



CLD BROME-
MISSISQUOI, CA



Portrait agroalimentaire
de Brome-Missisquoi
-2016-

Mise en contexte L'agroalimentaire en Montérégie



*Source: MAPAQ Janvier 2017 Portrait bioalimentaire Brome-Missisquoi préparé par
Félicien Hitayezu, Direction des études et perspectives économiques*

-33% des revenus liés à la production agricole au Qc

-25% de la valeur des livraisons et transformation agroalimentaire du Qc

Quelques particularités de l'agroalimentaire dans Brome-Missisquoi

Des paysages agricoles magnifiques:
un atout pour l'agrotourisme

Une agriculture à plusieurs visages



-Paysages: B-M est au 1^{er} rang des MRC du Québec pour le nombre d'entreprises agrotouristiques. Plus de 56% forestier: 1^{er} en Montérégie

-Une agriculture à trois visages

À l'ouest: grandes cultures et productions animales

Au centre: productions maraîchères et vignobles

À l'est: la forêt et la villégiature

Quelques particularités de l'agroalimentaire dans Brome-Missisquoi



-Sensibles à la nature et à l'importance d'une saine alimentation, ces nouveaux résidents représentent un marché d'intérêt pour les producteurs, transformateurs et restaurateurs de la région

-Le côté fin gourmet, novateur et distingué constitue l'image de marque de la région et une clé de réussite

Quelques particularités de l'agroalimentaire dans Brome-Missisquoi



20% des emplois de la région

Consolidation des entreprises
agricoles et dévitalisation des
communautés

-5K emplois sur un total de 26K

-Les municipalités où l'agriculture est prédominante connaissent un déclin démographique et économique causé en partie par la consolidation et la mécanisation des entreprises agricoles. Les services de proximité sont diminués. En réaction à ces profonds bouleversements, les producteurs, transformateurs, restaurateurs, détaillants, intervenants, décideurs et citoyens seront appelés à innover pour assurer la vitalité de plusieurs communautés rurales.

Quelques particularités de l'agroalimentaire dans Brome-Missisquoi



Sources: MAPAQ, portrait agro 2014

-Comme ailleurs au Québec, l'adéquation entre les besoins des entreprises et l'offre de main-d'œuvre demeure un défi à relever

-Pour la relève agricole, des opportunités d'établissement semblent se dessiner puisque 37 % des exploitations agricoles prévoyant la vente ou le transfert de leurs actifs n'ont pas ciblé de relève. Toutefois, l'augmentation de la demande pour l'achat de terres et de propriétés fait grimper les prix, créant ainsi un obstacle à la pérennité des activités agricoles et à l'implantation d'une relève agricole prospère

L'agroalimentaire au CLD



Comité agroalimentaire
depuis 2006

(13 membres dont 7 acteurs de
l'agroalimentaire)

-Depuis 2006

-Composé depuis 2016 de 13 membres dont 7 producteurs, transformateurs et restaurateurs

L'agroalimentaire au CLD



L'agroalimentaire pressenti
comme axe de
développement stratégique

L'agroalimentaire au CLD

Réflexions reposent sur:
PDZA, Portrait et Focus 2011,
Focus 2014 et travaux 2016
du comité



L'agroalimentaire au CLD



Importance de caractériser
ce secteur

-Pour mettre de l'avant ce secteur d'activité, il est important d'en cerner les indicateurs économiques mais aussi de prendre le pouls des entrepreneurs quant à leurs priorités

-54 sur 753 interventions en 2016 (7%)

Source: Gestion Logipro

Contexte du mandat

Dernier portrait ne comprenait pas le secteur de la production (2011)



-Compléter le portrait 2011 en ajoutant le secteur de la production

Contexte du mandat



À la convergence de plusieurs exercices de planification stratégique

- Plan stratégique en développement agroalimentaire 2013-2016
- Révision du plan d'action du PDZA
- Portrait oenotouristique/positionnement du CLD
- Révision du schéma d'aménagement
- Planification stratégique en cours à la MRC

Contexte du mandat



-À l'époque, 750 entreprises indiquées (PDZA) mais seulement 125 avec coordonnées...

