caractéristiques spécifiques. Par exemple, certains clients réclament de la salade Iceberg de la Californie en plein été. À ce moment, le grossiste commandera 200 caisses de cette salade sur un total de 3000 caisses. Le reste sera acheté sur le marché local. De plus, en règle générale, la disponibilité d'un produit au Québec rend son prix plus compétitif en considérant les économies en coûts de transport.

Ces informations remettent en cause la pertinence d'une comparaison entre les prix des produits locaux et importés, mais nous permet de répondre à la question « Est-ce avantageux pour les CPE d'acheter des fruits et des légumes du Québec ? ». De plus, cette démarche permet de dresser un portrait plus représentatif de la proportion de produits maraîchers locaux dans les CPE. Elle nous amène à nous pencher sur l'origine des perceptions quant à leurs prix.

Pour répondre à ces questions, nous avons utilisé deux méthodes :

1. Une approche qualitative visant à mieux comprendre le fonctionnement de la chaîne d'approvisionnement;
2. Une approche quantitative visant à comparer les prix et à identifier la part des produits locaux achetés.

¹ 1. Nous verrons un peu plus loin l'équation complète menant au choix d'un produit, qui inclut d'autres facteurs que le prix.

2.2 Méthodologie qualitative

Nous avons distribué un questionnaire papier à 20 responsables en alimentation lors de deux rencontres du Regroupement des centres de petite enfance de Montérégie (RCPEM), les 17 et 29 avril 2016. Ce questionnaire visait à confirmer la liste des fruits et légumes choisis pour l'étude, à connaître les formats d'achats de ces derniers et à obtenir un aperçu des différentes perceptions sur le coût des produits locaux selon les saisons.

Des entrevues menées auprès de plusieurs acteurs de la chaîne d'approvisionnement nous ont permis de faire une analyse et d'élaborer une cartographie des acteurs qui y jouent un rôle. Notre présentation de la chaîne alimentaire institutionnelle n'est pas exhaustive. Certains acteurs présents dans la cartographie ne sont pas présentés puisque leur analyse déborde du cadre du présent rapport (notamment la William COOP et les épiceries).

Les personnes interviewées représentent des organisations et des entreprises qui ont un rôle important dans la chaîne d'approvisionnement ou encore une influence sur celle-ci.

Les entretiens ont porté sur les aspects suivants :

- Les caractéristiques de l'organisation ou de l'entreprise dont l'intervenant fait partie : son rôle dans la chaîne d'approvisionnement, son fonctionnement et ses activités;
- L'importance des produits québécois pour l'organisation ou l'entreprise;
- Les enjeux liés à l'alimentation locale.

Enfin, une visite chez un grossiste le 2 décembre dernier nous a permis de valider certaines informations concernant cette catégorie d'acteurs. Cette visite s'est effectuée dans le cadre d'une activité organisée par l'Association québécoise de la distribution de fruits et légumes (AQDFL) et visait à présenter un circuit de commercialisation de fruits et de légumes du Québec.

2.3 Méthodologie quantitative

Afin de répondre à notre questionnement qui concernait la proportion de produits maraîchers locaux disponibles dans les services de garde, nous avons utilisé les informations transmises par les distributeurs pour dresser un portrait plus clair de la provenance des fruits et légumes du Québec dans les CPE. L'enquête a été réalisée sur une période de 14 semaines, soit de la mi-août à la mi-novembre. La collecte de données a été circonscrite aux régions de Montréal et de la Montérégie. L'analyse a porté sur la disponibilité de 12 fruits et légumes couramment utilisés en service de garde (melons cantaloup, pommes, brocolis, concombres, courges, laitues, choux, carottes, oignons, pommes de terre, tomates et épinards)². La sélection a été effectuée à partir des réponses des services de garde à un questionnaire sur leurs habitudes de consommation de fruits et légumes.

Entre le 15 août 2016 et le 18 novembre 2016, nous avons recueilli les prix et la provenance des 12 fruits et légumes de référence auprès de :

- L'Association des producteurs maraîchers du Québec pour la Place des producteurs au Marché central de Montréal (producteurs locaux conventionnels);
- Quatre distributeurs;
- Les producteurs locaux biologiques.

Pour l'AMPQ, la collecte hebdomadaire des prix s'est effectuée par courriel ou par téléphone, selon les préférences de chacun. Pour les producteurs locaux biologiques, les prix ont été recueillis grâce à la veille de prix du Réseau des fermiers de famille d'Équiterre. Le grossiste nous a également remis une liste de prix lors d'une entrevue en novembre.

■ 2. Melons cantaloup, pommes, brocolis, concombres anglais, courge musquée, laitue frisée verte, chou vert, carottes, oignons jaunes, pommes de terre, tomates et bébés épinards.

Il est important de noter que pour les raisons mentionnées précédemment, les prix n'ont pas été utilisés pour effectuer des comparaisons. De plus, plusieurs de ces acteurs s'approvisionnent au même endroit. Par exemple, la comparaison entre les prix de la Place des producteurs et des grossistes s'avère inutile puisque les grossistes s'approvisionnent auprès de producteurs qui sont susceptibles de se retrouver sur la Place des producteurs. La comparaison entre les prix de la Place des distributeurs et des distributeurs est également inutile puisque ces derniers s'approvisionnent chez les grossistes ou directement sur la Place des producteurs. Enfin, toutes les comparaisons avec les prix des produits des fermiers de famille ont été écartées. Cela s'explique par le fait que les produits biologiques offrent une valeur ajoutée et impliquent souvent des coûts de production plus élevés (Option consommateurs 2012, 72).

RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE

Partie 3 : Le fonctionnement de la chaîne d'approvisionnement et ses enjeux

3.1 Présentation du contexte externe

Les tendances sociétales : la popularité grandissante de l'achat local

Manger local attire de plus en plus de personnes désirant consommer des aliments plus goûteux et plus sains, mais également soucieuses de préserver l'environnement et d'encourager l'économie locale. En effet, les Québécois portent une attention grandissante aux questions environnementales et éthiques relatives aux processus de production et à la provenance des aliments (Québec, MAPAQ 2015, 11). Selon le vaste sondage réalisée par l'Observatoire de la Consommation Responsable, « l'origine des produits semble mobiliser les consommateurs alors que près des deux tiers des répondants mentionnent que le lieu de fabrication constitue un critère très important lors de l'achat de produits alimentaires » (Durif and Boivin 2016, 16). Depuis 2010, l'achat local est en progression de 2.2 points de pourcentage (Durif and Boivin 2016, 10). Les produits maraîchers locaux ont la cote puisqu'ils se classent en tête du classement des 20 produits écoresponsables déclarés les plus achetés, cette fois-ci juste derrière les sacs d'épicerie réutilisables. On y retrouve les fraises, les tomates, les pommes, la laitue et des produits transformés comme la confiture et les jus de fruits produits localement (Durif and Boivin 2016, 15). Ainsi, depuis plusieurs années, la part des aliments produits localement dans les assiettes québécoises a augmenté. On estime que plus de la moitié (53 %) des achats en alimentation des Québécois proviennent de producteurs et de transformateurs du Québec (Québec, MAPAQ 2015, 66).

Plus de 7 000 produits arborent le logo « Aliments du Québec »³, ce qui contribue largement à l'augmentation de la visibilité des aliments locaux. En effet, le logo aurait une grande influence sur le choix des produits alimentaires des consommateurs québécois (Durif and Boivin 2016, 17).

Enfin, les réseaux de distribution alternatifs et les circuits courts mettant à l'honneur les produits locaux gagnent en popularité, ce qui renforce d'autant plus la tendance (Québec, MAPAQ 2013, 24). On pense entre autres aux kiosques, aux marchés publics, à l'achat direct à la ferme et aux projets d'agriculture soutenue par la communauté (ASC).

