

Plans conjoints de mise en marché

Le plan conjoint de mise en marché : son essence

Le plan conjoint est essentiellement un outil à la disposition des producteurs agricoles et des pêcheurs; il leur donne la possibilité de négocier collectivement toutes les conditions de mise en marché de leur produit ou de leur pêche et d'en régler les modalités. Mécanisme d'action collective, un plan conjoint modifie les rapports de force entre les partenaires du secteur agroalimentaire.

Les buts d'un plan conjoint

Fondamentalement, le plan conjoint est un moyen d'améliorer les conditions de mise en marché; il permet de mieux répartir les revenus tirés de la vente des produits agricoles et de la pêche, de simplifier les mécanismes d'approvisionnement des transformateurs et de structurer l'offre de produit qu'il vise.

Formule souple, un plan peut être adapté tant aux caractéristiques du produit visé qu'aux besoins des intervenants. Il permet aux producteurs agricoles ou aux pêcheurs de s'intéresser à toutes les étapes de la mise en marché ou à une seule selon les besoins et les circonstances.

La mise en place d'un plan conjoint

Comme il s'agit d'un mécanisme à la disposition des producteurs agricoles et des pêcheurs, eux seuls peuvent prendre l'initiative de sa formation et décider de sa mise en place. Au moins dix producteurs agricoles ou pêcheurs spécialisés ou une association ou coopérative qui les regroupe, peuvent préparer une requête et un projet de plan qu'ils présentent à la Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec.

La demande et le projet doivent indiquer l'identité des demandeurs, la composition de l'office ou la désignation de l'organisme qui sera chargé de l'administration du plan, les objectifs poursuivis, les moyens de les réaliser, la catégorie de producteurs agricoles ou de pêcheurs et le produit visé par le plan proposé, le mode de financement des dépenses administratives que son application occasionnera et, s'il y a lieu, les pouvoirs prévus à la loi que les requérants ne veulent pas exercer.

Si la Régie accepte la demande, elle soumet au référendum des producteurs agricoles ou des pêcheurs visés le projet de plan tel qu'il a été proposé ou avec les modifications qu'elle juge à propos d'y apporter.

Le plan sera approuvé par le vote positif des deux tiers des votants dans le secteur agricole ou de la moitié dans le secteur des pêches; dans ce secteur, cependant, le poids des débarquements de ceux qui acceptent le projet de plan doit représenter plus de la moitié des débarquements de tous les pêcheurs visés. Dans tous les cas, pour qu'il y ait approbation d'un plan, la moitié des producteurs ou des pêcheurs visés par le projet de plan devront avoir voté.

La Régie peut, lorsque les requérants le demandent expressément ou qu'elle le juge à propos compte tenu des circonstances particulières, soumettre des recommandations au gouvernement afin qu'il décrète la mise en place d'un plan conjoint sans la tenue d'un référendum.

Les personnes et les produits visés par un plan

Le plan doit viser un produit déterminé : dans le secteur agricole, il peut ne provenir que d'un territoire précis ou n'être destiné qu'à un acheteur ou une fin déterminée alors que, dans le secteur des pêches, il peut provenir d'un lieu de débarquement bien identifié, être récolté selon une méthode déterminée ou être destiné à une fin ou à un acheteur spécifié.

Dès son entrée en vigueur, le plan touche toute la production indiquée et tous les producteurs agricoles ou tous les pêcheurs visés par le plan, qu'ils se soient prononcés ou non lors du référendum organisé par la Régie.

L'effet de l'entrée en vigueur d'un plan

Dès l'entrée en vigueur d'un plan conjoint, toute personne engagée dans la mise en marché du produit visé doit, à la demande de l'organisme qui l'administre, en négocier les conditions et les modalités de production. Cette négociation peut viser toutes les étapes de la mise en marché de ce produit. Les conditions de mise en marché négociées s'appliquent tant au produit identifié au plan qu'à tous les producteurs agricoles ou pêcheurs visés par le plan et aux acheteurs ou regroupements d'acheteurs ayant conclu ces ententes.

L'administration du plan

Le plan conjoint est administré, au choix des requérants, par un office créé lors de la formation du plan ou par un organisme qui y est désigné pour agir à titre d'office. Celui-ci peut être un syndicat composé exclusivement de producteurs du produit agricole visé, une fédération de tels syndicats professionnels ou une coopérative agricole ayant pour seul objet la mise en marché du produit visé.

Si le plan est administré par un office, celui-ci prend naissance dès l'entrée en vigueur du plan; l'identité des premiers administrateurs y est d'ailleurs indiquée. Dans tous les cas, seules des personnes visées par le plan peuvent faire partie du conseil d'administration et peuvent voter à l'élection des administrateurs qui se tiendra lors des assemblées générales subséquentes.

Par ailleurs, les coûts relatifs à l'application du plan et son administration sont défrayés par des contributions obligatoires perçues de tous les producteurs ou pêcheurs visés. Le montant de ces contributions est d'abord indiqué au plan et peut par la suite être modifié au besoin par les producteurs agricoles ou les pêcheurs réunis en assemblée générale convoquée à cette fin.