Contexte du mandat



- Bonification de la liste des entreprises
- Portrait statistique
- Sondage
- Stratégie de communication interne
- Mise à jour du site *Artisan de la terre* + carte interactive

Le sondage



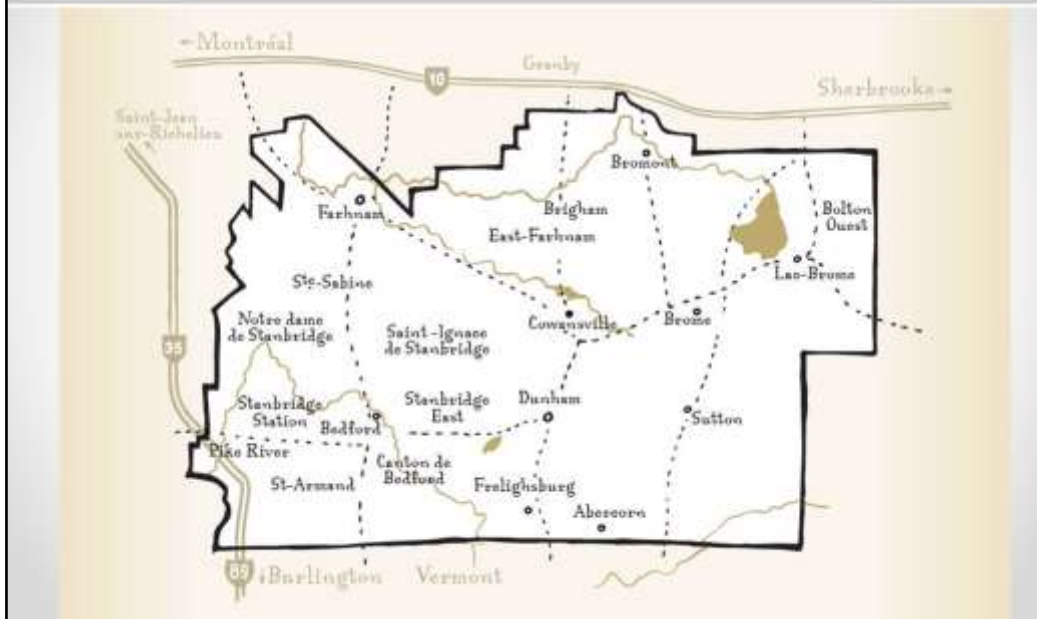
- 154 répondants, principalement francophones
- 50% entreprises inc. 50% entreprises individuelles, S.E.N.C, travailleurs autonomes
- 75% sont des producteurs : 20x grands producteurs (porc, volaille, œufs, lait),
- 13% bio
- 1/3 font de la transformation
- 75% mise en marché de proximité /150km ou –de 1 intermédiaire
- moyenne de 44 hectares en production, 9 hectares en pâturage, 35 hect. en forêts exploitées

Le sondage



-Taux de réponse de 44%, similaire au autres sondage du CLD (i.e. touristique et industriel)

Résultats: quelques faits saillants



Sources: MAPAQ, Fiches d'enregistrement des exploitations agricole et portrait agro 2014, Statistiques Canada, CLD BM: sondage agro 2016

Mise en contexte des chiffres obtenus

- Certains chiffres sont des données publiques validées par le MAPAQ ou Statistiques Canada.
- D'autres sont des estimés fait à partir de recoupement de données provenant de diverses sources. Par exemple : les répertoires du CLD, le Registraire de entreprises
- Ça nous permet quand même de faire une évaluation de la place relative de l'agroalimentaire au sein de l'activité économique de la région

1 100 entreprises, + de 5 000 emplois un secteur en essor : (70% situation de croissance). Secteur agricole : 743 fermes, 239M\$ chiffres affaires, 1 milliard en capital agricole

À titre comparatif, les deux secteurs considérés jusqu'à présent comme étant les principaux moteurs économiques de la région, sont le secteur industriel (9000 emplois) et le secteur touristique (4000 emplois). **Avec + de 4 000 emplois, le secteur agroalimentaire se positionne donc comme l'un des 3 piliers économiques d'envergure de Brome-Missisquoi**



Sources: MAPAQ: fiches d'enregistrement des exploitation agricoles et portrait agro 2014, Statistiques Canada, CLD B-M: Sondage agro 2016

D'où vient le chiffre de 5 000 emplois en agroalimentaire dans B-M?

