

From: Conseil des produits agricoles du Canada <noreply@fpcc-cpac.gc.ca>
Sent: March-28-14 2:24 PM
To: hearings-audiences
Subject: Participer à une audience publique - DEMANDE DE COMPARUTION - FRAISES

2

Catherine

St-Georges

Agente à la commercialisation

Union des producteurs agricoles

555, boul. Roland-Therrien, bureau 100

Longueuil

9

1

J4H 3Y9

catherinestgeorges@upa.qc.ca

1

Martin

Caron

2e vice-président

Union des producteurs agricoles

555, boul. Roland-Therrien, bureau 100

Longueuil

9

1

J4H 3Y9

mcaron@upa.qc.ca

Le bien-fondé de la mise en place de cet office.
Des fraises fraîches à l'année sur les marchés canadiens.
Mise en place d'outils adaptés aux besoins de tous.
Une structure équitable pour l'ensemble des acteurs.
Des conditions du succès réunies.
Un impact favorable pour les consommateurs canadiens.

3

APFFQ2013-0028-S-qc



Le 28 mars 2014

Monsieur Laurent Pellerin
Président
Conseil des produits agricoles du Canada
Ferme expérimentale centrale
960, avenue Carling, édifice 59
Ottawa (Ontario) K1A 0C6

Objet : Commentaires de l'Union des producteurs agricoles – Appui à la création d'un office canadien de promotion et de recherche de la fraise

Monsieur,

L'Union des producteurs agricoles (UPA) a procédé à l'analyse du projet de mise en place d'un office canadien de promotion et de recherche de la fraise fraîche. C'est avec beaucoup d'enthousiasme que nous désirons appuyer cette démarche qui permettra, à l'ensemble des acteurs de cette filière, d'accroître les efforts de promotion dans toutes les provinces et donnera au secteur un puissant levier financier pour mettre sur pied des projets de recherche au Canada. Nous sommes convaincus que cette proposition améliorera la compétitivité du secteur de la fraise au pays et constituera une réelle opportunité d'assurer le développement de la production et de la mise en marché à long terme.

Nous souhaitons participer aux audiences publiques en vue d'examiner le bien-fondé de la création de cet office qui serait financé au moyen de redevances prélevées lors de la commercialisation sur le marché intérieur des fraises fraîches du Canada et d'importation. Nous y émettrons les commentaires suivants.

L'office de promotion et de recherche est un mécanisme méconnu et peu utilisé pour échanger sur les enjeux de la production et développer les marchés intérieurs par des activités de recherche et de promotion générique des produits. D'ailleurs, les possibilités liées à la Loi sur les offices de produits agricoles font l'objet de travaux à la Table de travail sur la mise en marché de l'UPA depuis les dernières années. Nous saluons également le fait que l'initiateur de ce projet, l'Association des producteurs de fraises et framboises du Québec, soit une organisation québécoise de producteurs agricoles.

Des fraises fraîches à l'année sur les marchés

Actuellement, l'importation de fraises fraîches comble 86 % de la demande alors que la production canadienne représente 14 % de la consommation de fraises au Canada. À l'exception du Québec, la production est en déclin depuis une dizaine d'années au pays. Les importations ne cessent d'augmenter au Canada et cette croissance est particulièrement importante avant la saison de production canadienne. Nous croyons qu'un office de promotion et de recherche serait un outil de développement privilégié pour accroître la consommation de fraises fraîches et de qualité au Canada, et ce, à longueur d'année. La production domestique en saison peut répondre à la demande des consommateurs et l'offre de fraises importées pourra combler les besoins de consommation de fraises fraîches le reste de l'année. L'office pourra ainsi soutenir la production canadienne et, du même coup, assurer les débouchés pour les fraises de provenance étrangère.

... 2

Maison de l'UPA

555, boul. Roland-Therrien, bureau 100
Longueuil (Québec) J4H 3Y9
Téléphone : (450) 679-0530
Courriel : upa@upa.qc.ca
www.upa.qc.ca

**L'Union des
producteurs
agricoles**

Mise en place d'outils adaptés

La mise sur pied d'un office de promotion et de recherche permettra de consolider les parts de marché des fraises canadiennes par un accès à un financement structuré et récurrent provenant de l'industrie et de l'utiliser comme levier pour obtenir des fonds gouvernementaux. Les redevances qui seront prélevées permettront aussi de mettre en place des outils de promotion adaptés à la réalité de chaque canal de commercialisation et selon la provenance des fraises consommées au Canada. Nous pensons qu'un environnement collaboratif favorisera une industrie durable.