Le contexte politique

Le climat politique des dernières années s'est avéré favorable à l'alimentation locale sur le marché institutionnel. D'ailleurs, il a été marqué par l'adoption de plusieurs politiques et cadres de références encourageant cette pratique, notamment le Plan d'action gouvernemental pour la promotion des saines habitudes de vie et de prévention des problèmes liés au poids (2006-2012), Gazelle et Potiron, la Politique sur la souveraineté alimentaire et la Stratégie de positionnement des aliments du Québec sur le marché institutionnel (SPAQMI).

3. Aujourd'hui, plus de 17000 produits arborent le logo «Aliment du Québec» ou «Aliments préparés au Québec», alors qu'on en comptait moins de 5000 il y a 5 ans.

Plan d'action gouvernemental pour la promotion des saines habitudes de vie et de prévention des problèmes reliés au poids (2006-2012)

En 2006, plusieurs ministères et organismes ont travaillé en concertation afin d'élaborer le Plan d'action gouvernemental pour la promotion des saines habitudes de vie et de prévention des problèmes reliés au poids (2006-2012). L'objectif était de permettre aux Québécoises et aux Québécois de vivre dans des environnements qui favorisent l'adoption et le maintien de saines habitudes de vie, principalement d'un mode de vie physiquement actif et d'une saine alimentation, contribuant ainsi à améliorer leur qualité de vie. Il reconnaissait également qu'une « alimentation de proximité et des circuits courts entre producteurs et consommateurs devraient contribuer à l'approvisionnement en produits frais tout en sensibilisant le consommateur à la saine alimentation » (Gouvernement du Québec 2006, 19).

Gazelle et Potiron

Dans le cadre du Plan d'action gouvernemental, plusieurs ministères ont adopté des cadres de référence fournissant aux établissements une orientation favorable à l'alimentation et l'approvisionnement local. C'est ainsi qu'en 2014, le ministère de la Famille a lancé *Gazelle et Potiron*, un cadre de référence pour les services de garde éducatifs à l'enfance. Celui-ci encourageait la création d'environnements favorables à une saine alimentation, au jeu actif et au développement moteur. La définition d'une saine alimentation utilisée dans le cadre de référence englobe les principes de développement durable et rappelle que les choix entourant l'alimentation comportent des retombées économiques et environnementales (Québec, MFA 2014, 27). La réalisation d'un potager y est encouragée en tant qu'activité associée à la découverte des aliments, ce qui permet de créer un contexte propice à une saine alimentation. Le potager est aussi proposé comme solution permettant de réduire le coût de l'approvisionnement. L'achat local est mis de l'avant par le biais d'un cas fictif où un service de garde souligne l'aménagement d'un nouveau potager en y invitant des membres de la communauté et des producteurs locaux (Québec, MFA 2014, 21). Enfin, les services de garde sont invités à choisir des fruits et des légumes de saison, tant pour leurs avantages au niveau du goût que pour ceux du point de vue économique. L'influence de *Gazelle et Potiron* sur l'approvisionnement des services de garde interrogés est limitée.

La politique sur la souveraineté alimentaire

En mai 2013, le gouvernement québécois lançait sa politique sur la souveraineté alimentaire. Un de ses objectifs était d'accroître la proportion d'aliments locaux dans l'alimentation des Québécois, notamment par le biais de l'augmentation d'entreprises québécoises du secteur bioalimentaire sur le marché institutionnel.

La Stratégie de positionnement des aliments du Québec sur le marché institutionnel (SPAQMI)

En décembre 2013, le Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec a lancé la Stratégie de positionnement des aliments du Québec sur le marché institutionnel (SPAQMI). Elle vise à développer les capacités des entreprises bioalimentaires québécoises afin qu'elles puissent intégrer le marché institutionnel. Sa mise en oeuvre repose sur la conclusion d'ententes de collaboration régionales entre les organismes publics et les partenaires de l'industrie bioalimentaire de chaque région du Québec, dans le but de réaliser un diagnostic régional sur l'approvisionnement dans les institutions et d'élaborer un plan d'action sur le positionnement des aliments locaux sur le marché institutionnel.

Elle se déploie autour de quatre grands objectifs :

- Arrimer la demande du marché institutionnel à l'offre de produits alimentaires québécois;
- Qualifier les entreprises bioalimentaires dans leurs activités de commercialisation;
- Accroître l'information disponible sur les produits certifiés par Aliments du Québec dans le marché institutionnel;
- Participer à la démarche de développement durable de la société québécoise en favorisant l'approvisionnement responsable dans les procédures d'achat d'aliments.

La SPAQMI porte un message fort qui témoigne de l'engagement du gouvernement québécois envers l'achat local. Cependant, aucune obligation n'est rattaché à l'initiative. Plutôt, le MAPAQ travaille avec les entreprises bioalimentaires québécoises qui désirent pénétrer le marché institutionnel. Par exemple, des ententes ont été prises avec des grands distributeurs au Québec pour identifier les produits du Québec. Malheureusement, les ententes ont vacillé devant l'ampleur des défis techniques.

De plus, les moyens d'action mis en place par la SPAQMI doivent être conformes aux obligations du Québec en matière de commerce interprovincial et international. Ces accords rendent illégal la pratique de discriminer un produit sur la base de sa provenance. Les principaux accords qui lient le Québec sont :

- Accord sur le commerce intérieur (ACI);
- Accord de commerce et de coopération entre le Québec et l'Ontario (ACCQO);
- Accord de libéralisation des marchés publics du Québec et du Nouveau-Brunswick (AQNB 2008);
- Entente entre le gouvernement du Québec et le gouvernement de l'Ontario sur la mobilité de la main-d'oeuvre et la reconnaissance de la qualification professionnelle, des compétences et des expériences de travail dans l'industrie de la construction (2006) (EQO2006);
- Accord intergouvernemental sur les marchés publics entre le gouvernement du Québec et le gouvernement de l'État de New York (AQNY);
- Accord sur les marchés publics de l'OMC (AMP)⁴.

3.2 La chaîne d'approvisionnement des CPE

Les entrevues réalisées avec les principaux acteurs de la chaîne d'approvisionnement des CPE nous ont permis de schématiser cette chaîne. Elle se définit comme le « flux des produits et de l'information le long des processus logistiques à partir de l'achat des matières premières jusqu'à la livraison des produits finis au consommateur. La chaîne d'approvisionnement inclut tous les fournisseurs de service et les clients » (FAQ Logistique 2016). Dans le cas présent, elle comprend plusieurs types d'acteurs regroupés selon leurs activités : les producteurs, les intermédiaires, (grossistes, distributeurs, Marché central), les épicerie, le regroupement d'achat William COOP et les CPE. Comme nous démontre le schéma I, en saison, les producteurs locaux peuvent vendre leurs produits sur la Place des producteurs, aux grossistes, aux distributeurs, aux épicerie ou encore directement aux CPE. Les grossistes s'approvisionnent majoritairement des producteurs locaux soit en traitant directement avec eux, soit par l'entremise de la Place des producteurs du Marché central. Quant aux distributeurs, ils peuvent s'approvisionner directement des producteurs locaux, sur la Place des producteurs ou encore chez les grossistes. La majorité des produits sélectionnés sont donc cultivés au Québec.

