



Le point sur

## L'agroalimentaire **et la saine alimentation**

Information nécessaire pour aider les partenaires locaux, régionaux et nationaux à passer à l'action. L'ensemble des fiches thématiques constituera la base d'outils d'intervention complémentaires au Plan stratégique, à la Plateforme 2011-2014 et à l'Alignement stratégique de Québec en Forme.



## TABLE DES MATIÈRES

<b>BRÈVE PRÉSENTATION DE L'INDUSTRIE AGROALIMENTAIRE.....</b>	<b>1</b>
LA RÉPARTITION DES ACHATS .....	1
LES COMPORTEMENTS DES CONSOMMATEURS .....	1
L'ADAPTATION DE L'INDUSTRIE À LA DEMANDE.....	2
LES INSTANCES GOUVERNEMENTALES .....	2
L'OFFRE ALIMENTAIRE .....	2
<i>Les maillons de la chaîne agroalimentaire .....</i>	<i>3</i>
<i>Maillon n°2 : la transformation .....</i>	<i>4</i>
<i>Maillon n°3 : la distribution .....</i>	<i>6</i>
<b>DONNÉES PROBANTES ET PRATIQUES PROMETTEUSES .....</b>	<b>8</b>
<b>ENJEUX ET CHANGEMENTS SOUHAITÉS.....</b>	<b>9</b>
LES PRINCIPALES STRATÉGIES DE QUÉBEC EN FORME .....	10
<b>APPEL À LA MOBILISATION .....</b>	<b>12</b>
<b>ANNEXE 1.....</b>	<b>14</b>
ÉTAT DE LA SITUATION DES PROJETS EN COURS EN AGROALIMENTAIRE DE QUÉBEC EN FORME.....	14
<b>RÉFÉRENCES .....</b>	<b>16</b>

## **BRÈVE PRÉSENTATION DE L'INDUSTRIE AGROALIMENTAIRE**

L'industrie agroalimentaire englobe l'agriculture, la transformation des aliments, des boissons et du tabac, le commerce de gros et de détail ainsi que les services alimentaires offerts dans le réseau HRI (hôtels, restaurants, institutions). Cette industrie est directement concernée par l'action de Québec en Forme, puisque l'alimentation est l'un des déterminants de la santé de la population, particulièrement celle des jeunes de 0 à 17 ans.

### **La répartition des achats**

Le rôle premier de l'industrie agroalimentaire est de satisfaire la demande des consommateurs. Au Québec, en 2010, la demande d'aliments est évaluée à 33,8 milliards de dollars<sup>1</sup>. La distribution au détail représente 71 % de cette demande et le secteur de la restauration 29 %. Les produits périssables, à savoir les aliments associés à la boulangerie, à la viande, aux produits laitiers, aux fruits et aux légumes ainsi qu'aux autres produits frais et congelés (jus, boissons, crèmes glacées, produits de boulangerie congelés, viandes congelées, fruits congelés, aliments préparés congelés, etc.) totalisent plus de 62 % de toutes les dépenses alimentaires. C'est dans le secteur des viandes et des volailles et dans celui des produits laitiers que les ventes sont les plus importantes<sup>2</sup>.

L'industrie agroalimentaire se développe dans un contexte de mondialisation des approvisionnements et de financiarisation (par exemple, le maïs se négocie à la Bourse de Chicago). On peut acheter maintenant des aliments provenant de partout dans le monde, à prix compétitif et de bonne qualité. Dans ce contexte, l'offre alimentaire s'est beaucoup diversifiée au cours des 40 dernières années en réponse à la demande des consommateurs et aussi aux influences venues d'ailleurs.

### **Les comportements des consommateurs**

Au Québec, en 2008, un ménage consacrait en moyenne 7 396 \$ à l'alimentation, soit 12,2 % de ses dépenses totales avant impôts. Au Canada, la même année, les dépenses alimentaires représentaient une somme de 7 435 \$, soit 10,4 % des dépenses totales avant impôts. Ces dépenses annuelles moyennes ne comprennent pas les boissons alcoolisées qui étaient évaluées, par ménage en 2008, à 907 \$ au Canada et à 870 \$ au Québec<sup>3</sup>. Or, dans les années 60, la part relative du budget familial consacrée à l'alimentation se situait autour de 20 %.

Au cours des dernières décennies, les comportements alimentaires ont été marqués par de grands changements caractérisés, notamment, par une augmentation de la consommation de lipides, un usage de plus en plus répandu des produits prêts à consommer et une progression des repas pris dans divers services de restauration. En outre, l'industrie agroalimentaire a dû se conformer à plusieurs demandes

---

<sup>1</sup> MAPAQ, Profil sectoriel de l'industrie agroalimentaire au Québec, édition 2010.

<sup>2</sup> MAPAQ, BioClips actualité bioalimentaire, volume 19, n° 28, 11 octobre 2011.

<sup>3</sup> MAPAQ, BioClips actualité bioalimentaire, volume 18, n° 12, 6 avril 2010.

sociétales car l'alimentation, élément essentiel au bien-être et à la santé de la population, est devenue un enjeu sociopolitique. Bref, l'alimentation se situe au croisement de politiques publiques qui s'attachent, dans la poursuite d'un objectif commun de santé publique, à différents aspects de l'alimentation (sécurité sanitaire, offre alimentaire, promotion de la saine alimentation, etc.) ainsi qu'à l'activité de ce secteur économique et social crucial pour un pays<sup>4</sup>.

## **L'adaptation de l'industrie à la demande**

Au cours des années, la modification des habitudes alimentaires s'est accompagnée de crises alimentaires majeures (ex. : vache folle, grippe aviaire) largement médiatisées dans plusieurs pays, ce qui a contribué à éveiller et à nourrir la méfiance des consommateurs. Plus récemment, en réponse à ces événements, plusieurs signaux du marché sont apparus sur le radar de l'industrie agroalimentaire : manger santé, durable et durabilité, achat local, praticité, goûteux, sans produits allergènes (*free from*), naturel, écologique, biologique, nutritif, etc. À l'échelle mondiale, l'engouement pour les produits alimentaires « meilleurs pour la santé » ne cesse de s'étendre<sup>5</sup>. Ces aliments ont des caractéristiques communes : ils ont subi le moins de transformations possible et leur teneur en gras, en sucre, en sel et en glucides a été considérablement réduite.

