



façon historique, économique, philosophique ou rationnelle. Nous pensons que la passion des gens impliqués dans les marchés publics est une dimension essentielle à la relance actuelle des marchés publics et à leur succès.

#### LES MARCHÉS PUBLICS, LÀ OÙ S'INFILTRENT LES PRODUITS DU TERROIR

« Acheter au marché un produit *dit de caractère, ou de terroir*, éveille certes des souvenirs d'enfance ou de vacances et ressuscite le charme de la campagne d'autrefois, à cette époque où ce qu'on mangeait venait de la ferme d'à côté ou du village voisin. En ce sens, acheter dans un marché des produits venant directement de nos fermes régionales permet de retrouver l'authenticité des produits de notre agriculture tout en exerçant de manière agréable et sympathique un véritable contrôle sur la qualité, la saveur, l'origine des produits alimentaires qu'on offre à sa famille ». Mme Diane Seguin, directrice générale des Marchés publics des Hautes-Laurentides (Val-David et Mont-Tremblant).

#### SEMAINE QUÉBÉCOISE DES MARCHÉS PUBLICS

L'Association des Marchés publics du Québec accompagne et soutient la promotion du réseau des marchés publics québécois. Pour une 2<sup>e</sup> année consécutive, et ce, toujours en collaboration avec la direction des communications de l'Union des producteurs agricoles, nous organisons un événement d'envergure susceptible de regrouper et promouvoir le réseau des marchés publics au Québec. Sous le thème « Faites

votre marché... public! » se tiendra du 21 au 29 août prochain, la Semaine québécoise des Marchés publics. Une semaine thématique se déroulant simultanément dans plusieurs marchés publics à travers le Québec qui vise d'abord et avant tout à mettre en valeur et à promouvoir les produits québécois ainsi qu'à valoriser le travail des producteurs agricoles et artisans d'ici.

Nous voulons, par cet événement, susciter l'intérêt du consommateur québécois et lui faire découvrir les nombreux avantages de faire son « Marché public » : fraîcheur, variété, achat de proximité, contact avec le producteur, etc. Les marchés participants offriront une pléiade d'activités très intéressantes de la démonstration culinaire à l'animation de mini-conférences, en passant par la dégustation et le tirage de panier-cadeau de délicieux produits du terroir. Il y en aura pour tous les goûts!

Pour le président de l'AMPQ, M. Vincent Gadbois, « La fraîcheur exceptionnelle et la très grande diversité des produits, dans un contexte d'échange direct entre les citoyens, les producteurs agricoles et les artisans transformateurs du Québec, prennent une dimension tout à fait exceptionnelle et propre aux marchés publics. La Semaine québécoise des Marchés publics est appelée à devenir un événement phare pour le réseau des marchés locaux et pour l'AMPQ dont le mandat consiste notamment à promouvoir l'esprit communautaire et convivial des marchés publics québécois ».

C'est donc un rendez-vous à ne pas manquer du 21 au 29 août prochain!!!



## Les marchés publics... bien plus qu'une place d'affaires

L'Association des Marchés publics du Québec (AMPQ) représente le réseau alternatif par excellence de commercialisation des produits agroalimentaires locaux et régionaux. Reconnu pour la fraîcheur et la spécificité de ses produits horticoles et de transformation artisanale, le marché permet un contact privilégié des clients avec les producteurs agricoles et artisans de l'agroalimentaire.

Les marchés publics regroupés forment une force de mise en marché importante pour bon nombre de petites et moyennes entreprises. Ils répondent à une demande de plus en plus grandissante de la population ainsi qu'aux préoccupations actuelles des consommateurs : fraîcheur, salubrité, innocuité, traçabilité, achat local et équitable et développement durable. Le marché public constitue un service de proximité apprécié. Il favorise un acte économique direct, il améliore la qualité de vie d'une population au rythme des saisons et il est un outil pour améliorer l'ap-

provisionnement alimentaire au niveau local.

L'AMPQ est porteuse de projets concrets aux retombées mesurables. En 2007, nous avons procédé en collaboration avec la Fédération des producteurs maraîchers du Québec à une « Étude sur la caractérisation des marchés publics au Québec ». Nous avons constaté que plus de 60 % des marchés publics ont moins de dix ans d'âge démontrant ainsi l'engouement des dernières années pour ceux-ci. On comptait soixante-cinq marchés publics en 2007, soixante-douze en 2008 et quatre-vingt-deux en 2009. Plusieurs projets sont en gestation pour 2010-2011 prouvant ainsi l'intérêt de la population pour ce service de proximité.