3.3 Le Marché Central et la Place des producteurs

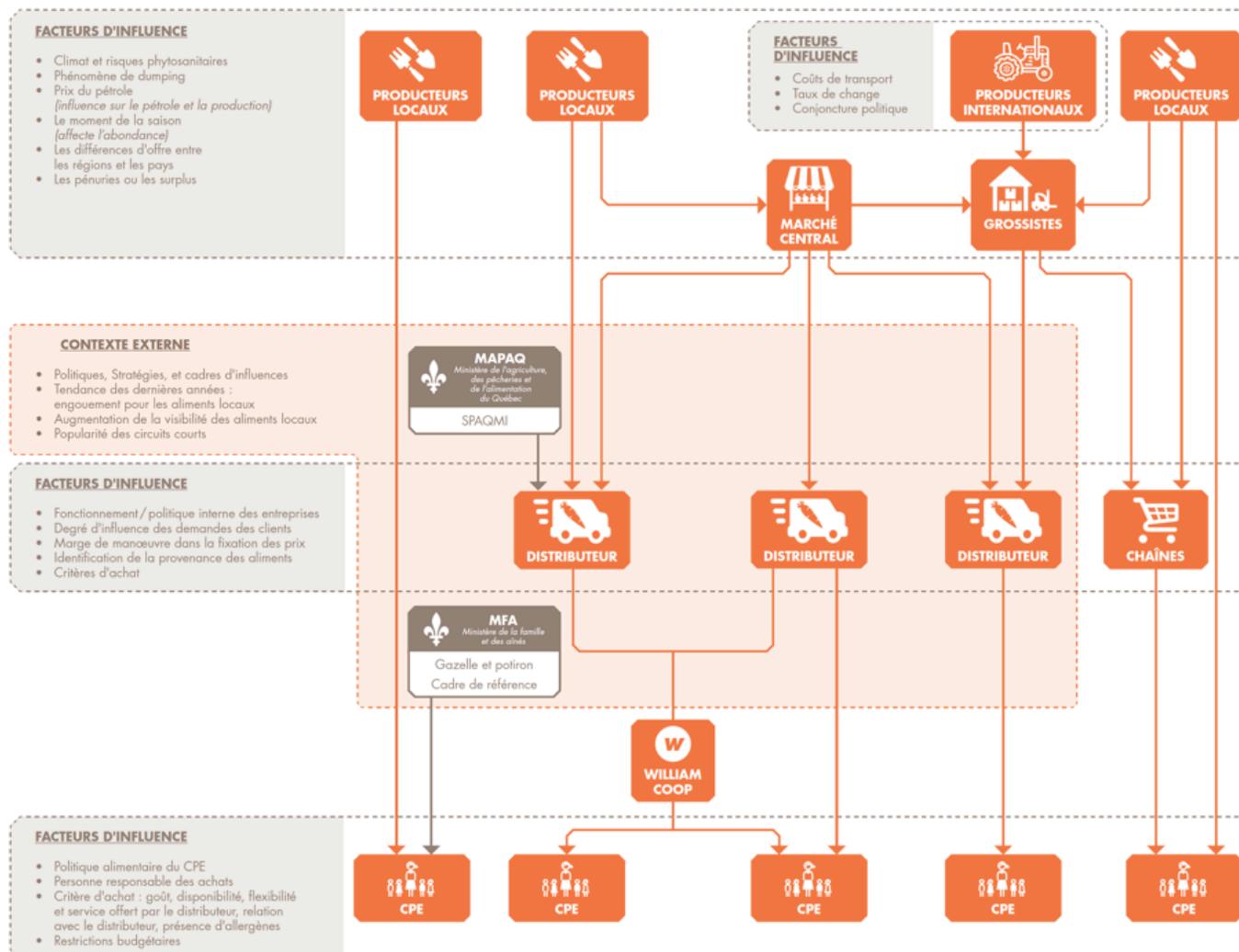
Situé à Montréal, le Marché central est une plaque tournante pour la vente de fruits et de légumes. Il regroupe 150 producteurs locaux et trois grossistes : Gaëtan Bono Fruits et Légumes, Dagenais Pierre & Fils Inc et Essex Continental Inc. Séparés physiquement des grossistes, la Place des producteurs offre uniquement des produits du Québec. Elle est donc ouverte pendant la saison de production québécoise, qui s'échelonne habituellement de mai à octobre, selon la température. Quant aux grossistes, ils sont ouverts à l'année et offrent des produits de provenances variées. Cette section s'attarde plus précisément à la Place des producteurs et le fonctionnement des grossistes sera expliqué dans la prochaine section.

Le Marché central est opéré par l'Association des producteurs maraîchers du Québec (AMPQ). Cette dernière s'occupe de louer les espaces de la Place des producteurs afin que ces derniers puissent y faire du commerce. La Place des producteurs offre à sa clientèle un choix de plus de cinquante produits provenant exclusivement du Québec. Cette clientèle est composée de fruiteries, de marchés publics, de restaurateurs, de distributeurs et de grossistes. On y retrouve donc une grande concentration de produits et de producteurs, dans un volume intéressant. À ce titre, le Marché central agit comme facilitateur entre les producteurs locaux et les acheteurs.

Pendant la saison, les producteurs locaux arrivent à l'espace qui leur est assigné vers 23h avec les produits qu'ils ont généralement cueillis le jour même. À partir de 23h30 jusqu'à 6h ou 7h le lendemain matin, les clients abondent sur la Place des producteurs. La plupart des producteurs tiennent une liste de clients réguliers qui font des précommandes. Ces précommandes représentent environ 70 à 80 % du stock des producteurs. Dépendamment de la relation qu'entretiennent l'acheteur et le vendeur, le prix peut être fixé à l'avance, ou les produits seront uniquement réservés et vendus ensuite au prix du jour. Dans le cas où les prix sont fixés à l'avance, mais que surviennent de grandes variations, des négociations se tiendront en fonction de l'offre des autres producteurs et des autres acteurs de la chaîne de d'approvisionnement. Ces négociations nécessitent que les deux acteurs soient à l'affût des prix.

■ 4. La liste provient du CIBÎM (CIBÎM 2015, 95) et corrobore les informations tirées de l'entrevue avec Benjamin Lefebvre du MAPAQ.

LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT DES CPE



3.4 Les grossistes

Les grossistes sont des intermédiaires dans la chaîne d'approvisionnement. On peut définir cet acteur comme un « marchand qui achète des produits en grande quantité des producteurs et des importateurs pour les revendre en quantités variables à des commerçants, à des utilisateurs industriels ou à des collectivités selon leurs besoins » (Québec, MAPAQ 2015). Il en existe plusieurs types, généralement divisés selon les types d'activités de l'entreprise. Par exemple, un grossiste pourrait à la fois être un importateur, un exportateur et un distributeur. Leur clientèle varie en fonction de cette classification et peut compter des détaillants, des fruiteries, des distributeurs et des acteurs de l'industrie de la transformation.

Dépendamment du volume d'achat, les grossistes achètent leurs produits à des intermédiaires ou directement aux producteurs. Ainsi, les plus gros joueurs transigent directement avec les producteurs. Certains grossistes touchent donc à l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement.

Le premier critère de sélection des sources d'approvisionnement est la proximité. Les coûts de transports et le taux de change font augmenter les prix de façon importante. Tout ce qui est disponible localement est donc, règle générale, meilleur marché. Les produits sont également sélectionnés en fonction des demandes des clients. Bien que certains détaillants pour des raisons commerciales demandent de la salade ou des fraises de la Californie durant la saison où les mêmes produits sont disponibles au Québec, la majorité de la clientèle recherche des produits locaux.

En saison, le grossiste s'approvisionne directement auprès de producteurs locaux. Pour les produits qui ne sont pas disponibles au Québec toute l'année, ou ceux qui ne sont pas cultivés ici, l'approvisionnement se base sur un cycle saisonnier et chaque produit possède un cycle différent.

