

## Portrait québécois du secteur HRI et opportunités de développement pour les produits horticoles frais

### Rapport final



Mars 2011

## Table des matières

	Page
<b>1- INTRODUCTION</b>	<b>4</b>
<b>2- LA MÉTHODOLOGIE</b>	<b>10</b>
<b>3. LE PORTRAIT DES FRUITS ET DES LÉGUMES DANS LES MARCHÉS HRI AU QUÉBEC</b>	<b>11</b>
<b>4. LES ACHATS DES FRUITS ET DES LÉGUMES FRAIS À L'ÉTUDE</b>	<b>15</b>
<b>5. ÉVALUATION DU PRODUIT DU QUÉBEC VERSUS CELUI D'AUTRES PROVENANCES</b>	<b>18</b>
<b>6- LES CRITÈRES DE SÉLECTION DE FOURNISSEURS</b>	<b>22</b>
<b>7- LES FRUITS ET LES LÉGUMES FRAIS OFFRANT UN POTENTIEL DE CROISSANCE</b>	<b>28</b>
<b>8- LES INITIATIVES SUSCEPTIBLES DE FAVORISER L'OFFRE DU QUÉBEC DANS LES HRI</b>	<b>30</b>
<b>9- CONCLUSIONS</b>	<b>35</b>
<b>10- RECOMMANDATIONS</b>	<b>37</b>
Annexe 1 - Détails des proportions d'achat des fruits et des légumes frais, par catégorie d'entreprises	
Annexe 2 - Détails de l'évaluation de la performance des fruits et des légumes frais du Québec	

Cette étude a été réalisée pour les Tables filières des productions maraîchères, de la serriculture maraîchère et de la pomme, grâce à une aide financière du Programme d'appui aux initiatives des tables filières québécoises, un programme issu de l'accord du cadre Cultivons l'avenir conclu entre le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ).

## 1- INTRODUCTION

La présente étude est réalisée dans un contexte où les fournisseurs de fruits et de légumes frais cultivés au Québec s'intéressent de plus en plus aux marchés de l'hôtellerie, de la restauration et de l'institutionnel (HRI) du Québec, qui regroupent 30 011 établissements et génèrent une activité économique de 12,4 milliards de dollars<sup>1</sup>.

Le schéma suivant permet de distinguer les différents segments de marché du HRI<sup>2</sup>, et plus spécifiquement ceux visés par la présente étude :

Schéma 1- La segmentation des marchés HRI

Restauration commerciale (activité principale)				Restauration non commerciale (activité secondaire)			
Restauration				Hôtellerie	Institutionnel		
Restaurants avec service complet	Restaurants avec service restreint	Traiteurs	Débits de boissons*	Restaurants hôteliers (avec service de restauration)	Restauration collective	Restauration dans les commerces de détail	Autres services alimentaires
Restaurants à nappes blanches		Traiteurs	Bars, tavernes, pubs, boîtes de nuit	Hôtels, auberges, motels, centres de villégiature	Hôpitaux, écoles, bases militaires, centres de détention, services alimentaires d'entreprises	Dépanneurs, grands magasins, bistros de supermarchés, postes à essence	Distributrices automatiques, cinémas, stades, lieux de divertissement, exploitations saisonnières
Restaurants familiaux indépendants							
Chaînes de restaurants							

\* avec service

 Segments visés par l'étude

On souhaite une meilleure compréhension des besoins et contraintes des grossistes/intermédiaires, des restaurants à nappes blanches, des restaurants hôteliers, des traiteurs, des restaurants familiaux indépendants, des chaînes de restaurants, des concessionnaires et des institutions (surtout les établissements de la santé et de l'éducation). On cherche également à identifier les opportunités de développement et les stratégies porteuses pour accroître les parts de marché du produit frais québécois auprès de ces différents groupes.

Les fruits et les légumes frais suivants sont visés aux fins de la présente étude : tomates, laitues, carottes, concombres, oignons, poivrons, brocoli, choux, bleuets, canneberges, framboises, fraises, pommes.

Plusieurs tendances affectent de façon importante les choix des marchés des HRI vis-à-vis de leurs achats de fruits et de légumes. Pour la plupart, il s'agit de tendances

<sup>1</sup> Bottin statistique de l'alimentation, MAPAQ, avril 2008.

<sup>2</sup> Guide d'accès au marché de la restauration et de l'hôtellerie, Transformation alimentaire Québec, 2008.

déjà présentes depuis quelques années et dont l'impact devrait dans bien des cas s'accroître dans un avenir prochain.

En guise d'introduction, les grandes tendances dans le HRI québécois sont présentées en survol : la conjoncture de la main-d'œuvre, le vieillissement de la population, l'influence des ethnies, l'importance croissante des chaînes de restaurants, les pressions exercées par le Gouvernement du Québec en faveur de saines habitudes alimentaires, la sensibilité vis-à-vis des produits locaux et la concurrence accrue dans le secteur des fruits et des légumes frais.

### ***La conjoncture de la main-d'œuvre***

Le problème fondamental vis-à-vis de la main-d'œuvre en restauration en est un de rétention. Le roulement est important et plusieurs quittent le secteur, à la faveur d'emplois souvent plus rémunérateurs. De plus en plus au Québec, l'industrie puise dans le bassin de main d'œuvre issue des nouveaux arrivants pour combler ses besoins.

La main-d'œuvre occupe la deuxième place en terme d'impact sur la rentabilité, toute de suite après le coût des aliments. Les HRI se tournent de plus en plus vers les produits valorisés et/ou transformés pour réduire ainsi l'impact de la main-d'œuvre dans leurs entreprises. Dans les cas des restaurants à nappes blanches, des restaurants hôteliers, des traiteurs et dans une moindre mesure, des restaurants familiaux indépendants, on optera pour l'achat de fruits et de légumes frais prélavés et ensachés, parfois portionnés. On se réserve la coupe des aliments pour des questions de fraîcheur, de maîtrise et de créativité du produit. Dans le cas des chaînes de restaurants et davantage dans le secteur institutionnel, on se montre plus réceptifs aux fruits et aux légumes prélavés et précoupés. Ainsi, la préparation des menus devient davantage une question d'assemblage d'ingrédients déjà préparés.

Selon l'Association des fournisseurs d'hôtels et restaurants, cette tendance affectera tous les types d'établissements de 100 à 150 places<sup>3</sup>. Ce mode de fonctionnement réduit à la fois les frais de main-d'œuvre et les coûts indirects associés aux accidents de travail causés par une mauvaise manipulation des couteaux.

### ***Le vieillissement de la population***

Les données de l'Institut de la statistique du Québec montrent qu'au cours de la dernière décennie, la part des personnes de 65 ans et plus est passée de 13 % à 15 % de la population totale du Québec. À l'horizon de 2020, cette proportion grimpera à 20 %, sous l'impulsion de cohortes de baby-boomers<sup>4</sup>.

Au cours de la période 2001 à 2009, la consommation moyenne par personne des fruits et des légumes à l'étude (excluant les framboises<sup>5</sup>) au Canada a progressé de

---

<sup>3</sup> Association des fournisseurs d'hôtels et restaurants, novembre 2010.

<sup>4</sup> Institut de la statistique du Québec, Portrait social du Québec – Données et analyses, 2010.

<sup>5</sup> Information non compilée par Statistique Canada

5 %. Une autre statistique apporte cependant un éclairage supplémentaire : entre 2000 et 2009, la consommation des fruits à l'étude (excluant les framboises) a augmenté de 26,4 % ; celle des légumes a diminué de 1,7 %<sup>6</sup>.

Avec le vieillissement de la population, on doit s'attendre à ce que le nombre de repas pris au restaurant diminue, à la faveur des cafétérias de centres pour personnes âgées autonomes. Les portions des repas consommés diminueront aussi. Le vieillissement de la population pourrait freiner la croissance de la consommation de fruits et de légumes observée au cours des dernières années.

### ***L'influence des ethnies***

Dans un contexte de vieillissement de la population et d'un taux de natalité insuffisant pour permettre la régénération naturelle, depuis plusieurs décennies, le Québec a eu recours à l'immigration pour assurer ses besoins en main-d'oeuvre active.

Depuis 1995, le nombre d'immigrants admis au Québec tend à augmenter, passant de 27 200 à 49 500 par an. L'immigration des 10 dernières années représente un apport démographique de 305 300 personnes<sup>7</sup>. Ceci contribue à diversifier la demande de fruits et de légumes, surtout à Montréal, où près de 80 % des immigrants s'établissent. L'augmentation de la population issue de l'immigration a beaucoup contribué à introduire de nouvelles variétés de fruits et de légumes auprès de la population québécoise en général.

Au cours des prochaines années, on peut s'attendre à ce que la restauration ethnique prenne de l'expansion, au rythme de la croissance des communautés culturelles. Les experts interrogés s'entendent pour dire que cette situation devrait favoriser l'utilisation des tomates, des choux, des poivrons et des oignons, des ingrédients essentiels à plusieurs cuisines exotiques. Par contre, on prévoit que les pommes, les fraises et les framboises pourraient être défavorisées.

### ***L'importance croissante des chaînes de restaurants***

Les données les plus récentes du MAPAQ montrent qu'au cours de la période de 2003 à 2007, le nombre total d'établissements de restauration de service complet et de service limité est passé de 14 830 à 16 041 points de services, une augmentation de 8,2 %<sup>8</sup>. Le nombre d'établissements de service complet et de service limité affiliés à une chaîne est demeuré stable. Au cours de cette période, pour l'ensemble des HRI, la part des établissements de services alimentaires opérés par une chaîne est de

---

<sup>6</sup> Statistique Canada, Statistique sur les aliments – 2009, No 21-020-X, 2010. (Données non compilées à l'échelle des provinces).

<sup>7</sup> Ministère de l'Immigration et des Communautés Culturelles du Québec, Présence en 2009 des immigrants admis au Québec de 1998 à 2007, 2009.

<sup>8</sup> Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries, et de l'Alimentation du Québec, Bottin statistique de l'alimentation – Édition 2008, 2009.

l'ordre de 20 %<sup>9</sup>, une proportion toujours valable aujourd'hui selon l'Association des restaurateurs du Québec<sup>10</sup>.

L'offre d'un menu standardisé des chaînes de restaurants répond bien à notre mode de vie où le temps est compté et où on ne cherche pas à se préparer soi-même un repas.

Entre 2003 et 2009, les recettes annuelles des restaurants à service complet et de service limité au Québec sont passées respectivement de 4 à 4,8 milliards de dollars (+20 %) et de 2,3 à 3,2 milliards de dollars (+39,1 %)<sup>11</sup>. L'augmentation plus rapide des recettes des restaurants à service limité tend à démontrer que les recettes moyennes générées par restaurant progresse et se traduit par des gains pour les chaînes. Selon les experts interrogés, on peut s'attendre à ce qu'ils continuent de gruger des parts de marché, surtout aux restaurants indépendants bas de gamme, plus vulnérables, car plus sensibles aux augmentations de coûts de production (ex. : hausse du salaire minimum, nouvelles réglementations gouvernementales).

Pour les fournisseurs de fruits et de légumes frais, transiger avec une chaîne de restaurants est bien différent de vendre à des indépendants :

- **On doit composer avec un centre décisionnel qui se trouve souvent hors Québec** : la venue d'un nombre grandissant de chaînes d'ailleurs au Canada et des États-Unis fait en sorte que les décisions d'achats sont prises hors Québec. Il est plus difficile de faire valoir les fruits et de légumes frais du Québec auprès d'acheteurs de l'extérieur;
- **On doit livrer des plus grandes quantités** : l'approvisionnement passe obligatoirement par des distributeurs et ces derniers doivent disposer de volumes conséquents avec un grand nombre d'établissements disséminés sur un vaste territoire ;
- **On cherche une stabilité de l'approvisionnement et une qualité constante** : on doit répondre aux besoins de standardisation par une offre uniforme et de qualité prévisible ;
- **On ne veut pas mettre en évidence la provenance des produits bioalimentaires utilisés** : on veut bien favoriser le produit du Québec, mais sans l'annoncer par crainte de créer des attentes qui ne pourront être remplies, par un approvisionnement irrégulier ou par une offre plus avantageuse de l'extérieur du Québec, lorsque le climat ou les conditions du marché l'exige.

---

<sup>9</sup> Idem.

<sup>10</sup> Information confirmée dans le cadre d'une entrevue téléphonique menée durant l'étude.

<sup>11</sup> Statistique Canada, Tableau 355-0006 – Enquête mensuelle sur les services de restauration et débits de boissons, selon le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN), mensuel, CANSIM (base de données), 2003-2009.

### **Les pressions exercées par le gouvernement en faveur de saines habitudes alimentaires**

Le Gouvernement du Québec fournit des consignes aux écoles et aux établissements du secteur de la santé sous la forme d'une politique qui vient encadrer les choix alimentaires des cafétérias.

La Politique-cadre du ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport (MELS)<sup>12</sup> de 2007 s'applique aux commissions scolaires et aux établissements d'enseignement, qui doivent proposer des repas composés d'aliments des quatre groupes du Guide alimentaire canadien (légumes et fruits, produits céréaliers, lait et substituts, viandes et substituts). Au moins un légume d'accompagnement doit être offert avec le plat principal. Les fruits doivent faire partie de l'offre de desserts et de collations. De façon générale, on doit favoriser l'emploi d'une variété de fruits et de légumes. Quant au mode de préparation, les aliments frits et panés ne sont plus permis.