- 1390 production agricole (Statistiques Canada 2011)
- 840 Transformation alimentaire (Portrait agroalimentaire BM MAPAQ 2014)
- 760 Restauration (Répertoire des entreprises touristiques du CLD 2014. Comprend seulement les établissements qui font le service aux tables)
- 1600 agroalimentaire (rapport annuel CLD 2015)
- 782 agrotourisme (rapport annuel CLD 2015)

Sous-total de 5472. On réduit à **4000** sachant que certains emplois ont été calculés à la fois dans l'agroalimentaire et dans l'agrotourisme.

On ajoute **1000** emplois pour le commerce alimentaire gros et détail. Selon le MAPAQ (Répartition de l'emploi dans le secteur bioalimentaire au Qc 2015) les emplois chez les grossistes et magasins d'alimentation, représentent 32% des emplois en agroalimentaire. 4000 emplois en agro (ne comprenant pas le commerce alimentaire)=68% des emplois totaux en agro, donc le total des emplois en agro (100%)= 5 883 emplois (donc 1883 emplois additionnels). Par prudence, on abaisse à 1 000. Par ailleurs, les données d'Emploi Qc indiquent la présence de 4 190 emplois en commerce de gros et de détail (tout secteur confondu) dans B-M. Il n'est pas impossible qu'environ le quart de ses emplois soient dans le secteur du commerce alimentaire.

Donc total estimé: **5 000 emplois** en agro dans B-M.

Les résultats (portrait statistique & sondage)

MOTEUR ÉCONOMIQUE « AGRO »
des données prometteuses...à compléter!



Sources: MAPAQ: fiches d'enregistrement des exploitation agricoles et portrait agro 2014, Statistiques Canada, CLD B-M: Sondage agro 2016

Les résultats (portrait statistique & sondage)

MOTEUR ÉCONOMIQUE dans BM:
la production agricole

- 239 M\$
- 1 390 emplois
- 743 fermes actives
- 38 000 hectares en production

Exploitations agricoles selon
leur activité principale



Source: MAPAQ, fiches d'enregistrement des exploitation agricoles déc. 2014

- Près de 38 000 hectares en production
- 972 hectares de fruits (179 hectares de vignes)

Les résultats (portrait statistique & sondage)

MOTEUR ÉCONOMIQUE dans BM:
la production agricole

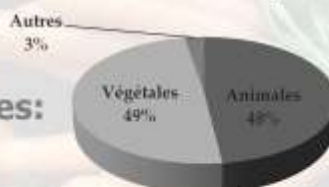
Principales productions végétales:

Céréales et protéagineux, acériculture, autres fruits, fourrages, pommes

Principales productions animales:

Laitière, bovine et porcine

Exploitations agricoles selon leur activité principale



Source: MAPAQ, fiches d'enregistrement des exploitation agricoles déc. 2014

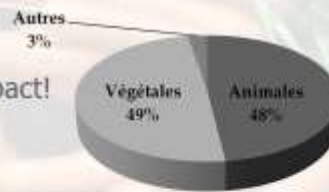
Les résultats (portrait statistique & sondage)

MOTEUR ÉCONOMIQUE dans BM:
la production agricole

Vecteur artisanal attractif

- Une petite agriculture avec un gros impact!
- 44% sont des fermes de petite taille

Exploitations agricoles selon leur activité principale



Source: MAPAQ, fiches d'enregistrement des exploitation agricoles déc. 2014

- 25% du bio de la Montérégie
- Viticulture, fermes maraichères bio, petits élevages spécialisés
- 1^e au Qc pour le nb de fermes agrotouristiques
- 44% des fermes ont un revenu de moins de 50 000\$

Les résultats (portrait statistique & sondage)



Sources: MAPAQ portrait agro 2014, Mapaq Fiches d'enregistrement déc. 2014, CLD BM Sondage agro 2016

Quelques exemples de produits transformés :