Considérons deux exemples pour illustrer ces propos :

	La salade Juin à octobre (selon la variété) : Québec Octobre à février : Californie Février à mai : Sud de la Californie, Floride, Nord du Mexique		Orange navel Novembre à mars : Californie Mars- Avril : Maroc Mai à septembre : Afrique du sud, le Chili, le Pérou, l'Argentine
--	--	---	---

L'achat de fruits et de légumes se fait grâce à des ententes contractuelles prises en tout début de saison pour sécuriser une partie de l'approvisionnement. Ces ententes représentent près de 75 % de l'approvisionnement. Le reste est acheté sur le « spot market » au prix du jour, sur la base d'informations obtenues par les acheteurs. Sur ce marché, les prix dépendent de l'offre et de la demande et de la relation entre l'acheteur et le vendeur.

La vente de fruits et de légumes sur le marché institutionnel est complexe. La variation des prix explique que parfois cette catégorie d'aliments soit exclue des appels d'offre publics, ou bien que les appels soient fixés pour une période de trois mois. Il est difficile pour le grossiste de donner des prix à l'avance puisqu'en cas de variations de prix sur le marché, c'est à lui d'assumer le risque. Il pourra uniquement donner un prix fixe s'il détient des ententes avec des producteurs qui sont prêts à lui donner un prix fixe pour un mois complet. C'est généralement plus facile d'obtenir un prix fixe auprès des grands producteurs car ils vendent habituellement près de la moitié de leur récolte sous contrat à prix fixe.

Quant à la vente à un distributeur, la grande variabilité des prix fait en sorte que très peu de contrats sont pris d'avance avec les grossistes. Encore une fois, il est uniquement possible de donner un prix à l'avance sur les produits dont l'approvisionnement est sécurisé. Une liste de prix est fournie hebdomadairement et reste sujette à changements. Certains grossistes optent pour mode de fonctionnement libre service (« Cash-and-carry »), alors que pour d'autres, l'ensemble des transactions se réalise via Internet.

3.5 Les distributeurs

Un distributeur est un intermédiaire qui achète des produits et les redistribue à sa clientèle. Il assure ainsi « une fonction de stockage de produits, de transport et de logistique de vente » (Québec, MAPAQ 2014, 18). Sa clientèle est diversifiée : restaurants, hôpitaux, résidences pour personnes âgées et CPE. Les sources d'approvisionnement de fruits et de légumes du distributeur sont multiples. L'approvisionnement direct chez les producteurs locaux est privilégié puisqu'il permet de sauver un intermédiaire. Par contre, il est possible de se tourner vers d'autres sources comme les grossistes ou encore le Marché central pour se procurer les produits qui ne sont pas cultivés au Québec, ou si les fournisseurs locaux ne vendent pas encore les produits demandés. Afin de satisfaire les besoins de sa clientèle, le distributeur utilise bien souvent un mélange de ses sources d'approvisionnement. Cette diversification permet de proposer une offre constante de produits et de disposer d'une alternative pour se protéger des conséquences des aléas des conditions climatiques (MARCON 2011, 24).

La sélection des produits dépend d'une variété de facteurs et non uniquement du prix. La disponibilité des produits est un facteur important, particulièrement dans le secteur institutionnel. Enfin, la qualité est primordiale, de même que les caractéristiques du produit. C'est tout de même les demandes des clients qui priment.

Les grossistes communiquent leurs prix aux distributeurs grâce à une liste qui leur est envoyée une fois par semaine et qui est ensuite mise à jour. Le prix peut être négocié en fonction du volume, de la qualité ou de la fraîcheur. Certains distributeurs se déplacent chez les grossistes afin de choisir eux-mêmes les produits, d'autres passent leur commande par téléphone ou via Internet et se font livrer les produits. Le système est propre à chacun et dépend généralement des installations du grossiste et de sa grosseur.

3.6 Services de garde (CPE et garderies)

Les services de garde regroupent différents types de milieux : les centres de la petite enfance (CPE), les garderies privées et les services de garde en milieu familial (qui peuvent être subventionnés ou non). L'étude s'est consacrée à l'approvisionnement des 48 CPE participant au projet *Croqu'Plaisir – Saveurs locales au menu des services de garde*. L'Association québécoise des centres de la petite enfance (AQCPPE) décrit le CPE comme étant « une entreprise d'économie sociale privée et autonome, sans but lucratif, administrée par une majorité de parents-utilisateurs ». Il a pour mandat « d'offrir, en échange d'une contribution parentale réduite, des services de garde éducatifs subventionnés de qualité et adaptés aux besoins des familles » (AQCPPE 2016).

Les 48 CPE participant au projet *Croqu'Plaisir – Saveurs locales au menu des services de garde* sont autonomes quant à la gestion de leur service alimentaire. Les établissements sont donc responsables de l'approvisionnement, de la préparation des repas et des services fournis aux enfants. Contrairement à de nombreux acteurs du marché institutionnel, les CPE ne sont pas assujettis aux accords et aux lois du marché institutionnel public. Ils n'ont donc aucune obligation de respecter les exigences en matière de transparence et de non-discrimination, ce qui permet une certaine flexibilité quant aux choix des fournisseurs.

Une autre particularité des CPE concerne leurs faibles volumes d'achat. En moyenne, les CPE participant au projet *Croqu'Plaisir – Saveurs locales au menu des services de garde* commandent pour 325 \$ de fruits et légumes frais par semaine⁵. Ce volume d'achat représente néanmoins une entrave à la réalisation d'économie d'échelle (CIBÎM 2015, 37). De plus, la capacité d'entreposage et de transformation d'un établissement a été identifiée comme un facteur de contrainte important pour augmenter la part des aliments locaux au menu. Comme le résume bien le CIBÎM à propos de cette réalité dans les CPE « Leur marge de manœuvre dépend de l'espace, des ressources et de l'équipement disponibles. Certains établissements disposent de cuisines (commerciale, maison), avec congélateurs (domestiques, chambre froide), d'autres non » (CIBÎM 2015, 37).

5. Approximation basée sur la moyenne des réponses données à la question: « Combien dépensez-vous en moyenne en fruits et légumes frais par semaine (valeur monétaire)? » à 14 CPE participant au projet *Croqu'Plaisir* en 2013. La réponse variait entre 120\$ et 950\$ selon le nombre d'enfants.

Ce ne sont pas tous les CPE qui ont adopté une politique alimentaire. Cependant, l'absence d'une politique alimentaire ne veut pas dire que les établissements n'ont pas de principes directeurs. En effet, certains établissements sont fortement engagés en faveur d'une alimentation saine, locale et biologique. Le succès de leur engagement repose sur la collaboration entre les personnes impliquées dans les questions alimentaires (direction, responsable alimentaire, nutritionniste), tant au niveau du budget, de la valeur nutritionnelle que du choix des fournisseurs. Malgré l'implication de la direction dans les questions alimentaires, ce sont généralement les responsables alimentaires qui travaillent directement avec les fournisseurs.

Bien que certains établissements s'approvisionnent auprès d'un producteur ou d'un regroupement de producteurs, la plupart des CPE utilisent les services d'intermédiaires comme des distributeurs. L'approvisionnement directement des producteurs est plus souvent thématique (ex: pommes, fraises, maïs). À l'occasion, les CPE s'approvisionnent aussi dans les épiceries. La plupart des CPE font partie du regroupement d'achats William Coop.

En raison des coupures budgétaires, le **prix** est devenu le critère prioritaire pour le choix des aliments dans la plupart des établissements. Néanmoins, d'autres facteurs ont également été mentionnés comme la **qualité** des aliments (valeur nutritionnelle, fraîcheur), leur **goût**, leur **disponibilité**, la **flexibilité et le service offert par le distributeur** et la relation avec le ce dernier. De plus, plusieurs CPE doivent composer avec des cas d'enfants allergiques au sein de leur établissement. **Conséquemment, la nécessité de choisir des aliments sans allergènes** influence le choix des produits. La provenance n'est pas un critère de sélection significatif, bien qu'à prix égal le produit québécois est préféré.