La Politique-cadre du ministère de la Santé et des Services sociaux du Québec (MSSS)<sup>13</sup> s'applique à tous les établissements dispensateurs de soins du réseau<sup>14</sup>. Les établissements doivent proposer des repas composés d'aliments des quatre groupes du Guide alimentaire canadien et mettre l'accent sur une offre variée de fruits et de légumes. Ceux de couleur orange ou vert foncé doivent être privilégiés comme accompagnement des mets principaux. Un minimum de deux choix de légumes doit être proposé au dîner et au souper. De même, on doit compter au moins deux choix de fruits par repas pour les desserts et les collations. On doit accorder une attention particulière au goût des aliments.

Les fruits et les légumes doivent être intégrés dans les mets de base (entrées, plats principaux et desserts). Quant au mode de préparation, les établissements doivent éliminer la friture et l'usage d'aliments préalablement frits.

### **La sensibilité vis-à-vis des produits locaux**

Les traiteurs, les restaurants à nappes blanches, les restaurants hôteliers et dans une moindre mesure les restaurants familiaux indépendants proposent du raffinement et de la créativité, en mettant l'emphase sur le goût, la fraîcheur et les produits locaux. Les menus évoluent au gré des arrivages de fruits et de légumes frais disponibles.

L'émergence d'une classe de chefs qui mise plus que jamais sur le goût et la fraîcheur pour se différencier sur le marché a entraîné les effets suivants pour les fournisseurs de fruits et les légumes frais :

---

<sup>12</sup> Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport du Québec, Pour un virage santé à l'école, 2007.

<sup>13</sup> Incluant les centres de santé et de services sociaux (CSSS), les centres locaux de services communautaires (CLSC), les centres d'hébergement et de soins de longue durée (CHSLD), les centres hospitaliers (CH), les centres hospitaliers universitaires (CHU), les centres jeunesse et les centres de réadaptation.

<sup>14</sup> Ministère de la Santé et de Services sociaux du Québec, Miser sur une saine alimentation : une question de qualité, 2009.

- **On doit livrer des plus petites quantités** : ces entreprises demandent à être approvisionnées au moins à tous les jours, mais les volumes peuvent être modestes selon les produits ;
- **On cherche à s'adapter à la saisonnalité des récoltes** : en général, les menus vont privilégier les produits frais du Québec en saison, et en dehors de cette période, on favorisera le produit importé ;
- **On cherche des produits locaux** : on veut diversifier la palette des goûts et des couleurs dans l'assiette, en misant dans la mesure du possible sur les fruits et les légumes locaux ;
- **On cherche des produits exotiques** : on cherche également des fruits et des légumes exotiques qui procurent une expérience de découverte sensorielle au consommateur, en particulier pour les produits frais ;
- **On privilégie les achats directs du producteur** : plusieurs se montrent intéressés à s'approvisionner directement lorsque les volumes requis sont disponibles des maraîchers de leur localité. On verra même des producteurs fournir des fruits et des légumes en exclusivité pour un restaurateur ;
- **On identifie la provenance des produits bioalimentaires locaux utilisés** : on va même parfois jusqu'à mettre en évidence le nom du producteur sur le menu.

Le consommateur québécois se montre sensible à l'achat de produits locaux, mais n'est pas encore rendu à exiger des fruits et des légumes du Québec auprès des restaurants fréquentés. Pour le moment, rien n'indique que le consommateur est susceptible d'évoluer en ce sens.

De même, la politique alimentaire du MSSS demande aux établissements du réseau de la santé au Québec, de favoriser lorsque possible l'achat local d'aliments et d'offrir des menus saisonniers mettant en valeur les aliments régionaux.

Les entrevues ont montré que la notion même de ce que constitue un produit local ne fait toutefois pas consensus dans les HRI. En effet, certains acheteurs institutionnels interrogés privilégient l'achat local, sur la base qu'ils achètent d'un fournisseur ayant pignon sur rue au Québec, sans connaître l'origine réelle des produits. D'autres par contre, s'assureront qu'ils ont été cultivés à l'intérieur d'une distance maximale donnée.

### **La concurrence accrue dans le secteur des fruits et des légumes frais**

En complément aux différentes tendances énumérées précédemment, l'industrie des fruits et des légumes frais du Québec doit affronter une concurrence toujours plus vive, de pays où les structures de coûts sont plus avantageuses.

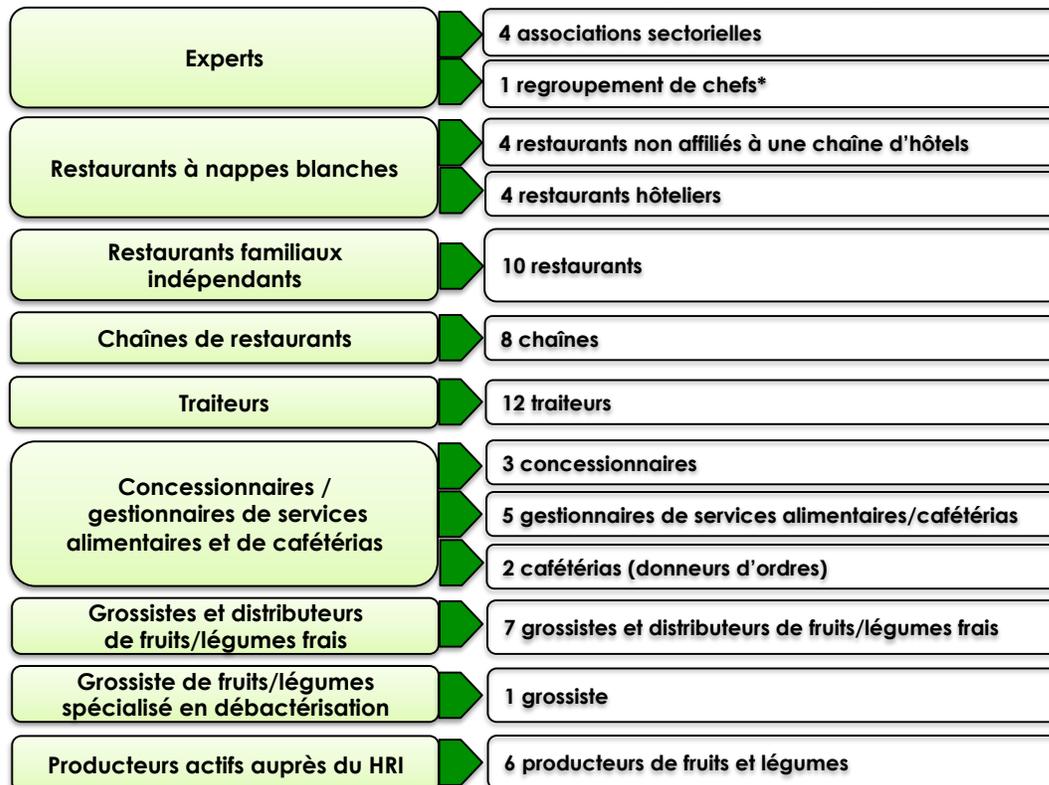
## 2- LA MÉTHODOLOGIE

La réalisation de la présente étude a exigé une importante démarche de consultation auprès d'experts de l'industrie, d'intermédiaires et d'utilisateurs de fruits et de légumes frais. Au total, 61 entrevues téléphoniques et 9 entrevues en face-à-face ont été complétées<sup>15</sup>.

Une première série de cinq entrevues a été complétée auprès d'experts, soit des associations professionnelles du secteur HRI au Québec et un regroupement de trois chefs référés par la Société des chefs pâtissiers et cuisiniers du Québec. Ces entrevues visaient à dresser une vue d'ensemble de la situation afin de préparer les entrevues avec les autres groupes ciblés par l'étude.

Le schéma suivant précise la répartition des entrevues complétées :

*Schéma 2- Répartition des organisations interrogées, par catégorie<sup>16</sup>*



\* Entrevue de groupe réalisée en face-à-face avec deux chefs de restaurants et un chef enseignant

Un comité de travail a été constitué de représentants du MAPAQ et de membres des Tables filières des productions maraîchères, de la serriculture maraîchère et de la pomme, en vue de rencontres avec les professionnels de MARCON, au démarrage de l'étude, au dépôt du rapport préliminaire et au dépôt du rapport final.

<sup>15</sup> De ce nombre, trois distributeurs ont fait l'objet d'une deuxième entrevue.

<sup>16</sup> Parmi les 8 chaînes de restaurants interrogées, 7 sont québécoises et une américaine.

### 3. LE PORTRAIT DES FRUITS ET DES LÉGUMES DANS LES MARCHÉS HRI AU QUÉBEC

La présente section de l'étude propose un survol de l'offre actuelle, de l'évolution depuis les 3 à 5 dernières années et des perspectives à venir.

#### Les achats de fruits et de légumes frais dans les secteurs du HRI

Le tableau ci-dessous offre une vue d'ensemble des pratiques d'achats de fruits et de légumes, pour les intermédiaires et les différents groupes d'utilisateurs interrogés.

On constate que la grande majorité des restaurants à nappes blanches et des restaurants hôteliers utilisent tous les fruits et les légumes à l'étude. Les traiteurs suivent en importance, mais tous n'utilisent pas le brocoli, le chou, ni la canneberge; cette dernière est achetée congelée ou séchée. L'achat du brocoli, du chou, des petits fruits et des pommes n'est pas généralisé parmi les restaurants familiaux indépendants à l'étude. De même, plusieurs des acheteurs du secteur institutionnel interrogés n'achètent pas leurs petits fruits frais, exception faite des fraises. C'est parmi les chaînes de restaurants interrogées où on a le moins recours aux produits frais, et cela se limite surtout aux laitues, aux légumes racines et aux tomates.

Tableau 1- Les fruits et les légumes achetés frais dans les secteurs du HRI au Québec

FRUITS ET LÉGUMES FRAIS À L'ÉTUDE	Grossistes / distributeurs (Nombre=7)	Groupes d'acheteurs/utilisateurs					
		Restaurants à nappes blanches (Nombre=4)	Restaurants hôteliers (Nombre=4)	Traiteurs (Nombre=12)	Restaurants familiaux indépendants (Nombre=10)	Chaînes de restaurants (Nombre=7)	Institutions (Nombre=10)
<b>Légumes feuillus</b>							
Laitues							
<b>Légumes racines</b>							
Carottes							
Oignons							
<b>Légumes crucifères</b>							
Brocoli							
Choux							
<b>Légumes-fruits</b>							
Concombres							
Poivrons							
Tomates							
<b>Petits fruits</b>							
Bleuets							
Canneberges							
Framboises							
Fraises							
<b>Autres fruits</b>							
Pommes							

- La totalité ou presque des entreprises interrogées en achète
- La majorité des entreprises interrogées en achète
- La majorité des entreprises interrogées n'en achètent pas
- Aucune des entreprises interrogées en achète

Parmi les fruits et les légumes à l'étude, les laitues, les tomates, les carottes, les oignons, les poivrons et les concombres sont les plus achetés.

Les légumes crucifères (le brocoli et le chou), les petits fruits (bleuets, canneberges, framboises, fraises) et les pommes sont par contre moins achetés. Les petits fruits (bleuets, framboises, fraises, canneberge) sont ceux qu'on achète le moins dans le produit frais. D'ailleurs, concernant la canneberge, quelques distributeurs ont confirmé avoir accès au produit frais mais leurs clients demandent le produit séché ou congelé. Quant aux pommes, leur usage n'est pas systématique dans tous les segments du HRI.

### La place accordée aux fruits et aux légumes sur les menus

Le tableau 2 suivant permet de comparer la place accordée aux fruits et aux légumes sur les menus selon les catégories d'utilisateurs interrogés.

Tableau 2- La place des fruits et des légumes selon les repas, par catégorie d'utilisateurs

Repas et menus	Groupes d'utilisateurs de fruits et légumes					
	Restaurants à nappes blanches	Restaurants hôteliers	Traiteurs	Restaurants familiaux indépendants	Chaînes de restaurants	Institutions
	(Nombre=4)	(Nombre=4)	(Nombre=12)	(Nombre=10)	(Nombre=7)	(Nombre=10)
<b>Déjeuner</b>						
Commentaire général	Grande variété de fruits et de plateaux de fruits disponibles	2 fruits et légumes, en moyenne	2 à 6 fruits	3 à 6 fruits et légumes (surtout des fruits)	Parfois 1 ou 2, voir un peu plus dans le cas des assiettes de fruits	1 à 5 fruits et légumes, surtout des fruits frais, entiers ou coupés
<b>Dîner</b>						
L'entrée ou l'accompagnement	Choix de salades et d'entrées souvent à base de légumes	Choix de salades et de crudités disponibles	1 à 4 légumes, servis en salade, en trempette ou à titre de crudité	2 à 4 légumes, selon les salades et entrées proposées	Généralement 1 légume, souvent de la salade	Grande variété de salades (bars à salade) et de soupes
Le plat principal	5 à 6 légumes proposés	Minimum de 2 légumes proposés	1 à 10 légumes proposés (3 en moyenne)	2 à 5 légumes, sauf les plats à base de pâtes	1 à 2 légumes, incluant la pomme de terre	1 à 3 légumes proposés
Le dessert	Choix de fruits, frais et en sorbets	Choix de fruits frais ou préparés	1 fruit, pas avec tous les choix de desserts	Se résume surtout à la salade de fruits offerte au menu	Se résume à la salade de fruits, mais pas toujours au menu	Choix de fruits frais, entiers ou coupés
<b>Souper</b>						
L'entrée ou l'accompagnement	Choix de salades et d'entrées souvent à base de légumes	Choix de salades et de crudités disponibles	1 à 4 légumes, servis en salade, en trempette ou à titre de crudité	2 à 4 légumes, selon les salades et entrées proposées	Généralement 1 légume, souvent de la salade	Grande variété de salades (bars à salade) et de soupes
Le plat principal	5 à 6 variétés de légumes proposées	Minimum de 2 légumes proposés	1 à 10 légumes proposés, mais généralement 3	2 à 5 légumes, sauf les plats à base de pâtes	1 à 2 légumes, incluant la pomme de terre	1 à 3 légumes proposés
Le dessert	Choix de fruits frais ou en sorbets	Choix de fruits frais ou préparés	1 fruit, pas avec tous les choix de desserts	Se résume surtout à la salade de fruits offerte au menu	Se résume à la salade de fruits, mais pas toujours au menu	Choix de fruits frais, entiers ou coupés

Parmi les entreprises interrogées, ce sont les restaurants à nappes blanches, les restaurants hôteliers, les traiteurs et les restaurants familiaux indépendants où les fruits et les légumes sont les plus présents sur les menus.

