

Évaluation périodique des interventions des Producteurs de pommes du Québec dans la mise en marché pour la période 2019-2024

Présenté à la Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec



LES PRODUCTEURS DE
POMMES DU QUÉBEC

2 AVRIL 2026

Contenu

Remerciements	1
Mise en contexte	2
Suivi des recommandations antérieures de la Régie	4
Gouvernance et administration de l'Office.....	9
Filière pomicole.....	10
Mise en marché	12
Communications	15
Promotion des marchés.....	16
Recherche et développement.....	18
Enjeux et opportunités pour la prochaine période.....	21
Conclusion.....	25
Références complémentaires	26
ANNEXES	27

Pour faciliter la lecture du mémoire, le lecteur est invité à se référer au Glossaire des acronymes et termes utilisés, présenté à l'annexe J.

Remerciements

Les Producteurs de pommes du Québec (PPQ) tiennent d'abord à remercier sincèrement toutes les productrices et tous les producteurs pomicoles du Québec. Par leur travail quotidien, leur rigueur et leur savoir-faire, ils et elles assurent l'approvisionnement en fruits de grande qualité pour les consommatrices et consommateurs, ce qui contribue de façon significative à l'autonomie alimentaire du Québec. Leur professionnalisme, profondément ancré dans toutes les régions pomicoles, constitue le fondement même de notre système de mise en marché collective.

Nous souhaitons souligner la contribution essentielle des productrices et producteurs engagés dans la vie démocratique et associative du secteur, que ce soit à titre d'administrateurs et administratrices des syndicats régionaux, de membres des instances décisionnelles des PPQ, ou encore au sein des divers comités. Leur implication, souvent bénévole et parfois exigeante, est indispensable au bon fonctionnement de l'Office et au développement structuré de la filière.

Les PPQ tiennent aussi à remercier sincèrement les agents autorisés, tant les emballeurs que les transformateurs, pour leur rôle central dans la mise en marché des pommes du Québec. Leur collaboration, leur compétence et leur engagement envers les conventions et les mécanismes collectifs soutiennent une mise en marché ordonnée, équitable et bénéfique pour l'ensemble du secteur.

Nos remerciements vont également à l'ensemble des partenaires du milieu, dont l'AEPQ, l'UPA, l'APMQ, le CECPA, le CRAAQ, le CRAM, l'IRDA, les PFLC et la Zone Agtech. Leur expertise technique, scientifique et stratégique, ainsi que leur participation active aux projets structurants renforcent la capacité d'innovation, de résilience et de compétitivité de la filière pomicole québécoise.

Nous souhaitons par ailleurs reconnaître l'apport précieux des conseillères et conseillers techniques, notamment au sein du Réseau-pommier, qui accompagnent les entreprises pomicoles dans toutes les régions du Québec. Leur soutien aux pratiques culturelles, leur participation à la recherche et leurs efforts continus en matière de transfert de connaissances jouent un rôle déterminant dans l'évolution et l'adaptation du secteur.

Nous exprimons également notre profonde gratitude envers l'ensemble des employées et employés des Producteurs de pommes du Québec. Leur engagement, leur sens du service aux producteurs et leur dévouement quotidien permettent de mener à bien la mission de l'Office et de soutenir, jour après jour, la vitalité et la résilience de notre secteur.

Enfin, les Producteurs de pommes du Québec remercient la Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec pour son rôle fondamental dans l'application de la Loi sur la mise en marché des produits agricoles, alimentaires et de la pêche et dans le maintien d'un cadre rigoureux, stable et équilibré à la mise en marché collective. Par son travail de régulation économique et sa direction du processus d'évaluation périodique du Plan conjoint, la Régie contribue à la transparence, à la solidité et à la crédibilité du système dans lequel évolue notre filière.

Les PPQ considèrent cet exercice comme important, pertinent et structurant, et reconnaissent l'apport constant de la Régie dans l'encadrement des actions de l'Office au cours de la période visée.

Mise en contexte

Cette section présente les principaux facteurs ayant influencé l'évolution de la filière au cours de la période, lesquels éclairent les actions analysées dans les sections suivantes.

Rôle de l'Office et cadre légal

Les PPQ administrent, depuis 1978, le Plan conjoint des producteurs de pommes du Québec. À ce titre, ils veillent, avec la Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec (RMAAQ), à une mise en marché efficace et ordonnée du produit visé, conformément à la Loi sur la mise en marché des produits agricoles, alimentaires et de la pêche (RLRQ, c. M-35.1). Suivant l'article 62 de cette loi, le présent mémoire établit en quoi le Plan et les règlements servent l'intérêt de l'ensemble des productrices et producteurs et soutiennent une mise en marché ordonnée. Le cadre applicable comprend notamment le Plan conjoint des producteurs de pommes du Québec (M-35.1, r. 259), le Règlement sur la mise en marché des pommes du Québec (M-35.1, r. 258), le Règlement sur les contributions des producteurs de pommes du Québec (M-35.1, r. 255), le Règlement sur la détermination des périodes de mise en marché des pommes (M-35.1, r. 256), ainsi que les conventions de mise en marché (avec l'Association des emballeurs de pommes du Québec et avec les acheteurs à l'état frais), homologuées par la Régie.

Périmètre de l'évaluation et références

L'évaluation périodique des interventions des PPQ dans la mise en marché des pommes couvre les années de commercialisation 2019-2020 à 2024-2025¹ (ci-après « période 2019-2024 »). Les rapports annuels des PPQ, qui rassemblent les données sectorielles annuelles, peuvent être consultés en appui à l'analyse pluriannuelle de ce mémoire. La présente évaluation s'inscrit aussi dans la continuité de l'exercice antérieur, dont le rapport d'évaluation périodique de la RMAAQ du 28 janvier 2022 constitue la référence pour le suivi des recommandations.

Éléments marquants ayant influencé la période 2019-2024

1. Conditions climatiques, volumes et résilience sectorielle

La période 2019-2024 se caractérise par une forte variabilité climatique (gel printanier, pluies abondantes, alternance de fortes et faibles récoltes). Les volumes de production ont ainsi varié selon les saisons (voir ANNEXE A). La saison 2024-2025 a notamment marqué un récent record de production, avec 6,06 M de minots. Par ailleurs, les données de la saison 2019-2020 montraient la commercialisation de 4,6 M de minots, confirmant l'amplitude des fluctuations annuelles auxquelles fait face le secteur durant la période. De fait, la volatilité de la production a demandé une gestion fine des inventaires et une adaptation de la part des entreprises pomicoles.

2. Dynamique de mise en marché et prix

Au cours de la période évaluée, les prix obtenus pour la pomme fraîche ont généralement montré une stabilité ou une progression, malgré les aléas climatiques et la pression concurrentielle. En 2019, le prix moyen du frais (pommes emballées en sac et en cellule) atteignait 18,71 \$/minot, ce qui constituait alors une base de référence pour les producteurs (voir ANNEXE B). En 2023-2024, ce prix moyen progressait pour s'établir à 22,81 \$/minot, traduisant une conjoncture plus favorable et une valorisation accrue de la production québécoise dans un contexte de marché compétitif. Toutefois, en 2024-2025, le prix moyen du frais a reculé pour se situer à 19,33 \$/minot, un ajustement naturellement lié à un surplus de récolte d'ampleur exceptionnelle, lequel a accru la pression sur les prix à la ferme, au détriment de la rentabilité des entreprises.

Sur le marché du détail, cette dynamique se reflète également par la valeur des ventes de pommes, toutes origines confondues, avec des variations conjoncturelles observées dans la filière. En 2019-2020, ces ventes totalisaient 143,6 M\$, et elles ont atteint 170,5 M\$ en 2023-2024, témoignant d'une demande soutenue malgré les fluctuations de volumes et de prix (voir ANNEXE C). Pour 2024-2025, la valeur des ventes s'est établie à 159 M\$, un niveau légèrement inférieur à celui de l'année précédente.

¹ Une année de commercialisation ou « année-récolte » équivaut à la période allant du 1^{er} août au 31 juillet

3. Évolution variétale et transition vers des variétés recherchées

Au cours de la période, la filière pomicole québécoise a connu une évolution marquée de son paysage variétal, se traduisant par une transformation progressive de la mise en marché des pommes fraîches. Historiquement dominantes, les variétés traditionnelles telles que McIntosh, Cortland, Spartan et Empire ont vu leur poids relatif diminuer graduellement dans la composition globale des volumes commercialisés. Cette évolution coïncide avec la montée constante des variétés recherchées par les consommatrices et consommateurs, notamment la Honeycrisp, la Gala et l'Ambrosia, dont l'attrait ne cesse de croître.

Cette transition s'est structurée autour d'un objectif clair : répondre plus efficacement aux attentes du marché, en misant sur des variétés à forte valeur commerciale et à caractéristiques organoleptiques recherchées par les consommatrices et consommateurs. Ainsi, la transition variétale observée au cours de la période d'évaluation ne constitue pas seulement une réponse à l'évolution des goûts, elle s'inscrit dans une logique plus large d'adaptation et de compétitivité. Une analyse approfondie de cette transition est présentée dans la section détaillant l'élaboration d'un plan structuré de modernisation des vergers, en suivi des recommandations antérieures de la Régie. En combinant la modernisation des vergers, la sélection de variétés à forte valeur commerciale et le renforcement de la coordination sectorielle, les PPQ ont posé des bases solides pour répondre aux enjeux de la prochaine décennie et pour soutenir la pérennité économique du secteur. La modernisation des vergers, qui sera examinée plus en détail dans les sections Suivi des recommandations et Enjeux et opportunités, constitue l'un des fils conducteurs du mémoire.

4. Promotion, réputation et changement des comportements d'achat

Au fil de la période 2019-2024, les efforts de promotion ont contribué à maintenir la visibilité des pommes du Québec dans un marché en évolution. Les investissements annuels en promotion, bien que variables, passant d'environ 381 000 \$ en 2020-2021 à 249 581 \$ en 2024-2025, ont soutenu la notoriété du produit et stimulé l'achat local. Parallèlement, la marque Pommes Qualité Québec, appuyée par un contrôle de qualité rigoureux en poste d'emballage, a consolidé la confiance des consommatrices et des consommateurs et renforcé l'image d'un produit local distinctif.

Dans les années récentes, les PPQ ont adapté leurs stratégies en misant davantage sur le numérique et les collaborations avec des créateurs de contenu, une approche nécessaire pour réduire les coûts, sans trop affecter le pouvoir d'achat médias, et pour stimuler la demande dans un contexte de comportement d'achat changeant et de surplus de récolte. Ces initiatives ont permis de soutenir la réputation du secteur et d'accompagner l'évolution des comportements d'achat vers des décisions plus informées et sensibles à l'origine du produit.

5. Main-d'œuvre, coûts de production et adaptation organisationnelle

Tout au long de la période, la filière pomicole a dû composer avec une pression croissante liée à une augmentation des coûts d'exploitation et une gestion complexe de la main-d'œuvre, dont la disponibilité demeure un enjeu récurrent. Ces difficultés ont touché aussi bien les travaux de récolte que les opérations en verger, et se sont ajoutées à une hausse générale des coûts de production, notamment en raison de l'augmentation des intrants et des exigences réglementaires.

Le Portrait technicoéconomique de la production de pommes au Québec², financé par le Programme d'aide pour des portraits technicoéconomiques (APTE) de la Financière agricole du Québec (FADQ) et réalisé conjointement par les PPQ, la FADQ et le Centre d'études sur les coûts de production en agriculture (CECPA), a permis d'apporter une compréhension renouvelée et rigoureuse de la structure économique des entreprises pomicoles du Québec. Publiées en mai 2025, les données issues de ce portrait constituent désormais une référence sectorielle solide et établissent que le coût moyen de production pour la récolte 2022 se situe à 15,26 \$ par minot, incluant la pleine rémunération du producteur, et confirment que la main-d'œuvre, qu'il s'agisse d'employés salariés ou de travailleurs à forfait, représente 29 % des charges, soit le poste budgétaire le plus déterminant. L'analyse révèle également une marge bénéficiaire brute de 28 %, mais une marge d'exploitation négative de -6 % lorsque les frais non monétaires sont pris en compte, illustrant les contraintes financières auxquelles font face les entreprises pomicoles. Enfin, le rendement normalisé retenu pour les projections, fixé à 254,9 kg par unité-arbre, fournit une base méthodologique essentielle pour l'estimation des coûts de production des années 2023 et 2024.

² <https://producteursdepommesduquebec.ca/wp-content/uploads/2025/05/portrait-technico-economique-cdp-pomme-2022.pdf>

Ensemble, ces résultats permettent de situer avec précision les enjeux économiques du secteur et d'éclairer les décisions stratégiques en matière de productivité, de modernisation et de gestion des ressources humaines.

6. *Surplus structurants et mécanismes de stabilisation*

Tel que mentionné, la période 2019-2024 a été caractérisée par des fluctuations importantes des volumes récoltés, culminant avec une récolte exceptionnellement élevée en 2024-2025 totalisant 6,06 millions de minots, ce qui a créé un surplus considérable et accentué la pression sur les prix à la ferme.

Dans ce contexte, les PPQ ont dû ajuster leurs interventions, notamment en modulant les stratégies de mise en marché et en renforçant les actions promotionnelles afin de soutenir l'écoulement des volumes et d'atténuer les effets de la surabondance sur le revenu des producteurs. Ces mesures s'inscrivent dans une volonté de stabiliser le marché et de préserver la valeur du produit malgré des conditions exceptionnelles.

En somme

La période 2019-2024 s'est déroulée dans un contexte complexe où la filière pomicole a dû composer simultanément avec des défis majeurs, notamment la variabilité climatique, des épisodes de surplus, les pressions persistantes sur la main-d'œuvre et l'adaptation continue des mécanismes de mise en marché, tout en poursuivant des avancées structurantes essentielles à sa compétitivité.

Ces années ont été marquées par la modernisation progressive des vergers, la montée en importance de variétés recherchées par les consommatrices et consommateurs, le raffinement des actions promotionnelles et l'amélioration des outils de coordination et de gestion du marché.

Malgré ces fluctuations et exigences, les PPQ ont assuré une mise en marché ordonnée et ont constamment ajusté leurs interventions afin de servir l'intérêt collectif des productrices et producteurs, tout en contribuant à la résilience du secteur et en assurant la cohésion de l'ensemble de la filière.

Suivi des recommandations antérieures de la Régie

Cette section reproduit les recommandations formulées par la Régie en 2022 et présente, pour chacune, les actions posées par l'Office entre 2019 et 2024.

1. *Réflexion sur la participation des membres aux assemblées générales annuelles et élaboration d'un plan d'action pour améliorer cette participation*

Pour donner suite à la première recommandation, les PPQ ont entrepris une réflexion approfondie sur les facteurs influençant la gouvernance démocratique de l'Office et la participation aux assemblées générales annuelles. Cette démarche s'est traduite par l'adaptation des horaires et des formats des AGA régionales, notamment l'introduction de formules variées telles que des brunchs, des rencontres en soirée ou des assemblées hybrides combinant présence physique et participation à distance, afin de mieux accommoder les disponibilités des personnes convoquées. Les sujets présentés aux assemblées ont été sélectionnés à l'avance afin d'en accroître la pertinence et l'intérêt, alors que les communications ont été intensifiées grâce à des envois ciblés, à la diffusion d'informations via le *Bulletin aux pomiculteurs* et à la mise en valeur des thèmes et des invités des AGA. Pour stimuler davantage l'engagement, les PPQ ont convié à leur AGA des conférenciers reconnus du secteur, incluant le président de l'UPA, le ministre de l'Agriculture et divers experts, ce qui a contribué à enrichir les discussions. Par ailleurs, l'attribution annuelle de prix honorifiques, tels que le méritas Louis-Hébert ou le méritas Révérend-Père-Léopold, décernés en alternance à des producteurs et à des intervenants, a permis de renforcer le sentiment d'appartenance et d'engagement au sein de la filière.

Conformément à l'exigence de la Régie d'élaborer un plan structuré assorti de cibles de participation et d'un mécanisme de diagnostic annuel, les PPQ ont poursuivi leur réflexion et ont adopté, en septembre 2025, un plan d'action complet destiné à améliorer la participation aux AGA. Bien que la recommandation prévoyait la transmission de ce plan au plus tard le 1^{er} septembre 2022, cette échéance n'a pu être respectée, notamment en raison de la nécessité de consulter les syndicats régionaux et d'analyser plusieurs années de participation. Les PPQ ont estimé qu'un délai plus long était nécessaire pour mener une analyse rigoureuse des données historiques de participation, consulter les instances régionales

et dégager des leviers d'action crédibles et adaptés. Le plan adopté en 2025 fixe désormais des cibles chiffrées de participation pour chaque syndicat régional ainsi que pour l'AGA provinciale, propose une stratégie de communication multicanale, prévoit le maintien du format hybride avec des balises claires et encourage l'utilisation de formules plus dynamiques (conférences d'experts, présentations interactives, déjeuners-conférences).

Enfin, les premiers résultats de l'année 2025-2026 (voir tableau ci-après) témoignent que les mesures mises en place commencent à porter fruit, même si des défis demeurent dans certaines régions. Malgré ceux-ci, les PPQ sont confiants que la mise en œuvre progressive du plan d'action, soutenue par un suivi annuel structuré, permettra d'améliorer durablement la participation des membres aux AGA dans les prochaines années.

Participation historique et cibles : nombre de productrices et producteurs présents aux assemblées générales annuelles

AGA	2020	2021	2022	2023	2024	Moyenne 2020-2024	Cibles* 2025	Résultats 2025	Cibles* 2026	Résultats 2026
Frontières	12	8	12	11	43	17	45	29	50	-
Vallée Montérégienne	12	13	23	16	33	19	50	48	55	-
Laurentides	-	17	18	14	17	17	20	13	25	-
Est-du-Québec	5	5	5	5	5	5	10	10 (8 votants)	15	-
Provinciale	43	88	87	48	53	64	70	53	75	94

*Cibles établies dans le Plan d'action pour améliorer la participation des membres aux AGA

2. Transmission à la Régie de l'entente conclue avec les Producteurs de cidre du Québec concernant les contributions

À la suite de la recommandation de la Régie demandant la transmission de l'entente conclue avec les Producteurs de cidre du Québec (PCQ), entente par laquelle 85 % des contributions perçues auprès des cidriculteurs sont remises à cet organisme, les PPQ ont procédé à l'envoi du document requis, conformément aux attentes de la Régie.

3. Bilan de la Planification stratégique de la filière pomicole 2018-2022

Voir suivi de la recommandation 7 ci-après.

