

Produire et manger ensemble dans la MRC du Rocher-Percé :
un portrait de l'offre et de la demande alimentaires locales.



Prise en charge
de l'alimentation
par et **pour** la
communauté

PRODUIRE LA SANTÉ

➔ **ENSEMBLE!**



Rédaction

Avard, Catherine, agr., agente de développement en alimentation de proximité pour le laboratoire rural *Produire la santé ensemble*

Révision

Boisvert, Isabelle, coordonnatrice du laboratoire rural *Produire la santé ensemble*

Joncas, Roseline, adjointe administrative du laboratoire rural *Produire la santé ensemble*

Delarosbil, Frédéric, agent de développement de l'achat local du laboratoire rural *Produire la santé ensemble*

Graphisme

Révision graphique et pictogrammes p. 29 à 31 : Tremblay, Annie, agente de communication du laboratoire rural *Produire la santé ensemble*

Photo de la page couverture : 40 Degrés

Impression

Imprimerie des Anses Inc.

© Tous droits réservés, Produire la santé ensemble

Produire et manger ensemble dans la MRC du Rocher-Percé est réalisé par le laboratoire rural *Produire la santé ensemble*.

Les laboratoires ruraux sont financés jusqu'en 2014 par le gouvernement du Québec dans le cadre de la politique nationale de la ruralité.

Remerciements

Comment réaliser un portrait des activités alimentaires d'un territoire sans être touchée par les gens qui non seulement habitent ce territoire, mais surtout qui le cultivent? Les premiers remerciements vont donc naturellement aux producteurs, transformateurs, cuisiniers, responsables de services alimentaires et autres gourmands qui ont généreusement accepté d'accueillir chez eux l'équipe du laboratoire rural, et ce, parfois entre deux soins aux animaux, parfois en attendant que la cloche sonne l'arrivée des élèves à la cafétéria. Ce portrait est d'abord et avant tout le vôtre, en espérant que ces pages soient imprégnées d'un peu de toute cette passion qui vous anime.

Plusieurs acteurs et intervenants ont également contribué à favoriser l'ancrage de ce portrait dans la réalité de la MRC. Leur connaissance du milieu et leur précieuse expérience ont notamment permis une meilleure compréhension des enjeux locaux, ce qui est incontournable. À tous, merci pour votre grande disponibilité!

La réalisation de ce portrait a été rendue possible grâce à la généreuse contribution de la Fondation communautaire Gaspésie – Les Îles.



Résumé

Dans le cadre du laboratoire rural *Produire la santé ensemble* une soixantaine d'entrevues individuelles ont été réalisées en vue de recueillir les informations nécessaires pour augmenter l'offre d'aliments locaux dans la MRC du Rocher-Percé et pour accroître l'approvisionnement local au sein des services alimentaires des établissements de Chandler.

En général, les participants perçoivent de manière plutôt négative l'état de santé de la population locale, et les impacts de l'accroissement de la consommation de produits locaux sur la santé seraient selon eux plutôt positifs. Par ailleurs, une grande diversité de produits est présentement disponible localement, mais certains aliments de base sont absents de l'offre. Aussi, la moitié des établissements rencontrés ne consacrent qu'une part négligeable ou nulle de leur budget alimentaire à l'achat de produits locaux.

Pour le secteur de l'offre tout comme pour celui de la demande, les deux principales conditions à une plus grande utilisation des circuits courts sont la disponibilité des produits, ainsi que le prix. La sensibilisation des consommateurs, l'abattage de viande en région et l'adoption de modèles de production et de mise en marché à petite échelle sont parmi les pistes d'action proposées par les participants.

Trois projets-pilotes ont émergé de ce portrait et seront accompagnés par *Produire la santé ensemble* dès 2009. Le premier rendez-vous « Produire et manger... ensemble! » a été l'occasion pour les participants de prendre connaissance des résultats du portrait ainsi que de créer des liens pour développer leurs propres projets.



Table des matières

Remerciements	iii
Résumé	iv
Table des matières	5
Liste des tableaux	6
Le laboratoire rural <i>Produire la santé ensemble</i> : une mise en contexte	9
Terrains d'étude du laboratoire rural	11
1. Introduction	12
2. Objectifs du portrait	13
3. Méthodologie	14
3.1 Populations à l'étude	14
3.2 Approche.....	17
3.3 Collecte de données.....	22
3.4 Analyse qualitative	24
3.5 Échéanciers	25
4. Interprétation et présentation des résultats	26
4.1.1 Perceptions – interprétation	26
4.1.2 Perceptions – résultats.....	28
4.2.1 Ressources – interprétation	31
4.2.2 Ressources – résultats	38
4.3.1 Potentialités – interprétation	53
4.3.2 Potentialités – résultats.....	55
4.4.1 Besoins — interprétation	63
4.4.2 Besoins — résultats.....	65
5 Utilisation des résultats	72
6. Diffusion et appropriation par le milieu	74
6.1 Présentation des résultats préliminaires pour le secteur de l'offre	74
6.2 Le premier rendez-vous « Produire et manger... ensemble! »	74
Discussion	77
Conclusion	78
Annexes (fournies sur demande)	79

Liste des tableaux

Figure 1 : La MRC du Rocher-Percé.....	14
Tableau 1 : Types d'activités de production ou de transformation bioalimentaire pratiquées par les participants au portrait, pour le secteur de l'offre.....	15
Tableau 2 : Types d'activités alimentaires pratiquées par les participants au portrait, pour le secteur de la demande.....	17
Tableau 3 : Calendrier des activités réalisées pour le portrait de l'offre et de la demande alimentaires locales.....	25
Tableau 4 : Résultats de la question « Pour vous, que signifie l'expression ÊTRE EN SANTÉ? », pour les secteurs de l'offre et de la demande.....	28
Tableau 5 : Résultats de la question « Que signifie pour vous l'expression COMMUNAUTÉ EN SANTÉ? », pour les secteurs de l'offre et de la demande.....	28
Tableau 6 : Résultats de la question « Quel est selon vous l'état de santé de notre MRC? », pour les secteurs de l'offre et de la demande.....	29
Tableau 7 : Résultats de la question « Imaginons qu'il y ait une augmentation de la consommation locale de vos produits. Quels en seraient, selon vous, les effets : sur votre entreprise? », pour le portrait de l'offre.....	29
Tableau 8 : Résultats de la question « Imaginons qu'il y ait une place plus importante accordée aux produits locaux dans votre offre de menu. Quels en seraient, selon vous, les effets : sur votre établissement? », pour le secteur de la demande :	30
Tableau 9 : Résultats de la question « Imaginons qu'il y ait une augmentation de la consommation de produits locaux. Quels en seraient, selon vous, les effets sur l'état de santé des gens? », pour le secteur de l'offre et de la demande.....	30
Tableau 10 : Types, volumes et disponibilité des productions bioalimentaires dans la MRC du Rocher-Percé en 2008	38
Tableau 11 : Résultats de la question « S'il y a lieu, pour la transformation, quelles sont vos sources d'approvisionnement de matière première? », pour le secteur de l'offre	39
Tableau 12 : Résultats de la question : « Quel pourcentage approximatif de vos produits est écoulé sur le marché de la MRC du Rocher-Percé? », pour le secteur de l'offre.....	39
Tableau 13 : Résultats de la question : « Quel volume approximatif d'aliments (frais ou surgelés) est utilisé dans vos services alimentaires? », pour le secteur de la demande	40
Tableau 14 : Résultats de la question : « Faites-vous usage de produits de spécialité? », pour le secteur de la demande.....	40
Tableau 15 : Résultats de la question : « Faites-vous usage de produits peu transformés? », pour le secteur de la demande	40
Tableau 16 : Résultats de la question « Quels sont les types de mise en marché que vous utilisez actuellement? », pour le secteur de l'offre	41
Tableau 16 (suite) : Résultats de la question « Quels sont les types de mise en marché que vous utilisez actuellement? », pour le secteur de l'offre	42
Tableau 17 : Résultats de la question : « Comment organisez-vous le transport de vos produits? », pour le secteur de l'offre	42
Tableau 18 : Résultats de la question : « Auprès de qui vous approvisionnez-vous? », pour le secteur de la demande.....	43
Tableau 19 : Résultats de la question : « Quel est le pourcentage du budget alimentaire destiné à l'achat de produits locaux? », pour le secteur de la demande	44
Tableau 20 : Satisfaction des répondants du secteur de la demande en ce qui concerne les produits locaux	44
Tableau 21 : Résultats de la question « À quelle fréquence offrez-vous vos services? », pour le secteur de la demande.....	44
Tableau 22 : Résultats de la question « Quel type de repas servez-vous? », pour le secteur de la demande.....	45
Tableau 23 : Résultats de la question « Par qui les services alimentaires sont-ils opérés? », pour le secteur de la demande	45
Tableau 24 : Résultats de la question : « Qui compose les menus? », pour le secteur de la demande	45

Tableau 25 : Résultats de la question : « Quels sont les principaux critères observés lors du choix des aliments qui composent le menu? », pour le secteur de la demande.....	45
Tableau 26 : Résultats de la question : « Quel est votre coût d'achat moyen en produits alimentaires par déjeuner, dîner, souper ou collation (s'il y a lieu)? », pour le secteur de la demande.....	46
Tableau 27 : Résultats de la question « Est-ce que votre organisation est subventionnée pour les repas servis dans son établissement? », pour le secteur de la demande.....	46
Tableau 28 : Résultats de la question : « Possédez-vous des infrastructures non utilisées? », pour le secteur de l'offre	46
Tableau 29 : Résultats de la question : « Disposez-vous d'une ou plusieurs installations pour une même activité? », pour le secteur de la demande.....	47
Tableau 30 : Installations dont disposent les services alimentaires du secteur de la demande pour la manutention des aliments	47
Tableau 31 : Nombre total de personnes impliquées dans des activités de production et de transformation bioalimentaire dans la MRC du Rocher-Percé.....	48
Tableau 32 : Résultats de la question « Combien de personnes s'impliquent au sein de l'entreprise (membres de la famille, employés...)? À raison de combien d'heures par semaine, selon la saison? », pour le secteur de l'offre.....	48
Tableau 33 : Résultats de la question « Quel pourcentage approximatif de votre revenu familial provient de vos activités de production ou de transformation bioalimentaire? », pour le secteur de l'offre ...	49
Tableau 34 : Résultats de la question « Dans le futur, souhaiteriez-vous que cette proportion soit augmentée? », pour le secteur de l'offre	49
Tableau 35 : Résultats des questions : « Souhaitez-vous transférer votre entreprise dans les dix prochaines années? » et « Avez-vous une relève identifiée pour votre entreprise? », pour le secteur de l'offre	50
Tableau 36 : Résultats de la question : « Partagez-vous certaines activités avec d'autres producteurs ou transformateurs, enregistrés ou non? », pour le secteur de l'offre	51
Tableau 37 : Résultats de la question : « Faites-vous des achats regroupés avec d'autres organisations? », pour le secteur de la demande.....	51
Tableau 38 : Résultats de la question : « Quels sont vos projets pour l'entreprise à court, moyen et long terme? », pour le secteur de l'offre.....	52
Tableau 39 : Résultats de la question : « Quels sont vos projets pour l'organisation à court, moyen et long terme? », pour le secteur de la demande	52
Tableau 40 : Résultats de la question : « Par le passé, avez-vous déjà tenté l'expérience de la mise en marché locale? Si oui, comment cette expérience s'est-elle déroulée? », pour le secteur de l'offre	55
Tableau 41 : Conditions pour la réalisation d'un projet-pilote de mise en marché ou d'approvisionnement local, pour les secteurs de l'offre et de la demande	57
Tableau 42 : Conditions pour l'approvisionnement local, pour les transformateurs du secteur de l'offre	57
Tableau 43 : Préférences en terme d'aliments locaux potentiels, pour le secteur de la demande.....	58
Tableau 44 : Résultats de la question : « Quel écart de prix êtes-vous prêt à déboursier pour l'achat d'aliments locaux? », pour le secteur de la demande	58
Tableau 45 : Résultats de la question : « De quelle façon souhaiteriez-vous vous procurer des aliments locaux? », pour le secteur de la demande.....	58
Tableau 46 : Possibilités dans le cadre d'un projet pilote de mise en marché locale, pour le secteur de l'offre.....	59
Tableau 46 (suite) : Possibilités dans le cadre d'un projet pilote de mise en marché locale, pour le secteur de l'offre	60
Tableau 47 : Possibilités dans le cadre d'un projet pilote d'approvisionnement local, pour le secteur de la demande.....	61
Tableau 47 (suite) : Possibilités dans le cadre d'un projet pilote d'approvisionnement local, pour le secteur de la demande	62
Tableau 48 : Résultats de la question « Afin de produire des aliments pour le marché local, ressentez-vous le besoin de recevoir davantage d'encadrement dans certains domaines? », pour le secteur de l'offre.....	65
Tableau 49 : Résultats de la question « Quelle(s) forme(s) d'encadrement vous conviendrait(en)t le mieux? », pour le secteur de la demande	66
Tableau 50 : Résultats de la question « Est-ce que l'accès au financement est un frein au développement de votre entreprise? », pour le secteur de l'offre	66

Tableau 51 : Résultats de la question « Vous sentez-vous bien informé des différents services d'encadrement et de financement qui sont à votre disposition? », pour le secteur de l'offre	67
Tableau 52 : Résultats de la question « Est-ce qu'il est facile de trouver des personnes pour travailler au sein de votre entreprise? », pour le secteur de l'offre.....	67
Tableau 53 : Résultats de la question « Est-ce que le manque de main-d'œuvre peut être un frein au développement de votre entreprise? », pour le secteur de l'offre	67
Tableau 54 : Résultats de la question « Votre organisation participe-t-elle à des activités de formation en lien avec l'alimentation? », pour le secteur de la demande	68
Tableau 55 : Types d'information intéressant les participants du secteur de la demande.....	68
Tableau 56 : Types d'activité d'information ou de formation intéressant les participants du secteur de la demande.....	68
Tableau 57 : Résultats de la question « Quels seraient selon vous les plus grands obstacles à la mise en marché locale de vos produits? », pour le secteur de l'offre	69
Tableau 58 : Résultats de la question « Quels seraient selon vous les plus grands obstacles à l'achat de produits locaux? », pour le secteur de la demande	70
Tableau 59 : Résultats de la question « Par rapport à ces contraintes, quelles seraient les actions ou les installations qui vous aideraient concrètement? », pour le secteur de l'offre	70
Tableau 60 : Résultats de la question « Par rapport à ces contraintes, quelles seraient les actions ou les installations qui vous aideraient concrètement? », pour le secteur de la demande.....	71
Tableau 61 : Résultats de la question « Certaines personnes soulèvent l'obstacle de la faible production locale. Que pensez-vous qui pourrait être fait afin d'augmenter l'offre des produits locaux? »	71
Figure 2 : « Photo de famille » des participants à la soirée « Produire et manger... ensemble! ».....	75

Le laboratoire rural *Produire la santé ensemble* : une mise en contexte

L'Association coopérative de consommation de Percé réalise un laboratoire rural (annexe 1) qui vise à « développer et expérimenter des solutions collectives pour l'amélioration de la **santé globale**¹ par l'accroissement de l'**autonomie alimentaire**² ». De 2008 à 2014, ce projet permet d'expérimenter les défis d'un modèle facilitant le renforcement de l'**agriculture de proximité**³ ainsi que de mesurer son impact sur la santé globale. Les retombées attendues toucheront prioritairement les jeunes et les familles, la relève de demain!

Le territoire visé, qui regroupe environ 19 000 citoyens, affiche un portrait sociosanitaire peu reluisant. À ce chapitre, le taux d'emploi est environ deux fois plus faible que dans les autres régions du Québec (35 % contre 58 % en 2001) et le taux de prestataire d'assurance-emploi est deux fois plus élevé (15 % contre 7 % en 2005). Parallèlement, les femmes sont plus vulnérables avec un taux de familles monoparentales élevé (près de 22 %) et un niveau de scolarité équivalent à celui de la moyenne des femmes québécoises en 1980 (seulement 24 % ont plus de 15 années d'étude).

En dépit de ce contexte démographique et économique difficile, proportionnellement, les résidants de la région sont plus nombreux que ceux du reste du Québec à avoir un fort sentiment d'appartenance à leur communauté locale ainsi qu'un niveau élevé de soutien social (DSP GIM, 2007). C'est précisément sur ce fort capital social que mise le laboratoire rural pour la mise en oeuvre de cette prise en charge de l'alimentation.



¹ On peut définir la santé globale comme étant « la capacité physique, psychique et sociale des personnes d'agir dans leur milieu et d'accomplir les rôles qu'elles entendent assumer, d'une manière acceptable pour elles-mêmes et pour les groupes dont elles font partie » (Gouvernement du Québec, Loi sur les services de santé et les services sociaux,

http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=2&file=/S_4_2/S4_2.html. Page consultée le 15 juillet 2009.)

² L'autonomie alimentaire se définit comme « l'accès en tout temps et à long terme à une quantité quotidienne suffisante de nourriture, à un coût raisonnable; c'est le pouvoir de choisir, en toute dignité et en ayant accès à une information claire et fiable, une alimentation saine, variée et salubre; elle s'acquiert par l'action collective et solidaire de se prendre en charge individuellement et collectivement, pour le mieux-être d'une communauté, dans un esprit de développement durable; elle favorise le respect de l'environnement, le commerce équitable, la consommation responsable et vise un équilibre durable entre la satisfaction des besoins présents et ceux des générations futures » (Regroupement des cuisines collectives du Québec, <http://www.rccq.org/fr/lautonomie-alimentaire.html>. Page consultée le 15 juillet 2009.)

³ L'agriculture de proximité désigne une agriculture à circuit court dans la production, la transformation, la distribution et surtout dans la consommation. Elle désigne aussi un système de pensée axé sur la solidarité entre consommateurs et producteurs, une conscience environnementale qui est répulsive vis-à-vis l'inefficacité du transport d'aliments et une solidarité internationale. Dans ce modèle, le consommateur a autant d'importance que le producteur dans ce qui est produit et comment. (Conseil des zones rurales des Pays-Bas (1998), cité par Solidarité rurale du Québec (2007), <http://www.solidarite-rurale.qc.ca/media/Mémoire%20SRQ%20sur%20l'agriculture%20avec%20annexes-2007.pdf>. Page consultée le 15 juillet 2009.)

Ce projet s'appuie sur l'expertise d'une équipe scientifique multidisciplinaire (annexe 2) pour l'élaboration, la mise en oeuvre et l'évaluation du projet, ainsi que sur Équiterre⁴ pour le soutien et la diffusion graduelle des résultats.

Partant du constat qu'il existait autrefois une agriculture florissante dans la MRC du Rocher-Percé, on peut concevoir que cette région possède les capacités biophysiques pour nourrir les populations locales. De plus, étant donné la présence d'une agriculture extensive et la quasi non-utilisation de produits de synthèse dans ces écosystèmes (pesticides, fertilisants chimiques, etc.), ce terroir permet de produire des aliments sains de qualité supérieure, recommandés pour leurs bienfaits sur la santé, jouant un rôle préventif sur les maladies chroniques, le mal du siècle (annexe 3).

La pertinence de ce laboratoire s'insère dans la réflexion collective qu'il entame concernant l'impact de l'agriculture de proximité sur la santé individuelle et collective. De plus, il permettra de documenter et de diffuser de nouveaux scénarios pour l'amélioration des environnements alimentaires, déterminant important de santé individuelle et collective.



L'ancienne école d'agriculture de Val-d'Espoir. (Crédit : Musée de la Gaspésie)

⁴ <http://www.equiterre.org/>

Terrains d'étude du laboratoire rural

Le laboratoire rural *Produire la santé ensemble* porte sur cinq terrains d'étude :

- A. La gestion, l'évaluation et la diffusion de la démarche et des résultats;
- B. la revitalisation d'un village : le cas de Val-d'Espoir;
- C. le renforcement de l'agriculture de proximité : le cas de la MRC du Rocher-Percé;**
- D. la création de liens alimentaire et éducatif: le cas de Chandler; et**
- E. une épicerie au coeur d'une démarche participative d'amélioration de la santé globale : le cas de l'Association coopérative de consommation de Percé.

Le portrait de l'offre et de la demande alimentaires locales, réalisé dans la première année du laboratoire rural, s'attarde aux terrains d'étude C et D, soit la MRC du Rocher-Percé pour le secteur de l'offre de produits bioalimentaires⁵, et la ville de Chandler pour celui de la demande alimentaire dans les institutions, commerces et organismes communautaires. Cette démarche a d'abord été pensée dans une logique marchande entre producteurs et acheteurs, ce qui n'empêche pas que certains projets-pilotes qui en ont émergé explorent plutôt des logiques citoyenne et communautaire⁶.