- les boissons alcooliques artisanales (vignobles, cidreries et microbrasseries)
- les produits de l'érable
- les viandes (production, abattage et transformation)
- les fruits et les légumes (en conserve et surgelés)
- la transformation des grains (meuneries)

Les résultats (portrait statistique & sondage)



Sources: MAPAQ portrait agro BM 2014, Mapaq Fiches d'enregistrement déc. 2014, CLD B-M: Sondage agro 2016

Des chefs de file au Québec :

-Bonduelle Amérique du Nord (légumes en conserve et surgelés) 48 M\$,

-Canards du Lac Brome (33 M\$)

Les résultats (portrait statistique & sondage)



Les résultats (portrait statistique & sondage)

DISTRIBUTION ALIMENTAIRE dans BM: **quelques données**



- Nomenclature à préciser:
distributeur vs détaillant
distribution vs mise en marché par le producteur
- Détaillants alimentaires dans B-M: 111 entreprises

Sources: ICRIQ, Statistiques Canada

Les résultats (portrait statistique & sondage)

Quelques données sur la **mise en marché de proximité** dans Brome-Missisquoi

« Le terme **agrotourisme** réfère à une activité touristique complémentaire à l'agriculture ayant lieu dans une exploitation agricole qui met des producteurs en relation avec des touristes ou des excursionnistes, permettant ainsi à ces derniers de découvrir le milieu agricole, l'agriculture et sa production par l'accueil et l'information que leur réserve leur hôte. »

Source:
<http://www.mapaq.gouv.qc.ca/fr/Regions/centreduquebec/agrotourisme/Pages/Agrotourisme.aspx>

Source :

<http://www.mapaq.gouv.qc.ca/fr/Regions/centreduquebec/agrotourisme/Pages/Agrotourisme.aspx>

Les résultats (portrait statistique & sondage)

Quelques données sur la **mise en marché de proximité** dans Brome-Missisquoi



Sources: MAPAQ, portrait agro 2014 et CLD Brome-Missisquoi, CLD B-M sondage agro 2016

Les résultats (portrait statistique & sondage)

Quelques données sur la **mise en marché de proximité** dans Brome-Missisquoi

C'est aussi:

- 104 *kiosques à la ferme*
- 7 *marchés publics*
- 8 *marchés de Noël*
- 1 *marché de solidarité*

Sources: MAPAQ, portrait agro 2014 et CLD Brome-Missisquoi, CLD B-M sondage agro 2016

Les résultats (portrait statistique & sondage)



Sources: Mapa, portrait bioalimentaire Brome-Missisquoi 2015, CLD B-M: Sondage agro 2016

- 760 emplois selon *Répertoire entreprises touristiques de B-M 2015*
- Ne comprend que les établissements avec service aux tables

Les résultats (portrait statistique & sondage)



Revenus pour le Québec: 11,1 milliards et 211 400 emplois

(Réf. Site web de l'association des restaurateurs du Québec, consulté le 21 mars 2017)