4. Élaborer un plan structuré de modernisation des vergers de pommiers de manière à répondre à la demande des consommateurs en pommes fraîches

Les PPQ ont élaboré au cours de la période 2019-2024 un ensemble d'actions structurées visant à moderniser les vergers québécois et à soutenir la transition variétale nécessaire pour répondre aux attentes du marché du frais. Plusieurs des éléments ci-dessous ont été présentés dans la mise en contexte, et sont repris ici dans leur dimension liée aux recommandations de la Régie.

Dès 2019, la Table filière pomicole du Québec a mis en place une gouvernance pour suivre les travaux liés à la modernisation, et une journée de réflexion sectorielle tenue en juillet 2019 a permis d'établir des orientations communes quant à la sélection de variétés prometteuses et aux besoins de replantation. Ces travaux ont été complétés par des consultations auprès des productrices et producteurs ainsi que par une série d'interventions continues auprès du MAPAQ entre 2019 et 2024 afin de soutenir la reprise d'un programme de modernisation devenu essentiel à la compétitivité du secteur.

En 2022, conformément au calendrier de suivi, les PPQ ont transmis à la Régie le Plan structuré de modernisation des vergers ainsi que la lettre de la Table filière pomicole du Québec adressée au ministre de l'Agriculture, documents exposant l'urgence d'une stratégie gouvernementale de replantation et la nécessité d'un programme de soutien durable. Parallèlement, les productrices et producteurs ont continué d'être informés des enjeux de modernisation par l'entremise des *Bulletins aux pomiculteurs*. En 2024, le suivi transmis à la Régie soulignait que la fin du Programme de modernisation en 2021, puis la mise en place de deux initiatives ministérielles limitées en 2021 et 2022, avaient laissé les entreprises sans

appui financier durable. Il rappelait aussi que, malgré les nombreuses représentations effectuées : conférences de presse, rencontres politiques, publications stratégiques, correspondances officielles, et la diffusion de documents clés, dont la prospective *La pomme du Québec à l'horizon 2035*³, le Québec ne bénéficiait toujours pas d'un soutien gouvernemental pour la plantation comparable à celui offert dans les autres provinces canadiennes.

Dans le même esprit, les PPQ ont poursuivi leurs travaux d'analyse pour documenter l'évolution de la production pomicole et orienter une modernisation cohérente des vergers. La réalisation, en 2023, du Portrait provincial des vergers du Québec constitue à cet égard une avancée majeure. Cette étude confirme une transition accélérée des vergers vers des systèmes à haute densité, soutenue par la plantation récente de plus de 700 000 arbres, dont une part importante de nouvelles variétés recherchées par les consommatrices et consommateurs (Honeycrisp, Gala, Ambrosia). On y observe également un mouvement structuré vers l'adoption de porte-greffes nains, désormais dominants à plus de 72 % des arbres recensés, ce qui témoigne de la volonté des entreprises de répondre plus rapidement aux besoins du marché en termes de calibre, qualité et de régularité, en assurant leur rentabilité.

Ce portrait met toutefois en lumière des éléments plus préoccupants. Le nombre d'entreprises pomicoles est en décroissance, une tendance déjà observée dans les données de Statistique Canada et confirmée par la structure des vergers en 2023. Selon les observations de l'Office, cette diminution s'explique par un ensemble de facteurs convergents : les coûts élevés de modernisation, la pression accrue de la main-d'œuvre, les aléas climatiques de plus en plus marqués, la rentabilité limitée des petites exploitations traditionnelles et, surtout, la faible préparation de la relève. Les données du Portrait indiquent qu'en 2021, plus de 66 % des exploitants avaient plus de 50 ans, et que près de 75 % des entreprises n'avaient aucun plan de relève formel. Cette réalité fragilise la continuité de nombreuses fermes familiales et accentue la tendance à la consolidation.

Malgré ces défis, le Portrait révèle une filière en transformation, caractérisée par une proportion significative d'arbres en implantation et une dynamique de replantation orientée vers la diversification variétale et la compétitivité. Les PPQ prévoient désormais mettre à jour ce portrait de manière périodique, ce qui permettra de suivre l'évolution des pratiques, d'anticiper les besoins de replantation et d'appuyer des initiatives pour soutenir et promouvoir la relève des entreprises dans l'adaptation de leurs vergers aux attentes du public et aux exigences de la production moderne.

En parallèle, un plan d'action en relations gouvernementales, mis en place en 2024, vise l'obtention d'un programme d'aide à long terme, conforme aux objectifs de la Politique bioalimentaire et à la volonté gouvernementale d'accroître l'autonomie alimentaire.

Outre les représentations faites auprès des instances gouvernementales, les PPQ ont, en 2025, poursuivi le suivi demandé par la Régie en contextualisant la modernisation des vergers dans une perspective plus opérationnelle. Bien que la Régie recommandait l'élaboration d'un plan détaillé, les PPQ ont rappelé qu'il est impossible d'établir une feuille de route uniforme puisque la modernisation dépend des capacités d'investissement propres à chaque entreprise et des clientèles visées. Les PPQ ont plutôt privilégié une approche flexible, fondée sur des orientations stratégiques. À cet égard, ils ont présenté au conseil d'administration une analyse combinant prévisions de ventes, estimations de récolte et taux de déclassement, démontrant que l'offre québécoise de pommes fraîches pour 2025-2026 (environ 2,7 millions de minots) serait inférieure à la demande anticipée (près de 3,6 millions de minots). L'examen des données par variété confirme également que le Québec gagnerait à accroître la production de variétés recherchées, comme l'Ambrosia, l'Empire, la Gala et la Honeycrisp, alors que la McIntosh demeure en surplus, nécessitant des efforts accrus à l'exportation. Cette analyse illustre par ailleurs le retard structurel de la province en raison de l'absence de programmes d'aide comparables à ceux de l'Ontario, de la Colombie-Britannique ou de la Nouvelle-Écosse.

Finalement, les PPQ ont rappelé à la Régie qu'une modernisation des vergers est bel et bien en cours, même en l'absence de soutien gouvernemental, mais qu'il demeure impossible de suivre avec précision l'évolution des vergers québécois. La stratégie proposée par les PPQ en 2023⁴, orientée vers la diversification variétale, les plantations à haute densité et l'adaptation aux nouvelles réalités économiques, climatiques et technologiques, permettrait d'accroître la résilience des

³ <https://producteursdepommesduquebec.ca/wp-content/uploads/2024/05/prospective-horizon-2035.pdf>

⁴ <https://producteursdepommesduquebec.ca/wp-content/uploads/2023/09/ppq-strategiedepliant-conference-de-presse-3-sept-2023-web.pdf>

entreprises, de réduire le taux de déclassement et d'aligner davantage l'offre québécoise sur les tendances du marché. Avec un soutien financier clair de l'État et une intégration pleine dans les objectifs de la Politique bioalimentaire, les PPQ estiment que la filière serait en mesure de mettre en œuvre une modernisation structurée et cohérente répondant aux attentes du marché du frais et assurant la compétitivité du secteur à long terme.

5. Efforts de promotion et réalisations mises en œuvre auprès des producteurs de pommes en matière de production biologique et de réduction de l'utilisation des pesticides

Conformément à la recommandation de la Régie, les PPQ ont maintenu, tout au long de la période, un suivi continu des actions de promotion liées à la production biologique et à la réduction de l'usage des pesticides. Les communications aux producteurs : *Bulletins aux pomiculteurs*, *bulletins express*, activités d'information et séances techniques, ont diffusé régulièrement des contenus portant sur les vitrines régionales de régie à moindres risques, les outils de gestion intégrée, et les formations. Une section du *Bulletin aux pomiculteurs* est dédiée à la production biologique, où sont relayés enjeux techniques, nouveautés réglementaires et consultations publiques, dont la révision des normes biologiques canadiennes en 2025.

En matière d'appui à la mise en marché, les PPQ publient l'*INFO-MARCHÉS* aux deux semaines. Ce bulletin sectoriel rapporte notamment l'évolution des prix des pommes biologiques sur les marchés américains et sur le marché des grossistes à Montréal, fournissant aux entreprises du secteur biologique une lecture actualisée des conditions de marché et un soutien direct à leurs stratégies de commercialisation.

Les PPQ ont aussi assuré un soutien actif face aux enjeux propres à la production biologique. En 2025, l'Office a demandé au Conseil des appellations réservées et des termes valorisants (CARTV) une dérogation exceptionnelle pour l'utilisation de la streptomycine, en raison de l'indisponibilité du produit *Blossom Protect* utilisé contre la brûlure bactérienne. Le CARTV ayant reconnu la nécessité de cette mesure, les PPQ ont diffusé des directives claires aux entreprises concernées et ont mené un sondage sectoriel afin d'évaluer ses effets techniques, commerciaux et réputationnels. Les commentaires reçus témoignent à la fois des défis rencontrés et de l'appréciation du rôle de soutien exercé par l'Office.

Par ailleurs, les efforts de réduction de l'utilisation des pesticides demeurent un volet central de l'action de l'Office. Les PPQ ont poursuivi leurs investissements substantiels dans la recherche, l'innovation et le transfert de connaissances, investissements qui ont permis de générer plusieurs millions de dollars en projets agroenvironnementaux en collaboration avec de nombreux partenaires. Depuis 2022, les PPQ pilotent plusieurs projets financés par le Programme Prime-Vert, dont les vitrines régionales de régie à moindres risques, la révision du programme PFI et l'évaluation économique et environnementale de techniques alternatives. Ces initiatives ont mené à de nombreuses activités de transfert de connaissances, dont la Grande tournée pomicole 2024, une première édition ayant réuni plus de 200 participantes et participants autour des thématiques de la lutte à moindres risques, de la mécanisation, des innovations technologiques et de la conduite moderne des vergers.

En parallèle, les PPQ poursuivent leurs efforts pour renforcer l'adoption de pratiques adaptées aux changements climatiques. Le développement des vergers en haute densité, qui favorise l'optimisation de l'irrigation, la réduction des risques de gel, la précision des interventions phytosanitaires et une meilleure résilience climatique, a été mis de l'avant dans plusieurs activités de transfert de connaissances. Les données du RECUPOM indiquent d'ailleurs que certaines variétés nouvelles démontrent une résilience accrue face aux aléas climatiques, ce qui renforce la pertinence des stratégies de diversification variétale et d'adaptation. Les PPQ ont également facilité l'accès aux données agronomiques en mettant à disposition une plateforme web regroupant plus de vingt ans d'essais sur cultivars et porte-greffes, fréquemment promue lors d'événements de formation et de transfert de connaissances.

L'ensemble de ces efforts, mis à jour chaque année, témoigne d'une progression constante vers une production plus durable, une réduction réelle des risques associés aux pesticides et un soutien accru aux entreprises souhaitant s'orienter vers la production biologique ou adopter des pratiques à moindres risques.

6. Efforts de promotion visant à inciter les producteurs à obtenir la certification CanadaGAP

Les PPQ ont assuré un suivi annuel des efforts déployés pour encourager les entreprises pomicoles à obtenir la certification CanadaGAP, ainsi que des résultats obtenus à cet égard. Cette démarche vise à renforcer les pratiques de salubrité, de

traçabilité et de contrôle de la qualité au sein de la filière, en cohérence avec les exigences des chaînes d'alimentation, des transformateurs et des consommateurs. Depuis plusieurs années, les PPQ mènent des actions continues de sensibilisation et d'accompagnement, notamment par des communications régulières dans le *Bulletin aux pomiculteurs* et les bulletins express, ainsi que par la diffusion d'informations techniques à l'intention des entreprises souhaitant entreprendre ou renouveler leur certification.

Dans le cadre du suivi transmis à la Régie en 2022, une première analyse des données disponibles avait permis de constater une hausse notable des volumes de pommes fraîches certifiées CanadaGAP entre 2016 et 2020, passant de 58 % à 65 %. Cette progression témoignait d'une adhésion croissante au programme et a orienté les discussions entourant le renouvellement de la Convention avec les emballeurs, où les parties ont convenu de poursuivre des efforts concertés visant à accroître l'adoption du programme au sein de la filière. Il convient néanmoins de souligner que l'obligation, auparavant prévue, pour un emballer certifié dans le cadre d'un programme de salubrité (par exemple CanadaGAP) de s'approvisionner exclusivement auprès de producteurs eux-mêmes certifiés, a été abrogée d'un commun accord dans la Convention de mise en marché des pommes 2025-2027, ce qui reflète une adoption suffisante du programme pour assurer la conformité des volumes commercialisés.

Les PPQ considèrent que CanadaGAP est maintenant bien implanté dans les postes d'emballage et d'entreposage, mais que des efforts demeurent nécessaires pour accroître l'adhésion au niveau de la production. À cet égard, l'Office poursuit sa stratégie de sensibilisation, en valorisant les avantages concrets de la certification et en soutenant les entreprises dans la préparation des audits et la compréhension des exigences. En complément, les PPQ diffusent des outils élaborés par les organisations partenaires et demeurent disponibles pour répondre aux questions relatives aux normes, aux audits et aux démarches administratives.

7. Bilan de la Planification stratégique 2018-2022

Conformément aux recommandations 3 et 7 de la Régie, les PPQ ont transmis en novembre 2024 le bilan complet de la Planification stratégique 2018-2022 (voir ANNEXE D). Le document brosse un portrait exhaustif des actions menées entre 2018 et 2024 et permet d'apprécier de manière structurée les progrès accomplis dans trois domaines ciblés : la production, les rendements et l'adéquation entre l'offre des producteurs et la demande du marché.

Dans l'ensemble, ce bilan permet de constater que la filière pomicole québécoise a réalisé des progrès tangibles sur les trois aspects ciblés par les recommandations de la Régie. La modernisation graduelle des vergers, les avancées en matière d'efficacité des entreprises et la convergence croissante entre l'offre québécoise et les besoins du marché témoignent d'une démarche structurée, collaborative et orientée vers l'avenir. Ce bilan constitue une base solide pour la planification stratégique 2026-2030.

8. Nouvelle planification stratégique 2026-2030

Conformément à la recommandation formulée par la Régie, les PPQ ont mené, entre 2023 et 2025, une démarche complète de révision stratégique ayant conduit à l'adoption de la nouvelle Planification stratégique de la filière pomicole du Québec 2026-2030 (voir ANNEXE E). Cette démarche, financée par le MAPAQ dans le cadre du Programme de développement territorial et sectoriel, s'est appuyée sur un processus formel et rigoureux composé de consultations, d'analyses de l'environnement d'affaires, de séances de réflexion stratégique et de validations successives auprès de la Table filière pomicole du Québec. Deux comités de pilotage, l'un consacré au volet pommes, l'autre au volet cidres, ont accompagné l'ensemble des travaux, réunissant les représentants des producteurs, des emballeurs, des transformateurs, des cidriculteurs et de l'État, afin d'assurer une vision intégrée et une planification cohérente pour l'ensemble des maillons de la filière.

Le diagnostic réalisé dans le cadre de la démarche a révélé plusieurs enjeux structurants, tels que la rentabilité fragile de certains maillons, la nécessité d'une meilleure coordination sectorielle, la modernisation des vergers, l'adaptation aux changements climatiques, la transformation rapide des attentes des marchés et l'importance accrue des débouchés alternatifs. Ces constats ont servi de fondement à la construction d'une planification structurée autour d'axes structurants pour les deux volets, pommes et cidres. Le document adopté présente une vision claire et ambitieuse : faire de la pomme et du cidre québécois des produits de choix, consommés toute l'année, reconnus pour leur qualité et leur identité locale, et portés par un secteur innovant, résilient et mieux appuyé par l'État.

Gouvernance et administration de l'Office

Instances décisionnelles et structure administrative

La gouvernance démocratique de l'Office repose d'abord sur les syndicats régionaux, qui constituent le lien direct avec l'ensemble des producteurs de la province. Ces quatre syndicats : Laurentides, Vallée Montérégienne, Des Frontières et Est-du-Québec, regroupent l'ensemble des entreprises visées par le Plan conjoint et assurent une représentativité régionale équilibrée. Ils alimentent l'Assemblée générale annuelle (AGA), instance souveraine de l'organisation, où les productrices et producteurs sont appelés à prendre position sur les orientations, les états financiers, les règles de fonctionnement et les priorités annuelles. Les instances décisionnelles des PPQ reflètent la diversité du secteur pomicole, tant en termes de catégories d'entreprises, que de présence de la relève et de productrices.

À partir des orientations adoptées par l'AGA, le Conseil d'administration (C.A.) assume la gestion de l'Office. Il est composé d'administrateurs élus dans chacun des syndicats régionaux, conformément aux règlements généraux, ce qui garantit une représentation équilibrée des différentes réalités pomicoles. Le C.A. voit à l'application du Plan conjoint, adopte les budgets, valide les stratégies et supervise les liens avec les partenaires sectoriels. Il délègue une partie des affaires courantes au Conseil exécutif (C.E.), formé du président, du vice-président et d'administrateurs provenant de régions distinctes. Le C.E. agit entre les réunions du C.A., assurant la fluidité et la continuité des décisions lorsque des interventions rapides s'imposent.

Enfin, pour mettre en œuvre les mandats définis par le C.A. et le C.E., les PPQ s'appuient sur une série de comités spécialisés qui traitent notamment des dossiers techniques, économiques, agroenvironnementaux et de mise en marché, en complément des travaux de recherche et d'innovation. Ces comités jouent un rôle opérationnel clé, puisqu'ils approfondissent les enjeux, préparent les recommandations et veillent à l'application des conventions de mise en marché. Leur travail s'appuie sur une équipe administrative professionnelle, dirigée par le directeur général, qui assure le fonctionnement quotidien de l'Office, la coordination avec les partenaires institutionnels et la mise en œuvre des décisions. L'Office dispose d'un code d'éthique et de déontologie auquel sont assujettis les administrateurs. L'ensemble de cette structure permet donc aux PPQ d'assurer une gouvernance stable, représentative et alignée sur les besoins du secteur.

Faits saillants financiers de la période

Sur l'ensemble de la période 2019-2024, les revenus totaux des PPQ présentent une progression marquée après le ralentissement lié à la pandémie. Les produits chutent à 1,90 M\$ en 2019-2020 avant de rebondir à 2,15 M\$ en 2020-2021 grâce aux subventions COVID-19 (≈ 345,7 k\$). Ils se stabilisent ensuite autour de 2,24 M\$ en 2021-2022, puis s'accroissent à 2,58 M\$ en 2022-2023, avant de reculer légèrement à 2,51 M\$ en 2023-2024 pour atteindre un sommet de 3,08 M\$ en 2024-2025, porté notamment par une production à la hausse et des aides financières. Globalement, les revenus suivent la tendance des volumes récoltés et des subventions disponibles.