Les producteurs agricoles ou les pêcheurs réunis en assemblée générale élisent les administrateurs, adoptent le rapport annuel des activités de l'office, approuvent les états financiers de l'année écoulée, nomment un vérificateur pour l'exercice financier en cours et se prononcent sur toute modification aux contributions. De son côté, le conseil d'administration est responsable devant l'assemblée générale de la gestion quotidienne de l'administration du plan, du résultat des négociations des conditions de mise en marché du produit visé et de l'application des règlements.

Le plan et les règlements

L'organisme qui administre le plan conjoint peut prendre diverses mesures réglementaires pour encadrer l'administration du plan et la mise en marché du produit qu'il vise : équilibre de l'offre par rapport à la demande, mise en vente en commun, modalités de paiement du prix de vente, répartition des frais de transport et de mise en marché, déclaration du volume mis en marché, etc. Qu'ils relèvent de la compétence de l'assemblée générale ou du conseil d'administration, tous ces règlements doivent être approuvés par la Régie avant d'entrer en vigueur.

Les conventions de mise en marché

Toute personne engagée dans la mise en marché du produit visé par un plan doit, à la demande de l'organisme qui l'applique, en négocier les conditions et les modalités de production. Les ententes résultant de ces négociations doivent, pour être valides, être homologuées par la Régie. En cas d'échec des négociations, les parties peuvent demander à la Régie de désigner un conciliateur et, en cas d'échec, d'arbitrer le litige. La sentence arbitrale tient lieu de convention homologuée.

L'accréditation et le plan

Une association de personnes engagées dans la mise en marché du produit visé par un plan, peut demander à la Régie d'être accréditée pour représenter ces personnes dans le cadre de négociations des conditions de mise en marché du produit visé par le plan avec l'organisme qui l'administre.

Si la Régie la juge suffisamment représentative, cette association représente toutes les personnes visées par l'accréditation qui lui est accordée, qu'elles soient membres ou non de l'association. Les conventions conclues par l'association accréditée avec l'organisme qui administre le plan lient non seulement tous les producteurs agricoles ou les pêcheurs visés par le plan mais aussi toutes les personnes visées par l'accréditation.

Les chambres de coordination et de développement

Les organismes qui administrent un plan, les associations ou autres personnes intéressées à l'une ou l'autre des étapes de la mise en marché d'un produit agricole ou de la pêche peuvent

s'entendre pour demander à la Régie de former une chambre de coordination et de développement concernant la production ou la mise en marché de ce produit. Dès que la Régie autorise la formation d'une chambre, celle-ci peut prendre toute mesure pour promouvoir, améliorer, coordonner et développer la production et la mise en marché d'un produit agricole ou alimentaire.

La chambre peut constituer un forum utile et un moyen d'action efficace pour tout le secteur visé, contribuant ainsi non seulement au succès d'un plan conjoint mais aussi au dynamisme et au développement de toute une filière déterminée.

Le plan conjoint et les coopératives

Les principaux intéressés, producteurs agricoles ou pêcheurs, peuvent confier l'administration de leur plan conjoint à une coopérative et même utiliser les deux formules, plan conjoint et coopérative, pour la mise en marché d'un même produit. Ces deux instruments peuvent se compléter selon les besoins pour une plus grande efficacité.

La mise en place d'un plan conjoint ne doit d'ailleurs pas être interprétée comme un moyen de concurrencer l'organisation coopérative de la mise en marché des produits agricoles ou de la pêche. On doit profiter autant que possible du concours des coopératives dans l'établissement et l'administration des plans conjoints.

Les plans conjoints et la Régie

La Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec est un organisme gouvernemental de régulation économique.

Elle veille à la mise en place du plan conjoint, approuve les règlements pris par l'organisme qui administre le plan et par les producteurs ou les pêcheurs réunis en assemblée générale, surveille l'application du plan et des règlements, homologue les conventions intervenues entre l'organisme qui administre le plan et les personnes intéressées à la mise en marché et règle et arbitre les litiges qui surviennent dans le cadre de l'application de ces plans, d'un règlement ou d'une convention. Elle exerce son mandat en tenant compte de l'intérêt des consommateurs et de la protection de l'intérêt public.

Les plans conjoints et l'économie

Les pouvoirs exercés en vertu des plans conjoints sont très vastes; ils vont de la simple fourniture d'information sur l'état des marchés à la détermination des prix ou même à l'établissement de règles d'approvisionnement pour les usines de transformation. En 2000, les recettes monétaires agricoles obtenues par les producteurs, la valeur des livraisons aux usines de transformation des produits de la forêt privée et la valeur des débarquements de la pêche au Québec atteignaient près de 4,8 milliards de dollars pour les productions visées par un plan conjoint.

Avertissement : Le contenu de ce document est basé sur la [Loi sur la mise en marché des produits agricoles, alimentaires et de la pêche \(L.R.Q., c. M-35.1\)](#) mais n'en constitue pas une interprétation. Nous prions toute personne désireuse de connaître ses droits et obligations de prendre connaissance des dispositions législatives qui seules font autorité et, au besoin, de consulter un conseiller juridique.