28 restaurants sondés au total

100% (24x) des restaurateurs disent utiliser des produits locaux

60% (15x) souhaitent s'approvisionner davantage en produits locaux

53% (9x) souhaitent avoir accès à un répertoire des produits et

entreprises agroalimentaires de Brome-Missisquoi

Intérêts pour le développement et les projets du CLD



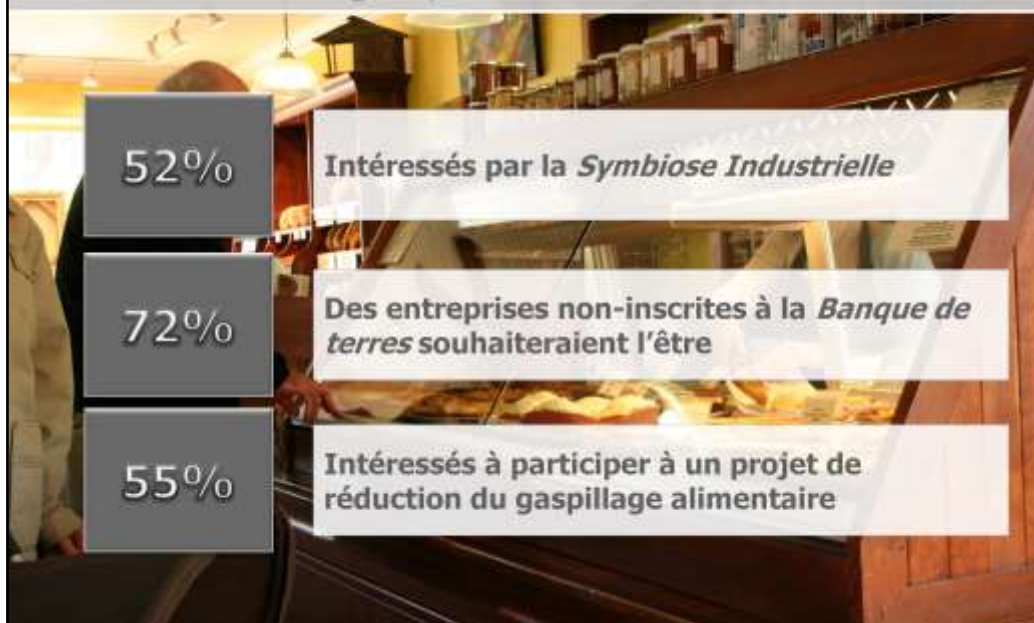
Source: sondage agro CLD BM, 2016

Intérêts pour le développement et les projets du CLD



Source: sondage agro CLD BM, 2016





Intérêts pour le développement et les projets du CLD



Source: sondage agro CLD BM, 2016

Actions jugées prioritaires par les
entreprises sondées



			
PRODUCTION Favoriser et soutenir l'implantation d'entreprises de petite taille.	TRANSFORMATION Offrir un soutien technique et financier à des projets de valeur ajoutée.	MISE EN MARCHÉ Favoriser l'augmentation de l'achat de produits locaux par les restaurateurs de la région. Favoriser l'intégration de nouveaux mode de mise en marché. → Vente à partir du site internet de la ferme → Vente aux détaillants (ex. épicerie) → Vente aux hôtels, restaurants et institutions	GESTION ET ÉVOLUTION DE L'ENTREPRISE Favoriser l'acquisition de connaissances en gestion financière. Encourager la valorisation de la profession de producteur agricole.
POUR LA SUITE, LE COMITÉ AGROALIMENTAIRE PROPOSERA LES PRIORITÉS DE DÉVELOPPEMENT POUR CE SECTEUR			

Source: sondage agro CLD BM, 2016

Production

Favoriser et soutenir l'implantation d'entreprises de petite taille (68% ou 57x)

Transformation

Offrir un soutien technique et financier à des projets de valeur ajoutée (60% ou 43x)

Distribution/Mise en marché

Favoriser l'augmentation de l'achat de produits locaux par les restaurateurs de la région (68% ou 58x)

Favoriser l'intégration de nouveaux mode de mise en marché (62% ou 57x)

- Vente à partir du site internet de la ferme
- Vente aux détaillants (ex. épicerie)
- Vente aux hôtels et restaurants

Gestion et évolution de l'entreprise

Favoriser l'acquisition de connaissances en gestion financière (39% ou 28x)


Encourager la valorisation de la profession de producteur agricole (39% ou 28x)

Constats et opportunités de développements

Secteur encore peu caractérisé

Certains termes portent à confusion
(ex: agrotourisme, distribution versus mise en marché,
distributeur versus détaillant, petit versus grand producteur)

Constats et opportunités de développements



Accès limité aux données de base

Portée limitée du sondage
(154 entreprises répondantes)

-Données du MAPAQ disponibles pour la Montérégie mais non déclinées pour la MRC (ex. chiffres d'affaires et nombre d'emplois du secteur agroalimentaire)

-MAPAQ ou UPA: aucune information nominative sur les entreprises agricoles (impossibilité d'établir une liste exhaustive de ces entreprises pour le répertoire du CLD)

Constats et opportunités de développements



Clientèle agricole connaît encore peu les services
du CLD

Perception d'un clivage entre les fermes de petites
tailles et les grandes exploitations agricoles
(«le CLD aide surtout les vignobles»)

