LES PRODUCTEURS DE POMMES DU QUÉBEC

# RAPPORT D'ACTIVITÉ RENDEZ-VOUS RÉGIONAUX AUTOMNE 2026



# À VOTRE SERVICE!



## QU'EST-CE QUE LE PPA ?

Le Programme de paiements anticipés (PPA) est un programme fédéral degarantie d'emprunt qui aide les producteurs de cultures et d'animaux d'élevage à respecter leurs obligations financières et à bénéficier des meilleures conditions du marché, en améliorant leurs liquidités tout au long de l'année.

Dans le cadre du PPA, le gouvernement fédéral garantit le remboursement des avances versées aux producteurs par l'organisation de producteurs. Ces garanties aident l'organisation de producteurs à emprunter auprès des institutions financières à des taux d'intérêt plus bas. L'organisation de producteurs verse aux producteurs une avance sur la valeur anticipée de leurs produits agricoles en cours de production et/ou entreposés.

## QUEL MONTANT PUIS-JE OBTENIR ?

- Les producteurs peuvent avoir accès à des avances de fonds jusqu'à concurrence de 1 000 000 $.
- La fraction de 100 000 $ des avances de fonds est exempte d'intérêt.

Les producteurs peuvent recevoir une avance de fonds pouvant atteindre 50 % du prix du marché moyen prévu du produit agricole.

## POURQUOI PARTICIPER ?

Les avances de fonds aident les producteurs au moment où ils ont le plus besoin de liquidités. Elles leur permettent également de vendre leurs produits lorsque les conditions du marché sont plus favorables. Le gouvernement fédéral paie les intérêts sur la première fraction de 100 000 $ d'une avance de fonds versée à un producteur par période de production.





**Soutien aux producteurs et productrices et Programme des paiements anticipés (PPA)**

## OÙ PRÉSENTER UNE DEMANDE ?

Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC) offre le programme par l'entremise des Les Producteurs de Pommes du Québec. Les producteurs peuvent présenter une demande d'avances de fonds auprès d'eux à : ppappq@upa.qc.ca

## QUI PEUT PRÉSENTER UNE DEMANDE ?

Pour être admissible, le producteur doit :

- être un citoyen canadien ou un résident permanent ;
- être une société par actions, une coopérative ou une société de personnes dont la majorité des parts sont détenues par des citoyens canadiens ou des résidents permanents.

Le producteur ou au moins l'un des détenteurs de parts, des membres ou des associés de l'entreprise doit être majeur dans la province d'opération ; doit avoir pour principale occupation l'agriculture ; doit être propriétaire du produit agricole ; doit être responsable de la mise en marché du produit agricole.



# CONTENU

- BILAN DE LA SAISON DE COMMERCIALISATION 2025-2026
- RÈGLEMENT SUR LES CONTRIBUTIONS :
  - REPRÉSENTATIONS POLITIQUES ET PROGRAMMES GOUVERNEMENTAUX
  - SOUTIEN AUX PRODUCTEURS
  - PROMOTION, PARTENARIATS ET COMMANDITES
  - RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT
- RÈGLEMENT SUR LA MISE EN MARCHÉ DES POMMES :
  - OBLIGATIONS DES PRODUCTEURS
  - PROGRAMME DE GESTION DES INVENTAIRES:
    - ÉVALUATION DU MARCHÉ ET ESTIMATION DE LA RÉCOLTE
    - SUSPENSION DES FRAIS DE MISE EN MARCHÉ POUR 2026-2027
- RENOUVEAU SYNDICAL



# MISSION

**L’étude, la défense et le développement des intérêts économiques, sociaux et moraux de nos membres et plus particulièrement, l’administration du Plan conjoint des producteurs et productrices de pommes du Québec.**

- Mise en marché ordonnée, respect du Plan conjoint et du programme Pommes Qualité Québec
- Informations sur les marchés frais et de transformation au Canada et à l’international
- Promotion, partenariats et commandites
- Sécurité du revenu et assurance récolte
- Soutien aux producteurs et productrices et Programme des paiements anticipés (PPA)
- Lobbyisme, représentation et participation aux comités/évènements
- Environnement, recherche et PFI
- Concertation entre les maillons de l’industrie via la Table filière pomicole

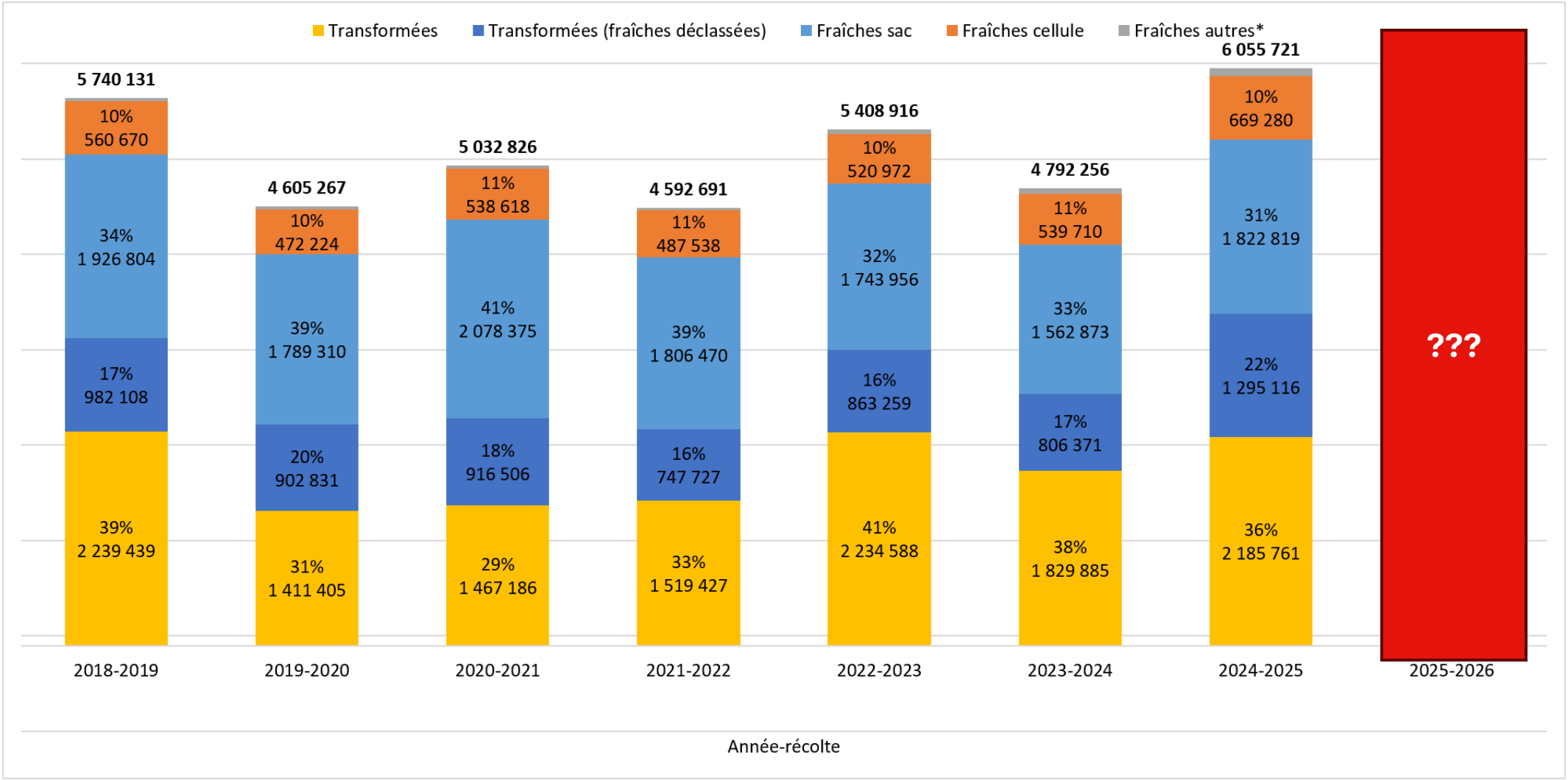


# MISSION(S)

| | Mission syndicale | Mission d'office administrant le Plan conjoint |
|---|---|---|
| **Objectif** | Représentation et leadership sectoriel | Mise en marché efficace et ordonnée |
| **Finalité** | Représenter et mobiliser les membres (productrices/producteurs) | Organiser la mise en marché collective |
| **Base légale** | Loi sur les syndicats professionnels / Loi sur les producteurs agricoles | Loi sur la mise en marché des produits agricoles |
| **Responsabilité principale** | Défense des intérêts et orientations | Administration des outils collectifs |
| **Principales décisions** | Vie associative, gouvernance, orientations sur les enjeux du secteur (ex. main d'œuvre, sécurité du revenu, etc.) | Règlements, conventions, contributions, mécanismes de mise en marché |
| **SOMMAIRE** | ➢ Favoriser la collaboration, la solidarité et la mobilisation des producteurs;<br>➢ Développer une vision commune pour le secteur pomicole québécois;<br>➢ Assurer la représentation politique et syndicale des producteurs;<br>➢ Soutenir la relève et la vie associative;<br>➢ Établir les orientations générales de l'organisation;<br>➢ Contribuer au développement à long terme du secteur. | ➢ Assurer une mise en marché efficace et ordonnée des pommes;<br>➢ Administrer et appliquer les règlements de mise en marché;<br>➢ Négocier et administrer les conventions de mise en marché;<br>➢ Gérer les outils collectifs développés pour le bénéfice de l'ensemble du secteur;<br>➢ Encadrer certaines relations entre producteurs et intervenants de la filière;<br>➢ Veiller au respect des règles établies collectivement. |

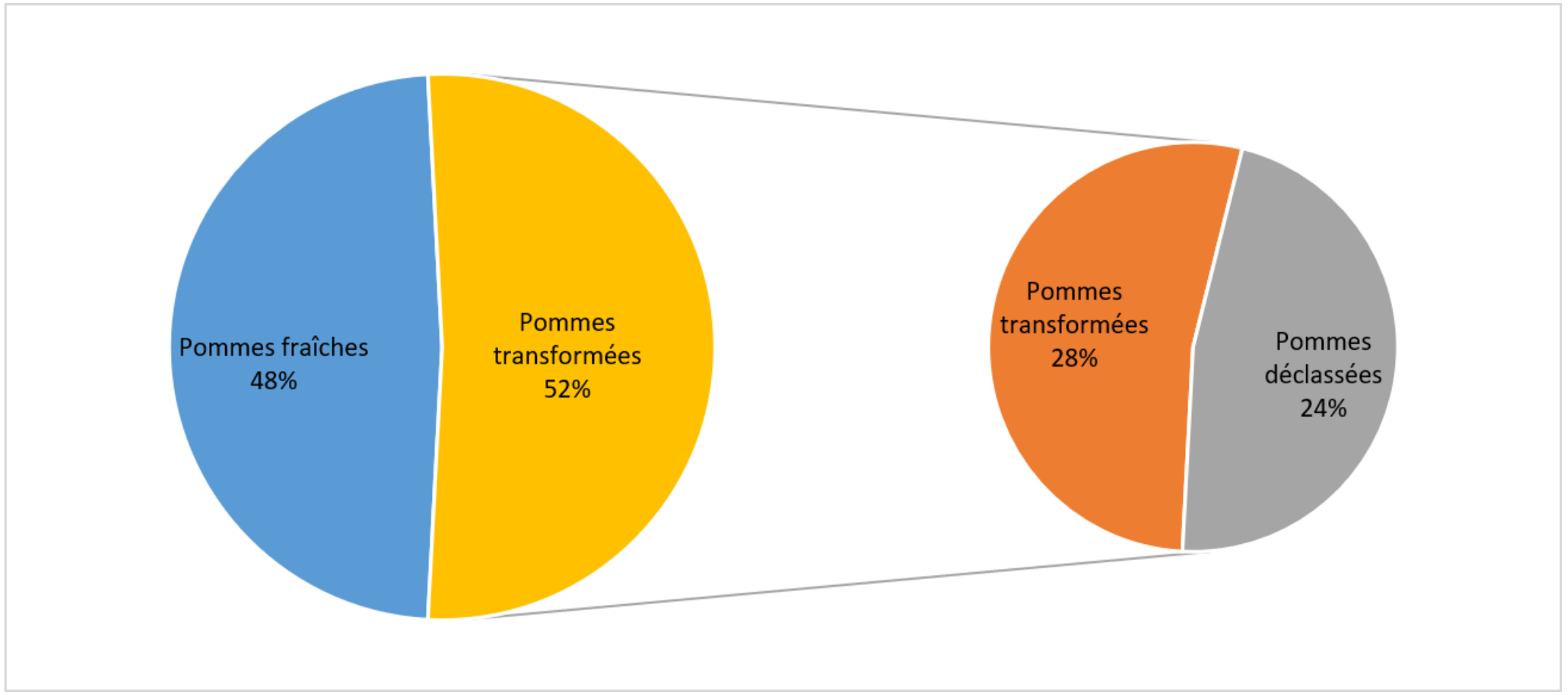
# BILAN DE LA SAISON DE COMMERCIALISATION 2025-2026

