



G R O U P E
AGÉCO

Portrait québécois et diagnostic de la production
de légumes de serre et opportunités
de développement

Préparé pour



RAPPORT FINAL

JUIN 2011

RAPPORT PRÉSENTÉ AU

Syndicat des producteurs en serre du Québec

ÉQUIPE DE RÉALISATION

Isabelle Charron, agr., directrice des études économiques, responsable du mandat
Diane Gilbert, agr., responsable du volet enquête
Simon Dostie, analyste
Valérie Lamarche, analyste
Caroline Vézina, réviseure linguistique

Nous remercions notre équipe de sondeurs assidus,
à la base du succès de l'enquête sur le terrain.

COMITÉ DE SUIVI

André Mousseau, SPSQ
Éric Chagnon, SPSQ
Jean-Luc Poirier, SPSQ
Simon Collin, MAPAQ
André Carrier, MAPAQ
Jacques Thériault, clubs Pro-Serre et Savoir-Serre
Linda Morin, La Financière agricole du Québec

PARTICIPATION FINANCIÈRE

Programme d'appui aux initiatives des tables filières québécoises

TABLE DES MATIÈRES

1.	Mise en contexte	1
1.1	Méthodologie.....	2
1.2	Enquête auprès des entreprises de légumes de serre – Population visée et participation à l'étude	3
2.	Portrait diagnostic du secteur québécois.....	5
2.1	Nombre de producteurs	5
2.2	Superficies.....	10
2.3	Données sociodémographiques.....	15
2.4	Revenus.....	18
2.5	Dépenses.....	20
2.6	Commercialisation	21
2.7	Infrastructures et technologies.....	30
3.	Flux commerciaux canadiens	37
3.1	Exportations	37
3.2	Importations.....	38
3.2.1	Produits de champ importés : une autre concurrence.....	47
4.	Concurrents	49
4.1	Canada.....	49
4.1.1	Nombre de producteurs	50
4.1.2	Superficies.....	50
4.1.3	Quantités produites	54
4.1.4	Valeurs des ventes	54
4.1.5	Emplois.....	55
4.1.6	Dépenses d'exploitation	57
4.1.7	Prix	59
4.1.8	Ontario	61
4.1.9	Colombie-Britannique.....	62
4.1.10	Alberta	63
4.2	États-Unis	64
4.3	Mexique	67
5.	Enjeux	68
5.1	Augmentation du coût de l'énergie	68
5.2	Pression exercée par les produits importés et canadiens	69
5.3	Innovation et développement des marchés.....	69
5.3.1	Profil du consommateur québécois.....	71
5.3.2	Marchés d'exportation	73
5.4	Gestion des risques phytosanitaires et de la salubrité.....	73
5.5	Disponibilité de l'expertise et d'une main-d'œuvre compétente	74

5.6	Rentabilité des entreprises	77
6.	Pistes de stratégies de développement et indicateurs de suivi	80
6.1	Pistes de stratégies de développement	80
6.1.1	Pistes communes	81
6.1.2	Pistes pour la catégorie des « spécialisées »	82
6.1.3	Pistes pour la catégorie des « plurielles »	83
6.2	Indicateurs de suivi	84
6.2.1	Superficies	84
6.2.2	Nombre d'emplois	85
6.2.3	Importations	85
6.2.4	Nombre de mois en opération	86
6.2.5	Crédits en RD	86
6.2.6	Aliments du Québec	86
Annexe 1	Liste des acheteurs et experts interrogés	89
Annexe 2	Exemple de matériel de promotion générique Ontario Greenhouse Vegetable Growers	93
Annexe 3	Questions posées aux fournisseurs de Walmart	97
Annexe 4	Situation financière des entreprises du secteur serricole	99
Bibliographie	103

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1.2	Nombre total d'entreprises de production de légumes de serre et nombre d'entreprises échantillonnées aux fins du présent mandat	4
Tableau 2.1	vii Nombre d'exploitations de légumes de serre, Québec ¹	8
Tableau 2.2	Répartition des entreprises de légumes de serre par type de culture	8
Tableau 2.3	Répartition des entreprises de légumes de serre selon leur production principale ¹	9
Tableau 2.4	Répartition des entreprises de légumes de serre selon le nombre de productions	10
Tableau 2.5	Superficies cultivées (hectares) en légumes de serre, Québec	10
Tableau 2.6	Répartition des superficies des entreprises de légumes de serre selon la production, en hectares.....	11
Tableau 2.7	Répartition des entreprises de légumes de serre selon la superficie de légumes de serre.....	12
Tableau 2.8	Répartition des entreprises de légumes de serre selon l'année d'acquisition de l'entreprise	16
Tableau 2.9	Répartition des entreprises de légumes de serre selon le niveau de scolarité du propriétaire principal	17
Tableau 2.10	Répartition des entreprises de légumes de serre selon le pourcentage des revenus provenant de la vente des légumes de serre et d'autres produits comestibles.....	18
Tableau 2.11	Répartition des entreprises de légumes de serre selon la masse salariale	20
Tableau 2.12	Répartition des entreprises de légumes de serre selon l'importance de leurs dépenses en chauffage	21
Tableau 2.13	Répartition des entreprises de légumes de serre selon la part de la production de légumes de serre destinée au marché québécois	22
Tableau 2.14	Répartition des entreprises de légumes de serre selon les canaux de distribution utilisés au Québec	22
Tableau 2.15	Répartition des entreprises de légumes de serre selon l'importance de l'utilisation des différents canaux de distribution (% du volume de production par canal).....	23
Tableau 2.16	Répartition des entreprises de légumes de serre qui ont une marque de commerce selon les canaux de distribution utilisés au Québec.....	29
Tableau 2.17	Répartition des entreprises de légumes de serre certifiées ou en voie de l'être selon le type de certification ¹	35
Tableau 3.1	Évolution des exportations canadiennes de légumes de serre ¹ , par pays	38
Tableau 3.2	Évolution des exportations canadiennes de légumes de serre ¹ , par produit.....	38
Tableau 3.3	Évolution des importations canadiennes de légumes de serre, par pays ¹	39

Tableau 3.4	Évolution des importations canadiennes de légumes de serre, par produit ¹	41
Tableau 4.1	Nombre de producteurs spécialisés ¹ en fruits et légumes de serre, Canada	50
Tableau 4.2	Superficies des serres (mètres carrés) chez les producteurs spécialisés ¹ en fruits et légumes de serre, Canada	51
Tableau 4.3	Superficies récoltées (milliers de mètres carrés) de légumes de serre, Canada	52
Tableau 4.4	Volumes de production de légumes de serre, Canada.....	54
Tableau 4.5	Évolution de la valeur des ventes (millions de dollars) de légumes de serre, Canada	54
Tableau 4.6	Valeur des ventes (millions de dollars) de légumes de serre, par légume, Canada	55
Tableau 4.7	Nombre d'employés chez les producteurs spécialisés ¹ en fruits et légumes de serre, Canada	56
Tableau 4.8	Total des dépenses d'exploitation (dollars) des producteurs spécialisés ¹ en fruits et légumes de serre, Canada.....	57
Tableau 4.9	Répartition des dépenses selon les postes chez les producteurs spécialisés ¹ en fruits et légumes de serre, Canada	58
Tableau 4.10	Prix moyen ¹ des légumes de serre, Canada	60
Tableau 4.11	Industrie des légumes de serre aux États-Unis	66
Tableau 5.1	Ententes signées pour le PAMT d'ouvrier horticole, de juin 2010 à avril 2011	77

LISTE DES FIGURES

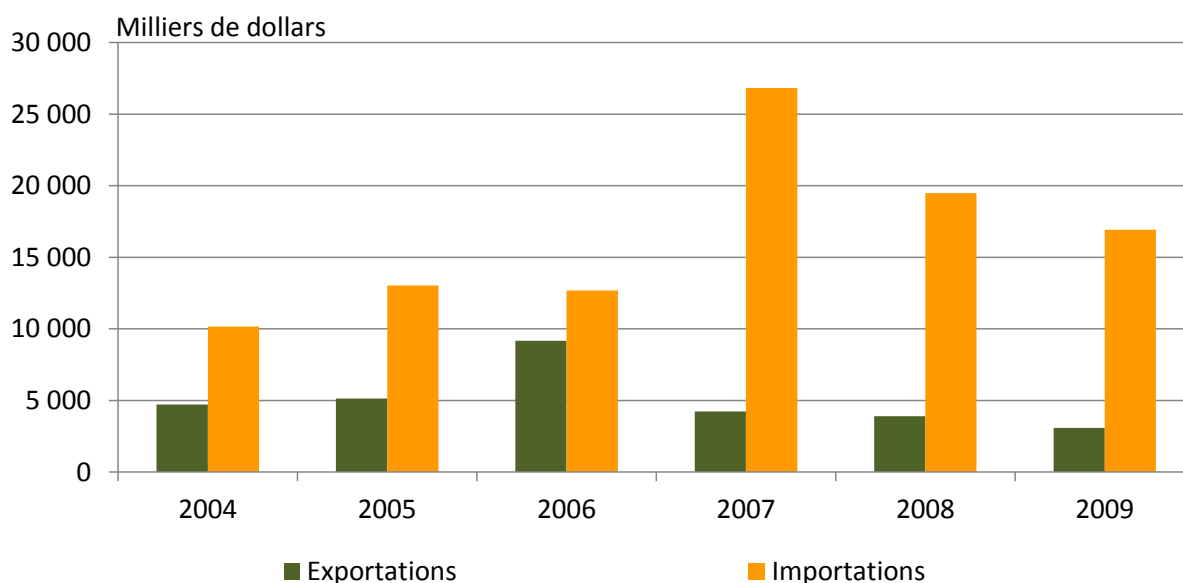
Figure 1.1	Évolution des exportations et des importations de légumes de serre, 2004-2009	1
Figure 2.1	Répartition géographique des exploitations spécialisées dans la culture de fruits et légumes en serre ¹ , Québec, 2006	6
Figure 2.2	Répartition régionale des entreprises de légumes de serre, Enquête Groupe AGÉCO 2011 et Recensement de l'agriculture 2006	7
Figure 2.3	Répartition des entreprises de légumes de serre selon la superficie totale ET la production principale ^{1, 2}	12
Figure 2.4	Répartition des entreprises de légumes de serre selon l'évolution de la superficie au cours des 5 dernières années et prévue au cours des 3 prochaines années	13
Figure 2.5	Répartition des entreprises de légumes de serre selon l'évolution prévue de la superficie par production d'ici 3 ans	14
Figure 2.6	Répartition des entreprises de légumes de serre selon l'âge du propriétaire principal ET l'évolution prévue de la superficie dans 3 ans	15
Figure 2.7	Répartition des entreprises de légumes de serre selon l'âge du propriétaire principal	16
Figure 2.8	Répartition des entreprises de légumes de serre selon l'évolution du revenu provenant de la production de légumes en serre au cours des 5 dernières années et prévue au cours des 3 prochaines années.....	19
Figure 2.9	Répartition des entreprises de légumes de serre selon le chiffre d'affaires en 2010	19
Figure 2.10	Répartition des entreprises de légumes de serre selon la superficie totale ET les canaux de distribution utilisés au Québec	24
Figure 2.11	Répartition des entreprises de légumes de serre selon la perception de l'évolution du degré de difficulté de la mise en marché par canal de distribution depuis les dernières années.....	25
Figure 2.12	Répartition des entreprises de légumes de serre selon la perception de l'évolution du degré de difficulté de la mise en marché par canal de distribution dans les prochaines années	26
Figure 2.13	Répartition des entreprises de légumes de serre selon les changements prévus aux canaux de distribution dans les trois prochaines années	27
Figure 2.14	Répartition des entreprises de légumes de serre selon le nombre de mois pendant lesquels se sont échelonnées les ventes	28
Figure 2.15	Répartition des entreprises de légumes de serre selon les mois pendant lesquels se sont effectuées des ventes.....	28
Figure 2.16	Répartition des entreprises de légumes de serre selon la valeur comptable	30
Figure 2.17	Répartition des entreprises de légumes de serre qui considèrent que leur entreprise est suffisamment modernisée	31

Figure 2.18	Répartition des entreprises de légumes de serre selon les améliorations apportées au cours des 5 dernières années ou prévues au cours des 3 prochaines années.....	32
Figure 2.19	Répartition des entreprises de légumes de serre selon les améliorations souhaitées sur le plan des infrastructures de production.....	34
Figure 3.1	Évolution de la répartition des importations canadiennes de légumes de serre, par pays ¹	40
Figure 3.2	Évolution de la répartition des importations canadiennes de légumes de serre, par produit ¹	42
Figure 3.3	Répartition des importations canadiennes de légumes de serre, par pays, en tonnes ¹	44
Figure 3.4	Valeur à la tonne des importations canadiennes de légumes de serre, par pays, en \$/tonne ¹	45
Figure 3.5	Évolution mensuelle des importations de légumes de serre, Canada, 2009 et 2010 ¹	46
Figure 3.6	Évolution de la répartition des importations canadiennes de tomates de champ, par pays.....	47
Figure 4.1	Répartition des superficies récoltées en légumes de serre, Canada ¹	53
Figure 4.2	Prix aux producteurs à Montréal, tomates et concombres de serre, Québec.....	59
Figure 5.1	Forces, faiblesses, opportunités et menaces	79
Figure 6.1	Indicateurs de performance pour l'industrie serricole maraîchère et sources de données pour l'analyse et le suivi	88

1. MISE EN CONTEXTE

En seulement huit ans, les recettes monétaires agricoles de la production de légumes de serre du Québec ont augmenté de près de 40 %, passant de 58 millions de dollars en 2001 à plus de 80 millions de dollars en 2009¹. Pour permettre cette hausse, tant le nombre d'exploitations que les superficies ont globalement progressé, à l'exception de la production du concombre. Les activités d'exportation ont cependant connu un repli, revenant à un niveau inférieur à celui de 2004, alors que les importations ont fait un bond important de 2006 à 2007, le signe d'une concurrence bien présente (cf. Figure 1.1).

Figure 1.1
Évolution des exportations et des importations de légumes de serre, 2004-2009



Source : MAPAQ, Profil sectoriel de l'industrie bioalimentaire au Québec — Éditions 2008, 2009 et 2010.

Le plan d'action dont s'est dotée l'industrie en 2002 a déterminé des cibles et de concentrer les efforts sur des objectifs précis. Une décennie est presque passée depuis, et un nouveau contexte a pris place. Mentionnons seulement la question énergétique qui a été à l'avant-scène des préoccupations et des actions. Des souhaits formulés dans le plan d'action de 2002 ne semblent pas avoir été atteints, par exemple celui de « développer une présence significative des serriculteurs québécois sur les marchés d'exportation. »

À l'aube d'établir de nouvelles priorités d'action et de revoir sa planification stratégique, la Table filière serriculture maraîchère avait besoin d'un portrait à jour du secteur des légumes de serre et de ses entreprises. Elle a donc confié au Groupe **AGÉCO** la réalisation de ce portrait diagnostic de la production de légumes de serre afin de participer à la détermination d'opportunités de développement.

¹ Statistique Canada, Recettes monétaires agricoles, CANSIM 002-0001.

Le présent rapport présente donc le portrait du secteur québécois (section 2) en matière de nombre de producteurs, de superficie, de profil sociodémographique, de canaux de distribution et d'intention d'investissements. L'analyse des données commerciales à la section 3 permet notamment de cibler les joueurs qui se sont taillé une place dans les importations canadiennes. À ce propos, le portrait des principaux concurrents des légumes de serre du Québec est exposé à la section 4. Ces chapitres présentent une série de constats qui permettent de caractériser, à la section 5, les enjeux et les forces, faiblesses, menaces et opportunités de l'industrie québécoise. Enfin, la dernière section (section 6) apporte des pistes de recommandations sur lesquelles bâtir une stratégie de développement et des indicateurs de suivi.

Avant de présenter ces résultats, rappelons d'abord la méthodologie qui a permis d'atteindre ces objectifs.

1.1 MÉTHODOLOGIE

La réalisation du portrait de l'industrie québécoise a reposé essentiellement sur une collecte de données primaires par enquête auprès des entreprises de légumes de serre cultivant 500 m² et plus.

Des données secondaires ont également été utilisées, d'une part pour caractériser la concurrence, mais également pour s'assurer de prendre en compte les études relativement récentes qui s'étaient attardées au secteur serricole québécois. Les sources des données statistiques utilisées sont notamment le MAPAQ, Agriculture et Agroalimentaire Canada, Statistique Canada et le USDA. L'une des principales limites des données secondaires est le fait qu'elles caractérisent souvent les cultures abritées, sans distinguer, par exemple, les légumes de serre des productions ornementales.

Enfin, une série d'entrevues (9) auprès d'acheteurs (grossistes, chaînes d'alimentation, etc.) et d'experts ont été conduites afin de compléter l'information, notamment sur les tendances de marché et l'environnement d'affaires. Ces entrevues se sont faites par téléphone afin de faciliter la prise de contact avec des intervenants en général très occupés, peu disponibles et ayant des horaires de travail parfois particuliers, pour les courtiers par exemple. L'entrevue téléphonique s'est avérée la façon la plus efficace de les convaincre de participer. La liste des personnes interrogées se trouve à l'annexe 1. L'information ainsi obtenue est rapportée dans l'ensemble du rapport et ne fait pas l'objet d'une section distincte. Elle vient compléter des données quantitatives ou permettre d'expliquer certains phénomènes révélés dans l'analyse de statistiques.

1.2 ENQUÊTE AUPRÈS DES ENTREPRISES DE LÉGUMES DE SERRE – POPULATION VISÉE ET PARTICIPATION À L'ÉTUDE

Le fichier d'enregistrement des exploitations agricoles du MAPAQ a permis de cibler les entreprises de légumes de serre cultivant une superficie de 500 m² et plus. La Commission d'accès à l'information (CAI) a autorisé le MAPAQ à transmettre les coordonnées de ces entreprises au Groupe **AGÉCO** aux fins de la présente étude.

Un envoi postal aux entreprises échantillonnées a permis de présenter sommairement le mandat aux producteurs et de les inviter à y collaborer.

Les téléphonistes du Groupe **AGÉCO** sont familiarisés avec le secteur agricole et habitués à ce type de sondage. Ils ont reçu une formation adaptée de deux heures avant le début de l'enquête. Cette formation couvrait les aspects de contenu du questionnaire, d'examen des diverses possibilités de réponses aux questions et de l'attitude ou du comportement à avoir avec les personnes jointes. Les éléments de la formation étaient résumés dans un document servant de référence pour l'enquêteur pendant les appels téléphoniques.

Les enquêteurs devaient informer les personnes jointes que l'étude était réalisée à la demande du Syndicat des producteurs en serre du Québec en vue de dresser le portrait québécois de la production de légumes de serre, et que leurs coordonnées avaient été obtenues avec l'autorisation de la CAI. La personne jointe pouvait être informée que toute l'information collectée serait traitée dans la plus stricte confidentialité et qu'aucun renseignement nominatif ne serait fourni à quiconque. Les enquêteurs ont été supervisés tout au long du sondage afin d'en vérifier le bon déroulement.

Les entrevues téléphoniques ont été conduites principalement en journée, incluant les heures de repas. Des appels ont été placés à différents moments de la journée, et à des dates et plages horaires différentes, pour ainsi joindre le plus de producteurs possible. Les appels sur rendez-vous se faisaient selon la disponibilité du producteur, en semaine comme le samedi. Jusqu'à 10 appels ont été effectués pour joindre chaque producteur dans différentes plages horaires.

Selon le Fichier d'enregistrement des exploitations du MAPAQ, 2007, la liste de départ, préparée par le MAPAQ sur autorisation de la CAI et à la suite d'une entente de confidentialité, regroupait les 308 entreprises de production de légumes de serre du Québec, déclarant au moins 500 m² de superficie de légumes de serre (cf. Tableau 1.2). De ce nombre, 52 entreprises (17 %) ne produisaient pas de légumes de serre en 2010 : 22 entreprises ne déclaraient aucune production de serre et 30 entreprises utilisaient leurs serres pour la production d'horticulture ornementale, incluant les transplants de légumes pour leurs cultures en champ. Finalement, 3 % des entreprises produisaient des légumes de serre, mais dans des installations non prévues exclusivement à cette production, et les coordonnées étaient erronées pour 4 % des entreprises contactées.

Tableau 1.1
Nombre total d'entreprises de production de légumes de serre
et nombre d'entreprises échantillonnées aux fins du présent mandat

Population initiale	308	
Ne produisent pas de légumes de serre :	52	17 %
– Ont cessé la production (22)		
– Production d'horticulture ornementale, incluant transplants de légumes (30)		
Production de légumes de serre dans une serre non dédiée exclusivement à la production de légumes de serre	8	3 %
Coordonnées erronées	13	4 %
Population admissible	235	100 %
Refus de répondre	47	20 %
Non rejoints	48	20 %
Absences prolongées	6	3 %
Autres langues que le français	4	2 %
Entrevues complétées	130	55 %

Source : Groupe AGÉCO, Enquête auprès des producteurs de légumes de serre, 2011.

Des 235 entreprises de légumes de serre admissibles à l'étude, 20 % des producteurs joints ont refusé de répondre au sondage pour différentes raisons, dont principalement le manque d'intérêt et de temps pour une telle démarche. De plus, il n'a pas été possible de joindre 20 % des producteurs, et ce, malgré la dizaine de relances à différents moments de la journée, à des dates et plages horaires différentes.

Au total, 130 des 235 producteurs cultivant au moins 500 m² de légumes de serre ont bien voulu collaborer à la démarche et ont répondu au questionnaire téléphonique (taux de participation de 55 %). Une telle taille d'échantillon permet d'obtenir des résultats avec une marge d'erreur de $\pm 5,7$ % à un niveau de confiance de 95 %.

2. PORTRAIT DIAGNOSTIC DU SECTEUR QUÉBÉCOIS

Les principales cultures de légumes de serre au Québec sont les tomates, les concombres, la laitue, les poivrons et, dans une moindre mesure, les fines herbes et d'autres productions plus marginales. La présente section présente le portrait diagnostic de ce secteur, basé sur les résultats de l'enquête effectuée par Groupe **AGÉCO** (désignée « enquête 2011 ») et les données secondaires disponibles sur l'industrie québécoise.



Note méthodologique

Outre les données de l'enquête 2011, plusieurs statistiques telles que les données sur le nombre de producteurs, les superficies cultivées et la valeur des ventes proviennent de sources multiples. Il convient donc d'être prudent dans l'interprétation et la comparaison des données d'un tableau à l'autre. Les notes de tableaux permettent de préciser les écarts possibles, liés notamment aux productions couvertes, aux types d'entreprises (spécialisées ou non) et aux années de référence.

2.1 NOMBRE DE PRODUCTEURS

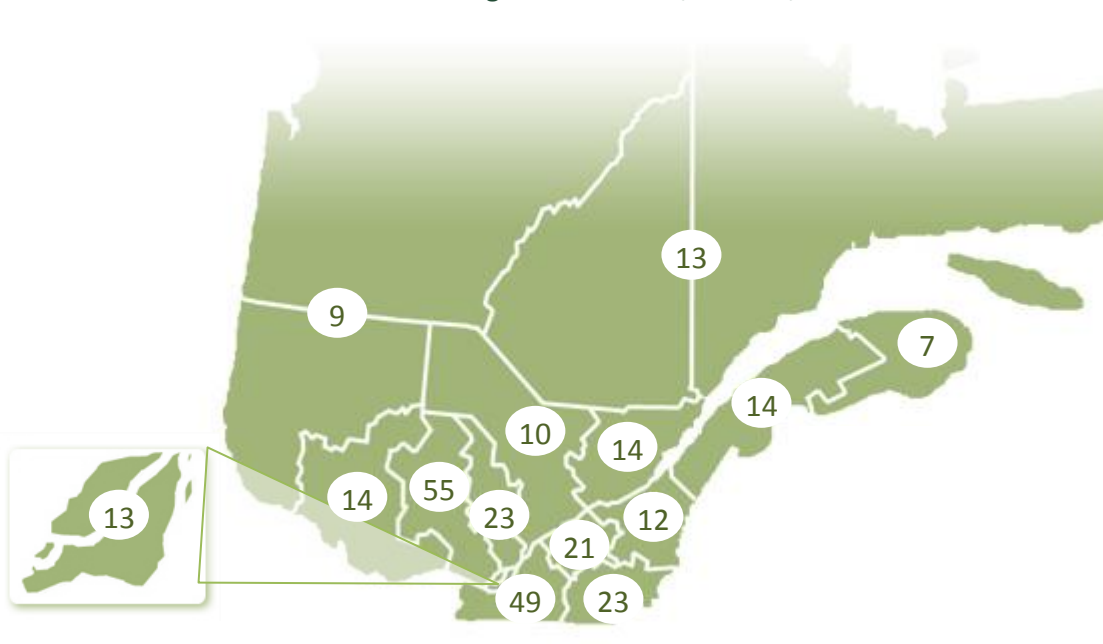
Le Recensement de l'agriculture 2006 rapportait pour le Québec 277 exploitations spécialisées dans la culture de fruits et légumes en serre². La Figure 2.1 montre leur répartition sur le territoire québécois. Les Laurentides (près de 20 % des entreprises) et la Montérégie (18 %) sont les principaux bassins de production, suivies de l'Estrie, de Lanaudière et du Centre-du-Québec qui comptent chacune environ 8 % des exploitations spécialisées.

Sur le plan des superficies³, le Profil sectoriel de l'industrie horticole (édition 2009) indique que les régions des Laurentides et de la Montérégie demeurent les pôles de production. Même si la Capitale-Nationale regroupait environ 5 % des entreprises de légumes de serre du Québec en 2006, ces producteurs cultivaient 20 % de toute la superficie de serres, attribuable principalement à la présence d'un important complexe serricole dans Portneuf.

² Cultures vivrières, excluant les champignons.

³ Toutes les exploitations déclarant des légumes de serre.

Figure 2.1
Répartition géographique des exploitations spécialisées dans la culture de fruits et légumes en serre¹, Québec, 2006



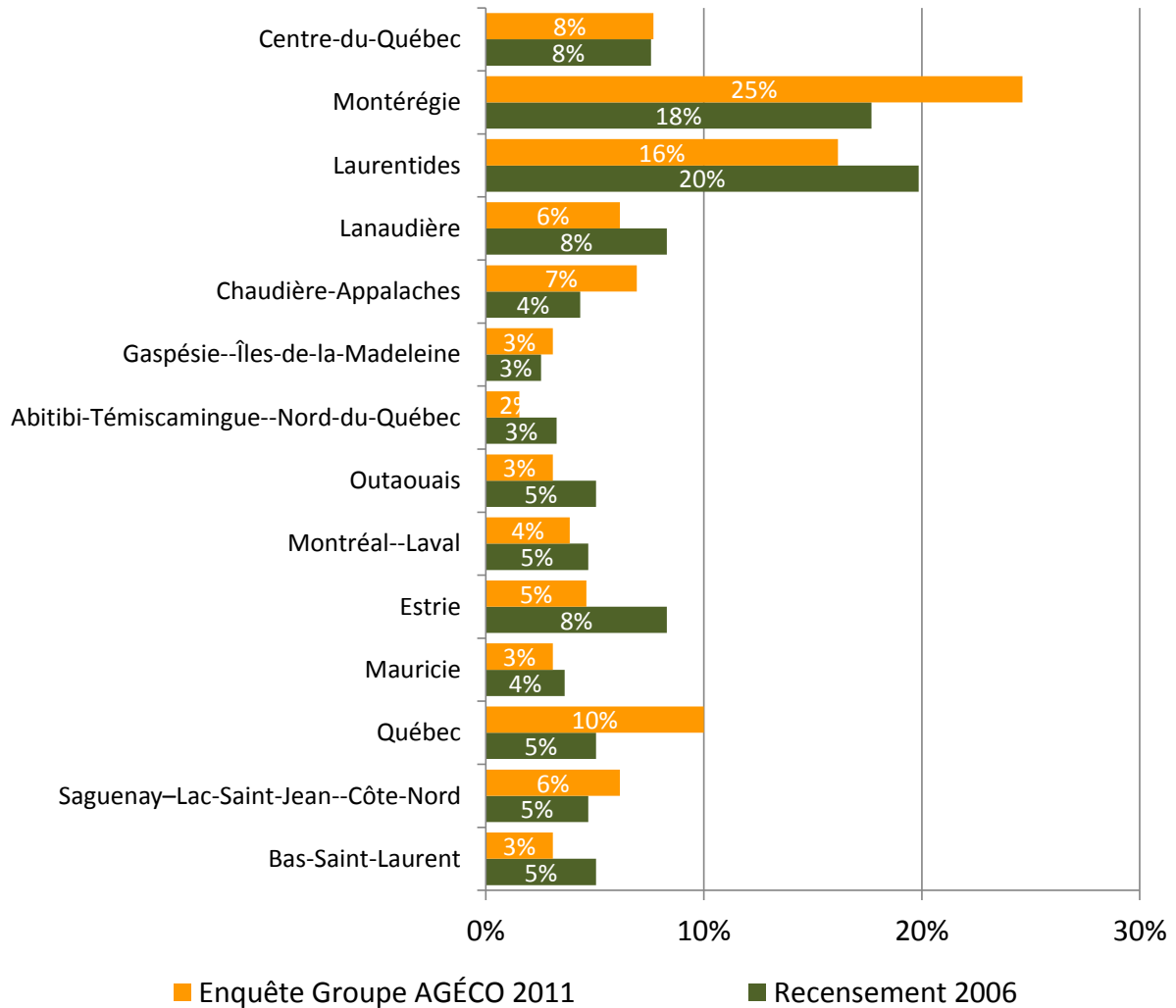
Régions	Entreprises	
Abitibi-Témiscamingue-Nord-du-Québec	9	3,2 %
Bas-Saint-Laurent	14	5,1 %
Capitale-Nationale	14	5,1 %
Centre-du-Québec	21	7,6 %
Chaudière-Appalaches	12	4,3 %
Estrie	23	8,3 %
Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	7	2,5 %
Lanaudière	23	8,3 %
Laurentides	55	19,9 %
Montérégie	49	17,7 %
Montréal-Laval	13	4,7 %
Mauricie	10	3,6 %
Outaouais	14	5,1 %
Saguenay-Lac-Saint-Jean-Côte-Nord	13	4,7 %

¹ Cultures vivrières, excluant les champignons.

Source : Statistique Canada, Recensement de l'agriculture, 2006.

Bien que l'enquête 2011 réalisée auprès des entreprises de légumes de serre de plus de 500 m² ait été réalisée auprès d'un échantillon aléatoire d'entreprises à l'échelle québécoise, la Figure 2.2 montre que la répartition régionale des entreprises de l'enquête 2011 se compare à celle du Recensement de l'agriculture 2006.

Figure 2.2
Répartition régionale des entreprises de légumes de serre,
Enquête Groupe AGÉCO 2011 et Recensement de l'agriculture 2006



Le Tableau 2.1 permet de constater que le nombre total d'exploitations de légumes de serre a peu varié dans les dernières années. Toutefois, la situation est différente selon les productions. Le nombre d'entreprises produisant des tomates et des laitues est demeuré stable en cinq ans (296 entreprises en 2005 et 298, en 2009). Par contre, une vingtaine de producteurs ont délaissé la production du concombre durant cette période, le nombre d'entreprises de concombres de serre étant passé de 212 en 2005 à 190, en 2009. Les producteurs se sont davantage intéressés à la production de fines herbes. On dénombrait 81 entreprises produisant des fines herbes en 2005 et 97 entreprises en 2007 (+ 20 %). La situation est stable depuis. Le Tableau 2.2 montre la répartition des entreprises enquêtées en 2011 par type de culture. On y trouve la même répartition relative que la population totale, mais davantage d'entreprises produisant des concombres et des laitues.

Tableau 2.1
Nombre d'exploitations de légumes de serre, Québec¹

	2005	2006	2007	2008	2009	
Tomates	296	296	297	298	298	74,8 %
Concombres	212	212	213	190	190	47,7 %
Laitues	66	66	65	64	64	16,1 %
Poivrons	54	59	65	50	50	12,6 %
Fines herbes	81	89	97	97	97	24,4 %
Total	389	392	394	396	398	100,0 %

¹ Par production : entreprises déclarant au moins 5000 \$ de ventes de cette production.

Total : entreprises déclarant au moins 5000 \$ de ventes de légumes de serre, toutes productions confondues. Une entreprise pouvant produire plus d'un type de légumes, le total est inférieur à l'addition du nombre d'entreprises actives dans chacune des productions.

Source : MAPAQ, Profil sectoriel de l'industrie bioalimentaire au Québec — Édition 2010.

Tableau 2.2
Répartition des entreprises de légumes de serre par type de culture

	Nombre	%
Tomates	106	82 %
Concombres	92	71 %
Laitues	44	34 %
Poivrons	30	23 %
Fines herbes	34	26 %
Transplants de légumes ¹	29	22 %
Autres	43	33 %
Total	130	100 %

¹ Pour la vente.

Source : Groupe AGÉCO, Enquête auprès des producteurs de légumes de serre, 2011.

Le Tableau 2.3 présente la répartition des entreprises selon leur principale production, à partir des données de l'enquête 2011. La production principale est définie ici comme étant la plus importante culture en serre, en superficie. Il peut s'agir d'une production unique, pour

laquelle une entreprise consacre toute sa superficie, ou encore, une production parmi d'autres.

- La production de tomates représente la superficie de légumes la plus importante pour 62 % des entreprises de légumes de serre.
- Il y a 14 % des entreprises de légumes de serre qui font du concombre leur principale production et 5 % qui cultivent respectivement de la laitue et des fines herbes comme production dominante dans l'ensemble de leurs superficies de serre.
- Aucune entreprise n'est spécialisée dans la production de poivrons.
- Un peu moins de 15 % des entreprises se spécialisent dans d'autres productions, dont l'horticulture ornementale.
- Environ une entreprise de légumes de serre sur cinq (19 %) produit uniquement des tomates dans ses infrastructures de serre (cf. Tableau 2.3), et le tiers des entreprises ne produit que du concombre.