Il est à noter que, dès le début de la deuxième année du laboratoire, un portrait similaire a été entamé au sein du village de Val-d'Espoir afin de caractériser ses ressources, potentialités et besoins relatifs à l'autonomie alimentaire. Ce deuxième portrait s'inscrit dans une logique nourricière⁷ entre familles et au sein d'une communauté.



⁵ Le secteur bioalimentaire inclut tous les produits alimentaires d'origine végétale ou animale, qu'ils soient issus du secteur agricole, de la forêt ou des pêches. Il ne faut évidemment pas confondre les produits bioalimentaires avec les produits biologiques, qui sont des produits, alimentaires ou non, répondant à des normes strictes et ayant obtenu la certification biologique.

⁶ Selon les définitions utilisées dans le cadre du laboratoire, des aliments sont produits et consommés dans une logique marchande lorsque l'activité économique qui en découle est le principal lien qui unit le producteur et le consommateur. Dans une logique citoyenne, chaque consommateur décide individuellement de s'engager dans une alimentation de circuits courts. Enfin, la logique communautaire rassemble des citoyens engagés autour d'un projet collectif d'approvisionnement ou même de production alimentaire.

⁷ On parlera de logique nourricière lorsque des aliments sont produits par des personnes ou une famille selon les principes de l'autosuffisance alimentaire et qu'il n'y a aucune mise en marché.

1. Introduction

La réalisation du portrait de l'offre et de la demande alimentaires locales fait suite à une démarche préalable au laboratoire, soit l'étude de perceptions⁸ en lien avec le projet « Produire la santé ensemble, prise en charge de l'alimentation par et pour la communauté ». Cette étude de nature qualitative a été menée en février 2008. Elle avait pour but de connaître les perceptions d'un échantillon de citoyens du village de Val-d'Espoir et d'acteurs du secteur agroalimentaire de la MRC du Rocher-Percé sur les thèmes de l'agriculture de proximité et de la santé, et sur les liens qui relient ces deux thèmes.

Cette étude a servi d'outil de référence pour arrimer les actions du laboratoire avec les perceptions de la communauté. À cet effet, la situation actuelle de l'agriculture locale dressée par les personnes sondées est plutôt négative : elles estiment que notre agriculture est en déclin, en difficulté ou carrément absente. Cependant, la majorité d'entre elles estiment que cette activité a des incidences positives sur les aspects culturels, sociaux et environnementaux de la communauté. De plus, les principaux éléments mentionnés qui empêchent les gens d'ici de manger des produits issus de l'agriculture locale sont notamment la faiblesse de l'offre locale et le prix élevé des rares produits offerts. Les nombreuses réglementations en vigueur dans ce secteur d'activités sont aussi pour plusieurs des contraintes importantes.

Afin de remédier à cette situation pour le moins pessimiste, les participants à l'étude de perceptions ont suggéré notamment d'agir sur l'amélioration de la mise en marché en général et sur l'augmentation des volumes de productions locales. Cependant, avant d'aller plus loin, nous avons voulu en connaître davantage sur les conditions de réussite de telles mesures auprès des principaux acteurs concernés. Quels sont aujourd'hui les types et volumes de production bioalimentaires dans notre MRC? Comment ces produits sont-ils mis en marché? Mais surtout, est-ce que les producteurs souhaitent mettre en marché localement et, si oui, quels seraient leurs besoins en ce sens?

Rapidement est apparue la nécessité de répondre aux mêmes interrogations du côté de la demande locale et d'utiliser ensemble ces informations. En effet, comment un territoire comptant quelque 19 000 habitants peut-il absorber une offre de produits suffisamment importante pour soutenir une diversité d'entreprises bioalimentaires viables? Le portrait de la demande des acheteurs qui consomment des volumes importants, à Chandler, allait nous aider à répondre à ces questionnements.

En accord avec les perceptions de la majorité des personnes interviewées dans l'étude préalable au laboratoire, c'est donc en faisant un pas de plus vers une meilleure autonomie alimentaire que la MRC du Rocher-Percé pourrait maintenir une bonne santé des individus et des collectivités. **Tous, du producteur au consommateur, en passant par ceux qui transforment et ceux qui achètent, deviendront alors des « producteurs de santé ».**

⁸ L'étude de perceptions est disponible en ligne à l'adresse www.produirelasanteensemble.com dans la section « publications »

2. Objectifs du portrait

2.1 Objectifs généraux du portrait de l'offre et de la demande alimentaires locales :

Recueillir les informations nécessaires en vue d'augmenter l'offre bioalimentaire de proximité dans la MRC;

et

recueillir les informations nécessaires en vue d'accroître l'approvisionnement local au sein des services alimentaires des institutions, commerces et organismes communautaires de Chandler.

2.2 Objectifs spécifiques du portrait de l'offre et de la demande alimentaires locales :

- Répertorier les ressources en vue de planifier efficacement l'implantation d'éventuels projets pilotes (répertoire de scénarios envisageables);
- répertorier les ressources pour la création d'un bottin type « réseautage bioalimentaire »⁹;
- identifier les variables discriminatoires positives ou négatives;
- identifier les besoins d'information, de sensibilisation ou d'éducation (ISÉ) des producteurs et transformateurs¹⁰ ainsi que des organisations offrant des services alimentaires;
- amorcer des pistes de solutions pour s'engager dans la faisabilité d'une production locale accrue ainsi que d'un plus grand approvisionnement local.



Les mots-clés qui s'inscrivent dans la démarche sont : agriculture de proximité, alimentation saine et locale, système alimentaire (production, transformation, distribution et consommation), embûches et facilitateurs à la mise en œuvre d'une prise en charge de l'alimentation par et avec la communauté, personnel, horaire, équipements, espace physique, conditionnement, accessibilité, transformation, aliments locaux, achats, identification, réglementation, marge de manœuvre, sensibilisation, information, formation, efforts, piste de solutions, etc.

⁹ Le « bottin de réseautage » pourrait prendre la forme d'un site Internet convivial et facile à utiliser pour tous les producteurs et acheteurs potentiels.

¹⁰ Parce qu'ils offrent des produits alimentaires, les transformateurs sont ici inclus dans le secteur de l'offre. Bien qu'ils transforment également des aliments, les services alimentaires ne sont pas considérés dans ce cas-ci comme des transformateurs.

3. Méthodologie

La méthodologie utilisée est inspirée notamment de l'approche du « chemin de la connaissance » (annexe 4) citée par madame Paule Simard, chercheure à l'Institut national de santé publique du Québec, lors de la séance de partage du 20 janvier 2009, à Grande-Rivière (voir le point 7. Diffusion et appropriation par le milieu).

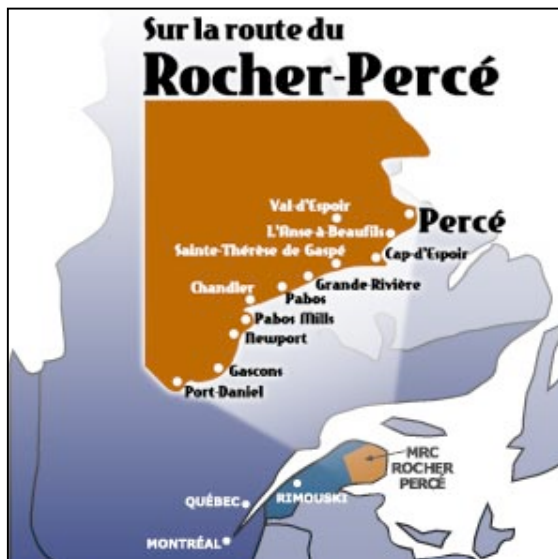
Cette approche considère le « chemin » à parcourir en commençant par le choix des indicateurs pour la prise de données d'un portrait, jusqu'à la réalisation d'un plan d'action par une communauté à partir des résultats. Le moment crucial pour l'appropriation par le milieu se trouve lors de la diffusion des résultats, où l'information devient connaissance. Par ailleurs, il est intéressant de constater que, selon cette approche, il restera toujours un biais dans les résultats du portrait par le simple fait que les indicateurs sont déterminés par le chercheur avant même la prise de données.

3.1 Populations à l'étude

3.1.1 Population à l'étude pour le secteur de l'offre bioalimentaire

Pour le secteur de l'offre, le territoire couvert est celui du terrain d'étude de la MRC du Rocher-Percé. En 2008, elle comptait 18 780 habitants. Ce territoire de 3 077,78 km² est subdivisé en cinq (5) municipalités, soit : Percé, Ste-Thérèse, Grande-Rivière, Chandler/Pabos et Port-Daniel/Gascons (figure 1).

Figure 1 : La MRC du Rocher-Percé



Source : http://www.rocherperce.qc.ca/fr/mrc_loc.asp

La collecte d'informations s'est adressée aux personnes et organisations des secteurs de la production et de la transformation bioalimentaires, dont certains avaient déjà répondu au sondage de l'étude de perceptions – secteur agroalimentaire de la MRC du Rocher-Percé. Les producteurs et transformateurs enregistrés auprès du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ) ont été ciblés en priorité. Cependant, certaines personnes ou organisations qui ne sont pas officiellement enregistrées ont également été rencontrées en raison de leur importance représentative pour le sujet à l'étude. Ce fut le cas notamment pour certaines entreprises en démarrage. Le tableau 1 montre le nombre de participants potentiels recensés par type d'activité, selon l'activité pour laquelle ils sont enregistrés, et le nombre de participants rencontrés. Il est à noter qu'un producteur de fruits et légumes rencontré est également enregistré pour la production de veaux d'embouche, ce qui explique que le nombre total de participants rencontrés ne corresponde pas à la somme des participants rencontrés par catégories.

Tableau 1 : Types d'activités de production ou de transformation bioalimentaire pratiquées par les participants au portrait, pour le secteur de l'offre

Type d'activité de production ou de transformation	OFFRE (44)		Nombre total recensé dans la MRC	Proportion rencontrée
	En démarrage	En production (2008)		
Fruits et légumes	2	4	8	75%
Productions en serre	-	3	3	100%
Produits de l'érable	-	2	2	100%
Apiculture	-	1	1	100%
Veaux d'embouche	-	14	17	82%
Grands gibiers	1	2	3	100%
Pisciculture	1	1	2	100%
Association de pêcheurs (avec vente)	-	0	1	0%
Usines de transformation (produits marins)	-	5	5	100%
Poissonnerie	-	1	3	33%
Produits de transformation	-	3	3	100%
Abattoir / ateliers de découpe / boucherie	1	3	6	67%
Productions diversifiées	1	-	1	100%
Total		44	55	80%

3.1.2 Population à l'étude pour le secteur de la demande alimentaire

Pour le secteur de la demande, le territoire couvert est celui du terrain d'étude de la ville de Chandler. En 2006, elle comptait 7914 habitants, ou 3 365 ménages privés. Ce territoire de 419,50 km² est subdivisé en cinq (5) quartiers, soit : Newport, Pabos Mills, Chandler, Pabos et St-François.

La collecte d'informations pour ce secteur s'est adressée aux services alimentaires des institutions, commerces et organismes communautaires de Chandler, dont certains avaient déjà répondu au sondage de l'étude de perceptions – secteur agroalimentaire de la MRC du Rocher-Percé.

Plus précisément, les organisations ciblées au départ étaient :

- L'ensemble du secteur institutionnel soit : hôpital (1), écoles (3), centre de la petite enfance (1), centre d'hébergement (1); recensés dans la liste des établissements de santé et de services sociaux de l'Agence de la santé et des services sociaux de la Gaspésie – Îles-de-la-Madeleine;
- Le secteur communautaire : organismes communautaires (7), clubs sociaux (3), loisirs (2), réadaptation (1); recensés dans la liste des organismes communautaires de l'Agence de la santé et des services sociaux de la Gaspésie – Îles-de-la-Madeleine;
- Le secteur privé : restaurants (14), base de plein air (1), motel (1); recensés dans le répertoire téléphonique.

Au moment d'entamer la collecte d'informations, nous avons cependant choisi d'exclure du portrait le secteur privé, à l'exception d'un restaurant et de la base de plein air, dont les responsables avaient déjà été rencontrés au tout début de la démarche. Ce choix était justifié d'une part par le court délai dont nous disposions pour réaliser les entrevues et analyser les données. D'autre part, nous pouvions déjà considérer que les données pour ce secteur seraient en partie faussées par l'affluence touristique estivale, une clientèle certes susceptible d'apprécier les aliments locaux, mais à laquelle ne s'adressent pas directement les actions du laboratoire. Ce choix pourrait néanmoins être discutable dans la mesure où la demande de la clientèle touristique pourrait représenter un levier financier non négligeable pour les entreprises de production locales. Cependant, en considérant les principes du développement endogène des communautés, lequel fait partie des valeurs du laboratoire, nous pouvions espérer une implication à long terme des secteurs institutionnel et communautaire, malgré leurs contraintes financières possiblement plus importantes. Le tableau 2 montre donc les activités alimentaires pratiquées par les 14 établissements rencontrés, chaque établissement pouvant pratiquer une ou plusieurs activités. Le nombre total d'établissements offrant chacun des services alimentaires à Chandler n'a pas été recensé.



Tableau 2 : Types d'activités alimentaires pratiquées par les participants au portrait, pour le secteur de la demande

Catégorie	Activités alimentaires	DEMANDE (14)
Institutions	Cafétéria d'institution hospitalière (et CHSLD)	1
	Cafétéria d'institution scolaire	1
	Centre de la petite enfance	1
	Centre d'hébergement hospitalier	1
	Service de garde en milieu scolaire	2
Commerces	Cuisine d'auberge	1
	Camp de vacances	1
	Casse-croûte d'aréna	1
	Cuisine de restaurant	2
	Comptoir de services alimentaires	2
	Service de traiteur	2
Milieu communautaire	Cuisine communautaire	1
	Cuisine collective	1
	Popotte roulante (avec traiteur)	1
	Distribution de paniers (Noël)	1
	Dépannage alimentaire	2
	Maison d'hébergement	2
	Ateliers culinaires d'un groupe communautaire	3

3.2 Approche

3.2.1 Stratégie de communication

La première étape pour la réalisation du portrait a été la mise en œuvre d'une stratégie de communication sur le thème de l'alimentation de proximité à partir des résultats de l'étude de perceptions. Sous la responsabilité de la coordonnatrice du laboratoire rural, cette action a permis de réaliser une entrevue télévisée sur le sujet. Outre le fait de diffuser les résultats de la première étude, l'objectif de cette communication était de rappeler l'historique agricole de la MRC et d'annoncer la recherche approfondie qui allait suivre.



De plus, pour le secteur de la demande, une stratégie de communication a été mise en œuvre afin de réaliser un premier contact avec certains des acteurs ciblés, soit les intervenants du milieu des services de garde et de la base de plein air. L'approche retenue a été de leur proposer un geste concret vers une alimentation saine et locale par la commande de légumes biologiques gaspésiens. Pour des raisons financières, aucun des services de garde approchés n'a cependant commandé de légumes. Toutefois, la base de plein air a commandé des légumes via le réseau proposé, une expérience qui sera possiblement renouvelée.

3.2.2 Recherche d'informations

Avant de commencer la récolte de données à proprement parler, il est apparu important de dresser un état de situation des secteurs d'activité à l'étude. L'objectif de cette étape préliminaire était de mieux ancrer la démarche dans le milieu et d'acquérir une meilleure crédibilité. Pour ce faire, les principales étapes réalisées furent les suivantes :

1. Rencontrer des personnes clefs

Une quinzaine de rencontres ont été réalisées avec des personnes clefs oeuvrant dans les secteurs de l'offre et de la demande alimentaires de la MRC et de Chandler. Ces rencontres avaient pour objectifs de :

- valider la démarche (échantillons et guides d'entrevue);
- mieux saisir ce qui s'est fait, ce qui a fonctionné et ce qui a moins bien fonctionné en terme de mise en marché ou d'approvisionnement local;
- connaître les tendances, l'évolution, la taille du marché et les facteurs environnementaux;
- entrevoir les perspectives, imaginer les potentialités, identifier les contraintes et se familiariser avec le contexte global;
- connaître le fonctionnement des secteurs d'activité ciblés;
- connaître les dynamiques de chaque organisation;
- pour le terrain d'études de Chandler : connaître le profil des consommateurs et le nom des répondants en lien avec le volet alimentaire.

Rencontres réalisées pour les secteurs de l'offre et de la demande :

1. Bertrand ANEL, agent au développement de l'agroforesterie à la Conférence régionale des élu(e)s Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine
2. Karine BERGER, spécialiste en transformation des aliments chez Halieutec
3. Frédéric DeLAROSBIL, coordonnateur du Réseau Agriconseils Gaspésie — Les Îles
4. Delphis PORLIER, technicien agricole à la direction régionale de la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec
5. Claude-André LÉVEILLÉ, coordonnateur pour le développement des ressources naturelles alternatives à la Conférence régionale des élu(e)s Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine
6. Carmen ST-DENIS, agente de développement en produits de créneaux à la Fédération de l'Union des producteurs agricoles de la Gaspésie—Les Îles
7. Jean-Paul SHANNON, coordonnateur du Groupement des employeurs secteur bioalimentaire
8. Daniel BRIAND, directeur de la Chambre de commerce de la MRC du Rocher-Percé
9. Nathalie DRAPEAU, coordonnatrice du Programme de gestion des matières résiduelles (PGMR) de la MRC du Rocher-Percé
10. Richard DUGUAY, conseiller en développement et suivi aux entreprises au CLD du Rocher-Percé
11. Danièle GAGNÉ, leader du secteur transformation/vente en épicerie à Percé
12. Christine HAUTCOEUR, conseillère en développement rural au CLD du Rocher-Percé
13. Robert NICOLAS, rédacteur en chef du journal Pêche Impact et coordonnateur de l'animation et de l'information à l'École des Pêches et de l'Aquaculture du Québec
14. Francine ROY organisatrice communautaire au Centre de santé et de services sociaux du Rocher-Percé
15. Jacques ROY, directeur de la Maison de la famille Contre vents et marées et leader dans sa communauté
16. Rencontre du bureau coordonnateur des services de garde MRC du Rocher-Percé (services de garde en milieu familial)

Quelques éléments de l'état de situation dressé par les personnes rencontrées :

- L'agriculture de la MRC est en déclin et traverse une période critique.
- La crise du bœuf, l'augmentation des coûts et la baisse des prix ont eu pour effet de miner la motivation de plusieurs producteurs agricoles. Certains penseraient à vendre leur entreprise, et ceux qui prennent de l'âge n'ont généralement pas de relève.
- Dans le secteur bioalimentaire, particulièrement dans le secteur agricole, il y a eu plusieurs expériences décevantes ou projets qui n'ont pas fonctionné dans la MRC.

- Peu de producteurs agricoles de la MRC sont certifiés biologiques, mais, parfois, les explications quant aux méthodes de production valent autant, pour le consommateur, que la certification, moins le coût pour le producteur.
- Les producteurs agricoles de la MRC sont en général intéressés et sensibilisés aux méthodes naturelles de production.
- Il ne semble pas y avoir de pêche de proximité, seulement des flottilles de pêcheurs et des usines de transformation du poisson. La pêche est une activité économique très importante dans la région.
- Les enjeux vécus par le secteur de pêches sont entre autres les hausses du prix du pétrole, le moratoire sur le poisson de fond et l'invasion des marchés québécois par la crevette et le poisson asiatique.
- La restauration est majoritairement de type populaire ou rapide.
- Les aliments peu transformés ou biologiques sont peu présents dans les épiceries, notamment à Percé.



Quelques-unes des difficultés anticipées par les personnes rencontrées :

- beaucoup de temps et d'investissement sont requis pour la préparation des sols pour les cultures – à ne pas négliger! Prévoir deux ans de préparation de sols, un an de plus avant d'avoir une production, et compter 6 ou 7 ans avant d'atteindre une certaine rentabilité;
- la main-d'œuvre peut être difficile à trouver. Elle doit être sensibilisée et motivée (salaires intéressants);
- des difficultés pourraient être rencontrées quant à l'approvisionnement continu de volumes importants pour les institutions et restaurants;
- les produits locaux en général sont plus chers, ce qui peut être une limite par rapport à la capacité d'achat de la population;
- les marchés publics demandent beaucoup de temps pour les producteurs. Par ailleurs, certaines personnes considèrent que ce type de mise en marché est une concurrence aux épiceries locales.