Certains distributeurs fournissent une liste de prix à leurs clients. D'autres, les plus petits, communiquent les prix par téléphone lors de la prise de la commande. Les prix fixés au moment de la commande sont généralement respectés, sauf en cas d'empêchements majeurs (rupture de stock et grande variation dans le prix par exemple). Lors de la prise de la commande, le prix peut être négocié en fonction du volume, de la qualité ou encore de la fraîcheur. Le distributeur peut diriger ses clients vers les produits les plus abordables qui correspondent à ses préférences, d'où l'importance de cultiver une belle relation avec le distributeur.

Principaux constats :

- La consommation locale est de plus en plus populaire, alors que plus de la moitié des achats en alimentation des Québécois proviennent de producteurs et de transformateurs du Québec.
- La visibilité des produits locaux grâce aux logos « Aliments du Québec » et « Aliments préparés au Québec » ainsi que le développement des réseaux de distribution alternatifs et des circuits courts contribuent à l'engouement pour les produits locaux.
- Le climat politique des dernières années s'est avéré favorable à l'approvisionnement local sur le marché institutionnel puisqu'il a été marqué par l'adoption de plusieurs politiques et cadres de références encourageant cette pratique.
- Plusieurs grossistes et distributeurs s'approvisionnent sur la Place des producteurs du Marché central, ce qui en fait une plaque tournante pour la vente de fruits et de légumes.
- Les grossistes s'approvisionnent en majorité de produits du Québec, en saison. Ils s'approvisionnent directement des producteurs ou encore à la Place des producteurs du Marché central. Quant aux distributeurs, ils peuvent choisir ces deux sources ou encore s'approvisionner chez les grossistes. La majorité des produits sélectionnés sont donc cultivés au Québec.
- Les critères d'achat des produits alimentaires varient en fonction de l'acteur de la chaîne d'approvisionnement. Le critère le plus important pour les grossistes est la proximité des sources d'approvisionnement, le prix et les demandes des clients. Pour les distributeurs, les facteurs décisifs sont le prix, la disponibilité des produits, la qualité, les caractéristiques du produit et les demandes des clients. Pour les CPE, le prix est devenu le critère prioritaire. Les critères secondaires sont la qualité des aliments (valeur nutritionnelle, fraîcheur), leur goût, leur disponibilité, la flexibilité et le service offert par le distributeur et la relation avec le distributeur. La présence d'allergène est d'une grande importance.

ANALYSE DES RÉSULTATS

Partie 4 : Quels sont les facteurs qui influencent les prix des produits

Cette section présente les principaux facteurs qui influencent les prix selon les acteurs du milieu.

- Le facteur ayant le plus d'influence sur le prix des fruits et des légumes, tant au niveau des producteurs, des grossistes que des distributeurs, est l'offre et la demande.

Qu'est ce que l'offre et la demande ?

- La **demande** est la relation entre la quantité demandée d'un bien et son prix.
La **loi de la demande** stipule que « toutes choses étant égales d'ailleurs, si le prix d'un bien augmente, la quantité demandée de ce bien diminue, et si le prix d'un bien diminue, la quantité demandée de ce bien augmente » (Bade, Parkin, Lyons et Bienvenu 2008, 47).
Les facteurs qui influencent la demande sont : le revenu des acheteurs, le nombre d'acheteurs, les goûts et préférences des acheteurs, l'information disponible, l'accès au crédit, l'anticipation des acheteurs et le prix des biens substituables ou complémentaires (Bade et al. 2008, 49; Stiglitz, Walsh et Lafay 2007, 56).
- L'**offre** est la relation entre la quantité offerte d'un bien et son prix.
La **loi de l'offre** stipule que « toutes choses étant égales d'ailleurs, si le prix d'un bien augmente, la quantité offerte de ce bien augmente, et si le prix d'un bien diminue, la quantité offerte de ce bien diminue » (Bade et al. 2008, 52).
Les facteurs qui influencent l'offre sont : le prix des facteurs de production, la technologie, l'environnement naturel, le nombre de producteurs, la disponibilité du crédit, l'anticipation des producteurs et le prix des biens apparentés (Bade et al. 2008, 53; Stiglitz, Walsh et Lafay 2007, 61).
- Il est question d'équilibre du marché lorsque la quantité demandée est égale à la quantité offerte. En cas de perturbations du marché, le prix agit comme régulateur pour ramener le marché au point d'équilibre. Il y a surplus lorsque la quantité offerte excède la quantité demandée, ce qui entraîne une baisse du prix. À l'inverse, il y a pénurie lorsque la quantité demandée excède la quantité offerte, ce qui entraîne une hausse du prix (Bade et al. 2008, 56).

Exemple, le marché du céleri

Par exemple, une caisse de céleri se vend environ 15 \$ sur le marché. Si le producteur de céleri termine sa journée et qu'il n'a toujours pas réussi à écouler son stock, il baissera le prix de la caisse à 13 \$.

Au contraire, si le producteur a une grande facilité à écouler ses produits, le marché restera à 15 \$. Si le producteur n'a déjà presque plus de céleris alors qu'il est encore tôt le matin, il avisera ses clients que désormais la caisse se vendra à 17 \$. Si le producteur a déjà des engagements pour les jours à venir, c'est un indicateur que le prix va continuer à monter. S'il vend tout son stock le lendemain, peut être que le jour suivant la caisse sera à 18 \$.

Les facteurs influençant l'offre sont :

- Tous les acteurs s'accordent pour dire que la **météo** est un facteur déterminant qui influence l'offre. En effet, elle détermine la disponibilité des fruits et des légumes ainsi que sa qualité. Certains produits sont moins affectés que d'autres par ce facteur. Par exemple, le prix des « légumes d'hiver » est beaucoup plus stable puisque les légumes sont déjà récoltés et à l'abri des intempéries.
- Le **transport** est une grande partie des coûts du grossiste et ces coûts se reflètent inévitablement dans les prix.
- La **conjoncture politique** est un autre facteur qui influence les prix sur les marchés mondiaux. Par exemple, la pomme d'Italie est très présente sur le marché québécois cette année, puisque leur principal marché, la Russie, est fermé en raison des sanctions économiques imposées par l'Union Européenne.
- Le *dumping* influence le prix des produits, bien que son effet soit plutôt difficile à quantifier.

Les facteurs qui influencent les prix au Québec sont les mêmes pour les produits importés, selon une échelle différente. Aux coûts de transport plus élevés, il faut ajouter le taux de change.

Les facteurs influençant la demande sont:

- **Le jour de la semaine.** Les prix sont plus élevés le jeudi et le vendredi qu'en début de semaine
- **Le revenu des CPE,** incluant le nombre d'heures hebdomadaires de travail des responsables alimentaires
- **Le volume d'achat**
- **La qualité**
- **La fraîcheur**

4.1 Le budget, une contrainte à l'achat de produits locaux?

La marge de manœuvre budgétaire dont dispose un établissement a été identifiée par les responsables alimentaires comme un facteur de contrainte majeur pour l'achat de produits locaux et importés. Nous retrouvons également la perception que les produits locaux sont plus chers. Pourtant, quand on creuse la question plus loin, les responsables alimentaires admettent que la majorité des produits locaux sont moins chers en période estivale, soit le concombre, le brocoli, le chou-fleur, la carotte, la courge, l'oignon, le melon, la laitue et la pomme. Selon elles, seule la fraise, le bleuets, la framboise et le poivron sont plus chers. La tomate est nommée d'une part et d'autre. Hors-saison, la liste des produits locaux meilleurs marchés tombent à cinq (la carotte, la courge, l'oignon, la pomme de terre et la pomme), alors que celle des produits plus chers s'allongent (pêche, concombre, chou-fleur, brocoli, tomate, laitue, melon)⁶.