Tableau 2.3
Répartition des entreprises de légumes de serre selon leur production principale¹

	Nombre	%	Production unique	
			Nombre	%
Tomates	80	62 %	15	19 %
Concombres	18	14 %	6	33 %
Laitues	7	5 %	3	43 %
Poivrons	0	0 %	0	0 %
Fines herbes	7	5 %	2	29 %
Autres légumes ²	5	4 %	0	0 %
Horticulture ornementale	13	10 %	0	0 %
Total	130	100 %	26	20 %

¹ La production principale est définie ici comme étant la plus importante culture en serre, en superficie.

² Aubergines, haricots, bok choy, pois mange-tout, courgettes, fraises, melons et fleurs comestibles.

Source : Groupe AGÉCO, Enquête auprès des producteurs de légumes de serre, 2011.

Malgré la prédominance de la tomate comme principale production, le Tableau 2.4 indique :

- Que 20 % des entreprises de légumes de serre sont spécialisées dans une production unique.
- Qu'on trouve deux types de légumes dans 27 % des entreprises, et trois types de légumes dans près d'une entreprise sur cinq (18 %).
- Que 35 % des entreprises de légumes de serre cultivent plus de quatre types de légumes.

Tableau 2.4
Répartition des entreprises de légumes de serre
selon le nombre de productions

	Nombre	%
Production unique	26	20 %
Deux productions	35	27 %
Trois productions	24	18 %
Quatre productions ou plus	45	35 %
Total	130	100 %

Source : Groupe AGÉCO, Enquête auprès des producteurs de légumes de serre, 2011.

2.2 SUPERFICIES

Les superficies utilisées pour la production de tomates de serre au Québec ont augmenté dans les dernières années, passant de 40,9 ha, en 2005 à 53,8 ha, en 2008 (cf. Tableau 2.5). En 2009, elles sont établies à 51,5 ha. Comme c'était le cas pour le nombre d'établissements, la superficie en concombres a diminué de plus de la moitié en l'espace de cinq ans, passant de 16,8 ha, en 2005, à environ 7 ha, en 2009. Les producteurs ont consacré 5,2 ha à la production de fines herbes en serre, comparativement à 4,9 ha, en 2005, et 4,7 ha, en 2006.

Tableau 2.5
Superficies cultivées (hectares) en légumes de serre, Québec

	2005	2006	2007	2008	2009 ²
Tomates	40,9	42,3	46,7	53,8	51,5
Concombres	16,8	n. d. ¹	14,4	6,9	6,9
Laitues	10,0	n. d.	12,1	11,4	n. d.
Poivrons	0,4	n. d.	0,6	0,6	n. d.
Fines herbes	4,9	4,7	4,8	5,0	5,2
Total	73,0	n. d.	78,5	77,7	n. d.

¹ n. d. : non disponible.

² À titre indicatif, pour 2010 et selon les données de Statistique Canada, les superficies récoltées pour les tomates et les concombres sont respectivement de 54,6 ha et 9,4 ha. Les données pour les laitues et les poivrons ne sont pas disponibles pour 2010 dans la publication de Statistique Canada.

Source : MAPAQ, Profil sectoriel de l'industrie bioalimentaire au Québec — Édition 2010.

Le Tableau 2.6 présente la répartition des superficies des 130 entreprises de légumes de serre ayant participé à l'enquête 2011, selon la production. La superficie totale de cultures en serre totalise 60,1 ha. De manière cohérente avec les données présentées ci-haut, plus de la moitié des superficies déclarées de l'enquête 2011 sont consacrées à la tomate (53 %), suivies de la laitue (21 %) et du concombre (12 %). L'enquête 2011 révèle que 15 % des entreprises possèdent 70 % de cette superficie totale. On constate enfin que 2 % des superficies sont consacrées aux légumes de serre moins traditionnels (dits « autres légumes »). Il s'agit d'ailleurs d'une demande formulée par certains des acheteurs interrogés,

en particulier ceux du secteur hôtellerie, restauration et institutionnel (HRI): des légumes de serre plus variés, notamment des mini-légumes.

Tableau 2.6
Répartition des superficies des entreprises de légumes de serre
selon la production, en hectares

	Superficies	%
Tomates	32,1	53 %
Concombres	7,0	12 %
Laitues	12,4	21 %
Poivrons	0,3	0,6 %
Fines herbes	1,7	3, %
Transplants	0,5	0,9 %
Autres légumes ¹	0,8	1,4 %
Horticulture ornementale	5,3	9, %
Total	60,1	100 %

¹ Aubergines, haricots, bok choy, pois mange-tout, courgettes, fraises, melons et fleurs comestibles.

Source : Groupe AGÉCO, Enquête auprès des producteurs de légumes de serre, 2011.

La superficie moyenne cultivée par les producteurs enquêtés atteint 4218 m², toutes productions confondues. Rappelons que l'enquête 2011 visait les entreprises de légumes de serre de plus de 500 m². Par ailleurs, plus d'une entreprise sur cinq (22 %) ont indiqué avoir augmenté leur superficie destinée à la production en serre au cours des cinq dernières années.

Le Tableau 2.7 présente la répartition des producteurs selon l'importance de leur superficie de production de légumes de serre. Les deux tiers des entreprises de légumes de serre cultivent entre 500 et 1999 m². Environ une entreprise sur quatre consacre de 2000 à 4999 m² à la production de légumes de serre. Il y a 10 % des entreprises qui cultivent plus de 5000 m². À elles seules, ces entreprises cumulent près de 70 % des superficies de production de légumes de serre.

Tableau 2.7
Répartition des entreprises de légumes de serre selon la superficie de légumes de serre

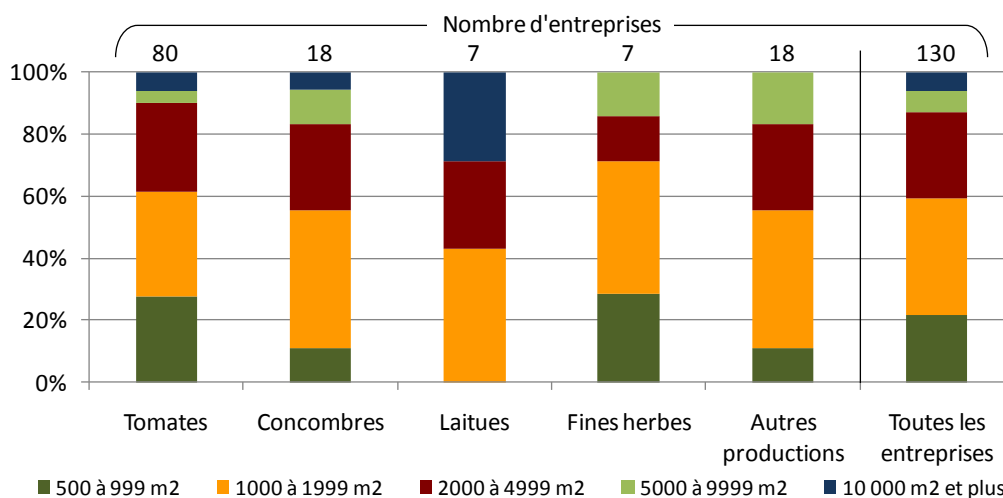
	Nombre	%	% de la superficie	Superficie moyenne (hectares par entreprise)
500 à 1000 m ²	35	27 %	3 %	0,054
1000 à 1999 m ²	51	39 %	13 %	0,143
2000 à 4999 m ²	31	24 %	15 %	0,271
5000 à 9999 m ²	6	5 %	7 %	0,607
10 000 m ² et plus	7	5 %	62 %	4,832 ¹
Total	130	100 %	100 %	0,428

¹ Sans le plus grand complexe serricole, la superficie moyenne est établie à 2,62 ha/entreprise.

Source : Groupe AGÉCO, Enquête auprès des producteurs de légumes de serre, 2011.

La Figure 2.3 montre que la répartition des entreprises diffère selon la principale production des entreprises. Rappelons que la production principale est définie ici comme étant la plus importante culture en serre, en superficie.

Figure 2.3
Répartition des entreprises de légumes de serre selon la superficie totale ET la production principale^{1,2}



¹ La production principale est définie ici comme étant la plus importante culture en serre, en superficie.

² Il n'y a aucune entreprise spécialisée dans la production de poivrons.

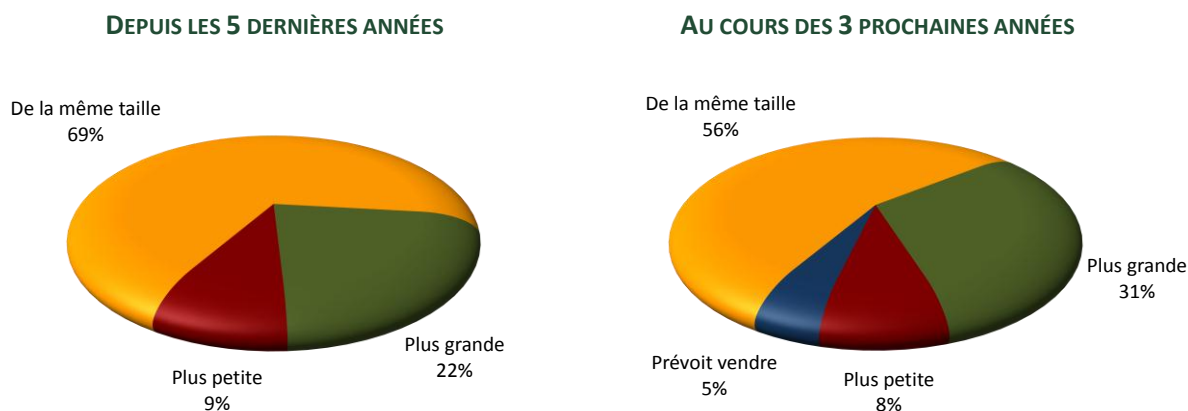
Source : Groupe AGÉCO, Enquête auprès des producteurs de légumes de serre, 2011.

La Figure 2.4 fait état de la répartition des entreprises de légumes de serre selon l'évolution de la taille de leur superficie totale de légumes de serre depuis les cinq dernières années, de même que leur prévision pour les trois années à venir.

- En 2010, près de 70 % de l'ensemble des producteurs de légumes de serre cultivent la même superficie qu'il y a cinq ans.
- Moins de 10 % ont diminué leur superficie en production, alors qu'un peu plus de 20 % l'ont augmentée.
- En ce qui concerne les décisions à venir d'ici trois ans, plus de la moitié (56 %) des entreprises prévoient garder la même taille, 8 % prévoient réduire leur superficie, un peu moins du tiers (31 %) envisagent d'augmenter leur taille.
 - ♦ Plus des deux tiers (69 %) des producteurs qui ont augmenté leur superficie par les années passées prévoient poursuivre leur croissance dans les années à venir.
 - ♦ Parmi les producteurs de très grande taille (10 000 mètres carrés ou plus), 86 % prévoient augmenter leur superficie d'ici trois ans.
- Il y a 5 % des producteurs qui considèrent la vente, le transfert ou la retraite. Parmi ces producteurs, 50 % ont déjà entrepris la diminution de leur superficie dans les cinq dernières années.

Figure 2.4

Répartition des entreprises de légumes de serre selon l'évolution de la superficie au cours des 5 dernières années et prévue au cours des 3 prochaines années

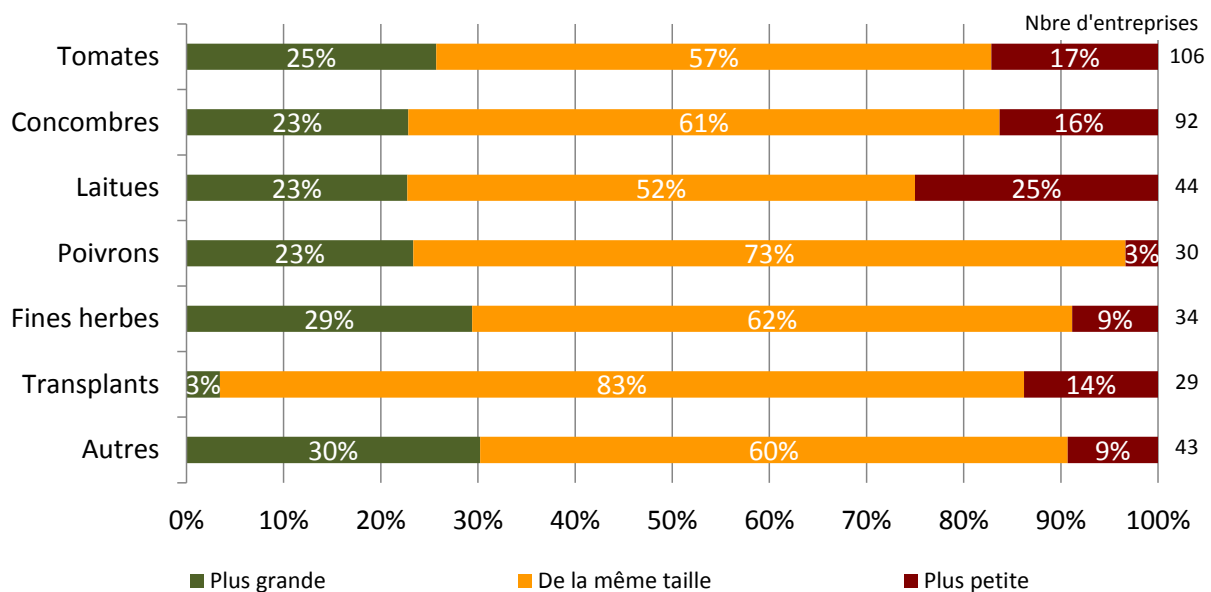


Source : Groupe AGÉCO, Enquête auprès des producteurs de légumes de serre, 2011.

La Figure 2.5 présente les prévisions des entreprises en ce qui concerne l'évolution de leur superficie selon le type de légumes.

- Quelle que soit la production de légumes, de 25 % à 30 % des producteurs envisagent d'augmenter leur superficie de serre dans les prochaines années. Les superficies en transplants de légumes destinés à la vente sont celles pour lesquelles un moins grand nombre d'entreprises (3 %) prévoient une augmentation.
- Les productions de transplants de légumes destinés à la vente (83 %) et de poivrons (73 %) sont celles pour lesquelles un plus grand nombre d'entreprises n'envisagent pas de modifier les superficies qu'elles y consacrent.
- À l'inverse, environ le quart des entreprises interrogées prévoient diminuer les superficies cultivées en concombres (16 %), en tomates (17 %) et en laitues (25 %).

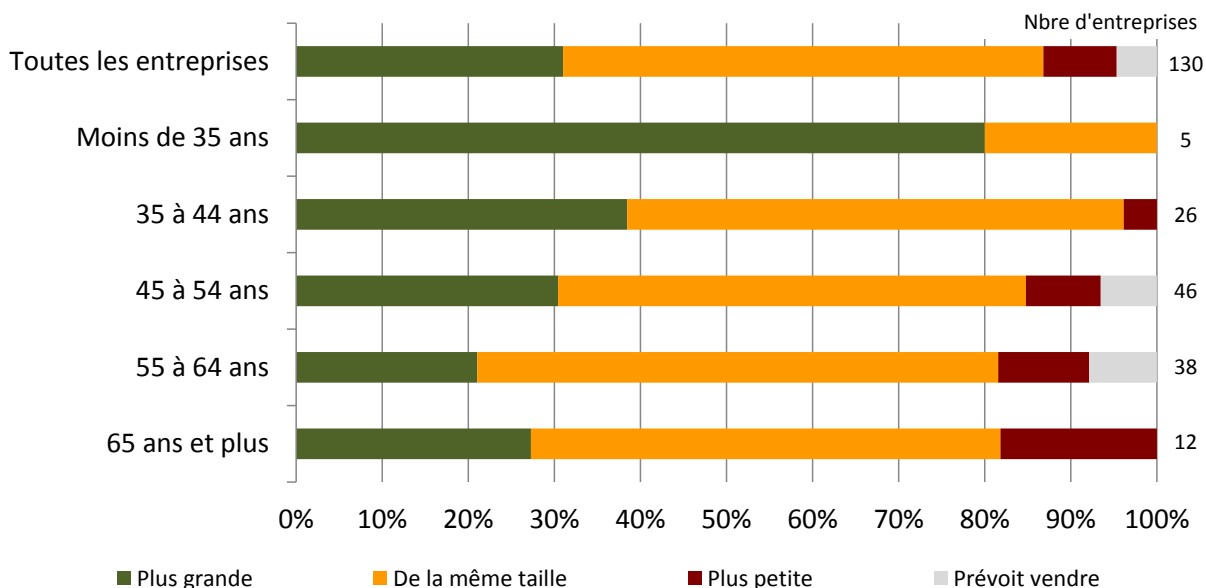
Figure 2.5
Répartition des entreprises de légumes de serre selon l'évolution prévue de la superficie par production d'ici 3 ans



Source : Groupe AGÉCO, Enquête auprès des producteurs de légumes de serre, 2011.

La Figure 2.6 indique que les entreprises dont le propriétaire principal est âgé de moins de 44 ans sont plus nombreuses à prévoir des augmentations de superficies. À l'inverse, il y a plus d'entreprises prévoyant la réduction de superficies ou encore la vente de l'entreprise d'ici trois ans parmi les propriétaires qui ont plus de 45 ans.

Figure 2.6
Répartition des entreprises de légumes de serre selon l'âge du propriétaire principal
ET l'évolution prévue de la superficie dans 3 ans



Source : Groupe AGÉCO, Enquête auprès des producteurs de légumes de serre, 2011.

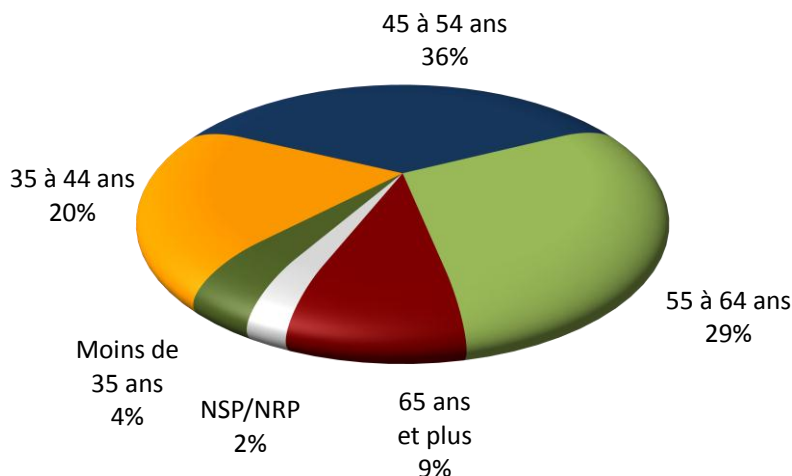
2.3 DONNÉES SOCIODÉMOGRAPHIQUES

ÂGE DU PROPRIÉTAIRE PRINCIPAL

L'enquête 2011 auprès des entreprises de légumes de serre indique que le propriétaire principal est âgé en moyenne de 51,1 ans. La Figure 2.7 montre que :

- La catégorie de 45 à 54 ans regroupe 36 % des propriétaires principaux et, pour environ 30 % des entreprises, l'âge du propriétaire principal se situe de 55 à 64 ans.
- Un propriétaire principal sur cinq se trouve dans la catégorie des 35-44 ans.
- Moins de 5 % des propriétaires sont âgés de moins de 35 ans.

Figure 2.7
Répartition des entreprises de légumes de serre selon l'âge du propriétaire principal



NSP/NRP : ne sait pas/ne répond pas

Source : Groupe AGÉCO, Enquête auprès des producteurs de légumes de serre, 2011.

ANNÉE D'ACQUISITION DE L'ENTREPRISE

En moyenne, les producteurs sont devenus propriétaires de leur entreprise de légumes de serre en 1989. Un peu moins de 30 % des entreprises ont été acquises dans chacune des décennies 1975-1984, 1985-1994 et 1995-2004 (cf. Tableau 2.8). Moins de 10 % des entreprises se trouvent sous la gérance d'un même propriétaire depuis plus de 35 ans (avant 1975). Peu de producteurs sont nouvellement propriétaires de leur entreprise de légumes de serre (9 % depuis 5 ans ou moins). Notons que les répondants du groupe d'âge des 55 à 64 ans ne sont pas parmi ceux qui ont acquis leur entreprise récemment, ce qui aurait pu démontrer l'intérêt de jeunes retraités ou semi-retraités pour la production serricole de légumes.

Tableau 2.8
Répartition des entreprises de légumes de serre selon l'année d'acquisition de l'entreprise

	Nombre	%
Avant 1975	11	8 %
De 1975 à 1984	37	29 %
De 1985 à 1994	35	27 %
De 1995 à 2004	35	27 %
De 2005 à 2010	12	9 %
Total	130	100 %

Source : Groupe AGÉCO, Enquête auprès des producteurs de légumes de serre, 2011.

NIVEAU DE SCOLARITÉ

Le Tableau 2.9 présente le niveau de scolarité du propriétaire principal interrogé dans l'enquête.

- Il y a 15 % des répondants qui ont obtenu un diplôme universitaire. C'est deux fois plus que l'ensemble des producteurs agricoles au Recensement de l'agriculture de 2006, alors qu'ils comptaient pour 7,2 %.
 - ♦ Dans le cas des très grandes entreprises (10 000 mètres carrés et plus), cette proportion atteint 71 %⁴.
 - ♦ Pour les propriétaires de serres dont la production principale est la laitue, cette proportion atteint 43 %⁵.
- Deux producteurs sur trois déclarant un diplôme d'études universitaires ont une promotion dans une discipline non agricole.
- Plus de la moitié (56 %) des producteurs ayant un diplôme d'études collégiales ont fait leurs études dans le domaine agricole.
- Plus de la moitié des entreprises (53 %) sont tenues par des propriétaires qui ont au minimum un diplôme d'études professionnelles. Parmi ceux-ci, la moitié a obtenu son diplôme dans une discipline agricole.
- Il y a 15 % des propriétaires qui n'ont aucun diplôme, alors que 32 % ont un diplôme d'études secondaires.

Tableau 2.9
Répartition des entreprises de légumes de serre
selon le niveau de scolarité du propriétaire principal

	Nombre	%
Diplôme d'études universitaires...	19	15 %
DEU		
<i>...agricoles</i>	6	5 %
<i>...non agricoles</i>	13	10 %
Diplôme d'études collégiales...	39	30 %
DEC		
<i>...agricoles</i>	22	17 %
<i>...non agricoles</i>	17	13 %
Diplôme d'études professionnelles...	9	7 %
DEP		
<i>...agricoles</i>	6	5 %
<i>...non agricoles</i>	3	2 %
Diplôme d'études secondaires	41	32 %
Aucun diplôme	20	15 %
Ne répond pas	2	2 %
Total	130	100 %

Source : Groupe AGÉCO, Enquête auprès des producteurs de légumes de serre, 2011.

⁴ Ce sous-groupe correspond à une petite population, ce n'est donc pas significatif sur le plan statistique.

⁵ Ibid.

2.4 REVENUS

Les recettes monétaires agricoles de la production de légumes de serre au Québec ont progressé de près de 40 % de 2001 à 2009, dépassant les 80 millions de dollars en 2009⁶.

Comme mentionné, certaines entreprises sondées dans l'enquête 2011 produisent, en plus des légumes et des autres produits comestibles, d'autres produits de serre, notamment en horticulture ornementale, et pour certaines d'entre elles, d'autres productions agricoles. La répartition des entreprises selon le pourcentage de leurs revenus agricoles bruts tirés des légumes de serre est présentée au Tableau 2.10.

- Un peu plus du tiers des entreprises (34 %) tirent la totalité de leurs revenus agricoles bruts de la vente de légumes de serre et d'autres produits comestibles. Près du quart (23 %) de ces entreprises ont comme production principale la laitue ou les fines herbes.
- Près de 60 % des entreprises obtiennent plus de 50 % de leurs revenus agricoles bruts de leur production de légumes de serre et d'autres produits comestibles.
- Il y a 28 % des entreprises qui déclarent que moins de 25 % de leurs revenus agricoles bruts provient de la vente de légumes de serre et d'autres produits comestibles.

Tableau 2.10

Répartition des entreprises de légumes de serre selon le pourcentage des revenus provenant de la vente des légumes de serre et d'autres produits comestibles

	Nombre	%
Moins de 25 %	37	28 %
De 25 à 49 %	17	13 %
De 50 à 74 %	18	14 %
De 75 à 99 %	14	11 %
100 %	44	34 %
Total	130	100 %

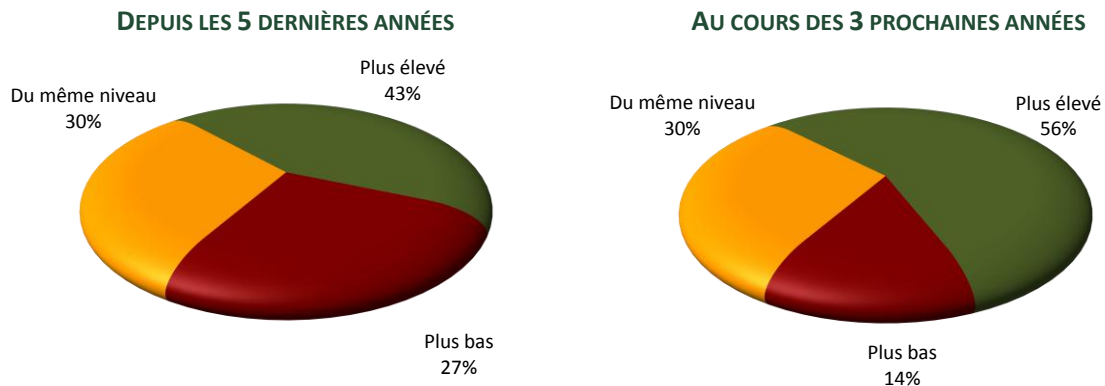
Source : Groupe AGÉCO, Enquête auprès des producteurs de légumes de serre, 2011.

L'enquête 2011 indique que plus de 40 % des entreprises considèrent avoir augmenté leur niveau de revenu provenant de la production de légumes en serre dans les cinq dernières années. À l'inverse, 27 % d'entre eux affirment avoir vu leur revenu diminuer. Pour 30 % des producteurs, la situation est restée stable (cf. Figure 2.8).

Les producteurs semblent optimistes si l'on considère que plus de la moitié d'entre eux (56 %) prévoient une augmentation de leurs revenus agricoles bruts d'ici trois ans. Seulement 14 % envisagent une baisse de revenus, alors que 30 % estiment que la situation sera la même (cf. Figure 2.8). Plus des trois quarts des producteurs (77 %) qui ont augmenté leur niveau de revenu agricole brut dans les cinq dernières années prévoient poursuivre cette augmentation dans les trois prochaines années.

⁶ Statistique Canada, Recettes monétaires agricoles, CANSIM 002-0001.

Figure 2.8
Répartition des entreprises de légumes de serre selon l'évolution du revenu provenant de la production de légumes en serre au cours des 5 dernières années et prévue au cours des 3 prochaines années

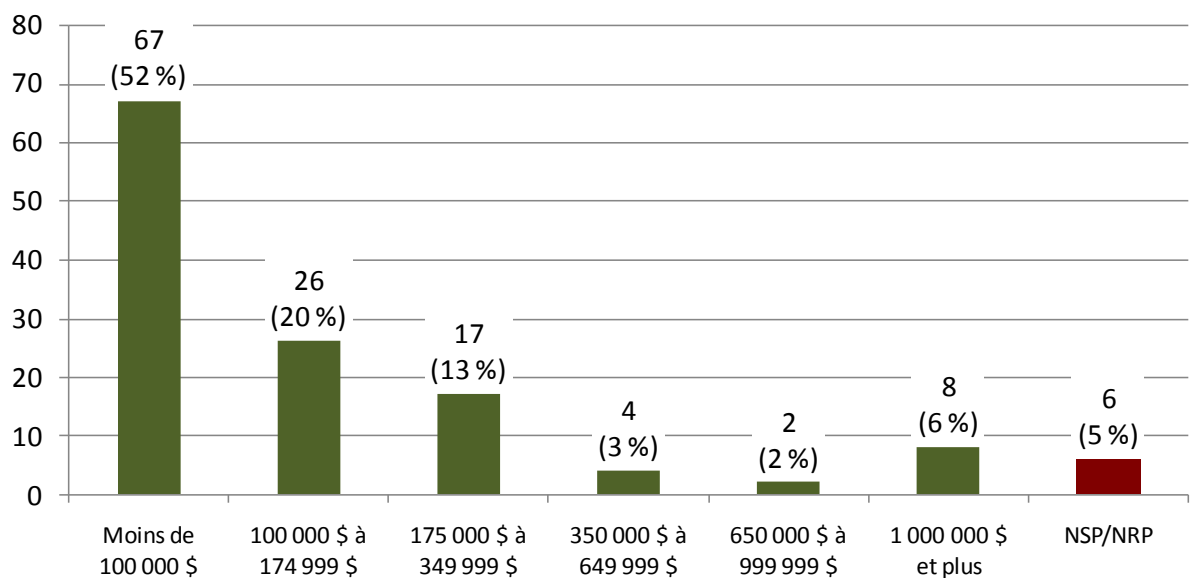


Source : Groupe AGÉCO, Enquête auprès des producteurs de légumes de serre, 2011.

L'enquête auprès des producteurs de légumes de serre permet de classer les entreprises répondantes selon le chiffre d'affaires associé à la production en serre de l'entreprise.

- En 2010, plus de la moitié des entreprises de légumes de serre (52 %) déclarent que la production de légumes de serre génère moins de 100 000 \$ de chiffre d'affaires.
- Il y a 20 % des entreprises qui indiquent un chiffre d'affaires se situant de 100 000 \$ à 174 999 \$ et 13 %, de 175 000 \$ à 349 999 \$.
- Pour 6 % des entreprises, la production de légumes de serre génère un chiffre d'affaires de 1 000 000 \$ ou plus.

Figure 2.9
Répartition des entreprises de légumes de serre selon le chiffre d'affaires en 2010



NSP/NRP : ne sait pas/ne répond pas

Source : Groupe AGÉCO, Enquête auprès des producteurs de légumes de serre, 2011.

2.5 DÉPENSES

MASSE SALARIALE

La masse salariale moyenne des entreprises de légumes de serre pendant l'enquête 2011 atteint 107 745 \$. Même si 31 % des producteurs n'ont pas été en mesure de fournir cette information ou ont préféré ne pas y répondre, la masse salariale moyenne obtenue dans l'enquête 2011 avoisine celle disponible dans les données secondaires⁷ sur les dépenses des producteurs spécialisés en légumes de serre (une moyenne de 112 724 \$ en dépenses de rémunération totale).

- En 2010, près de 30 % des entreprises de légumes de serre ont assumé une masse salariale inférieure à 15 000 \$ (cf. Tableau 2.11).
- Près du quart (23 %) des entreprises ont payé des salaires de 15 000 \$ à 29 999 \$ par année; 22 %, de 30 000 \$ à 59 999 \$.
- Un peu plus de 15 % avaient une masse salariale de plus de 100 000 \$, dont certaines s'élevant à plus de 500 000 \$.

Tableau 2.11
Répartition des entreprises de légumes de serre selon la masse salariale

	Nombre	% ¹	% ²
Moins de 15 000 \$	26	20 %	29 %
De 15 000 \$ à 29 999 \$	21	16 %	23 %
De 30 000 \$ à 59 999 \$	20	15 %	22 %
De 60 000 \$ à 99 999 \$	9	7 %	10 %
100 000 \$ et plus	14	11 %	16 %
Ne répond pas	40	31 %	0 %
Total	130	100 %	100 %

¹ Toutes les entreprises.

² En excluant les entreprises n'ayant pas répondu.

Source : Groupe AGÉCO, Enquête auprès des producteurs de légumes de serre, 2011.

⁷ Statistique Canada, CANSIM, Tableaux 001-0047 et 001-0053.

DÉPENSES EN CHAUFFAGE

Les dépenses en chauffage représentent de 15 à 30 % des dépenses d'exploitation des entreprises de serre au Québec (SPSQ, 2007). L'enquête 2011 montre que :

- 86 % des entreprises de légumes de serre ont été en mesure de déclarer ou de fournir une estimation de leur dépense annuelle en chauffage.
- Les dépenses moyennes en chauffage atteignent près de 40 000 \$ par entreprise de légumes de serre.
- 13 % des entreprises ont des dépenses en chauffage qui dépassent 50 000 \$.
- 20 % des entreprises de légumes de serre ont une facture énergétique inférieure à 5000 \$ pour leur chauffage.

Tableau 2.12
Répartition des entreprises de légumes de serre selon
l'importance de leurs dépenses en chauffage

	Nombre	% ¹	% ²
Moins de 5000 \$	22	17 %	20 %
De 5000 \$ à 9999 \$	21	16 %	19 %
De 10 000 \$ à 19 999 \$	26	20 %	23 %
De 20 000 \$ à 49 999 \$	28	22 %	25 %
50 000 \$ et plus	15	12 %	13 %
Ne répond pas	18	14 %	0 %
Total	130	100 %	100 %

¹ Toutes les entreprises.

² En excluant les entreprises n'ayant pas répondu.

Source : Groupe AGÉCO, Enquête auprès des producteurs de légumes de serre, 2011.

2.6 COMMERCIALISATION

CANAUX DE DISTRIBUTION

Les producteurs interrogés pendant l'enquête 2011 ont été invités à préciser leurs canaux de distribution. Une très grande majorité (91 %) des producteurs écoulent toute leur production de légumes de serre sur le marché québécois (cf. Tableau 2.13).

Tableau 2.13
Répartition des entreprises de légumes de serre selon la part de la production de légumes de serre destinée au marché québécois

	Nombre	%
Moins de 50 %	5	4 %
De 50 à 99 %	7	5 %
100 %	118	91 %
Total	130	100 %

Source : Groupe AGÉCO, Enquête auprès des producteurs de légumes de serre, 2011.

Les réseaux de distribution utilisés par les entreprises sont multiples (cf. Tableau 2.14).

- Les trois quarts des entreprises (76 %) utilisent, parmi d'autres canaux, celui de la vente directe au public.
- Les chaînes d'alimentation sont un canal de mise en marché important : près de la moitié des entreprises de légumes de serre y commercialisent des produits (48 %).
- Environ le quart des entreprises fait affaire avec des grossistes (26 %) et des fruiteries (22 %).
- Finalement, une part moins importante de producteurs de légumes de serre approvisionnent les HRI (12 %) et les autres producteurs (9 %).

