

## MISE EN CONTEXTE

---

**Qu'est-ce que la mise en marché collective?** La mise en marché collective est un mode de commercialisation des produits agricoles qui vise à rétablir un équilibre dans les rapports commerciaux entre les producteurs et les acheteurs. Au Québec, la Loi sur la mise en marché des produits agricoles, alimentaires et de la pêche, mise en place en 1956, en établit les règles et permet d'encadrer et d'ordonner la production et la mise en marché des produits agricoles, de la forêt et de la pêche. La Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec est l'organisme paragouvernemental qui veille au respect de la Loi.

**Une négociation d'égal à égal.** L'avantage fondamental de la mise en marché collective est de permettre une négociation d'égal à égal entre les producteurs et les acheteurs. Les agriculteurs regroupés deviennent un seul interlocuteur, une voix unique pour négocier un juste prix pour leurs produits et se sortir d'un rapport de dépendance économique où les règles du jeu sont dictées unilatéralement par les géants de la transformation et de la distribution. En quelque sorte, on peut ici comparer l'approche collective à une forme de commerce équitable.

**Des avantages pour tous.** Les retombées de la mise en marché collective sont nombreuses et bénéficient à l'ensemble de la société. Elle présente des avantages importants tant pour les acheteurs, les transformateurs, les distributeurs et les producteurs, que pour les consommateurs : un rapport qualité/prix optimal, un accès à des volumes, des garanties et une facilité d'approvisionnement pour les acheteurs, un contrôle de la qualité et une uniformité du produit, la rationalisation des frais de mise en marché (ex. : transport, promotion, etc.), une force d'innovation pour le développement de nouveaux produits et un outil de développement régional. Les modèles québécois et canadien de mise en marché collective et de gestion de l'offre favorisent une production locale d'aliments de qualité, à bon prix et diversifiée.

**Une formule souple.** La Loi permet aux producteurs de se regrouper pour négocier collectivement les conditions de production et de mise en marché de leurs produits. Ainsi, chaque groupe d'agriculteurs peut, par exemple, choisir de regrouper l'offre de vente, établir des conditions de production (mode de production, normes de qualité et d'innocuité, etc.) ou de mise en marché (prix, transport, etc.) ou, encore, cibler des champs d'intervention plus spécifiques, tel le financement de la recherche, de la promotion, la diffusion de l'information sur les marchés, etc. Ils peuvent également opter pour **la gestion de l'offre**, mécanisme par lequel les producteurs ajustent leurs productions (en établissant des quotas de production) afin de répondre aux besoins du marché.

**Une approche démocratique.** La gestion démocratique est à la base de la mise en marché collective. Chaque groupe de producteurs peut utiliser les outils qui correspondent à sa réalité et décider démocratiquement des moyens et des règles qui seront mis en place pour organiser la production et la commercialisation du produit. Préalablement, ils doivent déposer à la Régie un projet de plan conjoint, lequel fera l'objet d'un référendum auprès des producteurs visés. Une fois le plan conjoint adopté, ce sont les producteurs visés qui s'y trouvent assujettis et qui assurent son financement par l'intermédiaire de contributions.

---

**Une loi cruciale pour les produits d'ici.** Actuellement, 35 groupes de producteurs agricoles, de forestiers et de pêcheurs ont opté pour cet outil collectif en vue, essentiellement, d'améliorer leurs revenus et la part de ceux-ci qu'ils tirent du marché. Aujourd'hui, au Québec, c'est plus de 76 % des produits agricoles qui sont mis en marché collectivement.

## DÉFIS ET ENJEUX

---

**Des mythes qui circulent, des réalités qu'on ignore.** Certains critiques prétendent que la mise en marché collective empêche le développement de produits du terroir et de créneaux. Pourtant, la mise en marché collective favorise un environnement d'affaires stable dont tous peuvent tirer parti. Bien menée, c'est aussi un levier qui permet de saisir toutes les opportunités du marché, notamment la production de produits différenciés, comme le démontre leur multiplication ces dernières années. À titre d'exemple, on a qu'à penser aux 350 fromages fins du Québec, à l'agneau de Charlevoix, à la Route de l'érable, au cidre de glace, aux produits de la poule Chanteclerc, au lait biologique, au porc Nagano, etc.

**Toujours pertinent.** Certains affirment que la Loi sur la mise en marché des produits agricoles est dépassée et qu'elle aurait besoin d'être modernisée et mieux adaptée à l'ouverture des marchés. Pourtant le contexte à l'origine de l'adoption de cette loi est toujours présent. Dans un monde où se disputent des géants de l'industrie, il ne fait aucun doute que la mise en marché collective, comme la pratiquent les agriculteurs du Québec, constitue une des meilleures réponses au phénomène de la concentration.