Les charges suivent une trajectoire similaire : 1,96 M\$ en 2019-2020, puis 2,22 M\$ en 2020-2021 et 2,33 M\$ en 2021-2022. Elles augmentent ensuite à 2,37 M\$ en 2022-2023, à 2,62 M\$ en 2023-2024, et atteignent 2,72 M\$ en 2024-2025. L'Office a ainsi connu des exercices déficitaires en 2019-2020, 2021-2022 et 2023-2024, mais des excédents en 2020-2021 (+231 k\$) et surtout en 2024-2025 (+372 k\$). Les charges reflètent surtout l'évolution des activités courantes et des projets structurants.

Les fonds affectés à la promotion, recherche et développement (PRD) montrent une évolution significative. L'actif net PRD passe de 324 k\$ en 2019-2020 à 469 k\$ en 2020-2021, puis augmente fortement à 440 k\$ en 2021-2022 et à 502 k\$ en 2022-2023, reflétant l'élargissement des projets structurants (vergers, PFI, innovation). Après un repli à 407 k\$ en 2023-2024, le fonds remonte à 482 k\$ en 2024-2025. Cette stabilité récente est largement soutenue par la croissance des apports reportés, qui passent de 202 k\$ en 2021-2022 à 319 k\$ en 2023-2024, puis à 713 k\$ en 2024-2025, garantissant le financement de projets PRD pluriannuels.

Plusieurs événements particuliers ont marqué la période. Les subventions COVID reçues en 2021-2022 (30 sept. 2021 et 30 sept. 2022) ont soutenu la reprise financière. En 2023-2024, l'organisation a procédé à des investissements structurants, notamment le développement d'un logiciel interne, le renouvellement du matériel informatique et la

participation au réaménagement de la Maison de l'UPA. En 2024-2025, l'augmentation importante des subventions à recevoir (345 k\$) et des apports reportés a renforcé les liquidités et permis l'expansion des projets PRD.

Enfin, la période est marquée par une modification réglementaire des contributions, approuvée par la Régie le 28 mars 2022. La contribution au Plan conjoint a alors été portée de 0,14 \$ à 0,16 \$ par minot (ou de 0,10 \$ à 0,12 \$ en vente directe), et la contribution PRD a été ajustée à 0,25 \$/0,04 \$ selon le mode de mise en marché, applicable dès l'année 2022-2023.

Normes comptables appliquées

L'Office n'envisage pas, à ce stade, de modifier sa méthode comptable afin d'appliquer la comptabilité d'exercice pour les produits de contributions des membres et les frais de mise en marché. Cette situation découle des modalités prévues à la Convention de mise en marché, notamment à l'article 9.5, qui oblige les emballeurs à transmettre aux PPQ, dans un délai de quinze jours suivant chaque mois de mise en marché, d'une part le dépôt des contributions et des frais de mise en marché (alinéa a) et, d'autre part, le rapport mensuel détaillé prévu à l'annexe B (alinéa b). Dans les faits, si les dépôts bancaires sont généralement transmis dans les délais, la réception des relevés mensuels détaillés accuse souvent un retard significatif. On observe en moyenne un décalage d'environ deux mois entre la réception du dépôt et celle des informations nécessaires pour ventiler correctement les montants associés. Sans ces relevés, il est impossible d'effectuer une comptabilisation selon la méthode d'exercice, puisque les PPQ ne disposent pas de l'information permettant d'établir les produits à recevoir ou les frais exigibles par période.

Cette contrainte structurelle est accentuée par la période de fin d'exercice des PPQ, fixée au 30 septembre, moment où le secteur est en pleine récolte. Les retards dans la transmission des rapports mensuels s'y trouvent amplifiés, ce qui rend irréaliste l'établissement de comptes d'exercice fiables. Le vérificateur de l'Office requiert par ailleurs l'ensemble des données au plus tard le 15 novembre afin de procéder à la vérification et permettre la tenue de l'Assemblée générale annuelle des PPQ en janvier, période optimale pour les entreprises pomicoles. Compte tenu de ces contraintes opérationnelles et de la structure même du calendrier de production, à ce stade, aucune date alternative ne permettrait raisonnablement de résoudre cette situation.

Dans ce contexte, bien que les PPQ reconnaissent la réserve inscrite par l'auditeur, la méthode actuellement utilisée demeure la seule applicable en pratique, tant que les délais de transmission des informations détaillées prévues à l'article 9.5 ne peuvent être raisonnablement respectés par l'ensemble des emballeurs.

Filière pomicole

La Table filière pomicole du Québec regroupe l'ensemble des acteurs de la chaîne de valeur : production, emballage, distribution, commerce de détail, transformation et cidriculture, ainsi que les représentants de l'État (voir ANNEXE F pour la liste des membres). C'est donc le principal lieu de concertation sectorielle. Elle exerce un rôle de leadership en coordonnant l'élaboration de stratégies communes visant à stimuler la croissance, renforcer la compétitivité et assurer la pérennité du secteur. À l'automne 2025, dans le cadre des travaux de la nouvelle planification stratégique 2026-2030, la Table filière a confirmé une mission renouvelée : stimuler la production et la mise en marché des pommes, des cidres et de leurs produits dérivés qui répondent aux attentes des consommateurs, dans un esprit d'excellence, d'innovation et de collaboration. La vision sectorielle, également actualisée, aspire à faire des produits de la pomme le premier choix des consommatrices et consommateurs québécois tout au long de l'année. Les valeurs de la filière : fierté, leadership, savoir-faire et audace, orientent l'ensemble de ses travaux.



FILIÈRE
POMICOLE
DU QUÉBEC

Rôle de l'Office dans la filière

À titre d'Office responsable du Plan conjoint, les PPQ jouent un rôle central au sein de la Table filière pomicole du Québec, notamment comme :

- Acteur de concertation auprès des partenaires du secteur;
- Porteur du projet de financement lié à la Table filière, dont ils assurent un suivi étroit;

- Contributeur à l'orientation des priorités sectorielles, en lien avec la planification stratégique en cours;
- Porteur ou copilote de démarches collectives visant à répondre aux enjeux du secteur;
- Représentant des producteurs dans les projets structurants et auprès des partenaires.

L'animation et la gestion des travaux de la Table filière pomicole du Québec relèvent de l'agente de concertation, Audrey Simard, de Papilles Développement, mais les PPQ demeurent étroitement impliqués dans la définition, l'exécution et le suivi des priorités.

Principaux enjeux sectoriels (2020-2025)

Ces enjeux, déjà évoqués en mise en contexte, sont ici présentés sous l'angle de leur influence sur la concertation sectorielle.

Entre 2020 et 2025, la filière a été confrontée à plusieurs enjeux structurants :

- L'adaptation de l'offre aux besoins évolutifs du marché (variétés, formats, qualité);
- L'adaptation des infrastructures d'entreposage;
- La modernisation technique et variétale des vergers;
- La pérennité des services-conseils;
- Les impacts des aléas climatiques et la gestion du risque en production pomicole;
- Les défis persistants de disponibilité de la main-d'œuvre;
- La nécessité d'une concertation sectorielle renforcée pour maintenir la compétitivité du secteur et orienter la prise de décision collective.

Ces enjeux ont motivé la mise en œuvre de projets ciblés au sein de la Table filière et du comité chaînes.

Exemples de réalisations contribuant à l'amélioration de la mise en marché

Plusieurs initiatives collectives ont eu des retombées directes sur la mise en marché des pommes du Québec :

- ✓ Depuis 2020 : Coordination des travaux de la Table filière pomicole par Papilles Développement et mobilisation soutenue des partenaires aux rencontres de la Table filière et du comité chaînes;
- ✓ 2020-2022 : Réalisation de deux projets d'études de marché (Amélioration et Bonification des connaissances sur le marché de la pomme au Québec), incluant une étude qualitative, une analyse Nielsen et un volet quantitatif, afin de mieux comprendre les perceptions, les habitudes d'achat et les occasions de croissance pour les pommes du Québec (rapport intitulé : « Écraser la banane »);
- ✓ 2024-2025 : Bilan de la précédente planification stratégique 2018-2022 et travaux de mise à jour de la prochaine planification stratégique de la filière pomicole afin d'orienter les priorités 2026-2030;
- ✓ 2024-2025 : Réalisation de projets ponctuels de mobilisation et d'innovation promotionnelle, dont la promotion de la variété Ambrosia lors du Pentathlon des neiges de Québec et de l'Expo Manger Santé Vivre Vert 2025, ainsi que la tenue de conférences d'experts en communication de marque et en consommation, notamment avec l'agence Pigeon, pour nourrir la réflexion sur le positionnement et la promotion de la pomme québécoise;⁵
- ✓ 2025 : Réalisation de nouvelles études consommateurs par Synopsis, dans le cadre du Programme de développement territorial et sectoriel (PDTs), ciblant les jeunes consommateurs et certaines communautés issues de l'immigration, afin d'appuyer le développement de stratégies promotionnelles mieux adaptées aux attentes du marché (ces données alimentent également les interventions décrites dans les sections Mise en marché et Promotion des marchés);
- ✓ 2025 : Création d'une nouvelle identité visuelle professionnelle pour la Table filière pomicole, afin de soutenir sa reconnaissance, sa cohérence et le rayonnement de ses travaux auprès des partenaires du secteur.

Un chantier de réflexion (via le Comité Chaînes) sur la marque Pommes et son réel impact auprès des consommateurs, notamment en magasin, a aussi été amorcé en 2025 et a mené au dépôt d'un projet lors du dernier appel d'offres du programme PDTs et pour lequel nous sommes toujours en attente de réponse.

⁵ Plusieurs de ces actions ont été réalisées via le sous-comité Promotion concertée, qui permet de réaliser des actions en commun ou de viser la complémentarité des actions promotionnelles entourant la pomme par les différents intervenants du secteur (PPQ, AEPO, PCQ, AQDFL).

Des communications communes ont aussi été réalisées auprès de l'État afin de parler d'une même voix pour la modernisation des vergers, ou encore pour réagir en commun à la nouvelle politique bioalimentaire.

Finalement, plusieurs actions en sous-groupes sont réalisées en continu afin d'assurer la concertation, le développement et la cohérence du secteur.

Bilan de la coopération au sein de la Table filière

De manière générale, les PPQ et les partenaires de la Table filière dressent un bilan positif de leur coopération au cours de la période. Les travaux de la Table filière et du comité chaînes ont permis de structurer davantage la concertation, de renforcer le partage d'information et de favoriser l'émergence de projets communs. Les discussions récurrentes ont aussi contribué à une meilleure compréhension des réalités propres à chaque maillon, un élément essentiel pour améliorer la fluidité de la commercialisation.

Certains dossiers plus sensibles, notamment ceux touchant la modernisation de la Convention de mise en marché ou la gestion des promotions ciblées, ont soulevé des défis de collaboration entre les maillons de la production et de l'emballage. Toutefois, la mobilisation constante des partenaires autour des travaux de la Table filière, l'appui aux études de marché, la participation à la planification stratégique et les initiatives conjointes de promotion témoignent d'une volonté commune de consolider les bases de la mise en marché collective et d'assurer l'essor durable du secteur pomicole québécois. En retour, la qualité de la concertation au sein de la filière influence directement l'efficacité des mécanismes de mise en marché administrés par les PPQ.

Mise en marché

Les enjeux liés à la modernisation des vergers, aux transitions variétales et aux surplus de production ayant été présentés dans la mise en contexte, cette section se concentre ici sur leur traduction dans les mécanismes concrets de mise en marché.

Objectifs et actions stratégiques

Au cours de la période 2019-2020 à 2024-2025, les PPQ ont renforcé de manière significative la mise en marché efficace et ordonnée des pommes du Québec en modernisant la diffusion de l'intelligence de marché, en améliorant la prévisibilité de l'offre et en consolidant les outils collectifs prévus au Plan conjoint. La publication régulière de l'INFO-MARCHÉS, des données mensuelles d'inventaire et des estimations annuelles de récolte a permis aux entreprises de mieux anticiper les conditions du marché et d'adapter leurs stratégies commerciales.

Les PPQ ont aussi assuré la coordination annuelle des périodes de mise en marché, tout en soutenant la concertation entre producteurs, emballeurs et partenaires au sein de la Table filière pomicole. Enfin, l'organisation a accompagné le développement des marchés de proximité, l'intégration de nouveaux débouchés et la valorisation de l'offre locale, contribuant à une mise en marché plus structurée, mieux informée et plus cohérente pour l'ensemble du secteur.

Le tableau ci-après démontre les principaux objectifs poursuivis ainsi que les actions réalisées et les niveaux de mise en œuvre observés durant la période.

Objectifs et actions réalisées en lien avec la mise en marché

Objectifs stratégiques liés à la mise en marché	Actions réalisées 2019-2024	Indicateurs retenus	Niveau de réalisation/ Explications
1. Améliorer l'intelligence de marché et le partage d'information	<ul style="list-style-type: none"> • Publication de l'INFO-MARCHÉS aux deux semaines, incluant les prix des pommes biologiques et conventionnelles sur les marchés américains et à Montréal; • Diffusion mensuelle des données d'inventaires (entreposage, écoulements, ratios, etc.); • Estimations annuelles de récoltes (en juillet et mise à jour en septembre). 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Nombre de publications annuelles ○ Taux de consultation / téléchargements ○ Participation des producteurs 	<p>Très élevé</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ INFO MARCHÉS diffusé 24 fois par année; ✓ Inventaires mensuels publiés; ✓ Estimations de récolte intégrées aux décisions des comités de prix.
2. Assurer la prévisibilité de l'offre (récoltes, inventaires, écoulements)	<ul style="list-style-type: none"> • Professionnalisation de l'estimation des récoltes (méthodologie améliorée); • Diffusion des rapports d'entreposage pour favoriser l'ajustement de la mise en marché. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Exactitude ± de l'estimation vs récolte réelle; ○ Utilisation des inventaires par les emballeurs. 	<p>Élevé</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Les estimations ont permis d'ajuster le calendrier de mise en marché et d'anticiper les pressions sur les prix.
3. Maintenir et mettre en œuvre les outils collectifs de mise en marché	<ul style="list-style-type: none"> • Application continue du Plan conjoint et des conventions de mise en marché; • Suivi et diffusion annuelle des dates de mise en marché. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Respect des dates de mise en marché ○ Suivi des comités de prix ○ Nombre d'interventions / clarifications 	<p>Élevé</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Les PPQ ont poursuivi la coordination annuelle et répondu aux questions des producteurs et des emballeurs
4. Appuyer la commercialisation auprès des acheteurs et partenaires	<ul style="list-style-type: none"> • Échanges réguliers avec les emballeurs et acheteurs (comités de prix); • Diffusion de l'information via l'INFO-MARCHÉS, estimations de récolte, données d'inventaires et communications directes. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Participation aux rencontres; ○ Intégration des données PPQ dans la planification des acheteurs 	<p>Moyen</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Les données de marché sont de plus en plus utilisées, mais des enjeux relationnels demeurent avec certains maillons.
5. Augmenter la capacité collective d'adaptation aux marchés	<ul style="list-style-type: none"> • Production d'analyses approfondies des tendances commerciales (variétés, prix, volumes); • Appui au développement des marchés de proximité (info prix, communications). 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Analyses publiées; ○ Utilisation par les producteurs dans leurs stratégies. 	<p>Élevé</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Les analyses sont régulièrement reprises lors des assemblées et webinaires.
6. Améliorer la cohérence des actions et la collaboration au sein de la filière	<ul style="list-style-type: none"> • Participation accrue à la Table filière pomicole; • Mise en place progressive d'un alignement PPQ-PCQ sur les enjeux de marché (2024-2025). 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Nombre de rencontres; ○ Harmonisation des messages 	<p>En progression</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Surtout de 2023 à 2025, mais encore perfectible.

Aussi, les difficultés d'écoulement rencontrées lors d'années de récoltes abondantes ont été gérées par : (1) l'analyse des inventaires permettant d'ajuster le rythme de mise en marché, (2) l'utilisation des promotions ciblées, (3) le renforcement des actions promotionnelles, (4) les baisses de prix concertées par le comité de prix et (5) la segmentation variétale.

Règlement sur la mise en marché : promotions ciblées et frais de mise en marché

Le Règlement sur la mise en marché des pommes prévoit trois mécanismes complémentaires visant à soutenir l'écoulement ordonné des pommes du Québec : les promotions ciblées, les opportunités d'affaires et le frais de mise en marché, ce dernier servant notamment au financement d'un complément de prix aux producteurs. Ceci constitue le principal mécanisme à la disposition de l'Office permettant d'écouler les surplus de récoltes abondantes, outre les efforts publicitaires soutenus et les baisse de prix généralisées aux producteurs.

Conformément au Règlement, toute promotion ciblée ou opportunité d'affaires doit être préalablement analysée par les PPQ en consultation avec l'AEPQ, en tenant compte de l'offre et de la demande, de la concurrence et des conditions de marché. Une fois l'initiative approuvée, le comité de fixation des prix détermine les prix applicables et la durée de l'intervention, conformément à l'annexe H de la Convention de mise en marché en vigueur.

Évolution de l'utilisation des mécanismes (2019-2025)

Année de commercialisation	2019-2020	2020-2021	2021-2022	2022-2023	2023-2024	2024-2025
Complément de prix	202 389 \$	501 044 \$	0 \$	0 \$	394 897 \$	0 \$
Nombre de producteurs	89	131	0	0	83	0
Redistribution	271 421 \$	0 \$	481 325 \$	517 835 \$	85 049 \$	572 392 \$
Nombre de producteurs	196	0	186	175	163	160
Frais de gestion	47 037 \$	52 116 \$	53 080 \$	55 678 \$	51 362 \$	49 953 \$
Total du fonds	520 847 \$	553 160 \$	534 405 \$	573 513 \$	531 308 \$	622 345 \$

Il est à noter que l'utilisation normale des promotions ciblées a été limitée durant deux années consécutives, soit 2021-2022 et 2022-2023, en raison de difficultés de collaboration au sein du comité de prix frais. Dans ces deux exercices, les représentants de l'AEPQ n'ont pas donné leur accord pour la mise en place de promotions ciblées, rendant impossible l'activation de ce levier. Cela explique l'absence de complément de prix durant ces années, bien que le mécanisme demeure prévu au Règlement et financé par les frais de mise en marché. Cette situation a réduit la capacité collective d'intervenir rapidement pour écouler les surplus, un rôle normalement assumé par les promotions ciblées.