Tableau 2.14
Répartition des entreprises de légumes de serre selon les canaux de distribution utilisés au Québec

	Nombre ¹	% ¹
Directement au public	99	76 %
Chaînes d'alimentation	62	48 %
Grossistes	34	26 %
Fruiteries	28	22 %
Réseau des HRI	15	12 %
Autres producteurs	12	9 %
Autres	1	1 %

¹Une entreprise pouvant utiliser plus d'un canaux, le total est supérieur au total des entreprises sondées.

Source : Groupe AGÉCO, Enquête auprès des producteurs de légumes de serre, 2011.

Chacun de ces canaux de distribution est utilisé de façon plus ou moins exclusive par les entreprises de légumes de serre (cf. Tableau 2.15). En ce qui concerne les ventes directes au public, 37 % des entreprises en font leur unique canal de vente. Ces dernières sont plus souvent de petites entreprises (80 % ont moins de 2000 m²) et la moitié d'entre elles se trouvent en Montérégie (35 %) et dans la Capitale-Nationale (19 %). Plus de la moitié (54 %) des propriétaires principaux de ces entreprises ont 55 ans ou plus. Rares sont les producteurs qui écoulent toute leur production de légumes de serre aux chaînes d'alimentation (6 %).

Environ une entreprise de légumes de serre sur cinq (21 %) est liée aux grossistes pour écouler la totalité de sa production. Les HRI et les fruiteries apparaissent comme des canaux de distribution secondaires pour bon nombre d'entreprises qui y vendent des produits, puisque 80 % des producteurs qui distribuent aux HRI le font pour moins de 25 % de leurs ventes. Dans les fruiteries, près de 60 % des entreprises y distribuent moins de 25 % de leurs produits.

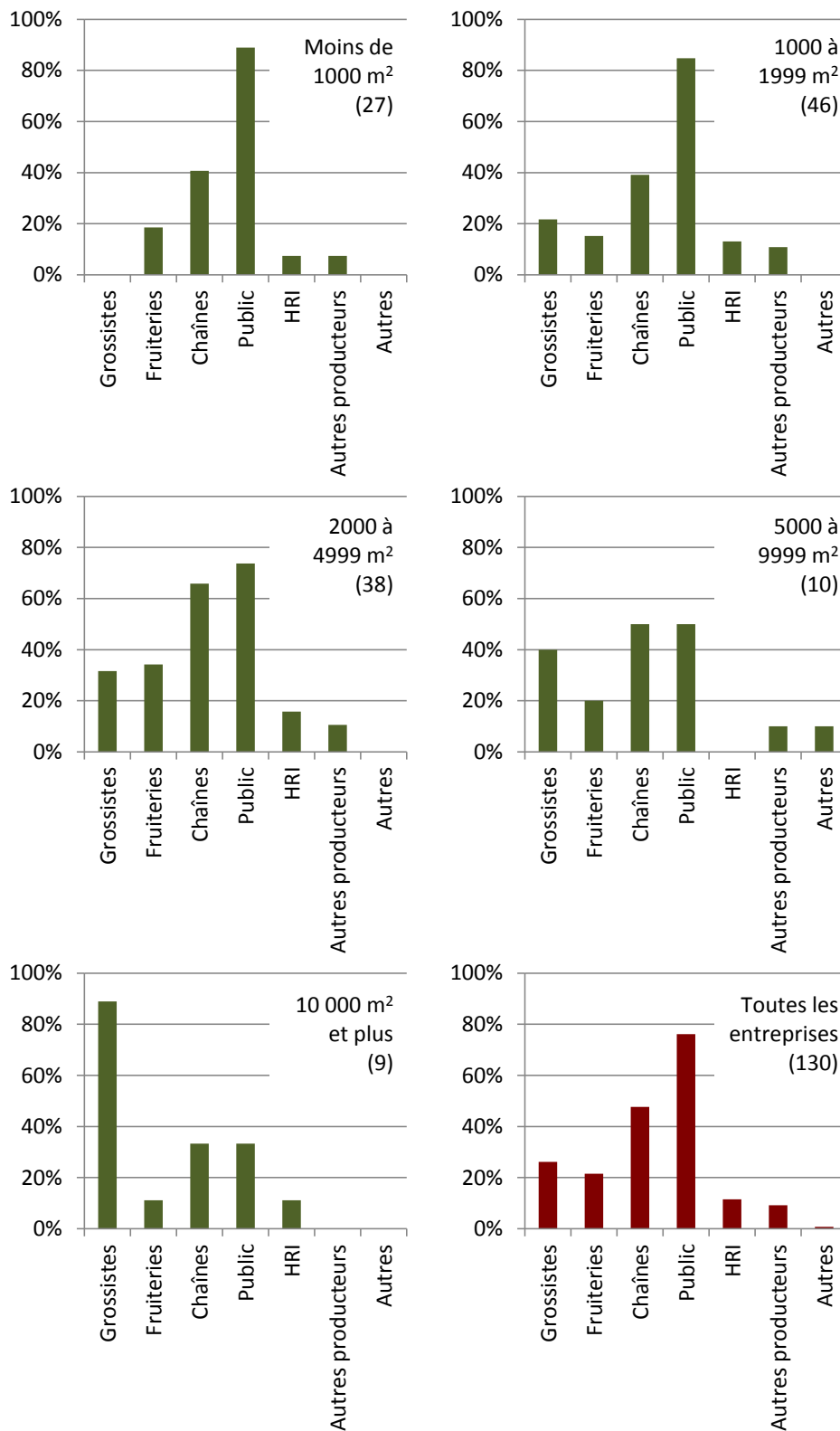
Tableau 2.15
Répartition des entreprises de légumes de serre selon l'importance de l'utilisation des différents canaux de distribution (% du volume de production par canal)

% du volume de production	Moins de 25 %	25 % à 49 %	50 % à 74 %	75 % à 99 %	100 %
% des entreprises					
Directement au public	25 %	13 %	13 %	11 %	37 %
Chaînes d'alimentation	21 %	24 %	21 %	27 %	6 %
Grossistes	26 %	15 %	18 %	21 %	21 %
Fruiteries	57 %	14 %	18 %	7 %	4 %
Réseau des HRI	80 %	7 %	7 %	7 %	0 %
Autres producteurs	42 %	17 %	33 %	0 %	8 %
Autres	0 %	100 %	0 %	0 %	0 %

Source : Groupe AGÉCO, Enquête auprès des producteurs de légumes de serre, 2011.

La Figure 2.10 montre le profil des entreprises selon leur taille et les réseaux de distribution utilisés. Celles de très grande taille (10 000 m² et plus) sont plus nombreuses à distribuer par l'intermédiaire de grossistes que l'ensemble des entreprises. À l'inverse, ce sont proportionnellement davantage les petites entreprises (de 500 à 1000 m² et de 1000 à 1999 m²) qui vendent directement au public.

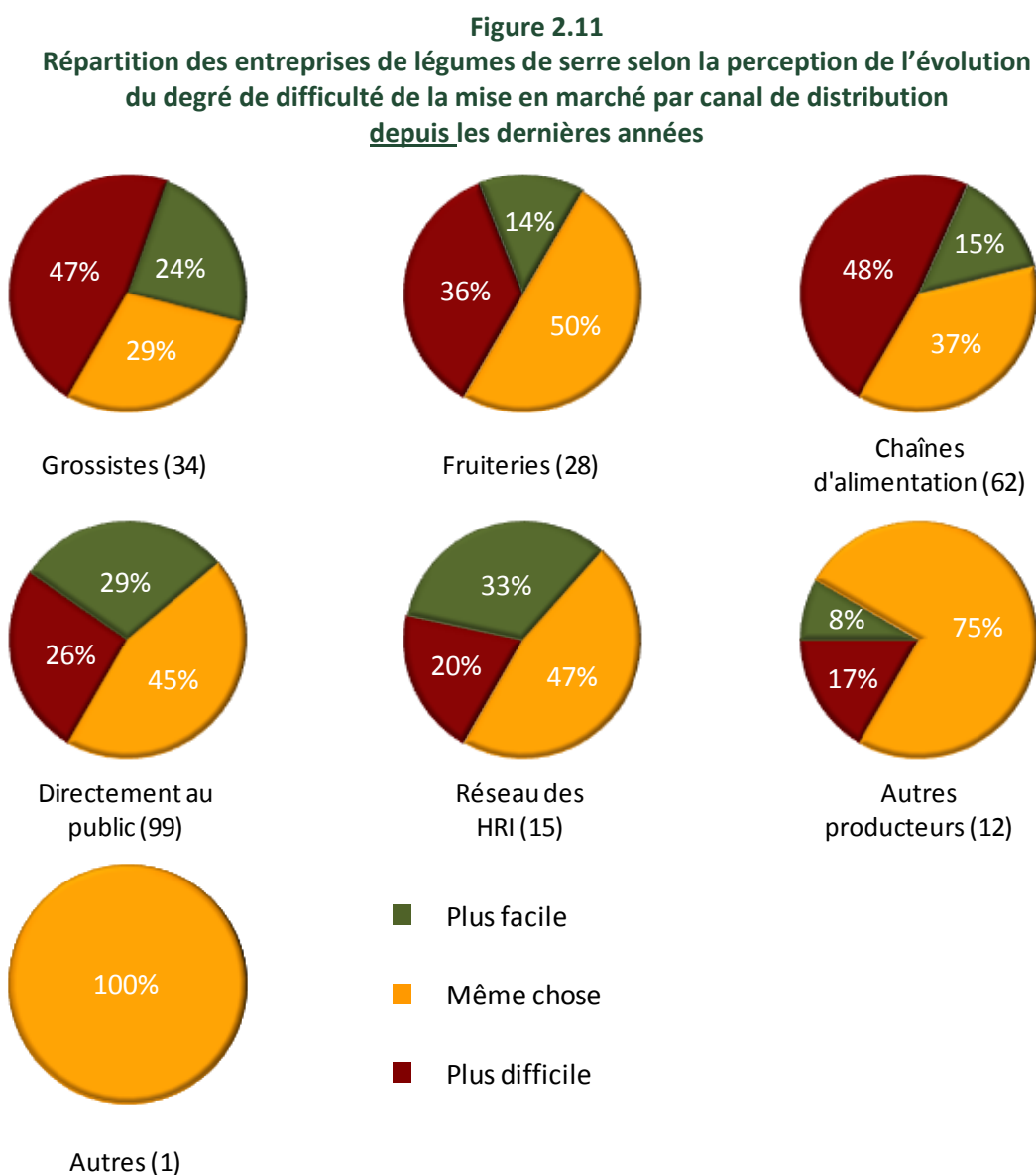
Figure 2.10
Répartition des entreprises de légumes de serre selon la superficie totale
ET les canaux de distribution utilisés au Québec



Source : Groupe AGÉCO, Enquête auprès des producteurs de légumes de serre, 2011.

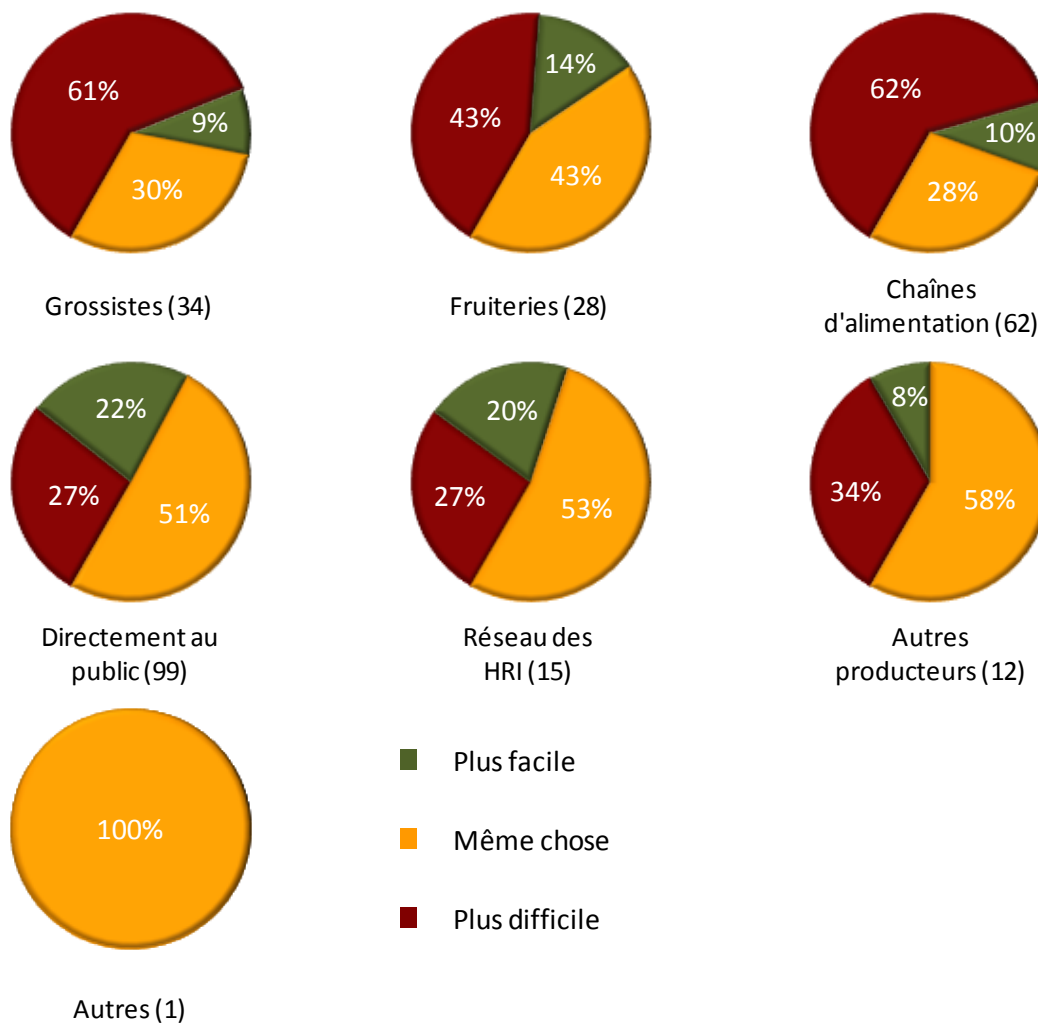
Les entreprises étaient questionnées sur leur perception quant à la facilité d'accès aux différents canaux de distribution. Près de la moitié (47 %) des entreprises qui distribuent leurs produits par l'intermédiaire de grossistes considèrent qu'il y est plus difficile qu'avant d'y vendre quoi que ce soit. La situation est semblable (48 %) pour ceux qui vendent leurs produits aux supermarchés. Et pour l'avenir, plus de 60 % anticipent que la situation se détériorera auprès de ces deux canaux de vente.

Environ la moitié ou plus des producteurs ne constatent pas de changement pour les fruiteries (50 %), les ventes directes et HRI (47 %) et les ventes à d'autres producteurs (75 %). Dans des proportions similaires, les producteurs estiment que la situation demeurera semblable pour ces canaux de distribution (cf. Figure 2.11 et Figure 2.12).



Source : Groupe AGÉCO, Enquête auprès des producteurs de légumes de serre, 2011.

Figure 2.12
Répartition des entreprises de légumes de serre selon la perception de l'évolution du degré de difficulté de la mise en marché par canal de distribution dans les prochaines années

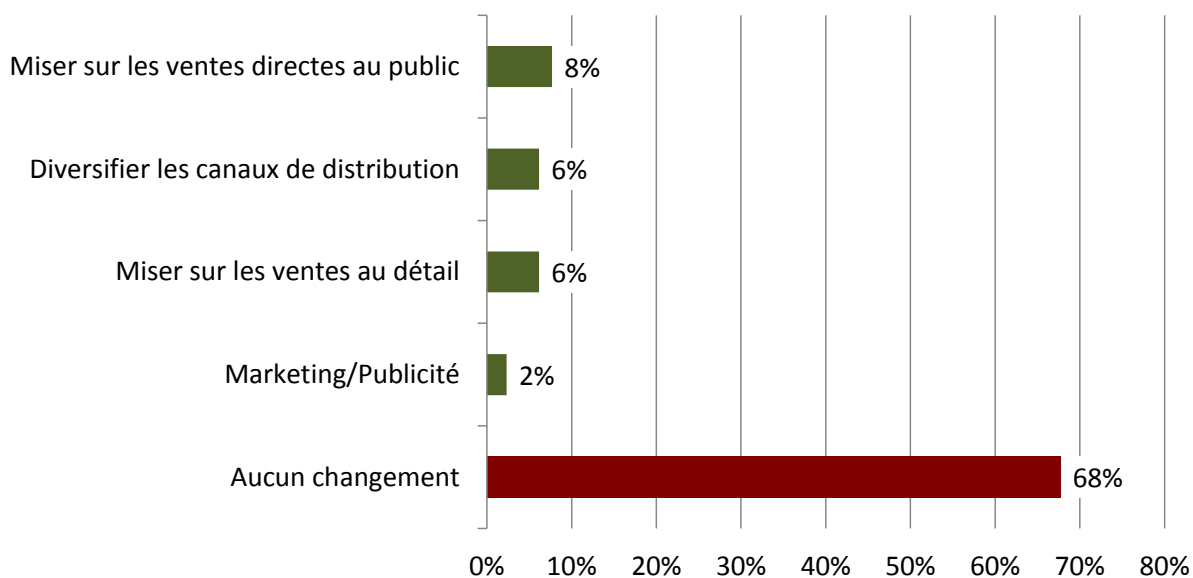


Source : Groupe AGÉCO, Enquête auprès des producteurs de légumes de serre, 2011.

En question ouverte, les producteurs interrogés au cours de l'enquête téléphonique ont été invités à nommer, spontanément, quels changements ils prévoyaient apporter aux canaux de distribution utilisés (cf. Figure 2.13).

- Malgré les difficultés anticipées ci-haut pour certains réseaux de distribution, un peu plus des deux tiers des producteurs (68 %) n'ont prévu aucun changement.
- Pour ceux qui prévoient modifier leurs canaux de distribution, c'est l'augmentation des ventes directes au public qui arrive au premier rang avec 8 % des répondants. Viennent ensuite à égalité la diversification des canaux de distribution et l'augmentation des ventes sur le marché du détail avec 6 %.
- Finalement, de manière plus marginale (2 %), des entreprises souhaitent améliorer la mise en marché de leurs produits en misant sur la publicité ou le marketing, incluant les emballages.

Figure 2.13
Répartition des entreprises de légumes de serre selon les changements prévus aux canaux de distribution dans les trois prochaines années



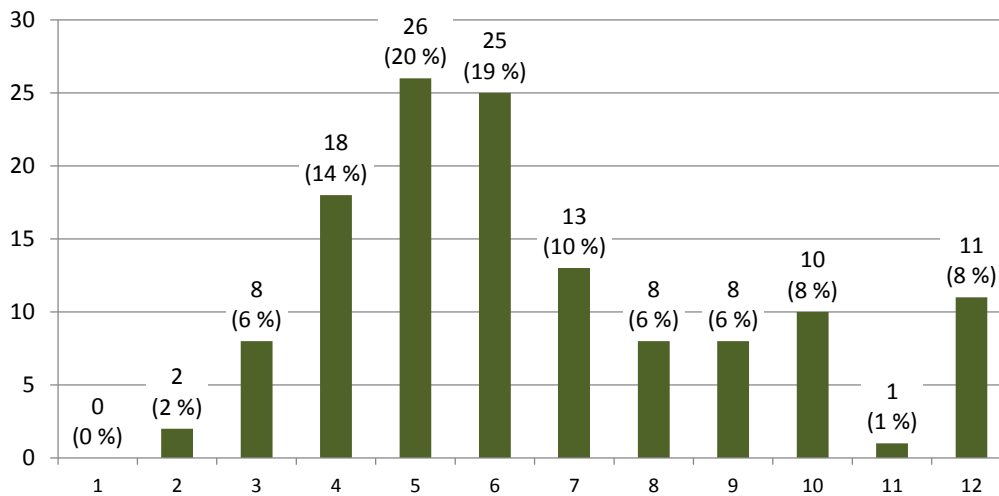
Source : Groupe AGÉCO, Enquête auprès des producteurs de légumes de serre, 2011.

MOIS DE VENTES

La Figure 2.14 et la Figure 2.15 illustrent la répartition des entreprises de légumes de serre selon la période et les mois pendant lesquels elles effectuent des ventes.

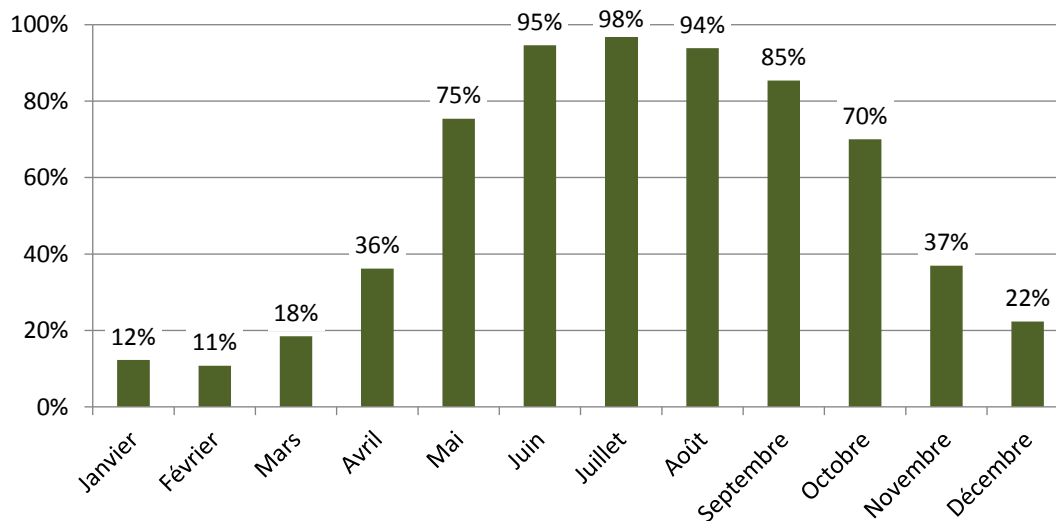
- En moyenne, les producteurs de légumes de serre effectuent leurs ventes pendant une période de 6,5 mois dans l'année, principalement d'avril à octobre.
- Un peu moins de 10 % des entreprises répartissent leurs ventes sur 12 mois.

Figure 2.14
Répartition des entreprises de légumes de serre selon le nombre de mois pendant lesquels se sont échelonnées les ventes



Source : Groupe AGÉCO, Enquête auprès des producteurs de légumes de serre, 2011.

Figure 2.15
Répartition des entreprises de légumes de serre selon les mois pendant lesquels se sont effectuées des ventes



Source : Groupe AGÉCO, Enquête auprès des producteurs de légumes de serre, 2011.

Une offre annuelle : un critère de choix des acheteurs

La capacité à approvisionner le marché à l'année compte parmi les principaux critères de choix ciblés par les acheteurs pour sélectionner leurs fournisseurs. Les courtiers et grossistes doivent eux-mêmes s'engager auprès de leurs clients, en livrant un produit uniforme et stable toute l'année. Un certain nombre d'entreprises serricoles ont d'ailleurs fait des acquisitions ou des partenariats dans d'autres pays afin de pouvoir assurer des livraisons toute l'année. Les données de l'enquête 2011 démontrent néanmoins qu'il y a encore un décalage important entre la capacité de production des entreprises québécoises en dehors de mai à octobre.

MARQUE DE COMMERCE

Un tiers des entreprises de production de légumes de serre (34 %) considèrent avoir une marque de commerce. À noter qu'aucune définition de ce qu'est une marque de commerce n'était précisée au préalable au producteur. Les producteurs qui utilisent le nom de leur entreprise pour commercialiser leurs légumes de serre peuvent avoir considéré qu'ils utilisent une marque de commerce, puisque les clients reconnaissent leurs produits.

Les entreprises qui distribuent leurs produits par l'intermédiaire de certains canaux de distribution, tels les grossistes, les fruiteries et les chaînes d'alimentation, sont proportionnellement plus souvent détentrices d'une marque de commerce (cf. Tableau 2.16).

Par ailleurs, le quart des entreprises de légumes de serre (25 %) affirme avoir un site Internet.

Tableau 2.16
Répartition des entreprises de légumes de serre qui ont une marque de commerce
selon les canaux de distribution utilisés au Québec

	Nombre ¹	Nombre ²	%
Grossistes	34	16	47 %
Fruiteries	28	16	57 %
Chaînes d'alimentation	62	28	45 %
Directement au public	99	23	23 %
Réseau des HRI	15	4	27 %
Autres producteurs	12	4	33 %
Autres	1	0	0 %
Total	130	44	34 %

¹Une entreprise pouvant utiliser plus d'un canaux, le total est supérieur au total des entreprises sondées

²Une entreprise pouvant utiliser plus d'un canaux, le total est supérieur au total des entreprises ayant une marque de commerce

Source : Groupe AGÉCO, Enquête auprès des producteurs de légumes de serre, 2011.

REGROUPEMENT DE L'OFFRE

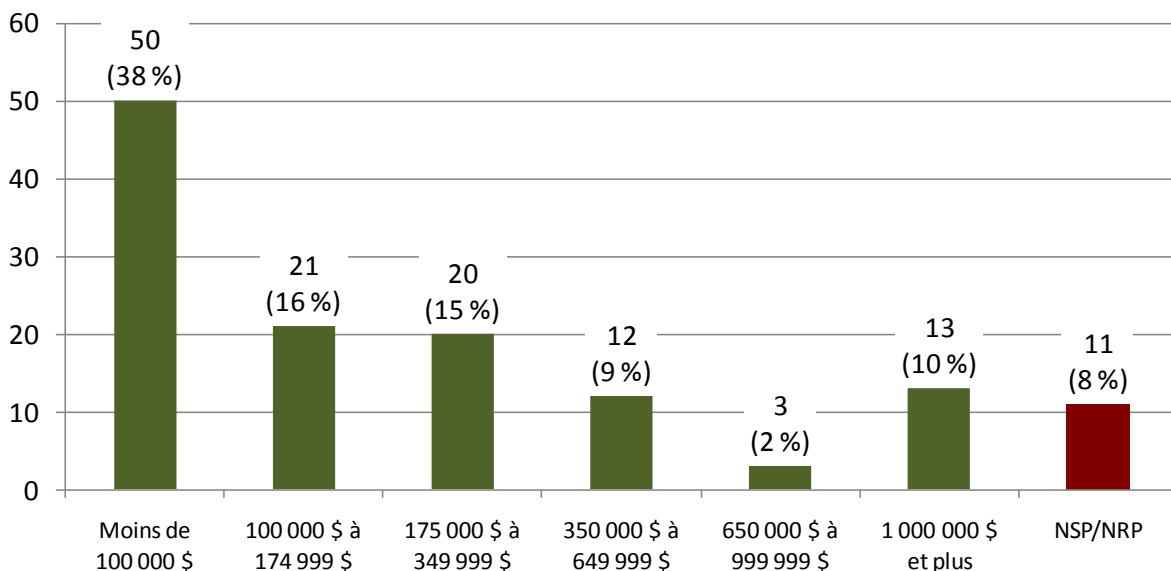
Le tiers des entreprises de légumes de serre ont exprimé un intérêt à regrouper leur offre pour faciliter la mise en marché de leurs produits⁸. Il s'agit d'un élément mentionné par tous les acheteurs interrogés : regrouper l'offre afin de fournir un volume plus important. Outre les critères de qualité et de prix, il est nécessaire que les fournisseurs qui approvisionnent ces canaux soient adaptés à la structure des grandes chaînes d'alimentation et des autres acheteurs (courtier, grossiste) : volume adéquat, centralisation des opérations et des intervenants. Ainsi, les relations commerciales seront simplifiées.

2.7 INFRASTRUCTURES ET TECHNOLOGIES⁹

VALEUR COMPTABLE

La valeur comptable est habituellement considérée comme la valeur des actifs. Dans l'enquête, les producteurs de légumes de serre devaient classer leur entreprise dans une des catégories proposées (cf. Figure 2.16). Près de 40 % des répondants évaluent leur entreprise à moins de 100 000 \$. À l'opposé, 10 % des entreprises estiment la valeur de leur entreprise à plus de un million de dollars.

Figure 2.16
Répartition des entreprises de légumes de serre selon la valeur comptable



NSP/NRP : ne sait pas/ne répond pas.

Source : Groupe AGÉCO, Enquête auprès des producteurs de légumes de serre, 2011.

⁸ Il n'est pas possible de caractériser davantage le profil des entreprises enquêtées se disant prêtes à regrouper leur offre. En effet, rien n'est significatif d'un point de vue statistique en matière de taille, de production, de région et d'âge des producteurs.

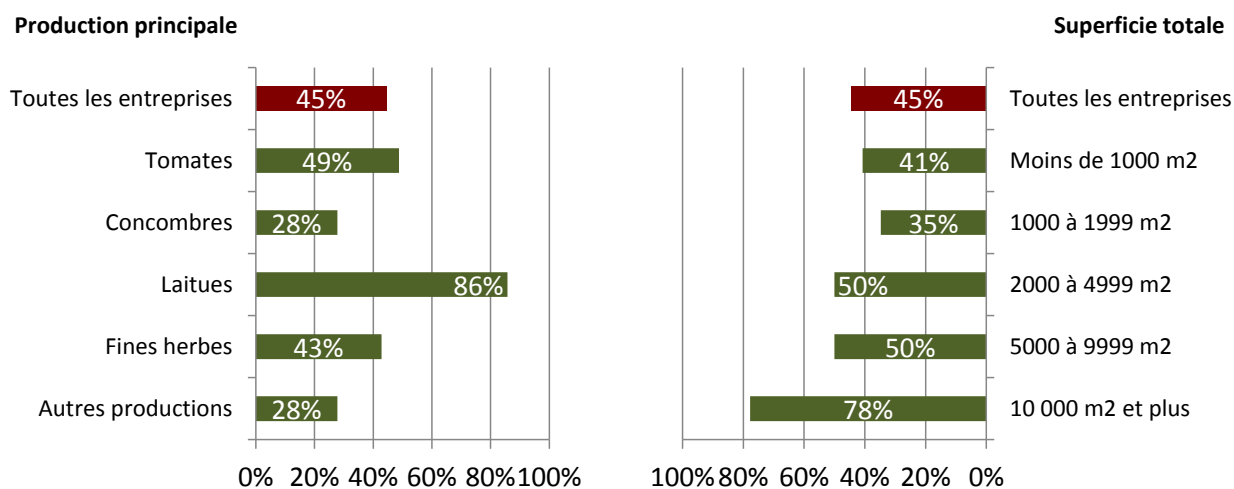
⁹ Le portrait des infrastructures de serre fait l'objet d'une étude en particulier. Pour cette raison, seulement quelques données sont rapportées ici.

MODERNISATION

Un peu moins de la moitié (45 %) des producteurs interrogés pendant l'enquête 2011 considèrent que leur entreprise est suffisamment modernisée (cf. Figure 2.17).

- La moitié des entreprises spécialisées dans la production de tomates de serre considèrent leur entreprise suffisamment modernisée.
- Il y a 28 % des entreprises, dont la production principale en serre est le concombre, qui disent que leur entreprise est suffisamment modernisée.
- Il y a 86 % des producteurs spécialisés dans la culture de laitues de serre qui estiment que leur entreprise est suffisamment modernisée. Cette proportion est de 43 % pour les producteurs spécialisés dans les fines herbes.
- Les très grandes entreprises (10 000 m² et plus) se considèrent, dans l'ensemble, suffisamment modernisées.

Figure 2.17
Répartition des entreprises de légumes de serre qui considèrent que leur entreprise est suffisamment modernisée



Source : Groupe AGÉCO, Enquête auprès des producteurs de légumes de serre, 2011.

AMÉLIORATIONS

Les propriétaires des serres de légumes ont été invités à répondre à des questions sur les améliorations apportées à leur entreprise au cours des cinq dernières années et celles prévues dans les trois prochaines années, selon quatre catégories d'améliorations :

- Changement de forme d'énergie pour chauffer les serres de légumes;
- Amélioration technologique ou changement de procédé de production;
- Rénovation majeure d'une serre existante;
- Construction de nouvelles serres ou agrandissement.

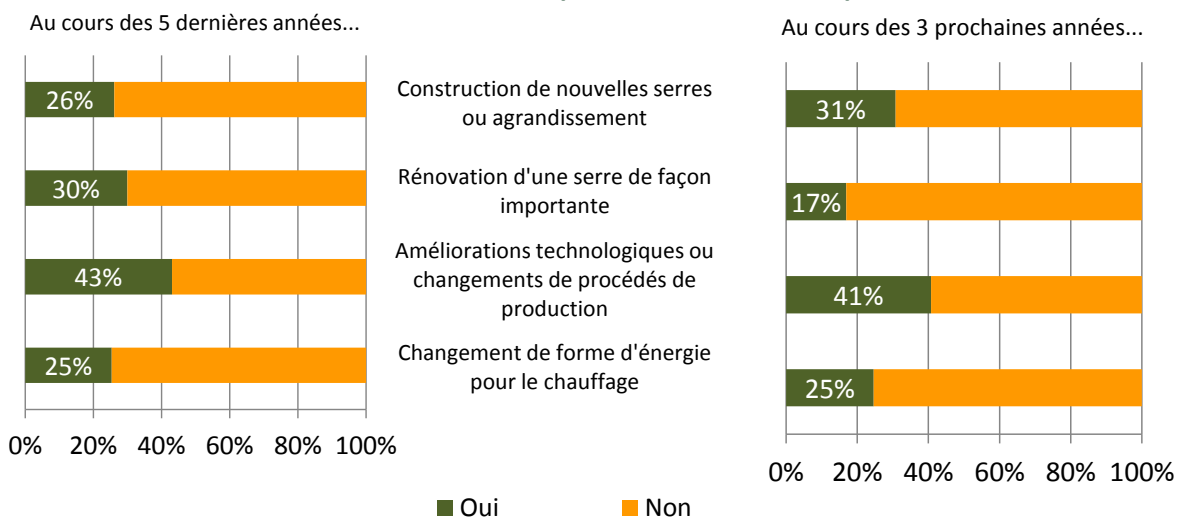
Au total, 72 % des producteurs de légumes de serre ont apporté des améliorations à leurs infrastructures de serre au cours de cinq dernières années. Parmi ceux-ci, les trois quarts ont affirmé avoir considéré l'aspect de l'efficacité énergétique dans ces projets.