Au déjeuner, sauf pour les chaînes de restaurants et les acheteurs institutionnels, on retrouve habituellement un minimum de 2 fruits et/ou légumes.

Les fruits et les légumes sont bien présents dans le HRI, à l'entrée ou en accompagnement, tant pour le dîner que le souper. L'offre de salades est assez généralisée.

On observe peu ou pas de différences le midi et le soir dans la quantité de fruits et de légumes du plat principal et du dessert, et ce, pour toutes les catégories d'utilisateurs. Dans le cas des desserts, l'offre y est souvent restreinte à un choix de salade de fruits ou à une assiette de fruits prétranchés.

### ***L'évolution de la place accordée aux fruits et aux légumes sur les menus***

Au cours des 3 à 5 dernières années, la place accordée aux fruits et aux légumes sur les menus a progressé dans tous les secteurs des HRI.

Ceci a surtout été observé parmi les restaurants à nappes blanches, les restaurants hôteliers et les traiteurs. La moitié des entreprises interrogées parmi chacun de ces groupes a augmenté la place faite aux fruits et aux légumes. C'est toutefois auprès des traiteurs que l'augmentation a été la plus marquée. En effet, ceux qui ont accru l'offre de fruits et de légumes l'ont fait dans des proportions de 33 % à 50 %, habituellement au détriment de la portion de protéine animale.

La plupart des acheteurs institutionnels interrogés confirment que la place accordée aux fruits et aux légumes a légèrement augmenté depuis 3 à 5 ans, mais le produit congelé est nettement privilégié.

Dans le cas des établissements du réseau de la santé, l'utilisation de fruits et de légumes dans les menus destinés aux patients est stable. Le choix des aliments étant strictement dicté par les nutritionnistes suivant le besoin et la condition de chaque patient. Par contre, dans le cas des cafétérias destinées aux visiteurs, il y a une légère tendance à l'augmentation. Ceci est corroboré par les entrevues avec les concessionnaires. L'utilisation de patates frites et de légumes en conserve a diminué.

Les établissements scolaires interrogés ont, depuis plusieurs années, instauré des politiques alimentaires internes. On confirme que peu d'ajustements aux menus ont été nécessaires pour les rendre conforme aux exigences de la Politique-cadre du MELS.

Parmi les chaînes de restaurants, les menus sont relativement stables et la grande majorité a peu modifié la place accordée aux fruits et aux légumes depuis les dernières années. Néanmoins, quelques-unes confirment avoir réduit la portion de patates frites au profit d'un légume ou d'une salade ou avoir ajouté un bar à salades.

### ***Les motivations à augmenter l'offre de fruits et de légumes sur les menus***

Les entreprises des secteurs de la restauration et de l'hôtellerie s'adaptent à la demande du consommateur. Plusieurs traiteurs confirment avoir augmenté la portion de fruits et de légumes au détriment de la viande suite à des demandes en ce sens, en particulier de la clientèle d'affaires, qu'on dit plus soucieuse de sa santé.

On a également recueilli des témoignages de propriétaires de restaurants familiaux indépendants inspirés par le message véhiculé dans les médias en faveur d'une plus grande consommation de fruits et de légumes. Quelques-uns ont pris le pari d'intégrer des légumes dans certains plats où on n'en offrait pas auparavant et d'avoir constaté une belle réceptivité du consommateur.

### ***Les perspectives de l'offre de fruits et de légumes des prochaines années***

Au cours des prochaines années, la plupart des entreprises interrogées ne s'attendent pas à des modifications significatives quant à la place des fruits et des légumes sur leurs menus. Les freins suivants sont alors évoqués :

- **L'utilisation déjà importante de fruits et de légumes** : dans l'ensemble, pour tous les groupes d'utilisateurs, les quantités proposées sont considérées satisfaisantes et il faut garder à l'esprit que le légume doit demeurer un complément à la protéine animale et non l'inverse.
- **Les fruits et les légumes disponibles** : en dehors de la période des récoltes au Québec, les fruits et les légumes frais sont moins beaux, ce qui limite leur utilisation.
- **L'impact sur le prix de revient de l'assiette** : en dehors de la saison des récoltes, le coût élevé des fruits et des légumes frais augmente le prix de revient de l'assiette.
- **Les allergies** : chez certaines personnes, des allergies sont associées à la consommation de mangues, de kiwi, d'ananas et de melons.
- **Le type de cuisine proposée** : les fruits et les légumes ne s'intègrent pas facilement à toutes les cuisines.
- **Le temps de préparation** : les restaurants qui misent sur la rapidité et la standardisation des menus estiment nécessaire de restreindre l'éventail de fruits et de légumes utilisés pour faciliter et diminuer le temps de préparation des repas.
- **La pression sur les prix des cafétérias d'entreprises** : les employeurs subventionnent de moins en moins le coût du repas des employés à la cafétéria d'entreprise, ce qui rend toute augmentation de prix difficile et limite toute offre supplémentaire de fruits et de légumes.
- **L'impact sur les pertes de nourriture** : les établissements du secteur institutionnel cherchent à minimiser les pertes de nourriture et évitent ainsi de proposer un trop grand choix de fruits et de légumes.
- **Les contraintes d'équipements et d'espaces** : la configuration des espaces, l'infrastructure électrique et le manque d'équipements limitent la possibilité de préparer les repas sur place dans plusieurs écoles. Pour cette raison, on privilégie le produit congelé, qui est mieux adapté à ces contraintes que le produit frais.

#### 4. LES ACHATS DES FRUITS ET DES LÉGUMES FRAIS À L'ÉTUDE

Les intermédiaires et les utilisateurs des secteurs des HRI ont été invités à estimer parmi la proportion de fruits et de légumes achetés, quelle est la part du produit frais cultivée au Québec. Les pourcentages d'achat minimum et maximum, ainsi que les pourcentages d'achat applicables à la majorité, pour chacune des catégories d'entreprises interrogées et pour les fruits et les légumes à l'étude figurent à l'annexe 2. Le tableau ci-dessous propose une vue d'ensemble applicables à la majorité.

Tableau 3- Les achats de fruits et de légumes frais du Québec

CATÉGORIES DE FRUITS ET LÉGUMES FRAIS	Grossistes / distributeurs	Groupes d'utilisateurs/acheteurs				
		Restaurants à nappes blanches	Restaurants hôteliers	Traiteurs	Restaurants familiaux indépendants	Chaînes de restaurants
LÉGUMES FEUILLUS	Nombre=6	Nombre=4	Nombre=4	Nombre=12	Nombre=10	Nombre=7
Laitues	25-30%	75%	20%	40-50%	10-40%	25-35%
LÉGUMES RACINES						
Carottes	80-95%	75%	50-55%	50-85%	100%	50-75%
Oignons	40-50%	75%	30-60%	50-100%	50-100%	30-50%
LÉGUMES CRUCIFÈRES						
Brocoli	33%	75%	25-30%	45-50%	25-40%	40%
Choux	80-100%	90-100%	50-100%	50-100%	15-40%	25-30%
LÉGUMES-FRUITS						
Concombres	2-20%	75%	25-35%	40-50%	25-35%	10-15%
Poivrons	25%	75%	25-30%	40-50%	15-20%	0%
Tomates	10-15%	75%	30%	30-75%	40-65%	1-30%
PETITS FRUITS						
Bleuets	5-10%	45%	20-30%	40-50%	100%	0%
Canneberges	4-8%	100%	20-50%	95-100%	100%	-----
Framboises	10-15%	45%	20-35%	35-50%	25%	5-40%
Fraises	15-20%	45%	20-30%	18-50%	25-35%	5%
AUTRES FRUITS						
Pommes	20-30%	50-100%	30-50%	100%	100%	100%

- Fruits et légumes où la part de marché du produit québécois est importante ou très importante (75% et plus)
- Fruits et légumes où la part de marché du produit québécois est moyennement importante (50% et plus)
- Fruits et légumes où la part de marché du produit québécois est moins importante (moins de 50%)
- Fruits et légumes où la part de marché du produit québécois est peu importante (moins de 20%)
- Fruits et légumes achetés par aucune des entreprises interrogées d'une catégorie

Les grossistes et intermédiaires interrogés ont pu fournir une opinion éclairée qui s'appuie sur une connaissance approfondie des volumes achetés auprès des producteurs du Québec et de l'extérieur<sup>17</sup>. À l'inverse, les réponses fournies par les autres groupes d'acheteurs étaient davantage basées sur leur perception. De même, la plupart des entreprises du secteur institutionnel n'ont pas été en mesure de répondre. Pour plusieurs, bien que le nom et l'adresse du producteur figure sur la boîte, il est souvent difficile de préciser la proportion des achats selon la provenance, sauf dans le cas des volumes achetés directement du producteur.

Parmi les utilisateurs qui se montrent plus sensibles au produit local, certains vont jusqu'à acheter d'importantes quantités de petits fruits du Québec à l'été et à les faire congeler afin de s'assurer d'un approvisionnement à l'année. Ceci explique pourquoi dans certains cas, on retrouve 100 % des achats de produits frais au Québec.

### **Choux et carottes**

En s'appuyant sur les données fournies par les intermédiaires, on constate que sur une base annuelle, 80 % à 100 % des achats de choux et de carottes se font auprès de producteurs du Québec.

Ceci exclut la mini-carotte. Selon un important distributeur, il ne se fait plus de mini-carottes au Québec et celles-ci sont maintenant achetées à 100 % en Californie. Les volumes vendus dans le HRI seraient toutefois modestes.

### **Oignons**

Le pourcentage d'achat d'oignons du Québec par les intermédiaires varie beaucoup. Pour la plupart, le produit québécois représente entre 40 % et 50 % des volumes achetés annuellement.

### **Pommes**

Environ le quart des pommes vendues au HRI sont québécoises. Parmi les variétés du Québec, on mentionne la McIntosh, la Spartan, la Lobo et la Empire. Toutefois, on a constaté que plusieurs des restaurants à nappes blanches, des restaurants hôteliers et des traiteurs interrogés privilégient la pomme de l'extérieur du Québec, car on souhaite mettre de la couleur dans les assiettes. Pour cette raison, on aime bien les pommes de couleur jaune ou vert. De même, on apprécie les variétés de pommes plus fermes comme la Granny Smith et la Golden Delicious.

---

<sup>17</sup> Un seul des acheteurs interrogés n'a pas été en mesure de fournir ces données, étant trop nouvellement en poste.

### **Laitues**

Un peu plus du quart des laitues achetées proviennent du Québec. Il faut toutefois préciser qu'en saison, certains demandent spécifiquement le produit importé, plus propre et présentant moins de risques associés à la présence de corps étrangers.

### **Poivrons et brocoli**

La production québécoise de poivrons fournit le quart des besoins annuels des secteurs HRI québécois et celle du brocoli répond au tiers des achats pour ce légume.

### **Concombres**

La production de concombres au Québec se concentre surtout dans le sélect, une variété qui convient moins aux restaurateurs en raison de ses pépins. On privilégie le concombre anglais, sans pépin qui provient de l'Ontario. Pour cette raison, la proportion des achats du produit québécois est faible, soit entre 2 % à 20 %.

### **Fraises, framboises et bleuets**

Dans le cas des fraises, des framboises et des bleuets, les volumes achetés sont faibles, soit respectivement de 15-20 %, 10-15 % et 5-10 %. L'offre est souvent circonscrite sur une très petite période. De même, les variétés cultivées au Québec sont plus fragiles à la manipulation et présentent une durée de conservation inférieure au produit de l'extérieur.

### **Canneberge**

La part de marché de la canneberge fraîche du Québec est très faible. Elle est de l'ordre de 4 % à 8 %. On privilégie le produit séché ou congelé dans le HRI.

### **Tomates**

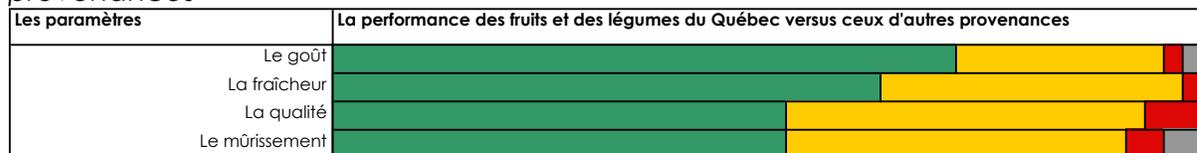
Un peu plus d'une tomate sur dix utilisée dans le HRI provient du Québec. Ceci s'explique par la préférence assez répandue pour la tomate plus ferme qui provient de la Californie. Celle-ci ne coule pas lorsque tranchée en quartiers.