Mise en marché ordonnée, respect du Plan conjoint et du programme Pommes Qualité Québec



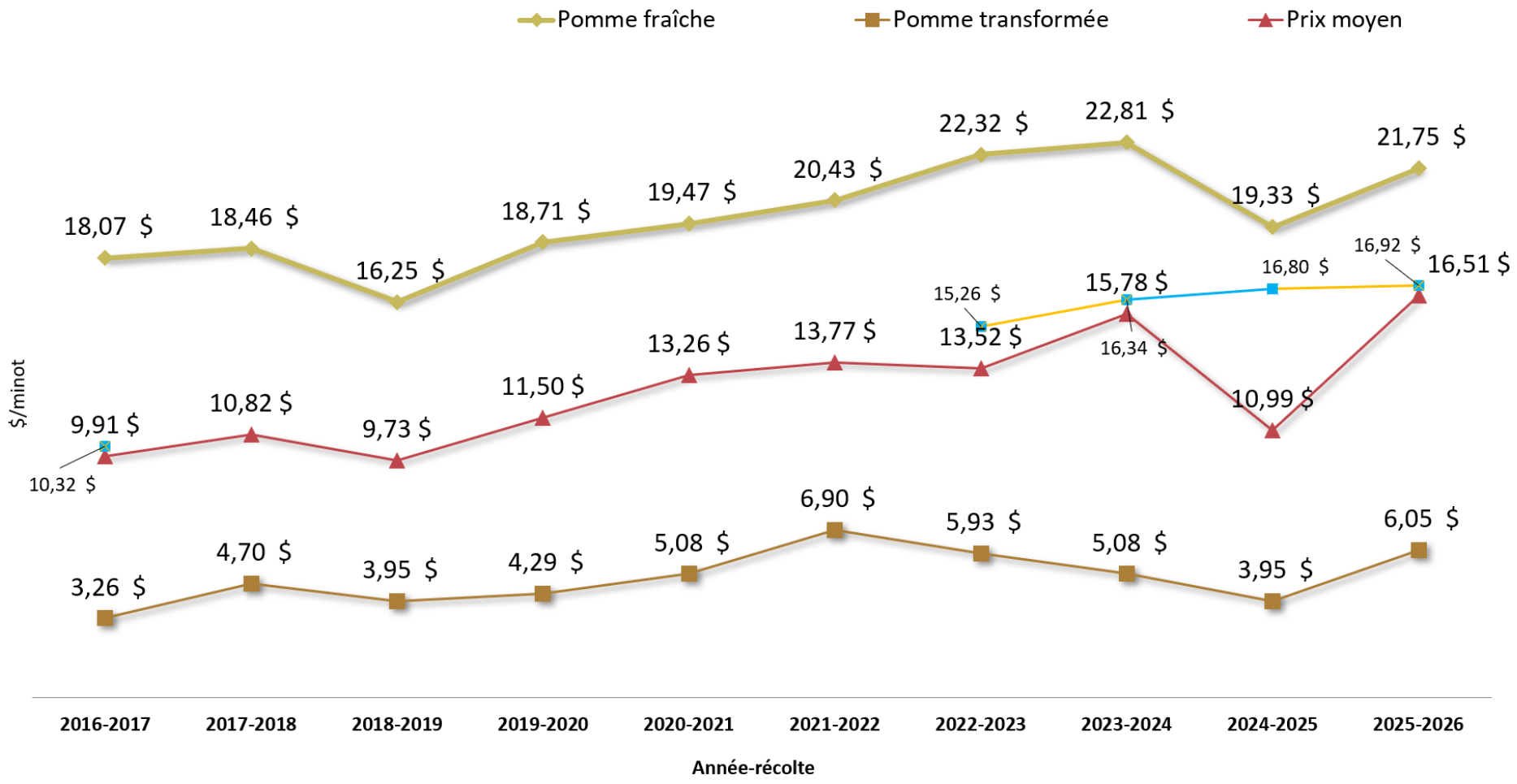
# BILAN DE LA SAISON DE COMMERCIALISATION 2025-2026

Mise en marché ordonnée, respect du Plan conjoint et du programme Pommes Qualité Québec



# BILAN DE LA SAISON DE COMMERCIALISATION 2025-2026

Mise en marché ordonnée, respect du Plan conjoint et du programme Pommes Qualité Québec



# BILAN DE LA SAISON DE COMMERCIALISATION 2025-2026




**Table de sensibilité de la marge d'exploitation avec certaines charges variables aux minots, en dollar par hectare productif**

| | | Minot /ha | 1 050 | 1 312 | 1 575 | 1 837 | 2 100 | 2 362 | 2 625 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | Tonnes/ha | | | | | | |
| | $/kg | | 20 | 25 | 30 | 35 | 40 | 45 | 50 |
| 15,2 | | 0,80 | (10 525) | (9 461) | (8 396) | (7 332) | (6 268) | (5 203) | (4 139) |
| 17,1 | | 0,90 | (9 482) | (8 157) | (6 832) | (5 507) | (4 182) | (2 857) | (1 532) |
| 19,1 | | 1,00 | (8 440) | (6 854) | (5 268) | (3 682) | (2 096) | (511) | 1 075 |
| 21,0 | | 1,10 | (7 397) | (5 550) | (3 704) | (1 857) | (11) | 1 836 | 3 682 |
| 22,9 | | 1,20 | (6 354) | (4 247) | (2 140) | (33) | 2 075 | 4 182 | 6 289 |
| 24,8 | | 1,30 | (5 311) | (2 943) | (576) | 1 792 | 4 160 | 6 528 | 8 896 |
| 26,7 | | 1,40 | (4 269) | (1 640) | 989 | 3 617 | 6 246 | 8 874 | 11 503 |

$/minot

CECPA, DONNÉES 2022



Mise en marché ordonnée, respect du Plan conjoint et du programme Pommes Qualité Québec

# DONNÉES DE MARCHÉS

## Ventes en dollars par mois

| % Var vts 2025 vs 2024 | % Var Lb 2025 vs 2024 | Prix moyen par livre |
|---|---|---|
| 1,69 % | -4,21 % | 1,98 $ |

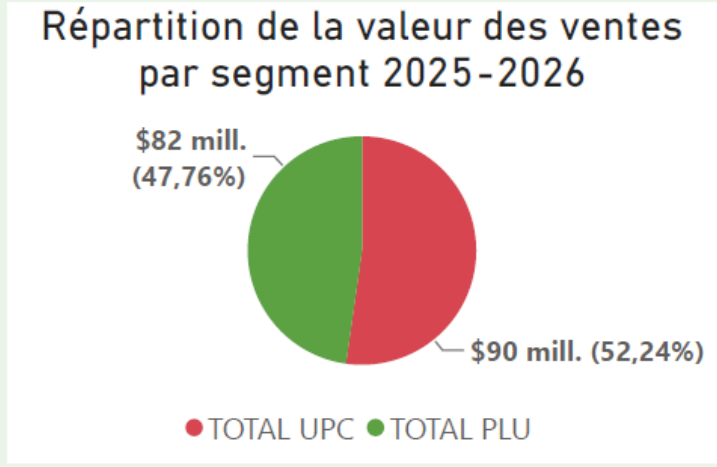
LES PRODUCTEURS DE POMMES DU QUÉBEC

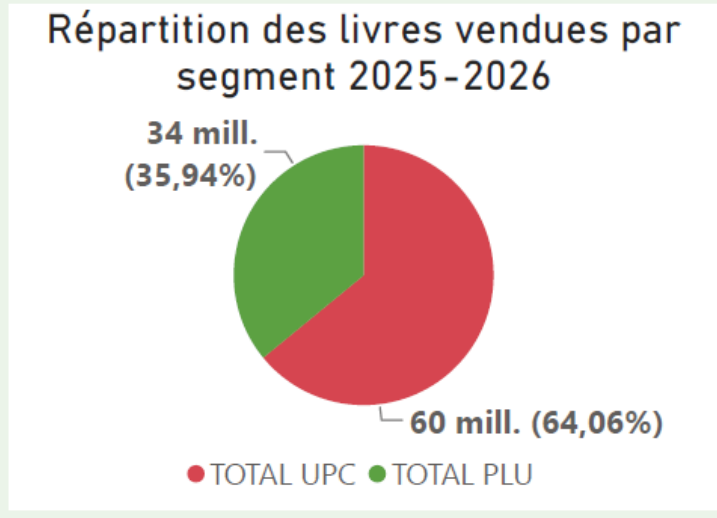
| Mois | Ventes 2025 | Ventes 2024 | Ventes 2023 | Var % 25 vs 24 | Var % 25 vs 23 | Livres 2025 | Livres 2024 | Livres 2023 | % Var Livres 2025 vs 2024 | % Var Livres 2025 vs 2023 | Moy Prix livre 2025 | Moy Prix livre 2024 | Moy Prix livre 2023 | % Var Prix Livre 2025 vs 2024 | % Var Prix livre 2025 vs 2023 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| August | $10 434 320 | $10 894 226 | $10 110 587 | -4,22 % | 3,20 % | 5 066 306 | 5 972 740 | 4 459 829 | -15,18 % | 13,60 % | 2,21 $ | $1,89 | $2,35 | 16,79 % | -6,12 % |
| September | $16 375 502 | $16 450 224 | $16 059 296 | -0,45 % | 1,97 % | 10 365 297 | 10 089 702 | 9 487 331 | 2,73 % | 9,25 % | 1,71 $ | $1,75 | $1,84 | -2,61 % | -7,13 % |
| October | $14 113 990 | $14 271 174 | $13 879 770 | -1,10 % | 1,69 % | 8 372 588 | 8 960 021 | 7 611 869 | -6,56 % | 9,99 % | 1,76 $ | $1,68 | $1,82 | 4,76 % | -3,34 % |
| November | $13 595 282 | $13 857 032 | $14 162 512 | -1,89 % | -4,01 % | 7 411 191 | 8 490 058 | 8 267 106 | -12,71 % | -10,35 % | 1,96 $ | $1,63 | $1,80 | 20,10 % | 9,35 % |
| December | $16 079 854 | $15 886 641 | $15 153 702 | 1,22 % | 6,11 % | 9 109 174 | 9 223 993 | 8 122 159 | -1,24 % | 12,15 % | 2,00 $ | $1,91 | $2,02 | 4,58 % | -0,82 % |
| January | $12 708 732 | $12 846 763 | $13 639 545 | -1,07 % | -6,82 % | 7 218 505 | 7 208 071 | 7 400 581 | 0,14 % | -2,46 % | 2,00 $ | $1,93 | $1,93 | 3,91 % | 3,91 % |
| February | $14 351 098 | $14 135 658 | $14 578 040 | 1,52 % | -1,56 % | 7 954 400 | 7 887 827 | 7 526 014 | 0,84 % | 5,69 % | 1,96 $ | $2,01 | $2,01 | -2,26 % | -2,26 % |
| March | $17 390 860 | $17 267 162 | $17 515 454 | 0,72 % | -0,71 % | 9 321 697 | 10 306 989 | 9 687 324 | -9,56 % | -3,77 % | 1,95 $ | $1,88 | $1,88 | 4,04 % | 4,04 % |
| April | $14 103 252 | $13 233 264 | $14 170 558 | 6,57 % | -0,47 % | 7 543 970 | 7 498 582 | 7 742 967 | 0,61 % | -2,57 % | 2,02 $ | $1,95 | $1,95 | 3,81 % | 3,81 % |
| May | $14 558 971 | $13 774 965 | $14 718 445 | 5,69 % | -1,08 % | 7 734 845 | 7 533 371 | 7 114 177 | 2,67 % | 8,72 % | 2,06 $ | $2,11 | $2,11 | -2,10 % | -2,10 % |
| June | $16 823 776 | $16 104 256 | $16 176 961 | 4,47 % | 4,00 % | 8 148 754 | 8 782 898 | 8 033 654 | -7,22 % | 1,43 % | 2,15 $ | $2,17 | $2,17 | -0,86 % | -0,86 % |
| July | $11 835 482 | $10 780 393 | $11 021 501 | 9,79 % | 7,39 % | 5 089 315 | 5 483 646 | 5 328 132 | -7,19 % | -4,48 % | 2,35 $ | $2,10 | $2,10 | 11,82 % | 11,82 % |
| **Total** | **$172 371 119** | **$169 501 757** | **$171 186 370** | **1,69 %** | **0,69 %** | **93 336 042** | **97 437 898** | **90 781 144** | **-4,21 %** | **2,81 %** | **1,98 $** | **$1,89** | **$1,97** | **4,57 %** | **0,66 %** |

