

# Activité diversification des cultures et valorisation locale

---

*IRDA le 5 février 2016 – Retranscription du panel de discussion*

AV : Alain Valois, semencier et coordonnateur de BioMalt Mauricie

ÉL : Éric Lamy, producteur et vice-président de BioMalt Mauricie

PG : Patrick Golliot, directeur général de la Minoterie des Anciens Inc.

LN : Luc Normandin, propriétaire de la Ferme Norfoin Inc.

LB : Lynn Bourassa, conseillère régionale en transformation alimentaire, MAPAQ Montérégie-Est

## 1- Qui a initié la relation d'affaires? Est-ce le producteur qui a sollicité l'acheteur ou l'inverse?

AV : moi, mais plutôt un rôle de catalyseur.

PG : moi (CLD), mais également plutôt un rôle de catalyseur, de leader.

LN : moi quand notre production n'a plus suffi.

## 2- Quels sont les avantages à valoriser sa production ou une partie de sa production localement? Quelles sont les difficultés?

EL : Fierté, cohérence éthique.

LN : Fierté, contact direct avec l'acheteur.

## 3- Est-ce que les acheteurs sont trop exigeants?

LB : Tout le monde a des exigences et ultimement c'est le consommateur qui impose les siennes. Ce qui est important c'est de savoir à quoi s'attendre.

AV : Il faut faire différent, il faut se donner les moyens de produire de la qualité et bio répondre aux attentes de consommateurs et protéger l'environnement.

PG : Il faut que l'information circule dans la chaîne de valeurs

## 4- Quels sont les atouts d'un bon fournisseur de produits agricoles?

AV : Fournir ce que l'acheteur demande.

PG : Un partenariat sur le long terme. On garde les mêmes fournisseurs sauf accident.

LN : Fournir année après année avec une qualité stable. Producteurs fidèles, ouverts aux nouveautés avec qualité stable et rigueur.

LB : Être proactif, proposer de nouvelles productions ou moyens de valorisation.

## 5- Quel a été le moyen pour vous de rejoindre les producteurs ?

PG : Rencontre avec syndicats locaux de l'UPA et bouche à oreilles dans le réseau. On a créé des attentes avant de concrétiser le projet de minoterie.

AV : Porte à porte. Une fois qu'on est connu, le monde appelle. Étape 2 : plan de communication pour promouvoir le produit auprès des brasseries.

- 6- Comment planifier tout ça 3 ans d'avance, gérer le délai avant le paiement pour les producteurs ?
- PG : Point clé des liquidités : subvention pour transition, investissements privés, contrat 1 saison d'avance avec prix fixé.
- AV : Comme un marché de niche demande un entreposage à la ferme, le producteur est payé pour l'entreposage.
- 7- Quelle serait la meilleure stratégie afin d'améliorer le maillage entre les producteurs agricoles et les acheteurs et transformateurs alimentaires?
- LB : Prendre le temps de planifier, faire un plan d'affaire.
- PG : Ne pas prendre de raccourcis. Faire une étude de marché. L'initiative peut venir d'un bord ou de l'autre.
- AV : Il faut que toute la chaîne travaille ensemble. Il faut connaître les opportunités de la région.
- LN : Il faut une motivation des 2 bords, on ne force personne.
- 8- Comment ça se passe si le produit ne classe pas pour la valorisation visée?
- AV : Il faut un plan B. Si la van rebondit, on ne la retourne pas au producteur, on trouve une autre valorisation. Compenser, même si ça coûte de l'argent, car on veut conserver la relation d'affaire avec les fournisseurs et les acheteurs.
- EL : Prendre des risques, être créatif. Ne pas mettre tous les œufs dans le même panier.
- 9- Selon vous, est-ce que les consommateurs sont prêts à déboursier pour des aliments faits à partir de produits du Québec?
- LB : Pas tous, mais de plus en plus tendance lourde et qui va durer.
- EL : On veut de plus en plus de traçabilité, la qualité est fondamentale.
- AV : Oui sur des marchés de spécialité, pas de masse car on est en concurrence avec le marché américain.
- PG : Oui en sortant des marchés de masse et en se positionnant sur les tablettes des épiceries, pas juste dans la section épicerie fine.
- 10- Quelles sont les prochaines tendances, les produits pour lesquels vous pensez que la demande va augmenter?
- LB : Produits santé.
- LN : Foin. On a fait ce choix de spécialisation car il s'en fait de moins en moins, donc ça se vend de plus en plus et on est de plus en plus capable de fixer nos prix.
- PG : de plus en plus de substituts à la viande (produits riches en protéines) pour diminuer coût du panier d'épicerie. Jouer aussi sur l'emballage, moins de déchets.
- AV et EL : Bio, sans danger pour l'environnement et pour le consommateur.
- 11- Comment avez-vous financé la mise en place de votre filière? Avez-vous bénéficié de subventions?
- AV : Les malteries ont investi pour fournir les primes aux producteurs + subvention MAPAQ
- PG : Mme Verreault + argent du CLD + subventions MAPAQ et MAMROT + prêts

LB : Pour un projet d'une telle ampleur, ça justifie une étude de marché. Mais l'argent n'est pas le facteur limitant.

#### 8- L'agriculture québécoise est-elle assez créative?

AV : Pas assez de diversité de cultures.

LN : Idem.

PG : Oui, dans la transformation : fromage, vins, etc. Moins en production, manque de R&D appuyée par le gouvernement. Il faut travailler à l'adaptation des espèces existantes ou de nouvelles espèces aux demandes du marché.

AV : Il faudrait des crédits de taxes pour l'installation de nouvelles entreprises de transformation, comme les microdistilleries, pour donner de nouvelles opportunités aux producteurs.

LB : Oui, beaucoup d'idées, mais elle pourrait l'être plus.