Dans les trois prochaines années, 61 % des répondants envisagent d'apporter des améliorations à leurs infrastructures de serre. Une forte majorité de ceux-ci (86 %) prévoient alors tenir compte de l'amélioration de l'efficacité énergétique de leurs installations.

La Figure 2.18 permet de constater que :

- Environ le quart des entreprises de légumes de serre (26 %) ont entrepris dans les dernières années des travaux de construction de nouvelles serres ou d'agrandissement des bâtiments existants. Plus de trois entreprises de légumes de serre sur 10 planifient de tels travaux d'ici les trois prochaines années.
- 30 % des producteurs ont effectué des travaux majeurs d'amélioration d'une serre dans les cinq dernières années. Dans un horizon de trois ans, c'est un peu moins de 20 % des entreprises qui songent à des rénovations de ce type (17 %).
- Plus de 40 % des entreprises de légumes de serre mentionnent des améliorations technologiques récentes¹⁰ ou des changements dans les procédés de production. Et une même proportion d'entreprises planifient de telles améliorations dans les trois prochaines années.
- Dans les cinq dernières années, le quart des entreprises ont opté pour un changement de forme d'énergie pour le chauffage de leurs serres de légumes. Ce type de changement est envisagé par une entreprise de légumes de serre sur quatre d'ici trois ans.

Figure 2.18
Répartition des entreprises de légumes de serre selon les améliorations apportées au cours des 5 dernières années ou prévues au cours des 3 prochaines années



Source : Groupe AGÉCO, Enquête auprès des producteurs de légumes de serre, 2011.

¹⁰ Mentionnons que le Programme d'appui à l'acquisition de technologies de pointe en serriculture du MAPAQ a été lancé en février 2009. Le programme a connu un vif succès, et cela se constate dans les résultats du sondage. Les crédits pour ce programme sont épuisés, même s'il est signé jusqu'en 2013.

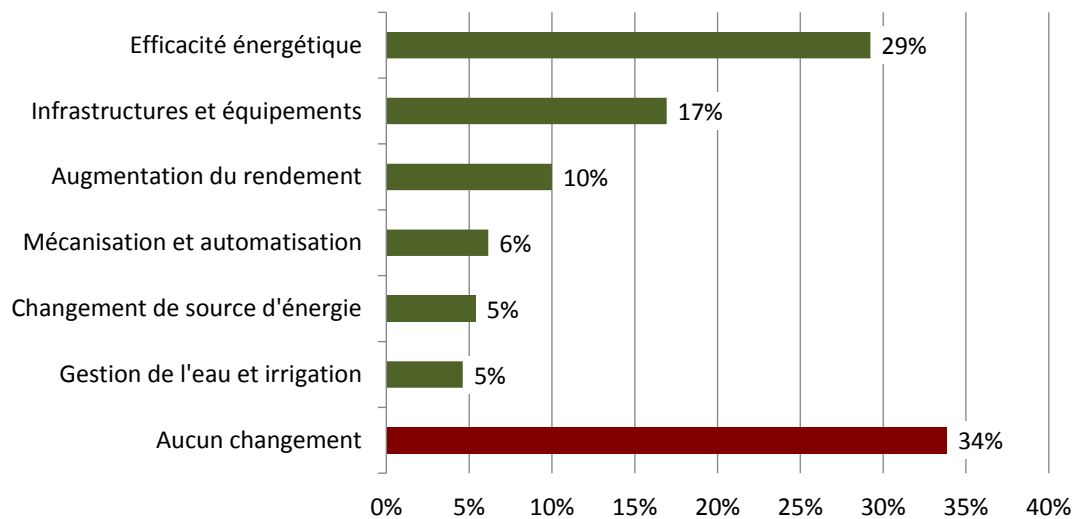
Quant aux entreprises qui ont apporté des améliorations dans les cinq dernières années et celles qui prévoient en apporter dans les trois prochaines années, on peut tirer certains constats :

- La grande majorité (83 %) des entreprises de légumes de serre qui prévoient apporter des améliorations dans les trois prochaines sont celles qui en ont déjà réalisé dans les cinq dernières années.
- Les très grandes entreprises de légumes de serre (10 000 m² et plus) sont proportionnellement plus nombreuses à avoir apporté des améliorations dans les cinq dernières années, et ce, pour chacune des améliorations.
- Une plus grande part des très grandes entreprises (10 000 m² et plus) prévoient apporter des améliorations d'ici les trois prochaines années. Les très petites entreprises (de 500 à 1000 m²) projettent elles aussi des améliorations.
- Les producteurs de laitues de serre sont plus nombreux à avoir construit de nouvelles serres ou à avoir fait des agrandissements dans les cinq dernières années.
 - ◆ Ils sont plus nombreux à prévoir la construction de nouvelles serres ou des agrandissements dans les trois prochaines années.
 - ◆ Ils sont aussi plus nombreux à prévoir un changement de forme d'énergie pour le chauffage.
- Des améliorations technologiques ou des changements de procédés de production sont prévus par les entreprises d'autres productions de serre.
- Les producteurs les plus jeunes (moins de 35 ans) sont nombreux à avoir construit de nouvelles serres ou à les avoir agrandi, et à avoir apporté des changements aux formes d'énergie pour le chauffage dans les cinq dernières années.
- Les jeunes producteurs (moins de 35 ans et de 35 à 44 ans) sont nombreux à prévoir des améliorations technologiques ou des changements de procédés de production de même que la construction de nouvelles serres ou des agrandissements.

En question ouverte, les producteurs de légumes de serre ont été invités à nommer spontanément les améliorations qu'ils souhaiteraient apporter à leurs infrastructures de production. La Figure 2.19 présente la répartition des répondants selon les améliorations souhaitées.

- Dans l'ensemble des entreprises, environ le tiers (34 %) de celles-ci ne souhaitent aucune amélioration.
- Chez celles qui en envisagent, c'est l'efficacité énergétique qui arrive au premier rang des améliorations souhaitées avec près de 30 % des répondants.
- Viennent ensuite des améliorations sur le plan des infrastructures et des équipements (17%), telles que des agrandissements ou encore l'amélioration des systèmes d'éclairage et de ventilation. Bien qu'elle ne soit pas nécessairement liée à l'amélioration des infrastructures, l'augmentation du rendement a été nommée par 10 % des répondants. Arrivent finalement des améliorations sur le plan de la mécanisation et de l'automatisation (6 %), d'un changement de source d'énergie (5 %) et de la gestion de l'eau et de l'irrigation (5 %).

Figure 2.19
Répartition des entreprises de légumes de serre selon les améliorations souhaitées sur le plan des infrastructures de production



Source : Groupe AGÉCO, Enquête auprès des producteurs de légumes de serre, 2011.

CERTIFICATION

Les producteurs de serre peuvent se doter de diverses certifications pour faire valoir par le marché certaines caractéristiques de production (cf. Tableau 2.17). Selon l'enquête 2011, un peu plus de 40 % des entreprises détiendraient, ou seraient en voie de détenir, une certification. À proportion presque égale (20 %), les entreprises seraient certifiées pour la salubrité, la production biologique ou le Savoir-Serre sans pesticides.

Ces résultats, particulièrement ceux se rapportant à Savoir-Serre sans pesticides et à la certification biologique, semblent indiquer que la certification n'est pas une notion clairement définie pour le producteur. Le fait d'avoir suivi une formation sur l'utilisation des pesticides ne constitue pas une certification. Ou encore, le fait de produire sans pesticides n'indique pas automatiquement que l'entreprise a une certification biologique.

Tableau 2.17
Répartition des entreprises de légumes de serre certifiées ou
en voie de l'être selon le type de certification¹

	Nombre	%
Salubrité à la ferme	29	22 %
Production biologique	25	19 %
Savoir-Serre sans pesticides	27	21 %
Exportation	5	4 %
Traçabilité	14	11 %
Total	53	41 %

¹ La notion de certification est basée sur la perception des producteurs.

Source : Groupe AGÉCO, Enquête auprès des producteurs de légumes de serre, 2011.

UTILISATION DE PESTICIDES DE SYNTHÈSE

Plus de la moitié des producteurs en serre interrogés (55 %) n'utilisent aucun pesticide de synthèse. Une part importante des répondants (42 %) disent utiliser des pesticides de synthèse seulement en dernier recours, alors que 3 % des producteurs en utilisent systématiquement.

Mentionnons que certains des acheteurs interrogés ont la perception que les légumes de serre sont produits avec moins de pesticides que les légumes de champ. Il pourrait être avantageux de consolider la part des entreprises qui n'utilisent aucun pesticide de synthèse afin de pouvoir bâtir sur cet avantage perçu.

À RETENIR

Au terme de ce chapitre qui présente les résultats de l'enquête 2011, certains éléments ressortent.

- Le secteur est encore largement spécialisé dans la production de tomates. La production de concombres accuse un recul, mais celles des fines herbes et des autres légumes progressent, tant par rapport au nombre d'exploitations qu'aux superficies qui y sont dédiées.
 - ♦ Il y a 20 % des entreprises de légumes de serre qui sont spécialisées dans une production unique.
 - ♦ En général, les entreprises cultivent plusieurs types de légumes (le tiers ont quatre productions de légumes).
 - ♦ Près du tiers des entreprises interrogées prévoient augmenter les superficies consacrées aux légumes de serre moins traditionnels, signe d'une certaine diversification.

- Plus de la moitié des entreprises évaluent leur chiffre d'affaires en lien avec la production de légumes de serre à moins de 100 000 \$ et produisent leurs légumes sur moins de 2000 m². Par ailleurs, le tiers des entreprises interrogées tirent 100 % de leurs revenus agricoles bruts de la production maraîchère serricole.
- La production de légumes de serre québécois est un secteur relativement jeune si l'on se fie à l'année d'acquisition des entreprises.
 - ♦ Ce sont 63 % des entreprises qui sont établies depuis 1985 (21 ans), et près d'une entreprise sur dix qui est en production depuis moins de 5 ans.
 - ♦ Mais près du tiers des producteurs sont âgés de 55 à 64 ans.
- La proportion des producteurs qui détiennent un diplôme universitaire (15 %) est deux fois plus élevée que pour l'ensemble des producteurs agricoles au Recensement de l'agriculture 2006.
- La très grande majorité des producteurs de légumes de serre écoulent tout leur volume de production sur le marché québécois, par des canaux de distribution variés. Néanmoins, près de 40 % des entreprises ne font que de la vente directe au public. Ces dernières sont toutefois davantage de petites entreprises (moins de 2000 m²) dirigées par des propriétaires âgés de 55 ans et plus.
- En moyenne, les producteurs de légumes de serre effectuent leurs ventes pendant une période de 6,5 mois par année. Très peu d'entre elles répartissent leurs ventes sur 12 mois.
- La rémunération des travailleurs (113 000 \$/entreprise) et la dépense de chauffage des serres (40 000 \$/entreprise) constituent des dépenses importantes pour une entreprise de légumes de serre.
- Un peu plus de 60 % des répondants envisagent d'apporter des améliorations à leurs infrastructures de serre. Une forte majorité de ceux-ci (86 %) prévoient alors tenir compte de l'amélioration de l'efficacité énergétique de leurs installations.

3. FLUX COMMERCIAUX CANADIENS

Plus d'une centaine de pays produisent des légumes de serre dans le monde de manière commerciale. Parmi les plus importants en superficies, on trouve la Chine (81 000 hectares en 2006), l'Espagne (70 400 hectares en 2003), la Corée du Sud (47 000 hectares en 2004), le Japon (36 000 hectares en 2008) et la Turquie (33 496 hectares en 2004)¹¹. L'industrie maraîchère serricole canadienne est donc relativement modeste avec ses quelque 1000 hectares en culture en 2009. Le Canada est pourtant présent sur le marché international, surtout en Amérique du Nord, où il fait face à des concurrents qui convoitent également le marché canadien.

La prochaine section fait le point sur les activités commerciales des légumes de serre au Canada. Compte tenu de la non-fiabilité des données provinciales¹², les statistiques canadiennes sont privilégiées pour cette analyse. Rappelons que l'industrie québécoise s'était donné un objectif ambitieux d'accroître ses activités d'exportation dans son plan d'action de 2002. Malgré leurs limites, les données québécoises montrent plutôt un repli des exportations de légumes de serre du Québec. Il s'avère donc particulièrement pertinent de s'attarder à l'évolution des exportations canadiennes, mais surtout aux importations qui, elles, sont en croissance.

3.1 EXPORTATIONS

PAR PAYS

Le Tableau 3.1 et le Tableau 3.2 montrent l'évolution des exportations canadiennes de légumes de serre (sauf les laitues de serre), par pays et par produit, de 2005 à 2009.

- Que ce soit pour le Québec ou le Canada, les exportations de légumes de serre sont presque exclusivement destinées aux États-Unis. Un volume marginal de tomates de serre est expédié vers le Japon, en moyenne un peu plus de 500 tonnes par année, de 2005 à 2009.
- Globalement, les exportations ont progressé d'environ 10 % en cinq ans, tant en quantité qu'en valeur.
 - ◆ Par contre, depuis 2005, les exportations canadiennes de tomates ont stagné, alors que celles de concombres (+ 11 %), mais surtout de piments (+ 38 %) ont augmenté.

¹¹ Mentionnons que ces statistiques mondiales peuvent englober des superficies cultivées sous tunnel ce qui, au Canada, ne correspond pas à une production en serre. Cuesta Roble Greenhouse Consultants. *Greenhouse Vegetable Production Statistics*, Édition 2011, 73 pages.

¹² Les produits sont rapportés à une province selon le lieu de dédouanement, ce qui peut fausser l'interprétation des flux commerciaux.

Tableau 3.1
Évolution des exportations canadiennes de légumes de serre¹, par pays

	2005	2006	2007	2008	2009	Variation 05-09
	Quantité (tonnes)					%
États-Unis	231 214	238 112	228 354	237 668	251 605	+ 9 %
Autres	587	768	712	315	544	- 7 %
Monde	231 801	238 880	229 066	237 983	252 149	+ 9 %
	Valeur (milliers de dollars)					%
États-Unis	558 865	603 415	565 507	605 532	618 846	+ 11 %
Autres	1479	1866	1226	659	1223	- 17 %
Monde	560 344	605 281	566 733	606 191	620 069	+ 11 %

¹ Exclut les laitues de serre, non disponibles dans les données.

Source : Statistique Canada et nos calculs.

Tableau 3.2
Évolution des exportations canadiennes de légumes de serre¹, par produit

	2005	2006	2007	2008	2009	Variation 05-09
	Quantité (tonnes)					%
Tomates	145 469	140 817	124 643	134 147	145 105	- 0,3 %
Concombres	45 203	48 961	50 291	53 471	50 232	+ 11 %
Piments	41 129	49 102	54 132	50 365	56 812	+ 38 %
Total	231 801	238 880	229 066	237 983	252 149	+ 9 %
	Valeur (milliers de dollars)					%
Tomates	346 107	341 729	289 312	322 845	326 643	- 6 %
Concombres	78 195	93 425	91 973	93 836	101 465	+ 30 %
Piments	136 042	170 127	185 448	189 509	191 961	+ 41 %
Total	560 344	605 281	566 733	606 190	620 069	+ 11 %

¹ Exclut les laitues de serre, non disponibles dans les données.

Source : Statistique Canada et nos calculs.

3.2 IMPORTATIONS

PAR PAYS

Les importations canadiennes de légumes de serre ont plus que doublé de 2005 à 2010.

- Au Tableau 3.3, on constate que l'augmentation est principalement attribuable aux importations en provenance du Mexique : + 378 % en quantité et + 348 % en valeur, pour la même période.
- Les autres pays, y compris les États-Unis, ont ainsi vu leurs parts s'amenuiser considérablement (cf. Figure 3.1). Mentionnons que ce repli concerne aussi un

fournisseur traditionnel de produits de serre, la Hollande. Les achats dans ce pays ont pratiquement cessé depuis l'année dernière, des suites de l'embargo et de l'imposition d'une taxe douanière dissuasive aux produits de serre de ce pays. Pour la première fois depuis 10 ans, certaines grandes chaînes n'ont fait aucun achat en Hollande.

Le Mexique : un concurrent qui se déploie

Depuis 5 ans, selon des acheteurs de chaîne d'alimentation, le Mexique est un fournisseur à prendre au sérieux. Il y a une nette amélioration dans la qualité des produits (salubrité, contrôle de la qualité de l'eau utilisée en serre, etc.) et il y a eu professionnalisation du secteur, auparavant composé de plusieurs petites serres désuètes. Bref, la qualité est meilleure, il est donc plus tentant de s'y approvisionner. En conséquence, la part de ce pays dans l'ensemble des quantités de légumes de serre importées est passée de 50 % en 2005 à près de 85 % en 2010. En valeur, la part du Mexique dans les importations canadiennes de légumes de serre atteint près de 80 % en 2010, par rapport à un peu moins de 50 % en 2005.

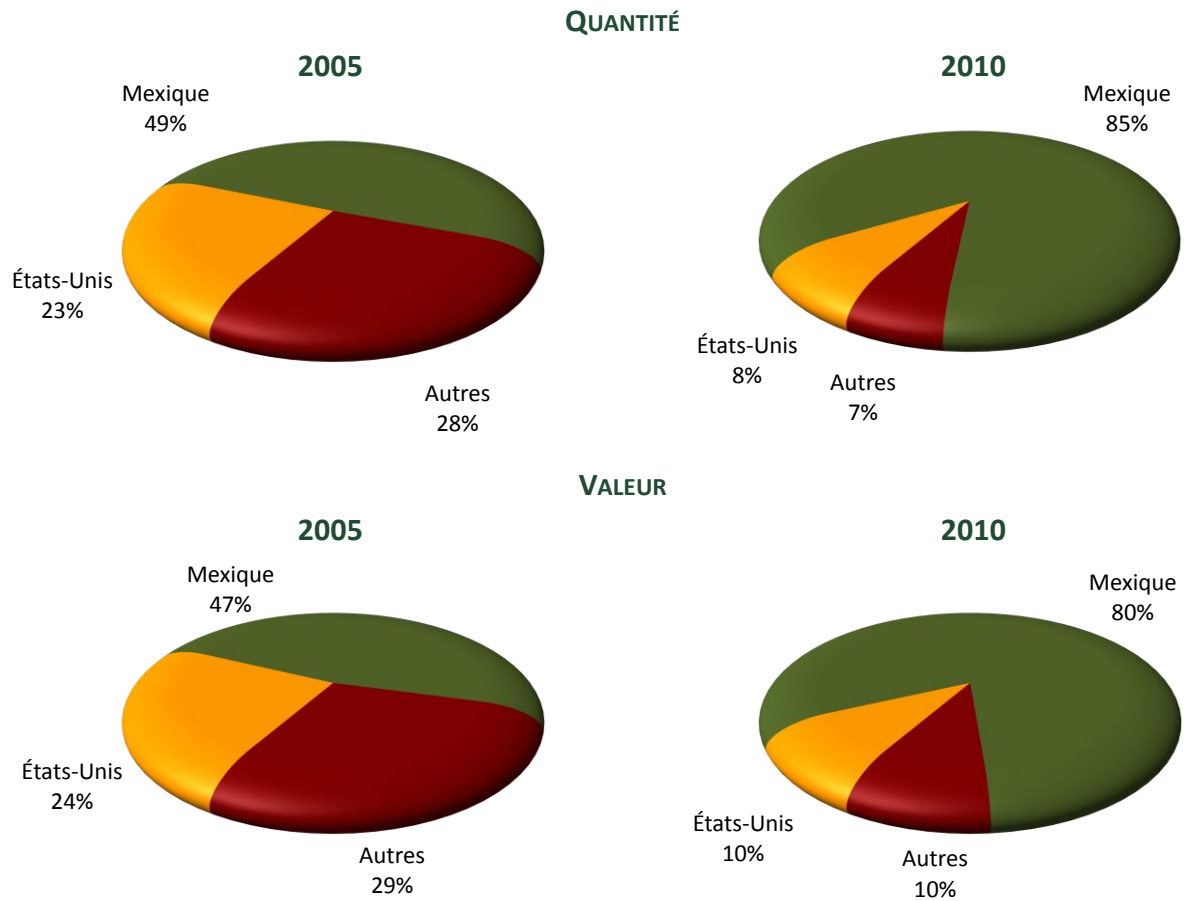
Tableau 3.3
Évolution des importations canadiennes de légumes de serre, par pays¹

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Variation 05-10
	Quantité (tonnes)						%
États-Unis	8 070	9 333	12 459	10 222	8 176	8 019	- 1 %
Mexique	17 359	28 580	53 944	72 352	77 481	82 952	+ 378 %
Autres	9 657	9 620	8 081	8 591	11 247	6 486	- 33 %
Monde	35 086	47 533	74 484	91 165	96 904	97 457	+ 178 %
	Valeur (milliers de dollars)						%
États-Unis	20 027	21 603	28 235	24 132	20 203	21 575	+ 8 %
Mexique	39 635	58 996	121 583	149 579	144 566	177 584	+ 348 %
Autres	24 475	29 128	25 058	27 204	32 733	21 247	- 13 %
Monde	84 137	109 726	174 876	200 915	197 502	220 406	+ 162 %

¹ Les données d'importations de laitues ne sont pas rapportées, compte tenu des doutes quant à leur validité et à l'impossibilité de procéder à des vérifications (Simon Collin, MAPAQ, communication personnelle avec la Division du commerce international chez Statistique Canada).

Source : Statistique Canada et nos calculs.

Figure 3.1
Évolution de la répartition des importations canadiennes de légumes de serre, par pays¹



¹ Les données d'importations de laitues ne sont pas rapportées, compte tenu des doutes quant à leur validité et à l'impossibilité de procéder à des vérifications (Simon Collin, MAPAQ, communication personnelle avec la Division du commerce international chez Statistique Canada).

Source : Statistique Canada et nos calculs.

PAR PRODUIT

- Le principal légume de serre importé au Canada est la tomate. Elle compte, en 2010, pour 57 % des quantités importées, en progression par rapport à 2005 (47 %). Les importations de tomates atteignent ainsi plus de 55 000 tonnes en 2010, en augmentation de 232 % depuis 2005.
- En part relative, les piments arrivent second derrière les tomates avec 26 % du volume importé en 2010 (cf. Figure 3.2).

Tableau 3.4
Évolution des importations canadiennes de légumes de serre, par produit¹

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Variation 05-10
	Quantité (tonnes)						%
Tomates	16 655	25 221	40 250	53 558	59 912	55 218	+ 232 %
Concombres	6 246	7 319	15 477	15 370	13 441	17 279	+ 177 %
Piments	12 185	14 993	18 757	22 237	23 551	24 960	+ 105 %
Total	35 086	47 533	74 484	91 165	96 904	97 457	+ 178 %
	Valeur (milliers de dollars)						%
Tomates	38 985	52 349	85 464	109 273	108 345	119 953	+ 208 %
Concombres	9 049	13 141	27 226	25 254	19 631	27 225	+ 201 %
Piments	36 104	44 236	62 186	66 388	69 526	73 228	+ 103 %
Total	84 137	109 726	174 876	200 915	197 502	220 406	+ 162 %

¹ Les données d'importations de laitues ne sont pas rapportées, compte tenu des doutes quant à leur validité et à l'impossibilité de procéder à des vérifications (Simon Collin, MAPAQ, communication personnelle avec la Division du commerce international chez Statistique Canada).

Source : Statistique Canada et nos calculs.

De serre ou de champ

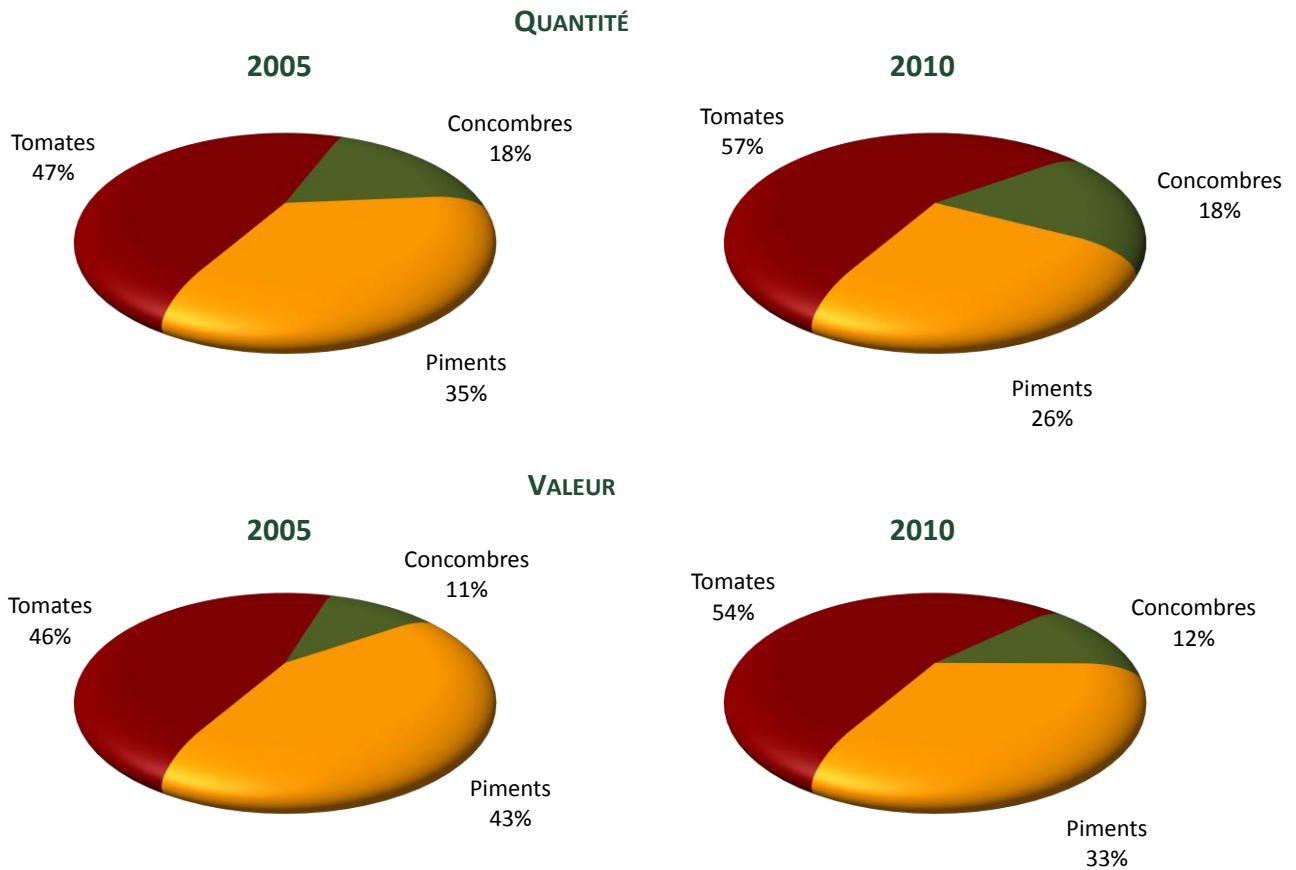
La définition d'un produit de champ n'est pas harmonisée entre les pays. Ainsi, des tomates produites sous ombrière au Mexique peuvent être désignées « de serre », alors que la définition est plus stricte ailleurs, exigeant par exemple une structure permanente d'aluminium ou d'acier couverte de verre ou de plastique, avec des systèmes de contrôle pour l'irrigation et le climat. Le Conseil canadien de l'horticulture a d'ailleurs soumis une définition en ce sens à l'Agence canadienne d'inspection des aliments afin que soit réglementé le commerce sur la base de cette définition¹³. Par ailleurs, Statistique Canada définit une serre comme « une exploitation dont les plants sont cultivés sous verre, sous plastique, sous polyfilm ou polyéthylène, ou sous un élément protecteur du même type »¹⁴.

Compte tenu du flou qui existe quant à la définition d'un produit serricole, les données d'importation sont à considérer avec précaution. C'est le cas des laitues de serre importées qui, dans les faits, pourraient correspondre à des laitues de champ.

¹³ Rapport du Comité de la serriculture présenté à la 89^e Assemblée générale annuelle du Conseil canadien de l'horticulture, mars 2011.

¹⁴ Statistique Canada, *Les industries des cultures de serre, des gazonnières et des pépinières*, 2010.

Figure 3.2
Évolution de la répartition des importations canadiennes de légumes de serre, par produit¹



¹ Les données d'importations de laitues ne sont pas rapportées, compte tenu des doutes quant à leur validité et à l'impossibilité de procéder à des vérifications (Simon Collin, MAPAQ, communication personnelle avec la Division du commerce international chez Statistique Canada).

Source : Statistique Canada et nos calculs.

La provenance des légumes de serre importés varie selon les produits (*cf.* Figure 3.3). La grande majorité des volumes importés viennent du Mexique et des États-Unis, dans une moindre mesure.

- Les tomates et les concombres de serre sont importés principalement du Mexique. La part de ce pays est en augmentation depuis 2005, sauf dans le cas du concombre où 2010 montre une légère baisse des importations en provenance de ce pays, au profit des États-Unis.
- Le Mexique est aussi premier en 2010 dans les importations canadiennes de piments. La part des Pays-Bas, qui équivalait en 2005 au tiers des importations de piments, est aujourd'hui réduite à 2 %, pour les raisons évoquées précédemment. Les États-Unis et l'Espagne sont d'autres exportateurs qui ont contribué chacun à environ 8 % des importations de piments en 2010. Israël figure depuis tout récemment dans les importateurs canadiens de piments de serre, sa part des volumes importés ayant atteint 7 % en 2009 et 5 % en 2010. Il semble que la qualité des produits israéliens

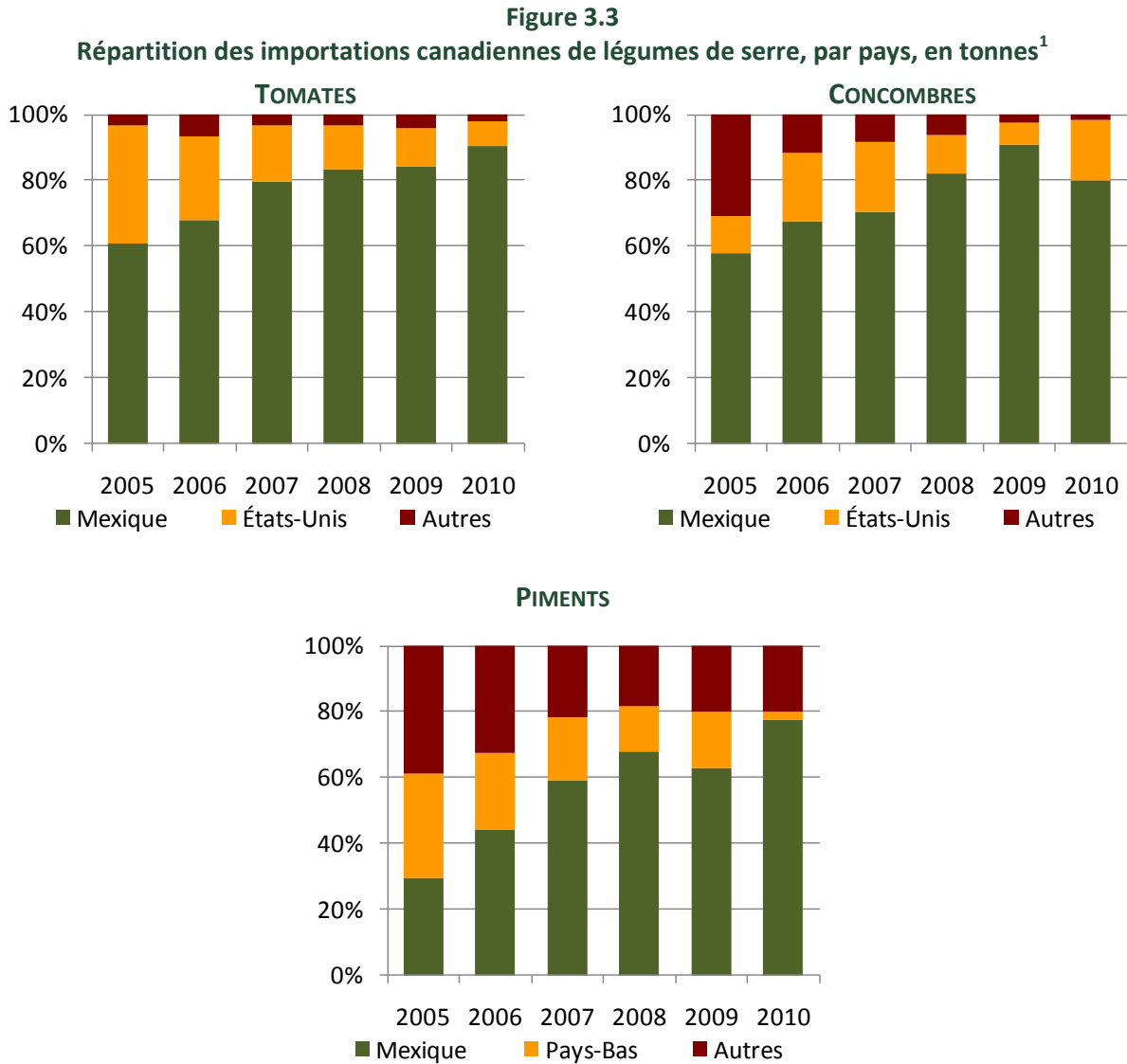
soit excellente, mais le pays demeure un joueur marginal, selon les acheteurs interrogés.

La valeur à la tonne des importations de légumes de serre varie selon le produit et le pays de provenance (cf. Figure 3.4). Soulignons que les prix présentés sont le résultat de la valeur totale des importations divisée par les quantités. Aucune information sur la qualité du produit n'est prise en compte.

- La valeur à la tonne des tomates et des concombres de serre américains dépasse celle des produits mexicains de façon marquée depuis 2006-2007. La valeur à la tonne de ces produits en provenance du Mexique a diminué de 2007 à 2009, alors qu'il semble y avoir une légère remontée pour 2010.
- La valeur des importations canadiennes de piments montre un patron différent. Mise à part une hausse des prix en 2007, la valeur à la tonne apparaît stable depuis 2005, montrant même une légère diminution pour les produits en provenance du Mexique. La courbe des Pays-Bas montre clairement l'impact de l'application du super tarif depuis 2010.

