Favoriser le développement de compétences pour la création de circuits courts

Demande

16

DEMANDE

Les membres de la relève demandent que soit **ajouté dans la formation technique en agriculture l'apprentissage des différentes plateformes et moyens de mettre en place un circuit court de commercialisation** au consommateur pour les futurs producteurs.

Cette demande a été formulée en 2021 lors de rencontres avec le gouvernement du Québec.

COÛT ESTIMÉ

Sans incidence financière

PALIER RESPONSABLE

Provincial

ENJEUX

La gestion de la mise en marché est actuellement absente de la formation de base en gestion d'une entreprise agricole. C'est une lacune importante où le ou la futur(e) entrepreneur(e) agricole doit se former en parallèle à sa formation actuelle. Les producteurs accordent une grande importance aux pratiques de mise en marché de proximité étant donné l'incohérence géographique de faire voyager des produits à des centaines de kilomètres pour se rendre dans les entrepôts, abattoirs, etc., pour ensuite revenir sur le territoire d'origine. Par exemple, les animaux élevés selon de hauts standards de bien-être animal doivent parfois voyager de longues distances afin d'atteindre des abattoirs certifiés pour ensuite revenir sur leur territoire d'origine.

De plus, la demande des consommateurs pour les produits issus de la vente directe est de plus en plus importante.

Les coûts environnementaux du transport des aliments et la pandémie de COVID-19 ont été des exemples d'éléments parmi d'autres qui ont mis en lumière l'importance de la mise en marché de proximité pour plusieurs entreprises agroalimentaires.

Ici, il y a de la relève agricole pour votre avenir.

Favoriser le développement de compétences pour la création de circuits courts

Demande

16

ENJEUX [SUITE]

Mise en marché de proximité

La mise en place de commercialisation par ces pratiques entraîne toutefois des risques financiers importants et demande également des connaissances spécifiques. Les circuits courts représentent de nombreux avantages et des opportunités d'affaires qui peuvent bénéficier autant aux entreprises, aux consommateurs et aux territoires où ces pratiques sont implantées :

- L'accès à des produits frais, diversifiés et de qualité fournissant une alimentation saine;
- Une meilleure connaissance de la provenance des aliments et des modes de production;
- La mise en valeur du secteur bioalimentaire, des métiers d'agriculteur et de transformateur ainsi que des produits;
- Une contribution à l'occupation dynamique du territoire et à l'économie locale et régionale;
- Un potentiel de diversification de source des revenus pour une entreprise;
- Nouer des relations directes avec les consommateurs et profiter d'une rétroaction sur leurs produits;
- Établir la notoriété des produits et de l'entreprise.

Les entreprises de la relève sont souvent soucieuses de la demande du marché et des consommateurs. Elles tentent d'y répondre en adoptant des pratiques respectueuses de l'environnement et du bien-être animal : application des normes orientées vers la diminution de l'usage des pesticides, acquisition des certifications, étiquetage sur la provenance de leurs produits, etc. Ces pratiques doivent être mises en valeur. Cette commercialisation en circuit court nécessite des compétences précises qui doivent être offertes dans le cadre de formations. La demande de la relève d'intégrer davantage de formations sur la mise en marché de proximité apparaît évidente pour contribuer à encourager ces initiatives répondant aux besoins des consommateurs et aussi de certaines orientations gouvernementales.

Ici, il y a de la relève agricole

Favoriser le développement de compétences pour la création de circuits courts

Demande

16

ENJEUX [SUITE]

Identification par étiquetage

De plus, l'étiquetage et l'affichage de la provenance des produits devraient contribuer à la mise en valeur de ces pratiques. La découpe pour la vente au détail ainsi que l'emballage ont souvent lieu directement en épicerie. Cependant, l'étiquetage final du produit ainsi découpé et emballé au point de vente n'a pas l'obligation d'indiquer sa provenance, ce qui peut avoir un impact sur le niveau de confiance du consommateur et, ultimement, sur son choix. Il en va de même pour le rayon des fruits et légumes frais où l'affichage en magasin peut proposer plus d'un pays de provenance pour un même produit.

Il y a définitivement place à l'amélioration afin de continuer à réduire l'empreinte écologique de nos produits locaux, d'optimiser les coûts et la logistique de la chaîne et, surtout, de faciliter la compréhension du consommateur sur la provenance des produits.

RÉSUMÉ DE LA DEMANDE

La FRAQ demande donc que soit ajouté, dans les formations en agriculture, l'apprentissage des différentes plateformes et moyens de mettre en place un service de vente directe au consommateur pour les futurs producteurs. Ce volet devrait faire partie du cursus de formation de l'ensemble des productions, qu'il soit optionnel ou obligatoire.

Aussi, de plus en plus de membres de la relève agricole choisissent de commercialiser leurs produits en circuit court, puisque cela leur permet d'être plus autonomes dans la vente de leurs produits, d'avoir un revenu juste en captant une part des revenus normalement accaparée par l'intermédiaire et de créer un lien direct avec le consommateur.

Finalement, en favorisant l'accès au financement des jeunes producteurs pour mettre en place un système de vente directe par un nouveau programme ou subvention, le gouvernement permettrait aux relèves de l'ensemble du Québec d'atteindre adéquatement les objectifs de consommation locale.