Devant cet engouement pour les marchés publics, la réalisation d'un « Guide pour le démarrage, le développement et la consolidation d'un marché public » devenait un incontournable. Cet outil indispensable réalisé en 2009, s'inscrit dans l'ensemble des efforts qui ont été

faits avant et après le rapport Pronovost.

Lors de la caractérisation, nous avons aussi constaté qu'une des grandes préoccupations des gestionnaires de marchés publics est le recrutement des producteurs. Nous travaillons toujours en collaboration avec la Fédération des producteurs maraîchers du Québec sur un projet qui concerne la commercialisation en circuit court, plus précisément en marché public; « Recrutement des producteurs : option marché public. » Il ne faut jamais oublier qu'à l'origine d'un bon produit, il y a un bon producteur. Pour un marché public, présenter de bons produits passe obligatoirement par le recrutement de producteurs locaux intéressés. Ils sont à la base de tout vrai marché public. Au terme de ce projet, nous souhaitons qu'il y ait davantage de producteurs qui soient impliqués dans les marchés publics et qui puissent profiter de ce moyen alternatif de mise en marché.

On peut tenter d'expliquer le phénomène des marchés publics de

pierre angulaire de son développement et qui permettra, je l'espère, l'établissement d'autres générations de Marcoux.

Ils sont plus qu'une place d'affaires, ils sont un lieu d'échange entre les citadins et les acteurs du monde rural. Ils permettent un transfert des connaissances vers une population qui est de moins en moins en contact avec le secteur agricole et qui est de plus en plus curieuse des techniques de production agricole. Les gens sont à la recherche de produits d'une grande fraîcheur et d'une qualité optimale, et ce, cultivés de façon la plus saine possible. Il est impératif pour le secteur agricole d'adopter des techniques qui respectent le plus l'environnement mais il est aussi important de bien expliquer aux consommateurs les efforts qui sont déployés afin d'y arriver. Ils permettent, à mon avis, de rétablir ce lien entre la population et les producteurs agricoles.

D'autre part, les MP sont une très belle alternative pour les circuits courts. Actuellement le réseau de distribution alimentaire mis en place par les grandes chaînes ne répond pas aux besoins des petites entreprises agricoles. Les MP sont pour ces types d'en-

treprises une alternative très intéressante. Ils permettent de réduire les intermédiaires et de rendre la marge de profit plus intéressante. De plus, le producteur obtient un prix plus élevé, puisqu'il vend ses produits au détail. Ils permettent aux producteurs une plus grande latitude en ce qui concerne leur mise en marché. Ils ne sont pas à la merci de contrats signés à l'avance, mais ils ont plutôt un contrat de qualité, de diversification, de nouveauté et d'engagement à bien servir leur fidèle clientèle. Enfin, les MP encouragent la diversification des cultures agricoles. En saison, il n'est pas rare de rencontrer des producteurs maraîchers ayant plus d'une trentaine de produits différents sur leurs étals.

En somme, les MP sont une alternative à la concentration de la distribution alimentaire. Ils permettent aux producteurs d'être maîtres de leur mise en marché et ainsi valoriser la diversification des cultures. Pour conclure, les MP offrent la possibilité aux producteurs agricoles de vulgariser leur métier et doivent être une option à considérer lors de l'établissement de nouvelles entreprises de production agricole ».



Selon Monsieur Jean-François Marcoux, producteur maraîcher qui représente la 11<sup>e</sup> génération de Marcoux à faire des affaires sur les marchés publics de la région de Québec : « Les marchés publics (MP) sont d'abord et avant tout un mode de vie pour moi et ma famille. Nous sommes constamment à la recherche de nouvelles techniques et de nouveaux produits à offrir à notre distinguée clientèle. Ce sont des gens qui, au bout du compte, sont nos grands patrons. Offrir un produit de qualité est une chose mais on se doit d'être en mesure d'offrir à la clientèle un service des plus courts. Notre famille œuvre depuis plus de 300 ans dans le secteur maraîcher et depuis maintenant 11 générations, nous avons toujours été présents sur la scène des MP de la région de Québec. Je prends aujourd'hui la relève d'une entreprise pour qui les MP sont la