Monsieur Guy Millette, Vice-Président international et développement des affaires chez Courchesne Larose, un grossiste spécialisée dans les fruits et les légumes frais, nous confirme que « tout ce qui est disponible localement est définitivement meilleur marché ». Il nous explique que le transport et le taux de change augmentent les prix. Même son de cloche au Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ), qui nous indique « qu'en saison, les fruits et légumes québécois sont compétitifs ». De plus, ces informations sont corroborés par la littérature sur le sujet (MARCON 2011, 20).

Alors, d'où provient cette perception que les produits locaux plus chers? Plusieurs explications sont avancées :

- Une première explication est que cette perception provient du positionnement des entreprises québécoises qui visent un marché de niche. Par exemple, on peut penser aux fromages fins ou encore aux produits issus de la production artisanale.
- Une autre explication est que cette perception est créée par l'industrie du détail, qui encaisse des marges de bénéfices entre 40 et 45 %, tout dépendant des produits.
- Enfin, le phénomène du dumping pourrait être en cause. Montréal est situé au bout de la chaîne de transport : il s'agit de la dernière grande ville vers l'Est. La ville sert ainsi de soupape pour écouler les surplus du marché américain. Les produits en provenance du Mexique et des États-Unis qui ne sont pas vendus sont écoulés sur les marchés, d'un transit à l'autre (Chicago, Toronto). Ces arrivages augmentent l'offre de produits disponibles et occasionnent des chutes de prix, au détriment des producteurs locaux. Certains en viennent même à laisser les récoltes aux champs, les prix n'arrivant pas à couvrir les coûts de production.

Principaux constats:

- Les facteurs influençant les prix sont l'offre et la demande, la météo, le transport et la conjoncture politique et le *dumping*.
- Le jour de la semaine, le revenu des CPE, le volume d'achat, la qualité et la fraîcheur influencent la demande.
- Le prix est vu comme un facteur de contrainte majeur à l'achat local, pourtant la plupart des acteurs de la chaîne d'approvisionnement s'accordent pour dire que les produits locaux sont moins chers en saison.
- La perception que les produits locaux sont plus dispendieux provient du positionnement des entreprises québécoises sur un marché de niche, de la marge bénéficiaire des détaillants et du phénomène du *dumping*.

6. Réponses données aux questions: « Pendant la saison hivernale, constatez vous une différence de prix entre les produits locaux et non locaux? Si oui, lesquels? » et « Pendant l'été, constatez vous une différence de prix? Si oui, lesquels? » aux responsables alimentaires des CPE participant au projet *Croqu'Plaisir* en 2016.

Partie 5 : la part des produits maraîchers locaux dans les CPE

5.1 Disponibilité des fruits et légumes du Québec durant la saison des récoltes

Les distributeurs privilégient l'approvisionnement direct chez les producteurs locaux. Cette pratique permet de sauver un intermédiaire et ainsi d'économiser sur les coûts y étant associés. Dans le cas où cela n'est pas possible, les distributeurs peuvent tout de même trouver des produits locaux chez les grossistes et sur la Place des Producteurs du Marché central. La collecte des prix auprès de quatre distributeurs nous a permis d'estimer la part des produits maraîchers locaux achetés. Grâce aux données quantitatives récoltées, nous pouvons affirmer que les **distributeurs achètent en moyenne 80 % des fruits et des légumes du Québec pendant la saison des récoltes**⁷. Comme le démontre le tableau II, la proportion des produits cultivés au Québec dépend largement du produit étudié. Outre le prix, plusieurs pistes peuvent être avancées pour expliquer la moins grande part des fruits et des légumes cultivés au Québec de certains produits. Par exemple, nous avons choisi le concombre anglais pour notre échantillon puisqu'il est privilégié dans les institutions, en raison de ses caractéristiques. Or, pour le trouver, il faut se tourner vers l'Ontario car la production québécoise se concentre sur une autre variété de concombres (MARCON 2011, 17). La durée de conservation inférieure du cantaloup québécois joue un rôle dans sa faible proportion cultivée au Québec (MARCON 2011, 20). De plus, contrairement aux États-Unis, le melon doit être planté et cela occasionne un moins grand nombre de récoltes. Enfin, le mûrissement, la qualité et la fraîcheur peuvent également orienter le choix du distributeur.

Tableau 2. Proportion des fruits et des légumes frais cultivés au Québec choisis par les distributeurs de l'échantillon, selon le produit

Produits	Brocoli	Courge	Carotte	Concombre	Chou	Épinard	Laitue	Oignon	Pomme de terre	Tomate	Cantaloup	Pomme
Part du local	98 %	95 %	100 %	33 %	100 %	59 %	81 %	96 %	100 %	84 %	22 %	100 %

Considérant que la plupart des CPE utilisent les services d'un distributeur, que ceux qui participent à cette enquête ont été sélectionnés parce qu'ils desservent des CPE, que le choix des produits à l'étude repose sur les réponses des responsables alimentaires, les données recueillies nous permettent de dresser un portrait particulièrement positif de la part des produits maraîchers locaux dans les CPE.

Il faut toutefois rester prudent étant donné que :

1. Les informations se basent sur les réponses fournies par les distributeurs et n'ont pas fait l'objet de vérification sur le terrain
2. Des produits très prisés par les responsables alimentaires comme les agrumes et les bananes ne sont pas cultivés au Québec
3. L'enquête se déroule pendant la saison de production québécoise. Selon les informations fournies par les distributeurs, la proportion de fruits et de légumes locaux offerte par les distributeurs se situe plutôt entre 20 et 40 % en dehors de la saison
4. Cette année a été particulièrement bonne au niveau des récoltes.

7. Cette donnée tient uniquement compte des produits sélectionnés pour le rapport. Pour l'ensemble des produits maraîchers, les distributeurs estiment qu'ils achètent entre 80 % et 100 % de légumes locaux et près de 50 % de fruits locaux. Cette approximation est basée sur la moyenne des réponses données à la question : « Quelle proportion de fruits et légumes du Québec offrez-vous approximativement, en saison? » aux distributeurs participant au projet *Croqu'Plaisir – Saveurs locales au menu des services de garde* en 2013 et en 2014 et aux réponses données par les distributeurs lors des entrevues.

Comme on l'a vu, les distributeurs se basent sur plusieurs critères d'achat (disponibilité, qualité, caractéristiques du produit), et particulièrement le prix. Comme ces données traduisent les actes d'achat des distributeurs, ils illustrent la compétitivité des produits du Québec. Cela nous permet de répondre à la question initiale et d'affirmer qu'il est avantageux pour les CPE d'acheter des fruits et des légumes du Québec, en saison⁸.

Ces données révèlent également le manque d'information quant à la provenance des aliments en aval de la chaîne d'approvisionnement. En effet, les CPE ont de la difficulté à quantifier la proportion de fruits et de légumes du Québec qu'ils achètent. La moitié des responsables alimentaires interrogés n'ont pas été en mesure de donner une approximation, arguant qu'elles ne reçoivent pas l'information de leur fournisseur. L'autre moitié estime que 47 % des fruits et légumes achetés par le CPE en saison proviennent du Québec⁹. Or, nous avons vu que la majorité des légumes et la moitié des fruits fournis par les distributeurs sont cultivés au Québec. Nous assistons donc à un décalage entre la proportion de produits maraîchers locaux estimés par les CPE et la proportion réelle. Ce décalage s'explique en grande partie par l'identification déficiente des produits du Québec.

Les fruits et les légumes du Québec : des produits de qualité de plus en plus disponibles

Les fruits et les légumes du Québec sont reconnus pour leur qualité, tant par la littérature à ce sujet que par les acteurs de la chaîne d'approvisionnement. Comme le déclare Yves Laberge de chez Marc Laberge et fils : « en général, quand le distributeur a la chance de mettre la main sur des produits québécois, il la saisie puisque les produits québécois sont réputés pour leur qualité ». Les meilleurs exemples sont l'ail et la pomme.