Les Pays-Bas : un concurrent traditionnel remis à l'ordre

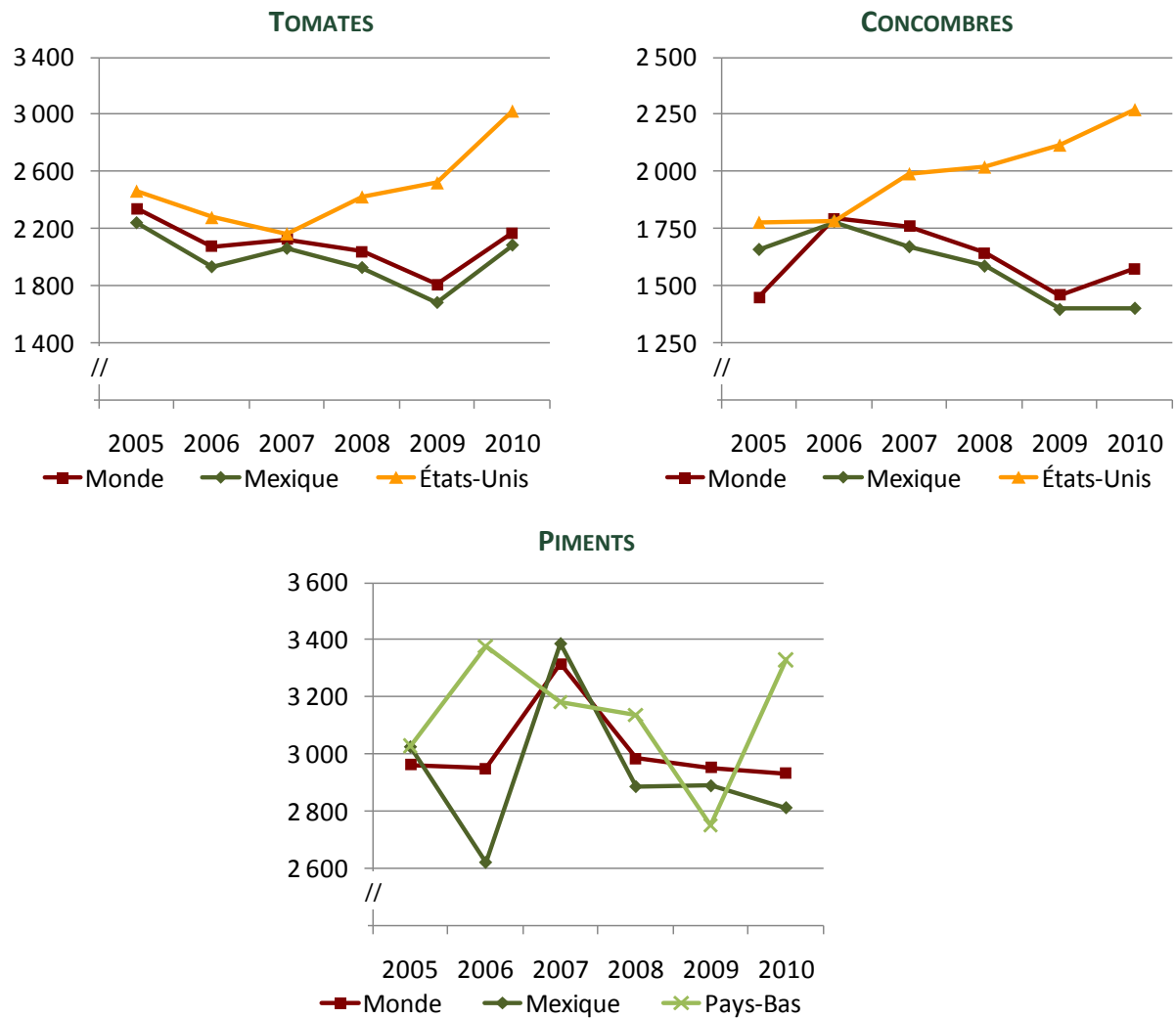
En octobre 2010, le Tribunal canadien du commerce extérieur a mis en place un tarif à l'importation de 193 % sur les poivrons de serre en provenance de la Hollande pour une période de cinq ans. Cette décision fait suite à une plainte déposée en décembre 2009 par l'Ontario Greenhouse Vegetable Producers' Marketing Board (OGVG), accusant les Pays-Bas de dumping de poivrons de serre sur le marché canadien. De façon plus précise, l'OGVG accusait les exportateurs hollandais de vendre leurs poivrons de serre sur le marché canadien à un prix inférieur à leur coût de production, rendant ainsi les poivrons de serre canadiens non compétitifs sur le marché.



¹ Les données d'importations de laitues ne sont pas rapportées, compte tenu des doutes quant à leur validité et à l'impossibilité de procéder à des vérifications (Simon Collin, MAPAQ, communication personnelle avec la Division du commerce international chez Statistique Canada).

Source : Statistique Canada et nos calculs.

Figure 3.4
Valeur à la tonne des importations canadiennes de légumes de serre, par pays, en \$/tonne¹



¹ Les données d'importations de laitues ne sont pas rapportées, compte tenu des doutes quant à leur validité et à l'impossibilité de procéder à des vérifications (Simon Collin, MAPAQ, communication personnelle avec la Division du commerce international chez Statistique Canada).

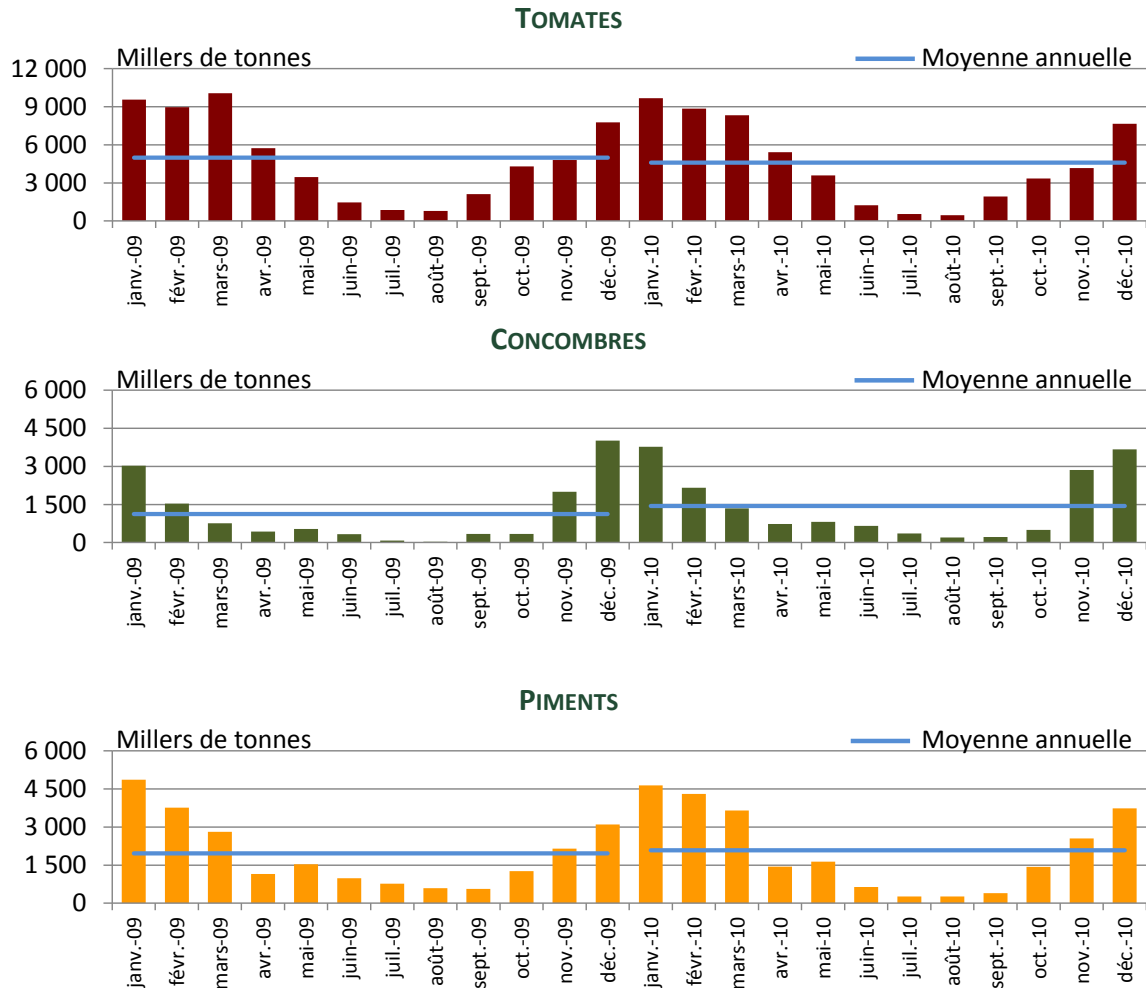
Source : Statistique Canada et nos calculs.

PAR MOIS

La prochaine figure donne une vue d'ensemble de l'évolution mensuelle des importations, pour 2009 et 2010. Les cycles hiver/été sont clairement marqués. Sur cette figure, les flux d'importations par pays pour chacun des légumes de serre ne sont pas présentés. Cependant, on peut faire ressortir que

- Les produits mexicains sont présents toute l'année sur les tablettes des supermarchés canadiens, de janvier à décembre, pour la tomate, le concombre et le piment.
- L'entrée sur le marché est plus discontinue pour ces légumes américains.
 - ♦ Les tomates arrivent de juin à août, coïncidant non seulement avec une production en serre canadienne, mais également de champ.
 - ♦ Pour les concombres, les importations américaines sont plus étendues (mars-octobre).

Figure 3.5
Évolution mensuelle des importations de légumes de serre, Canada, 2009 et 2010¹



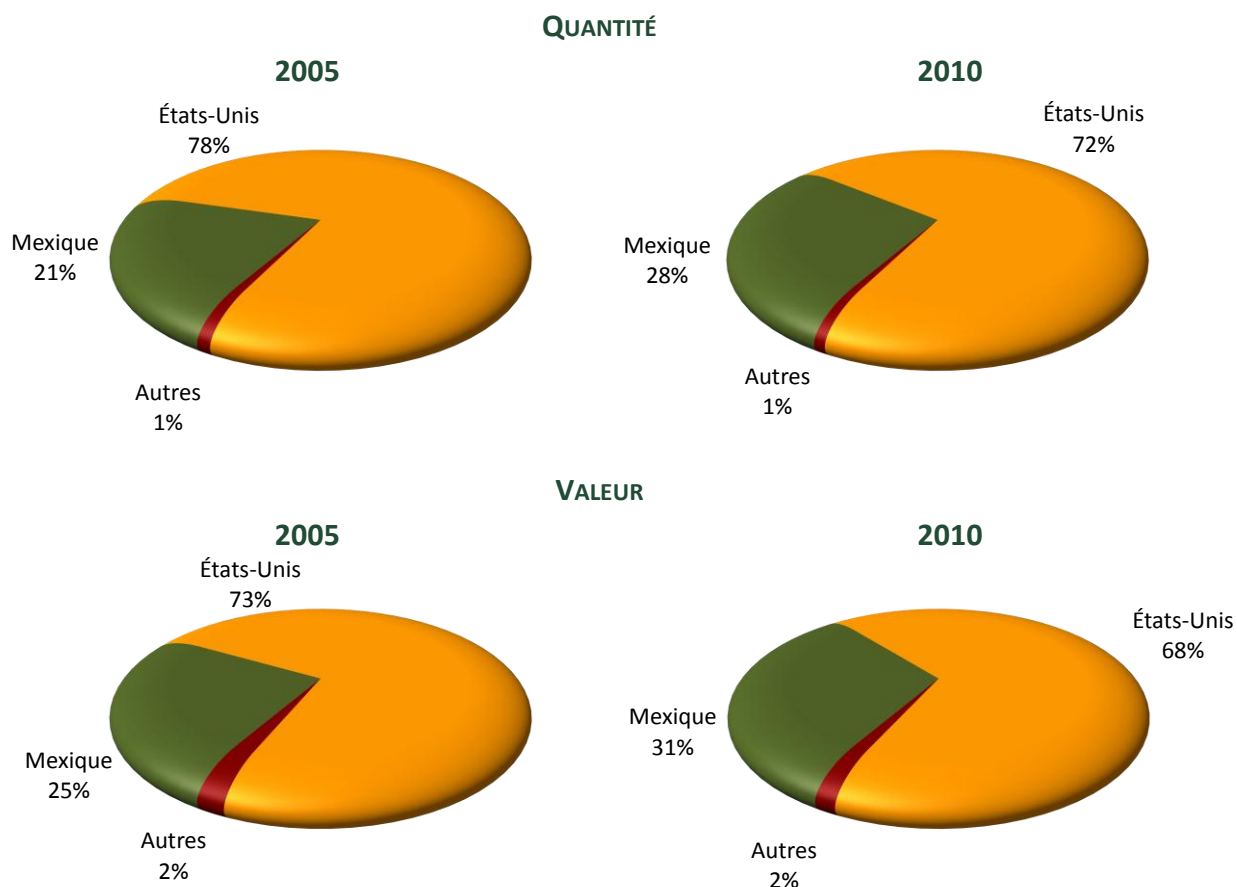
¹ Les données d'importations de laitues ne sont pas rapportées, compte tenu des doutes quant à leur validité et à l'impossibilité de procéder à des vérifications (Simon Collin, MAPAQ, communication personnelle avec la Division du commerce international chez Statistique Canada).

Source : Statistique Canada et nos calculs.

3.2.1 PRODUITS DE CHAMP IMPORTÉS : UNE AUTRE CONCURRENCE

En complément, il est intéressant de s'attarder aux importations de légumes de champ, qui elles aussi constituent une concurrence à la production canadienne de légumes de serre. En effet, certains des acheteurs interrogés ont dit se tourner vers l'un ou l'autre, serre ou champ, selon les prix, la quantité et la qualité (voir section 5.3). Le degré de substitution entre les deux produits semble donc élevé. Aux fins de l'exercice, les données sur la tomate de champ sont analysées (cf. Figure 3.6). Les États-Unis apparaissent alors comme le principal exportateur de tomates de champ au Canada (tant en valeur qu'en quantité), loin devant le Mexique, quoique sa part ait diminué de 2005 à 2010. Rappelons que, dans le cas des tomates de serre, le Mexique arrivait au premier rang comme exportateur au Canada.

Figure 3.6
Évolution de la répartition des importations canadiennes de tomates de champ, par pays



Source : Statistique Canada et nos calculs.

À RETENIR

- Alors que la production québécoise de légumes de serre est encore largement tournée vers l’approvisionnement des marchés intérieurs, la production canadienne dessert davantage les marchés d’exportation. Sur la production totale canadienne, à peu près la moitié est exportée en 2009.
 - ♦ La part est plus élevée pour les tomates (63 %) et les poivrons de serre (64 %) en 2009.
- Les exportations canadiennes ont progressé d’environ 10 % en cinq ans, tant en quantité qu’en valeur. Mais le produit phare, la tomate de serre, n’est plus en croissance sur les marchés d’exportation. Ce sont les piments, et, dans une moindre mesure, les concombres, qui se sont taillé une place sur les marchés d’exportation
- Le Canada demeure dépendant des États-Unis, un acheteur dominant, mais naturel, compte tenu de sa proximité.
- Les importations sont en forte hausse, et le Mexique est le joueur qui s’est taillé une place ces dernières années.
- Les Pays-Bas sont temporairement hors jeu, compte tenu des super tarifs imposés à leurs produits.
- Selon les produits et les pays, il y a des importations qui ne sont pas seulement en contre-cycle de la production canadienne, mais parfois en pleine saison.
- Les légumes de champ, importés ou intérieurs, constituent aussi une concurrence aux légumes de serre du Canada.

4. CONCURRENTS

La présente section s'attarde aux principaux concurrents de l'industrie québécoise des légumes de serre. Elle vise à décrire succinctement leur profil, leurs caractéristiques et la façon dont ils se positionnent par rapport à la production québécoise. En se basant notamment sur l'analyse des importations, mais également sur la proximité des industries canadiennes, les concurrents suivants ont été retenus : l'Ontario, la Colombie-Britannique, l'Alberta (comme concurrent potentiel), les États-Unis et le Mexique.

4.1 CANADA

L'industrie canadienne des fruits et légumes de serre est succinctement présentée en faisant ressortir la position du Québec par rapport aux deux autres principales provinces productrices, l'Ontario et la Colombie-Britannique.

Note méthodologique

L'analyse de la concurrence repose sur les données secondaires disponibles. Pour les provinces canadiennes, la plupart des statistiques sont tirées de l'Enquête annuelle sur les serres, les pépinières et les gazonnières de Statistique Canada. Trois notes méthodologiques de cette enquête doivent être précisées afin de bien comprendre le type de données qui étaient disponibles :

- Une serre est définie comme une exploitation dont les plants sont cultivés sous verre, sous plastique ou sous un élément protecteur du même type.
- Pour le Québec, l'Ontario et la Colombie-Britannique, les exploitations de cultures en serre comptant moins de 5000 pieds carrés (465 mètres carrés) et dont les ventes sont inférieures à 10 000 \$ sont exclues. Pour le reste du Canada, les exploitations de cultures en serre comptant moins de 1000 pieds carrés (93 mètres carrés) sont exclues.
- Les producteurs spécialisés de fruits et de légumes sont classés dans cette catégorie uniquement s'ils n'ont rapporté aucune superficie en production de plantes ou de fleurs de serre.
- Notons enfin que le terme « piment » est utilisé dans les statistiques canadiennes, contrairement aux données québécoises (« poivron »). Les poivrons sont de la famille des piments, ils en sont une variété douce.

4.1.1 NOMBRE DE PRODUCTEURS

Au Canada, les principales provinces productrices de légumes de serre sont l'Ontario, la Colombie-Britannique et le Québec (cf. Tableau 4.1).

- À elles trois, ces provinces regroupent en 2010 près de 85 % des entreprises canadiennes de serres spécialisées en production de fruits et légumes.
- L'Ontario arrive au premier rang avec plus du tiers des producteurs (37 %).
- Le Québec suit avec près de 30 % des entreprises de serres de fruits et légumes, relativement loin devant la Colombie-Britannique avec 17 %.

Tableau 4.1
Nombre de producteurs spécialisés¹ en fruits et légumes de serre, Canada

	2008	2009	2010
Québec	170	190	205
Ontario	215	240	255
Colombie-Britannique	105	105	120
Canada²	630	650	700

¹ Qui n'ont rapporté aucune superficie en production de plantes ou de fleurs de serre.

² Provinces des Prairies en 2010 : 80 producteurs, pour une superficie totale de 530 000 mètres carrés.

Source : Statistique Canada, CANSIM, Tableau 001-0047, *Enquête annuelle sur les serres, les pépinières et les gazonnières*, 2010.

4.1.2 SUPERFICIES

L'Ontario affiche les superficies les plus importantes chez les producteurs spécialisés de fruits et légumes de serre. En 2010, sa part des superficies canadiennes atteint les deux tiers (66 %), par rapport au Québec (6 %) et à la Colombie-Britannique (22 %) (cf. Tableau 4.2).

La superficie totale chez les producteurs spécialisés en fruits et légumes de serre a augmenté de 2008 à 2010 au Canada, de même que pour les trois principales provinces.

- Pour l'ensemble du pays, l'augmentation entre les deux années a été de 10,5 %. Elle atteint, en 2010, un total de 12,1 millions de mètres carrés.
- Le Québec se démarque par l'importante croissance de ses superficies cultivées de 2008 à 2010 : + 29 %. Ces seules années ne permettent toutefois pas de tracer de tendance à long terme.

Tableau 4.2
Superficies des serres (mètres carrés) chez les producteurs spécialisés¹
en fruits et légumes de serre, Canada

	2008	2009	2010
Québec	606 982	714 316	782 244
Ontario	7 383 578	7 680 599	8 054 452
Colombie-Britannique	2 585 054	2 520 917	2 718 828
Canada	10 973 805	11 407 668	12 128 142

¹ Qui n'ont rapporté aucune superficie en production de plantes ou de fleurs de serre.

Source : Statistique Canada, CANSIM, Tableau 001-0047, *Enquête annuelle sur les serres, les pépinières et les gazonnières*, 2010.

La superficie moyenne des serres spécialisées en fruits et légumes au Canada est de 17 324 mètres carrés en 2010.

- Encore une fois, l'Ontario se démarque avec ses 31 586 mètres carrés, en moyenne, suivi de la Colombie-Britannique avec 22 657 mètres carrés.
- Le Québec arrive loin derrière avec une superficie moyenne, en 2010, de 3816 mètres carrés.

Au Canada, les superficies récoltées en légumes de serre pour l'ensemble des producteurs en serre (spécialisés ou non) se répartissent entre quatre principales productions : tomates, concombres, laitues et poivrons (*cf.* Figure 4.1).

- Le Québec consacre une part plus importante de ses superficies aux tomates et il produit proportionnellement plus de laitues que les autres provinces.
 - ♦ Mais, en absolu, la superficie québécoise de tomates de serre est deux fois inférieure à celle de la Colombie-Britannique et six fois inférieure à la superficie ontarienne (*cf.* Tableau 4.3).
 - ♦ Par contre, même en absolu, le Québec est bon premier dans les superficies utilisées pour la laitue, qui sont plus de 4,5 fois supérieures à celles des deux autres provinces.
- La Colombie-Britannique cultive une part plus importante de poivrons sur l'ensemble de ses superficies que les autres provinces.

Tableau 4.3
Superficies récoltées (milliers de mètres carrés) de légumes de serre, Canada

	Tomates	Concombres	Laitues	Poivrons
	2010 (*2007, **2009)			
Québec	546,3	94,3	162,0**	5,8*
Ontario	3379,4	2682,2	36,9**	2487,3
Colombie-Britannique	1163,2	410,1	23,9*	1219,4
Canada	5281,7	3483,3	247,7	3787,6

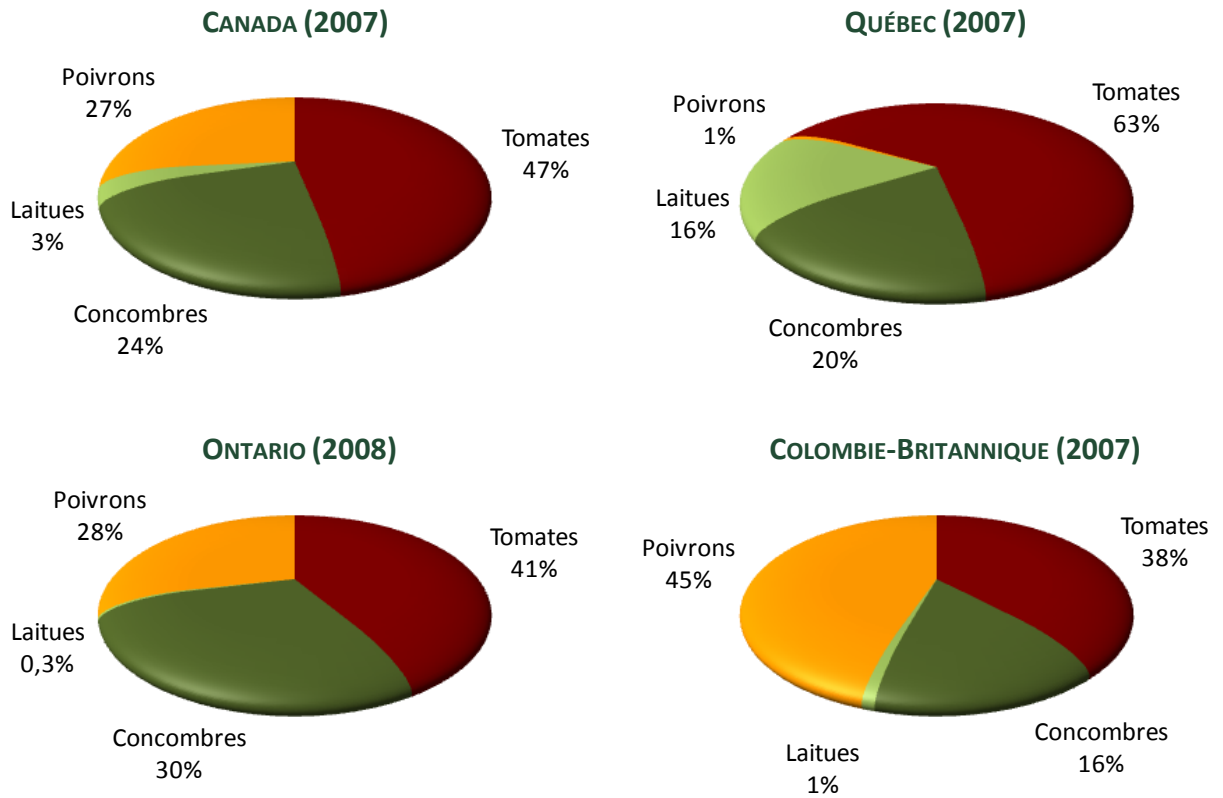
Source : Statistique Canada, CANSIM, Tableau 001-0006, *Enquête annuelle sur les serres, les pépinières et les gazonières*, 2010.

Des structures de coûts différenciées

Le poivron se distingue par sa structure de coûts qui demande relativement moins de main-d'œuvre que les autres légumes, environ 30 % des coûts par rapport à 50 % pour d'autres légumes de serre. Mais, au Québec, les entreprises ont de la difficulté à tirer avantage du gain relatif en main d'œuvre comme le font les concurrents. Il semble en effet que l'expertise et l'équipement soient déficients.

La laitue a une structure de coûts aussi différente, avec des coûts de transport et d'emballage plus élevés, mais moins de chauffage. Les petits joueurs doivent être en mesure de se greffer à une route de distribution existante qui passe tout près, autrement le transport est trop coûteux. La laitue est donc un marché de proximité, à moins d'être une entreprise de grande taille qui bénéficie d'économies d'échelle. Le Québec compte d'ailleurs la plus grande entreprise de production de laitues du Canada.

Figure 4.1
Répartition des superficies récoltées en légumes de serre, Canada¹



¹ Aux fins de comparaison, bien qu'elles ne constituent pas les données les plus récentes, les chiffres des années 2007 et 2008 ont été choisis.

Source : Statistique Canada, CANSIM, Tableau 001-0006.

4.1.3 QUANTITÉS PRODUITES

Les données sur les volumes de production sont conséquentes avec le nombre d'entreprises et les superficies : l'Ontario produit près des deux tiers des volumes de concombres et de tomates produits au Canada. Le Québec compte pour un peu moins de 10 % des tomates de serre produites au Canada.

Tableau 4.4
Volumes de production de légumes de serre, Canada

	Tomates	Concombres	Laitues	Poivrons
	2010 (*2007, **2009)			
Milliers de...	...kilogrammes	...douzaines	...pommes	...kilogrammes
Québec	24 482,2	348,3	n. d.	35,4*
Ontario	165 782,8	30 411,9	n. d.	60 977,5
Colombie-Britannique	62 054,0	10 470,0**	n. d.	29 838,1
Canada	260 407,1	49 344,0	22 518,9	92 532,8

Source : Statistique Canada, CANSIM, Tableau 001-0006, *Enquête annuelle sur les serres, les pépinières et les gazonnières*, 2010.

4.1.4 VALEURS DES VENTES

La valeur des ventes suit la même tendance que celle des quantités produites. L'Ontario compte encore pour plus de la moitié des ventes canadiennes en légumes de serre (61 % en 2010). Le Québec ne représente que 9 % des ventes du Canada, part en légère baisse depuis 2007. L'augmentation des ventes canadiennes de 37 % de 2007 à 2010 est grandement attribuable à la Colombie-Britannique qui a vu ses ventes grimper de 54 % sur cette même période (cf. Tableau 4.5).

Tableau 4.5
Évolution de la valeur des ventes (millions de dollars) de légumes de serre, Canada

	2007	2008	2009	2010
Québec	75,5	74,8	82,8	94,4
Ontario	488,6	530,0	608,0	657,0
Colombie-Britannique	180,0	223,5	245,9	276,5
Canada	788,9	870,0	980,3	1077,9

Source : Statistique Canada, CANSIM, Tableau 001-0051, *Enquête annuelle sur les serres, les pépinières et les gazonnières*, 2010.

Tableau 4.6
Valeur des ventes (millions de dollars) de légumes de serre, par légume, Canada

	Tomates	Concombres	Laitues	Poivrons
	2010 (*2007, **2009)			
Québec	69,4	2,8	14,8**	0,1*
Ontario	281,0	184,0	4,7**	176,5
Colombie-Britannique	140,8	43,2	n. d.	87,4
Canada	508,9	254,1	22,0**	270,1

Source : Statistique Canada, CANSIM, Tableau 001-0006, *Enquête annuelle sur les serres, les pépinières et les gazonnières*, 2010.

Au Canada, les ventes vers les grossistes canadiens représentent près de 60 % des ventes de fruits et légumes de serre en 2010. Les autres principaux canaux de distribution sont les magasins à succursales (15 %), l'exportation (11 %), la vente directe au public (3 %) ou la vente vers d'autres producteurs (2 %). D'autres circuits de distribution (11 %) complètent les ventes de fruits et légumes de serre au Canada¹⁵.

- Rappelons qu'au Québec, les trois quarts des producteurs ont recours à la vente directe pour écouler leur production, et près de la moitié, aux grandes chaînes d'alimentation. Sans savoir la valeur des ventes associées à ces différents canaux, il semble qu'ils soient davantage privilégiés au Québec qu'ailleurs au Canada. C'est d'ailleurs ce que laissent sous-entendre les données de l'enquête de Statistique Canada.
 - ♦ Au Québec, les ventes directes au public représentent 7 % de la valeur des ventes, en 2010, alors qu'en Colombie-Britannique, elles comptent pour moins de 1 %. Les données pour l'Ontario sont trop peu fiables pour être publiées.
 - ♦ Les ventes vers les magasins à succursales¹⁶, au Québec, représentent 51 % des ventes totales des fruits et légumes de serre, en 2010, alors qu'elles ne comptent que pour 22 % en Colombie-Britannique et 7 % en Ontario.

4.1.5 EMPLOIS

STATUT D'EMPLOI

En 2010, au Canada, les producteurs spécialisés en fruits et légumes de serre embauchaient plus de 10 000 employés, dont plus de la moitié en Ontario.

- Parmi ceux-ci, un peu plus de la moitié (53 %) sont des saisonniers, c'est-à-dire qu'ils travaillent moins de 8 mois par année.
- Cette proportion est légèrement plus élevée en Ontario (54 %) et en Colombie-Britannique (57 %).

¹⁵ Statistique Canada. *Les industries des cultures de serre, des gazonnières et des pépinières*, 2010.

¹⁶ Incluant les bannières en alimentation.

- Le Québec embauche une part plus importante d'employés permanents (56 %), c'est-à-dire travaillant 8 mois ou plus par année (cf. Tableau 4.7).

Pourtant, les serres québécoises ont opéré, en 2009, pendant une durée inférieure à celle des autres provinces : les serres de l'Ontario ont été opérées, en moyenne, pendant 11,4 mois par année, alors que celles de la Colombie-Britannique l'ont été pendant 8,8 mois et celles du Québec, pendant 7,8 mois¹⁷.

Tableau 4.7
Nombre d'employés chez les producteurs spécialisés¹
en fruits et légumes de serre, Canada

	Saisonniers ²		Permanents ³		Total	
	2010					
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Québec	695	45 %	855	55 %	1550	100 %
Ontario	2970	54 %	2580	46 %	5550	100 %
Colombie-Britannique	1305	57 %	970	43 %	2275	100 %
Canada	5360	53 %	4820	47 %	10 180	100 %

¹ Qui n'ont rapporté aucune superficie en production de plantes ou de fleurs de serre.

² Contrat de moins de 8 mois par année.

³ Contrat de 8 mois ou plus par année.

Source : Statistique Canada, CANSIM, Tableau 001-0055, *Enquête annuelle sur les serres, les pépinières et les gazonnières*, 2010.

EMPLOYÉS PAR HECTARE

Le nombre d'employés par hectare de serre peut représenter un indicateur de productivité du travail. Il faut toutefois rester prudent dans l'interprétation d'une telle donnée, compte tenu du grand nombre de facteurs pouvant être responsable des écarts d'une province à l'autre.

- Ainsi, en 2010, pour l'ensemble du Canada, on compte huit employés, saisonniers et permanents confondus par hectare, chez les producteurs spécialisés en fruits et en légumes de serre¹⁸.
- En Ontario et en Colombie-Britannique, le ratio est similaire, respectivement sept et huit employés par hectare.
- Le Québec affiche un ratio largement supérieur de 20 employés par hectare de serre.
- La moyenne mondiale se situerait de 7 à 8 employés par hectare¹⁹.
- En matière de coûts de main-d'œuvre (dépense en salaires)²⁰ par dollar de ventes en 2010, on obtient 1,26 \$/dollar de ventes pour l'ensemble du Canada, 1,35 \$ pour le Québec, 1,28 \$ pour l'Ontario et 1,18 \$ pour la Colombie-Britannique.

¹⁷ Statistique Canada. *Les industries des cultures de serre, des gazonnières et des pépinières*, 2009.

¹⁸ ¹ Qui n'ont rapporté aucune superficie en production de plantes ou de fleurs de serre.

¹⁹ Cuesta Roble Greenhouse Consultants. *Greenhouse Vegetable Production Statistics*, Édition 2011, 73 pages.

Une des raisons expliquant le ratio plus élevé d'employés par hectare au Québec serait dans l'organisation et le partage des tâches. En Ontario et en Colombie-Britannique, il y a beaucoup d'impartition. C'est le cas notamment de l'emballage, confié à une unité centrale. D'autres tâches, comme la production de jeunes plants, sont également données en impartition. Jusqu'à tout récemment, au Québec, la plupart des serres (outre les grands complexes serricoles) effectuaient la production de leurs jeunes plants sur place. Ce n'est que depuis l'année dernière qu'un propagateur s'est implanté sur le territoire québécois pour effectuer cette étape de la production de manière spécialisée²¹. Il sera intéressant de constater l'évolution du ratio au Québec à la suite de cette réorganisation du travail.