Constats et opportunités de développements

Vif intérêt pour l'agrotourisme

Intérêt marqué pour les projets du CLD

Priorités d'action retenues reflètent les hypothèses
du comité agroalimentaire

Source: sondage agro CLD BM, 2016

-Près de 60% des répondants qui n'offrent pas d'activités agrotouristiques souhaitent le faire dans le futur

-Intérêt marqué pour les projets du CLD (BdeT, Symbiose Industrielle, réduction gaspillage alimentaire)

Quelques pistes pour le plan d'action en agroalimentaire



Poursuivre les efforts de caractérisation du secteur

- Mettre à jour périodiquement le portrait
- Bonifier en continu la liste des entreprises agro du CLD (pour offrir des services et diffuser les futurs sondages)
- Tisser des liens plus étroits avec les grands partenaires pour faciliter le partage de données (MAPAQ, UPA, municipalités)

Quelques pistes pour le plan d'action en agroalimentaire



Poursuivre les efforts de mise en valeur du secteur

- En s'appuyant sur les créneaux d'excellence existants, proposer l'agroalimentaire comme axe de développement transversal au CLD (Tourisme, Industrie, Économie Social, Développement Durable)
- Préciser un positionnement stratégique pour la MRC
- Élaborer une stratégie de communication **à l'interne** visant à
 - Mettre en valeur la vitalité et la puissance du moteur économique de l'agroalimentaire dans B-M
 - S'approprier l'agroalimentaire comme outil de développement économique par excellence dans B-M
 - S'approprier la terminologie en lien avec l'agroalimentaire au CLD
 - Rallier la petite et la grande agriculture au service d'une image identitaire forte
- Élaborer une stratégie de communication **à l'externe** visant à :
 - Mettre en valeur la vitalité et la puissance du moteur économique de l'agroalimentaire dans B-M
 - Rallier la petite et la grande agriculture au service d'une image identitaire régionale forte
 - Valoriser la profession de producteur agricole

Quelques pistes d'actions pour le plan d'action en agroalimentaire



**Développer une
offre adaptée
au secteur agricole**

Développer une offre adaptée au secteur agricole

- Adapter le dépliant du CLD pour la clientèle des producteurs agricoles
- Développer des formations ou services adaptés aux petits et grands producteurs agricoles (ex. soutien financier, aide au démarrage et à la croissance, mentorat d'affaires, accompagnement à la relève, agrotourisme, etc.)

Quelques pistes d'actions pour le plan d'action en agroalimentaire



Mettre en place des actions ciblées...

- Soutenir les entreprises agricoles de petite taille
- Favoriser la mise en marché de proximité
- Soutenir les projets innovants à valeur ajoutée
- Faciliter la création de sites de vente internet par les entreprises agricoles
- Favoriser l'achat de produits locaux par les restaurateurs

Quelques pistes pour le plan d'action en agroalimentaire



...et intégrées

Impliquer les entreprises agroalimentaires dans les projets du CLD (BdeT, Symbiose Industrielle, réduction du gaspillage alimentaire)

Assurer une cohérence et une continuité entre le futur plan d'action en agroalimentaire et les autres outils de planification régionaux (planification stratégique MRC, plan d'action PDZA de la MRC, plan d'action oenotouristique, etc.)

Pour conclure

Cette démarche a permis :

De se doter **outils** plus performants pour identifier et rejoindre les entreprises, suivre et mesurer l'évolution du secteur

De se doter de pistes pour adapter **l'offre de services** du CLD aux besoins des entrepreneurs du domaine agro

Pour conclure
Cette démarche a permis :

Une meilleure **concertation** à l'interne et avec les acteurs du milieu (ex : UPA, MAPAQ)

D'émettre quelques recommandations pour un **plan d'action** agroalimentaire plus près des préoccupations du milieu

Pour conclure
Cette démarche a permis :

De mesurer l'ampleur de l'agroalimentaire dans
Brome-Missisquoi

De reconnaître la contribution de chacun des
secteurs d'activités de l'agro à la vitalité de la
région



S'appropriier l'agroalimentaire comme **outil de développement.**

Exploiter son potentiel en tant que **levier économique, attractif, démographique et identitaire.**





CLD BROME-
MISSISQUOI, CA



Portrait agroalimentaire
de Brome-Missisquoi
-2016-