Quelques-unes des opportunités identifiées par les personnes rencontrées :

- publicité et sensibilisation concertée avec l'initiative du MAPAQ « Mettez le Québec dans votre assiette! »;
- création de jardins communautaires avec l'appui d'organismes locaux ou des municipalités (prendre entente avec des serres pour la production de plants);
- groupes d'achat pour le bœuf de boucherie (initiative plus facile à court terme que le maraîcher parce que les infrastructures sont déjà en place);
- production de petits fruits frais – «il y aurait de la place sur le marché de proximité pour en faire plus!»;
- le hareng et le maquereau sont des espèces abondantes, mais impopulaires. Ils sont pourtant une excellente source d'Oméga 6-9;
- plusieurs acteurs du secteur de la transformation des produits marins songent à réintégrer ce qu'ils appellent le marché intérieur, soit l'Ontario et le Québec.



2. effectuer une revue de la réglementation liée au secteur bioalimentaire en collaboration avec la firme *San'Hy Consulte*

Afin de bien saisir les règles du jeu liées à d'éventuels projets de mise en marché locale recensés par le portrait, une revue de la réglementation¹¹ en vigueur a été entamée. Cette revue, présentée sous la forme d'un guide de réglementation et de bonnes pratiques, permettra aux intervenants de mieux accompagner les producteurs qui désirent s'engager dans une mise en marché locale ou démarrer une entreprise. Un second guide s'adressant aux citoyens de la MRC a également été rédigé pour outiller ceux qui souhaitent augmenter leur autonomie alimentaire sans nécessairement commercialiser leurs produits. Des informations sur les bonnes pratiques de production ont également été incluses dans ce dernier guide.

¹¹ Les deux guides de réglementation et de bonnes pratiques seront disponibles en ligne au début de 2010 sous l'onglet *Publications* à l'adresse www.produirelasanteensemble.com.

3. Prendre connaissance du « portrait socioéconomique de l'agriculture dans la MRC du Rocher Percé »

Ce portrait est tiré de l'essai « Le potentiel des pratiques agroforestières pour contribuer à la multifonctionnalité de l'agriculture de la MRC du Rocher-Percé : Une étude socioéconomique exploratoire », par Nathan De Baets (Université Laval, 2007). La lecture de ce document a permis de mieux comprendre le type d'agriculture et de mise en marché pratiqués sur le territoire. Ces informations ont également permis de valider la démarche de construction du guide d'entrevue, notamment pour les questions sur la proportion du revenu familial provenant des activités agricoles, sur le transfert et la relève et sur les besoins d'encadrement et de financement.

Quelques éléments de l'état de situation dressé par le portrait socioéconomique de l'agriculture dans la MRC (De Baets, 2007) :

- Tous les agriculteurs de la MRC du Rocher-Percé [interrogés] ont des revenus complémentaires [...] et aucun n'a démontré l'intention directe de devenir agriculteur à temps plein.
- Dix agriculteurs [parmi les 26 interrogés] ont signalé qu'ils arrêteront leurs activités dans moins de 10 ans. Parmi ceux-ci, sept personnes n'ont pas encore trouvé de relève.
- De façon générale, les agriculteurs interrogés apprécient la qualité des structures d'encadrement existantes, mais critiquent la faible présence de certains services-conseils.
- De tous les investissements agricoles réalisés au cours des deux dernières années dans la MRC du Rocher-Percé, 64 % ont été financés par du capital propre aux familles agricoles, [24 % par les banques commerciales et 20 % par la Financière agricole]. Ces chiffres laissent présager qu'il existe un problème d'accès au crédit agricole dans la MRC du Rocher-Percé, car le crédit agricole public devrait, dans des circonstances normales, représenter l'option financière la plus avantageuse pour l'agriculteur.



4. Effectuer une recherche d'informations complémentaires en collaboration avec la firme *Ressources Entreprises*

Les recherches d'informations réalisées par la firme *Ressources Entreprises* ont permis de documenter différents aspects du secteur de la demande à Chandler et dans les autres municipalités de la MRC, soit :

- une liste détaillée des entreprises institutionnelles et commerciales qui ont des activités bioalimentaires;
- une revue de littérature documentant le marché institutionnel et commercial potentiel pour les produits bioalimentaires ainsi que les tendances de consommation alimentaire au Québec;
- une liste détaillée des dépenses alimentaires des ménages par catégories d'aliments pour chaque municipalité, pour la MRC du Rocher-Percé et pour la province de Québec (annexe 5);
- une revue de presse à jour sur le sujet de l'alimentation de proximité.



3.3 Collecte de données

3.3.1 Guides d'entrevue semi-dirigée

Pour les deux secteurs du portrait, une approche qualitative fut choisie, avec l'utilisation de guides d'entrevue (annexes 6a et 6b et annexe 7) pour la réalisation de la collecte d'informations via des entrevues individuelles semi-dirigées. Chaque entrevue individuelle fut d'une durée approximative d'une heure et fut enregistrée de façon à numériser les informations recueillies et à les compiler. Pour le secteur de l'offre, 4 entrevues ont été réalisées en anglais afin de permettre aux participants de s'exprimer dans leur langue maternelle.



Dans le but de valider les informations recueillies lors de l'étude de perceptions préalable au laboratoire, nous avons d'abord inclus aux guides d'entrevue une section de **perceptions**. Cette section allait également servir d'introduction et de mise en contexte au début de l'entrevue. Aussi, deux questions de perceptions ont été placées au début de la section des potentialités, et ce, afin de stimuler l'imagination des participants. Évidemment, pour toutes les questions de perceptions, il était précisé aux participants qu'il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses.

Pour ce qui est du corps du guide d'entrevue, nous avons choisi de recenser les ressources, les potentialités et les besoins des secteurs de l'offre et de la demande. Ceci allait nous permettre de définir leurs caractéristiques, leurs capacités d'organisation et leurs enjeux respectifs.

Les **ressources** à identifier dans la MRC et à Chandler incluent les ressources physiques (infrastructures, capacités opérationnelles (calendrier, volume, fonctionnement...)) et les ressources humaines (compétences ou connaissances) qui sont présentement utilisées à des fins de production ou de transformation bioalimentaire.

Les **potentialités** à identifier auprès du secteur de l'offre représentent les volumes de production que les entreprises locales souhaitent atteindre à moyen et à long terme et qui seraient disponibles pour alimenter le marché local. Pour le secteur de la demande, on considère ici les quantités d'aliments locaux qu'il serait possible de consommer pour ces services alimentaires. On classera aussi dans la catégorie des potentialités les possibilités d'utilisation des ressources à d'autres fins que celles pour lesquelles ils sont présentement utilisés. On cherche ici à mesurer l'effort, la capacité de changement. À ce stade, il était important de préciser aux participants qu'il ne s'agit pas d'un engagement. Les pistes à explorer pour cette section sont de revoir les productions/transformations qui ont déjà été faites historiquement dans la MRC, de demeurer très créatifs et d'aider à imaginer ou aider à développer des idées novatrices ou à revoir le modèle en place.

Les **besoins** à identifier auprès des participants sont ceux qui leur permettraient de réaliser leurs potentialités. Les besoins représentent également le capital-savoir que les gestionnaires d'entreprises souhaitent acquérir et mettre en valeur pour être outillés afin d'accroître la production bioalimentaire locale ou l'approvisionnement en aliments locaux. Ces besoins peuvent relever de l'équipement, de l'information, de la formation, du service-conseil, de l'accessibilité aux intrants, de la sensibilisation, etc.

Enfin, une section de recrutement a été ajoutée au guide d'entrevue pour le secteur de la demande afin de mieux recenser les ressources du milieu et les personnes intéressées par le sujet.

3.3.2 Trousse d'entrevue

En plus du guide d'entrevue respectif pour chaque secteur, la trousse d'entrevue utilisée contenait les éléments suivants :

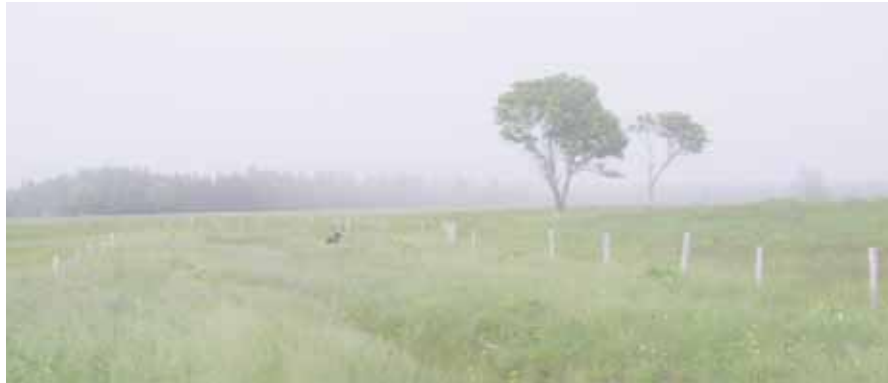
- une enregistreuse portative, des piles neuves de rechange et une montre;
- une copie plastifiée d'un article de presse récent avec photos annonçant le dévoilement du laboratoire rural (annexe 8a), lequel servait pour « briser la glace » au début des entrevues;
- une copie papier du même article, pour remettre aux participants à la fin de l'entrevue si désiré;
- un prospectus de *Produire la santé ensemble* (annexe 8 b), pour remettre aux participants au début de l'entrevue;
- une liste des membres du comité consultatif de *Produire la santé ensemble* ainsi que des organismes qu'ils représentent (annexe 8c), pour consultation ou pour remettre au besoin;
- une lettre d'engagement pour la confidentialité signée par les personnes concernées dans l'équipe de travail de *Produire la santé ensemble*, pour remettre aux participants (annexes 8d et 8e);
- un guide d'entrevue vierge, pour remettre aux participants à la fin si désiré;
- un résumé de l'étude de perceptions préalable au laboratoire – secteur agroalimentaire ou secteur Chandler (annexes 8 f et 8 g), pour remettre aux participants à la fin si désiré;
- une description des services-conseils offerts par le Réseau Agriconseils Gaspésie – Les Îles ainsi qu'un résumé de la démarche du portrait de la relève réalisé par ce même organisme, pour remettre aux participants à la fin si désiré (pour le secteur de l'offre seulement);
- une carte de visite de l'interviewer.



3.4 Analyse qualitative

L'analyse des informations recueillies s'est faite sous forme de verbatim transcrits dans des feuilles de calcul du logiciel Excel, soit une ligne par question et une colonne par participant. Les réponses étaient ensuite groupées par thèmes et le nombre de réponses par thème était calculé.

Suite à une formation en analyse qualitative¹² au Centre d'initiation à la recherche et d'aide au développement durable (CIRADD), à Carleton en mars 2009, il est apparu évident que la méthode utilisée présenterait des limites importantes, notamment pour ce qui est du croisement de données. En effet, il aurait fallu analyser les verbatim dans leur intégralité, un à la fois, pour faire ressortir chaque information relative aux questions posées tout au long de l'entrevue. La méthode d'analyse souhaitable correspondrait donc davantage à l'analyse thématique de Paillé et Muchielli (2008) citée par le professeur Deschenaux. Pour ce faire, un logiciel de gestion de base de données aurait été nécessaire et, faute de temps et de moyens, nous avons choisi de conserver la méthode d'analyse avec le logiciel Excel malgré les limites qu'elle présente pour l'analyse des données.



¹² Deschenaux, Frédéric. PH. D. Introduction à l'analyse qualitative. UQAR. 2009.

3.5 Échéanciers

Le tableau 3 montre les périodes au cours desquelles les activités du portrait ont été réalisées, pour les secteurs de l'offre et de la demande.

Tableau 3 : Calendrier des activités réalisées pour le portrait de l'offre et de la demande alimentaires locales

Activités réalisées	2008							2009						
	Jun	Juillet	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
Mettre en œuvre une stratégie de communications (8h)			O											
			D						D					
Construire le guide d'entrevue et l'échantillon et rencontrer des personnes clefs (250h)	O	O	O	O										
	D		D			D		D	D					
Effectuer une revue des bonnes pratiques et de la réglementation (190h)		O	O	O	O	O	O						O	O
		D	D	D	D	D	D						D	D
Procéder aux entrevues individuelles (125h)				O	O	O	O	O						
								D	D	D				
Compiler les résultats (280h)					O	O	O	O	O	O				
								D	D	D				
Analyser les résultats et proposer des scénarios envisageables au comité de priorisation (130h)									O	O	O		O	O
										D	D		D	D
Diffuser les résultats (95h)								O*				O	O	
											D	D		
Rédiger un rapport des processus et des résultats (120h)													O	O
													D	D

* Les résultats préliminaires pour le secteur de l'offre ont fait l'objet d'une première diffusion auprès des partenaires, formateurs et invités présents lors de la séance de partage du 20 janvier 2009, à Grande-Rivière (voir le point 7. Diffusion et appropriation par le milieu).

4. Interprétation et présentation des résultats

4.1.1 Perceptions – interprétation

A) Les définitions de la santé

La majorité des gens interrogés définissent un **individu en santé** comme une personne qui a de bonnes habitudes de vie, soit principalement une **bonne alimentation** et une **bonne forme physique** (tableau 4). En effet, ces deux éléments sont ceux qui ont été nommés le plus souvent, presque ex æquo pour le secteur de l'offre et celui de la demande. Ces réponses sont également très similaires à celles obtenues lors de l'étude de perceptions préalable au laboratoire.

La principale définition de la **santé collective** fait référence, tant pour les participants du secteur de l'offre que de la demande, à la **santé des individus** qui forment cette communauté (tableau 5). Puisque l'alimentation est un des principaux critères de santé identifiés par les participants (tableau 4), on peut donc penser que les actions du laboratoire rural pourraient avoir, du moins aux yeux de la population, un impact important sur la santé des personnes et des communautés. Cependant, l'impact de ces actions se ferait d'autant plus sentir si elles étaient combinées à l'augmentation de l'activité physique.

Enfin, selon les participants, une **communauté en santé** en est une où l'on retrouve un certain **dynamisme économique** et une bonne dose d'**entraide** (tableau 5), des réponses également similaires à celles obtenues dans la première étude.



B) Les perceptions de l'état de santé

Malheureusement, ces définitions de la santé ne semblent pas correspondre à la réalité vécue par les participants rencontrés, bien que ceux du secteur de la demande soient en général plus optimistes que ceux du secteur de l'offre (tableau 6). En effet, les perceptions de l'**état de santé de la MRC du Rocher-Percé** sont en général **plutôt négatives**. En particulier pour les participants du secteur de l'offre, la principale raison de cet état de santé déficient serait d'une part le **manque d'accès à des produits de qualité** : plusieurs ont mentionné lors des entrevues la piètre qualité nutritionnelle des aliments disponibles tant en épicerie que dans les restaurants. D'autre part, certains ont mentionné que, même si les gens avaient accès à ces produits, plusieurs ne détiennent pas l'**information** nécessaire pour faire des choix éclairés. Il est intéressant de noter que cette partie des



perceptions des participants quant à l'état de santé de la MRC rejoint la définition de l'autonomie alimentaire utilisée dans le cadre du laboratoire rural, soit l'*accès* à des aliments de qualité et la *capacité de faire des choix éclairés*¹³.

Pour plusieurs personnes, la mauvaise perception de l'état de santé de la MRC est également liée à l'observation d'un **taux élevé de maladies chroniques** (tableau 6). En effet, presque la moitié des participants du secteur de la demande ont mentionné cet élément. Cependant, notons que plusieurs des personnes rencontrées dans ce secteur oeuvrent dans le domaine de la santé et des services sociaux, ce qui porte à croire qu'elles sont fréquemment en contact avec cette réalité dans le cadre de leur travail.

C) Les impacts pressentis des produits locaux sur la santé

Pour pouvoir identifier les perceptions liées à l'impact des produits locaux sur la santé des gens et sur celle des communautés, soit le sujet d'étude du laboratoire rural, nous avons d'abord demandé aux

¹³ L'autonomie alimentaire se définit comme « l'accès en tout temps et à long terme à une quantité quotidienne suffisante de nourriture, à un coût raisonnable; c'est le pouvoir de choisir, en toute dignité et en ayant accès à une information claire et fiable, une alimentation saine, variée et salubre; elle s'acquiert par l'action collective et solidaire de se prendre en charge individuellement et collectivement, pour le mieux-être d'une communauté, dans un esprit de développement durable; elle favorise le respect de l'environnement, le commerce équitable, la consommation responsable et vise un équilibre durable entre la satisfaction des besoins présents et ceux des générations futures » (Regroupement des cuisines collectives du Québec, <http://www.rccq.org/fr/lautonomie-alimentaire.html>. Page consultée le 15 juillet 2009.).

participants d'imaginer quel serait l'impact des produits locaux sur quelque chose de plus près d'eux : leur entreprise ou leur établissement.

Pour les producteurs et transformateurs, les **impacts sur leur entreprise d'une plus grande mise en marché locale** sont **plutôt positifs** (tableau 7). Notamment, près de la moitié ont affirmé qu'ils devraient **augmenter ou diversifier leurs activités** pour fournir un tel marché, ce qui laisse envisager la création d'un nouveau dynamisme dans le secteur. Par contre, la fréquence de cette réponse nous informe également que des changements importants, et par conséquent une bonne planification, sont à prévoir pour que le secteur de l'offre puisse alimenter le marché local. Aussi, une forte proportion de répondants anticiperaient une **amélioration de leur sécurité financière** grâce à une mise en marché locale, que ce soit par l'augmentation des revenus ou la diminution des dépenses (tableau 7).

Pour le secteur de la demande, les **impacts sur leur établissement d'un plus grand approvisionnement local** sont **plutôt partagés** (tableau 8). En effet, si plusieurs ont mentionné les **retombées positives sur leur milieu immédiat**, un nombre important s'inquiète également de l'**impact financier** d'un tel changement.

Enfin, les **impacts de l'accroissement de la consommation de produits locaux sur la santé** sont **plutôt positifs** pour les participants des deux secteurs (tableau 9). En effet, tous ceux du secteur de l'offre y ont associé des répercussions positives alors que seuls quelques participants du secteur de la demande ont mentionné qu'il n'y aurait pas ou peu d'impacts. Pour la grande majorité des répondants, les impacts toucheraient la **qualité des aliments et de l'alimentation** : les gens auraient une alimentation plus équilibrée en général (saine alimentation) et ils mangeraient des aliments plus frais et plus naturels (sans produits chimiques). Il est intéressant toutefois de noter que, pour ce dernier élément de réponse, les répondants du secteur de la demande associent les aliments locaux à des aliments naturels **à condition qu'ils soient produits sous cahier de charge ou qu'ils portent une certification** assurant le respect des méthodes de production naturelles.



<http://www.jeunespousses.ca>

4.1.2 Perceptions – résultats

A) Les définitions de la santé

Les tableaux 4 et 5 présentent les définitions de la santé pour les participants du secteur de l'offre (44 participants) et de la demande (14 participants).

Tableau 4 : Résultats de la question « Pour vous, que signifie l'expression ÊTRE EN SANTÉ? », pour les secteurs de l'offre et de la demande

Nombre de personnes qui ont associé l'expression « ÊTRE EN SANTÉ » à la notion de...	OFFRE (44)	%	DEMANDE (14)	%
alimentation	23	52	6	43
forme physique	21	48	8	57
absence de maladie	15	34	3	21
bien-être général, bonheur	14	32	5	36
santé psychologique	9	20	2	14
équilibre	6	14	4	29
qualité de vie	6	14	2	14
bon sommeil	3	7	0	0
longévité	2	5	0	0
travail	8	18	1	7
sécurité financière	1	2	0	0

Tableau 5 : Résultats de la question « Que signifie pour vous l'expression COMMUNAUTÉ EN SANTÉ? », pour les secteurs de l'offre et de la demande

Nombre de personnes qui ont associé l'expression « COMMUNAUTÉ EN SANTÉ » à la notion de...	OFFRE (44)	%	DEMANDE (14)	%
plusieurs individus en santé	27	61	7	50
dynamisme économique, emploi, travail	10	23	2	14
entraide	6	14	3	21
absence de pauvreté	4	9	1	7
valorisation locale de nos ressources	4	9	1	7
qualité de vie/Loisirs	4	9	0	0
croissance/maintien démographique	1	2	1	7
présence d'agriculture	2	5	0	0

B) Les perceptions de l'état de santé

Le tableau 6 présente les perceptions des participants quant à l'état de santé de la population locale.