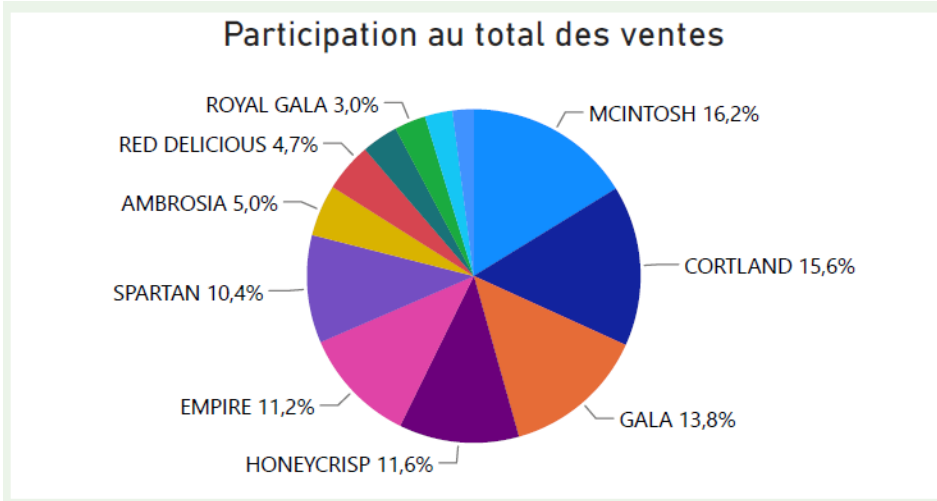
Source des données: Nielsen

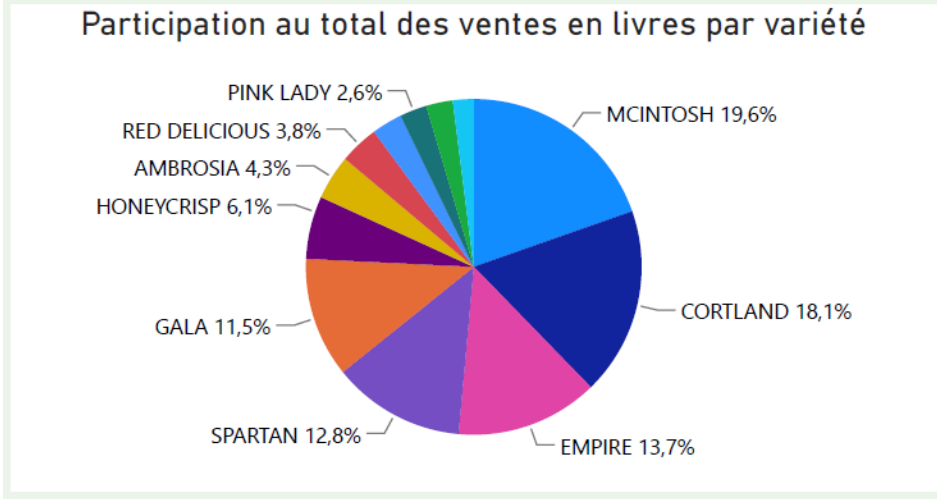
Mise en marché ordonnée, respect du Plan conjoint et du programme Pommes Qualité Québec

# DONNÉES DE MARCHÉS



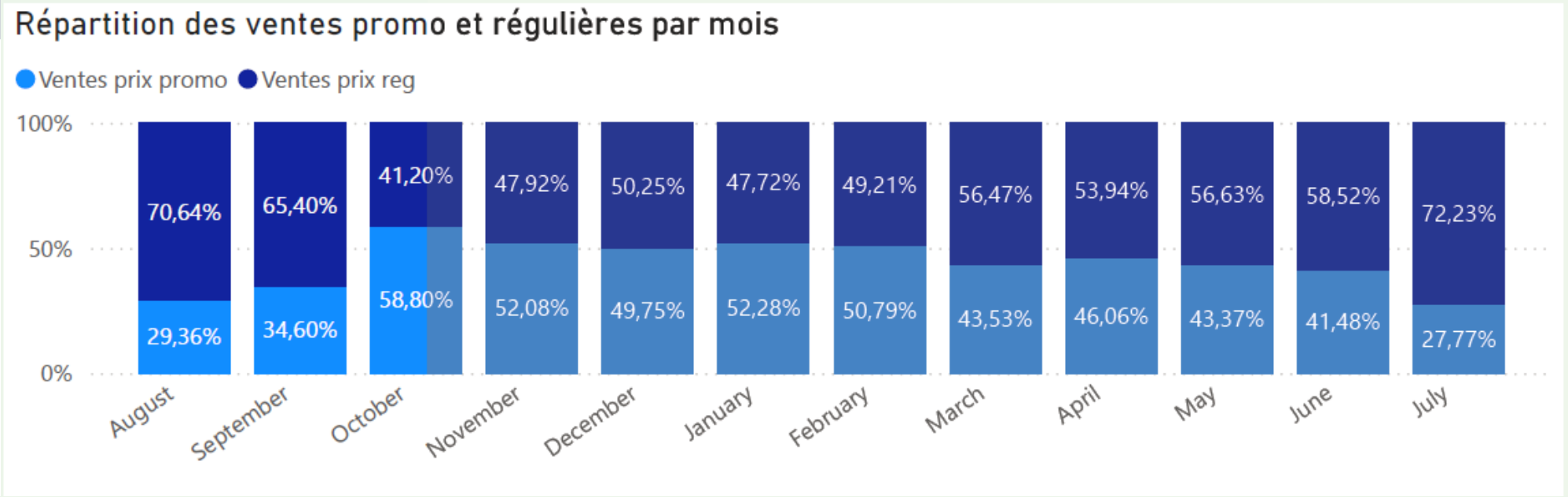



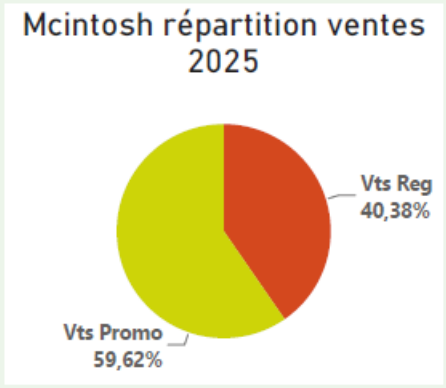



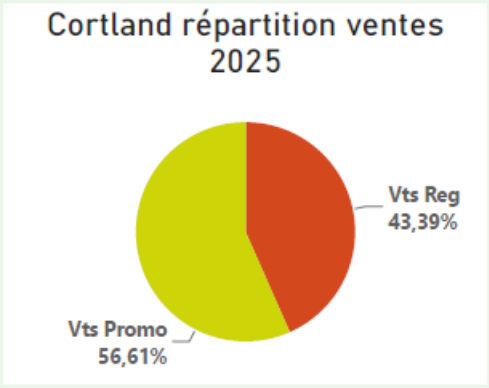

Source des données: Nielsen

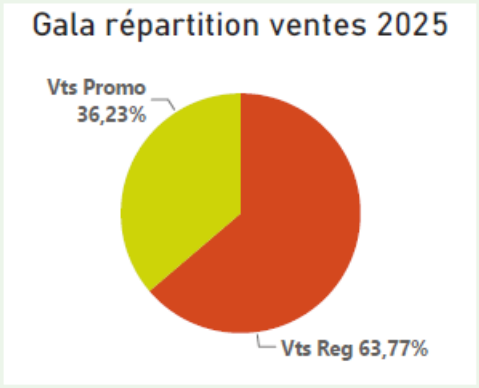
Mise en marché ordonnée, respect du Plan conjoint et du programme Pommes Qualité Québec