## 5. ÉVALUATION DU PRODUIT DU QUÉBEC VERSUS CELUI D'AUTRES PROVENANCES

Lorsque comparé aux fruits et aux légumes frais d'autres provenances, le produit du Québec ressort supérieur sur la base du goût, de la fraîcheur, de la qualité et du mûrissement. En dehors de la période des récoltes du Québec, il est comparable ou inférieur à celui d'autres provenances.

Ces quatre paramètres sont interreliés. En raison de la proximité, le produit québécois voyage moins longtemps, sur de moins grandes distances et arrive chez le client final plus frais. Le schéma suivant permet de comparer la performance de ces paramètres.

*Schéma 3- Les forces des fruits et des légumes frais du Québec versus ceux d'autres provenances*



-  La performance du produit québécois est supérieure à ceux d'autres provenances
-  La performance du produit québécois est équivalente à ceux d'autres provenances
-  La performance du produit québécois est inférieure à ceux d'autres provenances
-  Le produit n'est pas acheté ou l'interlocuteur est incertain et ne peut répondre

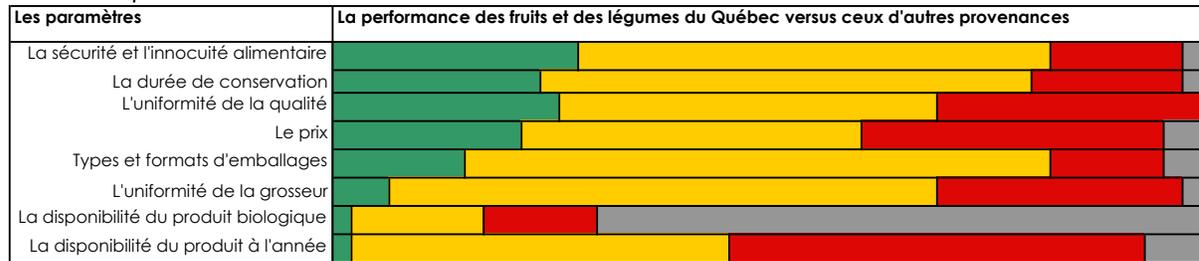
### **Le goût, la fraîcheur, la qualité et le mûrissement**

Le goût supérieur des fruits et des légumes frais du Québec en saison est associé à une plus grande fraîcheur, à une qualité de présentation du produit et à la cueillette plus près de la phase de mûrissement optimale.

Le produit du Québec performe moins bien que celui d'autres provenances au niveau de la sécurité et l'innocuité alimentaire, de la durée de conservation, de l'uniformité de la qualité et de la grosseur (calibres), du prix, des types et formats d'emballages, de la disponibilité du produit à l'année et de l'accessibilité au produit biologique.

Le schéma ci-après permet de comparer la performance du produit frais du Québec vis-à-vis de ces paramètres.

#### Schéma 4- Les faiblesses des fruits et des légumes frais du Québec versus ceux d'autres provenances



-  La performance du produit québécois est supérieure à ceux d'autres provenances
-  La performance du produit québécois est équivalente à ceux d'autres provenances
-  La performance du produit québécois est inférieure à ceux d'autres provenances
-  Le produit n'est pas acheté ou l'interlocuteur est incertain et ne peut répondre

#### La sécurité et l'innocuité alimentaire

Il y a une perception répandue à l'effet que les normes sanitaires auxquelles sont soumises les producteurs du Québec sont supérieures à celles applicables ailleurs. Toutefois, indépendamment des préjugés favorables vis-à-vis de nos normes gouvernementales, l'industrie évolue vers la traçabilité et les accréditations de sécurité et d'innocuité alimentaire, telles Canada Gap et HACCP. À cet effet, encore peu de producteurs maraîchers québécois y serait accrédités.

La majorité des personnes interrogées nous ont fait part d'un problème de propreté de la laitue cultivée en champ au Québec. Cette situation est plus critique lors des périodes de pointe de la récolte, sans être généralisée. Le problème est aussi observé pour le poireau, le poivron, le brocoli et le chou-fleur, mais à une échelle moindre. On déplore la présence de terre et de vers vivants dans le produit du Québec alors que le produit américain en a pas ou peu. Certains soulèvent des techniques de production différentes au Québec et en Californie pour expliquer cette situation. Au Québec, on cultive dans des terres noires et contrairement à la Californie, on ne la recouvre pas pour éviter que les pluies abondantes la disperse sur les cultures.

Précisons que la présence de corps étrangers dans les aliments frais est incompatible avec le milieu hospitalier, en raison du risque de contamination potentiel. De même, en raison du temps requis à son nettoyage, certains vont exiger la salade américaine ou privilégier la salade prélavée et/ou précoupée.

### ***La durée de conservation***

On reconnaît que le produit du Québec se conserve généralement bien et que des améliorations notables ont été faites depuis une quinzaine d'années.

Pour certaines productions, la durée de conservation est toutefois inférieure, soit les petits fruits (fraises, framboises, bleuets), le cantaloup, la laitue, et dans une moindre mesure le brocoli et la tomate. De plus, on constate que les oignons cultivés au Québec tendent à germer rapidement.

### ***L'uniformité de la qualité, l'uniformité de la grosseur (calibrage)***

L'uniformité de la qualité et du calibrage du fruit et du légume frais du Québec tend à être égales ou inférieures au produit d'autres provenances. On aimerait une plus grande uniformité mais on s'en accomode.

Au niveau de la qualité, la variation est moins grande lorsque le producteur a recours aux technologies de refroidissement des fruits et des légumes et lorsque la structure de l'entreprise et son mode d'opération témoignent d'un niveau de professionnalisme supérieur.

À l'exception des pommes et des pommes de terre, où l'uniformité de la grosseur est bien maîtrisée, on observe beaucoup de variance, en particulier pour les fraises, les tomates de champs, les brocolis et les choux-fleurs.

Bien que le calibre de plusieurs fruits et des légumes fluctue, ceux-ci sont malgré tout vendus sur la base de la quantité (ex.: une boîte de 24 ou de 36 unités). À cet effet, un distributeur confirme que les brocolis sont vendus au poids aux États-Unis, ce qui facilite la gestion pour l'utilisateur.

### ***Le prix***

Pour la plupart des personnes interrogées, lorsqu'on compare les fruits et les légumes de même qualité et calibres à ceux d'autres provenances, les prix sont équivalents ou inférieurs en saison, mais supérieurs hors saison. Les intermédiaires estiment que la performance des fruits et des légumes frais québécois au niveau du prix est nettement supérieure en raison des frais de transport moins importants. On estime que les coûts de production se comparent entre le Québec, la Californie, le Michigan, l'État du Washington, le Mexique et le Chili<sup>18</sup>. Le coût du transport fait souvent une différence.

En contrepartie, la plupart des utilisateurs considèrent qu'au niveau de la performance, celle du produit québécois est globalement équivalente ou inférieure aux fruits et aux légumes d'autres provenances. Certains ajoutent à cet effet, qu'à titre d'exemple lorsqu'un produit comme la laitue est livré sale, on doit retirer plusieurs feuilles et en raison des pertes, le rendement du produit du Québec est moins intéressant que le produit importé, même si son coût est moins élevé.

---

<sup>18</sup> Basé sur un comparatif de coût pour un sac d'oignon.

### **Types et formats d'emballages**

Au chapitre des types et formats d'emballages, l'industrie maraîchère québécoise a adopté les standards américains il y a environ 20 ans à la demande des détaillants alimentaires québécois. Dans l'ensemble, les types et formats d'emballages utilisés au Québec se comparent à ceux des concurrents.

Par contre, on constate que les filets et les poches en jute sont encore utilisés parmi certains plus petits producteurs. Ils présentent des risques en raison de la possibilité de contamination croisée dans les entrepôts. Une mise à niveau des pratiques est souhaitable. De même, parfois, encore parmi certains petits joueurs, on retrouve des emballages en-déçà des standards de l'industrie : absence d'identification du producteur, boîte sale, emballage plus grossier.

Autrement, une chaîne de restaurant s'est plainte à l'effet qu'au Québec on livre 18 pommes de salade par boîte, comparativement à 24 pour les fournisseurs de l'extérieur de la province. Ceci occasionne davantage de manipulation.

### **Disponibilité du produit à l'année**

En ce qui concerne la disponibilité des fruits et des légumes frais du Québec, on reconnaît qu'il y a eu de grandes améliorations au cours des dernières années. La saison tend à débuter un peu plus tôt et à s'étirer à l'automne et bien que le produit québécois soit disponible dans les volumes souhaités en saison, celle-ci demeure courte vis-à-vis des principaux concurrents.

Seule une minorité juge à propos le développement d'une plus grande offre de produits cultivés en serre pour prolonger la saison. Les réserves émises sont motivées par l'impact sur le coût et la plus grande émission de carbone générée, comparé au produit importé.

### **La disponibilité du produit biologique**

Le produit biologique intéresse peu le secteur HRI. Les nutritionnistes ne le préfèrent pas car les valeurs nutritives ne sont pas meilleures que le produit standard. La demande n'est pas là, et bien qu'un nombre croissant de petits producteurs les proposent, les volumes sont restreints au Québec.

Parmi les entreprises interrogées, seules quelques unes achètent le produit biologique et on privilégie les achats en direct auprès de producteurs.

## 6- LES CRITÈRES DE SÉLECTION DE FOURNISSEURS

De l'avis des experts interrogés et tel qu'illustré au schéma suivant, dans les secteurs du HRI, le principal critère d'achat de fruits et de légumes frais est le coût par portion.

*Le schéma 5- Les principaux critères d'achat de fruits et de légumes par les différentes catégories d'acheteurs utilisateurs*

Groupes d'utilisateurs					
Restaurants à nappes blanches	Restaurants hôteliers	Traiteurs	Restaurants familiaux indépendants	Chaînes de restaurants	Institutions
<b>Premier critère : coût par portion</b>					
<b>Deuxième critère : le goût</b>					
Les produits en saison, préférablement de la région					
				<b>Deuxième critère : la chaîne d'approvisionnement</b>	
				<b>Troisième critère : le goût/qualité du produit</b>	
				<b>Quatrième critère : la provenance</b>	

La notion de goût vient au deuxième rang pour les restaurants à nappes blanches, les restaurants hôteliers, les traiteurs et les restaurants familiaux indépendants. On privilégie les produits de qualité achetés en saison. Lorsque le produit du Québec est disponible il est préféré, sinon en dehors de cette période, on privilégie les produits frais, peu importe leur provenance. La qualité, la fraîcheur et la préférence pour le produit local viennent en appui au goût.

Les chaînes de restaurants et les acheteurs institutionnels pour leur part accordent une grande importance à la chaîne d'approvisionnement, c'est-à-dire l'acheminement des produits souhaités, dans les quantités requises et les délais de livraison attendus, et ce, pour toutes les succursales à desservir.

Les notions du goût et de qualité des aliments sont aussi des critères importants mais pas aussi prioritaires. Les entrevues auprès des chaînes et des acheteurs institutionnels ont aussi montré qu'en général à qualité et à prix égaux, on voudra privilégier le produit du Québec.

Les entreprises interrogées ont été invitées à confirmer les critères utilisés pour qualifier et sélectionner leur fournisseurs de fruits et de légumes frais<sup>19</sup>. L'information recueillie et présentée au tableau suivant tient compte du nombre de mentions par une même catégorie d'entreprises.

Le tableau 4- Les critères de sélection de fournisseurs de fruits et de légumes frais sur la base du nombre de mentions, par catégorie d'entreprises

Critères	Grossistes / distributeurs	Restaurants à nappes blanches	Restaurants hôteliers	Traiteurs	Restaurants familiaux indépendants	Chaînes de restaurants	Institutions
	(Nombre=7)	(Nombre=4)	(Nombre=4)	(Nombre=12)	(Nombre=10)	(Nombre=7)	(Nombre=10)
Prix	1er critère	1er critère	2e critère	2e critère	2e critère	1er critère	1er critère
Qualité des fruits/légumes	2e critère	2e critère	2e critère	1er critère	1er critère	4e critère	2e critère
Fréquence des livraisons		1er critère	1er critère	4e critère	5e critère	3e critère	3e critère
Disponibilité des volumes désirés tout au long de l'année	3e critère	2e critère	1er critère	3e critère	3e critère	2e critère	3e critère
Provenance des produits		1er critère	3e critère	3e critère	5e critère	5e critère	6e critère
Qualité du service du fournisseur	3e critère	3e critère	4e critère	4e critère	4e critère	6e critère	3e critère
Politiques d'escomptes	4e critère	3e critère	3e critère			6e critère	4e critère
Menus proposés*							4e critère
Gamme de fruits/légumes proposés		3e critère	3e critère	5e critère	6e critère	4e critère	5e critère
Sécurité et innocuité alimentaire		3e critère				5e critère	
Constance du calibrage des fruits/légumes				6e critère	7e critère	5e critère	

\* Préparés par un diététiste, conforme au Guide alimentaire canadien et au cadre de référence du Gouvernement du Québec

- Critère de sélection qui arrive au 1e rang (sur la base du nombre de mentions)
- Critère de sélection qui arrive au 2e rang (sur la base du nombre de mentions)
- Critère de sélection qui arrive au 3e rang (sur la base du nombre de mentions)
- Critère de sélection qui arrive au 4e rang (sur la base du nombre de mentions)
- Critère de sélection qui arrive au 5e rang (sur la base du nombre de mentions)
- Critère de sélection qui arrive au 6e rang (sur la base du nombre de mentions)
- Critère de sélection qui arrive au 7e rang (sur la base du nombre de mentions)

<sup>19</sup> Au besoin, les critères suivants ont été sondés lorsque l'interlocuteur ne les a pas mentionnés sur une base spontanée : le prix, les politiques d'escompte, les volumes désirés tout au long de l'année et leur disponibilité, la gamme de fruits et légumes à proposer, la fréquence des livraisons, la provenance des produits, le goût, la fraîcheur et la qualité du service des fournisseurs.