## **Les instances gouvernementales**

L'industrie agroalimentaire est l'une des plus réglementées du secteur manufacturier étant donné le lien étroit entre ses activités et la santé de la population. Les gouvernements provincial et fédéral ont pour devoir de protéger la santé de la population. Ils agissent par l'intermédiaire du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (MAPAQ) et sa Direction générale de la santé animale et de l'inspection des aliments<sup>6</sup>, d'Agriculture et Agroalimentaire Canada<sup>7</sup>, de Santé Canada et de l'Agence canadienne d'inspection des aliments<sup>8</sup>. Ces derniers disposent, pour ce faire, d'outils et de mécanismes de contrôle de la qualité, de la salubrité et de l'innocuité des aliments (ex. : lois et règlements, Centre québécois d'inspection des aliments et de santé animale). Les instances gouvernementales jouent aussi un rôle important de soutien à la recherche et au développement. Elles doivent également faciliter les choix d'aliments nutritifs chez la population en travaillant de concert avec le milieu agroalimentaire (particulièrement les secteurs de la transformation et de la distribution), et donnant une information juste et à jour sur l'alimentation et la santé (ex. : étiquetage nutritionnel).

## **L'offre alimentaire**

Les entreprises de production, de transformation et de distribution d'aliments demeurent les artisans de la chaîne alimentaire et de l'offre alimentaire (qualité et innocuité des produits, quantité, variété, disponibilité et accessibilité des aliments). Cette offre est composée de produits auxquels le client

<sup>4</sup> MAPAQ, BioClips actualité bioalimentaire, volume 18, n° 29, 19 octobre 2010.

<sup>5</sup> MAPAQ, BioClips actualité bioalimentaire, volume 19, n° 36, 6 décembre 2011.

<sup>6</sup> <http://www.mapaq.gouv.qc.ca/fr/Ministere/structures/DGSAIA/Pages/DGSAIA.aspx>

<sup>7</sup> <http://www4.agr.gc.ca/AAFC-AAC/display-afficher.do?id=1326119914745&lang=fra>

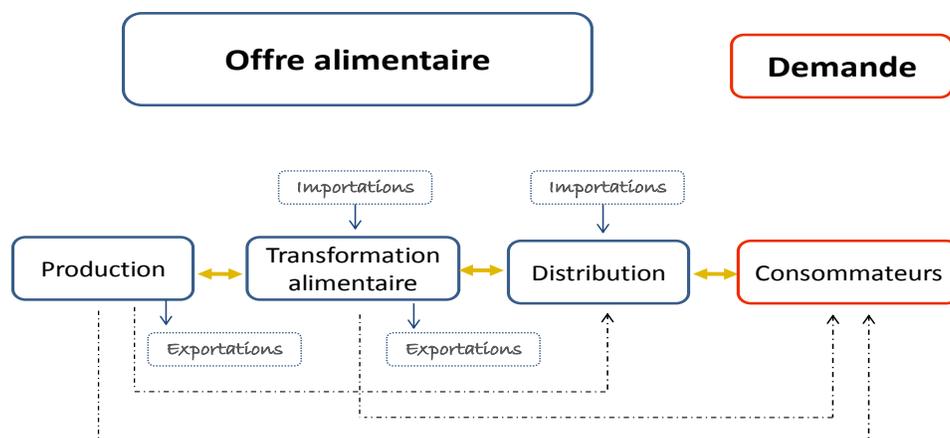
<sup>8</sup> <http://www.inspection.gc.ca/fra/1297964599443/1297965645317>

accorde de la valeur, sans quoi ils disparaissent des tablettes des distributeurs. Aujourd’hui, on trouve plus de 30 000 produits alimentaires sur les tablettes des distributeurs alors que, dans les années 60, une épicerie proposait quelque 2 000 articles différents. Plus de 4 000 nouveaux produits arrivent en magasin chaque année, et environ le même nombre disparaît. Par ailleurs, le marché s’est mondialisé et des entreprises de divers pays ont accès aux tablettes des supermarchés ou au carnet de commandes des transformateurs.

Face à l’enjeu global de la saine alimentation, les entreprises du secteur agroalimentaire seront de plus en plus appelées à proposer à la population des produits plus nutritifs et des recettes plus équilibrées, tout en étant sensibilisées aux opportunités d’affaires qui rejoignent les préoccupations nutritionnelles de la population. L’amélioration de la santé, tributaire d’une saine alimentation, nécessite la mobilisation de tous les maillons de la chaîne agroalimentaire. Pour ce faire, un rapprochement entre l’industrie agroalimentaire et le milieu de la santé est nécessaire<sup>9</sup>.

## Les maillons de la chaîne agroalimentaire

Les aliments frais et transformés qui composent l’offre alimentaire parviennent aux consommateurs par une chaîne d’approvisionnement plus ou moins longue et sophistiquée. Par exemple, certains aliments frais vont du producteur agricole aux consommateurs sans autres intermédiaires. D’autres subissent une ou plusieurs transformations puis passent par un réseau de distribution (grossistes et détaillants, restaurants, etc.) avant d’être vendus aux consommateurs. Voici une brève présentation de chacun des trois principaux maillons de cette chaîne d’approvisionnement.



### Maillon n°1 : la production

Au Québec, l’agriculture occupe seulement 2 % du territoire total et compte 29 437<sup>10</sup> entreprises agricoles réparties sur l’ensemble du territoire. En plus de produire des produits frais, ces entreprises contribuent à l’occupation dynamique du territoire et à la protection de l’environnement. L’agriculture s’est profondément transformée au cours des cinquante dernières années. Elle s’est modernisée et a

<sup>9</sup> Groupe de travail sur l’alimentation et la santé, mai 2006, MAPAQ. Rapport présenté au comité de direction du MAPAQ.