La disponibilité des produits est un critère d'achat qui revêt une importance particulière sur le marché institutionnel, puisque les achats sont faits en fonction de besoins établis au préalable (Québec, MAPAQ 2014, 23). Au cours des dernières années, de grandes améliorations ont été observées concernant la disponibilité des fruits et des légumes frais du Québec. Malgré une saison de production qui tend à s'étirer, elle n'en demeure pas moins beaucoup plus courte que celle des principaux concurrents (MARCON 2011, 24). Certains produits du Québec sont disponibles pratiquement à l'année (oignon, chou, carotte, betterave, pomme de terre, rutabaga, poireau, pomme) puisqu'ils peuvent être conservés longtemps. Par exemple, les grossistes conservent ces produits dans les entreposages de produits locaux pour pouvoir assurer à leur clientèle un approvisionnement annuel. Toutefois, ce ne sont pas tous les emballages qui sont disponibles de la même façon. Par exemple, la carotte du Québec est disponible à l'année, du moins en format jumbo. À partir des mois de janvier et février, il n'y a plus de carottes cello, il faut donc s'approvisionner en Ontario et aux États-Unis. Ainsi, la carotte cello est cyclique (Canada/États-Unis) et la carotte jumbo est locale. Outre les produits à plus longue conservation, il y a également la production en serre en hiver qui permet de fournir des produits du Québec en dehors de la saison de production régulière. Les aliments surgelés représentent une autre alternative, notamment la marque Arctic Garden offre des produits en majorité cultivés en Montérégie. Aussi, certains CPE achètent une grande quantité de produits frais du Québec lorsque les prix sont les plus bas et les font congeler.

5.2 L'identification de la provenance des aliments

En vertu de la *Loi sur les produits alimentaires du Québec*, l'affichage de la provenance des produits est obligatoire chez les détaillants. En revanche, dans les milieux institutionnels, aucune loi n'encadre l'identification de la provenance des produits. Cette pratique n'est donc pas systématique à tous les niveaux de la chaîne d'approvisionnement. L'identification systématique de la provenance des produits semble être la norme chez les grossistes, mais pas chez distributeurs.

Une étude de 2011 de Marcon précise que la raison pour laquelle les distributeurs ne précisent pas la provenance des aliments est la « crainte de créer des attentes qui ne pourront être remplies, par un approvisionnement irrégulier ou par une offre plus avantageuse de l'extérieur du Québec, lorsque le climat ou les conditions du marché l'exige » (MARCON 2011, 7). Alors que la littérature suggère que les distributeurs ne souhaitent pas identifier les produits du Québec pour des raisons stratégiques, les distributeurs interrogés invoquent plutôt des raisons techniques. L'identification des produits du Québec obligerait les distributeurs à créer de nouveaux codes chaque fois qu'ils commencent ou terminent de vendre un produit du Québec. Or, l'offre de produits locaux est particulièrement instable.

8. La grande compétition sur le marché institutionnel, de même que les marges de profits réduites supposent que la transmission des prix est adéquate le long de la chaîne d'approvisionnement. Il serait intéressant de documenter le pouvoir d'influence sur les prix des intermédiaires de la chaîne et celui des épiceries.

9. Approximation basée sur la moyenne des réponses données à la question : « Quel pourcentage (%) de fruits et légumes frais par semaine est attribué en saison (été et automne) aux produits locaux (régionaux ou québécois) ? » aux responsables alimentaires des CPE participant au projet *Croqu'Plaisir* en 2013 et en 2014 et aux réponses données lors des entrevues.

Une étude de 2011 de Marcon précise que la raison pour laquelle les distributeurs ne précisent pas la provenance des aliments est la « crainte de créer des attentes qui ne pourront être remplies, par un approvisionnement irrégulier ou par une offre plus avantageuse de l'extérieur du Québec, lorsque le climat ou les conditions du marché l'exige » (MARCON 2011, 7). Alors que la littérature suggère que les distributeurs ne souhaitent pas identifier les produits du Québec pour des raisons stratégiques, les distributeurs interrogés invoquent plutôt des raisons techniques. L'identification des produits du Québec obligerait les distributeurs à créer de nouveaux codes chaque fois qu'ils commencent ou terminent de vendre un produit du Québec. Or, l'offre de produits locaux est particulièrement instable.

Une autre raison évoquée pour justifier la non-identification des produits du Québec est le manque de demande de la clientèle. Effectivement, les distributeurs rapportent qu'ils n'ont que très peu de demande concernant la provenance des aliments. La priorité de leur clientèle est vraiment le rapport qualité/prix. Ils affirment que les clients sont tout de même heureux de recevoir les produits québécois. Selon Pierre Ouellette de chez Dubé Loiselle, il est essentiel de faire de l'éducation auprès de la clientèle.

À tout le moins, cette réponse laisse présager qu'un changement de comportement de la clientèle pourrait entraîner un changement dans les pratiques des distributeurs. Qu'en est-il réellement au niveau de la demande? Dans le cadre du projet *Croqu'Plaisir – Saveurs locales au menu des services de garde*, les responsables alimentaires et les directions générales sont encouragées à demander la provenance des produits achetés auprès de leurs fournisseurs. De plus, plusieurs outils ont été mis à leur disposition afin d'approfondir leur connaissance des fruits et des légumes québécois et leur disponibilité. Finalement, **Équiterre** a piloté une démarche concertée (décembre 2017) auprès de tous les fournisseurs des 48 CPE participant au projet afin de leur demander une identification systématique de la provenance des aliments lors de la prise des commandes, ainsi qu'une augmentation de l'offre.

Principaux constats :

- Les produits québécois sont d'une grande qualité et de plus en plus disponibles
- **Grâce aux données quantitatives récoltées, les distributeurs achètent en moyenne 80 % des fruits et des légumes locaux en saison**
- La part des produits cultivés au Québec varie en fonction des produits et s'explique par des facteurs comme les caractéristiques du produit et la conservation
- Les données permettent de dresser un **portrait positif de la part des produits maraîchers du Québec dans les CPE**
- Les résultats illustrent **la compétitivité des produits québécois**
- La proportion des fruits et des légumes achetés par les CPE qui proviennent du Québec est largement supérieure à l'estimation fournie par les responsables alimentaires. En effet, celles-ci estiment que 47 % des achats sont locaux, alors que cette proportion serait plutôt à la hauteur de 80 % en saison.
- L'identification des produits du Québec est problématique au niveau des distributeurs et pourrait expliquer l'écart mentionné ci-haut
- Les distributeurs évoquent un éventail de raisons pour justifier que la provenance des produits n'est pas indiquée, dont le manque de demande de la part de sa clientèle.

CONCLUSION

Constats

À propos du fonctionnement de la chaîne d'approvisionnement et ses enjeux :

- La consommation locale est de plus en plus populaire, alors que plus de la moitié des achats en alimentation des Québécois proviennent de producteurs et de transformateurs du Québec
- La visibilité des produits locaux grâce au logo « Aliments du Québec » et le développement des réseaux de distribution alternatifs et des circuits courts contribue à l'engouement pour les produits locaux
- Le climat politique des dernières années s'est avéré favorable à l'alimentation locale sur le marché institutionnel puisqu'il a été marqué par l'adoption de plusieurs politiques et cadres de références encourageant cette pratique
- Outre la vente directe aux CPE qui est moins courante, le producteur dispose de plusieurs autres moyens pour acheminer ses produits jusqu'aux CPE (marché central, grossistes, distributeurs, chaînes)
- Plusieurs grossistes et distributeurs s'approvisionnent sur la Place des producteurs du Marché central, ce qui en fait une plaque tournante pour la vente de fruits et de légumes
- **Les grossistes s'approvisionnent en majorité de produits du Québec, en saison. Ils s'approvisionnent directement des producteurs ou encore à la Place des producteurs du Marché central. Quant aux distributeurs, ils peuvent choisir ces deux sources ou encore s'approvisionner chez les grossistes. La majorité des produits sélectionnés sont donc cultivés au Québec**
- Les critères d'achat des produits alimentaires varient en fonction de l'acteur de la chaîne d'approvisionnement. Le critère le plus important pour les grossistes est la proximité des sources d'approvisionnement, viennent ensuite le prix et les demandes des clients. Pour les distributeurs, les facteurs décisifs sont le prix, la disponibilité des produits, la qualité, les caractéristiques du produit et les demandes des clients. Pour les CPE, le prix est devenu le critère prioritaire. Les autres critères sont la qualité des aliments (valeur nutritionnelle, fraîcheur), leur goût, leur disponibilité, la flexibilité et le service offert par le distributeur et la relation avec celui-ci. La présence d'allergène influence le choix des produits également.