Bien sûr, les besoins des producteurs et des importateurs sur le plan promotionnel ne sont pas les mêmes, mais le déploiement d'activités de marketing contribue à accroître la consommation de fraises fraîches au Canada. Le budget global de promotion sera segmenté afin d'élaborer une stratégie gagnante pour tous les acteurs sans causer de préjudices à un réseau de mise en marché [l'autocueillette, la grande distribution, les marchés publics, etc.].

L'accroissement des efforts de recherche servira à l'ensemble de la filière en misant sur des opportunités de développement communes comme la durée de conservation, l'innocuité à toutes les étapes de la production et de la commercialisation des fraises, la réduction des coûts de production, les bienfaits et les attributs d'une vie saine liés à la consommation de ce fruit, etc.

Une structure équitable pour l'ensemble des acteurs

Le système de contribution proposé de même que l'allocation des sommes sont équitables entre la production domestique et importée et pourront soutenir la promotion et la recherche dans l'industrie de la fraise. Les actions prévues en ce sens par l'office devront respecter des objectifs communs à l'ensemble des acteurs impliqués : producteurs et importateurs.

Devant le grand nombre d'intervenants, il s'avère judicieux que le modèle proposé prévoie une représentation par les principaux importateurs et par les organisations provinciales et nationales de distribution de fruits et légumes. Celles-ci sont bien structurées et représentent tous les acteurs de la chaîne de commercialisation de la fraise. Le modèle de gouvernance soumis dans le projet permettra à chacun de consulter les membres de son organisation et ainsi représenter le plus efficacement les intérêts de chaque maillon. La prise de décision et les budgets seront décentralisés, ce qui facilitera la réalisation des activités de promotion et de recherche par les comités qui auront été formés et pourra ainsi desservir spécifiquement chacun des marchés selon les besoins qui auront été définis.

Des conditions de succès réunies

Après 24 mois de consultation et d'information des partenaires, nous considérons que ce projet a suscité un réel intérêt et l'adhésion d'un grand nombre d'intervenants. Les associations de producteurs et leurs membres ont été sensibilisés aux avantages de la mise sur pied d'un tel office et l'appuient majoritairement. Les différentes associations de distribution de fruits et légumes ont reconnu le droit des groupes de producteurs agricoles à s'organiser pour développer des activités de promotion et de recherche. Elles ont d'ailleurs été identifiées dans la structure de décision afin de représenter les intérêts de leurs membres. Plusieurs représentants du secteur de la recherche et différents conseillers techniques appuient également le projet.

M. Laurent Pellerin

- 3 -

Le 28 mars 2014

Et les consommateurs?

Les consommateurs canadiens de fraises souhaitent un produit frais, salubre, abordable et qui a une durée de conservation raisonnable avec de bonnes qualités organoleptiques. La recherche et la promotion portant sur la fraise bénéficieront à l'ensemble de la chaîne de production, du plant de fraises à l'assiette du consommateur. Ce dernier exige un produit de qualité dont il connaît la valeur nutritive et les conditions de production, mais il veut aussi avoir accès à de l'information (fiche recette, concours, etc.). Il souhaite aussi pouvoir bien identifier la provenance des fraises qu'il consomme. Cet engouement du consommateur pour la fraise fraîche devrait bénéficier à l'ensemble de l'industrie. Les producteurs canadiens de même que les importateurs et l'office de promotion auront le mandat de maintenir et d'accroître cette demande pour une fraise fraîche tout au long de l'année.

En conclusion, c'est avec conviction que nous appuyons le dépôt de la demande auprès du Conseil des productions agricoles du Canada en vue de créer un office de promotion et de recherche de la fraise. Nous espérons que le Conseil accueillera favorablement cette demande et reconnaîtra le bien-fondé d'une telle démarche pour toute l'industrie de la fraise fraîche du Canada. Une fois mis en place, nous sommes convaincus que l'office contribuera à instaurer une meilleure collaboration et coordination de tous les acteurs du milieu, qu'ils soient producteurs, importateurs, distributeurs ou chercheurs, et ce, tant au niveau national que provincial et qu'il permettra l'accroissement de la demande de fraises fraîches au Canada à l'année; une formule où tout le monde y gagne!

Veuillez agréer, Monsieur, l'expression de nos sentiments distingués.

Le président général,



Marcel Groleau