<sup>10</sup> Statistiques Canada, recensement de l’agriculture 2011.

accru substantiellement ses rendements en prenant appui sur les avancées de la science et de la technologie. Cette intensification fut, et demeure, la réponse du milieu agricole aux attentes et aux besoins de la société.

Cette agriculture possède un caractère pluriel et les divers types de produits distribués partout au Québec lui permettent de remplir sa fonction première qui est de nourrir la population. Les activités agricoles se concentrent principalement dans deux secteurs économiques : la production animale (57,6 % des recettes monétaires) et, dans une moindre mesure, la production végétale (27,9 %)<sup>11</sup>. Le gros de la production (80 %) est centralisé dans la vallée du Saint-Laurent, plus précisément en Montérégie, dans le Centre-du-Québec et en Chaudière-Appalaches. Depuis peu, le milieu de l'agriculture est sollicité pour fournir des intrants à des industries non alimentaires telles les industries des biomatériaux, des produits pharmaceutiques et des biocarburants (aux États-Unis, selon le Département de l'agriculture, en 2011-2012, 39 % de la demande de maïs ira à la production de biocarburant).

La majeure partie de la production agricole (85 %) est transformée. C'est ainsi qu'environ 72 % des revenus des fermes québécoises proviennent directement de la vente aux transformateurs<sup>12</sup>. Si certains agriculteurs transforment eux-mêmes leurs produits, d'autres le font avec le concours des transformateurs et des distributeurs, ce qui leur permet d'accroître la proportion de leurs revenus provenant de la vente de « produits différenciés » et à « haute valeur ajoutée » (fromages, viandes, confitures, etc.).

Cinq secteurs de production — le lait, les poulets, les dindons, les œufs d'incubation et les œufs de consommation — sont sous « gestion de l'offre », c'est-à-dire qu'ils sont soumis à un système de quotas de mise en marché (permis de produire) et à une barrière tarifaire à l'entrée du marché canadien (droits de douane). Ces secteurs contribuent à plus de 40 % des revenus agricoles du Québec<sup>13</sup>. Les producteurs canadiens qui souhaitent se lancer dans ces productions doivent acheter un quota de production équivalant à la quantité produite et vendue sur le marché canadien.

## **Maillon n°2 : la transformation**

L'industrie de la transformation alimentaire est le premier employeur du secteur manufacturier québécois avec plus de 64 974 emplois directs et 100 000 emplois indirects. La valeur des livraisons québécoises (fabrication) de cette industrie se chiffre à 20,8 milliards de dollars<sup>14</sup>, ce qui en fait le deuxième secteur manufacturier avec quelque 1 400 entreprises réparties dans les 17 régions du Québec. Plus de 80 % des entreprises de transformation sont des PME comptant moins de 50 employés. Malgré une présence régionale significative, cette industrie est fortement concentrée dans les régions de Montréal et de la Montérégie qui génèrent plus de 60 % des livraisons de l'industrie agroalimentaire québécoise<sup>15</sup>.

---

<sup>11</sup> MAPAQ, Portrait de l'offre alimentaire québécoise, 2009.

<sup>12</sup> MAPAQ, L'activité agroalimentaire au Québec, bilan 2006.

<sup>13</sup> [www.go5quebec.ca](http://www.go5quebec.ca), données 2005.

<sup>14</sup> MAPAQ, La transformation alimentaire québécoise en chiffre, édition 2011.

<sup>15</sup> Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois, Études complémentaires, février 2008

En 2010, quatre secteurs d'activité fournissaient près de 70 % des livraisons : les produits de la viande (24 %), les produits laitiers (20 %), les boissons et produits du tabac (15 %), et les produits de boulangerie (10 %).

Plusieurs entreprises exportent leurs produits étant donné la taille relativement modeste du marché québécois qui est considéré comme étant arrivé « à maturité ». Globalement, les exportations internationales se chiffraient à 5 milliards de dollars en 2010. Les États-Unis demeurent le principal marché extérieur avec 56 % des exportations<sup>16</sup>.

Les entreprises de transformation alimentaire évoluent dans un univers de vive concurrence. Elles doivent affronter, tant sur le marché domestique (Québec et autres provinces) que sur les marchés extérieurs, des entreprises multinationales qui ont créé des marques universellement connues et souvent prestigieuses (ex. : Danone).

Les entreprises de transformation composent avec deux univers très structurés, soit :

- le secteur de la production agricole, dans lequel les agriculteurs se sont donnés au fil des ans des outils (programme mixte, agence de vente, office de commercialisation) qui leur accordent un important pouvoir de négociation avec les manufacturiers;
- le secteur de la distribution alimentaire, qui est caractérisé par la concentration de trois grandes chaînes, comme il est décrit dans la section suivante.

Par ailleurs, plusieurs transformateurs qui possèdent leur propre marque de commerce (ex. : Parmalat, Danone, Frito Lay) doivent de plus en plus faire face à la compétition des marques privées de grands distributeurs (ex. : *Le Choix du président*). Dans ces conditions, les transformateurs et les distributeurs se livrent une concurrence sur des marques.

La grande majorité des aliments que nous consommons ont subi une préparation industrielle. Le secteur de la transformation et de la préparation des aliments a donc un rôle déterminant à jouer quant à l'amélioration de la qualité des produits alimentaires offerts à la population. Dans ce contexte, les objectifs nutritionnels de santé publique ne peuvent être atteints sans une collaboration étroite avec les industriels de l'agroalimentaire.

Dans le but de diminuer les coûts de transformation et de prolonger la durée de conservation, les procédés de fabrication ont altéré la qualité nutritive des aliments. Cette approche de production au moindre coût répond à la forte compétition qui sévit dans cette industrie. En tant qu'acteurs socioéconomiques de premier plan, les industriels de la transformation des aliments ont la responsabilité sociale de proposer des produits plus sains et des recettes plus équilibrées, tout en demeurant attentifs aux opportunités d'affaires en lien avec les préoccupations nutritionnelles de la population et plus particulièrement avec celles des jeunes<sup>17</sup>.