Tableau 6 : Résultats de la question « Quel est selon vous l'état de santé de notre MRC? », pour les secteurs de l'offre et de la demande

Nombre de personnes qui ont qualifié l'état de santé de la MRC de plutôt...	Parce qu'ils observent...	OFFRE (44)		DEMANDE (14)	
			%		%
négatif...	manque d'accès/information à des produits de qualité	11	25	1	7
	manque d'emploi	10	23	2	14
	manque d'ouverture, d'innovation, d'initiative	8	18	2	14
	mauvaise alimentation	8	18	2	14
	population vieillissante/exode	7	16	3	21
	taux élevé de maladies chroniques	7	16	6	43
	sédentarité	7	16	1	7
	larges extrêmes/pauvreté	3	7	2	14
	manque de solidarité	3	7	0	0
	agriculture en déclin	3	7	0	0
	dépendances, jeu, etc.	1	2	1	7
moyen...	dans ou en haut de la moyenne	6	14	4	29
positif...	en amélioration	5	11	2	14
	beaucoup de solidarité, d'entraide	2	5	0	0
	accès à de bons produits alimentaires	2	5	0	0
	mode de vie sain	2	5	0	0
	accès à tous les services de base	1	2	0	0

C) Les impacts pressentis des produits locaux sur la santé

Le tableau 7 présente les perceptions liées à l'impact de l'alimentation de proximité sur les entreprises ciblées pour le secteur de l'offre, tandis que le tableau 8 présente les perceptions de ces impacts pour les établissements du secteur de la demande.

Tableau 7 : Résultats de la question « Imaginons qu'il y ait une augmentation de la consommation locale de vos produits. Quels en seraient, selon vous, les effets : sur votre entreprise? », pour le portrait de l'offre

Nombre de personnes qui ont qualifié les effets sur leur entreprise de plutôt...	Parce qu'ils observeraient...	OFFRE (44)
positifs...	augmentation/diversification de la production	20
	meilleur revenu	12
	moins de transport	12
	augmentation de la rentabilité	9
	création d'emplois	8
	meilleure sécurité financière, moins d'intermédiaires	6
	valorisation	4
neutres...	pas de changements	5
négatifs...	augmentation des risques	2
	prix plus faible pour les produits	1

Tableau 8 : Résultats de la question « Imaginons qu'il y ait une place plus importante accordée aux produits locaux dans votre offre de menu. Quels en seraient, selon vous, les effets : sur votre établissement? », pour le secteur de la demande :

Nombre de personnes qui ont qualifié les effets sur leur établissement de plutôt...	Parce qu'ils observeraient...	DEMANDE (14)
positifs...	fierté d'encourager l'économie locale	3
	plus de choix pour les clients	3
	valorisation du territoire	2
	plaisir	1
	amélioration de la santé du personnel	1
neutres...	ne sait pas	2
négatifs...	contraintes par rapport au prix	3
	contraintes d'entreposage, de quantités	1
	produit moins adapté à leurs besoins	1
	contraintes réglementaires	1

Le tableau 9 présente les perceptions liées à l'impact de l'alimentation de proximité sur la santé des populations ciblées pour les participants des secteurs de l'offre et de la demande.

Tableau 9 : Résultats de la question « Imaginons qu'il y ait une augmentation de la consommation de produits locaux. Quels en seraient, selon vous, les effets sur l'état de santé des gens? », pour le secteur de l'offre¹⁴ et de la demande¹⁵

Nombre de personnes qui ont qualifié les effets sur la santé de plutôt...	Parce que...	OFFRE (44)	%	DEMANDE (14)	%
positifs...	produit naturel	27	61	4 (si "certifié")	29
	mangeraient plus sain	11	25	2	14
	produit frais	8	18	4	29
	création d'emploi	8	18	2	14
	savoir ce qu'ils mangent	4	9	2	14
	meilleure santé	1	2	1	7
	valorisation	5	11		
	moins de pollution par le transport	3	7		
	plaisir	3	7		
	meilleur prix	1	2		
	maintien des terres cultivables	1	2		
	neutres...	pas d'impact			3
ne sait pas				1	7

¹⁴ La question originale du guide d'entrevue pour le secteur de l'offre était : « Imaginons qu'il y ait une augmentation de la consommation locale de vos produits. Quels en seraient, selon vous, les effets : sur l'état de santé des gens? sur l'état de santé des villages? »

¹⁵ La question originale du guide d'entrevue pour le secteur de la demande était : « Imaginons qu'il y ait une place plus importante accordée aux produits locaux dans votre offre de menu. Quels en seraient, selon vous, les effets : sur l'état de santé des gens? sur l'état de santé des villages? »

4.2.1 Ressources – interprétation

A) La production et la consommation des principaux types d'aliments

Veaux d'embouche et viande de bœuf



Pour le secteur de l'offre, on remarque dans un premier temps que le type de production le plus représenté parmi les participants rencontrés est celui du veau d'embouche (tableau 1). Au total, ce sont **646 veaux d'embouche**¹⁶ qui sont produits annuellement, lesquels sont **surtout disponibles à l'automne** (tableau 10). Cette seule caractéristique de la disponibilité du produit pourrait représenter un premier défi à relever pour ces producteurs agricoles s'ils souhaitent alimenter le marché local en viande fraîche de façon constante. De plus, tous les producteurs de vaches veaux rencontrés utilisent les **encans** situés à l'extérieur de la région pour faire la mise en marché de leurs animaux (tableau 16). Par conséquent, bien que le veau d'embouche soit le principal produit agricole de la MRC, il se retrouve parmi ceux qui sont le moins disponibles sur le marché local, avec **0 % des veaux d'embouche écoulés dans la MRC** en 2008 (tableau 12). L'absence d'abattoir de type A en Gaspésie explique en grande partie ce phénomène. Puisque cette contrainte est vécue par la majorité des participants du secteur de l'offre (14 éleveurs de veau d'embouche pour 44 participants), elle teinte également plusieurs autres résultats de ce portrait. Les changements de réglementation à venir concernant les abattoirs de proximité pourraient cependant modifier cette situation à court ou moyen terme.

Il est par ailleurs intéressant de constater que les transformateurs de la catégorie des abattoirs/ateliers de découpe/boucherie transforment plus de **13 000 kg de viande de bœuf** (tableau 10). Ces animaux appartiennent principalement à **des particuliers** (tableau 11) et, par conséquent, **100 % de cette viande est consommée dans la MRC** (tableau 12), ce qui témoigne de liens alimentaires de proximité déjà existants entre les transformateurs locaux et les citoyens qui élèvent des animaux de boucherie. Par ailleurs, un de ces transformateurs a également affirmé se procurer des animaux de boucherie à des **encans à l'extérieur de la région** (tableau 11). Cette dernière donnée laisse entrevoir que, si une plus grande autonomie alimentaire était souhaitée, des liens d'affaires seraient éventuellement à recréer entre les transformateurs locaux et les éleveurs de veaux d'embouche de la MRC.

Parallèlement à cette information, plus de **5000 kg de viande de bœuf** sont consommés annuellement par 6 des 14 participants au portrait pour le secteur de la demande (tableau 13). Pour ce qui est des ménages, l'étude de *Ressources entreprises* (annexe 5) nous apprend qu'environ **656 000 kg de viande de bœuf ont été achetés au détail en 2008 par les ménages de la MRC**, un volume que la production locale actuelle ne pourrait combler pour le moment.



¹⁶ Si l'on considère que chaque veau d'embouche qui quitte la MRC du Rocher-Percé pèse environ 650 lb, et qu'à maturité ce même animal atteindrait un poids de 1300 lb, on pourrait alors obtenir environ 430 lb de viande de bœuf par animal. Les 646 veaux d'embouche produits annuellement dans la MRC représentent donc un approvisionnement potentiel d'environ 278 000 kg de viande de bœuf. (Source : Éric Lepage, agr. direction régionale de la Gaspésie — Îles-de-la-Madeleine du MAPAQ. Les valeurs utilisées sont approximatives et en moyenne.)

Produits de la mer et de la pisciculture

Le second type de production le plus représenté parmi les participants du secteur de l'offre est la transformation des produits marins en usine (tableau 1). Ces cinq usines produisent annuellement plus de **8000 tonnes de produits marins** dont la majeure partie est **surgelée** et **disponible à l'année** (tableau 10). Les matières premières pour ces transformations proviennent soit **de pêcheurs gaspésiens ou des provinces maritimes et des États-Unis** (tableau 11). De plus, seulement **2 % des produits de la pêche ou de la pisciculture sont écoulés sur le marché local** (tableau 12). Ces données confirment les informations recueillies lors des rencontres réalisées pour la recherche d'informations au début du portrait, soit que le secteur des pêches est caractérisé par des entreprises de taille importante qui sont présentes sur la scène internationale. Néanmoins, ces importants volumes d'aliments sains transformés localement représentent certainement un capital intéressant à exploiter en vue d'atteindre une meilleure autonomie alimentaire.



Visiblement, les ménages de la MRC apprécient déjà les qualités des poissons et autres produits marins puisqu'ils en ont acheté environ **89 700 kg** au détail en 2008, dont environ **21 100 kg de crevettes** et **1100 kg de morue** (annexe 5).

Fruits et légumes

Les producteurs de fruits et légumes sont également un groupe d'importance parmi les participants rencontrés pour le secteur de l'offre, avec 4 producteurs en opération en 2008 (tableau 1) produisant au total **près de 74 000 kg de fruits et légumes frais** (tableau 10). Cette production abondante est cependant uniquement **disponible en saison, soit l'été ou l'automne** (tableau 10). En effet, le caractère périssable de ces produits représente certainement un défi pour l'augmentation de l'autonomie alimentaire dans la MRC. Par contre, bien que ces exploitants utilisent des circuits de mise en marché variés (tableau 16), **98 % des fruits et légumes frais sont consommés à proximité** (tableau 12). De plus, deux producteurs de fruits et légumes sont en démarrage (tableau 1), ce qui laisse présager une augmentation des volumes de produits disponibles.

Dans tous les cas, la surgélation s'avère certainement une méthode de conservation intéressante pour augmenter l'accès à des produits locaux. En effet, **plus de 21 millions de litres d'aliments de la catégorie des fruits et légumes surgelés sont disponibles à l'année** (tableau 10). Cependant, en 2008, **seule une proportion négligeable était écoulee dans la MRC** (tableau 12). Comme pour les produits marins, les fruits et légumes surgelés représentent donc une précieuse ressource alimentaire à valoriser.

Du côté de la demande, le faible nombre de répondants quant aux volumes de fruits et légumes frais utilisés permet difficilement d'estimer le marché potentiel représenté par les institutions, commerces et organismes communautaires de Chandler (tableau 13). Cependant, 4 participants ont affirmé utiliser régulièrement des légumes surgelés. Par ailleurs, on sait qu'en 2008 les ménages de la MRC ont dépensé **3 128 384 \$ pour des légumes frais** (ventes au détail), et qu'ils ont acheté au détail environ **107 000 kg de légumes surgelés** (annexe 5).



Produits de spécialité

Enfin, on remarque que les produits frais qui sont **disponibles à l'année** sont les **produits de conservation** comme les produits de l'érable et le miel, et les **produits transformés** comme la bière et le saumon fumé (tableau 10). Toutefois, seulement **21 % à 55 % de ces productions sont écoulées dans la MRC** (tableau 12). Aussi, **un peu plus de 3000 kg de viande de grands gibiers** (bisons et cerfs rouges), que l'on pourrait également qualifier de produit de niche, sont produits annuellement dans la MRC (tableau 10). **La totalité de cette production est écoulee sur le marché local** (tableau 12), mais elle est disponible uniquement à l'automne (tableau 10).



En parallèle, on remarque que la plupart des participants du secteur de la demande n'utilisent pas ou à titre occasionnel seulement ce type de produits (tableau 14). Par ailleurs, les informations sur la consommation de produits de spécialité par les ménages de la MRC montrent que **13 000 kg de miel** ont été achetés au détail en 2008 (annexe 5).

Productions artisanales

Dans ce portrait de ce qui se produit et se consomme sur le territoire de la MRC, on ne peut négliger l'apport des productions à petite échelle de type fermettes, ou productions artisanales. Parmi les 44 participants sondés pour le secteur de l'offre, 5 ont mentionné entretenir ce type de production (tableau 10). Que ce soit des potagers, des basses-cours ou de petits élevages familiaux, **100 % des produits de ces fermettes sont consommés dans la MRC** (tableau 12).



La production de **438 douzaines d'œufs** recensée dans la MRC en 2008 (tableau 10) peut aussi être considérée comme une production artisanale puisqu'elle correspond à la ponte d'une soixantaine de poules pendant un été. Bien que de petit volume, **100 % de cette production a trouvé preneur localement** (tableau 12). Si elle était plus importante, la production d'œuf de la MRC pourrait espérer combler également le marché potentiel de **1886 douzaines d'œufs par an** consommées par 8 des 14 participants du secteur de la demande et de **141 000 douzaines achetées au détail** par les ménages de la MRC (annexe 5). Cependant, les importants investissements qui sont requis pour acquérir le droit de produire des œufs de consommation au Québec (quota) pourraient représenter un obstacle de taille pour d'aspirants producteurs avicoles.

Productions absentes



L'examen des types de production disponibles dans la MRC montre que certaines productions ne sont réalisées qu'à très faible volume ou sont absentes (tableau 10). C'est le cas des œufs, dont la production est plutôt artisanale, mais c'est aussi le cas par exemple des produits laitiers, des céréales de consommation humaine ou de certaines viandes, comme la volaille ou le porc. De nos jours, la production et la commercialisation de ces aliments de base selon les normes en vigueur nécessitent des infrastructures dispendieuses, sans compter les investissements importants reliés à l'achat du droit de produire (quota), dans certains cas. Ces contraintes pourraient expliquer en partie le fait que ces types d'entreprises sont absents de nos paysages. En dressant le portrait de ce qui se produit actuellement et de ce qu'il serait éventuellement possible de produire dans la MRC du Rocher-Percé, on ne peut ignorer cette réalité qui influence sans aucun doute la proportion d'aliments locaux qu'on peut retrouver dans l'assiette des consommateurs.

Cependant, on remarque que pour seulement 3 des 14 participants du secteur de la demande, **plus de 3000 kg de viande de volaille et près de 2000 kg de viande de porc** sont utilisés annuellement (tableau 13), ce qui représente certainement un marché potentiel intéressant pour les producteurs locaux. Les ménages de la MRC, quant à eux, ont acheté au détail en 2008 environ **627 000 L de lait (2 %)**, **183 000 kg de fromage**, **323 000 kg de poulet** et **284 000 kg de porc** (annexe 5). Les produits peu transformés comme les céréales entières, les légumineuses et les huiles pressées à froid pourraient également espérer trouver preneur s'ils étaient produits localement puisqu'ils sont utilisés par plusieurs

des établissements rencontrés (tableau 15). De plus, environ **78 000 kg de farine** et **532 000 pains** ont été achetés au détail en 2008 par les ménages de la MRC (annexe 5).

B) L'utilisation des circuits courts de mise en marché et d'approvisionnement

Le type de mise en marché nommé par le plus grand nombre de participants du secteur de l'offre (16 sur 44) est la **vente directe aux consommateurs** (tableau 16). Les autres circuits courts de mise en marché, soit la **vente aux institutions et restaurants**, la **vente au détail régionale**, le **marché public** et le **porte-à-porte** sont utilisés par 13, 9, 6 et 3 des 44 participants, respectivement (tableau 16). On remarque que tous les types de productions, à l'exception du veau d'embouche, sont offerts via l'un ou l'autre de ces différents circuits : fruits et légumes, produits marins ou de pisciculture, plants de légumes ou fines herbes, produits transformés (saumon fumé, bière, etc.), miel, grands gibiers, produits de l'érable. Même si la production de veaux d'embouche se trouve à être exclue des circuits courts, les viandes abattues à l'abattoir de type B (ou transitoire) sont commercialisées à proximité par le porte-à-porte. Cependant, tel que mentionné ci-dessus, les changements de réglementation à venir concernant les abattoirs de proximité pourraient modifier cette situation, que ce soit de manière positive ou négative.

Ces informations sur l'utilisation des circuits courts nous informent qu'**une grande diversité de produits est présentement disponible localement**, ce qui est un avantage indéniable pour créer de la variété dans les assiettes des consommateurs. Cet aspect du secteur de l'offre ne demeure toutefois que relativement favorable à une meilleure autonomie alimentaire, puisque les aliments qui complèteraient généralement le menu, comme les produits laitiers et les autres types de viande, sont absents de l'offre (tableau 10).



http://www.mapaq.gouv.qc.ca/Fr/Avis_Publicite/Circuitcourt.htm

Les sources d'approvisionnement utilisées par les participants du secteur de la demande confirment cette hypothèse. En effet, **seulement 2 des 14 établissements rencontrés s'approvisionnent directement auprès de producteurs ou transformateurs** (tableau 18). Par contre, la majorité d'entre eux mentionne s'approvisionner chez un détaillant en alimentation (tableau 18), où l'on pourrait normalement retrouver les produits d'au moins 9 entreprises locales (tableau 16). Cependant, **7 participants, la moitié, ne consacrent qu'une part négligeable ou nulle du budget alimentaire total à l'achat de produits locaux** (tableau 19). En effet, pour 6 participants les produits locaux représentent entre 1 % et 5 % du budget alimentaire total, alors que seulement 1 des 14 participants leur consacre une part de plus de 5 % (tableau 19).

Néanmoins, **les établissements qui consomment des produits locaux se disent en général satisfaits ou très satisfaits de leurs achats**, que ce soit concernant la qualité, le prix ou le rapport qualité/prix (tableau 20).

C) Les opérations des services alimentaires de Chandler

On retrouve parmi les participants du secteur de la demande un **éventail très varié de services alimentaires**, allant de la cafétéria en milieu hospitalier au dépannage alimentaire (tableau 2). La diversité de l'échantillon influence plusieurs résultats du portrait, mais on peut dire que la plupart des services sont offerts à **temps plein**, que ce soit à l'année ou de façon saisonnière (tableau 21), et que le **dîner** est le repas le plus fréquemment servi (tableau 22). Au total, on peut également estimer qu'environ **1400 personnes, chaque jour**, reçoivent un repas préparé dans l'un ou l'autre des services alimentaires ayant participé au portrait à Chandler.

Pour la plupart des participants, les services alimentaires sont opérés **par le personnel en place** (tableau 23), et ce sont ces mêmes personnes qui sont **responsables de la composition des menus** (tableau 24). Cependant, on remarque que pour 4 participants sur 14, la clientèle compose elle-même les menus (tableau 24). Au-delà de l'aspect santé ou nutritionnel, les **préférences de la clientèle** sont également le critère le plus souvent mentionné par les participants pour faire le choix des aliments qui composent le menu (tableau 25). Cette donnée est très révélatrice pour le laboratoire rural et confirme que des actions d'information et de sensibilisation, auprès de la clientèle comme des responsables des services alimentaires, pourraient être un bon véhicule afin d'introduire des aliments locaux dans les assiettes des services alimentaires de Chandler.



Enfin, la majorité des participants rencontrés déboursent **plus de 5 \$ par repas pour l'achat des aliments** (tableau 26) et la majorité n'a également accès à **aucune subvention** (tableau 27). Cependant, cette tendance n'est pas généralisée puisque tout de même 2 participants sur 14 déboursent 2 \$ ou moins par repas (tableau 26) et 5 doivent puiser à même leur subvention de fonctionnement général pour le service des repas, alors que 3 autres reçoivent une subvention spécifique au service alimentaire (tableau 27).

D) Les ressources physiques sous-utilisées

Pour le secteur de l'offre, seules les ressources physiques potentiellement disponibles pour d'autres activités visant une plus grande autonomie alimentaire ont été recensées. Les résultats montrent que, notamment, **5 usines de transformation de produits marins**, de la **machinerie agricole** ou des **équipements d'entreposage d'aliments** sont sous-utilisées dans le temps, à louer ou à vendre (tableau 28).

Pour le secteur de la demande, l'inventaire des ressources physiques actuellement utilisées par les services alimentaires nous informe que la plupart ne disposent que d'**une seule installation pour un seul type d'activité alimentaire** (tableau 29). Par ailleurs, presque tous disposent d'installations pour la réfrigération, la congélation, le conditionnement ou la cuisson des aliments, alors que **l'entreposage d'aliments ainsi que les rencontres de groupes ne sont pas possibles chez 5 des 14 participants** (tableau 30). Aussi, contrairement au secteur de l'offre, les ressources physiques non utilisées sont plus rares au sein des établissements de services alimentaires.

E) Les ressources humaines

Pour ce qui est des ressources humaines du secteur de l'offre bioalimentaire, **1039 personnes au total sont impliquées directement dans le secteur bioalimentaire** (sans compter les emplois indirects), dont la majeure partie est composée d'employés provenant des usines de transformation des produits marins (tableau 31). Par contre, s'il est vrai que de nombreux **emplois** sont créés par les usines de transformation (tableau 32), on constate que dans certains cas la production d'aliments exige beaucoup d'implication et de temps, et que ces heures ne sont pas toutes nécessairement rémunérées. En effet, les types de main d'œuvre les plus souvent mentionnés pour des activités de production ou de transformation bioalimentaire dans la MRC sont soit issus d'un **mode vie à la ferme partagé par deux personnes**, du **bénévolat** ou du travail d'**une seule personne qui travaille de nombreuses heures par jour** (tableau 32). Cette caractéristique importante du secteur de l'offre permet de mieux saisir ce qui distingue cette activité économique des autres secteurs, une distinction dont il devient crucial de tenir compte pour accompagner son développement.