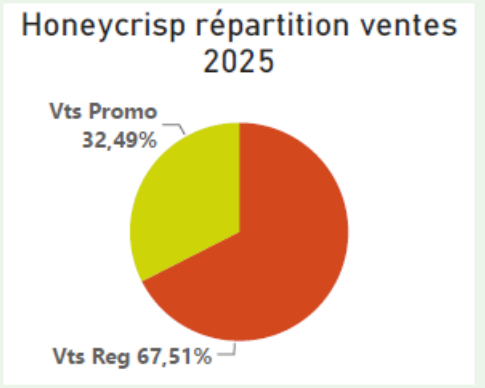
# DONNÉES DE MARCHÉS

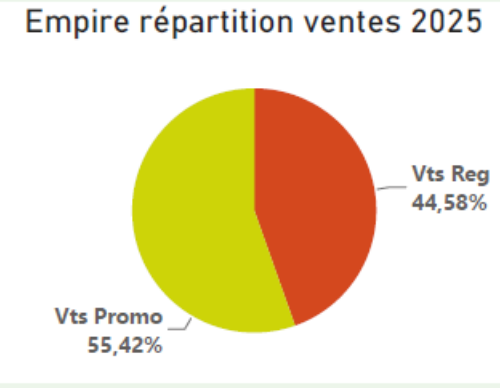


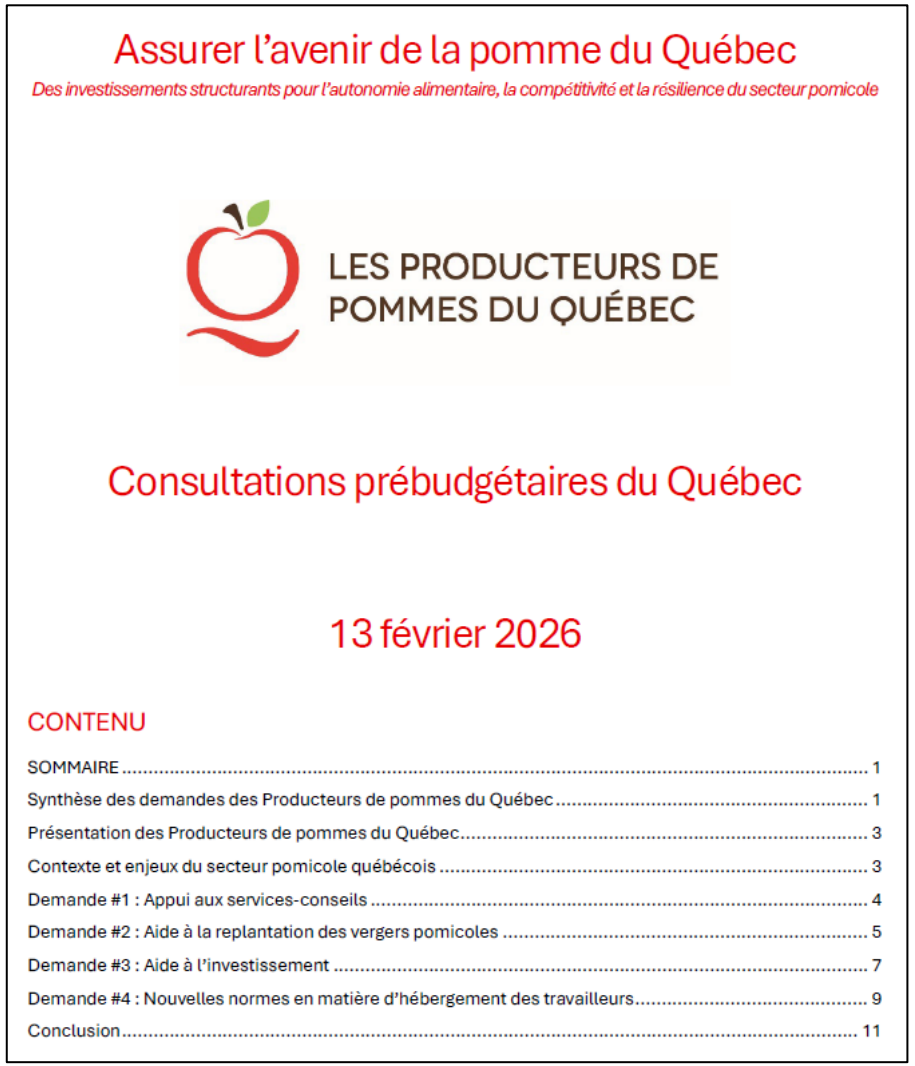

Source des données: Nielsen



# RÈGLEMENT SUR LES CONTRIBUTIONS

| TAUX DE CONTRIBUTION | FONDS D'ADMINISTRATION | FONDS DE PROMOTION, RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT |
|---|---|---|
| Pommes à l'état frais | 0,16 $ | 0,25 $ |
| Pommes de transformation | 0,16 $ | 0,04 $ |
| Ventes directes aux consommateurs - Pommes à l'état frais | 0,12 $ | |
| Ventes directes aux consommateurs - Pommes de transformation à la ferme | 0,20 $ | |
| Ventes directes aux consommateurs - contribution minimale | 300,00 $ | |

Lobbyisme, représentation et participation aux comités/évènements



Assurer l'avenir de la pomme du Québec

*Des investissements structurants pour l'autonomie alimentaire, la compétitivité et la résilience du secteur pomicole*

LES PRODUCTEURS DE POMMES DU QUÉBEC

Consultations prébudgétaires du Québec

13 février 2026

CONTENU


SOMMAIRE ..... 1
Synthèse des demandes des Producteurs de pommes du Québec ..... 1
Présentation des Producteurs de pommes du Québec ..... 3
Contexte et enjeux du secteur pomicole québécois ..... 3
Demande #1 : Appui aux services-conseils ..... 4
Demande #2 : Aide à la replantation des vergers pomicoles ..... 5
Demande #3 : Aide à l'investissement ..... 7
Demande #4 : Nouvelles normes en matière d'hébergement des travailleurs ..... 9
Conclusion ..... 11





**RÉSOLUTIONS:**

2026-02 : AJUSTEMENTS AU PROGRAMME SERVICES-CONSEILS (PSC) 2023-2028 POUR LA POMICULTURE

2026-05 : AIDE À L'ARRACHAGE ET À LA DISPOSITION SÉCURITAIRE DES VERGERS POMICOLES POUR SOUTENIR LA CONFORMITÉ PHYTOSANITAIRE ET LA TRANSITION DU SECTEUR

2026-06 : PROJET DE RÈGLEMENT SUR LES NOUVELLES CONDITIONS D'HÉBERGEMENT DES TRAVAILLEURS – IMPACTS MAJEURS SUR LA COMPÉTITIVITÉ DU SECTEUR POMICOLEPROJET



Lobbyisme, représentation et participation aux comités/évènements

# Demandes de l'UPA au MAPAQ

- **Augmenter l'enveloppe budgétaire** du prochain PSC
- **Augmenter les taux d'aide**
- **Fusionner certains domaines** (« agroenvironnement » et « technique ») pour éviter les contraintes de plafond par domaine
- **Simplifier les redditions de compte** pour les conseillers
- **Simplifier le programme** en laissant plus de latitude dans les activités, éviter de fractionner le mandat du conseiller en activité séparé et voir les services-conseils comme un tout
- **S'assurer d'une harmonisation** entre les réseaux Agriconseils
- **S'assurer de financer le déplacement des conseillers** autrement qu'à même les enveloppes des producteurs pour s'assurer que les producteurs seront servis équitablement, peu importe leur région et leur éloignement

**RÉSOLUTIONS:**

2026-02 : AJUSTEMENTS AU PROGRAMME SERVICES-CONSEILS (PSC) 2023-2028 POUR LA POMICULTURE

2026-05 : AIDE À L'ARRACHAGE ET À LA DISPOSITION SÉCURITAIRE DES VERGERS POMICOLES POUR SOUTENIR LA CONFORMITÉ PHYTOSANITAIRE ET LA TRANSITION DU SECTEUR

2026-06 : PROJET DE RÈGLEMENT SUR LES NOUVELLES CONDITIONS D'HÉBERGEMENT DES TRAVAILLEURS – IMPACTS MAJEURS SUR LA COMPÉTITIVITÉ DU SECTEUR POMICOLEPROJET




- **Planification stratégique de la filière pomicole du Québec 2026-2030**
  - Positionnement stratégique de la pomme québécoise : harmonisation des messages et redéfinition des cibles
- **Création de POMMES CANADA / APPLES CANADA**

*COMMUNIQUÉ*

Pour diffusion immédiate

**Les productrices et producteurs de pommes du Canada s'unissent sous la nouvelle bannière « Pommes Canada »**

**Moncton (Nouveau-Brunswick), le 10 août 2026** – Les représentants des organisations de producteurs de pommes de la Colombie-Britannique, de l'Ontario, du Québec, du Nouveau-Brunswick et de la Nouvelle-Écosse ont convenu de renforcer leur collaboration sous une nouvelle appellation : Pommes Canada/Apples Canada.

L'annonce a été faite à l'occasion de la rencontre annuelle de mi-été du Groupe de travail sur la pomme (*Apple Working Group*) des Producteurs de fruits et légumes du Canada (PFLC), tenue cette année à Moncton, au Nouveau-Brunswick.

Sous cette nouvelle identité, Pommes Canada poursuivra ses activités en partenariat avec les PFLC et sous leur égide, en tant que plateforme de collaboration permettant aux organisations provinciales de producteurs de pommes de travailler ensemble sur les enjeux qui touchent l'industrie canadienne de la pomme, notamment la production, la durabilité, le développement des marchés, la recherche, la promotion et les politiques publiques.

# SOUTIEN AUX PRODUCTEURS

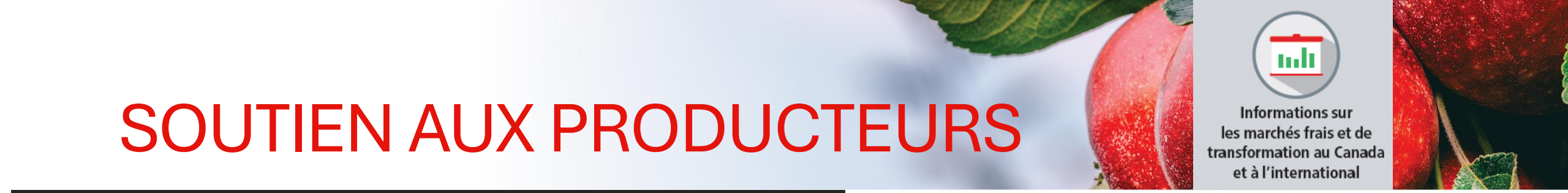



https://producteursdepommesduquebec.ca/mise-en-marche/informations-marches/

- Communiqués et Bulletins Express
- Info-marché (+):courriel et YouTube: https://www.youtube.com/@lesppq



# SOUTIEN AUX PRODUCTEURS




https://producteursdepommesduquebec.ca/centre-de-communication/nouvelles/un-nouvel-outil-pour-prendre-le-pouls-du-marche-des-pommes-biologiques

Les Producteurs de pommes du Québec | Centre de communication | Nouvelles | **Un nouvel outil pour prendre le pouls du marché des pommes biologiques**

## Un nouvel outil pour prendre le pouls du marché des pommes biologiques

Publié le 31 août 2026 - Écrit par Les Producteurs de pommes du Québec

Mise en marché

Les Producteurs de pommes du Québec (PPQ) mettent à la disposition des producteurs et des intervenants de la filière un nouveau tableau de bord consacré au marché des pommes biologiques au Québec.

Réalisé à partir notamment de l'analyse des données Nielsen sur les prix et les quantités vendues, cet outil permet de suivre l'évolution du marché au détail et d'obtenir un portrait plus précis des tendances de consommation. Il présente entre autres l'évolution des ventes en valeur et en volume, des prix moyens au détail, des principales variétés commercialisées ainsi que des importations de pommes biologiques.