---

<sup>16</sup> Institut de la statistique du Québec et MAPAQ, Profil sectoriel de l'industrie agroalimentaire au Québec, édition 2011.

<sup>17</sup> Groupe de travail sur l'alimentation et la santé, mai 2006, MAPAQ. Rapport présenté au comité de direction du MAPAQ.

## Maillon n°3 : la distribution

Le secteur de la distribution fait le pont entre la chaîne agroalimentaire et le consommateur. Il se divise en deux composantes : les distributeurs alimentaires et l'industrie des services alimentaires (réseau HRI).

### *La grande distribution*

Au Québec, comme dans le reste du Canada, la distribution alimentaire est un marché consolidé. En effet, trois grands acteurs y distribuent environ 75 % des produits alimentaires<sup>18</sup>. Les entreprises qui contrôlent actuellement l'essentiel de la distribution alimentaire sur le marché québécois sont<sup>19</sup> :

- Loblaws-Provigo (23.3 %) (Maxi et Maxi & Cie, Intermarkché, Axep, etc.);
- Métro inc. (23 %) (Metro Plus, Super C, Marché Richelieu, Ami, Les 5 Saisons, etc.);
- Sobeys-IGA (22 %) (Rachelle-Béry, Marchés Tradition, Bonichoix, etc.).

Ces trois grands de la distribution alimentaire comptaient, en 2009, plus de 2 400 points de vente sur un total de 13 185 établissements qui vendaient des aliments au détail. Les autres établissements faisant partie du réseau des principaux distributeurs sont : les pharmacies, les magasins de marchandises générales, les clubs entrepôts et autres commerces de détail tels que les fruiteries, les boucheries, les poissonneries, les petites surfaces offrant des produits surgelés, les dépanneurs, les magasins spécialisés où l'on trouve notamment les produits du terroir, de luxe, biologiques ou « santé ». Wal-Mart est un nouveau joueur majeur dans ce réseau avec la venue, dans la région de Montréal, de trois magasins de grande surface qui offriront des produits alimentaires.

Chaque grande chaîne travaille avec un grossiste qui fournit à l'ensemble de ses magasins la plupart des produits alimentaires et non alimentaires. L'achat et la distribution centralisés permettent aux détaillants de s'approvisionner à meilleur coût. En 2010, les Québécois ont dépensé un peu plus de 13,6 milliards de dollars en produits alimentaires dans les grands magasins<sup>20</sup>.

Les systèmes mis en place par la grande distribution, notamment l'entreposage, le transport et les feuillets publicitaires, sont conçus de manière à maximiser l'efficacité et la rentabilité de l'approvisionnement et de la vente au détail. La marge bénéficiaire dans la distribution alimentaire étant faible, c'est avant tout grâce au volume des produits vendus que les entreprises réussissent à dégager des profits. Autre caractéristique qui change le portrait de la distribution depuis quelques années : les grands distributeurs utilisent de plus en plus leurs marques commerciales privées (ex. : *Le Choix du président* du distributeur Loblaws-Provigo). Leur objectif étant de se différencier des concurrents, de diffuser les valeurs de l'entreprise, de fidéliser la clientèle, de contrôler les coûts afin d'offrir des produits à bas prix et de demeurer compétitifs et, enfin, de concurrencer les transformateurs de marques nationales. Les marques de distributeurs représentent plus de 25 % du marché de la grande distribution alimentaire<sup>21</sup>.

<sup>18</sup> MAPAQ, Bottin statistique de l'alimentation, édition 2010.

<sup>19</sup> MAPAQ, BioClips actualité bioalimentaire, volume 21, numéro 1, 22 janvier 2013

<sup>20</sup> MAPAQ, BioClips actualité bioalimentaire, volume 19, numéro 28, 11 octobre 2011.

<sup>21</sup> MAPAQ, BioClips +, Regard sur l'actualité agroalimentaire, mars 2006.

La concurrence internationale sur le plan des approvisionnements fait en sorte qu'il est risqué pour un distributeur en activité au Québec de s'approvisionner à des coûts supérieurs à ceux de ses concurrents pour encourager, par exemple, des producteurs et des industriels locaux et régionaux, et cela, sous peine de se faire éjecter du marché. À ce chapitre, les grandes chaînes de distribution n'ont pas de véritable politique d'achat local arrêtée. Sans qu'il existe de règle connue et publicisée, en général les franchisés des chaînes sont contraints par des ententes les liant aux centres de distribution auprès desquels ils doivent effectuer 90 % de leurs achats, le tout étant assujéti à des ristournes et à des pénalités en cas de non-respect de l'entente. Donc, ils disposent d'une marge de manœuvre de plus ou moins 10 % pour l'achat et la distribution de produits locaux et régionaux.

### *Les circuits courts de distribution*

En marge de la grande distribution, depuis plus d'une décennie, on assiste au Québec à l'émergence de circuits courts de commercialisation. Selon le MAPAQ, un circuit court ne compte au plus qu'un distributeur entre l'entreprise de production ou de transformation et le consommateur. La vente directe du producteur au consommateur est considérée comme un circuit court.

Les types de circuits courts les plus courants rencontrés au Québec dans la distribution alimentaire sont :

- la vente directe à la ferme (kiosque et autocueillette);
- les marchés publics, les kiosques urbains, les écomarchés;
- l'agriculture soutenue par la communauté (Agriculture soutenue par la communauté [ASC], les paniers de légumes [ex. : Bonne boîte, Bonne bouffe]);
- les marchés virtuels ou le commerce électronique (marchés de solidarité régionale);
- la vente directe aux détaillants et aux entreprises des secteurs de l'hôtellerie, de la restauration et des établissements (écoles, hôpitaux, garderies, etc.).

On associe régulièrement aux produits issus des circuits courts l'étiquette de produit local et d'achat local ou de proximité.

### *L'industrie des services alimentaires*

L'industrie des services alimentaires, aussi connue sous le nom de réseau HRI, se compose de quatre grands sous-ensembles :

- la restauration commerciale (restaurants, débits de boisson);
- les services reliés à l'hébergement (hôtels);
- les services alimentaires institutionnels (écoles, services de garde, arénas, centres de loisirs, hôpitaux, établissements municipaux);
- les autres services alimentaires (traiteurs).