4.1.6 DÉPENSES D'EXPLOITATION

Les dépenses d'exploitation des producteurs spécialisés en fruits et légumes de serre sont présentées au Tableau 4.8. En 2010, elles atteignent près de 860 millions de dollars au Canada. En cohérence avec l'importance du secteur, 60 % des dépenses sont attribuables aux entreprises de l'Ontario, un peu moins de 30 % à celles de la Colombie-Britannique et moins de 10 % à celles du Québec.

Tableau 4.8
Total des dépenses d'exploitation (dollars) des producteurs spécialisés¹
en fruits et légumes de serre, Canada

	2008	2009	2010
Québec	59 152 570	64 108 155	70 045 205
Ontario	399 938 456	503 813 560	512 873 445
Colombie-Britannique	176 189 250	209 227 685	234 826 170
Canada	670 984 721	816 195 230	858 195 125

¹ Qui n'ont rapporté aucune superficie en production de plantes ou de fleurs de serre.

Source : Statistique Canada, CANSIM, Tableau 001-0053, *Enquête annuelle sur les serres, les pépinières et les gazonières*, 2010.

Ces dépenses se répartissent selon plusieurs postes, détaillés au Tableau 4.9.

- Les dépenses en salaires (incluant celui des propriétaires) sont le deuxième poste en importance, avec un poids plus important au Québec (33 %) que dans l'ensemble du Canada (26 %). Cela est cohérent avec le ratio d'employés plus élevé observé plus tôt.
- La part des dépenses en combustible (excluant l'électricité) est légèrement supérieure en Ontario (18 %) par rapport au reste du Canada (17 %). À l'inverse, le Québec (15 %)

²⁰ La valeur des ventes est celle pour l'ensemble de l'industrie serricole. Le nombre d'employés et les dépenses en salaires (rémunération annuelle brute) se rapportent, quant à eux, seulement aux producteurs spécialisés en fruits et en légumes de serre.

²¹ Communication personnelle, Jacques Thériault, agr., M. Sc., Club Savoir-Serre.

et la Colombie-Britannique (15 %) sont sous la moyenne canadienne. Au Québec, le fait que la plupart des entreprises n'opèrent pas à l'année explique en partie la part relative plus faible consacrée au chauffage. Mentionnons aussi que certaines entreprises chauffent au bois, ce qui n'est pas comptabilisé dans les dépenses en combustible.

- Le principal poste de dépenses « Autres dépenses d'exploitation » inclut un large éventail de dépenses (intérêts, impôts fonciers, assurances, emballages, réparations et travaux à forfait) et ne permet pas de tirer de constats clairs.

Les limites des données secondaires

Ces quelques données ne permettent pas de bien comprendre et analyser les structures de coûts moyennes présentes dans chacune des provinces et d'en dégager avec précision les forces, les faiblesses ou les caractéristiques particulières, outre les dépenses en combustibles et en salaires. Et au-delà de ces quelques chiffres sur les principales dépenses des entreprises, il faut également noter l'absence de données disponibles pour qualifier la situation financière des entreprises de légumes de serre. La source de données existantes est le Système d'extraction des statistiques agricoles (SESA), mais il regroupe tous les producteurs de serres, de pépinières et de floriculture.

Tableau 4.9
Répartition des dépenses selon les postes chez les producteurs spécialisés¹
en fruits et légumes de serre, Canada

	Québec	Ontario	Colombie-Britannique	Canada
	2010			
	<i>% du total des dépenses d'exploitation</i>			
Achats de matériel végétal...				
...pour la culture ²	x	9 %	x	8 %
...pour la revente ²	x	x	x	x
Rémunération annuelle brute ³	33 %	25 %	23 %	26 %
Électricité ⁴	4 %	4 %	3 %	3 %
Dépenses totales de combustible	15 %	18 %	15 %	17 %
Autres dépenses de culture ⁵	12 %	13 %	12 %	13 %
Autres dépenses d'exploitation ⁶	30 %	31 %	40 %	33 %

¹ Qui n'ont rapporté aucune superficie en production de plantes ou de fleurs de serre.

² Valeur des achats de fleurs, de plantes, de boutures, de semis, de graines et de bulbes pour la culture (avant les taxes de vente).

³ Inclut la main-d'œuvre saisonnière et permanente.

⁴ Dépenses en électricité pour l'éclairage, la ventilation et le chauffage.

⁵ Inclut engrais, pesticides et supports de croissance.

⁶ Inclut intérêts, impôts fonciers, assurances, emballages, réparations et travaux à forfait.

x : Donnée confidentielle.

Source : Statistique Canada, CANSIM, Tableau 001-0053, *Enquête annuelle sur les serres, les pépinières et les gazonnières*, 2010.

4.1.7 PRIX

De la même façon que pour les données sur la situation financière, peu de statistiques sont disponibles pour comparer les prix obtenus par les producteurs des différentes provinces. Quelques données sont disponibles pour le Québec. La Figure 4.2 présente les prix minimums, maximums et moyens offerts aux producteurs à Montréal, de 2005 à 2008. Ces figures permettent minimalement de constater la variabilité des prix d'une année à l'autre, mais aussi la fourchette relativement importante entre les prix minimum et maximum. Par exemple, en 2008, le prix des tomates de serre rouges a varié de 2,20 à 2,64 \$/kg, et de 2007 à 2008, le prix moyen est passé de 1,95 à 2,42 \$/kg.

Figure 4.2
Prix aux producteurs à Montréal, tomates et concombres de serre, Québec



Source : MAPAQ, *Profil sectoriel de l'industrie horticole au Québec — Édition 2009*, et nos calculs.

Pour tenter d'évaluer le prix²² moyen aux producteurs au Canada, une avenue possible consiste à diviser la valeur des ventes par la quantité produite (cf. Tableau 4.10). Par contre, cela englobe un certain nombre d'intermédiaires et ne reflète pas nécessairement le réel prix à la production. Par exemple, au Québec, ces prix peuvent inclure des frais de commercialisation, une tâche confiée aux associations de producteurs dans les autres provinces.

Sur cette base de calculs, dans l'ensemble, on note que les prix au Québec sont plus élevés que dans le reste du Canada. Bien que ces données soient à utiliser de façon très prudente, il semble en effet que, parce que plusieurs entreprises québécoises familiales traitent directement avec l'épicier régional, elles arrivent à obtenir un prix plus élevé que les prix de gros des produits livrés aux entrepôts des chaînes. Les produits qui ont des codes particuliers dans les chaînes, comme Savoura, réussissent également à obtenir un prix plus élevé, basé sur la bonne réputation commerciale. Du côté de l'Ontario et de la Colombie-Britannique, plusieurs vendent à des courtiers qui classent, emballent et vendent les produits; le prix à la ferme est donc inférieur²³.

Tableau 4.10
Prix moyen¹ des légumes de serre, Canada

	Tomates	Concombres	Laitues	Poivrons
	2010 (*2007, **2009)			
<i>Dollars par...</i>	<i>...kilogramme</i>	<i>...douzaine</i>	<i>...pomme</i>	<i>...kilogramme</i>
Québec	2,83	8,04	n. d.	2,65*
Ontario	1,69	6,05	n. d.	2,89
Colombie-Britannique	2,27	3,61**	n. d.	2,93
Canada	1,95	7,30	1,03	2,92

¹ Valeur des ventes divisée par quantité produite.

Source : Statistique Canada, CANSIM, Tableau 001-0006, *Enquête annuelle sur les serres, les pépinières et les gazonnières*, 2010.

Les prochaines sections présentent quelques caractéristiques (mode d'organisation, structures, dynamique du secteur, etc.) de l'industrie en Ontario, en Colombie-Britannique et en Alberta afin de constater comment chacune des provinces s'est positionnée, ou tente de le faire, sur le marché des légumes de serre.

²² Comme pour les légumes de champ, un système de compilation des prix est en place pour les légumes de serre. Il est basé sur une collecte de données auprès d'un groupe choisi de grossistes. Les prix correspondent au montant demandé par les grossistes aux détaillants pour un produit. Ces données de prix sont disponibles par Infohort, le système d'information sur les marchés des produits horticoles hébergé par Agriculture et Agroalimentaire Canada. Néanmoins, les données sont difficilement utilisables : on y trouve de grands écarts de prix, probablement explicables par des différences de qualité, que le système ne permet pas de distinguer.

²³ Communication personnelle, André Carrier, conseiller régional en horticulture, MAPAQ.

4.1.8 ONTARIO

Comme constaté, l'Ontario domine la production de légumes de serre au Canada. L'industrie y est fortement centralisée dans le sud de la province, dans le comté d'Essex qui compte 45 % des entreprises ontariennes de légumes de serre. La forte concentration géographique du secteur a entraîné la création d'une solide industrie de fournisseurs d'intrants (USDA, 2005). La proximité des producteurs ontariens des marchés tant canadiens qu'américains est également un avantage. En 2009, près de 40 % de la population canadienne vivait en Ontario²⁴. Les États-Unis restent le principal marché d'exportation des produits ontariens. Par contre, comme constaté à l'échelle canadienne, les exportations de tomates sont en baisse, alors que celles de poivrons et de concombres continuent d'augmenter (TOGA, 2009).

Tous les producteurs de tomates, de concombres et de poivrons de serre de l'Ontario sont liés, par obligation, à l'Ontario Greenhouse Vegetable Producers' Marketing Board (OGVG). Tous les légumes de serre produits en Ontario doivent être commercialisés par l'intermédiaire de l'OGVG. En 2010, l'organisation comptait plus de 230 membres. Bien que l'OGVG ait le pouvoir de délivrer des permis de production et de commercialisation, de prélever des cotisations²⁵, d'imposer des pénalités et même de fixer des prix minimums²⁶, il se consacre principalement à la promotion générique, notamment au moyen de fiches d'information à afficher en magasin par les détaillants (cf. Annexe 2). Ils ont, en plus, mis sur pied une campagne d'information afin de rappeler aux consommateurs la présence des produits de serre ontariens sur les tablettes au printemps et à l'automne. La campagne, appelée « Oh-so-local », affiche un visuel attirant notamment dans le transport en commun.



Depuis les dernières années, la tendance est à la concentration de l'industrie : de moins en moins de joueurs, de plus grandes exploitations. Le secteur est ainsi polarisé avec, d'un côté, des serres de petite taille aux investissements minimaux et, de l'autre, de grandes exploitations aux technologies sophistiquées et à haut niveau de capitalisation. Ces dernières permettent à la serriculture ontarienne d'être en pleine expansion. L'amélioration des technologies de production, l'agrandissement des exploitations et les pratiques de cultures écologiques sont ciblés dans cette province comme pouvant permettre de demeurer avantageusement positionné sur les marchés local, canadien et international.

À ce sujet, mentionnons que les entreprises de serre de l'Ontario bénéficient de la présence du Centre de recherches sur les cultures abritées et industrielles d'Agriculture et Agroalimentaire Canada, établie à Harrow depuis 1909. Aujourd'hui, le Centre possède le plus vaste complexe de recherches sur les cultures abritées de l'Amérique du Nord avec 7000 m² (0,7 ha) de serres ultramodernes. Entre autres projets, celui sur les méthodes de production de légumes biologiques retient particulièrement l'attention.

²⁴ Statistique Canada, CANSIM, Tableau 051-0001.

²⁵ À raison de 2,251 ¢ du pied carré de serre, plus taxes pour l'année 2010-2011.

²⁶ OGVG, *The Farm Products Marketing Act*, 2010-2011. <http://www.ontariogreenhouse.com/attachments/show/3420>

Malgré tout, l'industrie ontarienne semble aussi ressentir la compétition internationale, particulièrement féroce en provenance du Mexique. Si le gaz naturel à bon prix a contribué à l'essor fulgurant de l'industrie dans le milieu des années 1990, l'énergie solaire demeure difficile à concurrencer, de même que la main-d'œuvre bon marché présente au Mexique²⁷. D'autres problématiques liées à la main-d'œuvre, pointées déjà depuis 2004 dans cette province, restent aussi présentes : taux de roulement élevé, manque de travailleurs, et manque de main-d'œuvre compétente pour occuper des postes de supervision (TOGA, 2009).

4.1.9 COLOMBIE-BRITANNIQUE

Rappelons que la Colombie-Britannique arrive au deuxième rang des provinces canadiennes sur le plan des superficies cultivées chez les producteurs spécialisés en fruits et légumes de serre. Aussi, la province arrive troisième derrière le Québec sur le plan du nombre de serres et celles-ci sont de taille nettement supérieure à celles trouvées au Québec. L'industrie maraîchère serricole y est décrite comme « sophistiquée et prospère »²⁸. Concentrées géographiquement dans le sud de la province, près de 200 fermes se partagent la production de légumes de serre.

Comme en Ontario, le secteur des légumes de serre (tomates, concombres, laitues, poivrons) sont régis par le British Columbia Natural Products Marketing Act. C'est la British Columbia Vegetable Marketing Commission (BCVMC) qui est responsable de l'administration de cette loi. Cette dernière est dotée de différents pouvoirs, dont ceux de faire de la promotion générique pour le secteur, mais aussi de contrôler le transport, l'emballage et l'entreposage des produits visés. Chaque maillon de la chaîne, producteur, agence de mise en marché, grossiste ou transformateur doit être accrédité par la BCVMC²⁹. Les entreprises doivent également être détentrices d'allocations de production, sous forme de superficies allouées par produit, pour cultiver et livrer leurs légumes. Ils doivent vendre leurs produits en passant par une agence de mise en marché reconnue (il en existe sept) ou encore directement au public s'ils ont moins de 5000 mètres carrés en production et qu'ils sont enregistrés à la Commission pour le faire³⁰. Cette mise en marché très structurée permettrait aux producteurs de se consacrer aux aspects techniques plutôt que marketing de la production, pouvant ainsi améliorer la qualité et les rendements³¹.

Le principal marché de l'industrie des légumes de serre de la Colombie-Britannique se trouve aux États-Unis, la province étant



Product of Mexico

²⁷ Communication personnelle, Ted Cowan, Ontario Federation of Agriculture.

²⁸ Ministry of Agriculture, Food and Fisheries of British Columbia, *An overview of the Greenhouse Vegetable Industry*, Factsheet, novembre 2003.

²⁹ Communication personnelle, Tom Demma, British Columbia Vegetable Marketing Commission.

³⁰ British Columbia Vegetable Marketing Commission, *Consolidated General Orders*, 16 mars 2005.

³¹ Ministry of Agriculture, Food and Fisheries of British Columbia, *An overview of the Greenhouse Vegetable Industry*, Factsheet, novembre 2003.

située relativement loin des marchés canadiens (USDA, 2005). En effet, en 2009, seulement 13 % de la population canadienne vivait en Colombie-Britannique, contre 23 % au Québec et 39 % en Ontario³². Les producteurs doivent donc compter sur le marché de la Côte Ouest des États-Unis pour écouler leur production. Ils s’y retrouvent toutefois en compétition avec de grands producteurs américains (USDA, 2005). Pour pallier les difficultés de fournir des produits tout au long de l’année, certains producteurs voient l’intérêt de faire des alliances ou d’intégrer les activités d’une entreprise concurrente. C’est dans cette optique qu’en 2006, Hot House Growers Fund, un producteur de Vancouver, et l’entreprise d’origine américaine Village Farms³³ ont formé un partenariat qui permet aux deux organisations de compenser la baisse de production pour certains mois de l’année. De son côté, BC Hot House importe et commercialise localement des produits cultivés au Mexique pendant les mois de l’année où les coûts de production sont trop élevés au Canada³⁴.

Mentionnons que cette province a également un centre de recherche qui consacre une partie de ses activités à la serriculture. Le Centre de recherches agroalimentaires du Pacifique, situé à Agassiz, concentre ses opérations sur la mise en œuvre de mesures de lutte contre les insectes ravageurs des légumes et des fruits en champ et en serre, de même que sur de nouvelles méthodes de production et de conservation post-récolte pour améliorer la qualité des petits fruits et des légumes de serre.

4.1.10 ALBERTA

L’Alberta n’est pas, à priori, une concurrente spontanément ciblée dans la production de légumes de serre. Quelques mots y sont toutefois consacrés afin de voir le positionnement plus récent de la province et les actions mises en place afin de déployer cette filière. Rappelons que, du début des années 2000 à 2009, l’industrie a été soutenue par le gouvernement avec des rabais sur le coût unitaire de chauffage au gaz naturel³⁵, la source d’énergie la plus répandue pour chauffer les serres albertaines.

En 2006, le gouvernement a également procédé à une vaste enquête auprès des entreprises serricoles afin de documenter les coûts de production des différents légumes et produits ornementaux et d’évaluer leur rentabilité. L’objectif était d’avoir un portrait à jour de l’industrie et de connaître les facteurs influençant la production et sa commercialisation³⁶.

³² Statistique Canada, CANSIM, Tableau 051-0001.

³³ Notons que l’entreprise a acquis une entreprise de serres en Colombie-Britannique.

³⁴ Ils avaient d’ailleurs été réprimandés par l’Agence canadienne d’inspection des aliments (ACIA) pour avoir identifié des produits d’origine mexicaine avec leur logo local. Ils ont revu, à la suite de cet incident, le logo utilisé pour commercialiser leurs produits importés.

<http://www.cbc.ca/news/canada/british-columbia/story/2008/04/23/bc-bchothouse-mexican-brand.html>

³⁵ *The Economics of Production and Marketing of Greenhouse Crops in Alberta*, Economics Unit and Competitiveness Division, Alberta Agriculture, Food and Rural Development, octobre 2006.

[http://www1.agric.gov.ab.ca/\\$department/deptdocs.nsf/all/agdex4369/\\$file/821-59.pdf](http://www1.agric.gov.ab.ca/$department/deptdocs.nsf/all/agdex4369/$file/821-59.pdf)

³⁶ *Ibid.* Le rapport présente des données qui restent tout de même partielles, puisqu’elles ne couvrent que quelques entreprises dans chaque production. Selon cette étude, les productions légumières en serre étaient beaucoup moins rentables que les cultures ornementales.

L'industrie serricole albertaine, toutes productions confondues (ornementale et maraîchère), est estimée à 1,2 million de mètres carrés en production, dont environ 35 % en légumes de serre, et des revenus agricoles de 150 millions de dollars par année (AGGA, 2010). Cette superficie estimée en légumes de serre correspond environ aux deux tiers de la superficie québécoise cultivée en légumes de serre. La serriculture maraîchère y a enregistré une croissance de 16 % de 2008 à 2010. La moitié des serres de la province sont aujourd'hui des serres légumières (FAC, 2010).

- Alors qu'en 2001, 42 % des superficies cultivées se trouvaient sur des entreprises de moins de 10 000 pieds carrés (929 mètres carrés), cette proportion est passée à 24 % en 2010.
- À l'inverse, les serres de 40 000 pieds carrés (3717 mètres carrés) et plus comptent pour 36 % des superficies aujourd'hui contre 18 % en 2001. Les entreprises sont donc de plus en plus grandes.
- Environ 40 % des serres de l'Alberta sont en activité tout au long de l'année, comparativement à 10 % au Québec.

La production est concentrée principalement dans deux régions : celle entourant la ville de Medicine Hat et celle de Lacombe. Deux grands réseaux de distribution y sont installés : Red Hat Cooperative et Pik-N-Pak, respectivement. À elles seules, ces régions comptent 43 % des serres et 57 % des superficies (FAC, 2010).

Récemment, un producteur important, Doef's Greenhouses Ltd., a investi des sommes importantes pour construire un complexe serricole de 4,5 ha dans la région de Lacombe. Avec une aide fédérale de 2,2 millions de dollars par l'intermédiaire du programme Agri-débouchés³⁷, le projet mise sur plusieurs technologies pour optimiser la ventilation et le chauffage. La compagnie souhaite produire à l'année. Tout en étant anecdotique, cet exemple illustre comment cette province, dont la production serricole a été soutenue et avantagée il y a quelques années par l'accès au gaz naturel, tente aujourd'hui de se repositionner.

4.2 ÉTATS-UNIS

Si les États-Unis représentent le principal marché d'exportation du Canada, ils sont également un concurrent important pour certains produits. L'industrie américaine des légumes de serre se concentre sur la Côte Ouest, principalement en Californie. En 2009, ce

³⁷ Agri-débouchés est un programme fédéral de 134 millions de dollars, lancé en janvier 2007 et prenant fin en mars 2011. Il s'adresse notamment aux entreprises agroalimentaires canadiennes et la priorité est donnée aux projets qui accroissent les débouchés sur le marché pour l'industrie agricole canadienne et qui augmentent la demande de produits agricoles primaires. Le programme Agri-débouchés offre des contributions remboursables allant jusqu'à 10 millions de dollars par projet et par bénéficiaire, le montant étant habituellement limité au tiers du total des coûts admissibles du projet. Le financement des entreprises à but lucratif est attribué sous forme de contributions remboursables. Les contributions sont généralement non garanties et sans intérêts. Les contributions de moins de 100 000 \$ et le financement fourni aux organismes sans but lucratif sont habituellement non remboursables.
<http://www4.agr.gc.ca/AAFC-AAC/display-afficher.do?id=1296061431790&lang=fra>

seul État comptait pour près de 40 % des superficies en légumes de serre (USDA, 2009). L'Arizona et le Texas ont plus récemment développé l'industrie des légumes de serre, avec le déploiement de grandes corporations dans ces États³⁸. L'abondance de luminosité, une faible humidité, de l'eau de qualité et l'accès au gaz naturel sont des facteurs qui auraient incité les producteurs à s'y installer (USDA, 2005). Le Tableau 4.11 rapporte les principales statistiques touchant à l'industrie des légumes de serre américaine.

- Les toutes petites serres (moins de 93 mètres carrés) sont majoritaires (30 %) en nombre aux États-Unis. D'ailleurs, la taille moyenne de l'ensemble de l'industrie américaine est un peu plus de trois fois inférieure à celle du Canada (1409 m² en 2007 par rapport à 4523 m² en 2006³⁹).
- Par contre, une poignée (3 %) de grandes entreprises de plus de 3718 m² possèdent plus des trois quarts des superficies de légumes de serre du pays.
 - ♦ Sur l'ensemble des superficies cultivées en légumes de serre aux États-Unis, près de la moitié appartiennent à trois entreprises : Eurofresh Farms (Arizona), Village Farms (Texas) et The Houweling's Hothouse Group (Californie et Colombie-Britannique) qui cultivent respectivement sur 129, 94 et 70 hectares. À titre de comparaison, les installations de Savoura totalisent 18 hectares.

³⁸ Les superficies en culture dans chacun de ces États sont confidentielles aux USDA.

³⁹ Toutes les fermes déclarant des superficies en légumes de serre et non seulement les fermes spécialisées; Recensement de l'agriculture, 2006.

Tableau 4.11
Industrie des légumes de serre aux États-Unis

	Nombre de fermes		Superficies ¹	
	2002	2007	2002	2007
<i>Par tranche de superficie¹</i>				
Moins de 93 m ²	819	1223	28 951	44 094
De 93 à 186 m ²	539	648	67 681	82 938
De 187 à 279 m ²	326	579	71 951	130 010
De 280 à 372 m ²	365	449	112 379	134 685
De 373 à 558 m ²	381	397	164 862	173 561
De 559 à 929 m ²	296	326	206 349	221 229
930 m ² et plus	690	453	5 329 650	4 953 812
De 930 à 1 859 m ²	250	221	302 276	264 063
De 1 860 à 3 717 m ²	197	113	474 715	269 505
3 718 m ² et plus	243	119	4 552 659	4 420 244
Total	3416	4075	5 981 823	5 740 329
2009	Fermes	Superficies ¹	Production ²	Ventes ³
Tomates	1148	3 716 000	145 450	365 810
Concombres	343	559 000	12 033	x
Piments	265	114 000	826	2501
Laitues	338	256 000	x	61 441
Herbes	323	551 000	x	x
Autres	345	1 341 000	49 596	115 695
Fraises	76	87 000	177	599
Total	1476	6 626 000	227 796	631 577

¹ En mètres carrés (m²).

² En tonnes.

³ En milliers de dollars canadiens.

x : Donnée confidentielle.

Source : Adapté de USDA, *Census of Agriculture et USDA, 2007*, et *Census of Horticultural Specialties, 2009*.

Les États-Unis restent tout de même un producteur de moindre envergure que le Canada, notamment en ce qui concerne les tomates, les concombres et les piments de serre. La production en champ, moins coûteuse, y est beaucoup plus favorable sur le plan des conditions climatiques. Les États-Unis sont également d'importants importateurs de légumes de serre, entre autres provenances, le Mexique, la République dominicaine et le Canada.

- En 2008, les États-Unis ont importé quelque 430 000 tonnes de tomates de serre, dont environ 70 % en provenance du Mexique et un peu moins de 30 %, du Canada.
- Les importations américaines de poivrons, pour la même année, ont atteint un peu plus de 16 000 tonnes, dont 57 % du Mexique, 25 % de la République dominicaine et 16 % du Canada.

Les serriculteurs américains ont néanmoins accès à une certaine expertise et à des centres de recherche. Mentionnons que le Greenhouse Production Research Group (GPRG), rattaché au USDA, conduit des projets de recherche fondamentale et de développement en serriculture principalement sur les technologies de production et sur les maladies et les insectes. Bien que la mission du centre se porte principalement sur le secteur de l'horticulture ornementale, certaines recherches ont été conduites sur la laitue. De même, depuis plus de 40 ans, l'University of Arizona fait de la recherche approfondie en production serricole maraîchère, par l'intermédiaire de son Controlled Environment Agriculture Center (CEAC). Les activités de recherche du CEAC visent à développer un environnement particulier et adapté à la productivité des plantes, tout en optimisant l'utilisation des ressources telles que l'eau, l'énergie, l'espace (emplacement géographique), les équipements et le travail (Jensen, 2005).

4.3 MEXIQUE

La production mexicaine de légumes de serre est en forte expansion depuis les dernières années. Selon l'Association mexicaine des producteurs de légumes de serre (AMPHI), la superficie de production atteignait 9500 hectares en 2009, dont un peu plus de la moitié sous tunnel, et 44 % sous serre. De ces superficies en serre, près de 80 % seraient de haute technologie (Hortalizas, 2009). Les principales productions représentent 65 % des superficies : 38 % en tomates, 16 % en poivrons, et 11 % en concombres.

Bien que la consommation de légumes de serre au Mexique soit en augmentation, le marché intérieur ne représenterait pas encore une opportunité commerciale. À l'inverse, les marchés américain et canadien s'offrent aux producteurs en serre du Mexique comme un marché à conquérir. Au fur et à mesure que les entreprises mexicaines investissent dans leurs infrastructures et améliorent leurs technologies de production, elles augmenteront leur production, leur efficacité et leur capacité concurrentielle. Les données d'importations canadiennes sont assez éloquentes à ce sujet. Néanmoins, la question de la salubrité représente encore un enjeu et nuit à la réputation des produits mexicains, incluant les légumes de serre. En effet, l'industrie mexicaine se caractérise par une importante variation des pratiques de production, ayant des conséquences sur la sécurité et la qualité des produits, notamment en ce qui concerne les résidus de pesticides (FAC, 2006).

5. ENJEUX

S'appuyant sur les constats des chapitres précédents, les entrevues effectuées et un certain nombre de publications⁴⁰, la présente section commente une série d'enjeux présents dans le secteur. Ces enjeux peuvent révéler des forces, des faiblesses, des menaces et des opportunités pour la production de légumes de serre au Québec.

- L'augmentation du coût de l'énergie;
- La pression exercée par les produits importés et canadiens;
- L'innovation et le développement des marchés;
- La gestion des risques phytosanitaires et de la salubrité;
- La disponibilité de l'expertise technique et d'une main-d'œuvre compétente;
- La rentabilité des entreprises.

5.1 AUGMENTATION DU COÛT DE L'ÉNERGIE

La question énergétique est sans contredit un enjeu majeur dans le secteur serricole. L'enjeu est d'ailleurs déjà bien pris en charge, et une série d'actions et d'initiatives visent aujourd'hui à atténuer son ampleur : diagnostic d'efficacité énergétique, recherche et développement de sources d'énergie de remplacement et de technologies d'éclairage⁴¹, etc. Sans négliger cet enjeu, il ne sera pas davantage explicité, compte tenu de l'attention qui lui est déjà portée.

Cette réalité énergétique touche tous les producteurs serricoles, peu importe leur lieu de production. Mais la position nordique du Québec vient l'accentuer. La proportion des coûts de chauffage dans le total des coûts de production, pour des entreprises québécoises qui opèrent à l'année, demeurera toujours plus importante, même avec des solutions énergétiques de remplacement. Pour cette raison, outre le fait d'innover pour tenter le plus possible de contrôler cette portion de coût avec des solutions plus vertes ou une tarification énergétique préférentielle, le secteur québécois semble devoir miser sur la plus-value de ses produits, ou encore sur l'élargissement des gammes de produits. L'enjeu « innovation et développement de marchés » s'y attardera.

⁴⁰ Les documents suivants ont été consultés : *Profil du secteur* (Conseil canadien de l'horticulture, automne 2010); *Enjeux, contraintes et opportunités du secteur de la production horticole à l'horizon 2010* (EcoRessources, 2006); *Portrait et diagnostic concurrentiel de la serriculture maraîchère au Québec* (ZBA, 2002); et *L'horticulture à l'œuvre – Un appel à l'action pour le développement de la main d'œuvre afin de garantir l'avenir de l'horticulture au Canada* (Conseil canadien de l'horticulture, 2004).

⁴¹ Mentionnons, par exemple, l'éclairage à diodes électroluminescentes (DEL) qui sera bientôt adapté à la production en serre (Le Soleil, 2011).

5.2 PRESSION EXERCÉE PAR LES PRODUITS IMPORTÉS ET CANADIENS

L'analyse des statistiques a démontré que de nouveaux concurrents se sont récemment déployés, comme le Mexique, et la perception de la qualité de leurs produits s'est améliorée. Par ailleurs, les produits ontariens bénéficient également d'une bonne réputation par les acheteurs interrogés, avec une garantie de volume et de stabilité.

D'une part, pour l'ensemble des produits canadiens, l'évolution du taux de change par rapport à la devise américaine a certainement nui aux activités d'exportation, et d'autre part, elle a facilité la rentrée des produits américains. Si les exportations canadiennes ont stagné, notamment pour la tomate, elles ont nécessairement dû être écoulées sur le marché canadien.

Ce contexte vient non seulement rendre difficile l'atteinte des objectifs d'exportation que s'était fixée la filière des légumes de serre du Québec, mais augmenter la pression sur la production québécoise dans son propre marché intérieur. L'arrivée dans l'industrie canadienne de serres hautement sophistiquées en Alberta pourrait également avoir un impact.

5.3 INNOVATION ET DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS

On l'a vu, plus de 90 % des entreprises québécoises interrogées dans l'enquête 2011 écoulent leur production sur le marché québécois. Il s'avère donc particulièrement important de conserver une position concurrentielle sur ce dernier.

Or, le positionnement des légumes de serre, toutes provenances confondues, ne paraît pas évident. Certes, il y a clairement des avantages perçus aux légumes de serre par les acheteurs : meilleure durée de vie et stabilité liées à un environnement contrôlé (ce qui n'est pas le cas des légumes de champ soumis aux aléas climatiques). La qualité et l'esthétique des produits de serre sont perçues comme supérieures, en général. Pour un certain nombre d'acheteurs, la production de serre est également associée à une production utilisant moins de pesticides.

Par contre, la plupart des acheteurs interrogés perçoivent difficilement la différence entre un légume de serre et un légume de champ; c'est-à-dire que l'un et l'autre se substituent selon l'offre et la demande, selon les prix. Le choix n'est pas tant lié au mode de production, mais aux volumes disponibles et aux prix. Donc, un positionnement des légumes de serre qui n'est pas évident. À prix égal, en saison, les acheteurs vont favoriser le produit de champ local par rapport à un produit de serre (qu'il soit importé ou québécois), à cause du goût. Cela dit, pour des raisons pratiques et pour favoriser la manutention des produits importés, les chaînes vont souvent préférer des tomates moins mûres, par exemple, dont le goût est de qualité inférieure. La proximité des entreprises québécoises qui peuvent livrer directement au supermarché est alors un atout.

Dans les grandes chaînes d'alimentation, la part des légumes produits en serre demeure relativement marginale dans l'offre totale (environ 10 % des légumes, selon les saisons) et la contribution du Québec y est relativement mineure (évaluée par les acheteurs interrogés à moins de 3 % de l'offre totale de légumes de serre, sans chiffres à l'appui mais basée sur une estimation). Par contre, cette part est en constante progression depuis 10 ans parce qu'il y a de l'innovation et de l'offre de nouveaux produits de serre. Toutefois, selon certains acheteurs interrogés, le Québec ne contribuerait pas à la hauteur de cette croissance, faute d'innovation et de nouveaux produits.

Dans ce contexte de marché, de manière assez unanime, les acheteurs ont en effet relevé un problème de variété et de volume (sauf pour la tomate rouge régulière) chez les légumes de serre du Québec. Mais de manière tout aussi unanime, ils ont souligné la grande qualité de la production québécoise, qui se compare avantageusement à la concurrence. La solution au manque de volume passe-t-elle par le regroupement? Ou encore des associations ou des acquisitions dans des pays qui ont une saison de production complémentaire à la nôtre? Des entreprises de fines herbes au Québec semblent avoir réussi à conserver leur place à l'année sur les tablettes de la grande distribution avec ce genre d'acquisition. Et qu'en est-il des innovations de produits?

Pour certains marchés précis, tels que l'hôtellerie, la restauration et l'institutionnel (HRI), les légumes de serre ne semblent pas encore s'être imposés comme une solution sérieuse. Par exemple, la tomate de serre n'aurait pas encore réussi à percer le marché de la restauration familiale ou rapide. Son contenu en eau plus important et son prix plus élevé semblent être les principaux freins.

Dans la restauration haut de gamme ou les services de traiteur, on souligne également le manque d'innovation du côté de la laitue : les mescluns de toutes sortes sont aujourd'hui disponibles et sont préférés par les consommateurs. Le bébé épinard constitue une autre option de choix. Dans les produits de serre, la laitue style Boston est encore dominante.

