



Le secteur bioalimentaire québécois à l'horizon 2025

Ambitions et cibles - État d'avancement

NOTRE VISION

Alimenter notre monde avec... un secteur bioalimentaire prospère, durable, ancré sur le territoire et engagé dans l'amélioration de la santé des Québécoises et des Québécois

COMMENT PROGRESSONS-NOUS ?

Notre destination

2 AMBITIONS

Maintenir un haut niveau de **confiance des consommateurs**

Développer un secteur bioalimentaire **prospère et durable**

7 CIBLES

- Investir 15 G\$
- Accroître de 6 G\$ les exportations
- Ajouter 10 G\$ de contenu québécois
- Doubler la superficie en production biologique
- Augmenter de 52 % à 70 % les volumes de produits aquatiques écocertifiés
- Augmenter l'implantation de pratiques responsables
- Améliorer la valeur nutritive des aliments transformés

QUELS SONT LES MOYENS ET LES ENGAGEMENTS DES PARTENAIRES ?

Notre plan de match

Orientation 1 – Une offre de produits répondant aux besoins des consommateurs

Orientation 2 – Des entreprises prospères, durables et innovantes

Orientation 3 – Des entreprises attractives et responsables

Orientation 4 – Des territoires dynamiques contribuant à la prospérité du bioalimentaire

COMMENT BIEN TRAVAILLER ENSEMBLE ?

Notre mise en œuvre

Démarche de coconstruction

Conditions de succès pour la suite

Prochaines étapes 2019-2020

DESTINATION 2025

Principes : Inclusive, Dialogue permanent, Responsabilité partagée, Plurielle, Innovante, Entrepreneuriale, Renouvelable, Mesurable

AMBITIONS

Maintenir un haut niveau de confiance des consommateurs

- Confiance influencée par les caractéristiques des consommateurs, leurs sources d'information, leurs valeurs, leurs préoccupations, etc.
- Baromètre de la confiance réalisé par des chercheurs du Centre interuniversitaire de recherche en analyse des organisations (CIRANO).
- Mesuré par un sondage auprès des Québécois en 2019, 2021, 2023 et 2025.
- 2019 : Niveau de confiance :
 - ➔ 71 % considèrent que les entreprises alimentaires québécoises améliorent en continu leurs façons de faire et leurs pratiques pour répondre aux demandes des consommateurs.
 - ➔ 70 % ont plus confiance dans les aliments du Québec que dans les aliments importés.
 - ➔ 91 % considèrent sécuritaire de consommer des aliments cultivés ou produits au Québec.

Développer un secteur bioalimentaire prospère et durable

- Prospérité et durabilité influencées par les consommateurs et les marchés, les ententes de commerce, le taux de change, la main-d'œuvre, etc.
- Indicateurs économiques du secteur bioalimentaire (2018) :
 - ➔ PIB (+ 1,7 %)
 - ➔ Emplois (+ 9 300)
 - ➔ Demande alimentaire (+ 4,4 %)
 - ➔ Livraisons (+ 3,2 %)
 - ➔ Recettes monétaires agricoles du marché (- 0,5 %)
- Un mandat a été donné à des chercheurs de l'Université Laval pour proposer un cadre d'évaluation de la durabilité adapté au secteur bioalimentaire québécois.

7 CIBLES

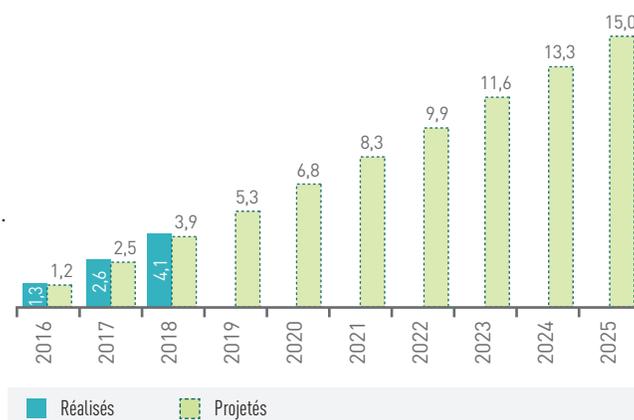
CIBLE 1 : INVESTIR 15 G\$ EN PRODUCTION AGRICOLE, EN PRODUCTION AQUACOLE, DANS LES PÊCHES ET EN TRANSFORMATION ENTRE 2016 ET 2025 (+ 3 G\$ par rapport à la période 2006-2015)