L'industrie des services alimentaires compte quelque 30 576 établissements, dont plus des deux tiers (20 847) sont des restaurants; 60 % d'entre eux offrent un service complet et 40 % un service restreint (restauration rapide). Alors que 71 % des restaurateurs sont des indépendants, 30 % font partie d'une chaîne. En 2009, le chiffre d'affaires des services alimentaires était de 12,5 milliards de dollars. **Le chiffre**

**d'affaires de la restauration commerciale a atteint 9,7 milliards de dollars en 2010, dont la moitié provient de la restauration avec service complet<sup>22</sup>.**

Le secteur de la restauration commerciale dépense annuellement 2,3 milliards de dollars pour acheter des produits alimentaires, dont 84 % proviennent du Québec.

Le réseau HRI constitue un marché incontournable pour les entreprises agroalimentaires du Québec. Il demeure un complément au circuit traditionnel de distribution au détail. Il offre aussi une vitrine pour des produits régionaux, des aliments à valeur ajoutée<sup>23</sup>, des produits d'appellation avec des cahiers de charges<sup>24</sup> et d'autres produits uniques en raison de leur qualité.

## **DONNÉES PROBANTES ET PRATIQUES PROMETTEUSES**

Le Québec, à l'instar de tous les pays industrialisés, doit faire face au fléau moderne des maladies chroniques liées à l'embonpoint et à l'obésité.

Étant donné que 80 à 90 % des aliments consommés par la population ont subi une préparation industrielle, les objectifs de Québec en Forme relatifs aux changements de comportements chez les jeunes en faveur d'une saine alimentation ne peuvent être atteints sans une collaboration des industriels de l'agroalimentaire. Cette industrie a des responsabilités de plus en plus reconnues par rapport à l'offre d'aliments plus nutritifs, notamment en diminuant les portions offertes et en utilisant des produits à base d'ingrédients entiers contenant moins de sel, de gras et de sucre dans la préparation des aliments.<sup>25</sup> Les représentants de cette industrie seront invités à proposer plus d'aliments sains et nutritifs et à revoir leurs pratiques de commercialisation<sup>26</sup>.

Le principal message livré par les organismes publics d'ici et d'ailleurs est que **l'amélioration de la santé en lien avec l'alimentation nécessite la mobilisation de tous les maillons de la chaîne agroalimentaire** (producteurs, transformateurs, distributeurs, restaurateurs et détaillants). Pour ce faire, il faut renforcer le rapprochement entre l'industrie agroalimentaire et le milieu de la santé humaine. C'est ainsi que l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) déclare qu'aucune partie n'est en position de remédier significativement au problème de l'obésité et des maladies chroniques associées sans la coopération pleine et entière des autres parties prenantes.<sup>27</sup> Plus il y aura de cohérence entre les actions du secteur public et celles du secteur privé dans le domaine de la saine alimentation, plus l'environnement alimentaire sera favorable<sup>28</sup> et plus il sera facile et acceptable pour les jeunes de faire les bons choix.

---

<sup>22</sup> MAPAQ, Bottin statistique de l'alimentation, édition 2010, et BioClip +, L'importance économique de la restauration commerciale au Québec, avril 2012, volume 15, n° 12.

<sup>23</sup> <http://www.hrimag.com/Decouvrez-les-aliments-a-valeur>

<sup>24</sup> <http://www.mapaq.gouv.qc.ca/fr/Transformation/Appellationsreservees/cadrelegislatif/Pages/appellations.aspx>

<sup>25</sup> <http://www.hc-sc.gc.ca/fn-an/nutrition/whole-grain-entiers-fra.php>

<sup>26</sup> Olivier de Schutter, 26 décembre 2011, Rapport soumis par le rapporteur spécial sur le droit à l'alimentation, Olivier De Schutter, Nations Unies [http://www.srfood.org/images/stories/pdf/officialreports/20120306\\_nutrition\\_fr.pdf](http://www.srfood.org/images/stories/pdf/officialreports/20120306_nutrition_fr.pdf)

<sup>27</sup> OCDE, Faire le choix de la santé, réunion ministérielle de l'OCDE sur la santé, 7-8 octobre 2010.

<sup>28</sup> <http://publications.msss.gouv.qc.ca/acrobat/f/documentation/2012/12-289-03.pdf>

Même constat du côté européen où la stratégie mise en place pour contrer les problèmes de santé liés à la nutrition, l'embonpoint et l'obésité suppose que la Communauté européenne devrait œuvrer de concert avec une multitude de parties prenantes à l'échelle nationale, régionale et locale.

Au Canada, toutes les administrations de la Colombie-Britannique, selon le ActNowBC, doivent envisager leur mandat sous l'angle de la promotion de la santé et proposer des services favorisant la création d'environnements sains. Du côté québécois, le MAPAQ s'est doté depuis 2012, au sein de la Direction générale de la transformation alimentaire et des marchés, d'une *Direction des marchés intérieurs et de l'alimentation santé*. Ce geste envoie un signal qui annonce que la santé peut être un pôle de développement pour le secteur agroalimentaire. Aux États-Unis ainsi qu'au Canada, un autre exemple d'action concertée dans le domaine agroalimentaire en lien avec la saine alimentation est celui des conseils de politique alimentaire (CPA). Un CPA est une instance ou regroupement bénévole constitué de parties prenantes issues de l'ensemble du système alimentaire, qui a généralement pour mission d'examiner le fonctionnement d'un système alimentaire et de fournir des idées, des moyens et des recommandations sur la façon de l'améliorer<sup>29</sup>. Des représentants de chacun des maillons de la chaîne agroalimentaire peuvent siéger à un CPA, de même que des intervenants des secteurs de la santé, de la nutrition, de l'éducation et de l'environnement.