En 2023-2024, devant l'absence d'accord au comité de prix, une demande d'arbitrage accéléré auprès de la Régie a permis la mise en place de promotions ciblées de l'ordre de 4 \$/minot du 1^{er} février au 31 mars 2024 pour les variétés McIntosh et Spartan. Par la suite, le comité de prix a prolongé une promotion de 1 \$/minot sur les quatre variétés vendues en sac du 1^{er} avril au 20 août 2024, démontrant la pertinence de l'outil.

N'étant pas obligatoires, ces initiatives n'ont été utilisées que de manière limitée, bien qu'un plus grand nombre y avait accès, ce qui constitue un enjeu pour l'Office. Néanmoins, pour l'année 2023-2024, les PPQ ont procédé au versement d'un complément de prix et d'une redistribution de l'ordre de 531 308 \$, financés par les frais de mise en marché de 0,25 \$/minot, lesquels sont destinés précisément à compenser les entreprises ayant livré des pommes dans le cadre des promotions ciblées ou opportunités d'affaires.

Aucune promotion ciblée n'a été déclenchée en 2024-2025, pour deux raisons. D'une part, la nouvelle convention est entrée en vigueur seulement en janvier 2025, et d'autre part, à la mi-décembre 2024, une baisse généralisée des prix a été consentie pour écouler les volumes résultant d'une récolte exceptionnelle, réduisant la pertinence de déclencher des promotions ciblées pour la suite de la saison.

Conventions de mise en marché

Au cours de la période évaluée, la Convention de mise en marché avec l'AEPQ a fait l'objet d'un long cycle de renégociation. Dénoncée en juin 2022, elle a donné lieu à des échanges et conciliations soutenus sans toutefois mener à une entente. L'AEPQ a finalement déposé une demande d'arbitrage le 2 novembre 2023, amorçant un processus formel

devant la Régie. Les séances publiques tenues en juin et juillet 2024 ont permis aux PPQ de réaffirmer l'importance des outils collectifs, soit les promotions ciblées et opportunités d'affaires, la marque Pommes Qualité Québec (PQQ), les critères de qualité et les poids standards, afin d'assurer une mise en marché ordonnée et équitable.

La démarche s'est conclue par la décision du 8 janvier 2025, qui a décrété une nouvelle convention, entièrement révisée, pour la période janvier 2025 à avril 2027. Cette convention renforce la transparence (transmission accélérée des rapports de classification), confère un rôle accru au comité de gestion (y compris la nomination d'un inspecteur), prévoit la révision de l'annexe H, confirme le statut obligatoire de la marque PQQ et maintient les mécanismes de sanctions, tout en ajustant certains éléments comme les frais administratifs et les règles de transport.

D'emblée, l'ensemble de cette séquence : négociations prolongées, absence d'entente, arbitrage, puis révision complète du texte conventionnel, a eu pour effet de décaler les étapes de renégociation de la Convention de mise en marché signée avec les acheteurs à l'état frais. Jusqu'à l'entrée en vigueur de la nouvelle convention, c'est donc la Convention 2019–2022 qui continue de s'appliquer. Récemment, les PPQ ont donné suite à la décision 12798 de la Régie en déposant un projet de règlement modifiant le Règlement sur la mise en marché, afin d'assurer sa pleine concordance avec le langage et les dispositions de la nouvelle convention 2025-2027 avec l'AE PQ.

Communications

Au cours de la période visée, les PPQ ont poursuivi l'objectif d'offrir des communications pertinentes, accessibles et mieux structurées à l'ensemble des productrices et producteurs. Cet objectif a été formalisé en 2024 dans le cadre d'une stratégie de communication interne découlant d'une séance de travail tenue en conseil élargi en juin 2024.

Cette démarche a d'abord permis de dresser un portrait des outils de communication déjà en place, de leurs usages, de leur fréquence et de leurs publics cibles, puis de consulter les participants sur les outils à conserver, à bonifier, à modifier ou à créer afin de mieux répondre aux besoins du secteur. Elle visait ainsi à renforcer la cohérence des communications de l'Office, à améliorer la circulation de l'information et à mieux arrimer les moyens déployés aux attentes des productrices et producteurs.

Les principaux outils utilisés durant la période comprennent le site web producteursdepommesduquebec.ca, qui agit comme une véritable bibliothèque d'information pour les productrices et producteurs en centralisant les documents, références et contenus utiles au secteur. Une refonte du site est en cours depuis 2025 afin de rendre l'information plus accessible, d'améliorer la navigation et d'offrir une meilleure expérience utilisateur. La nouvelle version devrait être officiellement en ligne d'ici l'automne 2026. S'ajoutent à cela le *Bulletin aux pomiculteurs*, diffusé mensuellement par courriel à l'ensemble des producteurs et intervenants, ainsi que le *Bulletin express* pour les informations urgentes, communiqué aux productrices et producteurs de pommes uniquement. De plus, les PPQ transmettent des courriels ciblés par groupes d'envoi et des courriels individuels liés notamment aux dossiers confidentiels tels que les avis de cotisation, permis ou sondages.

La réflexion amorcée en 2024 a aussi porté sur l'usage de canaux numériques complémentaires, dont un groupe privé Facebook pour les administrateurs au C.A. élargi, un groupe privé Facebook ouvert à tous les producteurs, une chaîne YouTube, une page X et une page LinkedIn, chacun étant associé à des usages précis selon le public visé et la nature de l'information à transmettre. Un tableau synthèse de cette démarche, présentant la stratégie de communication interne 2024 : principaux outils, usages, fréquences et publics visés figure à l'ANNEXE G. L'objectif est de définir le rôle propre de chaque canal afin d'éviter le dédoublement et d'assurer une utilisation coordonnée.

Les PPQ ont aussi développé des outils ciblés afin de mieux informer les productrices et producteurs sur certains sujets clés. Plus précisément, deux outils pédagogiques ont été produits : un dépliant sur la contribution et une fiche synthèse sur la Convention 2025-2027. Le premier, un dépliant sur la contribution,⁶ a été élaboré pour expliquer de façon accessible la portée collective de cette contribution et les services qu'elle soutient, notamment en matière de mise en marché, d'information sur les marchés, de représentation et d'appui aux productrices et producteurs. Le second, un document d'une page sur la Convention de mise en marché des pommes 2025-2027⁷ a été conçu pour vulgariser les principaux droits

⁶ <https://producteursdepommesduquebec.ca/actualites/votre-contribution-un-investissement-dans-la-force-collective/>

⁷ <https://producteursdepommesduquebec.ca/actualites/votre-convention/>

et obligations des productrices et producteurs, les règles applicables aux agents autorisés, les modalités de paiement, de transport, de classement et les contributions exigibles.

Les activités de formation ont aussi occupé une place importante dans les communications des PPQ. En 2025, une série de webinaires gratuits ont été offerts avec la collaboration d'experts de l'Institut de recherche et de développement en agroenvironnement (IRDA), de l'Association des producteurs maraîchers du Québec (APMQ) et du Réseau d'expertise en innovation horticole (REIH) sur des sujets comme la rotation des fongicides, l'efficacité de la pulvérisation en vergers commerciaux, la mise en marché collective, les homologations phytosanitaires et la veille technologique. Ces webinaires, disponibles ensuite en rediffusion sur la chaîne YouTube des PPQ⁸, ont permis de rendre plus accessibles des contenus techniques et stratégiques utiles à la prise de décision. Cette approche s'est poursuivie en 2026 avec d'autres activités de formation et de vulgarisation mobilisant des experts autour d'enjeux sectoriels prioritaires. Bien qu'ils soient des séances de formation, ces webinaires constituent également un volet important de la stratégie de communication de l'Office.

Les indicateurs de réalisation retenus pour la période étaient : le nombre de publications, le taux d'ouverture des infolettres, la portée numérique, la participation aux formations, et la fréquence d'utilisation des outils numériques.

La portée des actions de communication se reflète ainsi dans la régularité et le volume des contenus diffusés. À titre d'exemple, en 2024-2025, les PPQ ont publié 9 numéros du *Bulletin aux pomiculteurs*, 23 *Bulletins express*, 15 communiqués et 17 éditions de *l'Info-marchés+*. Ces contenus ont permis de diffuser efficacement auprès des membres, des intervenants et des partenaires, des informations essentielles sur les marchés, les prix, l'entreposage, les agents autorisés, les formations, les programmes de subvention et les estimations de récolte. Tous les documents transmis par courriel, à l'exception des communiqués de prix, sont également rendus accessibles sur le site des PPQ⁹, où ils sont mis à jour régulièrement. Le site continue d'ailleurs de bien remplir sa mission informationnelle : en 2024-2025, il a généré 63 842 pages vues, avec 6,3 vues par session, une durée moyenne d'engagement de 1 min 52 secondes et un taux d'engagement de 61,1 %. Ces indicateurs témoignent d'une utilisation active du site par les producteurs et intervenants.

Promotion des marchés

Les PPQ déploient des actions de promotion collective afin de soutenir la demande, de renforcer le positionnement des pommes du Québec et de contribuer à une mise en marché efficace et ordonnée du produit visé par le Plan conjoint. Au cours de la période 2019-2024, les campagnes publicitaires ont évolué d'un objectif centré sur la notoriété de la marque Pommes Qualité Québec et de son logo vers une approche davantage axée sur les comportements d'achat et de consommation, visant à inciter le public à choisir les pommes du Québec plutôt que les pommes importées, à en acheter plus souvent et à les intégrer davantage à leur alimentation.

Objectifs promotionnels

Pour la période, les principaux objectifs de promotion ont été les suivants :

- Accroître les parts de marché des pommes du Québec;
- Faire connaître et reconnaître la marque et le logo Pommes Qualité Québec;
- Inciter les consommateurs à privilégier les pommes du Québec plutôt que les pommes importées;
- Stimuler la consommation et ramener à l'achat les consommateurs occasionnels;
- Mettre en valeur la polyvalence de la pomme du Québec, notamment en cuisine, afin d'en favoriser une consommation à l'année.

Principaux moyens déployés

Bien que les modalités aient évolué, les initiatives de promotion se sont appuyées de manière constante sur un mix média intégré. De fait, les PPQ ont eu recours à des moyens variés et complémentaires :

- Des campagnes publicitaires multicanales, d'abord en web, sur les réseaux sociaux et à la télévision, puis de plus en plus recentrées sur le numérique;

⁸ <https://www.youtube.com/@lesppq>

⁹ <https://producteursdepommesduquebec.ca/>

- La promotion du logo Pommes Qualité Québec et la visibilité en magasin, incluant le suivi de sa présence dans les circulaires;
- Des contenus numériques, des recettes et l’animation des réseaux sociaux, avec un accent accru sur des formats plus engageants;
- Des partenariats promotionnels, notamment avec Aliments du Québec;
- Des activités de lancement de saison et de mise en valeur de l’autocueillette, des marchés de proximité et des pommes fraîches du Québec vendues en épicerie;
- Le déploiement, à partir de 2024, de la campagne publicitaire « Cuisine ta pomme », qui met de l’avant la pomme du Québec comme aliment polyvalent, simple et actuel, à consommer toute l’année.

Les moyens numériques ont aussi été déployés en appui au site web lapommeduquebec.ca, qui occupe une place centrale dans l’écosystème promotionnel des PPQ. Le site agit comme vitrine de contenus, de recettes, d’information variétale et de référencement pour l’autocueillette, en complément direct des campagnes publicitaires et des actions de rayonnement. Contrairement au site institutionnel des PPQ, cette plateforme vise spécifiquement le public consommateur.

L’infolettre consommateur contribue également à fidéliser le public en relayant recettes, contenus saisonniers et messages promotionnels auprès d’une clientèle engagée. Les PPQ avaient déjà structuré cet outil avec quatre envois par année, pour environ 111 000 courriels en moyenne par envoi et un taux d’ouverture moyen de 20,35 %. En 2021-2022, l’ajout d’une case d’abonnement au formulaire d’inscription en ligne, combiné à un concours sur Facebook, a facilité l’adhésion à l’infolettre et contribué à bonifier la liste d’abonnés. Cette optimisation répond à l’objectif de croissance de la base d’abonnés et de fidélisation du public.

Un tableau synthèse des objectifs, des moyens, des investissements et des résultats obtenus par année de commercialisation est présenté à l’ANNEXE H.

Le budget consacré à la promotion demeure toutefois limité, notamment en raison de l’érosion du dollar au cours des dernières années, qui a réduit le pouvoir d’achat des PPQ sur le plan média. Dans ce contexte, la contribution d’Aliments du Québec est venue soutenir de façon appréciable les efforts promotionnels des pommes du Québec, particulièrement à la suite de la fin de la participation de l’AEPQ au financement de campagnes communes de promotion. Cet appui demeure toutefois tributaire des fonds publics, ce qui en fait une source de financement utile, mais non garantie à long terme.

Indicateurs complémentaires et niveaux de réalisation

Les indicateurs utilisés pour mesurer la performance des campagnes étaient : le nombre d’impressions publicitaires, la visibilité du logo PQQ dans les circulaires, la fréquentation du site lapommeduquebec.ca, et les résultats des sondages Léger. Les résultats obtenus au cours de la période sont présentés dans la section suivante.

Les impressions publicitaires constituent un indicateur utile de portée, mais elles doivent être interprétées avec prudence, puisqu’elles varient selon les budgets investis, les canaux utilisés et les formats retenus d’une année à l’autre. Les PPQ suivent donc aussi des indicateurs complémentaires, notamment la fréquentation du site web, l’engagement sur les réseaux sociaux, la performance de l’infolettre consommateur, la présence du logo dans les circulaires, ainsi que la notoriété de la campagne publicitaire et de la marque mesurée par Léger Marketing. La compilation de la présence du logo Pommes Qualité Québec et de celui d’Aliments du Québec dans les circulaires des principales bannières est d’ailleurs réalisée depuis plus de dix ans.

En complément des campagnes publicitaires, lapommeduquebec.ca constitue une plateforme importante de rayonnement et de conversion. En 2021-2022, le site a généré 371 410 visiteurs uniques, 485 209 visites et 833 519 pages vues. La section Recettes demeurait la plus consultée, avec plus de 416 000 pages vues, ce qui confirme l’intérêt des consommateurs pour des contenus pratiques et inspirants appuyant la consommation de pommes du Québec. Les actions de développement des marchés dans le réseau HRI se sont également poursuivies, notamment avec 25 formations offertes à 469 étudiants dans 15 écoles québécoises, ce qui a permis de sensibiliser de futurs professionnels à l’utilisation et à la mise en valeur des pommes du Québec par ce secteur.

Les sondages Léger Marketing permettent pour leur part d'évaluer l'effet des campagnes publicitaires sur la perception et la notoriété. En 2021-2022, 93 % des répondants exposés ont indiqué que les publicités avaient amélioré leur perception des Pommes Qualité Québec, et 56 % ont affirmé y avoir appris un élément nouveau. Les résultats montrent par ailleurs que la notoriété de la campagne publicitaire et de la marque a fluctué au cours de la période, ce qui confirme l'importance de maintenir des efforts soutenus et cohérents pour renforcer la reconnaissance du logo et la préférence pour les pommes du Québec. Les données plus récentes laissent toutefois entrevoir une notoriété plus stable, même si un travail demeure nécessaire pour continuer à la faire progresser.

Cette stabilité ne se traduit toutefois pas encore pleinement par un repérage facile en magasin. Selon le sondage Léger 2024, seulement 38 % des répondants jugent facile d'identifier les Pommes Qualité Québec en magasin (8 % très facile; 30 % plutôt facile), un résultat en baisse par rapport à 2023. Ce constat rejoint les enjeux soulevés concernant l'uniformisation de la marque et l'identification du produit québécois, et confirme que la visibilité au point de vente demeure un enjeu important. Les PPQ poursuivent donc leurs représentations auprès des emballeurs et des détaillants afin d'explorer, à moyen ou à long terme, la possibilité d'une image de marque plus uniforme pour Pommes Qualité Québec, au bénéfice de l'ensemble de la catégorie. Pour l'Office, la stratégie de renforcement de la marque PQQ repose ainsi sur trois axes : (a) une visibilité accrue en magasin, (b) des campagnes ciblées soulignant la valeur du produit local, (c) des représentations auprès des emballeurs afin d'accroître l'uniformité d'identification du produit. En attendant, les PPQ s'appuient également sur le logo Aliments du Québec, qui demeure un repère efficace pour faciliter l'identification des produits alimentaires québécois en épicerie.

Évolution récente

À partir de 2023-2024, la stratégie promotionnelle a évolué naturellement, orientée vers la polyvalence culinaire et le moment de décision d'achat, notamment grâce à la campagne publicitaire « Cuisine ta pomme » et à une présence accrue en circulaires numériques et en contenus recettes. Cette évolution vise à renforcer la pertinence des pommes du Québec dans le quotidien des consommatrices et des consommateurs, au-delà du seul réflexe d'achat local, tout en permettant aux PPQ d'optimiser leur présence média à moindre coût grâce à des outils numériques plus ciblés.

Recherche et développement

Comme présenté aux tableaux synthèses à l'ANNEXE I, les projets recensés au cours de la période témoignent d'une diversité d'initiatives, tant par les thématiques abordées que par les acteurs impliqués. Portés par une multitude d'intervenants du secteur pomicole, ces projets couvrent des domaines variés, allant de la phytoprotection à la mécanisation, en passant par la gestion des ressources, la qualité des fruits et l'innovation technologique. De fait, les PPQ collaborent avec de nombreux partenaires reconnus (IRDA, RECUPOM, CRAAQ, CETAB, etc.), dont les rôles sont détaillés dans les tableaux. Une liste complémentaire de projets pomicoles majeurs est également présentée en annexe. Le tableau expose, pour chaque projet, l'état d'avancement (en cours, complété, ou à poursuivre). Cette liste vise à illustrer l'ampleur et la diversité des initiatives menées dans le secteur. L'analyse des informations présentées dans les tableaux en annexe met en lumière plusieurs constats stratégiques clés.

D'abord, le développement durable s'impose comme un principe transversal, intégré à l'ensemble des projets. Ensuite, les changements climatiques agissent comme un moteur structurant des priorités de recherche, influençant autant les choix technologiques que les pratiques culturelles. On observe une progression des approches basées sur la donnée, notamment en matière de traçabilité, de géomatique et de suivi des pratiques. Enfin, le secteur amorce un passage vers une logique accrue de performance, axée sur l'efficacité, l'optimisation des ressources et le retour sur les investissements.

Au-delà du développement des connaissances, ces projets jouent un rôle clé dans le transfert technologique et l'adoption de pratiques durables auprès des productrices et producteurs. Ils contribuent ainsi à améliorer la performance globale du secteur, tant sur le plan économique qu'environnemental, tout en renforçant sa résilience.

