



Le recrutement des producteurs : une des plus importantes préoccupations des gestionnaires de Marchés publics

Selon l'Étude sur la caractérisation des marchés publics du Québec réalisée en 2007, le **recrutement de producteurs** se retrouve en tête de liste des plus importantes préoccupations des gestionnaires de marchés publics. Une autre étude révèle que 8,8 %¹ des superficies en légumes produits au Québec sont destinées aux marchés publics. Sur 308 entreprises maraîchères rejointes, 60 de ces entreprises (20 %) ont indiqué que le marché public est leur principal canal de distribution. Malgré cette proportion non négligeable, « il commence vraiment à y avoir une pénurie de maraîchers disponibles pour tenir des éventaires »².

Cette problématique nuit à la fois aux producteurs (en les coupant d'une alternative rentable de commercialisation), aux gestionnaires de marchés publics (qui peinent à avoir et à maintenir un nombre suffisant de producteurs au sein de leur marché public) et aux consommateurs (qui n'ont pas tous accès à un marché public à proximité de leur domicile).

Considérant la pertinence des marchés publics et l'impact de la problématique associée au recrutement des producteurs, il nous apparaît impératif d'agir pour tenter de remédier à l'une des principales préoccupations des marchés publics, soit le manque de producteurs. Différentes mesures énergiques devront être prises pour appréhender cette problématique.

L'Association des Marchés publics du Québec en collaboration avec la Fédération des producteurs maraîchers du Québec travaille donc sur un projet de *Recrutement des producteurs : option marché public*. Ce projet est rendu possible grâce à la participation financière du Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ) dans le cadre du programme *Diversification et commercialisation des circuits courts en région – volet 3* et de *Transformation Alimentaire Québec* (TRANSAQ).

Ce projet d'envergure nationale concerne la commercialisation en circuit court, plus précisément en marché public. Il sera élaboré sur une période de ± 18 mois et se réalisera en trois volets :

- **Identifier des conditions gagnantes pour que les producteurs participent davantage à la commercialisation en marché public** : profil des producteurs, besoins des producteurs, besoins des marchés publics vis-à-vis les producteurs, enjeux, obstacles et bénéfices reliés à la commercialisation.
- **Améliorer les compétences des producteurs pour faciliter la commercialisation dans les marchés publics**

particulièrement pour les producteurs non initiés à cette activité : programme de jumelage, cahier d'accompagnement et conférences.

- **Identifier des actions stratégiques à mettre en œuvre au cours des trois prochaines années** : plan d'action triennal 2011-2013.

Au terme de ce projet, nous souhaitons qu'il y ait davantage de producteurs qui soient impliqués dans ce type de circuit court et qu'ils puissent profiter de ce moyen alternatif de mise en marché. Plus précisément, nous souhaitons améliorer les compétences des producteurs et des gestionnaires des marchés publics en matière de commercialisation en marché public. Également, nous souhaitons que les producteurs connaissent les bénéfices associés à la commercialisation dans les marchés publics et soient mieux outillés pour s'y impliquer. En favorisant le recrutement des producteurs pour les marchés publics, nous souhaitons ultimement :

- consolider les marchés publics existants et en développer de nouveaux;
- procurer aux producteurs un accès stable et durable aux marchés locaux et régionaux par l'intermédiaire des marchés publics.

Les marchés publics jouent un rôle important pour favoriser la rentabilité des fermes. En effet, les marchés publics offre une alternative pour la mise en marché des produits agricoles et agroalimentaires directement aux consommateurs. Ils abaissent la barrière à l'entrée de la distribution agroalimentaire pour les petites et moyennes entreprises agroalimentaires, les entreprises en démarrage, celles qui produisent de petits volumes, des produits nouveaux ou rares et qui ne trouvent pas de place dans les réseaux de distribution des grandes chaînes. Les marchés publics permettent de dégager une marge bénéficiaire plus élevée pour les petits producteurs.

Finalement, soulignons que les marchés publics offrent une vitrine idéale pour les municipalités et pour les producteurs en favorisant l'écoulement de produits québécois.

Vous êtes producteurs, vous êtes intéressés par ce projet soit pour participer au programme de jumelage, agir à titre de mentor, répondre au sondage et/ou autres, communiquer avec l'AMPQ au 418-998-5028 ou par courriel à solange.fullum@ampq.ca

¹ AGECO mai 2007. Portrait et priorités du secteur maraîcher québécois.

² Bérubé, Stéphanie. « En quête de producteurs ». La Presse. Édition du 4 juillet 2009. p.A9