## ENJEUX ET CHANGEMENTS SOUHAITÉS

L'enjeu premier des projets du volet Saine alimentation et agroalimentaire soutenus par Québec en Forme doit être le suivant : améliorer l'accessibilité à une offre alimentaire saine, diversifiée et à bon prix. Cela ne sera possible que par une mobilisation des différents acteurs des secteurs publics et privés ainsi qu'un engagement de ceux-ci à l'égard des environnements favorables à une saine alimentation<sup>30</sup>. L'industrie agroalimentaire doit, dans ce cadre d'intervention, assumer son rôle social et, dans la limite de ses ressources et en partenariat avec des acteurs publics et privés, contribuer à rendre l'environnement alimentaire favorable à la santé tout en générant des bénéfices.

Pour l'Ordre professionnel des diététistes du Québec<sup>31</sup>, l'industrie agroalimentaire doit procéder à un virage qui l'amènera à voir l'aliment non pas comme une seule commodité commerciale, mais également, et surtout, comme un élément essentiel à la vie et au bien-être de l'ensemble de la population.

La cohérence entre les actions du secteur public et celles du secteur privé demeure donc une condition de réussite pour modifier concrètement les environnements et les comportements alimentaires des citoyens en général et des jeunes en particulier. Pierre-Yves Néron<sup>32</sup>, philosophe et chercheur, ajoute

---

<sup>29</sup> INSPQ, Centre de collaboration nationale sur les politiques publiques et la santé, Les conseils de politique alimentaire, mars 2011, note documentaire.

<sup>30</sup> Gouvernement du Québec et Québec en Forme, Pour une vision commune des environnements favorables à la saine alimentation, à un mode de vie physiquement actif et à la prévention des problèmes liés au poids, 2012.

<sup>31</sup> Ordre professionnel des diététistes du Québec Mémoire présenté à la Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire du Québec, 2007, p. 27.

<sup>32</sup> Québec en Forme, Offre alimentaire plus saine pour les jeunes : les entreprises ont-elles une responsabilité? blogue consulté le 7 juin 2012. NÉRON, Pierre-Yves, chercheur en éthique et en philosophie, Centre de recherche en éthique de l'Université de Montréal. (Offre alimentaire plus saine pour les jeunes : les entreprises ont-elles une responsabilité? Blogue de Québec en forme, juin 2012, Colloque alimentation et santé des jeunes (oct. 2011)

que si nous voulons régler un certain nombre de problèmes de santé publique liés aux pratiques et aux habitudes alimentaires, nous devons garder l'œil ouvert et agir pour éviter que les interventions des entreprises minent la crédibilité et la légitimité de certaines interventions des pouvoirs publics.

## Les principales stratégies de Québec en Forme

### Ce qui est en place aujourd'hui

À ce jour, Québec en Forme a investi plus de **9 M\$** pour soutenir **plus d'une dizaine** de projets **locaux, régionaux et nationaux** touchant la saine alimentation et reliés au secteur de l'agroalimentaire (voir Annexe 1 État de la situation des projets en cours en agroalimentaire de Québec en Forme)). La convergence de ces projets contribue à une mobilisation sociétale susceptible de concrétiser sa vision.

Il existe également un autre projet que Québec en Forme soutient en collaboration avec l'Institut national de santé publique du Québec : **Géoclip**, un outil de cartographie interactive sur Internet (webmapping) qui permet :

- de consulter des données relatives à un territoire à partir d'un navigateur;
- de représenter des données sous la forme de cartes, tableaux, graphiques, rapports;
- d'identifier les unités géographiques répondant à certaines caractéristiques;
- d'exporter des données sous la forme de tableaux ou de documents.

Entre autres choses, cet outil permet à tous les partenaires d'avoir accès à des indicateurs concernant les restaurants-minute ou les dépanneurs situés à moins de 750 mètres d'un établissement scolaire, et de repérer les détaillants en alimentation.

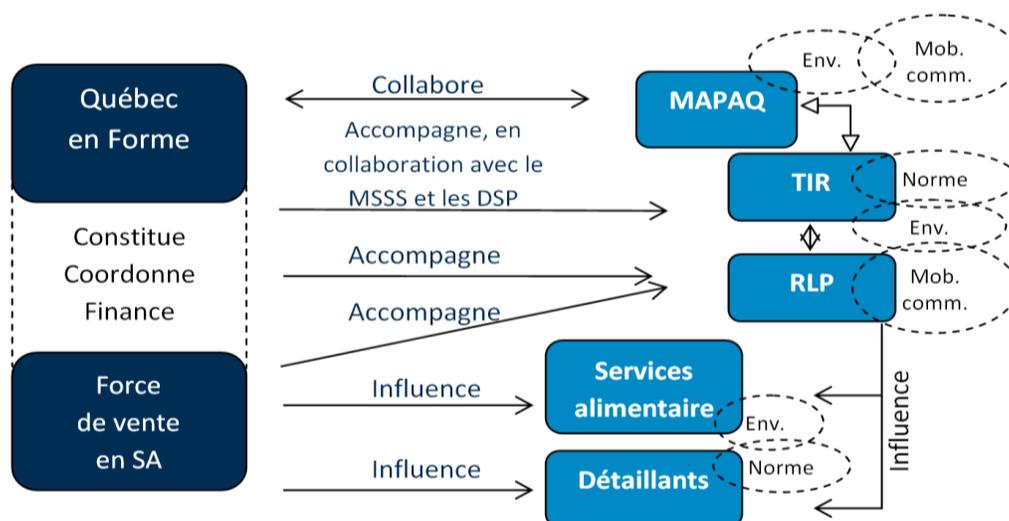
### Objectifs et stratégies 2012-2017

Les **objectifs et stratégies** qui devraient être privilégiés par Québec en Forme au cours des cinq prochaines années visent à **constituer, coordonner et organiser une force de vente des aliments associés à la saine alimentation en collaboration avec cinq acteurs majeurs ciblés**, soit le MAPAQ, les tables intersectorielles régionales (TIR), les regroupements locaux de partenaires (RLP), les services alimentaires et les détaillants en alimentation.