Il semble toutefois que la production de variétés de légumes « mini » soit un des nouveaux créneaux maintenant observés dans la production de serre à l'échelle internationale. On a d'abord vu les tomates cerise et plus récemment des mini-concombres. À l'heure actuelle, ce sont les mini-aubergines et les mini-poivrons qui sont à la page (Greenhouse Canada, juin 2010)⁴². En Ontario, des producteurs se lancent dans la production à grande échelle de produits de spécialité, tels que les mini-aubergines, les poivrons multicolores, mais aussi toute une gamme de variétés de tomates⁴³. Il est estimé qu'environ 8 % des superficies de légumes de serre en Ontario seraient cultivées en légumes de spécialité ou en légumes biologiques⁴⁴. À titre d'exemple, le producteur ontarien Sunset cultive plus d'une vingtaine de variétés de tomates. Un autre, Nature Fresh Farms, produira 78 variétés de poivrons cette

⁴² Castilla et Leonardi. *Greenhouse Vegetables Production Strategies in Europe: Alternative Crops*, Canada Greenhouse Conference, 2010.
<http://www.canadiangreenhouseconference.com/talks/2010/2010-WebTK-Alternatives%204%20Veg-Castilla-final.pdf>

⁴³ *The Grower*, mars 2011, p. 5.

⁴⁴ *Ibid.*

année⁴⁵. Le Vineland Research and Innovation Centre (VRIC) a d'ailleurs organisé un atelier sur la diversification des cultures de légumes en Ontario en avril dernier⁴⁶. En Colombie-Britannique, BC Hot House prévoit une augmentation substantielle de la demande en légumes de spécialité, notamment du côté des mini-poivrons et des nouvelles variétés de tomates cerise. Il semble que la catégorie des légumes de spécialité soit celle qui démontre la croissance la plus rapide dans l'industrie des légumes de serre⁴⁷.



Certains producteurs québécois ont aussi entrepris le virage de la diversification : ail, zucchini, aubergine, melon, variétés de poivron, etc. Rappelons que, selon le profil des producteurs sondés dans l'enquête 2011, 2 % des superficies cultivées sont consacrées à la production « d'autres légumes », davantage que les poivrons. Ce sont même 4 % des entreprises qui ont déclaré en faire leur production principale. Ces entreprises développent ainsi une offre variée, de créneau, porteuse pour la vente au détail locale ou la restauration haut de gamme. Il semble donc important de supporter ces producteurs avec une expertise adéquate pour la production de ces légumes moins traditionnels.

5.3.1 PROFIL DU CONSOMMATEUR QUÉBÉCOIS

Rappelons que le profil sociodémographique québécois⁴⁸ façonne le consommateur sur bien des aspects. D'abord, la croissance de la population québécoise est inférieure à celle du Canada, son poids démographique dans l'ensemble canadien est donc en baisse. Bien que l'Institut de la statistique du Québec (ISQ) prévoit maintenant une certaine croissance de la population du Québec à l'horizon 2056⁴⁹, cela signifie qu'il y a une certaine maturation du marché de l'alimentation, et le passage d'un marché de masse vers un marché de segmentation. Par ailleurs, la **croissance de l'immigration** étant supérieure à celle de la population de souche, cela apporte une diversification de la demande et une influence grandissante des marchés ethniques. Mais globalement, **la population québécoise est également vieillissante**. Dans un peu moins de vingt ans, les 65 ans et plus représenteront le quart de la population québécoise. Aujourd'hui, les 45-64 ans constituent près de 30 % de la population, détiennent 55 % du revenu disponible et dépensent 7 % de plus pour leurs achats alimentaires. Il s'agit d'un segment de la **population à la recherche de valeur ajoutée, de qualité nutritive élevée, de produits sains**. Une autre tendance amplifie la demande sur

⁴⁵ Nelson, A. « Specialties Rank Among Top Greenhouse Performers », *The Packer*, octobre 2010. http://www.thepacker.com/fruit-vegetable-news/shipping-profiles/greenhouse-vegetables/specialties_rank_among_top_greenhouse_performers_122162999.html

⁴⁶ *The Grower*, mai 2011, p. 3.

⁴⁷ Nelson, A. « Specialties Rank Among Top Greenhouse Performers », *The Packer*, octobre 2010. http://www.thepacker.com/fruit-vegetable-news/shipping-profiles/greenhouse-vegetables/specialties_rank_among_top_greenhouse_performers_122162999.html

⁴⁸ Données tirées du Recensement de la population 2006.

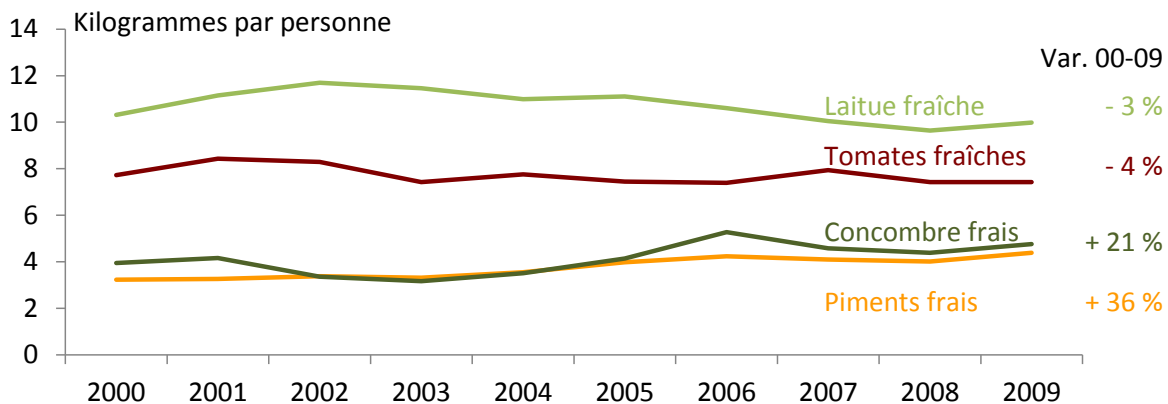
⁴⁹ Liée à l'augmentation de l'immigration, mais surtout à l'augmentation du taux de fécondité des femmes québécoises.

les prêts à manger : la participation au marché du travail par les deux membres du couple. Les **familles à double revenu** représentent maintenant 45 % de la population. Le temps disponible pour la préparation des repas est par conséquent réduit, et les produits pratiques et prêts à l'emploi sont recherchés. À titre d'exemple, de 2006 à 2007 seulement, les mélanges à salades ensachées ont connu une hausse de 30 %. La population est également **plus scolarisée**, selon le dernier recensement, et près de 40 % des Québécois détiennent un diplôme collégial ou universitaire.

Cela fait donc des citoyens-consommateurs plus avides d'information, plus sensibles aux questions environnementales et de santé, qui veulent connaître ce qu'ils mangent et qui lisent les étiquettes. Dans cet esprit, l'engouement pour des produits locaux ou québécois est aussi observé. Selon un sondage SOM réalisé en 2009, 75 % des Québécois font plus confiance aux produits alimentaires du Québec par rapport aux produits alimentaires importés⁵⁰. Par rapport à ces grandes tendances et à ces facteurs qui déterminent la demande intérieure, où se positionnent les légumes de serre? Affichent-ils bien leur qualité et leur provenance? Sont-ils pratiques?

La consommation de légumes

Au Canada, la consommation de légumes est en baisse par rapport au début des années 2000. En effet, la consommation de légumes frais est passée de 146 à 140 kg par habitant de 2000 à 2009, soit une diminution de 4 % en 10 ans. Néanmoins, en regardant de plus près les légumes dont la production peut se faire en serre, on constate que la consommation de certains d'entre eux a augmenté. C'est le cas des concombres et des piments frais, dont la consommation par habitant s'est accrue de 21 % et 36 % respectivement de 2000 à 2009. À l'inverse, la consommation de tomates fraîches et de laitues a diminué sur la même période.



Note : Les statistiques de laitue fraîche incluent les mescluns, mais pas les chicorées et endives.
Source : Statistique Canada, CANSIM, Tableau 002-0011.

Les données ci-dessus ne laissent donc pas transparaître l'important engouement pour les légumes prêts à l'emploi tels les légumes en feuilles ensachés, qui ont connu une augmentation des ventes de 28 % entre 2008 et 2009 au Québec*.

*ACNielsen, Dépenses alimentaires des Québécois 2009, www.mapaq.gouv.qc.ca/fr/Publications/DepensesalimentairesACNielsen.pdf

⁵⁰ SOM, Étude des perceptions de la population du Québec à l'endroit du bioalimentaire et du MAPAQ, avril 2009.

5.3.2 MARCHÉS D'EXPORTATION

Et qu'en est-il des marchés d'exportation? Selon certains experts interrogés, les grandes entreprises québécoises auraient intérêt à s'y tourner, plutôt que de viser le seul marché québécois comme c'est souvent le réflexe. Il semble que cela ne déloge pas toujours le produit importé, mais souvent d'autres produits québécois. Desservir le marché intérieur seulement limiterait donc le développement global de l'industrie québécoise des légumes de serre. Mais les grandes entreprises ont-elles la capacité de prendre la place ailleurs? Peuvent-elles offrir quelque chose de différent que les concurrents n'offrent pas, et, surtout, peuvent-elles concurrencer en matière de prix? De quoi auraient-elles besoin? Comment les outiller davantage? Est-ce que l'absence d'organisation de commercialisation comme en Ontario et en Colombie-Britannique est à questionner?

5.4 GESTION DES RISQUES PHYTOSANITAIRES ET DE LA SALUBRITÉ

Les producteurs en serre, dont les récoltes sont moins sujettes aux aléas climatiques, gardent un meilleur contrôle sur l'environnement et la qualité des produits, mais la gestion des risques phytosanitaires demeure un enjeu. Est-ce que les producteurs québécois sont outillés de la même façon que la concurrence pour y faire face?

Rappelons que l'homologation de produits phytosanitaires est coûteuse pour les compagnies. Ce processus doit donc être justifié par un marché et par des utilisateurs en nombre suffisant. Par exemple, il se fait, de manière marginale, du haricot en serre, mais il n'y a pas de produits homologués précisément pour cette culture parce que les superficies de production sont trop petites.

Par contre, l'homologation est pancanadienne. Une entreprise québécoise ne peut donc pas être défavorisée sur ce plan par rapport aux autres provinces. L'exception se voit lorsqu'il y a des homologations d'urgence, un processus accéléré qui peut se conduire à l'échelle provinciale. Il y a toutefois certains produits homologués chez les concurrents qui ne le sont pas ici⁵¹.

Est-ce que l'écart dans la disponibilité des produits phytosanitaires nuit à la compétitivité de la production québécoise? Peut-être, mais certains jugent qu'il faut plutôt y voir un atout. Le Québec est une région nordique avec moins d'insectes. Il convient de valoriser le fait que les producteurs ont moins besoin de recourir aux pesticides pour contrôler l'environnement intérieur des serres. D'ailleurs, d'après les données du portrait, une minorité affirme recourir aux produits de synthèse systématiquement.

La garantie de salubrité est une exigence désormais courante des acheteurs et, en particulier, de la grande distribution. Or, moins du quart des répondants à l'enquête 2011 ont affirmé détenir une certification pour la salubrité. Un outil de gestion de salubrité est en effet

⁵¹ Par exemple, le Previcur N pour le traitement racinaire, en homologation d'urgence seulement ici et autorisé d'utilisation en tout temps aux États-Unis, et le Pyganic, un insecticide biologique qui est disponible aux États-Unis, mais non au Canada (Jacques Thériault, agr., Savoir-Serre).

disponible pour les producteurs horticoles depuis quelques années, soit CanadaGap⁵². Il semble que cette certification présentait, à l'origine, des difficultés d'application pour les productions en serre, mais que des assouplissements y ont été apportés. Il est maintenant plus réaliste pour les producteurs de s'y conformer et l'on peut penser que le taux de certification augmentera. La mise aux normes sur le plan de la salubrité est d'ailleurs l'un des objectifs de la démarche Savoir-Serre. Seules quelques entreprises auront à réaménager de manière importante leurs serres, par exemple pour compartimenter une cafétéria ou une salle des employés et l'isoler des lieux de production.

Par ailleurs, la traçabilité des produits est également exigée par CanadaGap. Certes, il s'agit d'un enjeu moins important pour les entreprises qui vendent en circuit court. Mais l'identification des lots par récolte est encore à implanter pour la majorité de ces plus petites entreprises. À peine un peu plus de 10 % des producteurs interrogés dans l'enquête 2011 ont d'ailleurs déclaré procéder à la traçabilité de leurs produits.

Mentionnons que la certification CanadaGap peut ne pas être suffisante pour certains marchés d'exportation, notamment vers les États-Unis. Les exigences de la Food and Drug administration (FDA) pourraient être supérieures, ou du moins il semble que l'agence ne reconnaisse pas encore la validité de la démarche CanadaGap. Des revendications pourraient être faites en ce sens par l'industrie canadienne auprès des instances gouvernementales concernées. Par ailleurs, outre ces exigences sanitaires et environnementales, la performance sociale des entreprises est de plus en plus questionnée par de grands acheteurs comme Walmart. Le géant de la distribution au détail a initié en 2009 le Sustainability Consortium⁵³ avec la volonté de développer un indice de durabilité pour caractériser le bilan environnemental et social des produits achetés auprès de ses fournisseurs. Déjà, Walmart soumet une série de questions à ses fournisseurs afin d'alimenter sa base de données; sur ces vingt questions, le quart concerne des aspects socioéconomiques (voir annexe 3). Le Sustainability Consortium regroupe maintenant plus de 70 membres, dont plusieurs détaillants et chaînes de restauration. Il convient donc de rester à l'affût de ce qui se développe comme exigences chez les acheteurs

5.5 DISPONIBILITÉ DE L'EXPERTISE ET D'UNE MAIN-D'ŒUVRE COMPÉTENTE

Comme constaté dans le chapitre traitant de la concurrence, chaque province et pays comparés possède minimalement un centre de recherche sur leur territoire. L'industrie québécoise serricole peut apparaître relativement bien pourvue sur le plan de l'expertise technique et de la RD, notamment avec le Centre d'information et de développement

⁵² Le Programme CanadaGAP du CCH est un programme de salubrité des aliments à la ferme conçu à l'intention des producteurs, des emballeurs et des entrepositaires de produits horticoles. Il a été développé pour les aider à mettre en œuvre des procédures de salubrité alimentaire efficaces au sein de leur exploitation. Fondés sur l'approche HACCP (Analyse des risques et maîtrise de contrôles critiques), six guides spécifiques à une production ont été conçus pour permettre aux producteurs et aux emballeurs de mettre en œuvre les Bonnes pratiques agricoles (BPA). L'un concerne les produits de serre. (site Internet CanadaGap)

⁵³ <http://www.sustainabilityconsortium.org/>

expérimental en serriculture (CIDES)⁵⁴. Néanmoins, le financement récurrent pour le fonctionnement du CIDES n'est pas assuré par le soutien d'un organisme public⁵⁵, ce qui entraîne une certaine précarité de ses activités, contrairement à certains centres d'expertise en agriculture au Québec ou encore aux centres de recherche d'Agriculture et Agroalimentaire Canada mentionnés précédemment et situés en Ontario et en Colombie-Britannique.

Bien que ses recherches profitent à l'ensemble des entreprises canadiennes, le Centre de recherche et de développement en horticulture (CRDH) d'Agriculture et Agroalimentaire Canada est situé au Québec à St-Jean-sur-Richelieu. Il se spécialise dans la production, la protection et la conservation des produits horticoles, de champ et de serre. Des projets sont notamment en cours sur la production biologique de légumes de serre, sur le développement de nouveaux substrats de culture pour la tomate de serre, sur la conservation de l'énergie et sur de nouvelles sources d'éclairage. Il se fait également de la recherche, mais de type fondamental, à l'Université Laval. Malgré l'apparence, il semble toutefois que les activités de RD, **propres à la production de légumes de serre et transférables aux entreprises**, soient déficientes. Par ailleurs, les recherches qui se font ailleurs ne sont pas toujours adaptées au contexte québécois, par exemple du point de vue des variétés de légumes qui sont mises au point. La création d'une Chaire de recherche consacrée à la production en serre, légumière en particulier, serait-elle une option pour assurer la réalisation de projets de recherche appliquée avec une base de financement récurrente?

Sur le plan de l'encadrement technique, mentionnons la présence de deux clubs. Pro-serre, consacré aux grands complexes serricoles (l'élite), existe depuis le début des années 1990 et fournit surtout des conseils sur les procédés de production. Le plus récent, Savoir-Serre, répond aux besoins des plus petites entreprises depuis 2000. D'abord orienté vers la formation et le transfert de technologie en activités de groupe, le club offre de plus en plus de conseils personnalisés et individuels. Savoir-Serre a aussi développé une certification sans pesticide de synthèse. Elle s'adresse davantage aux petites entreprises dans la mesure où la certification est fondée sur le principe de circuits courts, sans intermédiaire, avec de la supervision dite rapprochée.

Enfin, comme l'ensemble des entreprises agricoles, le secteur des légumes de serre est confronté à une rareté de main-d'œuvre. La pression démographique évoquée précédemment (vieillesse de la population) et la difficulté à attirer la relève se vivent au Québec, mais également au Canada. Le recours à de la main-d'œuvre étrangère saisonnière constitue une soupape pour quelques entreprises, mais c'est une solution qui s'adresse davantage à celles de grande taille, puisqu'elle implique le montage d'un dossier étoffé et une gestion administrative importante. Les employeurs doivent également veiller à l'accueil

⁵⁴ Il s'agit d'un centre d'aide et de gestion de projets en transfert technologique et en développement expérimental appliqué à la serriculture maraîchère et ornementale. Les résultats des projets qui y sont réalisés sont transmis aux intervenants et aux producteurs du secteur afin de soutenir l'amélioration de la compétitivité des entreprises serricoles québécoises. Les essais de cultivars et les projets d'amélioration de la régie de culture et d'économie d'énergie sont les plus courants.

⁵⁵ Le CIDES est en partie financé par des crédits d'impôt à la recherche et au développement du gouvernement fédéral. L'autre source principale de financement provient de la réalisation de projets dans le cadre de programmes normés du MAPAQ, du CDAQ ou de l'Agence de l'efficacité énergétique. Enfin, des activités de consultation complètent le financement.

et à l'hébergement des travailleurs étrangers. Dans une perspective à long terme, il s'agit aussi d'une solution de remplacement fragile, puisqu'elle pourrait entraîner une certaine dépendance envers la main-d'œuvre étrangère. Il s'agit néanmoins d'une pratique qui prend une certaine ampleur dans le secteur. Selon une étude réalisée en 2009⁵⁶, un peu plus du tiers des entreprises serricoles interrogées (horticulture et légumes) avaient embauché de la main-d'œuvre étrangère en 2009, et un peu plus de 36 % prévoyaient le faire en 2010. D'ailleurs, selon les statistiques disponibles, 736 offres d'emplois ont été comblées par des travailleurs étrangers dans le secteur des serres (toutes serres confondues) en 2010⁵⁷.

La promotion du secteur et de ses métiers demeure une action importante, notamment menée par les comités sectoriels de main-d'œuvre au Québec. À cet égard, les conditions salariales semblent s'être améliorées dans le secteur serricole : selon une étude⁵⁸ effectuée à ce sujet en 2009, les producteurs en serre versaient, en moyenne, 19,25 \$/h aux gérants de production, 16,20 \$/h aux ouvriers horticoles spécialisés et 12,22 \$/h aux ouvriers serricoles. Les trois quarts des employeurs interrogés prévoyaient des augmentations salariales de respectivement 3,4 %, 4,6 % et 5,1 % pour ces différents postes. Le comité sectoriel intervient aussi beaucoup sur le plan de la formation. D'ailleurs, un programme d'apprentissage en milieu de travail (PAMT) pour l'ouvrier serricole est disponible depuis 2010. Dans ce cadre, un employé expérimenté — le compagnon — s'engage à transmettre ses connaissances à un employé moins expérimenté — l'apprenti. Le PAMT mène à un certificat de qualification professionnelle délivré par Emploi-Québec. La reconnaissance professionnelle de l'ouvrier serricole et la disponibilité d'un PAMT devraient stimuler le développement des compétences dans le secteur. Le tableau ci-bas illustre le succès du programme, dès sa première année. Alors qu'une cinquantaine d'embauches étaient prévues, c'est plus de 90 qui se sont signées dans diverses régions du Québec. Cinq permis sont déjà délivrés.

⁵⁶ Groupe AGÉCO. *Étude sur les conditions de travail dans les productions laitière, porcine et serricole*, réalisée pour Agri-Carières en 2010. Il s'agit des employés à temps plein sans lien familial.

⁵⁷ Communication personnelle auprès de FERME.

⁵⁸ *Ibid.*

Tableau 5.1
Ententes signées pour le PAMT d'ouvrier horticole, de juin 2010 à avril 2011

Région	Culture de plantes		Total
	ornementales	maraîchères	
Saguenay–Lac-Saint-Jean	18	3	21
Capitale-Nationale	2	2	4
Estrie	9	6	15
Abitibi-Témiscamingue	3	4	7
Chaudière-Appalaches	4		4
Laval	5		5
Laurentides	3		3
Montérégie	21	4	25
Centre-du-Québec	8		8
Province de Québec	73	19	92

Source : Agri-Carières, à partir des données de la Direction du développement des compétences et de l'intervention sectorielle, Commission des partenaires du marché du travail, 2011.

5.6 RENTABILITÉ DES ENTREPRISES

Comme commenté, les données secondaires disponibles ne permettent pas de constater la situation financière des entreprises de légumes de serre. Si l'on se fie aux commentaires d'intervenants travaillant dans le financement agricole au Québec⁵⁹, la rentabilité de plusieurs entreprises de légumes de serre au Québec serait fragile. Les producteurs n'ont pas de grande capacité de financement parce que les institutions prêteuses ont une perception de risques plus élevée. De fait, la capacité de remboursement moyenne des entreprises serricoles est généralement insuffisante pour leur permettre d'autofinancer une partie de leurs projets d'expansion ou de modernisation. Un certain nombre d'entreprises doivent donc recourir entièrement au financement extérieur pour réaliser leurs investissements. Par ailleurs, la valeur de liquidation des actifs serricoles est faible, ce qui ajoute au risque financier du prêteur. À défaut d'obtenir le financement pour assurer leur développement, les entreprises sont limitées dans le renouvellement de leurs infrastructures et dans l'introduction de nouvelles technologies. Pour cette raison, l'intervention de La Financière agricole du Québec est souvent requise pour garantir le financement déboursé par les institutions financières. Il peut arriver également que d'autres sources de capital de risque soient nécessaires pour compléter le montage. La démarche Savoir-Serre vise à contrer cette perception en donnant de la notoriété et de l'encadrement au produit de serre. Lorsqu'on interroge des représentants en financement agricole, ils confirment effectivement que ce qui est rassurant pour un prêteur, c'est la formation et l'expérience des promoteurs et l'accès à de l'appui technique. Par ailleurs, malgré cette réalité de faible valeur des actifs, certaines entreprises de légumes de serre réussissent à atteindre une excellente rentabilité,

⁵⁹ Communications personnelles avec La Financière agricole du Québec, le Services aux entreprises du Mouvement Desjardins et la Banque Royale.

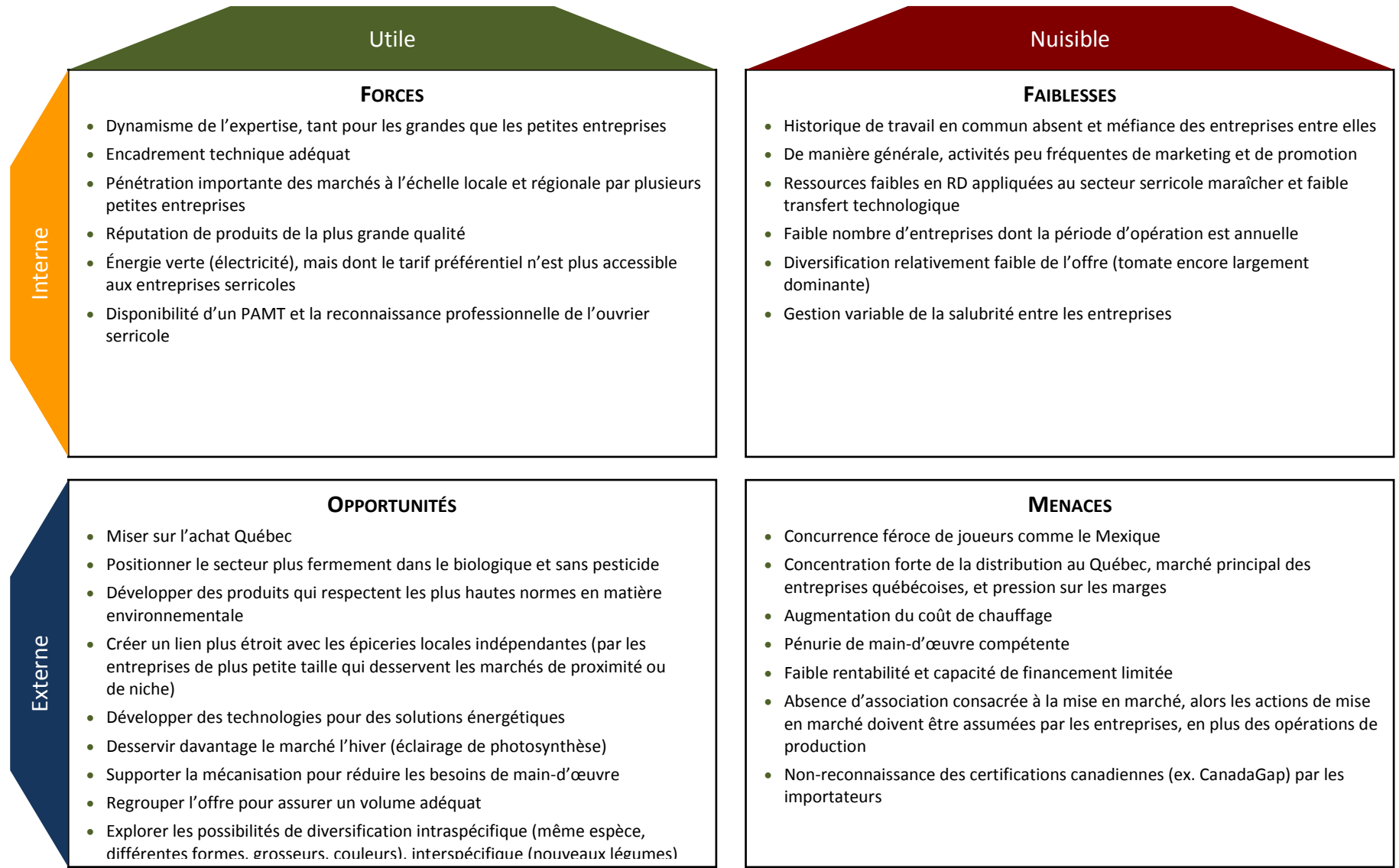
notamment avec des productions de créneaux qui permettent de desservir des marchés plus lucratifs (biologiques, par exemple).

Avec des structures assez endettées, les entreprises serricoles sont en quelque sorte vouées à obtenir de bons rendements et à contrôler leurs coûts. Or, comme constaté, les principaux postes de dépenses sont le chauffage et la main-d'œuvre, des coûts qui peuvent présenter une grande variabilité. Du côté du chauffage, il devient intéressant pour les entreprises d'avoir une source d'énergie dont l'approvisionnement peut se faire sur une base contractuelle, afin de fixer le prix sur une certaine période. Cela permet d'éviter les fluctuations et de mieux contrôler ses liquidités.

Pour information complémentaire, et bien que ces données financières soient pour l'ensemble du secteur serricole, les pépinières et la floriculture, l'annexe 3 rapporte les principaux faits saillants de la situation financière des entreprises québécoises, par rapport à celles de l'Ontario et de la Colombie-Britannique, tirés du SESA. On y constate que les entreprises du Québec ont un actif et un passif moyens par entreprise plus faibles que dans les autres provinces. Sur le plan des investissements, les entreprises du Québec sont celles qui investissent le moins en moyenne par entreprise et cette moyenne est en forte baisse de 2005 à 2009. Le ratio d'endettement est d'ailleurs plus faible, et en baisse plus rapide au Québec qu'en Ontario et en Colombie-Britannique de 2005 à 2009. Enfin, le Québec compte une part moins importante d'entreprises ayant un bénéfice net négatif, mais aussi une part moins grande d'entreprises ayant un bénéfice net d'exploitation de 100 000 \$ et plus.

Sur la base des enjeux précédemment énoncés, du portrait dressé par l'enquête et de la concurrence, le tableau suivant résume les forces, les faiblesses, les menaces et les opportunités qui se dégagent pour l'industrie des légumes de serre du Québec.

Figure 5.1
Forces, faiblesses, opportunités et menaces



6. PISTES DE STRATÉGIES DE DÉVELOPPEMENT ET INDICATEURS DE SUIVI

Ce dernier chapitre propose des pistes de stratégies de développement pour l'industrie des légumes de serre québécois et des indicateurs de suivi pour permettre de suivre l'évolution du secteur.

6.1 PISTES DE STRATÉGIES DE DÉVELOPPEMENT

Rappelons que le présent portrait-diagnostic servira de base à la réalisation de la planification stratégique de la filière québécoise des légumes de serre. L'ensemble de l'information obtenue et analysée permet d'esquisser des pistes de stratégies de développement sur lesquelles pourrait s'articuler la planification stratégique.

Compte tenu de la polarité observée chez les entreprises, tant en matière de taille, de degré de spécialisation, de chiffres d'affaires, de niveau de modernisation des infrastructures, de marchés desservis, il apparaît que ces pistes de développement ne peuvent pas s'adresser de manière uniforme à toutes les entreprises. Elles sont en effet divisées en deux grandes catégories, selon la typologie suivante :

- Les entreprises de petite et moyenne taille qui consacrent l'essentiel de leur production à un marché local/régional ou de créneau (hôtellerie et restauration) par la vente directe de leurs produits. Elles peuvent tirer la totalité de leur revenu de la vente de légumes de serre en misant sur la valeur ajoutée, comme c'est le cas des entreprises de fines herbes interrogées dans l'enquête, ou encore n'en faire qu'un revenu complémentaire. Elles combinent généralement la production d'un certain nombre de légumes. Aux fins de l'exercice, ces entreprises sont nommées « plurielles ».
- Les entreprises de moyenne et grande taille qui occupent le marché de la grande distribution, ou aspirent à y accroître leur présence. Une large part, ou la totalité de leur revenu, est issue de leur production de légumes en serre. Elles sont généralement peu diversifiées. Certaines sont à la fine pointe de la technologie, mais d'autres n'ont pas investi d'argent pour renouveler leurs infrastructures. Aux fins de l'exercice, ces entreprises sont désignées par le terme « spécialisées ».

Si des pistes sont particulières à l'une ou l'autre de ces catégories, certaines sont néanmoins communes à l'industrie.

6.1.1 PISTES COMMUNES

S'ARRIMER À ALIMENTS DU QUÉBEC

L'achat local, québécois, est maintenant une tendance lourde. S'il y a 10 ans il s'agissait encore d'un geste quasi éthique de citoyens-consommateurs, l'achat québécois d'aujourd'hui s'est « démocratisé » pour devenir un acte de consommation encouragé par un appui gouvernemental. En effet, le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation en a fait une action phare de son programme, avec notamment une campagne de promotion et de mise en valeur des produits québécois (Mettez le Québec dans votre assiette)⁶⁰. Aliments du Québec⁶¹ est le véhicule de promotion générique de l'agroalimentaire québécois depuis 1996. Il met notamment à disposition une identification unique pour les produits québécois avec un logo spécifique. Au début de l'année 2011, près de 12 500 produits arboraient le logo dans quelque 550 entreprises. Les grandes bannières de l'alimentation ont toutes emboîté le pas et soutiennent, chacune avec leurs propres outils et slogans, l'achat de produits québécois. Comme les autres produits agricoles québécois, les légumes de serre du Québec auraient tout avantage à se loger sous l'enseigne de l'achat québécois et à tirer profit des ressources qui sont ainsi mises à disposition. Rappelons que le secteur des légumes de serre en Ontario s'est ainsi positionné avec sa campagne « Oh-so-local ».

VALORISER LE FAIBLE USAGE DES PESTICIDES EN PRODUCTION SERRICOLE

Tant de grands acheteurs que de plus petits, incluant les consommateurs en vente directe, sont sensibles à l'argument d'une culture peu exigeante en produits de synthèse. Par ailleurs, certains acheteurs ont déjà une perception favorable à l'égard des produits de serre. Il semble donc opportun d'exploiter cet atout, amplifié par la position relativement nordique des entreprises québécoises. Cette piste peut être explorée de deux façons. D'une part, poursuivre les activités de recherche et développement pour trouver des solutions de remplacement aux produits de synthèse et s'assurer de leur transfert vers un usage commercial par les producteurs. D'autre part, il faut mieux faire connaître cet aspect de la production en serre aux acheteurs et aux consommateurs. Selon l'enquête 2011, plus de la moitié des producteurs interrogés disent déjà ne pas utiliser de produits de synthèse.

⁶⁰ Mettez le Québec dans votre assiette est maintenant connu sous le slogan *Les aliments du Québec, toujours le bon choix!*

⁶¹ Organisme sans but lucratif créé en 1996 par le Conseil de promotion de l'industrie agricole et alimentaire du Québec (CPIAAQ) dont les membres fondateurs étaient le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ), l'Union des producteurs agricoles (UPA) et le Conseil de l'alimentation du Québec (CAQ). Aliments du Québec est aujourd'hui géré par le Conseil de promotion de l'agroalimentaire québécois (CPAQ), nouvelle dénomination du CPIAAQ, un organisme administré par les membres de la Filière agroalimentaire du Québec. Le financement d'Aliments du Québec est partagé entre le gouvernement et les partenaires de l'industrie agroalimentaire et sert essentiellement à mener des projets de partenariat de promotion (Aliments du Québec, www.alimentsduquebec.com).