LES PRODUCTEURS DE POMMES DU QUÉBEC

| % Var Vts 2025 vs 2024 | % Var Livres 2025 vs 2024 | Prix moy Lb organic | Prix moy Lb org sac | Prix moy Lb organic par PLU |
|---|---|---|---|---|
| 4,48 % | 4,31 % | 2,60 $ | 2,52 $ | 3,16 $ |

### Ventes mensuelles pommes biologiques par type de format

| Format | TOTAL PLU Org | | | | | TOTAL UPC Org | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Mois | Org Vts 2025 | % Var Vts 2025 vs 2024 | Org Livres 2025 | % Var Livres 2025 vs 2024 | $ Shr - Product | Org Vts 2025 | % Var Vts 2025 vs 2024 | Org Livres 2025 | % Var Livres 2025 vs 2024 | $ Shr - Product |
| August | 84 061 $ | -42,76 % | 25 738 | -40,89 % | 14,56 % | 493 325 $ | 50,54 % | 206 364 | 60,47 % | 85,44 % |
| September | 107 284 $ | -42,40 % | 33 145 | -39,20 % | 17,78 % | 496 196 $ | 11,68 % | 200 424 | 13,11 % | 82,22 % |
| October | 70 369 $ | -44,79 % | 22 614 | -44,53 % | 16,58 % | 354 175 $ | 7,66 % | 142 690 | -4,55 % | 83,42 % |
| November | 75 388 $ | -28,65 % | 24 211 | -22,90 % | 16,39 % | 384 649 $ | 6,47 % | 161 201 | 12,44 % | 83,61 % |
| December | 111 881 $ | -15,19 % | 35 678 | -10,13 % | 18,68 % | 487 119 $ | 13,69 % | 195 099 | 16,81 % | 81,32 % |
| January | 79 715 $ | -20,81 % | 26 078 | -12,83 % | 16,87 % | 392 897 $ | 4,91 % | 157 952 | 6,57 % | 83,13 % |
| February | 88 985 $ | -11,09 % | 29 195 | -2,31 % | 16,53 % | 449 379 $ | 3,22 % | 178 450 | 6,99 % | 83,47 % |
| March | 107 515 $ | 6,61 % | 35 326 | 14,55 % | 15,32 % | 594 301 $ | 16,67 % | 229 117 | 15,20 % | 84,68 % |
| April | 71 759 $ | -12,51 % | 22 596 | -9,67 % | 11,23 % | 567 350 $ | 46,22 % | 236 329 | 66,91 % | 88,77 % |
| May | 57 329 $ | -27,28 % | 17 378 | -28,00 % | 9,79 % | 528 147 $ | 20,61 % | 197 921 | 18,45 % | 90,21 % |
| June | 85 319 $ | -18,06 % | 25 899 | -20,23 % | 13,37 % | 552 608 $ | -17,74 % | 198 835 | -40,22 % | 86,63 % |
| **Total** | **939 607 $** | **-25,71 %** | **297 860** | **-22,06 %** | **15,19 %** | **5 300 146 $** | **12,59 %** | **2 104 382** | **9,56 %** | **84,81 %** |

**PLU** : *Code d'identification des produits frais.*
**UPC** : *Code à barres d'identification d'un produit.*

| Format | PLU & UPC Organic | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Mois | Org Vts 2025 | % Var Vts 2025 vs 2024 | Org Livres 2025 | % Var Livres 2025 vs 2024 | *$ Shr - Product |
| August | 577 386 $ | 21,67 % | 232 102 | 34,83 % | 5,53 % |
| September | 603 480 $ | -4,29 % | 233 569 | 0,81 % | 3,69 % |
| October | 424 544 $ | -6,99 % | 165 304 | -13,12 % | 3,01 % |
| November | 460 037 $ | -1,47 % | 185 412 | 6,09 % | 3,39 % |
| December | 599 000 $ | 6,89 % | 230 778 | 11,64 % | 3,73 % |
| January | 472 612 $ | -0,54 % | 184 030 | 3,32 % | 3,72 % |
| February | 538 365 $ | 0,55 % | 207 645 | 5,58 % | 3,75 % |
| March | 701 817 $ | 15,01 % | 264 444 | 15,12 % | 4,04 % |
| April | 639 109 $ | 35,97 % | 258 925 | 55,42 % | 4,53 % |
| May | 585 476 $ | 13,31 % | 215 300 | 12,59 % | 4,02 % |
| June | 637 927 $ | -17,78 % | 224 734 | -38,44 % | 3,79 % |
| **Total** | **6 239 753 $** | **4,48 %** | **2 402 242** | **4,31 %** | **3,93 %** |

• Ce calcul correspond au pourcentage de part de marché par rapport au total des ventes de pommes (conventionnelles et biologiques) pour chaque mois.

# SOUTIEN AUX PRODUCTEURS



**Informations sur les marchés frais et de transformation au Canada et à l'international**

## PRIX DES POMMES EN MARCHÉS DE PROXIMITÉ

**REPÈRES 2026** Sondage auprès de 34 entreprises pomicoles du Québec

LES PRODUCTEURS DE POMMES DU QUÉBEC

### Faits saillants 2026

**1,50 $ – 1,99 $ /lb**
Fourchette de prix les plus fréquents en kiosque

**1,25 $ – 2,24 $ /lb**
Fourchette de prix les plus fréquents en autocueillette

**85 %**
appliquent un supplément selon la variété

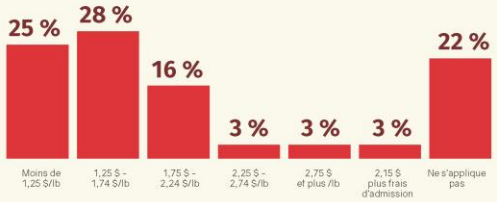
**20 % et plus**
hausse la plus fréquente

**47 %**
prévoient une hausse des prix en 2026

**3 sur 34**
font payer un frais d'entrée

### Autocueillette

*Un modèle en évolution*




**Prix concentrés entre 1,25 $ et 2,24 $/lb**

**Prix se rapprochent du pré-cueilli**

**Certains modèles combinent prix au poids + frais d'entrée**

### Expérience à la ferme

*Ajoute de la valeur*

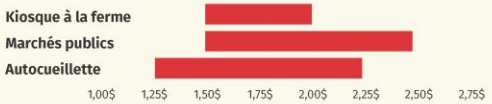
**3 sur 34**
font payer un frais d'entrée

- Les frais d'entrée sont peu fréquents
- Le coût de l'expérience est généralement inclus dans le prix des produits en vente

**Activités les plus offertes**




### Les prix varient selon le canal de vente




Les prix sont généralement plus élevés en marchés publics alors que les prix en autocueillette sont souvent un peu plus bas ou semblables à ceux en kiosque.

### Des prix différents selon la variété

**85 %**
appliquent un supplément

**20 % et plus**
supplément dominant

**Ce qui influence le prix :**

**Variété**

**Fraîcheur**

**Expérience à la ferme**

### Des produits transformés pour compléter l'offre

**Tarte**
produit le plus courant
14 $ à 16 $

**Cidre**
souvent offert

**Beignes (douzaine)**
Prix très variable
8 $ à 14 $ et +

Pour la majorité, les produits transformés représentent moins de 25 % des ventes.

### En résumé

- Les prix varient selon le canal et le modèle d'affaires
- Les variétés et l'expérience à la ferme aident à justifier les prix
- L'autocueillette évolue vers un modèle plus structuré
- Plusieurs entreprises prévoient augmenter leurs prix

Les marchés de proximité représentent un levier stratégique pour la rentabilité et la diversification des entreprises pomicoles, en cohérence avec la **Planification stratégique de la filière pomicole 2026-2030** et la **Stratégie pour l'agriculture de proximité 2025-2030**.

# PROMOTION 2025-2026



Promotion, partenariats et commandites

## Campagne *Cuisine ta pomme* 2026

Objectif:

- (Re)donner le goût aux Québécois(e)s de manger des pommes.
- Multiplier les usages de la pomme par la création de recettes.










Investissement PPQ pour la campagne : 200 000 $

Bonification d'Aliments du Québec : 100 000 $

**Budget total pour la campagne publicitaire : 300 000 $**

# PROMOTION 2025-2026

Promotion, partenariats et commandites

## Autres collaborations

Recettes originales, dégustations et vidéos ludiques mettant en vedette des productrices et producteurs



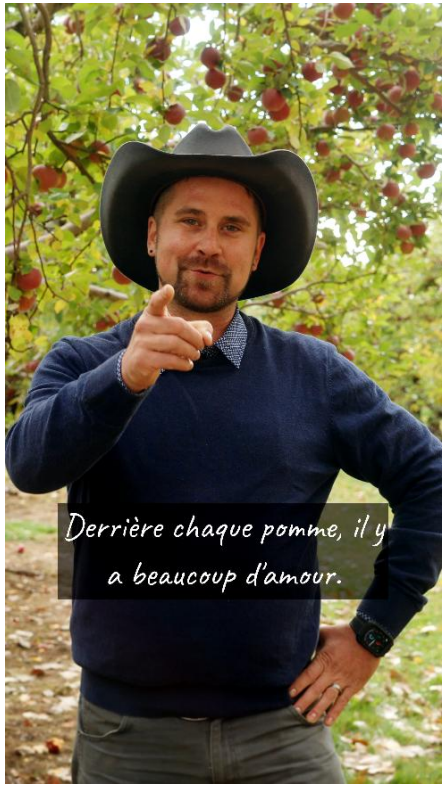













Investissement total des PPQ pour d'autres collaborations : 50 000 $

**Bonification des partenariats : 16 000 $**

# PROMOTION 2025-2026

Promotion, partenariats et commandites

## Autres collaborations (suite)

















FRUITS LÉGUMES

EXCELDOR

CHOCOLATS FAVORIS
DEPUIS • SINCE 1979

CIDRE DU QUÉBEC

AEPQ
ASSOCIATION DES EMBALLEURS DE POMMES DU QUÉBEC

# PROMOTION 2025-2026




## Dons et commandites



Fondation Olo

16 750 $ de contribution
1 389 coupons distribués
*(octobre 2025 à mars 2026)*




CLUB des petits déjeuners MC

16 750 $ de contribution
83 825 Pompouce distribuées
*(septembre 2025 à juin 2026)*



# LANCEMENT SAISON 2026-2027

Promotion, partenariats et commandites

## Festi-pommes : la pomme sous toutes ses formes 🍎

Une fin de semaine au Grand Marché de Québec avec animation, matériel promotionnel, concours et vox-pop!