ACTEURS	RÔLE	ACTIONS	STRATÉGIES VISÉES
MAPAQ	Influencer l'environnement d'affaires des entreprises agricoles, de la transformation et de la distribution agroalimentaire.  Maintenir une grande présence (ou : une présence importante) en région.	Le MAPAQ se donne d'une vision claire des actions à engager pour promouvoir la saine alimentation (SA).	Appuyer cette action par la recherche de solutions avec le MAPAQ.  Collaborer avec le MAPAQ de façon à maintenir le niveau de priorité accordé à la saine alimentation.

ACTEURS	RÔLE	ACTIONS	STRATÉGIES VISÉES
<b>Tables intersectorielles régionales (TIR)</b>	<p>Soutenir et encourager la mise en place de projets au palier régional et local.</p> <p>Influencer les acteurs locaux et régionaux.</p> <p>Participer à la concertation avec les autres tables régionales, dont celle sur l'agroalimentaire.</p>	<p>Les TIR mettent en œuvre une stratégie de sorte que les acteurs régionaux – les membres des tables – soient compétents pour agir en SA.</p>	<p>Intégrer les préoccupations agroalimentaires à l'agenda des TIR. Établir un rapprochement avec les tables agroalimentaires.</p> <p>Compter sur des ressources pour être plus compétents et mieux agir.</p> <p>Poser un diagnostic sur l'état de la situation régionale.</p> <p>Élaborer et donner de la formation.</p> <p>Planifier et organiser un accompagnement stratégique et opérationnel en fonction du diagnostic.</p>
<b>Regroupements locaux de partenaires (RLP)</b>	<p>Se doter d'une vision de changement sur la SA des jeunes dans leur milieu.</p> <p>Encourager, dans les différents milieux, des interventions portant sur la mise en place d'environnements favorables, mais aussi sur les comportements individuels.</p>	<p>Les RLP sont outillés pour réaliser des actions efficaces en lien avec la SA.</p>	<p>Poser un diagnostic.</p> <p>Élaborer et donner de la formation.</p> <p>Planifier et organiser un accompagnement stratégique et opérationnel en fonction du diagnostic.</p>
<b>Services alimentaires</b>	<p>Influencer :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- l'offre de produits;</li> <li>- la composition des produits offerts;</li> <li>- l'environnement « d'achat ».</li> </ul>	<p>Les services alimentaires posent des gestes pour améliorer leur offre de produits alimentaires sains.</p>	<p>Déterminer les priorités et définir les contenus.</p> <p>Organiser une force de vente en priorisant des approches individuelles.</p> <p>mettre à contribution les RLP et les TIR pour influencer les services alimentaires?</p>
<b>Détaillants en alimentation/commerces de proximité</b>	<p>Créer l'environnement dans lequel s'effectue la plupart des achats.</p> <p>Influencer la transformation avec les marques maison.</p>	<p>Les détaillants posent des gestes pour modifier leur offre alimentaire afin de favoriser la SA.</p> <p>La SA doit progresser dans l'échelle de leurs priorités.</p> <p>Les actions exactes à poser sont à définir en collaboration avec eux.</p>	<p>Organiser une force de vente auprès des chaînes et des propriétaires.</p> <p>Faire des approches indirectes avec les RLP et les TIR afin de les influencer.</p>

## VUE D'ENSEMBLE DES STRATÉGIES



Québec en Forme conviendra avec ces acteurs, dont ceux de la chaîne agroalimentaire, d'objectifs communs dans le respect de ses trois orientations, c'est-à-dire : la mobilisation des communautés, les environnements favorables et les normes sociales. Pour ce faire, des dynamiques relationnelles sont à instaurer telles que :

- la collaboration (propositions de contenu pour des actions, opportunités de communication à saisir);
- l'accompagnement (diagnostic des besoins, formation, soutien opérationnel, définition des responsabilités);
- l'influence (argumentaire, approches individuelles).

## APPEL À LA MOBILISATION

Un virage s'amorce graduellement au sein de la population québécoise et s'accroît au fur et à mesure qu'une nouvelle pensée sociétale qui lie qualité de l'alimentation et bienfaits sur la santé sera reconnue et adoptée. Il est essentiel qu'une mobilisation de toute la chaîne alimentaire (de la terre à la table) et des divers acteurs socio-économiques (municipalités, commissions scolaires, organismes communautaires et de loisirs, entreprises privées, etc.) se concrétise par un engagement réel à la cause de la saine alimentation.

Cela pourra se traduire par diverses actions de promotion de la saine alimentation bien ciblées dans les communautés locales et régionales, telles que :

- la création de jardins communautaires, de circuits courts de distribution tels que des marchés publics; marchés de solidarité régionale, fermiers de famille et paniers bio.

- une révision et une meilleure organisation des comptoirs de cafétérias;
- la diffusion d'informations dans les épiceries (avec un spécialiste ou du personnel formé);
- l'amélioration nutritionnelle des menus dans les milieux de vie des jeunes;
- des projets de sensibilisation à la culture et à la provenance des aliments (visites de fermes, rencontres avec des producteurs, etc.) ainsi que sur l'agroalimentaire local et régional (jeux interactifs, circuits courts, etc.).

**L'agroalimentaire est un secteur ciblé par Québec en Forme et les stratégies mises en place en collaboration avec ses partenaires serviront à réaliser ce virage essentiel pour améliorer l'alimentation, et la santé, des jeunes du Québec.**