➔ La cible progresse bien.

Les investissements cumulatifs ont totalisé 4,1 G\$ en 2018, soit une augmentation de 26 % par rapport à la somme des trois années précédentes.

- Cette croissance s'observe autant en production qu'en transformation.
- Les investissements dans la production agricole égalent les plus hauts niveaux des 10 dernières années (734 M\$).
- En transformation bioalimentaire, les investissements des trois dernières années ont été de 616 M\$ en moyenne.

ÉVOLUTION DES INVESTISSEMENTS CUMULÉS DE 2016 À 2025, EN MILLIARDS DE \$



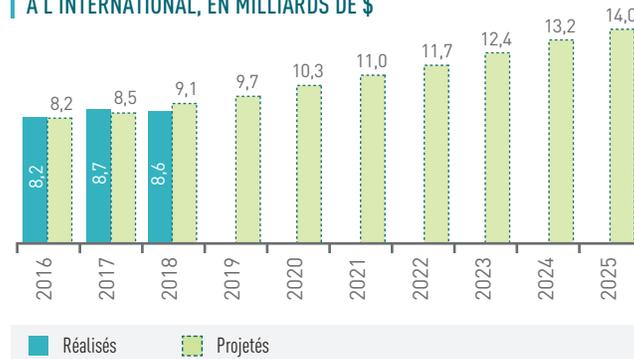
CIBLE 2 : ACCROÎTRE DE 6 G\$ LES EXPORTATIONS BIOALIMENTAIRES INTERNATIONALES DU QUÉBEC (pour les porter à 14 G\$ d'ici 2025)

➔ La cible est à surveiller.

Les exportations ont diminué de 2 % en 2018 pour atteindre 8,6 G\$.

- Le contexte des relations commerciales, notamment entre les États-Unis et la Chine, et les conditions difficiles de marchés pour certains secteurs (ex. : porc) expliquent ce résultat.
- Les perspectives économiques demeurent toutefois bonnes, avec un dollar canadien avantageux et une croissance soutenue aux États-Unis, notre principal client.

VALEURS DES EXPORTATIONS BIOALIMENTAIRES QUÉBÉCOISES À L'INTERNATIONAL, EN MILLIARDS DE \$



CONTENU QUÉBÉCOIS DANS LA DEMANDE ALIMENTAIRE AU QUÉBEC, DE 2016 À 2025, EN MILLIARDS DE \$



CIBLE 3 : AJOUTER 10 G\$ DE CONTENU QUÉBÉCOIS DANS LES PRODUITS BIOALIMENTAIRES ACHETÉS AU QUÉBEC (passant de 24 G\$ à 34 G\$ en 2025)

→ La cible progresse bien.

Le contenu québécois a progressé pour atteindre 27,9 G\$ en 2018, par rapport à une demande alimentaire de 48,9 G\$.

- Les bonnes conditions économiques du Québec (ex. : bas taux de chômage, croissance des salaires et du tourisme) expliquent cette croissance.
- Cette croissance s'est manifestée par plus de valeur ajoutée, notamment dans le secteur tertiaire (ex. : restauration).