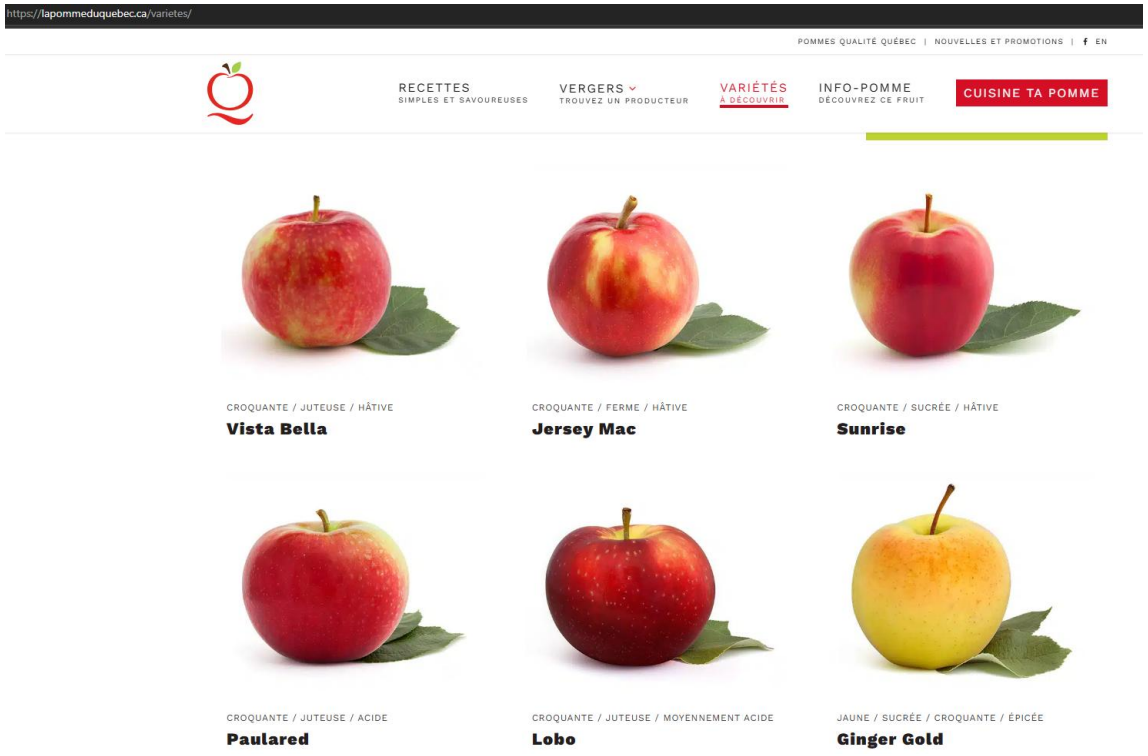
ALIMENTS DU QUÉBEC

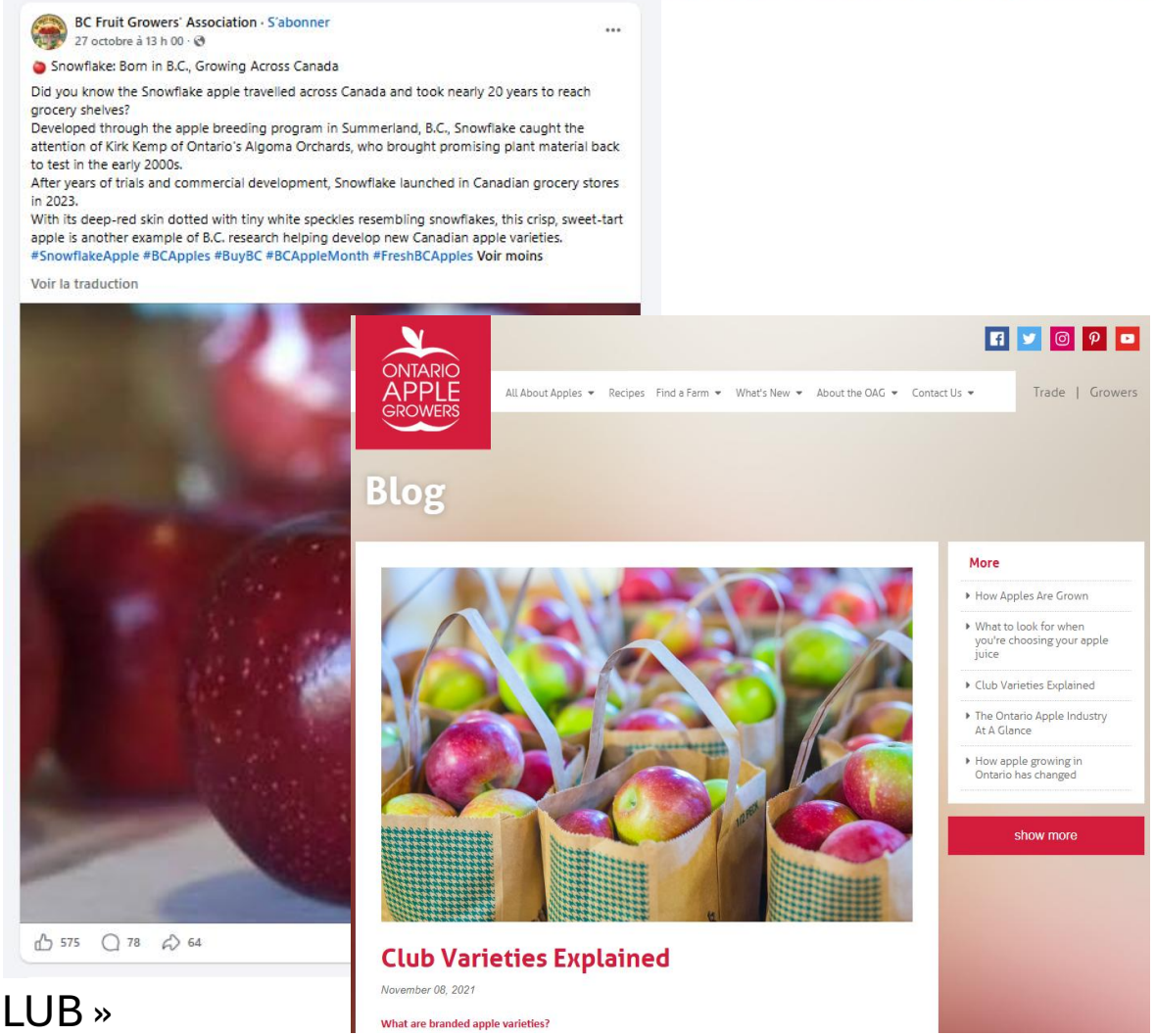
CIDRE DU QUÉBEC

*Un événement présenté par Aliments du Québec, en collaboration des Cidre du Québec*

# PROMOTION




**<u>RÉSOLUTION:</u>**

2026-01 : SUSPENSION SUR LES DÉPENSES DES VARIÉTÉS « CLUB »

# PROMOTION



Promotion, partenariats et commandites

https://www.nsfruitgrowers.ca/buy-ns-apples




Choose Nova Scotia apples- even in February!

FEATURED APPLE VARIETIES:



### Ambrosia

***Eating, Salads & Sauces***

Ambrosia means "Food of the Gods". This apple variety is sweet, crisp, juicy and is best described as refreshing when you bite into one. Its flavour makes it an excellent apple for slicing. The colour is almost entirely red with a distinctive red/ pink blush and faint stripes.



### Cortland

***Eating, Salads & Baking***

Cortland apples have a juicy white flesh with a tart yet sweet flavour. This apple variety is known to be bright red with dark red streaks and are great for eating fresh or cooking. This apple is a cross between McIntosh and Ben Davis which came from Cornell University, NY in 1898.



### Honeycrisp

***Eating, Sauces & Baking***

Nova Scotia's warm sunny days, and nights cooled by the ocean breeze makes our Honeycrisp apples sweeter and redder than all the others. Nice and juicy with creamy white flesh. Honeycrisp's taste is sweet with the right touch of honey flavor. Harvested by hand and carefully stem clipped to avoid skin pokes this apple variety is a cross between a Keepsake and MN 1627 (an unreleased variety from the University of Minnesota).



### Gala

***Eating, Salads & Baking***

Gala apples have a creamy yellow flesh with a mild, sweet flavour. This variety has a thin skin which makes it a favourite for many. Gala apples have a striking bright red- yellow colour and are ideal for eating fresh, adding to a salad, or juicing.



### McIntosh

***Eating, Sauces***

The McIntosh apple originated as a wild seedling found by John McIntosh in St. Lawrence Valley, Canada. The flesh of this apple variety is white, crisp, and tart-sweet and ranges in colour from a red stripe over a green background to almost entirely dark red.



### Pazazz®

Pazazz® is an apple variety like no other. It's a descendent of the beloved Honeycrisp but has a unique look and taste all its own. With every bite you'll enjoy a burst of sweet yet tart flavor – plus Pazazz's® famous crunch. Whether you're eating a Pazazz® as a fresh snack or trying one of our special recipes, "Wow Right Now" is just a bite away.

Visit Pazazz® Website



### SweeTango®

***Eating, Salads & Baking***

SweeTango® apples have the loudest crunch on the apple market (don't believe us? Try it for yourself!). The name SweeTango® was chosen to reflect the harmonious sweet and tart flavour combination you experience on your first bite. This apple variety is a cross between Honeycrisp and Zestar creating the perfect apple for you to snack on.

Visit SweeTango® Website




**RÉSOLUTION:**

2026-01 : SUSPENSION SUR LES DÉPENSES DES VARIÉTÉS « CLUB »

# Mise à jour des priorités R&D




Définies par le Comité recherche, développement et PFI:

Mise à jour annuelle des priorités :

- Réévaluation des besoins et des enjeux émergents du secteur.
- Ajustement des priorités pour répondre rapidement aux propositions des centres de recherche.

**Enjeux transversaux :**

- **Indicateurs financiers et ROI**
- **Formation et transfert de connaissances**

**consultez le document complet ici**

01. GESTION DE L'EAU

02. DÉPISTAGE PHYTO

03. TRACABILITÉ

04. INVENTAIRE VERGER

05. MÉCANISATION




# PROJETS ET INITIATIVES

- RÉSEAU D’ESSAIS DE CULTIVARS ET DE PORTE-GREFFES
- AMÉLIORATION DE L’ESTIMATION DE RÉCOLTE
- DÉVELOPPEMENT DE L’OUTIL V.E.R.G.E.R.
- ANALYSE DE VULNÉRABILITÉ AUX C.C.
- COMMUNIQUÉS DÉSORDRES POST-RÉCOLTE
- BANC D’ESSAI

# Réseau d'expertise en innovation horticole (REIH)

Nomination 2026
Gala de l'Union

Production Fruitière Intégrée

Environnement, recherche et PFI







*Série porteur d'innovation*

## Vidéos innovation

*Consulter par ici*

## Veille technologique

Repérer les innovations, les nouvelles technologies et les opportunités de recherche pouvant répondre aux besoins de la filière pomicole.



*Collaboration avec le CETAB*

## Protocole de désherbage

Protocole d'essai pour évaluer différentes stratégies de gestion des mauvaises herbes et identifier des pratiques efficaces, durables et adaptées.




## Démonstration, réseautage et maillage

Favoriser le transfert des connaissances, faire découvrir de nouvelles pratiques et technologies, et créer des liens entre les producteurs, les équipes de recherche et les partenaires du secteur.

# FORUM POMME

**27 JANVIER 2026 | HOLIDAY INN LAVAL**

Inscriptions par ici

**09:00** → Mot d'ouverture - *Éric Rochon, président des PPQ*

**09:05** → Apple Crop Load Management - *John Cline, chercheur UGuelph*

**09:50** → Brevis Trial as a Thinning Solution - *Andrew Thompson, agronome ADAMA Canada & Alexis Gadbois, producteur de pommes du Québec*

**10:25** → Sensibilisation à la manipulation sécuritaire des pesticides multi production – *Audrey Lebrun, chargé de projet CSC*

**10:35** → Pause

**10:50** → La science de la pommes à cidre - *Andréanne Hébert Haché, chercheuse CRAM, partenaire RECUPOM*

**11:20** → Gestion raisonnée de l'eau en vergers de pommiers - *Paul Deschênes, Professionnel de recherche IRDA*

**12:00** → Diner

**13:00** → Initiative Verger Écoresponsable de France - *Xavier Le Clanche, Association Pomme Poire de France*

**13:45** → Essai en pépinière avec régulateur de croissance pour une meilleure ramification - *Jean-Marc Rochon, Administrateurs PPQ et pépiniériste*

**14:15** → Des fleurs au service du verger: de la lutte biologique à la pollinisation - *Noémie Gagnon-Lupien, chercheuse CETAB+*

**14:45** → La pulvérisation mise au banc : ça va décoiffer! - Vincent Philion, chercheur *IRDA*

**15:25** → Mot de la fin - *Éric Rochon, président des PPQ*

**UNE NOUVEAUTÉ CETTE ANNÉE!**

MERCI À NOS PARTENAIRES, QUI RENDENT CET ÉVÉNEMENT POSSIBLE.

COURTIKA ASSURANCES inc.

Partenariats disponibles

ProduceTech – Technologies et solutions pour l'industrie fruitière

La Financière agricole Québec

COHORT WHOLESALE

Antonio Carraro Canada

Centre Agricole Bienvenue Inc.