Les investissements annuels associés à l'ensemble des activités de R&D au sein des PPQ sont également présentés à l'ANNEXE I. Les montants investis par les partenaires du secteur (IRDA, MAPAQ, FADQ, etc.) sont indiqués dans le tableau intitulé « Investissements et appuis gouvernementaux en R&D ». Ces éléments mettent en évidence la dépendance importante du secteur aux financements publics pour le développement et la mise en œuvre de projets de recherche, essentiels à l'évolution et à la compétitivité de la filière.

Mesures pour faire face aux risques climatiques

Les PPQ explorent des mesures pour faire face aux risques climatiques de manière proactive et structurée. L'analyse des projets de recherche et d'innovation démontre que les enjeux climatiques ont été intégrés comme un axe central de la stratégie de recherche. On observe une transition d'une approche réactive, centrée sur la gestion des impacts, vers une approche proactive reposant sur l'anticipation, l'adaptation et l'optimisation des pratiques.

Un effort important est consacré à la recherche et à l'acquisition de connaissances, par exemple par l'identification des risques climatiques selon les régions de production, l'analyse des impacts des aléas climatiques et le suivi de l'évolution des ravageurs. Ces travaux permettent de mieux comprendre les dynamiques et d'anticiper leurs effets sur la production pomicole.

Parallèlement, les PPQ soutiennent l'adaptation des pratiques agricoles. Cela inclut l'optimisation de l'irrigation, l'adaptation des variétés à travers les essais du RECUPOM et les ajustements des pratiques culturales. Ces actions visent d'emblée à réduire la vulnérabilité des vergers face aux changements climatiques. Les initiatives s'inscrivent également dans une logique de réduction des risques agroenvironnementaux, notamment par l'amélioration des pratiques de pulvérisation, la réduction de l'utilisation des intrants et la gestion des résistances aux pesticides.

En complément, le développement d'outils et de données joue un rôle central. La traçabilité, la collecte de données terrain et la mise en place d'un inventaire des vergers permettent d'appuyer une prise de décision plus éclairée.

Finalement, l'innovation technologique contribue assurément à renforcer la capacité d'adaptation du secteur. De plus, le recours éventuel à des outils de dépistage automatisé ainsi qu'à des solutions de robotisation et de mécanisation permettra d'améliorer l'efficacité des opérations dans un contexte de changements climatiques et de contraintes croissantes.

Soutien aux entreprises

Les PPQ offrent un soutien aux productrices et producteurs qui se caractérise par sa nature technique, structurante et collective. Ce soutien ne repose pas sur une aide financière directe, mais plutôt sur la mise en place de mécanismes favorisant l'adaptation du secteur aux enjeux climatiques et l'amélioration des pratiques culturales. Ce modèle de soutien repose sur une approche organisée et cohérente, combinant transfert de connaissances, accompagnement technique et structuration du secteur. Il permet de réduire les risques liés à l'adoption de nouvelles pratiques, tout en favorisant une diffusion rapide des innovations à l'échelle provinciale.

Les PPQ jouent ainsi un rôle de facilitateur et de catalyseur, en renforçant la capacité des productrices et des producteurs à améliorer la performance globale de leurs entreprises tout en s'adaptant aux changements climatiques. Ceci traduit une volonté d'accompagnement du secteur, dotée d'une logique plus large de transformation durable de la pomiculture québécoise.

Stratégie de développement durable

Les priorités identifiées dans la Stratégie d'adaptation aux nouvelles réalités économiques, technologiques et climatiques, proposée par les PPQ en 2023, sont cohérentes et bien définies. En contrepartie, les projets de recherche et d'innovation sont alignés avec ces priorités, et l'ensemble des actions s'inscrit dans une vision globale du développement du secteur pomicole. Cette cohérence témoigne d'une planification intégrée, malgré l'absence d'un cadre formel explicite.

Les priorités de recherche jouent un rôle central et peuvent être considérées comme une véritable feuille de route stratégique. Les priorités identifiées en 2023 sont cohérentes et bien définies. Elles permettent d'orienter les initiatives, de structurer les investissements et de répondre de manière ciblée aux principaux enjeux du secteur, notamment en matière d'adaptation aux changements climatiques, d'innovation et de performance économique.

Les priorités sont ensuite mises à jour annuellement, élaborées par les membres du comité recherche et validées par le C.A., ce qui renforce leur légitimité et leur ancrage dans les besoins du secteur. Elles contribuent aussi à assurer une cohérence d'ensemble, en évitant la dispersion des projets de recherche, en définissant des objectifs clairs et en orientant les parties prenantes externes dans l'élaboration d'initiatives pertinentes et utiles pour la filière.

Les plus récentes priorités de recherche de l'Office se déclinent en six champs d'action principaux :

1. Optimisation de l'irrigation goutte-à-goutte et du diagnostic sol/eau;
2. Développement d'un protocole de dépistage harmonisé et automatisé;
3. Traçabilité des pratiques culturales et impacts sur la qualité des fruits;
4. Inventaire des vergers et mise à jour régulière;
5. Étude du développement de la résistance aux pesticides;
6. Mécanisation et robotisation des tâches.

À ces priorités s'ajoutent des éléments transversaux essentiels, soit l'intégration d'indicateurs financiers et de retour sur investissement (ROI), permettant d'évaluer la rentabilité des innovations, ainsi que le renforcement du transfert de connaissances afin d'assurer l'adoption des pratiques par les entreprises pomicoles.

Dans l'ensemble, ces objectifs s'inscrivent dans une volonté de moderniser les vergers, de renforcer la résilience climatique et d'améliorer la performance économique du secteur pomicole, tout en s'inscrivant dans une logique de développement durable intégrant les dimensions environnementales, économiques et opérationnelles de la production.

Sur le plan environnemental, l'optimisation de la gestion de l'eau et de l'irrigation permet de mieux faire face aux aléas climatiques, tandis que les travaux sur l'évolution des ravageurs et la résistance aux pesticides favorisent des pratiques phytosanitaires plus durables et adaptées aux changements climatiques. Le développement de protocoles de dépistage des ennemis des cultures contribue également à des interventions plus ciblées, réduisant ainsi l'usage des intrants. La traçabilité des pratiques culturales permet de mesurer concrètement leurs impacts sur la qualité des fruits et la performance des vergers, tout en favorisant l'adoption de pratiques plus efficaces et durables. Enfin, l'intégration d'indicateurs de performance, notamment le retour sur l'investissement, assure que les innovations proposées sont à la fois durables et économiquement viables.

Rôle dans la filière

Les PPQ jouent un rôle stratégique central dans la structuration et le développement durable de la filière pomicole. Leur action s'articule autour de plusieurs fonctions complémentaires en matière de recherche et de transfert des connaissances.

D'abord, ils assurent une coordination sectorielle, en favorisant l'alignement des acteurs, incluant les producteurs, les chercheurs et les institutions. Ils contribuent également à structurer les pratiques à l'échelle du secteur, notamment par des initiatives telles que la production fruitière intégrée (PFI) et le Réseau d'avertissement phytosanitaire (RAP).

Ensuite, les PPQ jouent un rôle clé dans le pilotage de l'innovation. Ils participent à l'identification des priorités de recherche, orientent les projets en fonction des besoins du secteur et soutiennent la mise en œuvre d'initiatives structurantes. Par ailleurs, ils contribuent activement à la diffusion et à l'adoption des innovations, notamment par le transfert technologique et l'accompagnement des productrices et producteurs, facilitant ainsi l'intégration des nouvelles pratiques dans les entreprises pomicoles.

Enfin, leur action évolue vers une fonction plus globale de transformation du secteur. En structurant les priorités, en mobilisant les acteurs et en favorisant l'innovation, les PPQ agissent comme un moteur de transformation de la pomiculture québécoise vers des modèles plus durables et résilients.

Constats stratégiques clés

L'analyse des initiatives met en évidence plusieurs constats stratégiques. D'abord, le développement durable est pleinement intégré aux actions des PPQ et constitue un élément transversal à l'ensemble des projets. Les enjeux climatiques occupent également une place centrale et agissent comme moteur des priorités de recherche et d'innovation.

On observe par ailleurs une transition vers une approche basée sur les données, notamment à travers la traçabilité des pratiques, l'utilisation d'outils géomatiques et le suivi des performances en verger. Cette évolution s'accompagne d'un passage vers une logique de performance, où les décisions sont de plus en plus orientées par des indicateurs mesurables, tels que le retour sur l'investissement et l'efficacité des pratiques.

Les PPQ démontrent une maturité stratégique élevée, caractérisée par une approche proactive des risques climatiques, une intégration cohérente des principes de développement durable et un portefeuille de projets structuré et aligné avec les besoins du secteur. Leur capacité à coordonner les intervenantes et intervenants du milieu, à orienter l'innovation et à assurer le transfert des connaissances contribue à renforcer la résilience et la compétitivité de la filière.

Dans ce contexte, les PPQ structurent ainsi une transition vers une pomiculture plus résiliente, durable et innovante, en intégrant de manière cohérente les enjeux climatiques, économiques et technologiques dans l'ensemble de leurs activités.

Enjeux et opportunités pour la prochaine période

Les sections précédentes ayant décrit les actions mises en œuvre, la présente section expose les défis de manière prospective.

Production durable, équilibre de marché, rentabilité et repositionnement stratégique

Au cours de la prochaine période d'évaluation (2025-2026 à 2029-2030), la filière pomicole devra composer avec un contexte de marché profondément transformé, marqué par une intensification de la concurrence étrangère et par des dynamiques de consommation moins favorables. À l'échelle internationale, la production mondiale de pommes continue de croître, alors que le Canada et le Québec demeurent des joueurs marginaux, représentant à peine 0,39 % de la production mondiale. Cette réalité, combinée à l'abondance des récoltes dans les grandes régions productrices comme les États-Unis et l'Europe, accroît la pression des importations sur le marché québécois. Elle souligne également la nécessité, pour le Québec, d'améliorer son positionnement sur les marchés, où les opportunités dépendront surtout de la capacité du secteur à offrir des variétés recherchées par le public et à maintenir la qualité et la constance de l'offre. Dans ce contexte commercial nord-américain en évolution, l'Office priorise l'alignement des canaux de mise en marché, la différenciation par la qualité, la veille stratégique internationale et la promotion de l'achat local comme leviers pour maintenir la compétitivité québécoise.

Parallèlement, les données de consommation montrent une stagnation de la consommation de pommes fraîches, malgré la croissance d'autres catégories de fruits. Cette stagnation limite la capacité du marché intérieur à absorber les volumes de production, et renforce l'importance d'une segmentation plus fine de l'offre, notamment par le recours accru aux variétés en forte demande (Honeycrisp, Gala, Ambrosia, etc.) et par une meilleure adéquation entre les caractéristiques recherchées par les consommatrices et consommateurs (croquant, conservation, goût, praticité) et celles produites par les entreprises québécoises.

Ces conditions de marché, ainsi que le contexte économique et climatique, ont un impact direct sur les productrices et producteurs québécois : pression accrue sur les prix à la ferme, hausse généralisée des coûts de production (intrants, main-d'œuvre, modernisation des vergers), conditions de production changeantes, notamment en raison des aléas climatiques et des fluctuations de qualité, et volatilité plus marquée des revenus. Devant ces défis, l'Office juge essentiel de suivre de près la rentabilité de la production, entre autres par la mise à jour des études de coûts de production, la diffusion d'analyses de marché, et le développement d'outils d'aide à la décision permettant ainsi aux entreprises de mieux orienter leurs investissements, leurs choix variétaux et leurs stratégies de mise en marché.

Soulignons que la main-d'œuvre demeure un enjeu majeur, tant pour les travaux en verger que pour la récolte. Les PPQ continueront de soutenir la formation, de documenter les besoins des entreprises et de favoriser la diffusion d'outils permettant d'optimiser la mécanisation et les pratiques réduisant la dépendance du secteur à la main-d'œuvre.

Par ailleurs, il est essentiel de rappeler que le Québec bénéficie d'un atout stratégique important : la présence sur son territoire de deux entreprises d'importance pour valoriser la pomme de transformation localement, soit Lassonde (jus standard) et Les Vergers Leahy (compote), en plus d'un réseau dynamique de transformateurs artisanaux de jus et de cidres. Ce maillon contribue directement à l'équilibre général du marché en absorbant certains volumes lors des années de forte production et en facilitant l'écoulement des volumes déclassés, ce qui permet en retour de stabiliser les revenus des entreprises agricoles et de soutenir la valeur ajoutée globale du secteur. Les aléas climatiques plus fréquents, la variabilité accrue de la qualité des récoltes et les fluctuations de marché rendent encore plus nécessaire de préserver un secteur de la transformation en bonne santé financière, afin qu'il puisse continuer d'offrir une voie de commercialisation indispensable pour la viabilité économique de l'industrie. L'Office entend donc suivre de près l'évolution de ce maillon,

appuyer la concertation entre producteurs et transformateurs, et veiller à ce que le secteur de la transformation demeure en mesure d'assurer son rôle structurant dans l'équilibre global de la filière.

Dans un contexte où les États-Unis demeurent le principal partenaire commercial du Québec, mais également son principal concurrent, et dans un environnement où la libéralisation des échanges interprovinciaux est appelée à s'accroître, plusieurs défis et opportunités se dessinent. Parmi les défis, mentionnons :

- La compétitivité des prix face aux importations américaines (Gala, Fuji, Honeycrisp);
- La fluctuation des volumes importés au gré des récoltes américaines, qui influencent fortement les marchés;
- L'ouverture accrue des marchés interprovinciaux, favorisant la concurrence d'autres provinces productrices, dont plusieurs subventionnent leurs entreprises pomicoles respectives.

À ces défis s'ajoutent toutefois plusieurs opportunités réelles pour la filière, notamment :

- La demande croissante pour les produits locaux et la reconnaissance accrue des certifications de qualité;
- Le potentiel d'exportation vers certains marchés ciblés;
- La possibilité de renforcer la notoriété des variétés québécoises en s'appuyant sur la haute densité, la traçabilité et la qualité.

Ces constats prennent ici toute leur importance pour orienter les priorités de la prochaine période. Pour répondre aux défis à venir, l'Office entend mettre en place plusieurs moyens :

- ✓ Mieux aligner les canaux de commercialisation, notamment en renforçant l'analyse des débouchés interprovinciaux et internationaux;
- ✓ Renforcer la promotion de l'achat local, en mettant de l'avant les bénéfices économiques, sociaux et environnementaux de la production québécoise;
- ✓ Outiller davantage les entreprises, grâce à la veille stratégique (INFO-MARCHÉS, inventaires, tendances), à la diffusion de données économiques et à l'accompagnement en matière de choix variétaux;
- ✓ Continuer de soutenir la recherche agronomique, le développement des meilleures pratiques et le transfert des connaissances auprès des entreprises;
- ✓ Anticiper les déséquilibres potentiels, en suivant étroitement les estimations de récolte annuelles, l'évolution de la production mondiale et de la demande intérieure, ainsi que les impacts des politiques commerciales canado-américaines;
- ✓ Contribuer pleinement au bon fonctionnement des comités de prix (frais et transformation) afin que l'établissement des prix F.A.B. reflète rigoureusement l'ensemble des facteurs influents, soit les coûts de production, d'emballage et de manipulation, la concurrence interprovinciale et internationale, les conditions de marché, l'offre et la demande, ainsi que tout autre élément pertinent, dans le but de garantir des prix raisonnables et équitables pour les productrices et producteurs, ainsi que pour les autres acteurs de la filière.

De fait, en consolidant son rôle au sein des comités de prix, l'Office contribuera à une prise de décision plus transparente, mieux documentée et davantage alignée sur la réalité économique des entreprises, favorisant ainsi un encadrement cohérent et durable de la mise en marché.

Dans l'ensemble, l'enjeu de l'équilibre du marché pour la période 2025-2026 à 2029-2030 appelle à une approche intégrée, afin d'adapter la production aux attentes des consommatrices et consommateurs, consolider les positionnements concurrentiels, améliorer la résilience économique des entreprises et maintenir la compétitivité des pommes du Québec dans un marché en évolution.

Sur le plan du développement durable, la Stratégie d'adaptation aux nouvelles réalités économiques, technologiques et climatiques, proposée par les PPQ en 2023, bien que non formalisée sous forme de plan autonome, constitue à toutes fins pratiques la stratégie de développement durable de la filière. Elle oriente la recherche, les pratiques culturelles et la planification stratégique 2026-2030.

Fragmentation variétale, cannibalisation de l'offre et enjeux de positionnement

Un deuxième enjeu majeur pour la période 2025-2026 à 2029-2030 concerne la multiplication des variétés et la difficulté croissante de structurer une offre cohérente et compétitive. Depuis plusieurs années, la filière observe une tendance à la diversification accélérée des variétés plantées dans les vergers québécois. Le Portrait provincial des vergers 2023 montre

d'ailleurs une proportion croissante d'arbres associés aux nouvelles variétés, résultat d'un mouvement d'adaptation des entreprises aux attentes du consommateur moderne. Toutefois, si la modernisation des vergers est nécessaire, la sur-diversification constitue maintenant un risque réel.

La Table filière pomicole avait établi, lors de la journée de réflexion sectorielle de 2019, une orientation commune autour de trois variétés prometteuses : Honeycrisp, Gala et Ambrosia. Or, ces variétés sont aujourd'hui massivement produites en Ontario, dans l'État de Washington et ailleurs en Amérique du Nord, intensifiant la concurrence externe sur ces segments. La question stratégique demeure donc entière : quelles seront les variétés à cibler collectivement pour se démarquer durablement, tant localement qu'au niveau des exportations?

Parallèlement, plusieurs emballeurs ont progressivement orienté leurs propres stratégies vers des variétés exclusives, introduisant une multiplication rapide de variétés minoritaires dans les assortiments. Cette fragmentation complique la coordination sectorielle et contribue à une forme de cannibalisation commerciale, où chaque emballer tente de créer sa niche, au détriment d'une stratégie collective lisible. Les tendances de consommation aux États-Unis semblent démontrer que la prolifération des variétés génère de la confusion et détourne la clientèle vers d'autres catégories de fruits ou vers des options plus familières (Mack, 2024).

Ce phénomène est amplifié par la progression des variétés « club », qui sont des marques brevetées produites sous licence exclusive (ex. Pink Lady®, Jazz™, SweeTango®, SugarBee®).¹⁰ Bien qu'elles offrent un positionnement avantageux et un potentiel de rémunération plus élevé pour les entreprises qui en bénéficient, ces variétés créent également des inégalités d'accès, requièrent des investissements marketing significatifs et demeurent hors de portée de la majorité des productrices et producteurs. De plus, la multiplication crée un effet de dispersion des volumes pour certaines variétés.