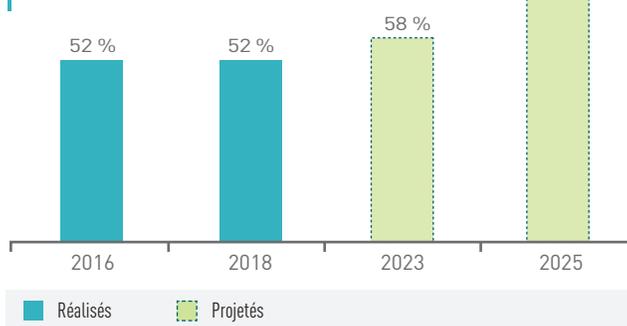
CIBLE 4 : DOUBLER LA SUPERFICIE EN PRODUCTION BIOLOGIQUE (passer de 49 000 ha à 98 000 ha en 2025)

→ La cible progresse plus rapidement que prévu.

Les superficies biologiques en culture et en pâturage (sans compter les érablières) ont atteint 84 057 ha en 2018.

- La cible de 98 000 ha pourrait être atteinte avant 2025.
- Superficies en précertification : 15 000 ha (en date du 15 mai 2019)

PART DES VOLUMES DE PRODUITS AQUATIQUES QUÉBÉCOIS ÉCOCERTIFIÉS



CIBLE 5 : AUGMENTER DE 52 % À 70 % EN 2025 LA PART DES VOLUMES DE PRODUITS AQUATIQUES QUÉBÉCOIS ÉCOCERTIFIÉS

→ La cible est à surveiller.

Depuis 2016, le pourcentage des volumes de produits aquatiques écocertifiés est resté stable.

- Une surveillance est en vigueur pour les secteurs de pêches touchés par les baleines noires.
- De nouvelles espèces écocertifiées sont prévues : le crabe des neiges de la Côte-Nord et le flétan du Groenland.

CIBLE 6 : AUGMENTER LA PART DES ENTREPRISES AGRICOLES ET DE TRANSFORMATION ALIMENTAIRE AYANT IMPLANTÉ DES PRATIQUES D'AFFAIRES RESPONSABLES

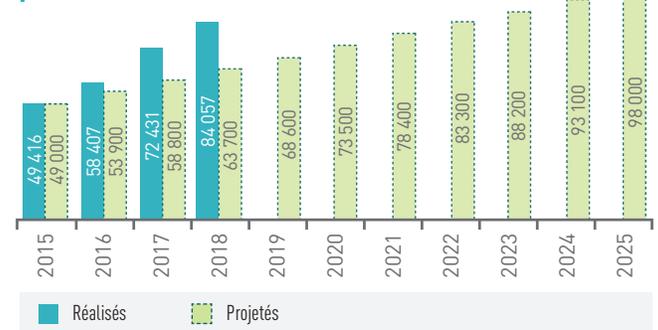
→ La cible est en construction.

Les pratiques d'affaires responsables correspondent aux pratiques utilisées par les entreprises qui s'inscrivent dans un processus d'amélioration continu en matière économique, environnementale, sociale et de bonne gouvernance.

- Un sondage a été réalisé entre le 11 avril et le 13 mai 2019 auprès de 450 entreprises agricoles et de 400 entreprises de transformation alimentaire.
 - 40 questions couvrant 9 domaines* : 20 pratiques d'affaires responsables seront analysées.
 - La démarche est suivie par un comité consultatif composé d'experts.
 - Les résultats seront rendus disponibles à l'automne 2019.
- Cible 2025 : à établir en 2020.
- Fréquence prévue : 2021 et 2024.

* Rentabilité économique; investissement; approvisionnement et matières résiduelles; sols, engrais et pesticides; gestion de l'eau et énergie; santé et bien-être des animaux; ressources humaines; implication sociale et planification globale et stratégique.

ÉVOLUTION DES SUPERFICIES EN PRODUCTION BIOLOGIQUE AU QUÉBEC, EN HECTARES (HA)



CIBLE 7 : AMÉLIORER LA VALEUR NUTRITIVE DES ALIMENTS TRANSFORMÉS AU QUÉBEC

➔ La cible est en construction.