### ***La primauté du prix et de la qualité***

Le rapport qualité-prix est le principal critère d'achat. Dans le cas des chaînes de restaurants toutefois, le prix arrive au premier rang, mais la disponibilité des volumes désirés et la fréquence des livraisons précèdent en importance la qualité des fruits et des légumes livrés. La qualité englobe les notions d'apparence, de rendement, de constance de la qualité, de goût et de fraîcheur.

### ***La fréquence des livraisons***

Les distributeurs tout comme les utilisateurs de fruits et de légumes ont des exigences spécifiques quant à la fréquence et même l'heure des livraisons. Celles-ci suivent la relation qualité-prix en termes d'importance. Il s'agit ici de conditions minimales à satisfaire pour qu'un producteur ou un distributeur puisse être considéré à titre de fournisseur.

Dans le cas des restaurants à nappes blanches et des restaurants hôteliers, l'intérêt pour un produit frais amène à accorder une importance aussi grande à la fréquence des livraisons et à la disponibilité des volumes désirés tout au long de l'année qu'au rapport qualité-prix.

### ***La disponibilité des volumes désirés tout au long de l'année***

Dans l'ensemble, la disponibilité du produit suit en terme d'importance, le rapport qualité-prix. Pour les utilisateurs, il est primordial que le fournisseur puisse répondre à leur besoins de fruits et de légumes durant toute l'année. Dans le cas de chaînes de restaurants, ça implique être en mesure de rayonner sur un grand territoire.

Dans le cas des intermédiaires, on va diversifier les sources d'approvisionnement auprès de producteurs du Québec et de l'extérieur, afin de pouvoir proposer une offre constante de produits et disposer de sources alternatives en cas d'aléas des conditions climatiques. Vis-à-vis des producteurs du Québec, on va acheter ce qu'ils sont en mesure de produire.

### ***La provenance des produits***

Les restaurants à nappes blanches interrogés confirment que la provenance vient au premier rang ex-aequo avec le prix. Dans le cas des restaurants hôteliers et des traiteurs, celle-ci suit juste après le rapport qualité-prix. Par contre, pour les chaînes de restaurant et les acheteurs institutionnels, ce critère figure parmi les derniers en terme d'importance.

Dans le cas des intermédiaires, bien qu'on valorise le produit local, la provenance n'est pas pour autant un critère de sélection.

### ***La qualité du service du fournisseur***

Pour un intermédiaire, la notion de qualité de service du fournisseur se mesure à sa capacité à anticiper la disponibilité des produits et à livrer les volumes attendus. En somme, on valorise les entreprises qui font preuve d'une fiabilité et d'un

professionalisme. Ceci s'observe également par l'offre de fruits et de légumes et d'emballages de qualité constante.

Les utilisateurs recherchent des distributeurs faciles à rejoindre et en mesure de réagir promptement lorsqu'un problème doit être corrigé ou qu'une demande de pointe exige une livraison additionnelle inattendue.

### ***Politique d'escompte***

Les escomptes appliqués sur le volume d'achat ne sont pas accessibles à tous. Parmi ceux qui y ont accès, dans l'ensemble on n'y accorde pas une importance aussi grande que le prix.

### ***Sécurité et innocuité alimentaire***

Un nombre restreint d'entreprises a mentionné se préoccuper des pratiques de leur distributeur pour prévenir la contamination dans leurs entrepôts et camions.

### ***Constance du calibrage des fruits et des légumes***

Les chaînes de restaurants, les traiteurs et les restaurants familiaux indépendants sont les groupes d'utilisateurs les plus sensibles à l'uniformité de la grosseur des fruits et des légumes frais. Ce critère figure toutefois au bas de la liste des préoccupations dans le choix d'un distributeur.

Les critères suivants s'appliquent spécifiquement aux distributeurs (dans le cas de la gamme de fruits et de légumes proposés) et aux concessionnaires de cafétérias (dans le cas des menus proposés) :

#### ***Gamme de fruits et de légumes proposés***

Pour la très grande majorité des entreprises, la gamme de fruits et de légumes offerte par les distributeurs se compare. Les acheteurs vont bien entendu spécifier leurs choix, mais il s'agit avant tout ici de conditions minimales à satisfaire pour qu'un distributeur ou un concessionnaire puisse être considéré à titre de fournisseur.

#### ***Menus proposés***

Les acheteurs institutionnels qui font appel à un concessionnaire exigent que les menus des cafétérias soient préparés par un nutritionniste et conformes au Guide alimentaire canadien.

De plus, dans le cas des secteurs de la santé et de l'éducation, les menus doivent répondre aux exigences de la Politique-cadre du Gouvernement du Québec et de l'établissement. Il s'agit ici de conditions minimales à satisfaire pour être considéré à titre de fournisseur.

Les pratiques d'achat de fruits et de légumes des secteurs de la restauration, de l'hôtellerie et du secteur institutionnel sont comparées ci-après.

### **Les grossistes/distributeurs vis-à-vis de leurs fournisseurs de fruits et de légumes frais**

Les fruits et les légumes frais québécois sont très compétitifs en saison et leur achat par les intermédiaires se fait toujours au prix du marché. Dans le cas des fournisseurs à l'extérieur du Québec, l'achat sous contrat existe, mais s'avère peu courant. Il s'applique lorsqu'il est requis de protéger l'accès à des volumes, surtout à la demande de clients. Certains confirment que leur durée s'étend entre la fin de la saison au Québec et le début de la suivante.

Plusieurs distributeurs ont confirmé avoir établi au fil des ans des relations avec différents producteurs qui répondent à leurs attentes. On se montre toutefois ouvert à en découvrir de nouveaux. On s'attend à ce que le producteur communique les éléments suivants :

- Produits disponibles, offre distinctive ;
- Accréditations de l'entreprise ;
- Détails sur le mode d'acheminement et la fréquence à laquelle le produit peut être livré ;
- Méthode de prise de commande privilégiée (ex. : télécopieur, courriel) ;
- Liste de prix.

### **Le secteur de la restauration**

Les restaurants à nappes blanches, les restaurants familiaux indépendants et les traiteurs interrogés achètent généralement de distributeurs uniquement. Certains achètent aussi directement de producteurs, en particulier dans les cas où on souhaite mettre de l'avant le produit du Québec.

Habituellement, les chaînes de restaurants privilégieront l'achat auprès de distributeurs. On constate que les critères d'achat des chaînes américaines les amènent à privilégier le produit américain. À cet effet, les critères suivants sont importants : les pratiques en matière d'innocuité alimentaire, la traçabilité, le prix, la faible teneur en humidité (meilleure conservation), le rendement du produit, la disponibilité des volumes requis tout au long de l'année.

Un des intermédiaires interrogés qui approvisionne en fruits et légumes les restaurants d'une importante chaîne américaine au Québec et de l'extérieur de la province confirme qu'il peut référer des producteurs du Québec. La chaîne, qui a conclu une entente avec le United States Department of Agriculture (USDA), doit cependant dépêcher des fonctionnaires de ce service américain pour mener un audit chez le producteur en matière de salubrité et d'innocuité alimentaire. Pour satisfaire les exigences, le producteur doit absolument offrir la traçabilité, ses produits doivent être lavés et il doit se conformer à des spécifications précises quant aux variétés cultivées et à l'uniformité des calibres livrés. Dans le cas des produits valorisés et prêts-à-manger, l'usine doit être certifiée HACCP.

### ***Le secteur hôtelier***

Les restaurants hôteliers interrogés privilégient l'achat auprès de distributeurs en raison des volumes requis et de la fréquence de livraison.

### ***Le secteur institutionnel***

Les concessionnaires gèrent les cafétérias d'entreprises, d'écoles et du secteur de la santé. Ils s'approvisionnent auprès d'intermédiaires pour l'achat de fruits et de légumes.

Dans le cas des repas préparés par les établissements du secteur de la santé, le mode d'approvisionnement diffère pour les fruits et les légumes frais et congelés. Les achats de produits congelés ainsi que la salade sont regroupés à l'échelle d'une ou de plusieurs régions administratives et font l'objet d'un processus d'appel d'offres. L'achat du produit frais (autre que la salade) est géré par les établissements, car les prix fluctuent à la semaine et cette façon de procéder s'avère moins coûteuse. Le produit frais se destine surtout aux cafétérias des visiteurs.

## 7- LES FRUITS ET LES LÉGUMES FRAIS OFFRANT UN POTENTIEL DE CROISSANCE

Les intermédiaires et les différents groupes d'utilisateurs ont été invités à identifier les variétés non traditionnelles achetées, et à confirmer la disponibilité du produit cultivé au Québec.

Les fruits et les légumes non traditionnels recueillent un plus grand intérêt parmi les restaurants à nappes blanches, les restaurants hôteliers, les traiteurs et dans une moindre mesure les restaurants familiaux indépendants interrogés. Les variétés suivantes sont achetées :

### Fruits

Argousiers  
Cantaloups  
Caramboles  
Cerises de terre  
Fruits du dragon  
Goyaves  
Kiwis  
Litchis  
Mûres  
Papayes  
Pommes grenades  
Tamayas  
Tomates (cœur de bœuf, jaunes, noires, oranges)

### Légumes

Artichauts  
Asperges (blanches, vertes)  
Aubergines  
Bettes à carde  
Betteraves (jaunes, oranges)  
Bok choy  
Bulbes fenouils  
Carottes (couleurs variées, nantaises)  
Céleris raves  
Champignons (sauvages, pleurotes, shiitaki)  
Choux (chinois)  
Courges (différentes variétés)  
Courgettes  
Daikons  
Épinards  
Haricots (extrafins, fins)  
Laitues (radicchio, rapini, roquette)  
Navets  
Panais  
Pâtissons  
Pissenlits  
Pois mange-tout  
Pommes de terre (bleues, douces, sucrées, rattes)  
Racines de taro  
Salsifis  
Topinambours

Parmi les chaînes de restaurants interrogées, seules quelques variétés non traditionnelles sont achetées, soit les brocolis et les épinards. Il en est de même pour les concessionnaires et les utilisateurs du secteur institutionnel qui s'approvisionnent en mini-courges, en bok choy, en champignons sauvages, en épinards et en fruits du dragon.

On confirme que parmi les fruits et les légumes non traditionnels utilisés, la plupart sont disponibles dans les quantités recherchées, exception faite des fruits exotiques. Dans certains cas, toutefois, bien que le produit soit disponible ici, on privilégie celui de l'extérieur, comme dans le cas des pois mange-tout, dont la variété provenant de la Californie est préférée car plus sucrée.

Selon l'avis de divers intermédiaires et restaurateurs, les variétés non traditionnelles où la demande devrait se développer au cours des prochaines années sont les mini-légumes (épinards, carottes, pousses de salades, laitues chinoises, bok choy, poivrons, pâtissons, courgettes, courges).

## **8- LES INITIATIVES SUSCEPTIBLES DE FAVORISER L'OFFRE DU QUÉBEC DANS LES HRI**

L'intérêt vis-à-vis les initiatives décrites ci-après a été confirmé par les entreprises interrogées. Celles-ci constituent des options disponibles à l'industrie des fruits et des légumes frais du Québec pour améliorer sa place sur le marché des HRI québécois à court, à moyen et à long terme :

### ***Initiatives d'intérêt à court terme***

- Standardiser et améliorer les pratiques de l'industrie maraîchère québécoise;
- Favoriser la mise en place de chaînes de valeur entre producteurs – distributeurs – acheteurs/utilisateurs, incluant le regroupement de volumes disponibles lorsque requis ;
- Proposer un accompagnement aux producteurs québécois pour ouvrir un accès aux marchés des chaînes de restaurants américaines présentes au Québec ;
- Diffuser les noms des producteurs et les volumes de fruits et de légumes disponibles en saison auprès des acheteurs des secteurs du HRI ;

### ***Initiatives d'intérêt à moyen terme et long terme***

- Produire un manuel de référence sur les fruits et les légumes frais cultivés au Québec et le rendre accessible auprès des écoles et des entreprises des HRI ;
- Développer un manuel de référence de recettes illustrées pour différentes catégories de restaurants et de cuisines.
- Doter la filière des fruits et des légumes frais du Québec d'un agent de promotion dans le but spécifique de développer les marchés des HRI ;
- Augmenter l'offre de fruits et de légumes non traditionnels ;
- Augmenter l'offre de légumes prêts-à-l'emploi à valeur ajoutée ;

### ***Standardiser et améliorer les pratiques de l'industrie maraîchère québécoise***

Certains intermédiaires et concessionnaires avancent que l'industrie maraîchère québécoise gagnerait à accélérer le développement de la traçabilité et d'augmenter le nombre de producteurs dotés d'accréditations de salubrité et d'innocuité alimentaire. À cet effet, Canada Gap est en voie de devenir un critère de sélection.

De même, une amélioration de l'uniformité des calibres livrés et une réduction de la variance de la qualité par producteur sont d'autres projets jugés pertinents.

***Favoriser la mise en place de chaînes de valeur entre producteurs – distributeurs – utilisateurs, incluant le regroupement de volumes disponibles lorsque requis***

Certains experts avancent que la peur du bris des approvisionnements, c'est à dire une incapacité du fournisseur de livrer les quantités requises des produits recherchés dans les délais requis, représente un frein au développement de l'industrie des fruits et des légumes frais du Québec.