Pour l'Office, cette situation soulève deux défis majeurs.

1. Un défi commercial : multiplier les variétés rend impraticable la promotion spécifique de chacune, fragmente les budgets de promotion et dilue l'impact des campagnes publicitaires génériques. À mesure que l'offre se diversifie, il devient difficile d'assurer une visibilité équivalente pour toutes les variétés, surtout quand plusieurs volumes sont insuffisants pour répondre aux exigences des acheteurs;
2. Un défi stratégique de filière : une offre trop morcelée nuit à la capacité de mener des initiatives collectives efficaces, complique la coordination intermaillons (producteurs-emballeurs-détaillants) et limite la possibilité de répondre à des appels d'offres exigeant des volumes constants et standardisés.

Dans ce contexte, les PPQ privilégieront, pour la prochaine période, une approche axée sur la valorisation générique de « la pomme du Québec », afin de renforcer la lisibilité de l'offre et de réduire les effets négatifs de la sur-diversification.

Cela implique :

- De réorienter la promotion collective vers l'identité territoriale, plutôt que vers des variétés individuelles;
- De maintenir un rôle actif au sein de la Table filière pomicole pour établir des orientations variétales communes, fondées sur la demande des consommatrices et consommateurs, la cohérence, les capacités de production et la concurrence nord-américaine;
- D'offrir une veille stratégique robuste pour appuyer les décisions variétales, permettant aux entreprises d'évaluer les opportunités réelles à long terme;
- De soutenir des initiatives qui favorisent une meilleure concentration des volumes, condition essentielle pour les marchés d'exportation et les grands détaillants.

Ce repositionnement est essentiel pour répondre aux préoccupations des acheteurs majeurs, notamment au phénomène documenté par Walmart (Mack, 2024), selon lequel une trop grande variété « fait fuir » le consommateur, et pour préserver la cohérence de la mise en marché collective.

Au final, la filière devra arbitrer entre innovation variétale et lisibilité commerciale, afin d'assurer la compétitivité durable des pommes du Québec.

¹⁰ Note : Le Québec développe aussi ses propres variétés club, telles que Orléans®, Rosinette® et Passionata®.

Représentativité, gouvernance et vie démocratique

Un troisième enjeu déterminant pour la prochaine période concerne la vie démocratique de l'Office et la représentativité des différents types d'entreprises au sein des instances décisionnelles. Conformément au Règlement sur le regroupement des producteurs de pommes en catégories, le secteur regroupe trois profils d'entreprises :

1. Les producteurs-emballeurs (PE);
2. Les producteurs qui livrent en vrac aux agents autorisés (PV);
3. Les producteurs qui vendent directement aux consommateurs (PC).

Ces catégories, qui structurent la gouvernance démocratique de l'Office, posent aujourd'hui des enjeux de représentativité accrue. De fait, les données les plus récentes illustrent clairement la diversité du secteur : sur 421 entreprises réparties dans les régions pomicoles du Québec, on compte 39 PE, 213 PV et 169 PC. Cette pluralité, bien que structurante pour la filière, pose un défi important : assurer que chacune de ces catégories trouve réellement sa voix dans le fonctionnement démocratique de l'Office.

Distorsions de représentation

Plusieurs éléments observés illustrent les limites de la structure actuelle. Lors de la dernière Assemblée générale annuelle des PPQ tenue le 27 janvier 2026, sur 86 producteurs votants (présentiel), 38 étaient représentés par procuration, soit 44 % des votes exprimés, ce qui soulève des enjeux quant à la robustesse du processus démocratique.

Au sein du Syndicat de la Vallée Montérégienne, la plus importante région pomicole du Québec, les élections régionales ont mené à un conseil composé de 4 producteurs-emballeurs sur 5 administrateurs, alors même que la région compte 16 PE, mais 66 PV et 37 PC. Cette situation questionne la représentativité réelle des catégories d'entreprises dans les instances régionales, compte tenu de la distribution réelle des catégories d'entreprises.

La résolution adoptée par ce même Syndicat, intitulée « Dénonciation de la gouvernance et modalité de suspension », reflète des tensions organisationnelles internes, même si l'Office ne partage pas les arguments et orientations avancés, mais prend acte des préoccupations exprimées.

Enfin, lors de l'AGA 2026 du Plan conjoint, l'adoption de la résolution visant à abolir les frais de mise en marché (voir section Mise en marché pour les détails opérationnels) et à essentiellement mettre fin à un outil collectif majeur (promotions ciblées – annexe H) est survenue dans un contexte où près de la moitié des votes provenaient de procurations. Cette résolution, déposée par un producteur-emballeur, a été acceptée malgré les enjeux de représentativité déjà soulevés.

Ces constats démontrent que la structure syndicale et décisionnelle actuelle n'est plus pleinement adaptée à la diversité du secteur, et que des risques réels pèsent sur la légitimité et l'efficacité de la mise en marché collective si ces questions ne sont pas abordées. L'enjeu central est de protéger l'équilibre démocratique pour préserver une mise en marché efficace et ordonnée.

Protéger l'équilibre démocratique pour préserver l'efficacité de la mise en marché collective

Pour l'Office, l'enjeu dépasse la participation aux assemblées. Il s'agit désormais de garantir que toutes les catégories d'entreprises : petites, moyennes, grandes, spécialisées en ventes directes, en vrac ou en emballage, soient adéquatement représentées.

La diversité des modèles d'affaires (autocueillette, marchés de proximité, livraison en vrac, emballage à grande échelle, transformation) entraîne des intérêts et des besoins différents, mais complémentaires.

Une gouvernance efficace devrait permettre d'équilibrer ces intérêts afin de préserver la cohésion sectorielle, la crédibilité des décisions collectives et la légitimité des outils de mise en marché.

Or, l'abolition potentielle des frais de mise en marché, un outil essentiel pour gérer les surplus et stabiliser les marchés lors des années de récoltes abondantes, illustre les conséquences possibles d'un déséquilibre représentatif : des décisions peuvent être prises qui compromettent la capacité de l'Office à remplir son mandat d'assurer une mise en marché juste, efficace et ordonnée.

Position de l'Office pour la période 2025-2026 à 2029-2030

Face à ces enjeux, l'Office entend :

- Revoir sa structure de gouvernance, incluant les modalités de représentation régionale et les règles de décision, afin d'assurer une meilleure prise en compte des trois catégories d'entreprises définies par le Règlement;
- Analyser les mécanismes de vote et l'usage des procurations, pour s'assurer que la participation reflète réellement la voix des entreprises et non un regroupement disproportionné des mandats;
- Renforcer la représentativité dans les comités, afin que les décisions collectives tiennent compte de la pluralité des modèles d'affaires;
- Évaluer les impacts de l'abolition des frais de mise en marché, en considérant les implications sur la capacité future du secteur à gérer des surplus, soutenir les prix et assurer l'équité entre producteurs;
- Mener, au besoin, une révision du cadre syndical, en collaboration avec les syndicats régionaux, pour moderniser les règles de représentation, favoriser la participation active et soutenir l'unité sectorielle.

En somme, l'enjeu de la représentativité et de la vie démocratique est fondamental pour la prochaine période. Il conditionne la capacité de l'Office à maintenir un cadre collectif robuste, à protéger l'intérêt commun malgré la diversité des entreprises, et à garantir que les outils de mise en marché demeurent efficaces, légitimes et au service de toute la filière, et non seulement d'une catégorie d'acteurs.

Conclusion

Au terme de la présente évaluation périodique, il ressort que les Producteurs de pommes du Québec ont assuré, pour l'ensemble de la période 2019-2024, une mise en marché ordonnée, efficace et adaptée aux réalités changeantes du secteur. Dans un contexte marqué par une variabilité climatique accrue, des pressions concurrentielles internationales, une évolution rapide des préférences de consommation et une transformation profonde des vergers, l'Office a maintenu une action constante et structurante en faveur de la cohésion de la filière et de la stabilité des marchés. De fait, les PPQ ont mené de nombreuses autres actions transversales en représentation, soutien aux entreprises, développement numérique et transfert de connaissances qui ont contribué à la stabilité et à la compétitivité du secteur.

Les interventions réalisées, qu'il s'agisse de l'intelligence de marché, de la coordination des périodes de mise en marché, du soutien aux outils collectifs, du déploiement d'initiatives de promotion, de la recherche appliquée ou de la concertation sectorielle, ont permis de guider les entreprises pomicoles dans leurs décisions, de soutenir la valeur du produit québécois et de préserver l'équilibre de marché. La Table filière pomicole du Québec s'est également dotée d'un cadre stratégique renouvelé pour 2026-2030, confirmant une volonté commune d'innover, de moderniser les vergers et de renforcer la résilience du secteur face aux défis économiques, technologiques et climatiques.

L'exercice a aussi mis en lumière certains enjeux qui appellent une attention particulière pour la prochaine période, notamment la compétitivité face aux importations, la fragmentation du marché, la rentabilité des entreprises, la représentativité démocratique et la pérennité des mécanismes collectifs de mise en marché. L'Office entend y répondre en consolidant son rôle au sein des comités de prix, en contribuant à la mise en œuvre de la planification stratégique, en modernisant ses processus internes et en poursuivant son accompagnement des entreprises, toujours dans une logique de transparence, d'équité et de service à l'ensemble des productrices et producteurs.

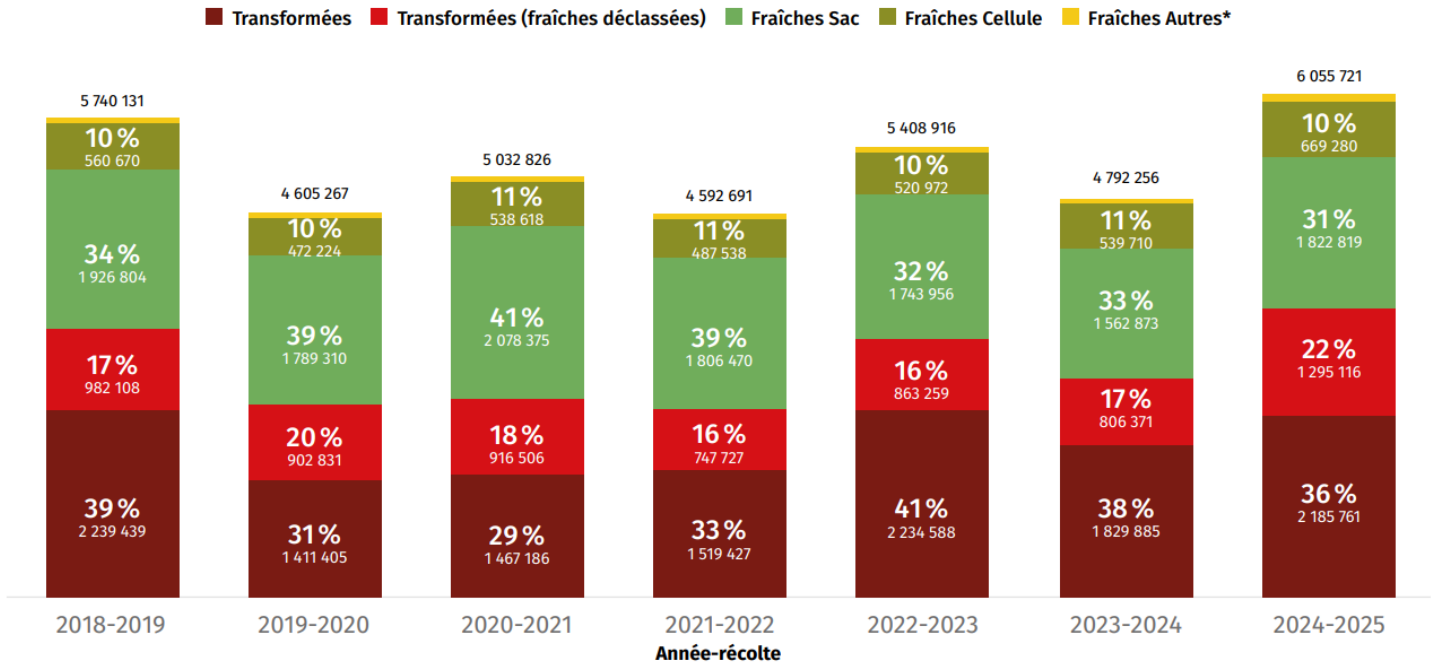
En somme, les PPQ réaffirment que le Plan conjoint demeure un outil indispensable pour assurer la fluidité des marchés, stabiliser les revenus, soutenir l'innovation et préserver la vitalité de l'ensemble de la filière pomicole québécoise. L'Office poursuivra son mandat avec rigueur et ouverture, en collaboration avec les partenaires du milieu, afin de continuer à servir l'intérêt collectif et à soutenir la croissance durable des entreprises pomicoles du Québec.

Références complémentaires

- Agricorp (2024). *Initiative Cultiver pour l'avenir*. <https://www.agricorp.com/fr-ca/Programs/growing-future-opportunities-initiative/Pages/Overview.aspx>
- Chouinard, G.; Pelletier, F. Vincent, C. (2021). *Pest Activity and Protection Practices: Four Decades of Transformation in Quebec Apple Orchards*. *Insects* 2021, 12, 197. <https://doi.org/10.3390/insects12030197>.
- Forest Lavoie Conseil et Centre d'études sur les coûts de production en agriculture (FLC et CECPA, 2024). *Portrait provincial des vergers de pommiers*. Rapport final et présentation lors de l'Assemblée générale des Producteurs de pommes du Québec, le 25 janvier 2024, issus d'un projet financé grâce au Programme d'appui au secteur pomicole visant l'amélioration de la rentabilité et des pratiques agroenvironnementales de La Financière agricole du Québec.
- Gouvernement du Nouveau-Brunswick (2024). *Programme de développement de l'industrie pomicole*. Ministère de l'Agriculture, de l'Aquaculture et des Pêches (AAP), 5p.
- Investment Agriculture Foundation of BC (IAF, 2024). *Perennial Crop Renewal Program*. <https://iafbc.ca/pcrp/>
- Larue, Bruno et Alan P. (2024). *Climate change, production and trade in apples*. *Canadian Journal of Agricultural Economics*: Volume 72, Issue 3, September 2024, p. 325-346. <https://doi.org/10.1111/cjag.12367>
- Les Producteurs de pommes du Québec (PPQ, 2021). *Rapport annuel 2019-2020*. <https://producteursdepommesduquebec.ca/wp-content/uploads/2020/12/Rapport-annuel-2020-PPQ-web.pdf>
- Les Producteurs de pommes du Québec (PPQ, 2022). *Rapport annuel 2020-2021*. <https://producteursdepommesduquebec.ca/wp-content/uploads/2021/12/rapport-annuel-20-21-VF-avecPUB-1.pdf>
- Les Producteurs de pommes du Québec (PPQ, 2023). *Rapport annuel 2021-2022*. <https://producteursdepommesduquebec.ca/wp-content/uploads/2022/12/ppq-ra2022-final-web.pdf>
- Les Producteurs de pommes du Québec (PPQ, 2024). *Rapport annuel 2022-2023*. <https://producteursdepommesduquebec.ca/wp-content/uploads/2023/12/ppq-ra2023-final-web.pdf>
- Les Producteurs de pommes du Québec (PPQ, 2025). *Rapport annuel 2023-2024*. <https://producteursdepommesduquebec.ca/wp-content/uploads/2024/10/ppq-ra2024-vfinal-web.pdf>
- Les Producteurs de pommes du Québec (PPQ, 2026). *Rapport annuel 2024-2025*. <https://producteursdepommesduquebec.ca/wp-content/uploads/2025/12/ppq-ra2025-final-web.pdf>
- Mack, Carrie. (2024, août). *The Customer Still Remains the Ultimate Decision-Maker, How to Service the Evolving Expectations* [Conférence]. USA Apple Outlook, Chicago. https://usaa.memberclicks.net/assets/2024/Outlook2024/Presentations/CarrieMack_Walmart.pdf
- Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ, 2021). *Portrait de la production de pommes au Québec*. *Bioclips*, 29(7).
- Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec, Ministère de l'Environnement, de la Lutte contre les changements climatiques, de la Faune et des Parcs, Institut national de santé publique du Québec (MAPAQ, MELCCFP, INSPQ, 2024). *Production fruitière intégrée*. <https://www.sagepesticides.qc.ca/>
- Qian, B.; Jing, Qi; Bélanger, Gilles; Jégo, Guillaume; Smith, Ward; VanderZaag, Andy; Shang, Jiali; Liu, Jianguo; Grant, Brian et Crépeau, Marianne (2025). *Projected changes in risks of winter damage to fruit trees and plant hardiness zones in Canada*. *Canadian Journal of Plant Science*, Volume 105: 9 January 2025 <https://doi.org/10.1139/cjps-2024-0178>

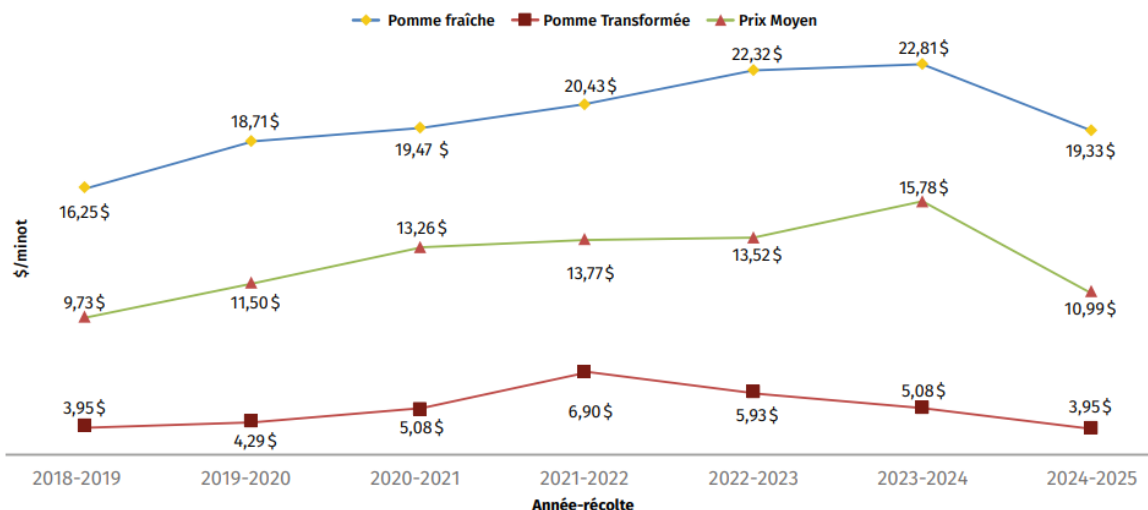
ANNEXES

ANNEXE A : Volumes de pommes tardives mises en marché entre les années 2018 et 2024, excluant les ventes directes aux consommateurs par type de marché