À propos des facteurs d'influence des prix :

- Les facteurs influençant les prix sont l'offre et la demande, la météo, le transport et la conjoncture politique et le *dumping*
- Le jour de la semaine, le revenu des CPE, le volume d'achat, la qualité et la fraîcheur influencent la demande
- **Le prix est vu comme un facteur de contrainte majeur à l'achat local, pourtant la plupart des acteurs de la chaîne d'approvisionnement s'accordent pour dire que les produits locaux sont moins chers en saison**
- La perception que les produits locaux sont plus dispendieux provient du positionnement des entreprises québécoises sur un marché de niche, de la marge bénéficiaire des détaillants et du phénomène du *dumping*.

À propos de la part des produits maraîchers locaux dans les CPE :

- Les produits québécois sont d'une grande qualité et de plus en plus disponibles
- **En saison, les distributeurs achètent en moyenne 80 % de fruits et légumes locaux**
- La part des produits cultivés au Québec varie en fonction des produits et s'explique par des facteurs comme les caractéristiques du produit et la conservation
- Les données permettent de dresser un portrait positif de la part des produits maraîchers du Québec dans les CPE
- Cette part illustre la compétitivité des produits québécois
- Il y a davantage de produits maraîchers locaux qu'on ne le pense dans les CPE. La proportion des fruits et des légumes achetés aux distributeurs qui proviennent du Québec (80 %) est largement supérieure à l'estimation produite par les responsables alimentaires (47 %).
- L'identification des produits du Québec est problématique au niveau des distributeurs et peut être responsable de cet écart.
- Les distributeurs évoquent un éventail de raisons pour justifier que la provenance des produits n'est pas indiquée, dont la faible demande de la part de leur clientèle.

RECOMMANDATIONS

Afin d'augmenter la part des produits locaux au menu des CPE, Équiterre recommande de :

- Poursuivre l'éducation des responsables alimentaires et de la direction générale au sein des CPE quant à l'offre de produits québécois, leur compétitivité, leurs méthodes de conservation et leur saisonnalité
- Continuer à travailler avec les responsables alimentaires afin qu'elles exigent l'identification des produits québécois par leurs fournisseurs
- Cultiver les relations entre les distributeurs et les responsables alimentaires. Le distributeur veut satisfaire sa clientèle et cette dernière doit énoncer ses préférences. Le distributeur peut alors diriger les responsables alimentaires vers les produits plus abordables ou d'autres catégories d'aliments. D'ailleurs, l'intégration des produits esthétiquement imparfaits pourrait être une solution pour réduire les coûts
- Permettre une plus grande flexibilité des menus pour mieux intégrer la saisonnalité et la disponibilité des produits québécois
- L'identification systématique de la provenance des aliments permettrait une meilleure traçabilité des aliments tout le long de la chaîne d'approvisionnement. Documenter l'impact du *dumping* sur les producteurs locaux.

BIBLIOGRAPHIE

- Association québécoise des centres de la petite enfance, <https://www.aqcpe.com/types-de-services-de-garde/>, consulté le 28 novembre 2016.
- Bade, Robin, Michael Parkin, Brian Lyons et Raymond Bienvenu, « Initiation à l'économie », 2008
- Conseil des Industries Bioalimentaires de l'Île de Montréal (CIBÎM), « Diagnostic du marché institutionnel: Région de Montréal », 2015.
- Donaher, Evonne, « Is Local More Expensive? Challenging Perceptions of Price and Investigating Availability in Local Food Systems », 2012.
- Durif, Fabien et Caroline Boivin, « Baromètre de la consommation responsable: Édition 2016 », consulté le 28 novembre 2016.
- European Fresh Produce Association, « Comprendre les fluctuations des prix des fruits et légumes frais oriente les consommateurs vers des achats avisés », 2011.
- FAQ Logistique, <http://www.faq-logistique.com/Definition-Chaine-Approvisionnement.htm>, 2016.
- Gouvernement du Québec, « Plan d'action gouvernemental pour la promotion des saines habitudes de vie et de prévention des problèmes reliés au poids (2006-2012) », 2006.
- Gouvernement du Québec, « Politique de souveraineté alimentaire », 2013.
- Knight, Andrew J. et Hema Chopra, « Perceived Benefits and Barriers to Local Food Procurement in Publicly Funded Institutions », *Journal of Extension* 51 (Numéro 5), octobre 2013.
- LE must Magazine, « Acheter uniquement des Aliments du Québec et des Aliments préparés au Québec coûte moins cher », 5 août 2015.
- Acheter uniquement des Aliments du Québec et des Aliments préparés au Québec coûte moins cher.
- MARCON, « Portrait québécois du secteur HRI et opportunités de développement pour les produits horticoles frais », 2011.
- Ministère de la Famille, « Gazelle et Potiron: Cadre de référence pour créer des environnements favorables à une saine alimentation, au jeu actif et au développement moteur en services de gardes éducatifs à l'enfance », 2014.
- Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation, « Bottin statistique de l'alimentation: Édition 2015 », 2015.
- Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation, « Guide d'accès au marché institutionnel », 2014.
- Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation, « Stratégie de positionnement des aliments du Québec sur le marché institutionnel », 2013.
- Option Consommateurs, « Mangez frais, mangez près. Oui, mais à quel prix? », 2012.
- Pirog, Rich et Nick McCann, « Is Local Food More Expensive? A Consumer Price Perspective on Local and Non-Local Foods Purchased in Iowa », 2009.
- Robitaille, Josée, « Prix des aliments en 2015: hausse plus faible au Québec qu'au Canada », *BioClips* 23 (numéro 1), janvier 2015.
- Stiglitz, Joseph E, Carl E Walsh et Jean-Dominique Lafay, « Principes d'économie moderne », 2007.
- Transformation alimentaire Québec, « Étude de la dynamique et des tendances des marchés au sein du secteur agroalimentaire québécois », 2009.
- Tremblay, Diane, « Se nourrir de produits locaux coûte 25% plus cher », *Journal de Québec*, 30 juillet 2016.

ANNEXE - TABLEAU DES PERSONNES CONSULTÉES

Nom	Titre	Organisation - Entreprise
Annie Bourgault	Directrice	CPE Tout doux
Sylvie Filteau	Directrice	CPE Les Frimousses du fort
Lyne Lapalme	Responsable alimentaire	CPE Tam tam
Yves Laberge	Vice-président	Marc Laberge et Fils Inc
Pierre Ouellette ¹⁰	Directeur des ventes	Dubé Loiselle
Guy Milette	Vice-président international et développement des affaires	Courchesne Larose
Yvan Roy	Directeur au développement des marchés	L'Association des producteurs maraîchers du Québec (APMQ)
Benjamin Lefebvre	Conseiller en commercialisation	Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ)

■ 10. Dans l'impossibilité de nous rencontrer en personne, M. Ouellette a tout de même accepté de répondre à nos questions par courriel.