Coordination services-conseils – Soutenir les services-conseils agricoles

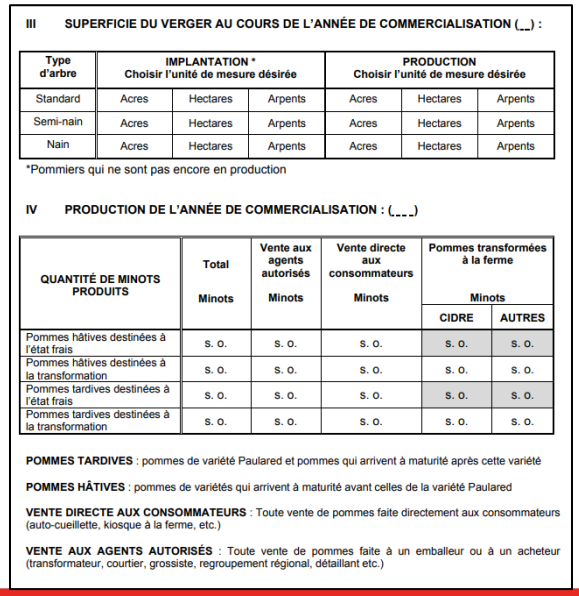
RECUPOM – Réseau d'essais des cultivars & porte-greffes de pommiers

Québec

# RÈGLEMENT SUR LA MISE EN MARCHÉ DES POMMES




- OBLIGATIONS DES PRODUCTEURS :
  - RESPECT DES DATES DE MISE EN MARCHÉ :
    https://producteursdepommesduquebec.ca/mem/calendrier
  - PREUVES DE LIVRAISON AUX AGENTS AUTORISÉS
  - DÉCLARATION DE PRODUCTION 2025-2026
    - AU PLUS TARD LE 20 DÉCEMBRE



**III SUPERFICIE DU VERGER AU COURS DE L'ANNÉE DE COMMERCIALISATION (__) :**

| Type d'arbre | IMPLANTATION * Choisir l'unité de mesure désirée | | | PRODUCTION Choisir l'unité de mesure désirée | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Standard | Acres | Hectares | Arpents | Acres | Hectares | Arpents |
| Semi-nain | Acres | Hectares | Arpents | Acres | Hectares | Arpents |
| Nain | Acres | Hectares | Arpents | Acres | Hectares | Arpents |

*Pommiers qui ne sont pas encore en production

**IV PRODUCTION DE L'ANNÉE DE COMMERCIALISATION : (___)**

| QUANTITÉ DE MINOTS PRODUITS | Total Minots | Vente aux agents autorisés Minots | Vente directe aux consommateurs Minots | Pommes transformées à la ferme Minots | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | | CIDRE | AUTRES |
| Pommes hâtives destinées à l'état frais | S. O. | S. O. | S. O. | S. O. | S. O. |
| Pommes hâtives destinées à la transformation | S. O. | S. O. | S. O. | S. O. | S. O. |
| Pommes tardives destinées à l'état frais | S. O. | S. O. | S. O. | S. O. | S. O. |
| Pommes tardives destinées à la transformation | S. O. | S. O. | S. O. | S. O. | S. O. |

**POMMES TARDIVES** : pommes de variété Paulared et pommes qui arrivent à maturité après cette variété

**POMMES HÂTIVES** : pommes de variétés qui arrivent à maturité avant celles de la variété Paulared

**VENTE DIRECTE AUX CONSOMMATEURS** : Toute vente de pommes faite directement aux consommateurs (auto-cueillette, kiosque à la ferme, etc.)

**VENTE AUX AGENTS AUTORISÉS** : Toute vente de pommes faite à un emballeur ou à un acheteur (transformateur, courtier, grossiste, regroupement régional, détaillant etc.)




# RÈGLEMENT SUR LA MISE EN MARCHÉ DES POMMES

- PROGRAMME DE GESTION DES INVENTAIRES:
  - ÉVALUATION DU MARCHÉ :

1. La demande globale de pommes fraîches demeure stable, mais les volumes consommés n'augmentent pas malgré la croissance de la valeur des ventes;
2. Les variétés à valeur ajoutée continuent de gagner du terrain, notamment l'Ambrosia, la Honeycrisp et plusieurs variétés émergentes;
3. Les variétés traditionnelles poursuivent leur recul graduel, particulièrement la McIntosh et la Spartan, bien qu'elles demeurent importantes pour l'industrie québécoise;
4. La concurrence des importations demeure forte, alors que la valeur des pommes importées a fortement augmenté sur le marché québécois en 2025-2026;
5. L'adéquation entre le verger québécois et l'évolution de la demande demeure un enjeu stratégique, tant sur le plan du choix variétal que de la qualité des volumes destinés au marché du frais.

**Les perspectives de marché confirment l'importance de poursuivre la modernisation du verger et l'amélioration de la qualité commercialisable afin de mieux répondre aux attentes des consommateurs.**

DOCUMENT DE RÉFÉRENCE

ESTIMATION DE LA DEMANDE DU MARCHÉ POUR LES POMMES TARDIVES

## Saison de commercialisation 2026-2027

LES PRODUCTEURS DE POMMES DU QUÉBEC

POMMES QUALITÉ QUÉBEC

Présentée dans le cadre du Règlement sur la mise en marché des pommes du Québec (chapitre M-35.1, r. 258), relevant de la Loi sur la mise en marché des produits agricoles, alimentaires et de la pêche

Juillet 2026

# RÈGLEMENT SUR LA MISE EN MARCHÉ DES POMMES




- PROGRAMME DE GESTION DES INVENTAIRES:
  - ESTIMATION DE LA RÉCOLTE

https://producteursdepommesduquebec.ca/mem/estimation-recolte

**ESTIMATION DE LA RECOLTE 2026 DE POMMES DU QUEBEC (minots, 42 lb)**

| Région pomicole du Québec | McIntosh | Empire | Cortland | Spartan | Gala | Honeycrisp | Ambrosia | Autres tardives | Paulared & autres hâtives | 2026-2027 (estimé) | 2025-2026* |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Sud-Ouest de Montréal | 263 226 | 80 999 | 143 591 | 94 951 | 42 398 | 55 994 | 44 495 | 111 900 | 66 069 | **903 623** | 825 370 |
| Montérégie | 552 060 | 337 834 | 337 336 | 330 746 | 84 345 | 82 954 | 31 020 | 167 571 | 224 904 | **2 148 769** | 2 308 800 |
| Missisquoi-Estrie | 111 753 | 114 229 | 217 523 | 106 577 | 35 801 | 66 559 | 29 751 | 116 937 | 80 444 | **879 574** | 977 750 |
| Laurentides | 558 524 | 88 740 | 135 103 | 97 779 | 38 110 | 68 693 | 16 164 | 267 238 | 360 772 | **1 631 123** | 1 353 530 |
| Québec et autres régions | 36 179 | 19 959 | 41 607 | 30 439 | 1 856 | 11 316 | 1 660 | 40 319 | 54 431 | **237 766** | 192 105 |
| **2026-2027 (estimé)** | **1 521 742** | **641 761** | **875 160** | **660 492** | **202 509** | **285 516** | **123 090** | **703 965** | **786 620** | **5 800 856** | **5 657 555** |
| | | | | | | | | | | | |
| **2025-2026*** | 1 894 150 | 579 040 | 1 005 275 | 709 980 | 229 040 | 150 140 | 118 400 | 601 500 | 370 030 | **5 657 555** | |
| **2024-2025** | 1 286 280 | 431 437 | 897 980 | 585 874 | 158 525 | 175 397 | 78 780 | 2 198 734 | 246 715 | **6 059 722** | |
| **2023-2024** | 1 612 783 | 484 766 | 918 066 | 722 469 | 151 709 | 153 735 | 70 348 | 254 600 | 303 481 | **4 671 957** | |
| **2022-2023** | 2 092 938 | 514 130 | 1 037 913 | 584 980 | 169 124 | 185 666 | 61 907 | 796 110 | 403 417 | **5 846 183** | |
| **2021-2022** | 1 666 470 | 380 492 | 788 883 | 642 019 | 120 305 | 108 845 | 44 762 | 530 743 | 449 309 | **4 731 827** | |
| **2020-2021** | 1 740 102 | 358 448 | 995 186 | 685 351 | 115 998 | 116 946 | 24 368 | 711 685 | 365 610 | **5 113 694** | |

*Les données de la saison 2025-2026 correspondent à l'estimation de récolte de septembre 2025. Elles ne sont donc pas finales.

# RÈGLEMENT SUR LA MISE EN MARCHÉ DES POMMES




- SUSPENSION DES FRAIS DE MISE EN MARCHÉ POUR 2026-2027 :
  - Clarification réglementaire : le 0,25 $/minot n'est pas une contribution prévue au Règlement sur les contributions des producteurs de pommes du Québec, mais bien un frais de mise en marché prévu au Règlement sur la mise en marché des pommes du Québec.
  - Les frais de mise en marché constituent une composante du Programme de gestion des inventaires, servant notamment au financement des compléments de prix dans le cadre des promotions ciblées et des opportunités d'affaires.
  - Évaluation du cadre réglementaire, de l'historique d'utilisation des frais, de l'absence persistante d'entente sur l'application des promotions ciblées et de l'incapacité pratique d'utiliser les sommes aux fins prévues.
  - Demande à la Régie de suspendre les articles 50 et 51 du Règlement afin de suspendre la perception des frais de mise en marché pour l'année-récolte 2026-2027.
  - La Régie a accueilli la demande des PPQ et a suspendu les frais de mise en marché pour 2026-2027, notamment parce que les sommes ne pouvaient être utilisées conformément aux objectifs du Programme dans le contexte actuel.

**Résultat** : aucun frais de mise en marché perçu sur la récolte 2026 et lancement d'une réflexion sur l'avenir du Programme de gestion des inventaires.

**RÉSOLUTION:**

2026-07 : ABOLITION DE LA CONTRIBUTION




# MODERNISATION DU PROGRAMME DE GESTION DES INVENTAIRES

- Limite du mécanisme actuel : Les frais de mise en marché ne constituent pas un véritable « Fonds de mise en marché » puisque les sommes non utilisées sont redistribuées annuellement aux producteurs.
- Création d'un véritable « Fonds de gestion des inventaires » : constitution d'une réserve financière permanente permettant d'intervenir efficacement lors des années de forte récolte.
- Retour à des interventions ciblées : utilisation plus flexible des opportunités d'affaires et des promotions ciblées selon les réalités du marché. Notamment, une plus grande place aux marchés d'exportation (possibilité de soutenir des débouchés à l'extérieur du Québec lorsque ceux-ci permettent d'écouler des volumes additionnels et de réduire la pression sur le marché québécois).
- Décisions simplifiées et mieux adaptées : les PPQ détermineraient les interventions selon les inventaires, les ventes, les perspectives de marché et les opportunités réelles d'écoulement.

**Objectif** : disposer d'un outil plus simple, plus flexible et mieux financé afin d'assurer l'écoulement ordonné de la récolte avant l'arrivée de la récolte suivante.

# MODERNISATION DU PROGRAMME DE GESTION DES INVENTAIRES



Mise en marché ordonnée, respect du Plan conjoint et du programme Pommes Qualité Québec

## La commercialisation des pommes fraîches au Québec

Principaux canaux de commercialisation

**Pommes fraîches du Québec**
Producteurs et emballeurs

### Grandes bannières alimentaires
- Ex. Metro, IGA, Maxi/Loblaw, Walmart, Costco
- Ententes annuelles ou négociations ponctuelles
- Recherche de prévisibilité, volumes et prix compétitifs

### Grossistes et distributeurs
- Transactions ponctuelles
- Prix et volumes variables
- Selon l'offre et la demande

### Détaillants indépendants
- Approvisionnement flexible
- Adapté à la clientèle locale

### Magasins de liquidation
- Occasions d'achat
- Produits à prix avantageux
- Débouché supplémentaire

### Marchés d'exportation
- Autre canal de commercialisation
- Marchés hors Québec
- Développement des ventes

### Ventes directes aux consommateurs
- Kiosque à la ferme
- Marché public
- Autocueillette

**Des réalités commerciales variées :** chaque canal comporte ses propres exigences en matière de prix, de volumes, de formats et d'approvisionnement.