* Fraîches autres : Pommes de catégories Canada Commerciales et Pompouce. Vu les petites quantités, les données ne sont pas affichées dans le graphique.
 Transformatées totales : Jus standard, jus opalescent, cidre, pommes à chevreuil et transformation à la ferme.
 Source : Base de données des PPQ

ANNEXE B : Prix moyens payés aux producteurs du Québec pour la pomme fraîche, la pomme transformée ainsi que le prix global obtenu pour les années-récoltes 2018 à 2024



Pommes fraîches

0,46 \$/lb (19,33 \$/minot)

prix moyen obtenu

- 15 %

prix moyen obtenu
par rapport à 2023-2024

- 14 %

par rapport à la moyenne olympique
10 ans³

Pommes transformées

0,09 \$/lb (3,95 \$/minot)

prix moyen obtenu

- 22 %

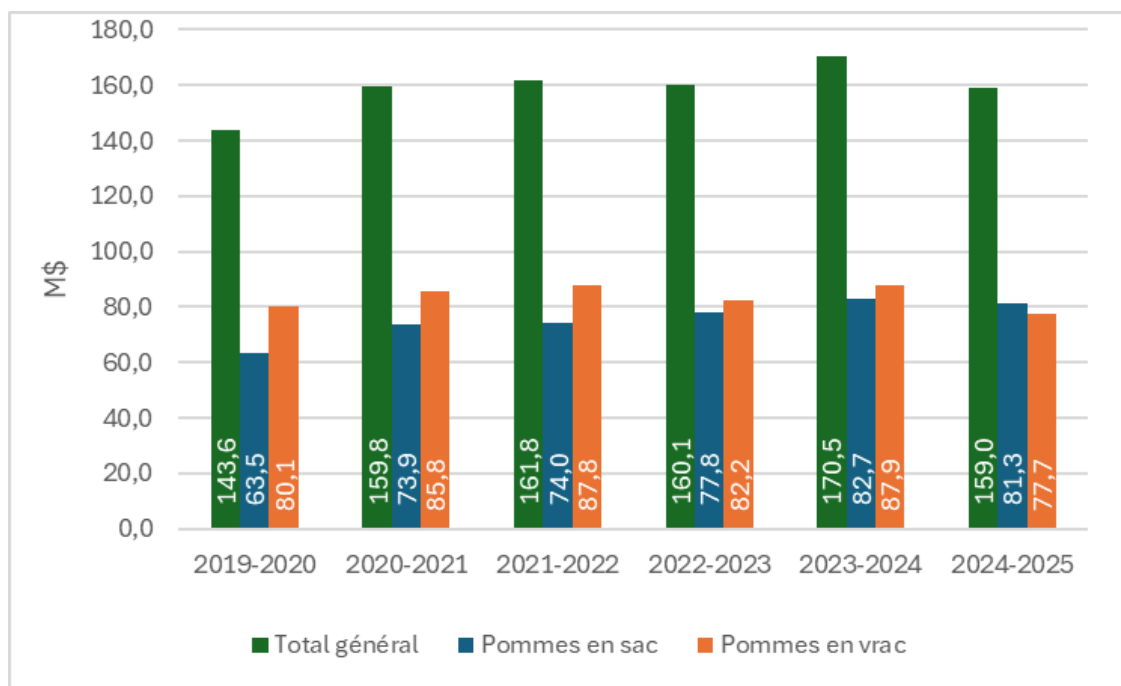
prix moyen obtenu
par rapport à 2023-2024

- 32 %

par rapport à la moyenne olympique
10 ans³

Les données pour l'année-récolte 2024-2025 ont été comptabilisées le 15 décembre 2025. Les volumes antérieurs peuvent différer en raison de déclarations de producteurs reçues après la comptabilisation des données.
Source : Base de données des PPQ

ANNEXE C : Ventes de pommes, toutes origines confondues, dans les supermarchés du Québec



Source : Nielsen Consumer LLC

ANNEXE D : Bilan de la Planification stratégique 2018-2022

Actions pertinentes liées à la production

Actions pertinentes liées au rendement

Actions pertinentes liées à l'adéquation entre les besoins des transformateurs, des emballeurs et des préférences des consommateurs

Plan stratégique de la filière pomicole 2018 - 2022

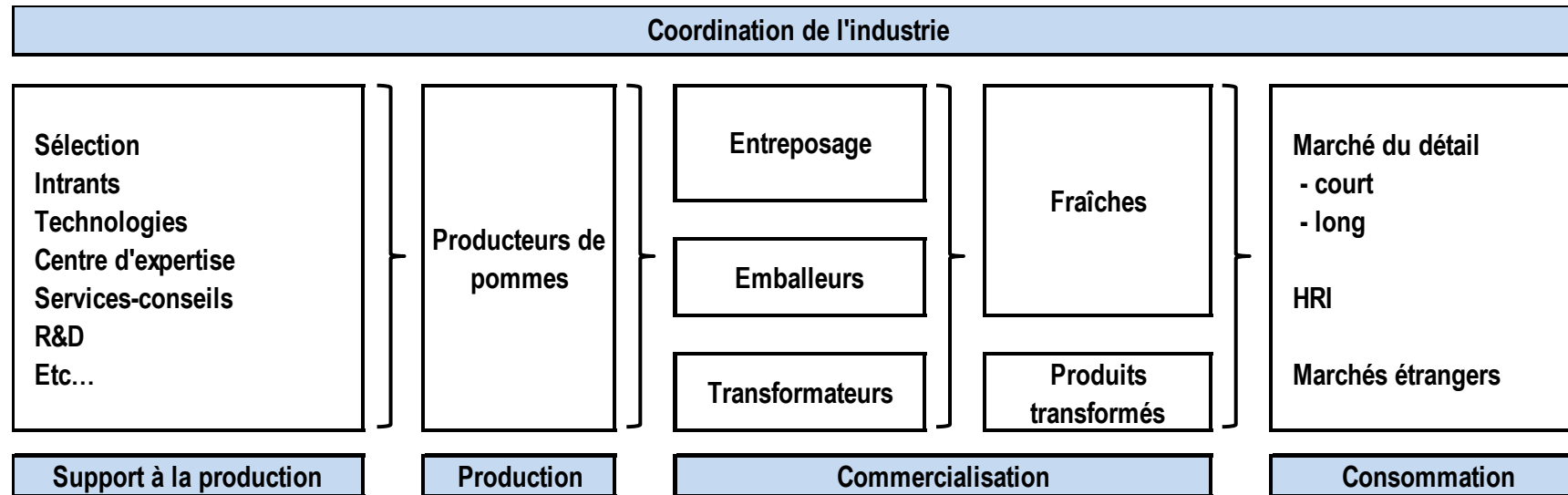
Bilan des réalisations pour la période 2018-2024

Mise à jour : Août 2024

Table des matières

Cadre d'analyse de la filière pomicole québécoise	1
Vue d'ensemble du plan stratégique	2
Cible 1 : Connaissance des besoins du marché, positionnement et promotion	3
Cible 2 : Variétés prometteuses et modernisation des vergers.....	7
Cible 3 : Commercialisation, emballage et transformation.....	10
Cible 4 : Soutien et production pomicole	12
Cible 5 : Coordination sectorielle et support de l'État	15
La mission et la vision de la filière pomicole	19
Annexe.....	20
Diagnostic des forces, faiblesses, opportunités et menaces de la filière pomicole québécoise	20

Cadre d'analyse de la filière pomicole québécoise



Vue d'ensemble du plan stratégique

Cibles	Cible 1 : Connaissance des besoins du marché	Cible 2 : Variétés prometteuses et modernisation des vergers	Cible 3 : Commercialisation, emballage et transformation	Cible 4 : Soutien et production pomicole	Cible 5 : Coordination sectorielle et support de l'État
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> Améliorer les connaissances sur les tendances de consommation et les besoins du marché pour les pommes fraîches et transformées 	<ul style="list-style-type: none"> Mettre en place une stratégie sectorielle pour la sélection de variétés prometteuses pour le marché long¹ 	<ul style="list-style-type: none"> Maintenir la compétitivité et la capacité d'innovation du secteur de l'emballage 	<ul style="list-style-type: none"> Développer une offre-conseil adaptée pour appuyer l'amélioration de la rentabilité des entreprises et soutenir la modernisation des vergers 	<ul style="list-style-type: none"> Assurer la cohésion sectorielle et la communication entre les maillons et les acteurs de la filière
	<ul style="list-style-type: none"> Assurer la mise à jour des stratégies de promotion et de communication en fonction du positionnement choisi pour les pommes fraîches 	<ul style="list-style-type: none"> Adopter une stratégie pour accélérer la modernisation des vergers en phase avec les besoins du marché 	<ul style="list-style-type: none"> Optimiser la valeur et la qualité des pommes entreposées 	<ul style="list-style-type: none"> Accroître l'efficacité de la main-d'œuvre 	<ul style="list-style-type: none"> Connaître les retombées économiques du secteur pomicole sur l'économie québécoise
	<ul style="list-style-type: none"> Poursuivre les démarches visant à accroître les parts de marché des Pommes Qualité Québec commercialisées au détail et dans le réseau HRI 	<ul style="list-style-type: none"> Adapter la stratégie de commercialisation pour introduire les variétés sélectionnées 	<ul style="list-style-type: none"> Innover dans la transformation et les produits transformés 	<ul style="list-style-type: none"> Maintenir un rôle proactif de la R&D à l'échelle québécoise et canadienne afin de maximiser les retombées 	<ul style="list-style-type: none"> Assurer une veille des stratégies d'accroissement de la compétitivité mises en œuvre par les régions productrices hors Québec, notamment en ce qui concerne les maillons de la recherche et développement, du support à la production, de la production, de l'emballage, la transformation, l'entreposage, la mise en marché et du support accordé par l'État
	<ul style="list-style-type: none"> Préserver l'image « santé positive » des pommes fraîches et transformées 		<ul style="list-style-type: none"> Assurer le maintien de la qualité des pommes commercialisées à l'état frais jusqu'au consommateur 	<ul style="list-style-type: none"> Appuyer la mise en œuvre du programme Production fruitière intégrée (PFI) pour demeurer en phase avec les besoins du marché 	<ul style="list-style-type: none"> Mener des représentations sectorielles sur l'adaptation des programmes et des réglementations
				<ul style="list-style-type: none"> Appuyer le développement de la production biologique 	

¹ Voir pour plus de détails : Rapport 1 de 2 : « Étude stratégique sur l'introduction et le développement de variétés prometteuses ». Forest Lavoie Conseil. 2010. Rapport final présenté à la Table filière pomicole du Québec.

Cible 1 : Connaissance des besoins du marché, positionnement et promotion

Orientation stratégique : <i>Se doter d'une stratégie concertée de positionnement et de promotion des pommes du Québec en vue d'accroître les parts de marché</i>				
Plan stratégique filière pomicole (CIBLE 1)				
Axes d'intervention	Objectifs	Moyens/actions	Indicateurs	Bilan des réalisations
Conduite	<ul style="list-style-type: none"> Assurer la concertation des acteurs et le suivi de la réalisation des actions de la cible 	<ul style="list-style-type: none"> Mettre en place un comité regroupant des représentants de la filière Tenir des rencontres régulières pour assurer la mise en œuvre et le suivi des actions de la cible 	Comité fonctionnel et suivis assurés	<ul style="list-style-type: none"> Identification des porteurs de dossiers - 11 et 25 avril 2018 Mise en place d'un plan de travail pour les deux années du mandat (2021-2023) Planification de deux rencontres de la filière par année (printemps et automne) Coordination de la filière, planification, animation et suivis des rencontres (2021-2023)
A. Connaissance des besoins du marché	<ul style="list-style-type: none"> Améliorer les connaissances sur les tendances de consommation et les besoins du marché pour les pommes fraîches et transformées 	<ul style="list-style-type: none"> Réaliser et maintenir à jour des veilles sur les tendances de consommation et l'évolution des besoins du marché pour les pommes fraîches et transformées (au Canada et ailleurs dans le monde – marchés ciblés) – faire un bilan des connaissances Suivre l'évolution du développement des nouvelles variétés dans les principaux pays producteurs de pommes et leurs stratégies de positionnement Réaliser et maintenir à jour des études sur les goûts, préférences, attentes et besoins des différents segments de consommateurs – faire un bilan des connaissances Accroître les échanges avec les distributeurs, les détaillants et les acteurs du HRI pour connaître l'évolution de leurs besoins et attentes 	Connaissance approfondie des besoins et attentes du marché et des consommateurs	<ul style="list-style-type: none"> Mise en place d'une infolettre filière pour le partage de connaissances, des nouveautés et des tendances dans le secteur. Lecture et analyse des documents et études réalisées pour établir une base pour les prochaines actions. (2021-2023) Mise en place d'une veille (en continu depuis janvier 2021). Veille effectuée de façon continue. Envoi des rapports de veille mensuels au comité de suivi et revue de presse dans l'infolettre (en continu depuis février 2021) Article sur la dépliant « À chaque pomme sa spécialité » dans l'Infolettre de Fraîcheur Québec. (Janvier 2020)

Plan stratégique de la filière pomicole 2018-2022

Orientation stratégique : *Se doter d'une stratégie concertée de positionnement et de promotion des pommes du Québec en vue d'accroître les parts de marché*

Plan stratégique filière pomicole (CIBLE 1)

Axes d'intervention	Objectifs	Moyens/actions	Indicateurs	Bilan des réalisations
B. Positionnement, promotion et stratégie de communication, valorisation de l'achat local des pommes fraîches	<ul style="list-style-type: none"> Assurer la mise à jour des stratégies de promotion et de communication en fonction du positionnement choisi pour les pommes fraîches 	<ul style="list-style-type: none"> Préciser la stratégie de positionnement sur les marchés des pommes fraîches du Québec en lien avec les tendances de consommation et les besoins du marché Mettre à jour et bonifier la stratégie de promotion et de communication en relation avec le positionnement précisé : <ul style="list-style-type: none"> Pour le marché du détail Pour les nouvelles variétés Pour le HRI Pour les circuits courts Etc. Suivre au moyen d'indicateurs l'évolution de la stratégie de promotion dans les différents circuits de commercialisation 	<p>Stratégies de positionnement et de promotion précisées et bonifiées</p> <p>Indicateurs définis et suivis</p>	<ul style="list-style-type: none"> 2018 à 2023 : Réflexion sur la stratégie de positionnement réalisée par les PPQ et l'AEPQ avec Ig2. Réalisation d'études consommateurs et bonification des données Nielsen (2021-2022) Réalisation d'études consommateurs (Synopsis) et bonification des données Nielsen (2021-2022) Mise en place d'une stratégie de rayonnement de l'industrie sur les réseaux sociaux impliquant les différents maillons de la filière (2022) Embauche d'une agence spécialisée en création de contenu et gestion de médias sociaux (ORA Marketing Social) en 2023-2024. Sondage Léger Achat des données Nielsen

Plan stratégique de la filière pomicole 2018-2022

Orientation stratégique : *Se doter d'une stratégie concertée de positionnement et de promotion des pommes du Québec en vue d'accroître les parts de marché*

Plan stratégique filière pomicole (CIBLE 1)

Axes d'intervention	Objectifs	Moyens/actions	Indicateurs	Bilan des réalisations
	<ul style="list-style-type: none"> Poursuivre les démarches visant à accroître les parts de marché des Pommes Qualité Québec commercialisées au détail et dans le réseau HRI 	<ul style="list-style-type: none"> Poursuivre les démarches entamées dans le dernier plan stratégique pour accroître les parts de marché des Pommes Qualité Québec (quatre variétés) commercialisées au détail et dans le réseau HRI et faire connaître le logo Utiliser la stratégie de choix et développement des variétés prometteuses pour accroître les parts des Pommes Qualité Québec commercialisées au détail (voir – cible 2) Réaliser des activités de réseautage avec les principaux distributeurs-grossistes du secteur HRI pour les sensibiliser aux Pommes Qualité Québec et aux pommes Canada commerciales du Québec Obtenir des rétroactions des distributeurs, détaillants et acteurs du HRI sur le niveau de satisfaction de l'offre de Pommes Qualité Québec et des pommes Canada commerciales du Québec 	<p>Parts de marché et notoriété du logo PQQ accrues</p> <p>Réseautage établi avec HRI</p> <p>État de la satisfaction des clientèles connu</p>	<ul style="list-style-type: none"> Campagne conjointe PPQ et AEPQ (2018-2019, 2019-2020, 2020-2021) Campagne PPQ (2021-2022, 2022-2023, 2023-2024) et Aliments du Québec Mise en place d'une stratégie de rayonnement de l'industrie sur les réseaux sociaux impliquant les différents maillons de la filière (2022) Embauche d'une agence spécialisée en création de contenu et gestion de médias sociaux (ORA Marketing Social) en 2023-2024. HRI : Réalisation du dépliant « À chaque pomme sa spécialité » Formations données dans les écoles de cuisines et chez les grossistes (consultante en développement des marchés HRI)

Plan stratégique de la filière pomicole 2018-2022

Orientation stratégique : *Se doter d'une stratégie concertée de positionnement et de promotion des pommes du Québec en vue d'accroître les parts de marché*

Plan stratégique filière pomicole (CIBLE 1)

Axes d'intervention	Objectifs	Moyens/actions	Indicateurs	Bilan des réalisations
C. Bienfaits de la pomme fraîche et des produits issus des pommes transformées	<ul style="list-style-type: none"> Préserver l'image « santé positive » des pommes fraîches et transformées 	<ul style="list-style-type: none"> Poursuivre les actions menées lors du dernier plan stratégique sur les bienfaits de la pomme (travail effectué par le comité de gestion PPQ/AEPQ), qui étaient de : <ul style="list-style-type: none"> Documenter les bienfaits de la pomme sur la santé (étude, revue de littérature, etc.) Valoriser les bienfaits auprès des consommateurs à l'aide de matériel au point de vente et via Internet Réaliser des actions de relations publiques auprès des chroniqueurs et spécialistes Mettre à contribution un porte-parole de renom pour faire connaître les bienfaits de la pomme sur la santé Évaluer les actions à mettre en œuvre pour préserver et valoriser l'image des pommes fraîches et des produits issus des pommes transformées (ex.: revue d'articles scientifiques) Élaborer une stratégie et un argumentaire à la suite de la consultation du Guide alimentaire canadien et des révisions sur l'étiquetage des produits alimentaires 	<p>Actions pour préserver et valoriser l'image des pommes fraîches et transformées réalisées</p>	<ul style="list-style-type: none"> La section sur les bienfaits des pommes a été mise à jour sur le site Web consommateurs Partage de faits intéressants sur les réseaux sociaux. Poursuite du partenariat avec la Mouvement J'aime les fruits et légumes. Réalisation d'études consommateurs et bonification des données Nielsen (2021) et analyse des résultats (2022) pour définir les cibles Mise en place de comité de travail sur l'anti-gaspillage (2022) Consultation pour le nouveau Guide alimentaire : Lettre et argumentaire envoyé à Santé Canada (2018)