Enfin, si l'on exclu les entreprises privées et celles d'économie sociale, et donc notamment le secteur de la transformation des produits marins, on constate que pour 16 des 44 participants, les revenus des activités de production ou de transformation bioalimentaire comptent pour **moins de 50 % du revenu familial** (tableau 33). En effet, pour 12 des 44 participants ces revenus comptent pour moins de 10 % du revenu familial, alors que seulement 8 des 44 participants tirent plus de 50 % de leur revenu familial des activités de l'entreprise (tableau 33). Cette situation peut paraître inquiétante lorsqu'on constate que ces mêmes entreprises sont celles pour qui les types de main-d'œuvre les plus souvent mentionnés sont ceux où de nombreuses heures « supplémentaires » sont travaillées (tableau 32). On comprendra donc que la réponse la plus souvent fournie – quant au désir des exploitants de **tirer un revenu plus digne de leur entreprise** – est positive, mais que la situation actuelle ne leur permet tout simplement pas (tableau 34). Les **intentions de transfert** de ces entreprises ne sont cependant pas négatives pour autant, avec 8 d'entre elles pour qui ce n'est pas une préoccupation actuellement et 5 pour qui la relève est présente et intéressée ou déjà intégrée (tableau 35).

Pour le moment, **12 des 44 participants au portrait de l'offre ne partagent aucune activité avec d'autres producteurs ou transformateurs** (tableau 36). De plus, 9 participants partagent uniquement de la machinerie et 2 ne partagent que des idées ou des informations. Néanmoins, dans le cas où la mise en place d'actions visant une meilleure autonomie alimentaire nécessiterait un plus grand réseautage et un partage d'infrastructures entre producteurs ou transformateurs, le laboratoire rural pourrait toutefois compter sur certains acteurs qui pratiquent déjà ce type d'activités. En effet, 6 participants sont membres d'une organisation ou d'une association, et **plusieurs autres mentionnent partager des équipements ou d'autres avoirs productifs avec des producteurs ou des particuliers** (tableau 36).

Du côté de la demande, le partage d'activités semble être une pratique moins courante. En effet, **1 seul des participants effectue déjà des achats regroupés avec d'autres organisations** alors qu'un autre entretient une étroite collaboration avec un établissement voisin (tableau 37).

Les projets les plus fréquemment nommés par les participants du secteur de l'offre concernent le **maintien**, l'**augmentation** ou la **diversification** de leur production (tableau 38), ce qui est plutôt positif en vue de l'amélioration de l'autonomie alimentaire du territoire. Par contre, **5 participants projettent de ralentir les activités de l'entreprise**, et 3 participants sont en réflexion pour le moment (tableau 38). Il est intéressant de noter aussi que **5 des 44 participants désirent commencer une mise en marché locale de leurs produits** et que **1 participant souhaite développer des activités agrotouristiques**.

Par ailleurs, 4 des 14 participants du secteur de la demande prévoient **maintenir leurs activités actuelles** (tableau 39). Les projets mentionnés par les autres participants touchent pour la plupart de près ou de loin à l'**amélioration de l'autonomie alimentaire**, que ce soit par exemple d'offrir des formations culinaires ou de développer un comptoir de vente de produits locaux (tableau 39).

4.2.2 Ressources – résultats

A) La production et la consommation des principaux types d'aliments

Pour la section des opérations du secteur de l'offre, le tableau 10 présente les résultats des questions suivantes : « Quels sont aujourd'hui les principaux types et volumes de production ou de transformation bioalimentaire de l'entreprise? » et « Quand vos produits sont-ils disponibles? ». Il est à noter que, lors des entrevues, certains producteurs ont déclaré pratiquer d'autres types de production alimentaire que celles pour lesquelles ils sont enregistrés, ce qui explique les différences entre le tableau 10 et le tableau 1.

Pour ce qui est de la sous-question sur l'origine des matières premières pour les transformateurs locaux, les résultats sont présentés au tableau 11. Enfin, le tableau 12 présente pour toutes les productions la part qui est destinée au marché local.

Tableau 10 : Types, volumes et disponibilité des productions bioalimentaires dans la MRC du Rocher-Percé en 2008

Types de production	Disponibilité						
	Total produit	À l'année (frais)	À l'année (surgelé)	En saison (été)	En saison (automne)	En saison (printemps)	À l'année (vivant)
Produits de l'érable (L)	35047	27556	0	7491	0	0	0
Veaux d'embouche (têtes)	646	0	0	0	544	0	102
Produits de la pêche/pisciculture (t)	8153	20	7610	0	0	523	0
Fruits et légumes frais (kg)	73776	0	0	3503	52273	0	0
Fruits et légumes transformés (L)	21593772	2500	21590909	363	0	0	0
Grands gibiers (kg)	3182	0	0	0	3182	0	0
Œufs (dz)	438	0	0	438	0	0	0
Bière (L)	60000	60000	0	0	0	0	0
Viande de bois (kg) - centre de découpe	18409	0	0	0	18409	0	0
Viande de bœuf (kg) - centre de découpe	13636	0	0	0	13636	0	0
Viande de porc (kg) - centre de découpe	3409	0	0	0	3409	0	0
Agneau (vivant)	100	0	0	0	0	0	100
Fermettes (nb)	5	-	-	-	-	-	-
Saumon fumé (kg)	13000	13000	0	0	0	0	0
Miel (kg)	1045	1045	0	0	0	0	0
Plants de légumes ou fines herbes (nb)	1650	0	0	1650	0	0	0

Tableau 11 : Résultats de la question « S'il y a lieu, pour la transformation, quelles sont vos sources d'approvisionnement de matière première? », pour le secteur de l'offre

Sources d'approvisionnement pour les transformateurs	OFFRE (44)
Produits marins gaspésiens (achetés directement des pêcheurs)	5
Produits marins des provinces maritimes ou des É.-U.	4
Produits frais de l'entreprise	3
Produit naturel acheté le plus localement possible	3
Animaux appartenant à des particuliers locaux (pour les centres de découpe)	3
Cueillettes sauvages locales	2
À l'épicerie (condiments)	1
Produit naturel acheté à un distributeur	1
Produits agricoles du Québec ou des maritimes (achetés directement des producteurs)	1
Encans d'animaux à l'extérieur de la région (pour l'abattoir de type B)	1

Tableau 12 : Résultats de la question : « Quel pourcentage approximatif de vos produits est écoulé sur le marché de la MRC du Rocher-Percé? », pour le secteur de l'offre

Types de productions	Pourcentage moyen écoulé dans la MRC
Œufs	100
Viande de bois - centres de découpe	100
Bœuf - centres de découpe	100
Porc - centres de découpe	100
Fruits et légumes frais	98
Grands gibiers	98
Plants de légumes ou fines herbes	70
Miel	55
Bière	50
Agneau (vivant)	50
Produits de l'érable	21
Saumon fumé	10
Produits de la pêche/aqua	2
Veaux d'embouche	0
Fruits et légumes transformés	0

Le tableau 13 présente les types et volumes d'aliments utilisés dans les services alimentaires du secteur de la demande. Pour chaque type d'aliments, est présenté également le nombre de personnes qui ont répondu à la question.

Tableau 13 : Résultats de la question : « Quel volume approximatif d'aliments (frais ou surgelés) est utilisé dans vos services alimentaires? », pour le secteur de la demande

Aliments utilisés (kg), pour un an		Nombre de répondants (14)
Pommes de terre	9768	7
Laitues	2161	6
Carottes	718	5
Oignons	250	2
Concombres	250	1
Chou-fleur et brocoli	271	1
Bœuf	5327	6
Volailles	3223	3
Porc	1836	3
Viande (toutes sortes confondues)	7436	3
Œufs (dz), pour un an	1886	8

Les tableaux 14 et 15 présentent le nombre de services alimentaires du secteur de la demande qui utilisent des aliments de spécialité ou peu transformés.

De plus, parmi les 6 participants qui utilisent des produits pré-préparés,

- 5 ont affirmé utiliser des légumes surgelés, dont 4 de façon régulière et 1 à l'occasion.

Tableau 14 : Résultats de la question : « Faites-vous usage de produits de spécialité? », pour le secteur de la demande

Produits de spécialité utilisés	Oui	Non	À l'occasion
Produits pré-préparés (légumes pré-coupés, épluchés,...)	6	4	2
Légumes de spécialité (fleur d'ail, fines herbes,...)	1	7	2
Viandes exotiques (bison, cerf rouge, petite volaille,...)	0	7	2
Prêt-à-manger	0	6	2
Bières, vins et spiritueux	2	9	1
Produits de l'érable	2	1	9
Miel	3	2	5

Tableau 15 : Résultats de la question : « Faites-vous usage de produits peu transformés? », pour le secteur de la demande

Produits peu transformés	Oui	Non	À l'occasion
Céréales entières (orge, blé, avoine, sarrasin,...)	7	5	2
Légumineuses (gourgane, pois, lentilles,...)	6	7	1
Huiles pressées à froid (canola, tournesol,...)	10	3	0

B) L'utilisation des circuits courts de mise en marché et d'approvisionnement

Les résultats concernant les types de circuits de mise en marché utilisés par les producteurs et transformateurs de la MRC doivent être interprétés en tenant compte du fait que les participants pouvaient fournir une ou plusieurs réponses à cette question à choix multiples. La même précaution s'applique pour les résultats sur les types d'approvisionnement utilisés par les établissements. Un type de mise en marché ou d'approvisionnement était choisi s'il avait été utilisé en 2008, mais aucune précision n'était demandée à ce moment quant aux volumes transigés via ce circuit. Pour connaître les types de production les plus consommés localement, on peut référer au paragraphe A) La production et la consommation locale des principaux types d'aliments.

Les tableaux 16 et 17 présentent les types de mise en marché et de transport utilisés par les producteurs et transformateurs de la MRC qui étaient en opération en 2008.

Pour ce qui est des distributeurs :

- 5 producteurs ou transformateurs ont affirmé faire affaire avec Pêcheurie Noreff inc. et
- 4 ont affirmé faire affaire avec Pêcheries Atlantiques.
- Aucun n'a affirmé faire affaire avec l'entreprise Patasol.

Tableau 16 : Résultats de la question « Quels sont les types de mise en marché que vous utilisez actuellement? », pour le secteur de l'offre

Types de mise en marché utilisés par les producteurs et transformateurs de la MRC, par types de production	OFFRE (44)
Vente directe aux consommateurs	16
Fruits et légumes	4
Produits marins	4
Plants de légumes ou fines herbes	3
Produits transformés	2
Miel	1
Grands gibiers	1
Produits de l'érable	1
Vente à l'encan	14
Veaux d'embouche	14
Institutions et restaurants	13
Fruits et légumes	4
Produits marins	4
Produits transformés	2
Pisciculture	1
Produits de l'érable	1
Plants de légumes ou fines herbes	1
Vente au détail régionale	9
Produits marins	3
Fruits et légumes	2
Produits transformés	2
Miel	1
Produits de l'érable	1

Tableau 16 (suite) : Résultats de la question « Quels sont les types de mise en marché que vous utilisez actuellement? », pour le secteur de l'offre

Types de mise en marché utilisés par les producteurs et transformateurs de la MRC, par types de production	OFFRE (44)
Vente à un grossiste/distributeur	7
Produits marins	5
Fruits et légumes transformés	1
Pisciculture	1
Marché hors Québec	7
Produits marins	5
Fruits et légumes transformés	1
Produits de l'érable	1
Marché public	6
Fruits et légumes	2
Produits transformés	2
Miel	1
Produits de l'érable	1
Vente au détail provinciale	3
Produits transformés	1
Miel	1
Produits marins	1
Don	3
Fruits et légumes frais	2
Grands gibiers	1
Porte-à-porte	3
Fruits et légumes frais	1
Viandes (abattoir de type B)	1
Miel	1
Autre mise en marché spécialisée d'animaux	2
Animaux de boucherie	2
Vente à une usine de transformation	2
Produits marins	2

Tableau 17 : Résultats de la question : « Comment organisez-vous le transport de vos produits? », pour le secteur de l'offre

Types de transport utilisés par les producteurs et transformateurs de la MRC	OFFRE (44)
Eux-mêmes (voiture, camion, autobus)	17
Organisé par l'UPA (Paul Hayes) - veaux d'embouche	14
Transporteur	4
Transport organisé par l'acheteur	2

Le tableau 18 présente les modes d’approvisionnement utilisés par les participants au portrait de la demande à Chandler. Pour ce qui est du lieu d’origine des fournisseurs, cette question était mal comprise par un trop grand nombre de répondants pour pouvoir comptabiliser les réponses (ex. : référence à un détaillant ou un distributeur local pour l’approvisionnement de produits d’origine étrangère).

Tableau 18 : Résultats de la question : « Auprès de qui vous approvisionnez-vous? », pour le secteur de la demande

Type de fournisseur	DEMANDE (14)
Détaillant en alimentation (épicerie, poissonnerie,...)	13
Distributeur	9
Représentant grossiste	6
Producteurs / transformateurs	2
Dépanneur du coin (à l'occasion)	1

Pour ce qui est des livraisons :

- elles sont effectuées directement à l’établissement pour 50 % des répondants,
- 4 répondants ne reçoivent jamais de livraisons directement à l’établissement et
- 3 en reçoivent à l’occasion.

On peut noter également que :

- la majorité des établissements s’approvisionnent auprès de 4 fournisseurs ou plus,
- 3 d’entre eux s’approvisionnent auprès de 3 fournisseurs,
- 3 s’approvisionnent auprès de 2 fournisseurs et
- 3 autres s’approvisionnent auprès d’un seul fournisseur.

De plus, parmi les 14 personnes ayant participé au portrait de ce secteur :

- 13 ont affirmé être très autonomes en ce qui a trait à leurs choix d’approvisionnement et
- une seule a affirmé être peu autonome.

Pour ce qui est des fréquences d’approvisionnement des établissements sondés à Chandler :

- 5 s’approvisionnent une fois par semaine;
- 2 s’approvisionnent tous les jours;
- 1 s’approvisionne deux fois par semaine;
- 1 s’approvisionne à l’occasion et au besoin et
- 1 s’approvisionne une fois par mois.

Le tableau 19 présente l'importance de l'approvisionnement local pour les activités du secteur de la demande. Lorsque la question s'appliquait, nous avons demandé aux répondants du secteur de la demande quel était leur niveau de satisfaction par rapport aux produits locaux. Les résultats ainsi que le nombre de répondants pour cette question sont présentés au tableau 20.

Tableau 19 : Résultats de la question : « Quel est le pourcentage du budget alimentaire destiné à l'achat de produits locaux? », pour le secteur de la demande

Pourcentage du budget alimentaire destiné à l'achat local	DEMANDE (14)
0%	7
Entre 1 et 5 %	6
Entre 5 et 10%	1

Tableau 20 : Satisfaction des répondants du secteur de la demande en ce qui concerne les produits locaux

Quel est votre niveau de satisfaction en ce qui concerne...	Très satisfait	Satisfait	Peu satisfait	Insatisfait	Nombre de répondants
la qualité des produits locaux?	4	3	0	0	7
le prix des produits locaux?	3	4	0	1	7
le rapport qualité/prix des produits locaux?	0	4	0	0	4

C) Les opérations des services alimentaires de Chandler

Pour le secteur de la demande, les opérations alimentaires des établissements sondés sont décrites dans les tableaux 21 et 22. À noter que, pour ces tableaux en particulier, les participants pouvaient nommer plus d'une réponse, comme c'est le cas pour ceux qui offrent plus d'un type de service alimentaire.

Par ailleurs, parmi tous les établissements sondés pour le secteur de la demande :

- le nombre moyen d'usagers desservis par repas, par jour varie de 3 à 400 personnes, pour une moyenne de 100 usagers par repas, par jour. Au total, on peut également estimer qu'environ 1400 personnes, chaque jour, reçoivent un repas préparé dans l'un ou l'autre des services alimentaires ayant participé au portrait à Chandler.

Tableau 21 : Résultats de la question « À quelle fréquence offrez-vous vos services? », pour le secteur de la demande

Fréquence des services		DEMANDE (14)
À l'année	temps plein	6
	temps partiel	2
	occasionnel	1
Saisonnier	temps plein	5
	temps partiel	1
	occasionnel	0

Tableau 22 : Résultats de la question « Quel type de repas servez-vous? », pour le secteur de la demande

Types de repas	DEMANDE (14)
Déjeuner	8
Dîner	14
Souper	8
Collation	4

Les tableaux 23 à 27 présentent le fonctionnement interne des services alimentaires du secteur de la demande. La question « Qui effectue les achats? » n'a pu être comptabilisée en raison d'une trop grande disparité dans la forme des réponses.

Tableau 23 : Résultats de la question « Par qui les services alimentaires sont-ils opérés? », pour le secteur de la demande

Ceux qui opèrent les services alimentaires sont...	DEMANDE (14)
le personnel en place	11
la clientèle	4
un sous-traitant	1
des bénévoles	1

Tableau 24 : Résultats de la question : « Qui compose les menus? », pour le secteur de la demande

Ceux qui composent les menus sont...	DEMANDE (14)
le(la) responsable des services alimentaires	9
la clientèle	4
le(la) propriétaire	2
le(la) nutritionniste	1
le(la) technicien(ne) en alimentation	1
les parents	1

Tableau 25 : Résultats de la question : « Quels sont les principaux critères observés lors du choix des aliments qui composent le menu? », pour le secteur de la demande

Critères observés	DEMANDE (14)
Popularité auprès de la clientèle	9
Aspect santé, équilibre nutritionnel	8
Contraintes financières	4
Contraintes médicales de la clientèle/allergies	3
Contraintes d'installations	2
Aliments de base (sec, frais ou congelé)	2
Menus spéciaux pour journées thématiques	1
Recette facilement reproductible à la maison	1
Rapidité de préparation des aliments	1

Tableau 26 : Résultats de la question : « Quel est votre coût d'achat moyen en produits alimentaires par déjeuner, dîner, souper ou collation (s'il y a lieu)? », pour le secteur de la demande¹⁷

Nombre de personnes pour qui le coût d'achat moyen par repas est de...	DEMANDE (14)
2 \$ ou moins	2
entre 2,01 et 3,50 \$	3
entre 3,51 et 5 \$	2
5 \$ et plus	6

Tableau 27 : Résultats de la question « Est-ce que votre organisation est subventionnée pour les repas servis dans son établissement? », pour le secteur de la demande

Types de financement utilisés pour les activités alimentaires	DEMANDE (14)
Aucune subvention	8
Budgets gouvernementaux à respecter	1
À même une subvention de fonctionnement général	5
Subvention spécifique à l'alimentation (ex.: Centraide)	3
Contribution symbolique de la clientèle	1
Activités d'autofinancement	1

D) Les ressources physiques sous-utilisées

Le tableau 28 présente le nombre de personnes du secteur de l'offre qui ont répondu avoir une ou plusieurs infrastructures non utilisées. Il est à noter cependant que certaines personnes n'ont pas répondu à cette question, soit entre autres par mesure de confidentialité ou parce qu'il s'agissait de projets en démarrage.

Tableau 28 : Résultats de la question : « Possédez-vous des infrastructures non utilisées? », pour le secteur de l'offre

Infrastructures non utilisées	Nombre de personnes qui ont répondu... "Non"	"Oui"		
		Sous utilisé	Sous utilisé dans le temps	Disponible (à vendre ou à louer)
Tout est utilisé à pleine capacité	12			
Manque d'espace pour les besoins de l'entreprise	5			
Bâtiments agricoles		1		
Usine de transformation			5	
Terres agricoles				2
Machineries agricoles			3	1
Machineries forestières ou de construction		3		
Chambre de congélation ou chambre froide				3
Équipements de transformation		1		
Surgélateur		1		
Bassins d'aquaculture				1
Chambre de semis et semeuse				1

¹⁷ Les repas servis sont surtout des dîners (14), viennent ensuite les déjeuners (8) et les soupers (8) (tableau 22).

Le tableau 29 présente le nombre d'installations alimentaires présent dans les établissements du secteur de la demande, et le tableau 30 présente les types d'installations dont ils disposent pour la manutention des aliments.