En effet, parmi les organisations interrogées, un concessionnaire et un acheteur institutionnel ont montré leur intérêt à collaborer avec d'autres partenaires de la filière en vue de créer une chaîne de valeur, sous la forme de partenariats regroupant les volets production – distribution – utilisation, soit de la terre à la table à la faveur du produit du Québec.

***Représentation de l'industrie pour ouvrir un accès aux marchés des chaînes de restaurants américaines présentes au Québec***

Parmi les producteurs de fruits et de légumes interrogés, on a reçu des témoignages confirmant un besoin d'accompagnement pour arriver à vendre aux chaînes américaines présentes au Québec.

On souhaite que l'AQDFL et le MAPAQ puisse faire des représentations auprès des sièges sociaux afin d'engager un dialogue avec eux et les amener à considérer les fruits et les légumes frais du Québec pour leurs restaurants de la province.

***Diffuser les noms des producteurs et les volumes de fruits et de légumes disponibles en saison auprès des acheteurs des secteurs du HRI***

La majorité des intermédiaires et des restaurateurs susceptibles d'acheter des fruits et des légumes frais en direct d'un producteur (restaurants à nappes blanches, restaurants hôteliers, traiteurs, restaurants indépendants) se montre intéressée à la diffusion d'information par l'Association des jardiniers maraîchers du Québec (AJMQ) sur les volumes de fruits et de légumes disponibles au Québec.

La motivation première est de découvrir des nouveaux fournisseurs potentiels, en particulier pour les plus petites productions spécialisées. Certains soulignent toutefois l'importance de préciser les disponibilités sur une base régionale, de proposer une liste complète de producteurs de fruits et de légumes ainsi qu'une information complète sur leur production. Celle-ci pourrait être diffusée par internet et par télécopieur.

***Produire un manuel de référence sur les fruits et les légumes frais cultivés au Québec et le rendre accessible auprès des écoles et des chefs des secteurs des HRI***

Les experts interrogés confirment un intérêt pour du matériel d'information sur les fruits et les légumes cultivés au Québec, à la fois à titre d'outil de référence pour les écoles hôtelières de la province que pour les chefs des restaurants. On cherche ainsi à créer des habitudes vis-à-vis des variétés cultivées au Québec et à amener les chefs à les exiger. Cet outil doit être mis à jour pour conserver sa pertinence.

La presque totalité des intermédiaires et des acheteurs utilisateurs sondés se sont montrés réceptifs voir enthousiastes face à un tel outil. Une version imprimée serait utile; par contre, plusieurs se sont montrés intéressés par une version téléchargeable sur internet.

### ***Développer un manuel de référence de recettes illustrées pour différentes catégories de restaurants et de cuisines***

Les acheteurs institutionnels et les traiteurs sont les groupes ayant signifié un intérêt évident envers l'offre de recettes illustrées pour les appuyer dans l'utilisation des fruits et des légumes non traditionnels, ainsi que des variétés différentes auxquelles des consignes de préparation et de cuisson spécifiques sont requises. Pour les autres groupes de restaurateurs, on estime déjà avoir les outils nécessaires.

### ***Doter la filière des fruits et des légumes frais du Québec d'un agent de promotion dans le but spécifique de développer le marché des HRI***

Certains des intervenants interrogés avancent que la filière maraîchère du Québec tirerait avantage à se doter d'un agent de promotion, qui pourrait agir à titre de personne ressource dans les écoles hôtelières pour sensibiliser les chefs en formation sur la variété et le potentiel des fruits et des légumes cultivés au Québec.

Plusieurs ont mentionné qu'il y a un besoin pour un meilleur maillage entre les producteurs de fruits et de légumes et les entreprises des secteurs HRI. Une telle ressource aurait un rôle à jouer à cet effet.

### ***Augmenter l'offre de fruits et de légumes non traditionnels***

L'augmentation de l'offre de fruits et de légumes non traditionnels suscite l'intérêt des distributeurs, des restaurants à nappes blanches, des restaurants hôteliers et des restaurants indépendants, ainsi que des traiteurs.

Selon l'avis de plusieurs, la demande pour les mini-légumes (épinards, carottes, pousses de salade, laitues chinoise, bok choy, poivrons, pâtissons, courgettes, courges) est vouée à augmenter et il s'agit de légumes dont la culture est adaptée à notre contexte climatique.

### ***Augmenter l'offre de fruits et de légumes prêts-à-l'emploi***

À l'exception des traiteurs, des restaurants familiaux indépendants et des chaînes de restaurants interrogés, qui considèrent que le marché est déjà assez bien desservi en fruits et en légumes prêts-à-l'emploi, il y a un très large consensus parmi les autres catégories d'entreprises à l'effet que l'offre actuelle n'est pas saturée.

La carotte (prélavée, prépelée, prérâpée), la pomme de terre (prélavée, prépelée), l'oignon (prélavé, prépelé, précoupé) et la laitue (prélavée) sont les légumes prêts-à-l'emploi les plus couramment utilisés et qui soulèvent le plus d'intérêt. Le brocoli (prélavé) et le céleri (prélavé, prépelé, précoupé) suscite aussi un certain intérêt.

Le recours à des agents de conservation pour assurer la fraîcheur des produits est toutefois un frein à l'utilisation, car susceptible d'altérer le goût des aliments.

Parmi les entreprises intéressées, la majorité se montre confortable à payer une prime variant de 10 % à 20 % pour le produit prêt-à-l'emploi versus le prix du produit frais standard.

D'autres initiatives ont été sondées mais n'ont pas suscité beaucoup d'intérêt. Ainsi, la mise en place d'un site WEB transactionnel afin de faciliter l'achat auprès de producteurs recueille un intérêt mitigé. Les acheteurs du HRI confirment avoir de sérieuses réserves à acheter par internet, car on privilégie plutôt le contact humain.

On a également vérifié si les formats et les emballages proposés par les producteurs répondent bien aux attentes et aux besoins des divers groupes d'acheteurs. On remarque un très grand niveau de satisfaction avec les pratiques actuelles. La plupart des entreprises interrogées ne souhaitent pas de nouveaux formats et types d'emballages. Parmi les commentaires recueillis, on constate une sensibilité vis-à-vis de l'environnement et de l'impact sur le prix, ainsi que le risque posé à la contamination croisée et à la conservation du produit.

Quelques commentaires ont ainsi été apportés au sujet de nouveaux formats à offrir :

Distributeurs :

- Offrir des carottes pelées en format de 10 kg, au lieu de 22 kg ;

Chaînes de restaurants :

- Offrir des gros et des petits formats, car au sein d'une chaîne de restaurants, la taille des établissements varie et les formats recherchés diffèrent ;

Traiteurs :

- Commercialiser les framboises dans des casseaux de 150 unités au lieu de ceux de 30 unités, ça serait plus écologique ;
- Remplacer les emballages de pommes de terre de 50 lbs qui consistent en 10 paquets de 5 lbs, par un seul de 50 lbs.

Quelques commentaires ont aussi été recueillis au sujet de nouveaux emballages à privilégier :

Distributeurs :

- Proposer des nouveaux emballages pour les produits transformés ;
- Éliminer la poche pour le chou, la carotte, le navet (elles favorisent la contamination croisée) ;
- Éliminer les sacs de jute ;
- Miser sur les boîtes de carton et l'aspect écologique des emballages ;

Producteurs :

- Miser sur l'offre d'emballages respectueux de l'environnement (recyclable, biodégradable) ;
- Développer des emballages où il serait plus facile de voir le contenu ;

Restaurants familiaux indépendants :

- Miser sur l'offre d'emballages respectueux de l'environnement (recyclable, biodégradable) ;
- Proposer des emballages portionnés pour les mini-légumes;
- miser sur le vrac pour minimiser les emballages.

## 9- CONCLUSIONS

Pour l'ensemble des acheteurs/utilisateurs des HRI, le coût par portion est le principal critère qui dicte les choix d'achat des fruits et des légumes frais.

Le goût suit en importance pour les restaurants à nappes blanches, les restaurants hôteliers et les restaurants familiaux indépendants. Pour cette raison, on privilégie le produit frais et les arrivages de saison. On apprécie les forces du produit québécois, soit son goût, sa fraîcheur, sa qualité et son mûrissement.

Dans le cas des chaînes de restaurants et des acheteurs institutionnels, le respect de la chaîne d'approvisionnement suit en terme d'importance. On cherche des distributeurs en mesure de fournir les volumes requis, dans les quantités attendues et à la fréquence de livraison souhaitée. En somme, on ne doit pas avoir de rupture de stocks. De plus, les besoins évoluent à la faveur de certifications en matière de traçabilité et de salubrité, où pour le moment, il y a encore du travail à faire au Québec.

À des degrés divers, on constate une plus grande utilisation de fruits et de légumes sur les menus de toutes les catégories d'acheteurs/utilisateurs des HRI depuis 3 à 5 ans. On doit par contre s'attendre à une relative stabilité au cours des prochaines années, car pour la très grande majorité des entreprises interrogées l'offre actuelle est jugée satisfaisante. Par contre, le vieillissement de la population pose une menace sur le nombre de repas pris au restaurant et à la demande de fruits et de légumes frais dans les HRI au cours des prochaines années.

La part des achats de fruits et de légumes frais cultivés au Québec dans les HRI varie énormément selon les produits à l'étude :

- Choux : 80 % à 100 %
- Carottes : 80 % à 100%
- Oignons : 40 % à 50 %
- Pommes : 25 %
- Laitues : 25 %
- Poivrons : 25 %
- Brocolis : 25 %
- Fraises : 15 % à 20 %
- Concombres : 2 % à 20 %
- Framboises : 10 % à 15 %
- Tomates 10 %
- Bleuets : 5 % à 10 %
- Canneberges : 4 % à 8 %

Le coût de la main d'œuvre et sa rareté contribuent de façon importante au prix de revient des assiettes; pour cette raison, on favorise de plus en plus le produit prélavé et précoupé. Dans ce contexte, on peut comprendre la sensibilité de plusieurs

entreprises interrogées vis-à-vis de la laitue cultivée au Québec, qui contient parfois de la terre et des vers, alors que le produit concurrent en contient peu ou pas. En plus de générer des coûts de main-d'œuvre pour laver les légumes, on rapporte devoir jeter des feuilles trop sales. Dans une moindre mesure, le poireau, le poivron, le brocoli et le chou-fleur sont aussi parfois livrés avec de la terre.

L'importance du coût par portion dans le HRI se traduit nécessairement par une sensibilité au rendement des fruits et des légumes frais. On suggère aux plus petits producteurs d'éliminer l'utilisation des filets et des poches de jute pour réduire les risques de contamination croisée et les coûts qui en découlent. On souhaite une meilleure uniformité de la qualité et du calibrage au Québec, en particulier pour la fraise, la tomate des champs, le brocoli et le chou-fleur. De même, la durée de conservation est inférieure dans le cas de plusieurs fruits et de plusieurs légumes cultivés au Québec : les petits fruits, le cantaloup, la laitue, le brocoli, la tomate et les oignons.

L'offre d'un produit d'une propreté comparable à celui de l'extérieur et l'élimination complète de certains emballages (filets, poches de jute) sont donc des avenues susceptibles d'améliorer la préférence pour le produit frais du Québec en saison.

Plusieurs initiatives en faveur des fruits et des légumes frais du Québec suscitent un intérêt et fournissent autant de pistes d'actions à envisager :

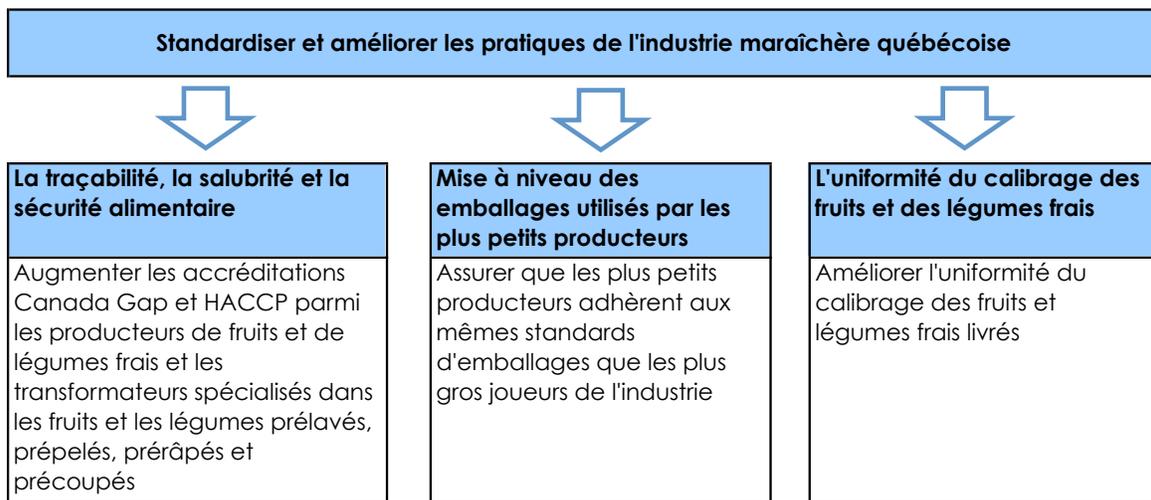
- Standardiser et améliorer les pratiques de l'industrie maraîchère québécoise; mettre en place la traçabilité
- Favoriser la mise en place de chaînes de valeur entre producteurs – distributeurs – utilisateurs, incluant le regroupement de volumes disponibles lorsque requis ;
- Proposer un accompagnement aux producteurs québécois pour ouvrir un accès aux marchés des chaînes de restaurants américaines présentes au Québec ;
- Diffuser les noms des producteurs et les volumes de fruits et de légumes disponibles en saison auprès des acheteurs des secteurs du HRI ;
- Produire un manuel de référence sur les fruits et les légumes frais cultivés au Québec et le rendre accessible auprès des écoles et du secteur des HRI ;
- Développer un manuel de référence de recettes illustrées pour différentes catégories de restaurants et de cuisines.
- Doter la filière des fruits et des légumes frais du Québec d'un agent de promotion dans le but spécifique de développer le marché des HRI ;
- Augmenter l'offre de fruits et de légumes non traditionnels, en particulier au niveau des mini-légumes ;
- Augmenter l'offre de légumes valorisés et prêts-à-l'emploi.