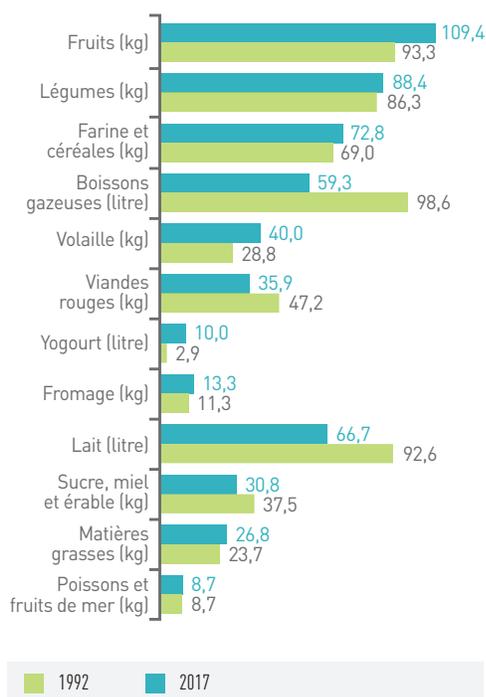
Deux outils sont mis en place pour mesurer et suivre dans le temps :

1. La composition de l'assiette des consommateurs québécois.
2. La valeur nutritive (sucre, sel, gras saturés, fibres) des produits transformés offerts au Québec largement consommés et possédant un potentiel d'amélioration de leur valeur nutritive, sans affecter l'innocuité.
 - Résultats partiels pour cinq catégories : céréales à déjeuner, viandes tranchées, pains tranchés, soupes prêtes à servir et barres granola.
 - Neuf autres catégories mesurées d'ici avril 2020.
 - Mesurée par l'Observatoire de la qualité de l'offre alimentaire – Institut sur la nutrition et les aliments fonctionnels (INAF).

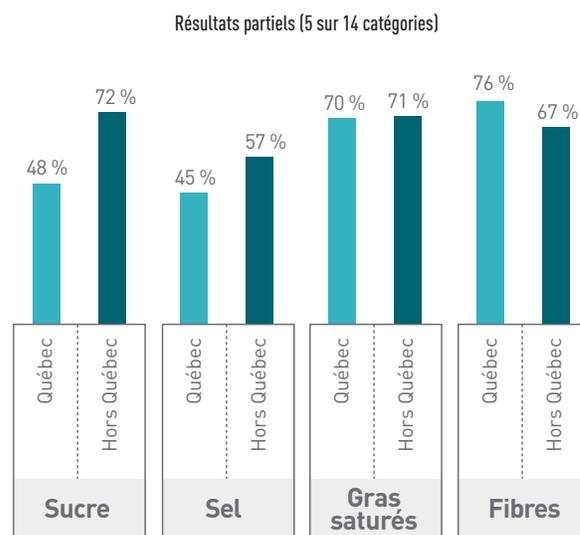
Cible 2025 : à établir en 2020.

Fréquence prévue : situation en 2021 mesurée en 2023-2024.

1. COMPOSITION DE L'ASSIETTE DES CONSOMMATEURS EN 1992 ET 2017 (EN VOLUME/CAPITA)



2. PERFORMANCE NUTRITIONNELLE COMPARÉE DES PRODUITS TRANSFORMÉS DU QUÉBEC ET HORS QUÉBEC (2017) (PART DES PRODUITS RESPECTANT LE SEUIL DE 15 % DE LA VALEUR QUOTIDIENNE)



QU'EN PENSEZ-VOUS ?

1 Comment réagissez-vous aux résultats mesurés par le Baromètre sur la confiance des consommateurs ?
(échelle de 0 à 5, 0 signifiant préoccupé et 5, confiant)

2 Nommez deux cibles parmi les sept auxquelles nous devrions consacrer plus d'efforts ?
(choix de 2 cibles sur 7)