Tableau 29 : Résultats de la question : « Disposez-vous d'une ou plusieurs installations pour une même activité? », pour le secteur de la demande

Nombre d'installations alimentaires	DEMANDE (14)
Une seule installation pour une seule activité alimentaire	11
Une installation principale et une installation d'appoint	2
Deux installations pour deux activités alimentaires distinctes	1

Tableau 30 : Installations dont disposent les services alimentaires du secteur de la demande pour la manutention des aliments

Nombre d'établissements qui disposent d'espace pour...	DEMANDE (14)
l'entreposage	9
la réfrigération	12
la congélation	12
le conditionnement	11
la cuisson	10
des rencontres de groupe	9

Tout comme nous l'avons fait pour le secteur de l'offre, nous avons du même coup voulu savoir si ces installations sont utilisées à pleine capacité. Nous avons découvert que :

- les installations qui ne sont pas utilisées à pleine capacité font presque figure d'exception. En effet, seulement 2 des établissements rencontrés cessent leurs activités l'été et un autre affirme que ses installations sont sous-utilisées pendant la saison estivale. De même, 2 établissements ferment leurs portes pendant l'hiver.

Enfin, parmi les 14 établissements rencontrés :

- 4 disposent de machines distributrices alors que 10 n'en disposent pas et
- 5 sont pourvues de gros équipements (équipements commerciaux à usage spécifique, ex. : four à pizza, table chaude, chariots, laveuse à légumes, hachoir électrique, etc.)

E) Les ressources humaines

Seul le guide d'entrevue pour le secteur de l'offre comportait une section sur la main-d'œuvre et la relève au sein des entreprises. Le tableau 31 présente le nombre total de personnes impliquées de près ou de loin dans ces activités de production ou de transformation bioalimentaire. De plus, le tableau 32 présente les types de main-d'œuvre impliquée dans des activités de production et de transformation bioalimentaire dans la MRC du Rocher-Percé. Il est à noter que, pour ces deux tableaux, les projets en démarrage qui n'avaient pas encore commencé leurs activités en 2008 n'ont pas été comptabilisés.

Tableau 31 : Nombre total de personnes impliquées dans des activités de production et de transformation bioalimentaire dans la MRC du Rocher-Percé

Nombre total de personnes impliquées dans des activités de...	OFFRE (44)
Production agricole/aquacole	112
Transformation des produits marins	845
Autre transformation bioalimentaire	82
Production et transformation bioalimentaire (total)	1039

Tableau 32 : Résultats de la question « Combien de personnes s'impliquent au sein de l'entreprise (membres de la famille, employés...)? À raison de combien d'heures par semaine, selon la saison? », pour le secteur de l'offre

Nombre d'entreprises pour lesquelles la main d'œuvre impliquée est...	OFFRE (44)
2 personnes à temps plein (mode de vie à la ferme)	10
Bénévoles, famille ou amis	10
Une personne à temps plein (nombreuses heures "supplémentaires")	9
1 ou 2 personnes à temps partiel	6
Entre 5 et 10 employés salariés	5
Engage un employé pour quelques travaux à forfait	5
2 à 4 employés à temps plein	4
1 à 5 emplois saisonniers	4
De 50 à 150 employés d'usine de transformation	3
De 200 à 300 employés d'usine de transformation	2

Nous avons également inclus dans la section sur la main-d'œuvre et la relève les informations concernant la part du revenu familial provenant des entreprises du secteur de production et de transformation, ainsi que les intentions futures des exploitants à ce sujet. Les tableaux 33 et 34 présentent ces résultats. Il est à noter que, pour ces tableaux en particulier, les réponses comptabilisées sont celles des entreprises qui étaient en opération en 2008. Ces résultats excluent également les entreprises pour lesquelles la question ne s'applique pas, soit les entreprises privées (ex. : usines de transformation des produits marins) ou celles d'économie sociale. De plus, certains participants au portrait ont préféré ne pas répondre à la question du tableau 34 en terme de pourcentage et leurs réponses n'ont donc pas pu être comptabilisées.

Pour ce qui est des conditions pouvant permettre aux producteurs et transformateurs de réaliser ces intentions futures, elles n'ont pas été comptabilisées dans cette section en raison d'une trop grande disparité parmi les réponses. On retrouve par contre ces conditions parmi les réponses à la section des besoins.

Tableau 33 : Résultats de la question « Quel pourcentage approximatif de votre revenu familial provient de vos activités de production ou de transformation bioalimentaire? », pour le secteur de l'offre

Nombre de personnes pour lesquelles la proportion du revenu familial provenant des activités bioalimentaires est de...	OFFRE (44)
Moins de 10%	12
10 à 15%	1
15 à 30%	1
30 à 40%	2
environ 50%	4
100%	4
Moins de 50% (total)	16
50% et plus (total)	8

Aussi, pour les cas où moins de 10 % du revenu familial provient des activités bioalimentaires, il est à noter que :

- 5 entreprises ont répondu que la survie de celle-ci dépend d'investissements personnels;
- 3 entreprises ont répondu que seul un revenu symbolique est tiré des activités bioalimentaires;
- 2 entreprises ont répondu que tous les revenus y sont réinvestis et;
- 2 entreprises ont répondu que la survie de celle-ci dépend de subventions ou d'allocations.

Tableau 34 : Résultats de la question « Dans le futur, souhaiteriez-vous que cette proportion soit augmentée? », pour le secteur de l'offre

"Dans le futur, souhaiteriez-vous que la proportion du revenu familial provenant des activités bioalimentaires soit augmentée?"	OFFRE (44)
Oui, à court ou moyen terme	7
Oui, à long terme	2
Peut-être, mais les conditions ne sont pas favorables pour le moment	13
Non, plutôt diminuer	5

Par ailleurs, nous avons également sondé les intentions futures des usines de transformation de produits marins et végétaux. À la question ouverte : « Souhaiteriez-vous prolonger la saison d'activité de votre entreprise? » :

- toutes les usines de transformation de produits marins ont répondu être toujours en recherche de nouvelles productions;
- l'usine de transformation de produits végétaux ne recherche pas d'avenues de diversification pour l'instant, car ses installations sont constamment occupées.

Trois initiatives pour prolonger la saison d'activités ont été mentionnées par trois usines de transformation de produits marins, soit :

- des essais de troisième transformation des produits marins (produits de niche);
- des essais de transformation de produits alimentaires végétaux et
- des essais de transformation d'un produit marin alternatif.

Deux conditions ont été mentionnées par deux usines de transformation de produits marins pouvant leur permettre de réaliser leurs intentions futures, soit :

- le fait d'être rentable, de couvrir les frais fixes et
- les conditions d'hygiène à respecter.

De plus :

- 4 gestionnaires d'usines ont mentionné qu'ils voyaient peu de contraintes relatives aux infrastructures ou au type de produit transformé.

Enfin, le tableau 35 décrit les intentions de transfert pour ces entreprises. Il est à noter que, pour ce tableau en particulier, les réponses comptabilisées sont celles des entreprises qui étaient en opération en 2008. Ces résultats excluent également les entreprises pour lesquelles la question ne s'applique pas, soit les entreprises privées (ex. : usines de transformation des produits marins) ou celles d'économie sociale.

Tableau 35 : Résultats des questions : « Souhaitez-vous transférer votre entreprise dans les dix prochaines années? » et « Avez-vous une relève identifiée pour votre entreprise? », pour le secteur de l'offre

Intentions de transfert des entreprises bioalimentaires de la MRC du Rocher-Percé	OFFRE (44)
Relève présentement intégrée	1
Enfants (jeunes adultes) ou employés présentement intéressés	4
Commerce présentement à vendre	3
Relève présente mais contexte pas favorable au transfert	1
Souhaite peut-être transférer, n'a pas d'enfants	2
Souhaite embaucher de la main d'oeuvre agricole pour peut-être lui transférer l'entreprise	1
Ne souhaite pas transférer bientôt (ex.: a de jeunes enfants)	8
Ne souhaite pas transférer	2
Prévoit léguer le bien familial (même si pas pour vocation agricole)	2

Les activités qui sont partagées entre les membres respectivement du secteur de l'offre et de la demande tout comme les projets qui les inspirent font également partie de la catégorie des ressources humaines. Les tableaux 36 à 39 présentent ces informations.

Tableau 36 : Résultats de la question : « Partagez-vous certaines activités avec d'autres producteurs ou transformateurs, enregistrés ou non? », pour le secteur de l'offre

"Partagez-vous certaines activités avec d'autres producteurs-transformateurs, enregistrés ou non?"		OFFRE (44)
Non		12
Oui	Partage de machinerie ou d'équipements seulement	9
	Membre d'une organisation ou association	6
	Échanges de services avec d'autres agriculteurs à l'occasion	4
	Partage du transport	4
	Échanges de services pour des particuliers à l'occasion (ex.: labourer un jardin)	3
	Partage d'idées ou d'informations seulement	2
	Partage de pâturages ou de prairies avec d'autres agriculteurs	2
	Partage de sous-produits	1
	Transformation de produits	1
	Lien éducatif avec l'École de pêches	1

Tableau 37 : Résultats de la question : « Faites-vous des achats regroupés avec d'autres organisations? », pour le secteur de la demande

"Faites-vous des achats regroupés avec d'autres organisations?"	DEMANDE (14)
Non	10
Non, mais peut-être éventuellement	2
Non, mais étroite collaboration avec établissement voisin	1
Oui	1

Tableau 38 : Résultats de la question : « Quels sont vos projets pour l'entreprise à court, moyen et long terme? », pour le secteur de l'offre

Quels sont vos projets pour l'entreprise à court, moyen et long terme?	OFFRE (44)
Maintenir les activités actuelles	14
Augmenter la production	14
Diversifier de la production	13
Améliorer les infrastructures/équipements	10
Ralentir les activités	5
Commencer une mise en marché locale (ex.: Bœuf 100% Gaspésie)	5
Développer de nouveaux marchés extérieurs	4
En réflexion pour le moment	3
Embaucher de la main-d'œuvre	3
Développer l'agrotourisme	1
Vivre uniquement des activités de l'entreprise (long terme)	1

Tableau 39 : Résultats de la question : « Quels sont vos projets pour l'organisation à court, moyen et long terme? », pour le secteur de la demande

Quels sont vos projets pour l'organisation à court, moyen et long terme?	DEMANDE (14)
Maintenir ce qui est en place, pas de projets particuliers	4
Agrandir les locaux	2
Former le personnel à l'alimentation saine	1
Offrir à la clientèle des activités de prévention à la saine alimentation	1
Offrir à la clientèle des activités de formation culinaire (autonomisation)	1
Développer des menus thématiques	1
Offrir des brunchs	1
Élaborer une politique alimentaire	1
Rénover et entretenir le potager de l'établissement	1
Élargir l'offre de menu	1
Développer un menu du terroir (produit de créneau)	1
Développer un comptoir de vente de produits locaux	1
Diminuer graduellement les activités	1

4.3.1 Potentialités – interprétation

A) Les expériences passées comme source d'inspiration

Évidemment, on peut penser que, pour les producteurs et transformateurs ayant vécu une expérience plutôt positive de mise en marché locale dans le passé, cette expérience s'est prolongée et fait toujours partie de leurs activités aujourd'hui. Les aspects majoritairement négatifs des expériences passées de mise en marché locale mentionnés par les participants (tableau 40) représentent plutôt des **pistes d'action** pour le laboratoire rural afin d'amoindrir les contraintes et d'augmenter l'utilisation des circuits courts dans la MRC. On peut penser notamment à l'amélioration des infrastructures ou de l'organisation pour mieux se démarquer de la **compétition extérieure**, ou encore à l'accompagnement pour aider les producteurs à se conformer aux **contraintes réglementaires**.

B) Les conditions favorables à l'utilisation des circuits courts

Un des principaux prés requis à la mise en marché où l'approvisionnement local semble tout simplement être la **disponibilité des produits** (tableau 41). En effet, 8 des 44 producteurs ou transformateurs mentionnent **l'importance d'avoir suffisamment de produits pour répondre à la demande**, alors que pour 2 établissements l'offre doit être constante et 1 établissement s'inquiète de ce que les produits soient disponibles l'été (tableau 41). Le fait que les produits soient vendus à un **prix raisonnable** est également une condition importante tant pour le secteur de l'offre (7 des 44 participants) que pour la demande (4 des 14 participants). Un autre aspect à ne pas négliger est **l'organisation** de la mise en marché locale, mentionnée par 7 des 44 participants du secteur de l'offre et 4 des 14 participants de la demande (tableau 41).

Par ailleurs, **les transformateurs rencontrés sont tous intéressés à se procurer leurs matières premières sur le marché local**, quoique la plupart y verraient certaines conditions, notamment que le produit soit de qualité ou naturel (tableau 42).

Enfin, **les fruits et légumes se démarquent nettement comme des aliments populaires** sur le marché local, puisque la moitié des participants du secteur de la demande souhaiteraient s'en procurer (tableau 43). Les participants du secteur de la demande seraient aussi **en général prêts à déboursier davantage pour des produits locaux** que pour des produits étrangers (tableau 44), mais la plupart souhaiteraient se les procurer **de la même façon qu'ils le font actuellement** (tableau 45).



C) Les possibilités dans l'utilisation des circuits courts

Alors que certains types de production sont conservés pour être écoulés tout au long de l'année, d'autres ne sont disponibles qu'en saison (tableau 10). Cependant, pour plus de la moitié des 44 participants du secteur de l'offre, il serait facile ou très facile de **modifier la saison de disponibilité de leurs produits** (tableau 46). De plus, pour 25 des 44 participants, il serait facile d'**augmenter leur production** pour la vendre localement, et 12 des 44 participants le feraient très facilement (tableau 46). Aussi, 29 et 2 des 44 participants, respectivement, pourraient facilement ou très facilement **essayer un nouveau type de production** (tableau 46). Certaines conditions favorables devraient cependant être réunies avant de pouvoir augmenter ou diversifier la production, par exemple réaliser l'embauche de main-d'œuvre supplémentaire ou obtenir l'assurance de pouvoir effectuer des transactions intéressantes.

Tout comme les participants du secteur de l'offre, ceux de la demande font preuve d'une grande flexibilité en vue de l'utilisation des produits locaux. En effet, 10 des 14 participants pourraient facilement **adapter certaines de leurs recettes**, alors que 1 des 14 participants pourrait le faire très facilement (tableau 47). De plus, 6 et 3 des 14 participants, respectivement, pourraient facilement ou très facilement **essayer de nouvelles recettes**, tandis que 7 et 2 des 14 participants, respectivement, pourraient facilement ou très facilement **varier leur menu en saison** (tableau 47). En somme, on peut dire que le secteur bioalimentaire local possède non seulement un intérêt marqué à l'utilisation des circuits courts, mais également une grande capacité d'adaptation pouvant être un atout majeur dans la réalisation d'éventuels projets-pilote.



D'autre part, les contraintes semblent nombreuses pour permettre aux producteurs du secteur de l'offre de faire de la transformation, et **plusieurs ne souhaiteraient pas ou ne pourraient que difficilement s'adonner à cette activité** (tableau 46). Parallèlement à cette information, il est peu surprenant de constater que, dans le cadre d'un approvisionnement en produits locaux, **la plupart des établissements du secteur de la demande pourraient facilement ou très facilement faire de la transformation** (tableau 47). En effet, plusieurs possèdent déjà les installations nécessaires au conditionnement des aliments (tableau 24).

Par ailleurs, **les producteurs et transformateurs du secteur de l'offre démontrent beaucoup d'ouverture à de nouvelles activités en vue de dynamiser le marché local**, que ce soit de partager des connaissances ou des équipements ou encore d'accompagner un aspirant producteur ou transformateur (tableau 46). De même, 9 des 14 participants du secteur de la demande pourraient facilement **dispenser des ateliers ou des formations** et 9 pourraient également **être disponibles pour faire la promotion de l'achat local** (tableau 47). Les participants du secteur de la demande émettent par contre certaines réserves quant au **partage d'installations ou d'équipement**, lesquels sont souvent utilisés à pleine capacité (tableau 47).

4.3.2 Potentialités – résultats

A) Les expériences passées comme source d'inspiration

Pour le secteur de l'offre, la première question de la section des potentialités explorait les expériences passées de mise en marché locale. Les résultats de cette question sont présentés au tableau 40.

Tableau 40 : Résultats de la question : « Par le passé, avez-vous déjà tenté l'expérience de la mise en marché locale? Si oui, comment cette expérience s'est-elle déroulée? », pour le secteur de l'offre

Nombre de personnes pour qui l'expérience...	...a eu des aspects positifs (+) ou négatifs (-)...	OFFRE (44)
marché public	+ belles ventes, expérience agréable	2
	+ publicité pour la vente à la ferme	1
	- manque d'infrastructures pour la conservation des aliments	1
	- mauvaise organisation du marché	1
	- nécessité d'avoir un employé sur place	1
vente à des restaurateurs	+ bonne expérience, produit très frais	1
	- difficulté de livrer un produit uniforme	1
	- pas assez rentable	1
	- forte compétition des produits gaspésiens	1
	- mauvaise expérience de communications	1
œufs	- forte compétition de l'extérieur	1
légumes bio ou de spécialité	- trop de pertes (en kiosque ou aux champs)	1
	- les consommateurs n'étaient pas prêts à payer plus cher	1
produits transformés à base de fruits ou légumes	- contraintes réglementaires	1
	- peu de réponse des épiceries, restaurants	1
	- forte compétition de l'extérieur	2
vente de lait	+ très bonne satisfaction des clients	1
	- contraintes réglementaires	1
petits animaux (vendus vivants ou abattus)	- augmentation des coûts de moulée et de transport	1
	Arrêté pour différentes raisons	3
petite épicerie-charcuterie	Arrêté pour différentes raisons	1
vente directe de bœuf	+ bonne demande, bon prix	4
	- contraintes réglementaires	7
	- diminution de la demande	3
vente en épicerie	- forte compétition des produits gaspésiens ou autres	2
	- marge de profit plus élevée pour les produits locaux	1
vente directe de légumes frais	- forte compétition de l'extérieur	2
	- manque de temps	1
potager en garderie	- manque de personnel pour l'entretien	1
kiosque à la ferme	- nécessité d'avoir un employé de plus	1
	- peu de ventes	1

B) Les conditions favorables à l'utilisation des circuits courts

Ensuite, nous avons demandé aux participants des secteurs de l'offre et de la demande si, dans le cadre d'un projet-pilote, ils seraient intéressés à mettre en marché ou s'approvisionner localement, et quelles seraient les conditions d'un tel projet. Ces résultats sont présentés au tableau 41.

Nous avons également demandé aux transformateurs du secteur de l'offre s'ils souhaiteraient se procurer une partie de leur matière première sur le marché local. Leurs réponses sont présentées au tableau 42.

Pour le secteur de la demande, les participants se sont également exprimés quant au type de produits qu'ils aimeraient se procurer sur le marché local¹⁸. Les résultats sont présentés au tableau 43.

Par ailleurs, à ces dernières sous-questions,

- 1 personne a affirmé souhaiter se procurer si possible tous les aliments sur le marché local, en supposant que ceux-ci seraient produits sans produits chimiques et
- 1 personne s'est montrée intéressée en général à l'utilisation de produits locaux pour faire découvrir de nouveaux aliments à sa clientèle.

De plus,

- 2 personnes ont affirmé trouver tout ce dont elles ont besoin et ne pas être pénalisées par le fait d'acheter à l'extérieur;
- 1 personne a affirmé que les goûts de sa clientèle étaient plutôt conservateurs et
- 1 personne a exprimé des préoccupations réglementaires quant à l'achat de produits locaux.

¹⁸ Les sous-questions étaient : « Si oui, quels aliments parmi ceux que vous avez nommés précédemment? » et « Y a-t-il des aliments que vous n'achetez pas actuellement, mais que vous aimeriez intégrer à votre menu? ».