# RÈGLEMENT SUR LES CONTRIBUTIONS

| TAUX DE CONTRIBUTION | FONDS D'ADMINISTRATION | FONDS DE PROMOTION, RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT | FONDS DE GESTION DES INVENTAIRES |
|---|---|---|---|
| Pommes à l'état frais | 0,16 $ | 0,25 $ ? | 0,25 $ |
| Pommes de transformation | 0,16 $ | 0,04 $ | |
| Ventes directes aux consommateurs - Pommes à l'état frais | 0,12 $ | | |
| Ventes directes aux consommateurs - Pommes de transformation à la ferme | 0,20 $ | | |
| Ventes directes aux consommateurs - contribution minimale | 300,00 $ | | |

# RENOUVEAU SYNDICAL





# Mandat initial

**Résolutions AGA 2022:**

1. AGA2022.05 : RÉORGANISATION DE LA STRUCTURE DES PRODUCTEURS DE POMMES DU QUÉBEC

« SUR MOTION dûment proposée et appuyée, il est unanimement résolu par les productrices et producteurs de pommes réunis en assemblée générale annuelle de demander aux Producteurs de pommes du Québec de **réfléchir sur la réorganisation de la structure syndicale des PPQ en région** »

2. AGA2022.06 : RÉFLEXION SUR LA STRUCTURE DES PRODUCTEURS DE POMMES DU QUÉBEC

« SUR MOTION dûment proposée et appuyée, il est unanimement résolu par les productrices et producteurs de pommes réunis en assemblée générale annuelle de demander aux Producteurs de pommes du Québec : de mandater un comité élargi pour développer une vision du futur de la production, dans le but d'adapter la structure de l'organisation, d'en assurer la relève, son financement et son leadership auprès des membres et des intervenants. »

**STRUCTURE / RELÈVE / FINANCEMENT / LEADERSHIP**

**Cette réflexion est un mandat des producteurs.**



# Ce qui a déjà été accompli

**2022 :**

- Adoption des résolutions AGA 2022.05 et AGA 2022.06
- Mandat de réfléchir à la réorganisation de la structure syndicale, à la relève, au financement et au leadership
- Avril : Portrait « situation actuelle / situation souhaitée »
- Avril à juin : Discussions dans les syndicats régionaux et rencontres d'échange avec les producteurs
- Août : Présentation d'un exemple de restructuration (Producteurs de lait du Québec)
- 9 novembre : Journée de réflexion du C.A. élargi

**2023 :**

- Création du comité d'orientation
- Première rencontre du comité (11 août 2023)
- Analyse de différents modèles de gouvernance



# Ce qui a déjà été accompli

**2024 :**

- Deuxième rencontre du comité d'orientation (17 avril 2024)
- Réorganisation des comités des PPQ
- Clarification des rôles et responsabilités
- Élaboration du Guide de gestion des instances
- Communauté de pratique des secrétaires régionaux

**2024-2026 :**

- Mise à jour annuelle du Guide de gestion des instances
- Poursuite de la réflexion sur la gouvernance
- Analyse des enjeux de représentativité et de participation



# Ce qui a déjà été accompli

**2025-2026 :**

- Tournée des régions et constats sur la vie syndicale
- Réflexion sur le financement des syndicats régionaux
- Réflexion sur la représentativité des différentes catégories de producteurs

**2026 :**

- Évaluation périodique des interventions des PPQ devant la Régie
- Analyse de la gouvernance et des modèles d'autres secteurs agricoles
- Réflexion C.A. élargi: 29 juin + sondage auprès des administrateurs
- Atelier de réflexion du Conseil d'administration (18 août 2026)

***Cette réflexion est le résultat de plus de quatre années de travaux, d'échanges et de consultations visant à adapter les PPQ aux réalités actuelles et futures du secteur pomicole!***



# Grands constats entendus depuis 2022

- Gouvernance : Rôles parfois mal compris
- Participation : Difficulté de recrutement
- Relève : Engagement variable
- Structure : Lourdeur administrative
- Mobilisation et représentativité: Défis de proximité



# Les questions demeurent

- Malgré ces améliorations…
  - La structure répond-elle encore aux besoins du secteur?
  - Favorise-t-elle la participation?
  - Permet-elle une représentation équilibrée?
  - Est-elle viable à long terme?

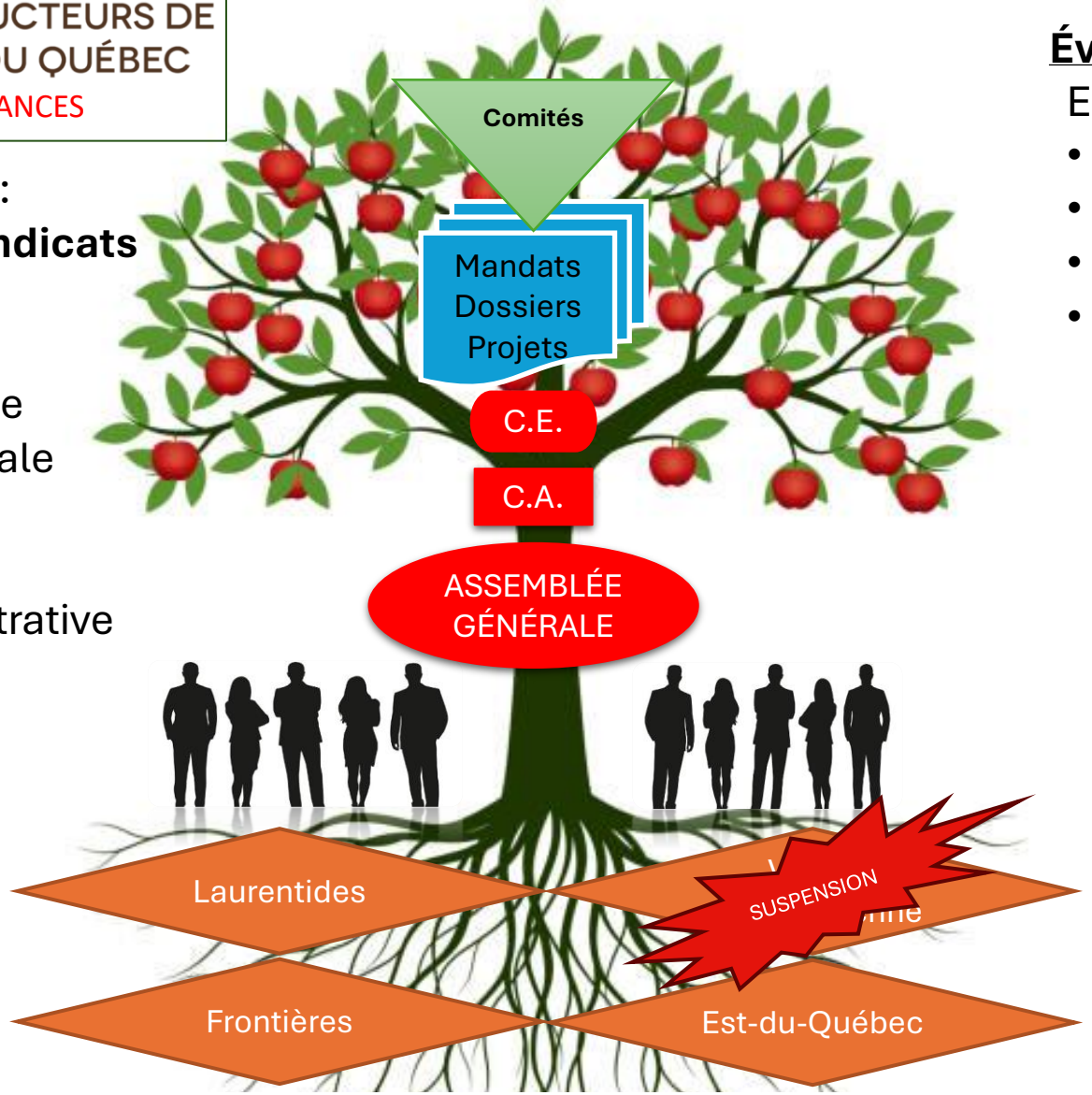
LES PRODUCTEURS DE POMMES DU QUÉBEC

INSTANCES

MODÈLE ACTUEL :
**Fédération de syndicats**

**Forces:**
Proximité régionale
Autonomie régionale

**Défis:**
Lourdeur administrative
Besoins de relève




**Évaluation périodique – RMAAQ (2026)**

Enjeux soulevés :

- La représentativité;
- La gouvernance;
- Les mécanismes de représentation;
- Les relations entre les instances.

Producteurs-emballeurs **(PE)**

Producteurs qui livrent leurs pommes en vrac à des agents autorisés **(PV)**

Producteurs qui vendent directement aux consommateurs **(PC)**

**Tournée des régions 2025** (défis régionaux observés par le DG) :

Financement limité, Coûts administratifs croissants, Difficulté d'organiser des activités; Grands territoires; Participation variable



# Éléments à considérer

Les thèmes qui ressortent naturellement des réflexions menées depuis 2022:

- La proximité avec les producteurs;
- La représentativité des catégories d'entreprises;
- Le rôle des syndicats régionaux;
- Le financement régional;
- La relève;
- La démocratie;
- La composition du CA;
- L’apparence de conflit d’intérêt.



# L’apparence de conflit d’intérêt

**Un conflit d'intérêts survient lorsque les intérêts personnels, commerciaux ou organisationnels d'un administrateur peuvent influencer, ou être perçus comme influençant, les décisions qu'il doit prendre au nom de l'ensemble des producteurs.**

**Principe de bonne gouvernance**

- Toute personne participant à une décision devrait agir exclusivement dans l'intérêt du groupe qu'elle représente et se retirer des discussions ou décisions lorsqu'un intérêt concurrent est susceptible d'influencer son jugement.
- L'objectif n'est pas d'exclure des producteurs, mais de s'assurer que personne ne se retrouve à représenter simultanément des intérêts potentiellement opposés.

**Pourquoi est-ce important?**

- Préserver la confiance des producteurs envers leurs représentants;
- Assurer l'indépendance des décisions et des négociations;
- Éviter qu'une même personne participe à des décisions où les intérêts des producteurs et des acheteurs peuvent diverger.

**Exemple 1** : Producteur-emballeur : Un producteur détient également des intérêts dans un poste d'emballage.

- Certaines décisions relatives aux prix, aux conditions de mise en marché ou à la gestion de la Convention peuvent avoir des impacts différents pour les producteurs et pour les emballeurs.

**Exemple 2** : Multiples fonctions de représentation : un producteur-emballeur siège au conseil d'administration de l'AEPQ tout en occupant des fonctions au sein des instances de gouvernance des producteurs.

- Le risque de conflit devient plus important lorsqu'une même personne est appelée à représenter les acheteurs dans certaines instances (p. ex. Comité de gestion de la Convention ou Comité de fixation des prix) et les producteurs dans d'autres.
- Même lorsque l'intégrité de la personne n'est pas en cause, la situation peut créer une apparence de conflit d'intérêts et soulever des questions quant à l'indépendance de la représentation.

# MERCI! QUESTIONS?