6.1.2 PISTES POUR LA CATÉGORIE DES « SPÉCIALISÉES »

ADOPTION DES TECHNOLOGIES PERMETTANT D'ÉTALER LA SAISON DE PRODUCTION

Les acheteurs interrogés ont martelé l'importance d'une offre disponible et stable à l'année. Au Québec, trop peu d'entreprises sont présentes sur une base annuelle : selon les résultats de l'enquête 2011, un peu moins de 10 % des entreprises répartissent leurs ventes sur 12 mois. Or, une présence annuelle contribue à fidéliser les acheteurs intermédiaires, mais aussi les consommateurs finaux. Une adoption plus importante de l'éclairage artificiel serait une des façons pour les producteurs d'opérer sur une plus longue période (entre 9 et 12 mois) et d'occuper l'espace tablette plus longtemps.

ASSOCIATION/ACQUISITION POUR UNE PRODUCTION COMPLÉMENTAIRE

Dans le même esprit, l'association avec des entreprises localisées ailleurs, ou l'acquisition d'infrastructures dans des pays qui ont un cycle de production complémentaire au nôtre, peut permettre d'approvisionner la grande distribution à l'année, avec le même objectif de fidélisation, mais aussi de facilitation logistique pour les acheteurs. De grands joueurs de l'Ontario et de la Colombie-Britannique ont adopté cette stratégie, et c'est le cas aussi de certaines entreprises québécoises. Est-ce que cette pratique peut être encouragée? Y aurait-il lieu d'accompagner quelques entreprises québécoises qui envisagent cette option et de les aider à repérer des partenaires internationaux? D'un autre côté, la qualité reconnue des produits québécois doit être préservée, même si l'offre se trouvait sporadiquement comblée par des produits provenant d'ailleurs. Bref, un contrôle de qualité auprès des partenaires est primordial.

REDYNAMISER LA PRODUCTION DE CERTAINS LÉGUMES DE CONSOMMATION COURANTE

Le concombre et le poivron sont des cultures traditionnellement cultivées en serre. Ce sont des légumes de consommation courante, présents dans la grande distribution. Et on l'a vu, il s'agit de légumes dont la consommation est en hausse au Canada. Or, la production de ces légumes a décliné au Québec, alors qu'elle a connu une croissance ailleurs, en Ontario notamment. Il semble que l'offre d'une expertise adéquate soit un facteur clé pour inciter des entreprises à adopter une nouvelle production. Là aussi, plusieurs niveaux d'actions sont possibles : réaliser des activités de recherche pour développer des cultivars et de l'équipement adaptés au Québec, s'assurer d'une expertise agronomique adéquate et outiller en conséquence les conseillers qui interviennent auprès des entreprises serricoles, inciter des producteurs à diversifier leur production avec ces légumes de consommation courante. Si cette piste est retenue, il faudra toutefois mobiliser les entreprises. Rappelons que les poivrons sont parmi les productions pour lesquelles un plus grand nombre d'entreprises (73 %) n'envisagent aucune croissance de leur superficie d'ici trois ans.

FAVORISER LA MODERNISATION DES INFRASTRUCTURES

Les exigences de la grande distribution sur le plan de la salubrité, de la traçabilité, de l'uniformité des produits iront toujours croissantes. Comme industrie, il convient de viser à ce que les entreprises serricoles du Québec présentent un parc technologique plus uniforme et moderne. Selon l'enquête 2011, plus de la moitié (55 %) des entreprises ne se considèrent pas suffisamment modernisées, et c'est le cas pour la moitié des entreprises de taille

moyenne (de 5000 à 10 000 mètres carrés). Il convient donc d'accompagner celles qui souhaitent apporter des améliorations. La réalisation de l'étude⁶² sur les infrastructures témoigne de la volonté des intervenants de travailler en ce sens en déterminant les priorités d'intervention.

FAVORISER UN DÉVELOPPEMENT CONTRÔLÉ DE PROPAGATEURS

Comme constaté, les entreprises québécoises font davantage de tâches sur leurs lieux de production que l'Ontario et la Colombie-Britannique qui confient certaines fonctions en impartition. C'est le cas de la mise en marché ou encore de la préparation des jeunes plants. Un propagateur a récemment pris place au Québec pour fournir d'autres producteurs. Il semble important de favoriser cette spécialisation si elle entraîne des économies de coûts et de main-d'œuvre pour les entreprises. Sans encourager son déploiement incontrôlé, il apparaît néanmoins opportun de bien encadrer (sur le plan de la salubrité et traçabilité, notamment) les entreprises qui souhaitent démarrer cette spécialisation.

6.1.3 PISTES POUR LA CATÉGORIE DES « PLURIELLES »

DIVERSIFICATION INTRA ET EXTRA

Certaines entreprises ont déjà un intérêt pour la diversification de leur production. Selon l'enquête 2011, 35 % des entreprises de légumes de serre cultivent plus de quatre types de légumes. Il semble judicieux de les accompagner davantage en ce sens. Des marchés de créneaux ont un intérêt pour la production de légumes de serre en format mini, ou encore recherchent des légumes de serre plus variés. La récente croissance dans la production de fines herbes démontre que des entreprises sont prêtes à prendre ce virage, qui demeurera néanmoins toujours une demande marginale à combler, et non une production de volume. Là aussi, la recherche, puis l'expertise auprès des entreprises doivent suivre. La présence du Club Savoir-Serre répond en droite ligne à ce besoin.

PRODUCTION BIOLOGIQUE

La demande pour les produits biologiques est en hausse. Selon les dernières données disponibles, la valeur des ventes au détail de produits biologiques au Canada atteignait les 2 milliards de dollars en 2008, soit en hausse de plus de 65 % depuis 2006. Par ailleurs, on estime à environ 1,2 milliard de dollars les ventes qui se feraient directement aux consommateurs ou par des circuits de distribution autres que les détaillants traditionnels⁶³.

Bien qu'elle ne soit pas du tout exclusive aux petites et moyennes entreprises, la certification biologique apparaît néanmoins davantage s'adresser à ces dernières plutôt qu'aux entreprises de plus grande taille tournées vers une production de masse. Déjà un certain nombre d'entreprises serricoles québécoises sont certifiées biologiques⁶⁴. La présence du

⁶² Étude en cours de réalisation dont les résultats seront connus au printemps 2011.

⁶³ La société Nielsen pour Agriculture et agroalimentaire Canada (AAC), février 2009.

⁶⁴ Selon les statistiques du rapport annuel 2009 du CART, 112 entreprises sont certifiées pour la production de légumes de serre. http://cartv.gouv.qc.ca/sites/documents/file/rapports/StatistiquesBIO_2009web.pdf

Club Savoir-Serre apparaît, là aussi, comme un facteur pouvant favoriser la transition vers le biologique.

REGROUPEMENT DE L'OFFRE

Des expériences passées ont échaudé certaines entreprises qui ont tenté de regrouper leur offre en serriculture maraîchère. Pour aller au-delà de la vente directe et offrir une gamme plus complète ou un volume plus important aux épiceries, le regroupement de l'offre apparaît malgré tout une piste à revisiter. Des formules ont du succès (pensons à Symbiosis⁶⁵ en agriculture biologique, par exemple) et mériteraient d'être explorées.

6.2 INDICATEURS DE SUIVI

À la lumière de l'analyse du secteur et des constats posés précédemment, la section qui suit dresse une liste d'indicateurs qui pourraient permettre aux différents acteurs de faire un suivi de l'industrie maraîchère serricole.

Outre leur pertinence pour suivre le secteur, la sélection des indicateurs s'est aussi faite selon la disponibilité de l'information. Pour offrir un outil de suivi simple et convivial, il faut des données secondaires publiées à fréquence régulière et faciles d'accès. Dans la mesure du possible, les indicateurs doivent être mesurables et permettre de relever des tendances. L'analyse et l'interprétation des données qui composent chaque indicateur sont laissées au soin des experts de l'industrie.

6.2.1 SUPERFICIES

Les superficies constituent un indicateur pour évaluer l'évolution d'un secteur, soit en fonction de la taille moyenne des entreprises, de la taille totale de l'industrie ou encore de sa taille relative à l'ensemble du Canada.

Pour le moment, les entreprises québécoises ont une taille moyenne nettement inférieure à celle de l'Ontario et de la Colombie-Britannique, et le total des superficies maraîchères serricoles du Québec a un poids relativement mineur (7 %) dans l'ensemble canadien. Rappelons cependant que les résultats de l'enquête 2011 annoncent un dynamisme relatif du secteur, tant sur le plan de la taille que sur celui des revenus.

⁶⁵ Regroupement de producteurs biologiques mis sur pied en 1999, Symbiosis inc. vend principalement ses produits dans le marché du gros, auprès des entrepôts de chaînes alimentaires et chez certains grossistes spécialisés. Par contre, certains producteurs du groupe Symbiosis offrent également l'achat de produits frais à la ferme. L'objectif du regroupement est d'offrir une plus grande diversité de produits biologiques, avec un volume plus important et un approvisionnement plus régulier. Symbiosis regroupe aujourd'hui sept entreprises. (<http://www.symbiosisbio.com>)

- Plus de la moitié des entreprises pensent augmenter leurs revenus de la vente de légumes de serre dans un horizon de trois ans et le tiers comptent cultiver leurs produits sur de plus grandes superficies.
- Par contre, c'est aussi plus de la moitié des entreprises (56 %) qui ne prévoient aucune croissance de leur superficie pour les trois prochaines années et près du tiers n'envisagent pas d'augmenter leur revenu sur cette même période.
- Un peu moins de 15 % comptent réduire leur superficie ou encore transférer ou vendre leur entreprise.

Les données de superficies sont disponibles dans **l'Enquête annuelle sur les serres, les pépinières et les gazonnières de Statistique Canada**. Elles se rapportent aux serres spécialisées en fruits et légumes de serre (voir la note méthodologique, p. 49). Les données historiques peuvent être téléchargées sur CANSIM, Tableau 001-0047.

6.2.2 NOMBRE D'EMPLOIS

L'indicateur relatif aux emplois peut prendre différents sens. Lorsqu'il est exprimé en nombre d'employés par hectare, il traduit une certaine productivité du travail. Comme commenté dans le rapport, le fonctionnement relativement différent des entreprises serricoles (notamment avec plus d'impartition dans les autres provinces canadiennes) peut faire en sorte de rendre le ratio moins adéquat dans un exercice de comparaison. Sur le plan absolu, l'indicateur peut montrer le potentiel de création d'emplois d'un secteur. Ces données d'emplois sont également tirées de **l'Enquête sur les cultures de serre, les pépinières et les gazonnières de Statistique Canada** et les données historiques peuvent être téléchargées sur CANSIM, Tableau 001-0055.

6.2.3 IMPORTATIONS

L'analyse des importations de légumes de serre au Canada permet d'évaluer la vivacité de la concurrence et de cibler les nouveaux concurrents. La variation des quantités importées en provenance des principaux pays exportateurs peut éclairer sur la capacité de ces derniers à s'approprier une part plus ou moins importante du marché canadien. De même, l'étude des importations mensuelles peut donner des indices sur la disposition des pays étrangers à combler la demande locale pendant les mois d'hiver. Les données mensuelles d'importations sont disponibles auprès de la **Division du commerce international de Statistique Canada**. Les codes du Système harmonisé (SH)⁶⁶ des légumes de serre, que l'on trouve au chapitre 7 du Tarif des douanes⁶⁷, sont les suivants :

⁶⁶ Le Système harmonisé (SH) est une classification internationale des marchandises. Il s'agit d'une nomenclature de produits internationale à usages multiples élaborée par l'Organisation mondiale des douanes (OMD).

⁶⁷ <http://www.cbsa-asfc.gc.ca/trade-commerce/tariff-tarif/2011/01-99/tblmod-fra.html>

- 0702.00.99.10
Tomates de serre, fraîches ou réfrigérées
- 0707.00.99.10
Concombres et cornichons, de serre, frais ou réfrigérés
- 0709.60.90.10
Piments du genre Capsicum ou Pimenta, de serre, frais ou réfrigérés

Toutefois, rappelons que la définition d'un produit de serre n'est pas toujours équivalente entre les pays. Certains codes sont donc à prendre avec précaution. C'est le cas des laitues de serre.

6.2.4 NOMBRE DE MOIS EN OPÉRATION

Pour fidéliser un marché et des acheteurs, il faut être présent sur les tablettes le plus longtemps possible sur une base annuelle. Parmi les principales provinces productrices, le Québec est celle qui opère ses serres de légumes le moins longtemps dans l'année. L'évolution de la moyenne du nombre de mois en opération donne une indication de la capacité des entreprises à être présentes sur une plus longue période. Indirectement, cela peut révéler l'usage de technologies telles que l'éclairage artificiel. Les données sur le nombre de mois en opération sont disponibles à partir de **l'Enquête sur les cultures de serre, les pépinières et les gazonnières de Statistique Canada** et les données historiques peuvent être téléchargées sur CANSIM, Tableau 001-0047.

6.2.5 CRÉDITS EN RD

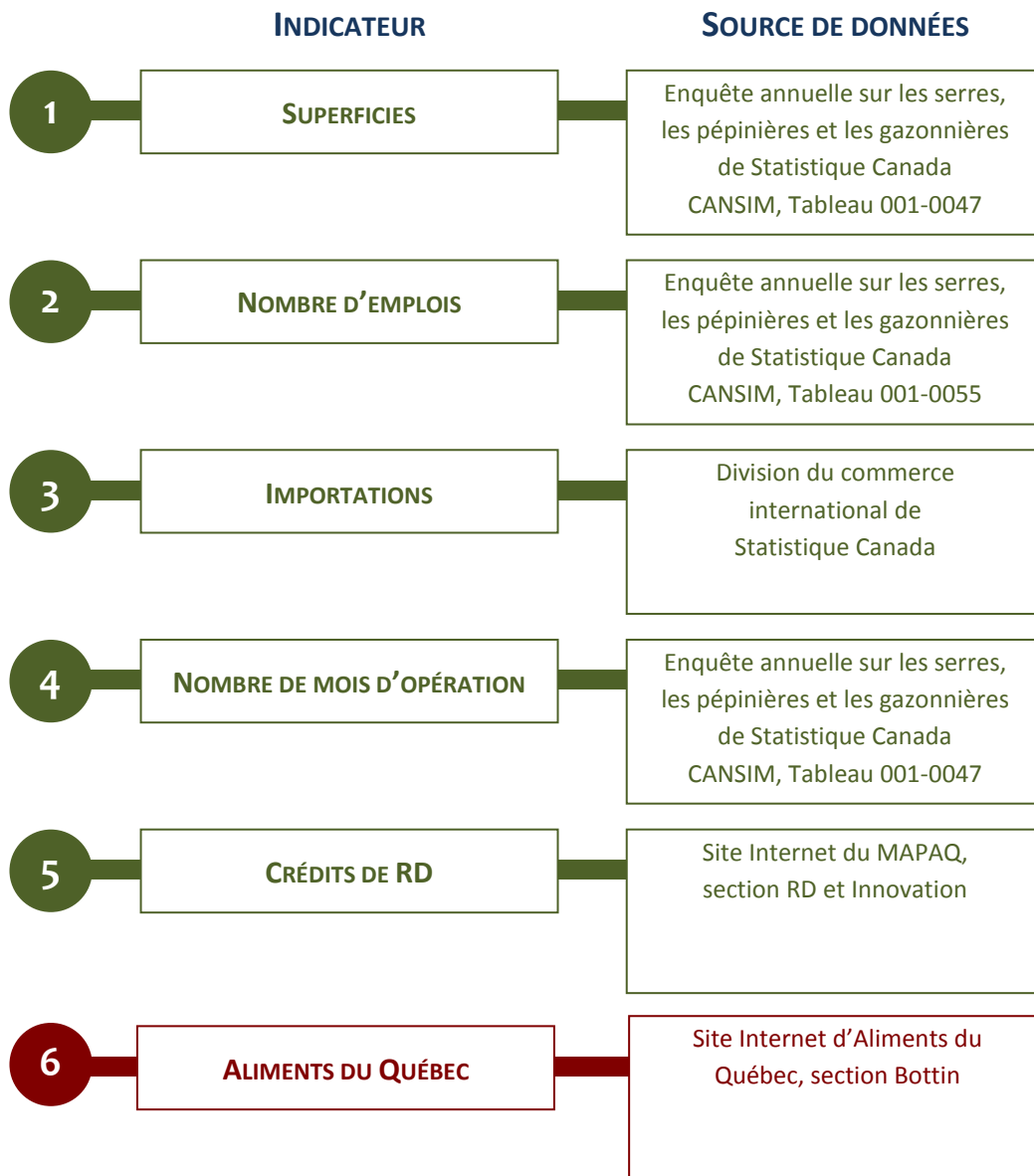
Les programmes de recherche scientifique et développement expérimental (RS&DE) sont des programmes de crédits d'impôt fédéral et provincial offerts aux entreprises et servant à développer ou à améliorer les produits et procédés technologiques. Le nombre d'entreprises du secteur qui utilisent ces crédits d'impôt peut donner une indication du dynamisme de l'industrie en matière d'innovations. L'information est disponible sur le **site Internet du MAPAQ, dans la section RD et Innovation**. Une liste des projets actifs et terminés depuis 1998 est accessible, projets qui peuvent être triés selon différents critères, dont celui du produit légumes de serre.

6.2.6 ALIMENTS DU QUÉBEC

Comme discuté, il apparaît opportun pour le secteur des légumes de serre de s'arrimer à l'initiative Aliments du Québec, et ainsi de tirer bénéfice des ressources disponibles pour la promotion générique des produits québécois. Le nombre d'entreprises qui adhèrent à cette

appellation est un bon indicateur pour évaluer la participation des entreprises de légumes de serre à cette campagne, et éventuellement les inciter davantage à le faire. Cependant, pour le moment, la base de données d'Aliments du Québec ne permet pas de faire une recherche par produits. Une recherche par mot clé, en utilisant le terme « serre » offre quand même la possibilité de constater le nombre de produits et/ou d'entreprises qui y sont inscrites. Le suivi historique des adhésions demeure toutefois limité pour le moment, la date d'adhésion de l'entreprise au système n'étant pas indiquée. La base de données, disponible sur le **site Internet d'Aliments du Québec, section Bottin**, est présentement en révision et certaines options de recherche seront peut-être ajoutées pour faciliter le suivi.

Figure 6.1
Indicateurs de performance pour l'industrie serricole maraîchère
et sources de données pour l'analyse et le suivi



ANNEXE 1

Liste des acheteurs et experts interrogés

LISTE DES ACHETEURS ET EXPERTS INTERROGÉS

ACHETEURS

- ◆ Allard fruits et légumes, Pierre Pilon, acheteur
- ◆ Canada Wide, Mike Distaulo, acheteur
- ◆ Service de traiteur Capital HRS, Centre des congrès de Québec
- ◆ Service de traiteur de l'Hôtel-Château Laurier, Heinrich Meesen, chef exécutif
- ◆ Laverdure J. B. Inc, Pasqual Rouscio, acheteur
- ◆ Marché Végétarien, François Lambert, approvisionnement légumes
- ◆ Sobeys, François Lagacé, approvisionnement provincial Légumes, Boucherville
- ◆ Loblaws, Yan Branco, département des achats de fruits et légumes, Boucherville

EXPERTS

- ◆ André Carrier, agronome, M. Sc. Conseiller régional en horticulture, Direction régionale de la Chaudière-Appalaches, MAPAQ
- ◆ Jacques Thériault, clubs Pro-Serre et Savoir-Serre
- ◆ Alain Perras, conseiller en financement agricole, La Financière agricole du Québec, Direction régionale de l'Estrie

ANNEXE 2

EXEMPLE DE MATÉRIEL DE PROMOTION GÉNÉRIQUE

ONTARIO GREENHOUSE VEGETABLE GROWERS

EXEMPLE DE MATÉRIEL DE PROMOTION GÉNÉRIQUE — ONTARIO GREENHOUSE VEGETABLE GROWERS

Making the World Greener...

Ontario Greenhouse Vegetable Growers are taking proactive steps to help the environment.

Ontario Greenhouse Vegetable Growers are investing in green technologies and conservation techniques to reduce emissions, reuse biomass and recycle water. To help maintain air quality, Ontario Greenhouse Vegetable Growers capture carbon dioxide before it is emitted into the atmosphere and release it to the plants to ensure optimal growth and development.

Helping to keep the world green – one Ontario Greenhouse tomato, cucumber and sweet pepper at a time.

Why would you buy tomatoes, cucumbers or sweet peppers from anywhere else?



Nature knows best...

Ontario Greenhouse Vegetable Growers understand the importance of keeping their tomatoes, cucumbers and sweet peppers safe.

Ontario Greenhouse Vegetable Growers keep their facilities virtually pesticide free by using integrated pest management. This means that insects found throughout nature are placed in greenhouses to keep the bad pests out – and the good in.

Just another way Ontario Greenhouse Vegetable Growers keep their produce safe.

Why would you buy tomatoes, cucumbers or sweet peppers from anywhere else?



The Truth About Food Safety...

Ontario Greenhouse Vegetable Growers were the first group of growers to regulate Food Safety in their industry.

All Ontario Greenhouse Vegetable Growers must have a yearly audit by a third party to ensure that they are following important Food Safety Standards. If they do not pass they will no longer be licensed to grow, pack or market Ontario Greenhouse tomatoes, cucumbers or sweet peppers.

Ontario Greenhouse Vegetable Growers has one of the highest food safety standards in North America.

Why would you buy tomatoes, cucumbers or sweet peppers from anywhere else?



Source : OGVG, POS Material, <http://www.ontariogreenhouse.com/folders/show/3276>.

ANNEXE 3

QUESTIONS POSÉES AUX FOURNISSEURS DE WALMART

15 QUESTIONS POSÉES AUX FOURNISSEURS DE WALMART



Sustainability Product Index: 15 Questions for Suppliers

Energy and Climate: Reducing Energy Costs and Greenhouse Gas Emissions

1. Have you measured your corporate greenhouse gas emissions?
2. Have you opted to report your greenhouse gas emissions to the Carbon Disclosure Project (CDP)?
3. What is your total annual greenhouse gas emissions reported in the most recent year measured?
4. Have you set publicly available greenhouse gas reduction targets? If yes, what are those targets?

Material Efficiency: Reducing Waste and Enhancing Quality

1. If measured, please report the total amount of solid waste generated from the facilities that produce your product(s) for Walmart for the most recent year measured.
2. Have you set publicly available solid waste reduction targets? If yes, what are those targets?
3. If measured, please report total water use from facilities that produce your product(s) for Walmart for the most recent year measured.
4. Have you set publicly available water use reduction targets? If yes, what are those targets?

Natural Resources: Producing High Quality, Responsibly Sourced Raw Materials

1. Have you established publicly available sustainability purchasing guidelines for your direct suppliers that address issues such as environmental compliance, employment practices and product/ingredient safety?
2. Have you obtained 3rd party certifications for any of the products that you sell to Walmart?

People and Community: Ensuring Responsible and Ethical Production

1. Do you know the location of 100 percent of the facilities that produce your product(s)?
2. Before beginning a business relationship with a manufacturing facility, do you evaluate the quality of, and capacity for, production?
3. Do you have a process for managing social compliance at the manufacturing level?
4. Do you work with your supply base to resolve issues found during social compliance evaluations and also document specific corrections and improvements?
5. Do you invest in community development activities in the markets you source from and/or operate within?

ANNEXE 4

SITUATION FINANCIÈRE DES ENTREPRISES DU SECTEUR SERRICOLE

SITUATION FINANCIÈRE DES ENTREPRISES DU SECTEUR SERRICOLE

Note : Les données présentées ici se rapportent à toutes les serres, aux pépinières et aux entreprises de floriculture.

ACTIF

	2005	2006	2007	2008	2009
<i>En dollars, toutes les fermes</i>					
Québec	505 706 781	596 737 988	767 246 236	770 211 385	876 303 956
Ontario	1 915 203 992	1 830 029 206	2 282 895 155	2 725 068 300	2 723 592 403
Colombie-Britannique	1 155 138 922	1 223 214 601	1 548 860 730	1 647 847 916	1 267 515 818
<i>En dollars, moyenne par ferme</i>					
Québec	784 042	994 563	843 128	860 571	854 931
Ontario	1 651 038	1 802 984	1 804 660	2 120 676	1 865 474
Colombie-Britannique	1 957 863	2 184 312	2 079 008	2 496 739	1 965 141

Source : SESA.

PASSIF

	2005	2006	2007	2008	2009
<i>En dollars, toutes les fermes</i>					
Québec	170 949 865	193 236 732	224 327 670	247 907 247	218 683 488
Ontario	667 479 219	695 634 389	798 969 734	942 945 802	772 199 176
Colombie-Britannique	476 101 644	348 681 636	481 944 460	483 454 581	407 491 016
<i>En dollars, moyenne par ferme</i>					
Québec	345 353	434 240	407 868	367 270	336 436
Ontario	872 522	886 158	1 011 354	902 340	800 206
Colombie-Britannique	1 304 388	1 245 292	1 133 987	1 151 082	1 216 391

Source : SESA.

RATIO D'ENDETTEMENT

	2005	2006	2007	2008	2009
<i>Passif sur actif</i>					
Québec	34 %	32 %	29 %	32 %	25 %
Ontario	35 %	38 %	35 %	35 %	28 %
Colombie-Britannique	41 %	29 %	31 %	29 %	32 %

Source : SESA et nos calculs.

INVESTISSEMENTS

	2005	2006	2007	2008	2009
<i>En dollars, toutes les fermes</i>					
Québec	29 663 059	n. d.	65 937 145	n. d.	30 967 939
Ontario	115 759 191	n. d.	123 320 136	n. d.	106 699 125
Colombie-Britannique	41 520 840	n. d.	48 752 002	n. d.	35 205 460
<i>En dollars, moyenne par ferme</i>					
Québec	123 596	n. d.	120 986	n. d.	52 488
Ontario	216 372	n. d.	212 621	n. d.	128 553
Colombie-Britannique	150 985	n. d.	137 330	n. d.	160 025

Source : SESA.

BÉNÉFICE NET D'EXPLOITATION

	2005	2006	2007	2008	2009
<i>En dollars, toutes les fermes</i>					
Québec	39 707 368	38 429 531	46 073 367	40 820 005	55 340 033
Ontario	138 960 487	185 354 107	149 876 206	171 832 978	194 502 310
Colombie-Britannique	65 165 784	83 680 087	54 866 497	58 149 531	83 416 025
<i>En dollars, moyenne par ferme</i>					
Québec	42 696	42 464	62 261	56 694	72 340
Ontario	111 168	134 803	97 639	127 284	150 777
Colombie-Britannique	95 133	125 835	80 686	81 901	121 775

Source : SESA.

RÉPARTITION DES ENTREPRISES SELON LE BÉNÉFICE NET — 2008

Bénéfice net d'exploitation...	Québec	Ontario	Colombie-Britannique
<i>% d'entreprises</i>			
...de 0 \$ ou moins	24 %	26 %	32 %
...de 1 \$ à 24 999 \$	28 %	29 %	24 %
...de 25 000 \$ à 49 999 \$	19 %	14 %	11 %
...de 50 000 \$ à 99 999 \$	15 %	8 %	10 %
...100 000 \$ et plus	14 %	24 %	22 %

Source : Statistique Canada, CANSIM, Tableau 002-0048.

BIBLIOGRAPHIE

Alberta Agriculture, Food and Rural Development. *The Economics of Production and Marketing of Greenhouse Crops in Alberta*, Economics Unit Economics and Competitiveness Division, octobre 2006.

[http://www1.agric.gov.ab.ca/\\$department/deptdocs.nsf/all/agdex4369/\\$file/821-59.pdf](http://www1.agric.gov.ab.ca/$department/deptdocs.nsf/all/agdex4369/$file/821-59.pdf)

British Columbia Vegetable Marketing Commission. *Consolidated General Orders*, 16 mars 2005.

<http://www.bcveg.com/docs/Consolidated%20General%20Order%20-%20January%2028,%202011%20-%20including%20Amending%20Order%2028.pdf>

CASTILLA, N. et C. LEONARDI. *Greenhouse Vegetables Production Strategies in Europe: Alternative Crops*, Canada Greenhouse Conference, 2010.

<http://www.canadiangreenhouseconference.com/talks/2010/2010-WebTK-Alternatives%204%20Veg-Castilla-final.pdf>

Conseil canadien de l'horticulture (CCH). *Rapport du Comité de la serriculture*, présenté à la 89^e Assemblée générale annuelle, Ottawa (Ontario), 11 mars 2011.

http://www.hortcouncil.ca/uploads/file/French/Committee%20Reports/2011/2011_Greenhouse_Committee_report_FRENCH.pdf

Conseil canadien de l'horticulture (CCH). « Profil de secteur : Industrie canadienne de la culture en serre », *Idées fraîches — Publication officielle du CCH*, automne 2010, p. 15.

http://www.hortcouncil.ca/uploads/file/English/Publications/Fresh%20Thinking%20Magazine/Fresh_Thinking_Magazine_Fall_2010.pdf

Conseil canadien de l'horticulture (CCH). *L'horticulture à l'œuvre — Un appel à l'action pour le développement de la main d'œuvre afin de garantir l'avenir de l'horticulture au Canada*, avril 2004.

http://www.hortcouncil.ca/uploads/file/French/Publications/Horticulture_Works_HR_Report_2005_Fr.pdf

Cuesta Roble Greenhouse Consultants. « Greenhouse Vegetable Production Statistics », *A review of Current Data on the International Production of Vegetables in Greenhouses*, Édition 2011, 73 p.

ÉcoRessources. *Enjeux, contraintes et opportunités du secteur de la production horticole à l'horizon 2010 – Rapport final*, mai 2006.

<http://www.mapaq.gouv.qc.ca/fr/Publications/CQHRapportfinalmai.pdf>

Financement agricole Canada (FAC). « Étude sur la croissance du secteur des cultures en serre », *FAC Express*, 15 octobre 2010.

http://www.fcc-fac.ca/newsletters/fr/express/articles/20101015_f.asp#story_8

BIBLIOGRAPHIE (SUITE)

Financement agricole Canada (FAC). « L'industrie nord-américaine des légumes de serre », *ZbeetnoffAgro-EnvironmentalCounselling*, août 2006.

http://www.fac-fcc.ca/fr/LearningCentre/Knowledge/doc/Greenhouse%20study_f.pdf

Greenhouse Canada. « On the leading edge », by Tony Kryzanowski, septembre 2010.

<http://www.greenhousecanada.com/content/view/2419/59/>

Greenhouse Canada. « Conservation focus grows », by Dave Harrison, juin 2010.

<http://www.greenhousecanada.com/content/view/2279/59/>

GRUPE AGÉCO. *Étude sur les conditions de travail dans les productions laitière, porcine et sericole*, réalisée pour Agri-Carières, 2010.

Hortalizas. « Opciones y precios al instalar tu invernadero », avril 2009.

<http://www.hortalizas.com/ehortalizas/?storyid=1657>

JENSEN, Merle. *Bright Future in High Light – Greenhouse Vegetable Production in the Sonoran Desert*, University of Arizona, Tucson, 2005.

<http://ag.arizona.edu/ceac/sites/ag.arizona.edu.ceac/files/BRIGHT%20Sonora.pdf>

Le Soleil. « L'éclairage DEL au service de la sericulture », par Claudette Samson, 24 février 2011, p. 30.

Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ). *Profil sectoriel de l'industrie horticole au Québec*, édition 2009.

http://www.stat.gouv.qc.ca/publications/ind_bioalimentaire/pdf/Profil_horticole2010.pdf

Ministry of Agriculture, Food and Fisheries of British Columbia. « An overview of the Greenhouse Vegetable Industry », *Factsheet*, novembre 2003.

http://www.agf.gov.bc.ca/ghvegetable/publications/documents/industry_profile.pdf

NELSON A. « Specialties Rank Among Top Greenhouse Performers », *The Packer*, octobre 2010.

http://www.thepacker.com/fruit-vegetable-news/shipping-profiles/greenhouse-vegetables/specialties_rank_among_top_greenhouse_performers_122162999.html

Ontario Greenhouse Vegetables Growers (OGVG). *The Farm Products Marketing Act, 2010-2011*.

<http://www.ontariogreenhouse.com/attachments/show/3420>

Statistique Canada. *Les industries des cultures de serre, des gazonnières et des pépinières*, 2010.

<http://www.statcan.gc.ca/pub/22-202-x/22-202-x2010000-fra.pdf>

BIBLIOGRAPHIE (SUITE)

Syndicat des producteurs en serre du Québec (SPSQ). « Le secteur serricole québécois, la communication et la question énergétique », *Rapport de consultation*, 31 juillet 2007.
http://www.spsq.info/spsq_fichiers/files/Le%20secteur%20serricole%20quebecois,%20la%20communication%20et%20la%20question%20energetique%20-%20rapport.pdf

The Grower. « Growers Bring Home Vegetables from the Global Village », mai 2011, p. 3.
<http://www.thegrower.org/flippdf.php?id=1o1k2s1v5r6r>

The Grower. « Greenhouse Industry Expands by Five per Cent », mars 2011, p. 5.
<http://www.thegrower.org/flippdf.php?id=6f8b6x3z5e7w>

The Ontario Greenhouse Alliance (TOGA). « Greenhouses Grow Ontario », *The Greenhouse Sector in Ontario, 2009 update*, 2009.
http://www.theontariogreenhousealliance.com/files/TOGA_Greenhouse_Sector_2009_Update.pdf

United States Department of Agriculture (USDA). *Census of Agriculture – Census of Horticultural Specialties*, 2009.
http://www.agcensus.usda.gov/Publications/2007/Online_Highlights/Census_of_Horticulture/index.asp

United States Department of Agriculture (USDA). *Census of Agriculture*, 2007.
http://www.agcensus.usda.gov/Publications/2007/Full_Report/Volume_1,_Chapter_1_US/index.asp

United States Department of Agriculture (USDA). « Greenhouse Tomatoes Change the Dynamics of the North American Greenhouse Tomato Industry », *ERS Report*, avril 2005.
<http://www.ers.usda.gov/publications/err2/err2.pdf>

Zins, Beauchesne et associés (ZBA). *Portrait et diagnostic concurrentiel de la serriculture maraîchère au Québec – Rapport final*, mars 2002.
<http://www.agrireseau.qc.ca/legumesdeserre/documents/portrait-diagnostic.pdf>