## 10- RECOMMANDATIONS

La présente étude a mis en relief différents chantiers sur lesquels l'industrie des fruits et des légumes frais peut intervenir pour améliorer le positionnement du produit québécois. Les schémas 6 à 8 précisent les chantiers qui concernent l'ensemble des HRI.

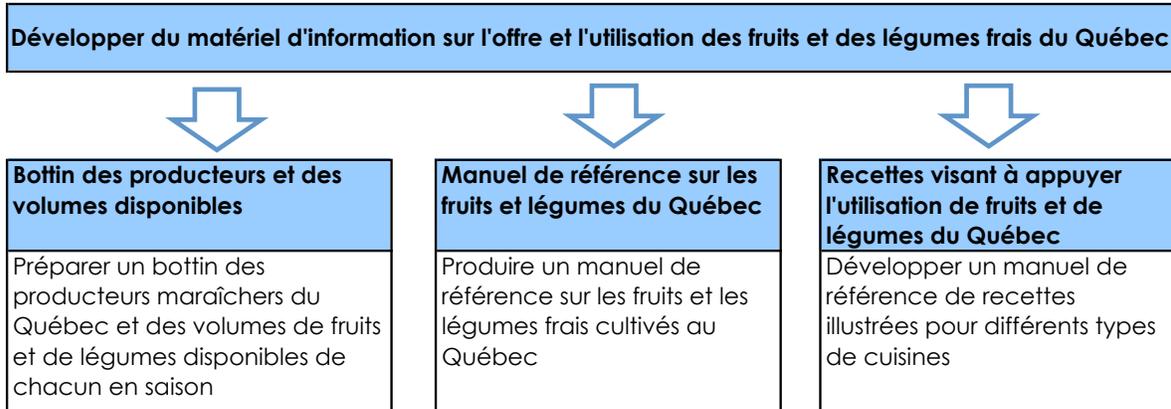
### **Les chantiers ayant un impact sur l'ensemble des marchés HRI**

Schéma 6- Les chantiers relatifs à la standardisation et à l'amélioration des pratiques de l'industrie maraîchère québécoise



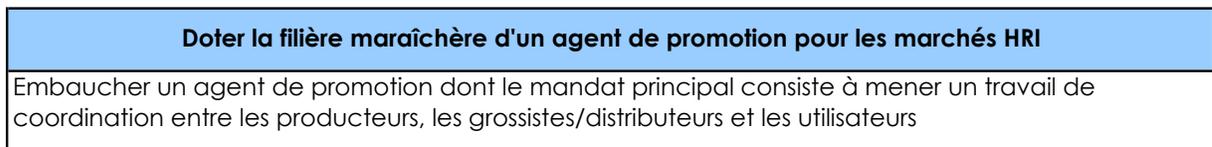
MARCON recommande de mettre en place trois chantiers reliés à la standardisation et à l'amélioration des pratiques de l'industrie maraîchère québécoise : 1) augmenter les accréditations Canada Gap et HACCP, promouvoir une meilleure uniformité des pratiques concernant les emballages utilisés, peu importe la taille des entreprises et amener à améliorer l'uniformité du calibrage des fruits et des légumes frais. Ces chantiers visent à minimiser les risques et à augmenter le rendement vis-à-vis du produit du Québec.

Schéma 7- Les chantiers relatifs au matériel d'information sur l'offre et l'utilisation des fruits et des légumes frais du Québec



On recommande de développer différents documents en versions imprimée et électronique et de les mettre à jour périodiquement : 1) bottins des producteurs et de leurs volumes de production de fruits et de légumes disponibles, 2) manuel de référence sur les fruits et les légumes du Québec<sup>20</sup> et 3) recettes adaptées aux différentes catégories d'utilisateurs visant à appuyer l'emploi de fruits et de légumes frais du Québec.

Schéma 8- Le chantier relatif à la coordination des marchés des HRI



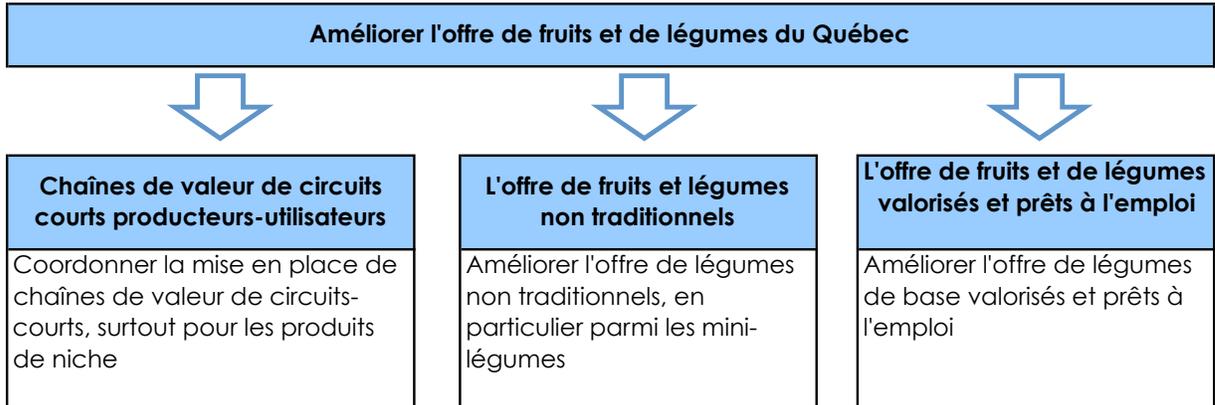
L'industrie maraîchère québécoise bénéficierait d'une meilleure coordination avec les différents intervenants des HRI. On recommande la création d'un poste d'agent de promotion chargé de mener un travail de terrain en faveur des fruits et des légumes du Québec. Son rôle devrait comprendre un rôle de diffusion et de dissémination du matériel d'information sur l'offre de fruits et de légumes du Québec.

Cette ressource serait aussi pertinente pour venir en appui aux chantiers présentés ci-après.

<sup>20</sup> À cet effet, prendre note qu'Emploi Québec a publié en 2007 un « Guide des fruits et des légumes du Québec », lequel s'attardait à l'ensemble des fruits et légumes disponibles au Québec. Cet ouvrage pourrait constituer une base de départ pour ce chantier.

**Les chantiers ayant un impact ciblé sur certains marchés HRI**

Schéma 9- Les chantiers relatifs à l'amélioration de l'offre et de la distribution de fruits et de légumes du Québec



MARCON recommande que le futur agent de communication soit impliqué dans la mise en place de chaînes de valeur de circuits courts, du producteur à l'utilisateur.

On propose aussi un travail de terrain pour anticiper les besoins émergents en fruits et légumes non traditionnels, en produits valorisés et prêts-à-l'emploi, où l'industrie bénéficierait d'un meilleur arrimage entre les utilisateurs, les producteurs et les transformateurs.

**ANNEXE 1 – Détail des proportions d'achat de fruits  
et légumes frais, par catégorie d'entreprises**

Tableau 5- Les achats des légumes feuillus frais du Québec dans le HRI

LÉGUMES FEUILLUS FRAIS	La proportion des achats de produits cultivés au Québec		
	Minimum	Maximum	Pour la majorité des entreprises
<b>Laitues</b>			
Restaurants à nappes blanches	20%	90%	75%
Traiteurs	17%	100%	40% à 50%
Chaînes de restaurants	0%	75%	25% à 35%
Grossistes et distributeurs	15%	42%	24 % à 30 %
Restaurants familiaux indépendants	0%	100%	10% à 40%
Restaurants hôteliers	20%	40%	20%

Tableau 6- Les achats des légumes racines frais du Québec dans le HRI

LÉGUMES RACINES FRAIS	La proportion des achats de produits cultivés au Québec		
	Minimum	Maximum	Pour la majorité des entreprises
<b>Carottes</b>			
Restaurants familiaux indépendants	15%	100%	100%
Grossistes et distributeurs	25%	95%	80 % à 95 %
Restaurants à nappes blanches	35%	90%	75%
Traiteurs	40%	100%	50% à 85%
Chaînes de restaurants	30%	100%	50% à 75%
Restaurants hôteliers	30%	100%	50% à 55%
<b>Oignons</b>			
Traiteurs	25%	100%	50% à 100%
Restaurants familiaux indépendants	35%	100%	50% à 100%
Restaurants à nappes blanches	50%	90%	75%
Grossistes et distributeurs	10%	95%	40% à 50%
Restaurants hôteliers	30%	80%	30% à 60%
Chaînes de restaurants	0%	100%	30% à 50%

Tableau 7- Les achats des légumes crucifères frais du Québec dans le HRI

LÉGUMES CRUCIFÈRES FRAIS	La proportion des achats de produits cultivés au Québec		
	Minimum	Maximum	Pour la majorité des entreprises
<b>Brocoli</b>			
Restaurants à nappes blanches	10%	90%	75%
Traiteurs	10%	50%	45% à 50%
Chaînes de restaurants	25%	70%	40%
Restaurants familiaux indépendants	15%	100%	25% à 40%
Grossistes et distributeurs	15%	60%	33%
Restaurants hôteliers	25%	50%	25% à 30 %
<b>Choux</b>			
Restaurants à nappes blanches	90%	100%	90% à 100%
Grossistes et distributeurs	20%	100%	80% à 100%
Restaurants hôteliers	30%	100%	50% à 100%
Traiteurs	8%	100%	50% à 100%
Restaurants familiaux indépendants	15%	100%	15% à 40%
Chaînes de restaurants	25%	100%	25% à 30%

Tableau 8- Les achats des petits fruits frais du Québec dans le HRI

PETITS FRUITS FRAIS	La proportion des achats de produits cultivés au Québec		
	Minimum	Maximum	Pour la majorité des entreprises
<b>Bleuets</b>			
Restaurants familiaux indépendants	25%	100%	100%
Traiteurs	0%	100%	40% à 50%
Restaurants à nappes blanches	10%	100%	45%
Restaurants hôteliers	20%	50%	20% à 30%
Grossistes et distributeurs	5%	20%	5% à 10%
Chaînes de restaurants	0%	40%	0%
<b>Canneberges</b>			
Restaurants à nappes blanches	100%	100%	100%
Restaurants familiaux indépendants	25%	100%	100%
Traiteurs	42%	100%	95% à 100%
Restaurants hôteliers	20%	50%	20% à 50%
Grossistes et distributeurs	4%	50%	4% à 8%
Chaînes de restaurants	Aucun achat de canneberges fraîches		
<b>Framboises</b>			
Traiteurs	1%	100%	35% à 50%
Restaurants à nappes blanches	10%	100%	45%
Restaurants hôteliers	20%	35%	20% à 35%
Restaurants familiaux indépendants	0%	100%	25%
Grossistes et distributeurs	10%	30%	10% à 15%
Chaînes de restaurants	5%	40%	
<b>Fraises</b>			
Restaurants à nappes blanches	15%	100%	45%
Traiteurs	1%	100%	18% à 50%
Restaurants familiaux indépendants	0%	100%	25% à 35%
Restaurants hôteliers	20%	50%	20% à 30%
Grossistes et distributeurs	15%	30%	15% à 20%
Chaînes de restaurants	5%	40%	5%

Tableau 9- Les achats de légumes-fruits frais du Québec dans le HRI

LÉGUMES-FRUIITS	La proportion des achats de produits cultivés au Québec		
	Minimum	Maximum	Pour la majorité
<b>Concombres</b>			
Restaurants à nappes blanches	10%	90%	75%
Traiteurs	15%	95%	40% à 50%
Restaurants hôteliers	25%	50%	25% à 35%
Restaurants familiaux indépendants	15%	100%	25% à 35%
Grossistes et distributeurs	0%	30%	2% à 20 %
Chaînes de restaurants	5%	15%	10% à 15%
<b>Poivrons</b>			
Restaurants à nappes blanches	10%	90%	75%
Traiteurs	10%	60%	40% à 50%
Restaurants hôteliers	25%	40%	25% à 30%
Grossistes et distributeurs	10%	30%	25%
Restaurants familiaux indépendants	0%	100%	15% à 20%
Chaînes de restaurants	0%	30%	0%
<b>Tomates</b>			
Restaurants à nappes blanches	20%	90%	75%
Traiteurs	15%	100%	30% à 75%
Restaurants familiaux indépendants	0%	100%	40% à 65%
Restaurants hôteliers	30%	100%	30%
Grossistes et distributeurs	0%	25%	10% à 15%
Chaînes de restaurants	0%	100%	1% à 30%

Tableau 10- Les achats des autres fruits frais du Québec dans le HRI

AUTRES FRUITS FRAIS	La proportion des achats de produits cultivés au Québec		
	Minimum	Maximum	Pour la majorité des entreprises
<b>Pommes</b>			
Chaînes de restaurants	100%	100%	100%
Restaurants familiaux indépendants	0%	100%	100%
Traiteurs	0%	100%	100%
Restaurants à nappes blanches	30%	100%	50% à 100%
Restaurants hôteliers	30%	100%	30% à 50%
Grossistes et distributeurs	5%	90%	20% à 30%