## ANNEXE 1

### État de la situation des projets en cours en agroalimentaire de Québec en Forme

OBJECTIFS	STRATÉGIES	PROJETS		
		LOCAL <sup>1</sup>	RÉGIONAL <sup>2</sup>	NATIONAL <sup>3</sup>
1. Développer les compétences des jeunes	1.1 Offrir des occasions d'apprentissage et d'expérimentation aux jeunes et à leurs parents	Soutien aux potagers éducatifs		
	1.2 Assurer la qualité des interventions			
2. Augmenter l'accessibilité à une offre de qualité en matière de saine alimentation et de mode de vie physiquement actif	2.1 Améliorer l'offre de service, y compris l'offre alimentaire	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cueillette d'aliments frais chez les agriculteurs</li> <li>▪ Marché public extérieur saisonnier</li> <li>▪ Soutien à Bonne boîte, Bonne bouffe</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Groupes d'achat et points de chute de livraison pour Bonne boîte, Bonne bouffe</li> <li>▪ Accès Bouffe santé</li> <li>▪ Un marché près de chez vous</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mangez frais, mangez près</li> <li>▪ La santé au menu</li> <li>▪ Programme Melior</li> <li>▪ Offres et pratiques alimentaires revues dans les garderies</li> </ul>
	2.2 Améliorer le cadre bâti			
3. Contribuer à l'essor de normes sociales favorables	3.1 Communiquer et sensibiliser	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Élaboration et promotion de recettes santé au marché public</li> </ul>		
	3.2 Mener des actions d'influence auprès des organisations, des réseaux et des décideurs de tous les secteurs			

	3.3 Mobiliser un réseau d'acteurs intersectoriels	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Recensement des producteurs locaux en agrotourisme</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Programme DUX (Reconnaissance des leaders en agroalimentaire)</li> </ul>
--	---	--	--	---

- 1- L'aide financière allouée à l'ensemble des projets locaux en agroalimentaire est évaluée à **environ 300 000 \$ par année sur un total de 24 M\$** (cette somme couvre tous les projets de tous les secteurs). La catégorisation des actions au niveau local ne permettant pas de bien cibler les actions en agroalimentaire, nous émettons une certaine réserve sur la validité de cette donnée.
- 2- La majorité des projets régionaux s'échelonnent sur une période de deux ans à trois ans. **À ce jour, Québec en Forme y a investi 824 000 \$.**
- 3- La majorité des projets nationaux portent sur une période de trois ans. Plusieurs de ces projets arrivent à la fin de leur premier cycle de trois ans et, **depuis 2008, 8 037 657 \$ ont été alloués.**

## RÉFÉRENCES

Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ). Profil sectoriel de l'industrie agroalimentaire au Québec, édition 2010.

MAPAQ. BioClips actualité bioalimentaire, volume 19, n° 28, 11 octobre 2011.

MAPAQ. BioClips actualité bioalimentaire, volume 18, n° 12, 6 avril 2010.

MAPAQ. BioClips actualité bioalimentaire, volume 18, n° 29, 19 octobre 2010.

MAPAQ. BioClips actualité bioalimentaire, volume 19, n° 36, 6 décembre 2011.

GRUPE DE TRAVAIL SUR L'ALIMENTATION ET LA SANTÉ. MAPAQ. Rapport présenté au comité de direction du MAPAQ, mai 2006.

MAPAQ. Portrait de l'offre alimentaire québécoise, 2009.

MAPAQ. L'activité agroalimentaire au Québec, bilan 2006.

GO5 Coalition pour un modèle agricole équitable, la gestion de l'offre. [En ligne]. [www.go5quebec.ca] données, 2005.

MAPAQ. La transformation alimentaire québécoise en chiffre, édition 2011.

Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois (CAAAQ). Études complémentaires, février 2008.

Institut de la statistique du Québec et MAPAQ. Profil sectoriel de l'industrie agroalimentaire au Québec, édition 2011.

MAPAQ. Bottin statistique de l'alimentation, édition 2010.

MAPAQ. BioClips +, Regard sur l'actualité agroalimentaire, mars 2006.

MAPAQ. BioClips +, L'importance économique de la restauration commerciale au Québec, volume 15, n° 12, avril 2012.

Olivier de Schutter, 26 décembre 2011, Rapport soumis par le rapporteur spécial sur le droit à l'alimentation, Nations Unies [http://www.srfood.org/images/stories/pdf/officialreports/20120306\\_nutrition\\_fr.pdf](http://www.srfood.org/images/stories/pdf/officialreports/20120306_nutrition_fr.pdf) Organisation de coopération et de développements économiques (OCDE). Faire le choix de la santé, réunion ministérielle de l'OCDE sur la santé, 7-8 octobre 2010.

SASSI, Franco. L'obésité et l'économie de la prévention, objectif santé, OCDE, septembre 2010, 292 p.

Institut national de santé publique du Québec (INSPQ). Les conseils de politique alimentaire, Centre de collaboration nationale sur les politiques publiques et la santé. Note documentaire, mars 2011.

Ministère de la Santé et des Services sociaux du Québec. Vision de la saine alimentation pour la création d'environnements alimentaires favorables à la santé, 2010.

INSPQ. Agriculture et Agroalimentaire : Choisir un avenir en santé, juin 2007.

NÉRON, Pierre-Yves, chercheur en éthique et en philosophie, Centre de recherche en éthique de l'Université de Montréal. (Offre alimentaire plus saine pour les jeunes : les entreprises ont-elles une responsabilité? Blogue de Québec en forme, juin 2012, Colloque alimentation et santé des jeunes (oct. 2011))

GOUVERNEMENT DU QUÉBEC ET QUÉBEC EN FORME. Pour une vision commune des environnements favorables à la saine alimentation, à un mode de vie physiquement actif et à la prévention des problèmes liés au poids, Québec, 2012.

Société de gestion du fonds pour la promotion des saines habitudes de vie. Rapport du Comité consultatif industrie agroalimentaire, juin 2009.

Ordre professionnel des diététistes du Québec, pour remettre le citoyen au cœur de l'assiette!, mémoire présenté à la Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire du Québec, 21 juin 2007, p. 27.

CAAAQ. Rapport de la Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois, février 2008, chapitre 3, p. 41.

QUÉBEC EN FORME. Offre alimentaire plus saine pour les jeunes : les entreprises ont-elles une responsabilité?, Blogue [En ligne]. [<http://blogue.quebecenforme.org/>] (Consulté le 7 juin 2012).

OPTION CONSOMMATEURS. Impact des allégations santé sur les choix des consommateurs, juin 2011.

Fondation Lucie et André Chagnon Agriculture et agroalimentaire : Mémoire présenté à la Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois, 21 juin 2007.



# Québec EN FORME