Tableau 41 : Conditions pour la réalisation d'un projet-pilote de mise en marché ou d'approvisionnement local, pour les secteurs de l'offre et de la demande

Dans le cadre d'un projet-pilote, seriez-vous intéressé à dévier une partie de votre production vers le marché local? Si oui, à quelles conditions?		OFFRE (44)	Dans le cadre d'un projet-pilote, seriez-vous intéressé à vous procurer une partie de vos aliments sur le marché local? À quelles conditions?	DEMANDE (14)
Oui	Disponibilité du produit	8	Produit disponible l'été	1
	Demande locale suffisante	6	Constance de l'offre	2
	Prix	7	Prix	4
	Gestion bien planifiée	7	Bon service/bien organisé	4
	Disponibilité du producteur	5	Disponibilité de l'acheteur	1
	Retombées locales	2	Retombées locales	1
	Produit mis en valeur	2	Produit de qualité	1
	Minimiser les risques	3	Gestion efficace des stocks	1
	Transformation, innovation	2	Choix intéressant	1
	Préoccupations réglementaires	4		
	Si ça valait la peine (en général)	1		
Pas de conditions, ne sait pas	8	Pas de conditions, ne sait pas	2	
Non	Activités en diminution	1		

Tableau 42 : Conditions pour l'approvisionnement local, pour les transformateurs du secteur de l'offre

"S'il y a lieu, dans le cadre d'un projet-pilote, seriez-vous intéressé à vous procurer une partie de votre matière première pour la transformation sur le marché local? Si oui, à quelles conditions?"		OFFRE (44)
Oui	Pas de conditions	2
À condition que...	Produit naturel	2
	Produit de qualité	2
	Prix compétitif	2
	Disponibilité du produit	2
	Pour développer un produit à valeur ajoutée	2
	Offre locale bien organisée	1
Oui, mais...	Entreprise de transformation pas encore prête à commercialiser un nouveau produit	1
	Entreprise de transformation ne peut pas garantir un prix constant au producteur	1

Tableau 43 : Préférences en terme d'aliments locaux potentiels, pour le secteur de la demande

Nombre de personnes qui aimeraient se procurer sur le marché local...	DEMANDE (14)
des fruits et légumes	7
de la viande	2
des ressources naturelles alternatives (ex.: têtes de violon, champignons)	2
des fruits séchés ou en conserve	2
du lait et produits laitiers	2
du pain et pâtes alimentaires	2
du poisson (ex.: éperlan, maquereau), si nettoyé et emballé	1
des œufs	1

Pour le secteur de la demande, deux questions supplémentaires ont permis d'en connaître davantage sur les possibilités dans l'utilisation des circuits courts. Les résultats sont présentés aux tableaux 44 et 45.

Tableau 44 : Résultats de la question : « Quel écart de prix êtes-vous prêt à déboursier pour l'achat d'aliments locaux? », pour le secteur de la demande

Nombre de personnes qui sont prêtes à déboursier un écart de prix de...	DEMANDE (14)
0%	2
5%	3
10%	3
20%	0
50%	0
Ne sait pas	2

Tableau 45 : Résultats de la question : « De quelle façon souhaiteriez-vous vous procurer des aliments locaux? », pour le secteur de la demande

Nombre de personnes qui aimeraient se procurer des produits locaux...	DEMANDE (14)
de la même façon que présentement (tableau 18)	8
par la formation d'un groupe d'achat	2
via une offre regroupée de producteurs locaux	1
par l'achat direct chez le producteur	3
en optant pour la formule ASC	2
en m'associant avec d'autres pour gérer les pertes	1
par la livraison à leur établissement	2

C) Les possibilités dans l'utilisation des circuits courts

Les secteurs de l'offre et de la demande ont été sondés quant à ce qui serait possible pour eux de faire dans le cadre d'un projet pilote de mise en marché ou d'approvisionnement local. Ces résultats sont présentés aux tableaux 46 et 47.

Tableau 46 : Possibilités dans le cadre d'un projet pilote de mise en marché locale, pour le secteur de l'offre

"Dans le cadre d'un projet-pilote pour alimenter le marché local, seriez-vous en mesure de..."		OFFRE (44)
modifier le calendrier de disponibilité de vos produits	pas du tout	6
	difficilement	8
	facilement	20
	très facilement	5
Conditions	Respecter la saison de production/pêche/chasse	9
	Délai raisonnable	3
	Espace d'entreposage	2
	Quantité minimale	1
augmenter votre production	pas du tout	1
	difficilement	4
	facilement	25
	très facilement	12
Conditions	Main-d'œuvre supplémentaire	4
	Équipement	4
	Marché suffisant	3
	Revenus intéressants	3
	Augmentation de la production (pour les transformateurs)	2
	Prévoir d'avance	2
	Relève	1
Modification des pratiques	1	

Tableau 46 (suite) : Possibilités dans le cadre d'un projet pilote de mise en marché locale, pour le secteur de l'offre

faire de la transformation	pas du tout	9
	difficilement	10
	facilement	12
	très facilement	3
Conditions	Main-d'œuvre	2
	Support pour R&D et commercialisation	2
	Réglementation	1
	Expérimentation avant d'investir	1
	Revenus intéressants	1
	Devrait se former avant	1
essayer un nouveau type de production	pas du tout	2
	difficilement	3
	facilement	29
	très facilement	2
Conditions	En accord avec les objectifs d'entreprise	5
	Revenus intéressants	4
	Marché suffisant/régulier	3
	En accord avec la réglementation	3
	Relève	1
	Conditions bioclimatiques locales	1
	Investissements	1
	Disponibilité du producteur	1
partager vos connaissances	pas du tout	0
	difficilement	1
	facilement	30
	très facilement	7
Conditions	Sauf les recettes de l'entreprise	4
	Temps	3
	Bien planifié	1
	Si l'activité a lieu sur la ferme	1
	Avec de petits groupes seulement	1
partager vos infrastructures et équipements	pas du tout	8
	difficilement	6
	facilement	21
	très facilement	3
Conditions	Dans le respect, à une personne de confiance	7
	Disponibilité	3
	Si c'est payant	1
accompagner un aspirant producteur-transformateur	pas du tout	3
	difficilement	0
	facilement	28
	très facilement	4
Conditions	Si pas en compétition	5
	L'apprenti doit être vaillant	4

Tableau 47 : Possibilités dans le cadre d'un projet pilote d'approvisionnement local, pour le secteur de la demande

"Dans le cadre d'un projet-pilote à base d'aliments locaux, seriez-vous en mesure de..."		DEMANDE (14)
faire de la transformation	pas du tout	2
	difficilement	2
	facilement	4
	très facilement	4
Conditions	Avoir de nouvelles installations aux normes	1
adapter certaines recettes	pas du tout	1
	difficilement	1
	facilement	10
	très facilement	1
modifier votre menu (essayer de nouvelles recettes);	pas du tout	1
	difficilement	1
	facilement	6
	très facilement	3
Conditions	Si les ventes se font bien	1
	Respecter les goûts de la clientèle	1
	S'il y a de la demande	1
varier votre menu en saison (selon disponibilité)	pas du tout	1
	difficilement	1
	facilement	7
	très facilement	2
dispenser des ateliers ou de la formation	pas du tout	2
	difficilement	2
	facilement	9
	très facilement	0
Conditions	Temps	1
	Sentiment de confiance	2

Tableau 47 (suite) : Possibilités dans le cadre d'un projet pilote d'approvisionnement local, pour le secteur de la demande

"Dans le cadre d'un projet-pilote pour intégrer des aliments locaux, seriez-vous en mesure de..."		DEMANDE (14)
être disponible pour faire la promotion des produits locaux	pas du tout	1
	difficilement	1
	facilement	9
	très facilement	0
Conditions	Si ce sont de bons produits	1
	Si le changement d'habitudes se fait progressivement	1
	Si les producteurs donnent un bon service	1
rendre disponibles des espaces et des équipements pour d'autres activités pouvant favoriser l'alimentation de proximité	pas du tout	7
	difficilement	5
	facilement	1
	très facilement	0
Conditions	Espace de rencontre seulement	2
	En dehors des périodes d'ouverture seulement	4
	Selon les personnes impliquées	1

4.4.1 Besoins — interprétation

A) Les besoins spécifiques aux entreprises de production et de transformation

Les participants du secteur de l'offre soulèvent des besoins très pertinents afin de réaliser les potentialités imaginées et de produire des aliments pour le marché local. D'abord, 19 des 44 participants souhaiteraient recevoir du support pour la **commercialisation et la mise en marché locale** de leurs produits (tableau 48). Les deux autres besoins les plus mentionnés, soit par 14 des 44 participants chacun, touchent également la mise en marché, soit les **procédés de conditionnement ou de transformation** et le **développement de nouveaux produits** (tableau 48). Les véhicules pour réaliser cet encadrement qui conviendrait au plus grand nombre de participants sont par ailleurs le **suivi régulier** et la **formation ponctuelle** (tableau 49).



Pour la majorité des producteurs ou transformateurs, **l'accès au financement n'est pas un frein au développement de leur entreprise**, soit parce qu'ils n'ont tout simplement aucun problème de cet ordre (14 des 44 participants) ou parce qu'ils choisissent de ne pas s'endetter (12 participants), alors que d'autres sont membres d'une coopérative de financement (2 participants) (tableau 50). On peut noter cependant que 2 des 44 participants critiquent la lenteur des services financiers, alors que pour 10 autres **les programmes de financement disponibles ne sont pas adaptés à leur réalité** (tableau 50). Ces informations suggèrent en quelque sorte aux intervenants de demeurer vigilants quant aux projets qui seront proposés aux acteurs du secteur de l'offre et d'explorer avec eux au besoin des voies alternatives de financement.

La majorité des producteurs ou transformateurs **se sentent bien informés des services qui sont à leur disposition**, soit parce qu'ils sont satisfaits en général des services d'encadrement reçus (20 des 44 participants), ou tout simplement parce qu'ils se débrouillent bien seuls (4 participants) (tableau 51). Par contre, 14 des 44 participants vivent une expérience plutôt négative à cet effet, dont 10 d'entre eux qui ressentent que **l'information circule mal** (tableau 51). Ce son de cloche donné par une part non négligeable des producteurs et transformateurs de la MRC pourrait inciter les intervenants non seulement à bien communiquer les informations concernant d'éventuels projets-pilote, mais également à se pencher avec les producteurs et transformateurs sur des moyens pour stimuler l'animation du milieu rural et agricole et la circulation de l'information.

D'autres besoins soulevés par les participants du secteur de l'offre touchent par ailleurs la main-d'œuvre : pour 16 des 44 participants, il est **difficile en général de trouver de la main-d'œuvre**, alors que 7 autres participants précisent qu'il est difficile de trouver de la main-d'œuvre qualifiée (tableau 52). Heureusement, cette situation ne semble pas trop nuire pour le moment au développement des entreprises de production ou transformation locales, mais la rareté de la main-d'œuvre demeure sans aucun doute un élément à surveiller dans le futur pour l'accroissement de l'approvisionnement du marché local (tableau 53).

B) Les besoins spécifiques aux services alimentaires de Chandler

Si les **activités de formation en lien avec l'alimentation** font partie des habitudes de plusieurs participants du secteur de la demande, un nombre presque équivalent de participants ne s'y adonne presque jamais. En effet, 3 des 14 participants participent régulièrement à des activités de formation en lien avec l'alimentation et 3 autres le font de temps à autre, tandis que 1 et 4 des 14 participants, respectivement, ne participent que rarement ou ne participent jamais à ce type d'activité (tableau 54).

Cependant, les participants sont en général **assez intéressés à en connaître davantage sur différents sujets touchant l'alimentation saine et de proximité**, les sujets les plus populaires étant les recettes à base de produits locaux et les modes de transformation et de conservation des aliments (tableau 55). Les participants du secteur de la demande sont également en général **assez intéressés à participer à des activités en lien avec l'alimentation saine et de proximité**, les plus populaires étant la visite à la ferme (pour la clientèle ou les employés), l'événement promotionnel des produits locaux et l'atelier de cuisine (tableau 56).



C) Les obstacles à l'utilisation des circuits courts et les solutions identifiées par les acteurs du secteur bioalimentaire

On remarque premièrement que la **problématique de l'abattoir en région** occupe une grande place dans les préoccupations des participants du secteur de l'offre (tableau 57), ce qui est caractéristique de l'échantillon formé majoritairement d'éleveurs de veaux d'embouche.

Par ailleurs, les deux secteurs, que ce soit celui de l'offre ou de la demande, ont exprimé sensiblement les mêmes préoccupations quant aux obstacles pouvant nuire à l'utilisation des circuits courts de mise en marché ou d'approvisionnement. En effet, il est surprenant de constater que 10 des 44 producteurs et transformateurs s'inquiètent de pouvoir trouver une **demande suffisante** pour leurs produits (tableau 57), tandis que de leur côté 4 des 14 responsables de services alimentaires de Chandler mentionnent que la **faible disponibilité des produits locaux** sur le marché les empêche d'acheter local (tableau 58). De plus, 9 des 44 participants du secteur de l'offre croient que le **prix plus élevé des produits locaux par rapport aux autres produits** pourrait nuire à l'utilisation des circuits courts (tableau 57), sentiment partagé par 10 des 14 participants du secteur de la demande (tableau 58).

Il n'est, dans ce cas, pas surprenant de constater que la **sensibilisation des consommateurs** (tableau 59) et l'**augmentation de l'offre de produits locaux** (tableau 60) sont les solutions proposées par le plus grand nombre de participants des secteurs de l'offre et de la demande, respectivement. Pour les participants du secteur de l'offre en particulier, plusieurs solutions proposées font référence à l'**abattage de viande en région**, mais plusieurs s'attardent également à proposer des **modèles de production et de mise en marché à petite échelle** (tableau 59).

Lorsqu'interrogés plus spécifiquement quant aux solutions qui pourraient être envisagées pour augmenter l'offre de produits locaux, 2 des 14 participants du secteur de la demande proposent eux aussi d'utiliser des modèles à petite échelle, tels que des jardins communautaires (tableau 61). Par ailleurs, 1 des 14 participants propose **que les consommateurs endossent collectivement cette responsabilité** en achetant davantage localement afin de stimuler l'expansion de la production, tandis que 1 autre participant **remet cette responsabilité entre les mains des producteurs eux-mêmes** qui pourraient se regrouper afin de mieux conquérir leur marché (tableau 61). Enfin, 3 des 14 participants du secteur de la demande proposent de **se tourner vers une aide extérieure** pour subventionner les productions locales (tableau 61).

4.4.2 Besoins — résultats

A) Les besoins spécifiques aux entreprises de production et de transformation

Les besoins sondés uniquement pour le secteur de l'offre ont été ceux relatifs à l'encadrement, au financement, à l'information et à la main-d'œuvre. Les besoins relatifs à l'encadrement sont présentés aux tableaux 48 et 49.

Tableau 48 : Résultats de la question « Afin de produire des aliments pour le marché local, ressentez-vous le besoin de recevoir davantage d'encadrement dans certains domaines? », pour le secteur de l'offre

Nombre de personnes qui anticipent avoir besoin d'encadrement de type...	OFFRE (44)
commercialisation et mise en marché locale	19
procédés de conditionnement ou de transformation	14
recherche et développement de nouveaux produits	14
gestion des cultures (fertilisation, phytoprotection,...)	11
administration	9
transfert et relève, main d'œuvre	8
gestion des productions animales (génétique, alimentation,...)	6
utilisation de machinerie ou d'équipements	5
respect des normes environnementales	5
respect de la réglementation en hygiène et salubrité	4
autre type d'encadrement	10

Tableau 49 : Résultats de la question « Quelle(s) forme(s) d'encadrement vous conviendrait(en)t le mieux? », pour le secteur de la demande

Nombre de personnes qui préféreraient recevoir de l'encadrement sous la forme de...	OFFRE (44)
suivi régulier	9
formation ponctuelle	5
guides ou information pratiques	4
expertise de l'extérieur de la Gaspésie	4
visite individuelle ponctuelle	3
rencontre de groupe	2
réseautage	2
recherche-action	1
mentorat	1

Les tableaux 50 et 51 présentent les besoins relatifs au financement et à l'information pour le secteur de l'offre.

De plus, concernant l'accès à l'information :

- 2 des 4 participants anglophones ont mentionné que la barrière linguistique les empêche de profiter d'un accès optimal aux services unilingues francophones.

Tableau 50 : Résultats de la question « Est-ce que l'accès au financement est un frein au développement de votre entreprise? », pour le secteur de l'offre

"Est-ce que l'accès au financement est un frein au développement de votre entreprise?"	OFFRE (44)
Non, ce n'est pas un frein	14
Non, parce que je suis membre d'une coop de financement	2
Non, parce que je choisis de ne pas m'endetter	12
Pas vraiment, mais les délais de financement sont très longs	2
Oui, les programmes disponibles sont inadaptés à mon entreprise	10
Oui, c'est un frein à l'embauche de main d'œuvre	1
Oui, c'est un frein en général	1
Pour de financement local oui, parce que les institutions financières locales ne connaissent pas l'agriculture	2

Tableau 51 : Résultats de la question « Vous sentez-vous bien informé des différents services d'encadrement et de financement qui sont à votre disposition? », pour le secteur de l'offre

Nombre de personnes qui ont répondu de façon plutôt...	Parce que...	OFFRE (44)
neutre	ne sait pas	1
positive	satisfait des services reçus	20
	se débrouille bien seul	4
négative	information centralisée ou qui ne circule pas, lourdeur bureaucratique	10
	plus ou moins bien informé	1
	souhaite recevoir plus d'information	1
	manque de suivi en général	1
	recommandations inadaptées à la réalité financière de l'entreprise	1

Les tableaux 52 et 53 présentent les besoins relatifs à la main-d'œuvre pour le secteur de l'offre.

Tableau 52 : Résultats de la question « Est-ce qu'il est facile de trouver des personnes pour travailler au sein de votre entreprise? », pour le secteur de l'offre

"Est-ce qu'il est facile de trouver des personnes pour travailler au sein de votre entreprise?"	OFFRE (44)
Non, c'est difficile de trouver de la main -'œuvre	16
Non, c'est difficile de trouver une main-d'œuvre formée ou simplement vaillante	7
Oui, pour l'instant ça va	5
Oui, ce serait facile mais je n'ai pas l'argent pour payer un salaire	1
Oui, c'est facile	6

Tableau 53 : Résultats de la question « Est-ce que le manque de main-d'œuvre peut être un frein au développement de votre entreprise? », pour le secteur de l'offre

"Est-ce que le manque de main-d'œuvre peut être un frein au développement de votre entreprise?"	OFFRE (44)
Oui, c'est un frein	4
Oui, ça pourrait le devenir	7
Plus ou moins, pas nécessairement	7
Non, parce que je fais des choix en conséquence (ex.: utilisation de machinerie)	4
Non	2

B) Les besoins spécifiques aux services alimentaires de Chandler

Les besoins sondés uniquement pour le secteur de la demande ont été ceux relatifs à l'information et à la formation. Les résultats sont présentés aux tableaux 54 à 56.

Tableau 54 : Résultats de la question « Votre organisation participe-t-elle à des activités de formation en lien avec l'alimentation? », pour le secteur de la demande

Nombre de personnes qui participent à des activités de formation...	DEMANDE (14)
régulièrement	3
de temps à autre	3
rarement	1
jamais	4

Tableau 55 : Types d'information intéressant les participants du secteur de la demande

Nombre de personnes qui seraient intéressées à en connaître davantage sur...	DEMANDE (14)			
	Non	Un peu	Assez	Beaucoup
les productions locales et des recettes à base de produits locaux	2	1	6	3
le Guide alimentaire canadien, la nutrition et les repas santé	2	2	4	5
la consommation responsable	1	6	4	0
la gestion de menu (planification, achat, coût de revient, développement de nouveaux produits, évaluation nutritionnelle)	5	1	4	1
les modes de transformation et de conservation des aliments	1	1	6	0
la réglementation pour la préparation et la vente d'aliments	3	1	5	0

Tableau 56 : Types d'activité d'information ou de formation intéressant les participants du secteur de la demande

Nombre de personnes qui seraient intéressées à participer à une activité de type...	DEMANDE (14)			
	Pas du tout	Un peu	Assez	Beaucoup
visite à la ferme	2	0	5	5
Conditions	Respecter la confidentialité de la clientèle			
	Sur une ferme d'élevage de préférence			
événement promotionnel des produits locaux	0	0	8	2
Conditions	Disponibilité de la personne			
atelier de cuisine	1	1	8	2
atelier de jardinage	2	4	3	4
Conditions	Main-d'œuvre (ex.partenariats avec l'âge d'or)			
	Prévenir le vandalisme			

C) Les besoins exprimés par l'ensemble du secteur bioalimentaire

Pour les secteurs de l'offre et de la demande, une même question visait à identifier les obstacles à la mise en marché et à l'achat de produits locaux. Les résultats de ces questions sont présentés aux tableaux 57 et 58. De même, les participants des deux secteurs ont été invités à proposer des solutions pour les aider à surmonter ces obstacles potentiels. Ces résultats sont présentés aux tableaux 59 et 60. Enfin, le tableau 61 présente les solutions proposées par les participants du secteur de la demande pour augmenter l'offre de produits locaux.