**ANNEXE 2 –  
Détails de l'évaluation de la performance  
des fruits et des légumes frais du Québec**

Schéma 10- La disponibilité du produit frais à l'année, Québec versus autres provenances

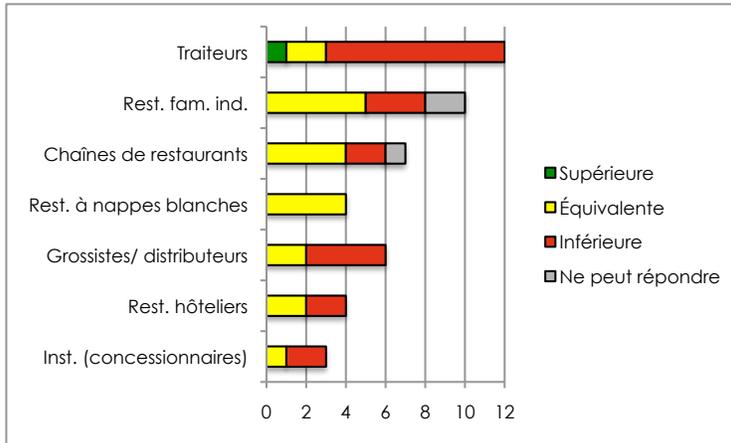


Schéma 11- La disponibilité du produit biologique frais, Québec versus autres provenances

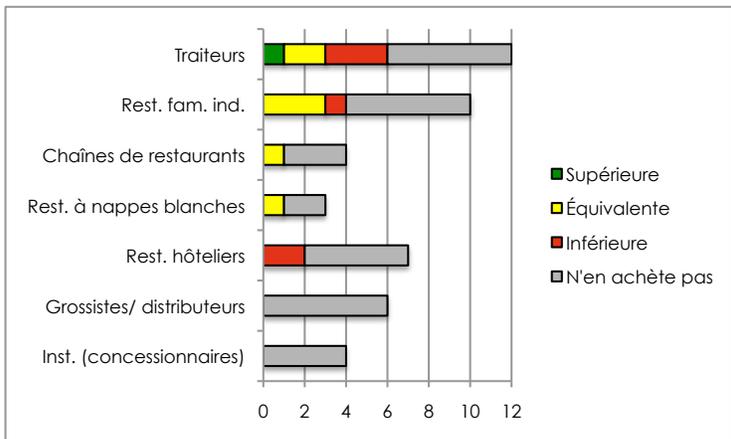


Schéma 12- La durée de conservation du produit frais, Québec versus autres provenances

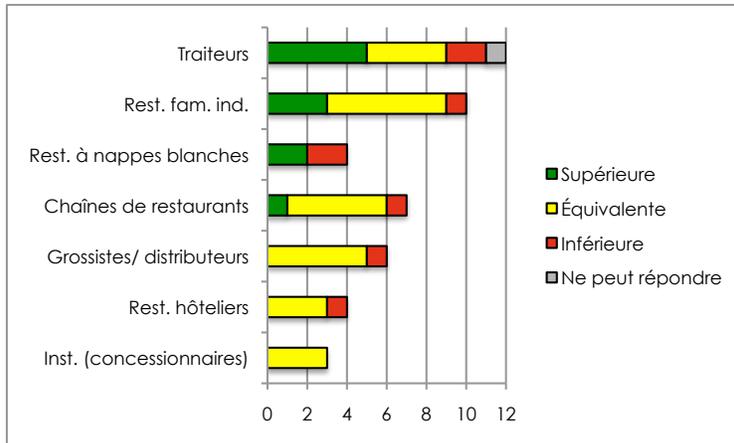


Schéma 13- Le goût des fruits et des légumes frais, Québec versus autres provenances

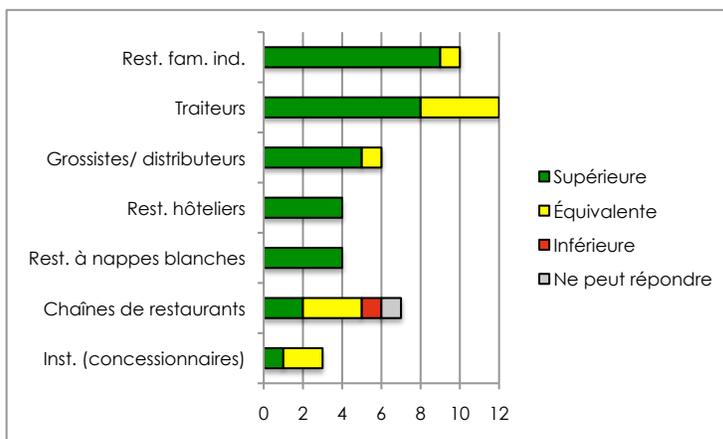


Schéma 14- Les types et formats d'emballages, Québec versus autres provenances

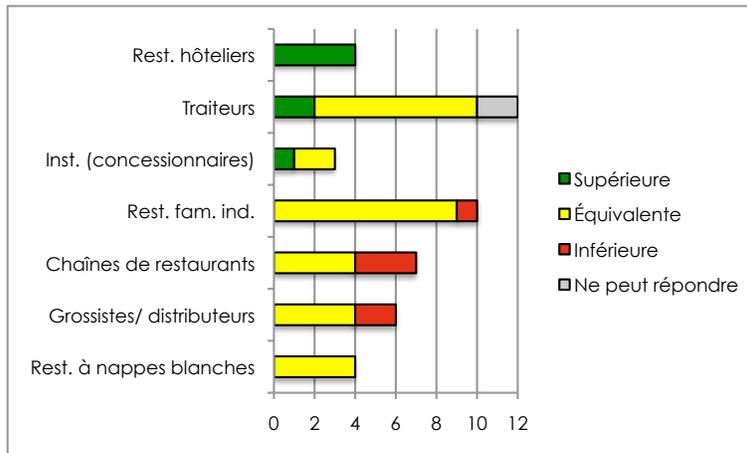


Schéma 15- La qualité des fruits et des légumes, Québec versus autres provenances

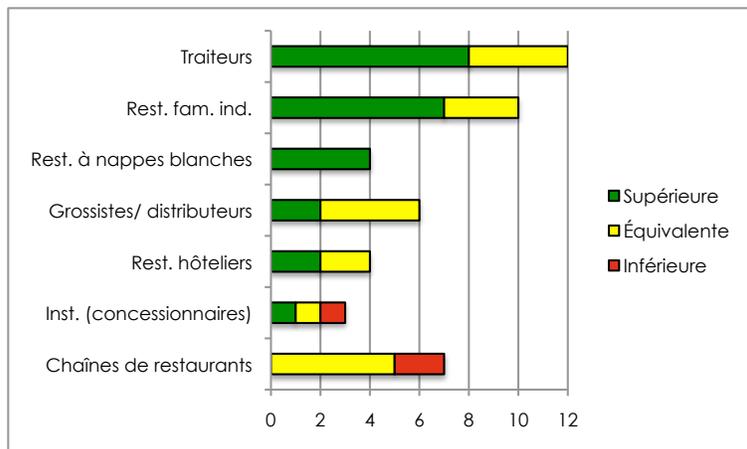


Schéma 16- L'uniformité de la qualité, Québec versus autres provenances

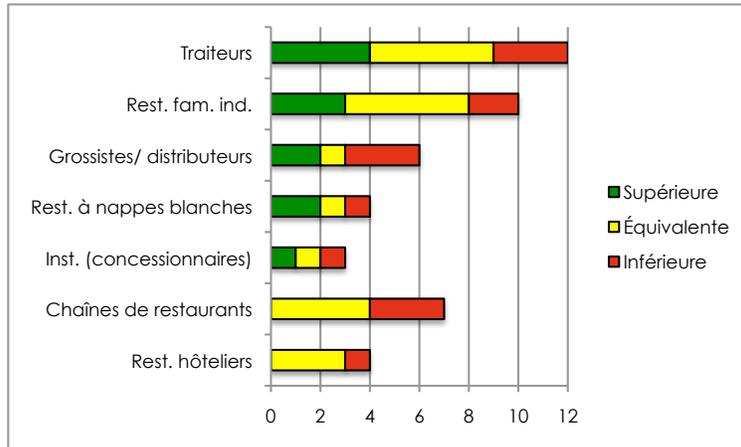


Schéma 17- Les prix, Québec versus autres provenances

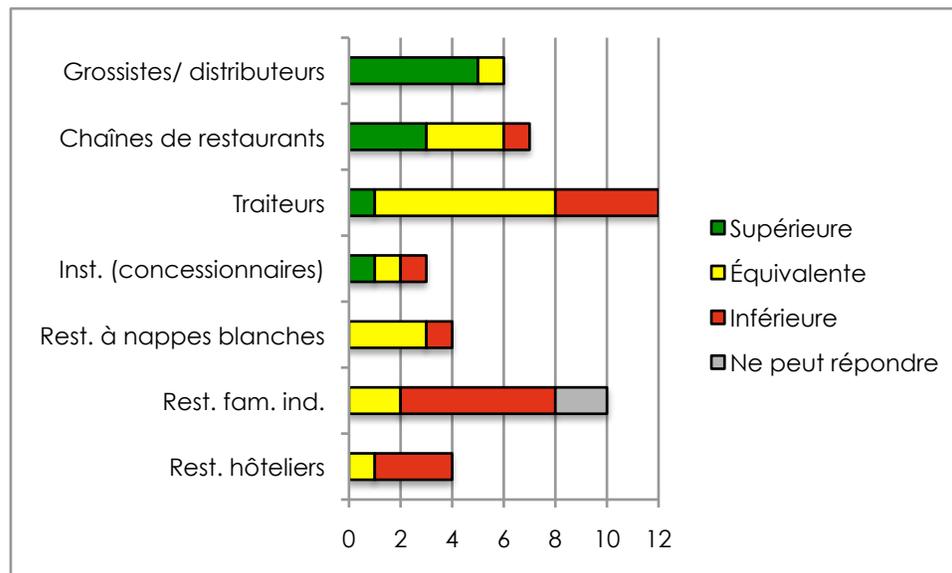


Schéma 18- La fraîcheur des fruits et des légumes, Québec versus autres provenances

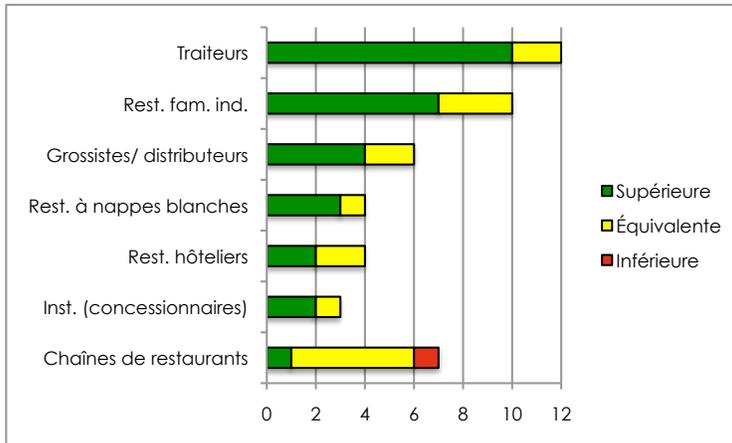


Schéma 19- L'uniformité de la grosseur, Québec versus autres provenances

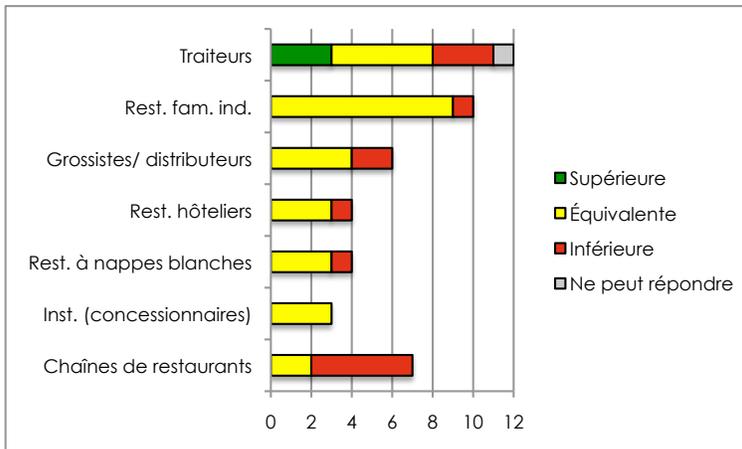


Schéma 20- La sécurité et l'innocuité alimentaire, Québec versus autres provenances

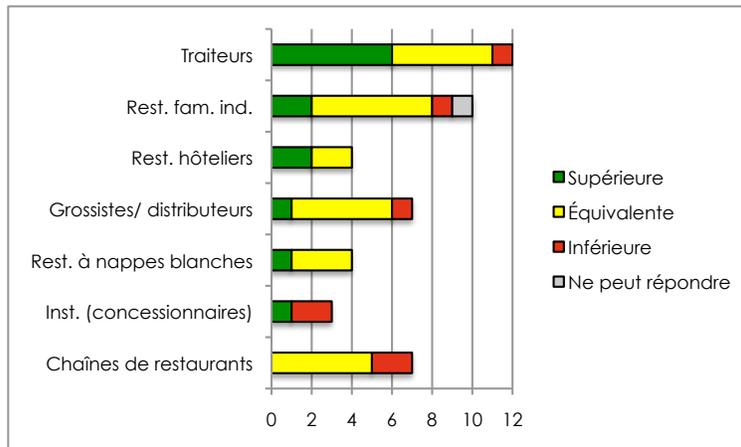


Schéma 21- Le mûrissement, Québec versus autres provenances