Tableau 57 : Résultats de la question « Quels seraient selon vous les plus grands obstacles à la mise en marché locale de vos produits? », pour le secteur de l'offre

Nombre de personnes qui ont identifié l'obstacle...	OFFRE (44)
manque de demande/appréciation des produits locaux	10
problématique de l'abattoir (trop loin, trop cher, trop gros,...)	10
prix élevé des produits locaux (difficulté d'accès pour tous)	9
réglementation sévère	7
difficulté d'accès au marché local (grandes chaînes, etc.)	7
difficultés d'approvisionnement en matières premières ou intrants	5
concurrence	4
manque d'organisation ou de mobilisation des producteurs entre eux	4
distribution locale à réfléchir (livraisons, visibilité,...)	3
manque de disponibilité des producteurs pour faire la mise en marché	3
manque de financement pour l'embauche de main-d'œuvre	3
contraintes liées au type de produit	2
manque de volonté politique	2
faible fertilité des terres	1
difficulté d'accès à la terre	1
manque d'efficacité des marchés publics	1
déclin du "marché de congélateur"	1
pas assez de fermes sur le territoire	2
insécurité financière des fermes	1
insécurité financière du marché local	1
pas vraiment d'obstacles	5

Tableau 58 : Résultats de la question « Quels seraient selon vous les plus grands obstacles à l'achat de produits locaux? », pour le secteur de la demande

Nombre de personnes qui ont identifié l'obstacle...	DEMANDE (14)
coût des produits locaux	10
manque de disponibilité des produits locaux	4
difficulté d'accès aux produits locaux (grandes chaînes, etc.)	4
irrégularité de la demande	2
qualité sanitaire des produits	1
constance de l'offre	1
petits volumes demandés	1
il faudrait d'abord continuer la sensibilisation la clientèle à la saine alimentation (avant de sensibiliser à l'achat local)	1
peu de capacité d'entreposage	1
pas d'installations pour la transformation	1
mauvaise identification de la provenance des produits	1
manque de main d'œuvre agricole	1

Tableau 59 : Résultats de la question « Par rapport à ces contraintes, quelles seraient les actions ou les installations qui vous aideraient concrètement? », pour le secteur de l'offre

Nombre de personnes qui ont proposé la solution...	OFFRE (44)
sensibilisation/éducation des consommateurs	8
démarrer une petite boucherie-abattoir	6
résoudre la problématique de l'abattoir	5
redonner aux gens les droits qu'ils avaient avant, limiter la bureaucratie	5
"obliger" les épicerie à offrir des produits locaux	4
favoriser l'embauche de main d'œuvre en réinsertion, formation	3
favoriser l'accès à des installations/équipements de production	2
utiliser un camion réfrigéré pour livraison locale	2
réseauter les producteurs entre eux (offre regroupée)	2
démarrer une production sous cahier de charge avec accompagnement	2
démarrer un poste d'abattage en libre service, subventionné	2
améliorer la visibilité des produits (espace-tablette, identification)	2
adapter le type de produit au marché local (test de produits)	2
rendre disponible une banque de terres cultivables	1
offrir des analyses de sol gratuites	1
faciliter l'accès aux intrants	1
relocaliser et améliorer le marché de Percé	1
démarrer des fermes maraîchères avec kiosque	1
démarrer un abattoir mobile	1
rester transparent envers tous les producteurs	1
fournir un guide sur la réglementation	1
transformer nos matières premières	1
utiliser les usines de pêches pour transformer des légumes	1
favoriser l'achat direct sur le quai	1

Tableau 60 : Résultats de la question « Par rapport à ces contraintes, quelles seraient les actions ou les installations qui vous aideraient concrètement? », pour le secteur de la demande

Nombre de personnes qui ont proposé la solution...	DEMANDE (14)
ne sait pas/pas de contraintes	3
augmenter la production locale	3
démarrer des petits kiosques de vente locale	2
avoir une constance de produits	1
financer les organismes communautaires pour l'achat local	1
augmenter l'offre en épicerie	1
faire de la publicité	1
augmenter la consommation locale pour diminuer les coûts	1

Tableau 61 : Résultats de la question « Certaines personnes soulèvent l'obstacle de la faible production locale. Que pensez-vous qui pourrait être fait afin d'augmenter l'offre des produits locaux? »

Nombre de personnes qui ont proposé la solution...	DEMANDE (14)
subventionner les producteurs locaux	3
créer des jardins communautaires, de petits kiosques	2
acheter local pour encourager l'augmentation de production	1
créer une offre regroupée de produits locaux	1

5 Utilisation des résultats

À partir des résultats du portrait, des projets-pilotes (scénarios envisageables) ont été proposés au comité de priorisation de *Produire la santé ensemble*. Ce comité, formé de partenaires du secteur de l'agriculture, des pêches, de la santé et du développement rural, a comme mandat d'évaluer les scénarios envisageables issus de tous les portraits réalisés dans le cadre du laboratoire rural.

Les membres du comité de priorisation sont :

- Carmen ST-DENIS, agente de développement en produits de créneaux à la Fédération de l'Union des producteurs agricoles de la Gaspésie-Les Îles,
- Christine HAUTCOEUR, conseillère en développement rural au CLD du Rocher-Percé,
- Marie-Joëlle LEBLANC, chargée de projet chez Halieutec et
- Francine ROY, organisatrice communautaire au Centre de santé et de services sociaux du Rocher-Percé

Tous les projets-pilotes proposés ont été soumis à une grille d'analyse de développement des communautés (annexe 9). Cet outil a été construit à partir de deux grilles fort inspirantes, soit la « Grille d'analyse de projets » proposée par le *Réseau québécois de Villes et Villages en santé* pour des communautés durables et en santé¹⁹ et la « Grille d'analyse de développement durable pour l'évaluation de projets »²⁰ proposée par la Chaire de recherche en Éco-Conseil de l'Université du Québec à Chicoutimi. La pondération de chaque critère de la grille a été déterminée par consensus par les membres du comité.



¹⁹ Lévesque, J. et Labrie, S. 2004. Vers des communautés durables et en santé : grille d'analyse de projet. Réseau québécois de Villes et Villages en santé.

²⁰ Villeneuve, C. 2007. Guide d'utilisation de la grille de développement durable pour l'analyse de projets. Chaire de recherche en Éco-Conseil, Département des sciences fondamentales, Université du Québec à Chicoutimi.

Même si l'objectif au départ était de terminer l'exercice avec un certain nombre de projets « priorités », il a été convenu que la grille d'analyse servirait principalement pour mieux cerner chaque projet-pilote proposé et envisager toutes les pistes de bonifications possibles. Les tétraèdres obtenus servent également à mieux comprendre la portée de chaque projet-pilote.

Par contre, une liste de critères de sélection a été dressée afin de mieux cerner les objectifs attendus des projets-pilotes. Aucune pondération n'a été attribuée aux différents critères. Les projets-pilotes choisis devaient donc idéalement :

- ✓ couvrir l'ensemble du terrain d'étude ciblé (MRC, Chandler, Val-d'Espoir, épicerie...);
- ✓ couvrir l'ensemble des secteurs d'activité (divers types de production agricole/piscicole, capture/cueillette, transformation, commercialisation...);
- ✓ répondre à un besoin d'arrimage entre l'offre et la demande de produits locaux (ou régionaux²¹), ou du moins favoriser cet arrimage;
- ✓ s'harmoniser avec le plan d'action de *Produire la santé ensemble* (ressources humaines, chronologie...).

De plus, tous les projets-pilotes choisis devaient pouvoir être reproduits (transférabilité du laboratoire rural) et les promoteurs de ces projets-pilotes devaient accepter l'implication de *Produire la santé ensemble* sous forme d'accompagnement, par exemple pour l'évaluation.

Les trois projets-pilotes retenus pour 2009 sont (annexe 10) :

- 1) Production et commercialisation de légumes surgelés biologiques
- 2) Projet communautaire : Richesses de nos ancêtres
- 3) Achats regroupés d'animaux de boucherie

La liste détaillée des projets-pilotes proposés, mais non retenus incluant les commentaires du comité de priorisation est présentée à l'annexe 11. À la lumière des résultats du portrait et de la liste des projets-pilotes proposés, des suggestions ont également été émises par le comité de priorisation s'adressant au comité de communications de *Produire la santé ensemble* (annexe 12).

²¹ Il a été convenu que les partenariats entre *Produire la santé ensemble* et des projets à l'extérieur de la MRC, même s'ils sont en Gaspésie, devraient se faire uniquement si ces projets demeurent viables. Les retombées doivent être d'abord locales (dans la MRC) et *Produire la santé ensemble* s'impliquera à cette échelle seulement. Le mandat du laboratoire rural définit que sa priorité est d'agir dans la MRC du Rocher-Percé.

6. Diffusion et appropriation par le milieu

6.1 Présentation des résultats préliminaires pour le secteur de l'offre

Une première diffusion des résultats a été faite lors d'une séance de partage réunissant des formateurs et invités du *Réseau québécois de Villes et Villages en santé* et de *Solidarité rurale du Québec*, ainsi que des représentants de la plupart des organismes partenaires de *Produire la santé ensemble*, le 20 janvier 2009, à Grande-Rivière. Cette journée fut l'occasion de présenter les résultats préliminaires du portrait pour le secteur de l'offre et les critiques constructives reçues ont permis de mieux structurer l'analyse des résultats.

Deux exemples de scénarios envisageables furent également analysés par les participants selon les principes de développement des communautés. Les résultats préliminaires du portrait ont donc dans ce cas servi de base d'étude pour réfléchir ensemble notamment aux moyens de faire émerger le leadership citoyen et d'évaluer la démarche d'accompagnement.



6.2 Le premier rendez-vous « Produire et manger... ensemble! »

À l'origine, des entrevues de groupe avaient été prévues après l'analyse des entrevues individuelles, et ce, dans différents secteurs de la MRC afin d'offrir la chance à tous d'y participer. Ces rencontres auraient été l'occasion de diffuser les informations auprès des personnes et organisations sondées et de compléter la récolte de données. De plus, les scénarios envisageables pour les projets-pilotes auraient pu être validés et bonifiés par la communauté. Cette démarche aurait certainement été davantage en accord avec l'approche du « chemin de la connaissance » (annexe 4), où la création d'un espace de rencontre favorise non seulement la mobilisation de la communauté, mais également le développement d'une vision partagée entre tous les acteurs et la réalisation d'un plan d'action.

Dans le cas qui nous intéresse ici, plus de six mois se sont écoulés entre le début des premières entrevues, à l'automne 2008, et le moment où les résultats furent prêts à être diffusés, au printemps 2009 (tableau 3). Puisque le laboratoire rural a lieu dans un secteur d'activité où la plupart des acteurs sont fortement sollicités pendant la saison estivale, il est apparu évident que la diffusion des résultats devrait avoir lieu tôt au printemps 2009, sans quoi on risquait de devoir mettre le projet sur la glace pour six mois de plus. Les entrevues de groupe ont donc été remplacées par une soirée sous le thème du premier rendez-vous « Produire et manger... ensemble! », laquelle a permis de réaliser de manière condensée l'approche recherchée tout en offrant une occasion de rassemblement amical avant le début de la haute saison.

Cette soirée, tenue au Carrefour national de l'aquaculture et des pêches (CANAP) de Grande-Rivière à la fin avril 2009, était proposée comme étant une première initiative appelée à être renouvelée. Les objectifs de l'événement étaient :

- après avoir analysé les informations des entrevues individuelles du portrait pour les deux secteurs, présenter aux participants une synthèse des résultats (annexe 13a) ainsi qu'une affiche résumant la production et la consommation locale dans la MRC (annexe 13 b);
- permettre aux promoteurs des projets-pilotes accompagnés par *Produire la santé ensemble* en 2009 de faire connaître leurs projets et aux participants de s'y impliquer;
- offrir une occasion aux producteurs et acheteurs locaux de créer des liens entre eux;
- offrir une occasion aux acteurs du secteur bioalimentaire de la MRC de mieux connaître les partenaires du laboratoire rural et les services offerts par leurs organismes;
- faire connaître différentes opportunités de mise en marché ou d'approvisionnement local via une « table des opportunités » (annexe 13c);
- réaliser un premier repérage et une prise de contact avec des chefs/leaders de la communauté en vue d'éventuellement solliciter leur implication et
- rassembler les acteurs du secteur bioalimentaire local dans une ambiance informelle et festive.

Dès le début du mois, une soixantaine d'invitations (annexes 13d et 13e) ont été envoyées à tous les participants du portrait ainsi qu'aux autres acteurs recensés, que ce soit par la poste, par courriel ou remises en main propre. Une quinzaine d'invitations (annexe 13f) ont également été envoyées aux différents partenaires de *Produire la santé ensemble*. Le soir de l'événement, 28 représentants du secteur de l'offre, 5 représentants du secteur de la demande, 10 partenaires, de *Produire la santé ensemble* ainsi que 8 invités ou membres de l'équipe de travail du laboratoire rural étaient présents (figure 2). Chaque personne présente recevait à l'accueil un carton d'identification sur lequel était inscrit, en plus de son nom, soit « Je Produis! », « Je Cuisine! » ou « Je Produis la santé ensemble! ».

Figure 2 : « Photo de famille » des participants à la soirée « Produire et manger... ensemble! »



La collaboration de Marie-Claude Brière de l'agence M-C Brière-Agence-conseil en communication et en gestion fut un bon coup dans l'organisation de la soirée. En plus de nous accompagner pour la planification de l'événement, le rôle de Marie-Claude était d'agir à titre de maître de cérémonie, ce qui a permis aux membres de l'équipe de travail de *Produire la santé ensemble* d'être plus disponibles pour accueillir les participants et présenter les résultats du portrait. La présence d'une personne externe au milieu a aussi facilité la communication entre les participants.

Ce premier rendez-vous fut un grand succès! Plusieurs contacts se sont créés entre les participants et l'ambiance détendue fut propice à la camaraderie et même aux confidences. La présentation des projets-pilotes a suscité de nombreuses questions auxquelles les promoteurs ont répondu avec enthousiasme.



Malheureusement, l'évaluation à la fin de la soirée fut oubliée, de telle sorte que les retombées réelles de l'événement sont difficiles à estimer. Toutefois, un court questionnaire d'évaluation (annexe 13g) fut envoyé aux 19 personnes qui avaient inscrit leur adresse courriel sur la feuille de présence de la soirée ainsi qu'à tous les partenaires présents. Six questionnaires ont été retournés, dont 3 par des partenaires, 1 par un invité, 1 par un participant du secteur de l'offre et 1 par un participant du secteur de la demande.

En résumé, un des éléments les plus retenus par les répondants à l'évaluation est la volonté de mobilisation présente dans la communauté, malgré le fait qu'il reste encore beaucoup à faire. Plusieurs personnes ont mentionné avoir grandement apprécié l'ambiance détendue de la soirée et la possibilité de réseautage, de questionnement et de partage. Certains répondants mentionnent par contre qu'ils auraient aimé avoir plus de temps pour échanger avec les personnes présentes et en connaître davantage sur les projets-pilotes. Enfin, le projet-pilote de légumes surgelés a suscité un intérêt marqué chez les répondants, dont un qui le qualifie de « leur d'espoir ».

De plus, quatre répondants seraient intéressés à participer à un autre rendez-vous et, pour un autre, sa participation dépendrait du contenu et du besoin. Les personnes intéressées par un prochain rendez-vous souhaitent aller plus loin, que ce soit en créant des groupes de discussion sur les enjeux de « Produire et manger... ensemble! » ou en suscitant des occasions d'implication dans les projets-pilotes du laboratoire rural. D'autres suggèrent également de créer encore d'autres opportunités de maillage entre producteurs et acheteurs ou de travailler sur différents aspects pouvant faciliter la mise en marché des produits locaux.

Au début juin, une lettre de suivi (annexe 13 h) fut envoyée à toutes les personnes qui avaient été invitées au rendez-vous « Produire et manger... ensemble! ».

Discussion

Les aliments locaux sont fréquemment associés à la catégorie des produits de spécialité, comme le témoignent les réponses des participants du portrait qui s'attendent à devoir payer plus cher pour se les procurer que pour les autres aliments (tableaux 57 et 58). Certaines entreprises locales ont développé d'excellents produits pour viser ce marché, une initiative qui a porté fruit. Cependant, un des principaux défis des acteurs du milieu dans le cadre de ce laboratoire rural pourrait non seulement être d'augmenter l'offre de produits locaux, mais également d'expérimenter des solutions pour que les aliments d'ici soient disponibles à un prix acceptable pour tous, producteurs et consommateurs. Il serait regrettable que tous les produits locaux demeurent des produits de niche, réservés aux menus des occasions spéciales. En effet, on ne peut qu'imaginer à quel point la production et la consommation locale des aliments de base qui composent le menu des habitants de la MRC du Rocher-Percé seraient un levier de développement pour le territoire, dans la mesure où les réglementations en vigueur le permettraient. Cette constatation quant à l'importance économique potentielle du secteur bioalimentaire est d'autant plus justifiée dans cette région marquée par les difficultés économiques vécues dans ses principaux secteurs d'activité (les produits de la mer et de la forêt), et où l'on retrouve un faible taux d'emploi et une forte dévitalisation.

Pour réaliser de tels projets de mise en marché et d'approvisionnement local, le partage des ressources et de l'information pourrait être à développer, notamment pour les acteurs du secteur de l'offre (tableaux 28 et 51). Même si cette MRC est reconnue pour son fort capital social, on constate en effet un certain isolement des producteurs et transformateurs, que ce soit à cause des nombreuses déceptions vécues par rapport à des projets de développement infructueux (état de situation dressé par les personnes clefs), des nombreuses expériences négatives de mise en marché locale vécues par le passé (tableau 40), ou encore des distances de plus en plus grandes à parcourir entre chaque exploitation. Néanmoins, le réseautage entre producteurs, comme entre producteurs et consommateurs, pourrait devenir crucial dans la réussite de ces projets. En effet, l'entraide, identifiée comme une caractéristique d'une communauté en santé (tableau 5), pourrait permettre aux habitants du territoire de développer celui-ci à leur image, et surtout de le faire sans dépendre de l'aide extérieure.

Par ailleurs, pour les participants du secteur de la demande, la piste de solution la plus fréquemment nommée pour augmenter l'offre de produits locaux est de subventionner directement les producteurs (tableau 61), une solution qui permettrait sans doute d'offrir des produits locaux à un prix plus accessible. Cependant, si une telle aide s'avérait nécessaire, serait-ce normal, ou même souhaitable, qu'une population ne parvienne pas à rémunérer ses propres producteurs d'aliments? Quel serait d'autre part le rôle des activités bioalimentaires qui « produisent la santé » sur un territoire et conséquemment quelle aide devrait leur être accordée? Dans un contexte mondial où les pressions sont fortes pour éliminer les entraves au libre commerce entre les états, ces questions demeurent plus que jamais d'actualité.



Conclusion

Le portrait de l'offre et de la demande alimentaires locales a d'abord permis un processus d'évaluation à l'échelle d'un territoire : on connaît mieux les types d'aliments disponibles présentement dans la MRC du Rocher-Percé ainsi que les conditions à rassembler pour augmenter et diversifier cette offre. L'approche en milieu urbain, à Chandler, permet aussi de mieux saisir le fonctionnement des services alimentaires des établissements rencontrés tout comme leur capacité à intégrer de nouveaux aliments à leurs menus.

Les résultats de ce portrait ont servi dans ce cas-ci à faire émerger trois projets-pilotes qui seront réalisés avec la communauté dans le cadre du laboratoire rural. Les autres projets-pilotes proposés, ainsi que les nombreuses pistes d'actions mentionnées par les participants, peuvent également servir de référence en vue d'améliorer l'autonomie alimentaire à l'échelle du territoire.

Dans d'autres localités, un portrait réalisé à partir d'outils similaires pourrait par ailleurs servir de point de départ à la mobilisation de ces communautés autour de la question de l'alimentation de proximité. Ainsi, si l'on en croit les perceptions des participants de la MRC du Rocher-Percé, ils auraient alors eux aussi un impact non négligeable sur la santé des individus et, pourquoi pas, sur la santé de leurs collectivités.



Annexes (fournies sur demande)

Annexe 1 : La mesure des laboratoires ruraux

Annexe 2 : Les partenaires du laboratoire rural *Produire la santé ensemble*

Annexe 3 : Le mal du siècle : maladies chroniques

Annexe 4 : Le « chemin de la connaissance »

Annexe 5 : Résumé des informations concernant les dépenses alimentaires des ménages par catégories d'aliments pour la MRC du Rocher-Percé

Annexe 6a : Guide d'entrevue pour le secteur de l'offre (français)

Annexe 6 b : Guide d'entrevue pour le secteur de l'offre (anglais)

Annexe 7 : Guide d'entrevue pour le secteur de la demande

Annexe 8 : Trousse d'entrevue utilisée pour les entrevues individuelles

Annexe 9 : Grille d'analyse de développement des communautés

Annexe 10 : Projets-pilotes accompagnés en 2009 par *Produire la santé ensemble*

Annexe 11 : Projets-pilotes proposés au comité de priorisation

Incluant les commentaires

Annexe 12 : Suggestions du comité de priorisation au comité de communications de *Produire la santé ensemble*

Annexe 13 : Documents du rendez-vous « Produire et manger... ensemble! »