Cible 2 : Variétés prometteuses et modernisation des vergers

Orientation stratégique : *Mettre en œuvre une stratégie concertée de sélection des variétés prometteuses et de modernisation des vergers en vue d'augmenter les parts de marché des pommes du Québec et la rentabilité des entreprises*

Plan stratégique filière pomicole (CIBLE 2)

Axes d'intervention	Objectifs	Moyens/actions	Indicateurs	Bilan des réalisations
Conduite	<ul style="list-style-type: none"> Assurer la concertation des acteurs et le suivi de la réalisation des actions de la cible 	<ul style="list-style-type: none"> Mettre en place un comité regroupant des représentants de la filière Tenir des rencontres régulières pour améliorer la concertation sectorielle et assurer la mise en œuvre et le suivi des actions de la cible 	Comité fonctionnel et suivis assurés	<ul style="list-style-type: none"> Identification des porteurs de dossiers - 11 et 25 avril 2018 Rencontre, compte-rendu et suivis effectués

Plan stratégique de la filière pomicole 2018-2022

Orientation stratégique : *Mettre en œuvre une stratégie concertée de sélection des variétés prometteuses et de modernisation des vergers en vue d'augmenter les parts de marché des pommes du Québec et la rentabilité des entreprises*

Plan stratégique filière pomicole (CIBLE 2)

Axes d'intervention	Objectifs	Moyens/actions	Indicateurs	Bilan des réalisations
<p>A. Choix des variétés prometteuses</p>	<ul style="list-style-type: none"> Mettre en place une stratégie sectorielle pour la sélection de variétés prometteuses pour le marché long² 	<ul style="list-style-type: none"> Assurer la diffusion des connaissances sur les tendances de consommation et les besoins du marché (en lien avec cible 1 – axe A) Dresser avec les acteurs de tous les maillons, les principaux constats des tendances de consommation et le choix de variétés de pommes pouvant répondre aux besoins du marché en complémentarité avec les quatre principales variétés actuelles Choisir les variétés prometteuses (un nombre restreint pour le marché long) répondant aux besoins du marché (moyen et long terme) et aux impératifs de rentabilité du secteur Se doter d'un plan d'action pour : <ul style="list-style-type: none"> coordonner tous les acteurs de tous les maillons tout au long de la démarche favoriser l'adoption des variétés choisies par les producteurs, les emballeurs et le marché accélérer la modernisation et la replantation des vergers définir les modalités de mise en marché (axe C) S'assurer que les modalités du programme de modernisation des vergers de pommiers du Québec favorisent l'introduction efficace des variétés sélectionnées Mettre en œuvre le plan d'action et se doter d'une stratégie de communication intrasectorielle pour faire connaître la stratégie et le plan d'action 	<p>Stratégie sectorielle et plan d'action mis en œuvre</p>	<ul style="list-style-type: none"> Diffusion des connaissances sur les tendances de consommations fait lors des AGA et de webinaires Journée de réflexion tenue le 3 juillet 2019 pour se doter d'une stratégie sectorielle (producteurs et emballeurs) Programme de modernisation échu depuis mars 2021 : <ul style="list-style-type: none"> Analyse effectuée par le comité sécurité du revenu Consultation effectuée auprès des producteurs Publication dans rapport annuel Représentations auprès du MAPAQ pour la reconduite du programme : Document présenté au MAPAQ le 13 septembre 2019 Consultation auprès des producteurs 2019 Rencontres effectuées avec les représentants du MAPAQ (2019 à 2024) Nouveau argumentaire fait en 2023-2024. En cours. Plan d'action relié aux relations publiques fait. Rencontres organisées 2023 et en 2024

Plan stratégique de la filière pomicole 2018-2022

Orientation stratégique : *Mettre en œuvre une stratégie concertée de sélection des variétés prometteuses et de modernisation des vergers en vue d'augmenter les parts de marché des pommes du Québec et la rentabilité des entreprises*

Plan stratégique filière pomicole (CIBLE 2)

Axes d'intervention	Objectifs	Moyens/actions	Indicateurs	Bilan des réalisations
B. Recherche, adaptation, diffusion et adoption	<ul style="list-style-type: none"> Adopter une stratégie pour accélérer la modernisation des vergers en phase avec les besoins du marché 	<ul style="list-style-type: none"> Mener la recherche et développement nécessaire à l'adoption des variétés sélectionnées (veilles, alliances avec d'autres provinces, etc.) et à la conservation postrécolte Maintenir le rôle prépondérant de RECUPOM en ce qui concerne la capacité d'adaptation et de sélection Promouvoir les bénéfices et les coûts de la modernisation des vergers pour les producteurs Garantir le support à l'adoption par un service-conseil et des outils adaptés Élaborer une stratégie de diffusion des choix variétaux et des modes d'accompagnement disponibles, notamment au moyen de conférences, de publications, d'Internet, d'échanges entre pairs, d'outils technico-économiques, etc. Appuyer et accélérer la modernisation et la replantation des vergers Assurer la production et le maintien de la qualité des pommes produites, notamment au niveau de la conservation postrécolte Suivre au moyen d'indicateurs la progression de la modernisation des vergers 	Stratégie et actions de modernisation des vergers mises en œuvre	<ul style="list-style-type: none"> Administration comptable du RECUPOM par les PPQ; Participation financière et recherche de nouveaux partenaires financiers pour financer le RECUPOM Promotion du RECUPOM dans différents événements Progression de la modernisation et replantation : Portrait provincial des vergers de pommier réalisé (avril 2022 à octobre 2023). Dépôt d'une demande d'aide financière au Programme d'appui au secteur pomicole visant l'amélioration de la profitabilité et des pratiques agroenvironnementales pour la mise à jour du portrait et assurer sa continuité (mars 2024). Attente de la réponse.
C. Accès au marché	<ul style="list-style-type: none"> Adapter la stratégie de commercialisation pour introduire les variétés sélectionnées 	<ul style="list-style-type: none"> Optimiser la coordination entre les maillons de la production et ceux de la mise en marché Définir une stratégie marketing et adapter la stratégie de promotion (voir cible 1 – axe B) 	Stratégie de commercialisation adaptée	<ul style="list-style-type: none"> Optimisation de la coordination entre les maillons de la production et de la mise en marché via les rencontres du comité chaînes de la Table filière ; <ul style="list-style-type: none"> 6 décembre 2022 18 avril 2023 23 novembre 2023 4 avril 2024

Cible 3 : Commercialisation, emballage et transformation

Orientation stratégique : Assurer la compétitivité de l'emballage, l'optimisation de l'entreposage, l'innovation en transformation et la qualité des pommes pour répondre aux besoins du marché				
Plan stratégique filière pomicole (CIBLE 3)				
Axes d'intervention	Objectifs	Moyens/actions	Indicateurs	Bilan des réalisations
Conduite	<ul style="list-style-type: none"> Assurer la concertation des acteurs et le suivi de la réalisation des actions de la cible 	<ul style="list-style-type: none"> Mettre en place un comité regroupant des représentants de la filière Tenir des rencontres régulières pour améliorer la concertation sectorielle et assurer la mise en œuvre et le suivi des actions de la cible 	Comité fonctionnel et suivis assurés	<ul style="list-style-type: none"> Identification des porteurs de dossiers - 11 et 25 avril 2018 Rencontres, compte-rendu et suivis faits
A. Emballage	<ul style="list-style-type: none"> Maintenir la compétitivité et la capacité d'innovation du secteur de l'emballage 	<ul style="list-style-type: none"> Confier la réalisation et le maintien d'une veille technologique et concurrentielle sur l'innovation et l'accroissement de la productivité des centres d'emballage des régions compétitrices ciblées hors Québec - par exemple à un centre de recherche en science et technologie ou l'ITEGA Identifier des solutions permettant d'accroître la compétitivité du secteur de l'emballage en vue de l'intégration des prochaines vagues d'innovations technologiques (ex.: mise en commun d'équipements technologiques ou de centres d'emballage à l'exemple d'Unidindon) Diffuser les résultats de veille et les solutions d'accroissement de la compétitivité aux membres de la filière 	Veille réalisée et résultats diffusés	
B. Entreposage	<ul style="list-style-type: none"> Optimiser la valeur et la qualité des pommes entreposées 	<ul style="list-style-type: none"> Poursuivre la mise en œuvre d'actions concertées amorcées dans le précédent plan stratégique visant les améliorations relatives à la conformité et à la gestion des entrepôts pour assurer la qualité des pommes entreposées Informer et sensibiliser les producteurs, emballeurs et entrepositaires sur les standards de qualité des pommes pouvant être valorisées sur le marché frais après l'entreposage et sur l'importance du préclassement Sensibiliser les entrepositaires à mettre à niveau et moderniser leurs entrepôts AC selon les normes du cahier des charges pour l'amélioration de la qualité des pommes entreposées en atmosphère contrôlée Suivre au moyen d'indicateurs les résultats des actions et des activités de sensibilisation sur l'optimisation de la valeur et la qualité des pommes entreposées 	Actions et activités de sensibilisation réalisées et résultats mesurés	<ul style="list-style-type: none"> Rappeler les critères et normes Pommes Qualité Québec : Communiqué émis en début de récolte

Plan stratégique de la filière pomicole 2018-2022

Orientation stratégique : Assurer la compétitivité de l'emballage, l'optimisation de l'entreposage, l'innovation en transformation et la qualité des pommes pour répondre aux besoins du marché

Plan stratégique filière pomicole (CIBLE 3)

Axes d'intervention	Objectifs	Moyens/actions	Indicateurs	Bilan des réalisations
C. Transformation	<ul style="list-style-type: none"> Innover dans la transformation et les produits transformés 	<ul style="list-style-type: none"> Confier la réalisation et le maintien d'une veille précompétitive sur les technologies et les innovations de procédés de transformation et les produits de pommes transformées à un centre de recherche sur les aliments, par exemple Diffuser les résultats de veille aux membres de la filière 	Veille réalisée et résultats diffusés	
D. Qualité des pommes consommées	<ul style="list-style-type: none"> Assurer le maintien de la qualité des pommes commercialisées à l'état frais jusqu'au consommateur 	<ul style="list-style-type: none"> Poursuivre la mise en œuvre des actions conséquentes entreprises lors du plan stratégique précédent Obtenir des rétroactions des détaillants, des acteurs du HRI et des consommateurs sur leur satisfaction quant à la qualité des Pommes Qualité Québec et des autres catégories 	Actions poursuivies et état de la satisfaction des clientèles connues	<ul style="list-style-type: none"> Rapports d'inspection de Gestion Qualiterra 2017 à 2023 Poursuite des inspections de Qualiterra

Cible 4 : Soutien et production pomicole

Orientation stratégique : <i>Accroître la productivité et la rentabilité des entreprises pomicoles et optimiser l'adéquation de l'offre-conseil et de la recherche et développement avec les besoins de la filière</i>				
Plan stratégique filière pomicole (CIBLE 4)				
Axes d'intervention	Objectifs	Moyens/actions	Indicateurs	Bilan des réalisations
Conduite	<ul style="list-style-type: none"> Assurer la concertation des acteurs et le suivi de la réalisation des actions de la cible 	<ul style="list-style-type: none"> Mettre en place un comité regroupant des représentants de la filière Tenir des rencontres régulières pour améliorer la concertation sectorielle et assurer la mise en œuvre et le suivi des actions de la cible 	Comité fonctionnel et suivis assurés	<ul style="list-style-type: none"> Identification des porteurs de dossiers - 11 et 25 avril 2018 Rencontres du Réseau-pommier, 3 fois par année à l'IRDA
A. Productivité et rentabilité des entreprises pomicoles	<ul style="list-style-type: none"> Développer une offre-conseil adaptée pour appuyer l'amélioration de la rentabilité des entreprises et soutenir la modernisation des vergers 	<ul style="list-style-type: none"> Faire un diagnostic et identifier les différences régionales en services-conseils offerts pour l'amélioration de la rentabilité des entreprises et le soutien de la modernisation des vergers Définir le mode de déploiement des services-conseils adaptés et bonifiés pour répondre aux besoins (à partir de clubs pomicoles existants, au niveau régional, provincial, par l'entremise de services privés, etc.) Offrir les services-conseils adaptés pour répondre aux besoins Promouvoir les services-conseils et valoriser leur utilisation auprès des producteurs Préparer l'adaptation des vergers et des entreprises aux changements climatiques à travers l'offre-conseil 	Diagnostic réalisé Offre régionale bonifiée Services-conseils promus	

Plan stratégique de la filière pomicole 2018-2022

Orientation stratégique : *Accroître la productivité et la rentabilité des entreprises pomicoles et optimiser l'adéquation de l'offre-conseil et de la recherche et développement avec les besoins de la filière*

Plan stratégique filière pomicole (CIBLE 4)

Axes d'intervention	Objectifs	Moyens/actions	Indicateurs	Bilan des réalisations
	<ul style="list-style-type: none"> Accroître l'efficacité de la main-d'œuvre 	<ul style="list-style-type: none"> Mener une veille technologique sur les innovations et solutions technologiques (ex.: mécanisation, robotisation de certaines tâches) permettant d'accroître l'efficacité de la main-d'œuvre aux étapes clés de la production pomicole Réaliser des tests de performance des solutions technologiques dans le contexte québécois (verger modernisé ou non) Diffuser les solutions performantes (conférences, publications, Internet, échanges entre pairs, etc.) Garantir le support à l'adoption de solutions technologiques permettant d'accroître l'efficacité de la main-d'œuvre (ex.: formation des conseillers et programme d'appui financier) Accompagner et appuyer au besoin les producteurs dans l'adoption des solutions performantes 	<p>Veille et tests réalisés et résultats diffusés</p> <p>Support à l'adoption structuré</p>	<ul style="list-style-type: none"> PDS : Mise sur pied d'un Réseau d'expertise en innovation horticole avec plusieurs autres associations horticoles (REIA) et la Zone Agtech en 2021 PDS : Continuation du REIA en 2024 REIA, MAPAQ et MEIE : Mise sur pied d'une Stratégie pour l'accélération de l'adoption des technologies agricoles innovantes en horticulture <ul style="list-style-type: none"> Zone Agtech : lancement du Programme agXis³ en juillet 2024
B. Recherche et développement	<ul style="list-style-type: none"> Maintenir un rôle proactif de la R&D à l'échelle québécoise et canadienne afin de maximiser les retombées 	<ul style="list-style-type: none"> Maintenir à jour les priorités de R&D en phase avec les besoins du secteur Faire connaître les priorités québécoises au niveau national (en lien avec les grappes agroscientifiques) Comblent les besoins de recherche dans les domaines jugés déficitaires, tels la fertilisation, la régulation et la conduite des vergers, les régulateurs de croissance, l'irrigation, la physiologie, les opérations post-récoltes, les ennemis de la pomme, l'efficacité de la main-d'œuvre, la mécanisation, la production biologique, la modernisation des vergers, la transformation, l'adaptation des vergers aux changements climatiques, etc. Poursuivre les travaux de recherche et développement sur les moyens de lutte intégrée et sur les solutions de remplacement aux pesticides Assurer le financement des besoins en recherche (appui de l'État) Assurer la diffusion des résultats (conférences, publications, Internet, etc.) 	<p>Rôle proactif de la R&D à l'échelle québécoise et canadienne maintenu</p>	<ul style="list-style-type: none"> Maintien des priorités de recherche en collaboration avec le Réseau-pommier, l'IRDA et le comité recherche et PFI Participer financièrement à des projets déposés aux Grappes agroscientifiques en collaboration avec le comité pomicole canadien. Deux nouveaux projets pour les grappes 4 d'AAC, 2024-2029 <ul style="list-style-type: none"> Éclaircissage Ennemis de la pomme Participations des projets de recherche et de transfert technologique au niveau des domaines jugés déficitaires suivants : fertilisation, régulation et conduite des vergers en haute densité, l'efficacité de la main-d'œuvre, la mécanisation, la production bio via les

³ <https://zoneagtech.ca/wp-content/uploads/2024/07/FR-Communication-AgXis-de-Zone-Agtech-3.pdf>

Plan stratégique de la filière pomicole 2018-2022

Orientation stratégique : *Accroître la productivité et la rentabilité des entreprises pomicoles et optimiser l'adéquation de l'offre-conseil et de la recherche et développement avec les besoins de la filière*

Plan stratégique filière pomicole (CIBLE 4)

Axes d'intervention	Objectifs	Moyens/actions	Indicateurs	Bilan des réalisations
				<p>méthodes alternatives au pesticides et au développement de la PFI.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Travaux de recherche et développement de moyens de lutte et solutions de remplacement aux pesticides poursuivis via la participation de différents projets⁴. • Diffusions des résultats via différents événements pomicoles.
C. Production de pommes responsable	<ul style="list-style-type: none"> • Appuyer la mise en œuvre du programme Production fruitière intégrée (PFI) pour demeurer en phase avec les besoins du marché 	<ul style="list-style-type: none"> • Promouvoir le programme PFI auprès des producteurs • Appuyer les entreprises dans l'adoption du PFI au moyen de services-conseils • Former et sensibiliser les producteurs sur la santé et la sécurité des travailleurs sur l'utilisation des pesticides 	<p>Mise en œuvre de la PFI promue et appuyée</p> <p>Producteurs sensibilisés et formés</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mise en œuvre de la PFI via la mise à jour du Guide de production fruitière intégrée et enquête sur son adoption par les producteurs, projet Prime-Vert, 2022-2024, en cours. • Contribution à des ateliers sur la SST en collaboration avec l'IRDA et l'IRSST, 2023, 2024.
D. Production biologique	<ul style="list-style-type: none"> • Appuyer le développement de la production biologique 	<ul style="list-style-type: none"> • Mettre à la disposition des producteurs en transition vers le biologique ou en production biologique des outils et des services pour les appuyer 	<p>Développement de la production biologique appuyé</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Développement de méthodes alternatives aux pesticides pouvant être utilisées en production bio par le biais de projets en partenariat avec les centres de recherche⁴. • Promotion des outils disponibles pour favoriser la transition vers la certification bio. • Participation aux travaux de la Table biologique de l'UPA.

⁴ Rapports annuels des PPQ, section Recherche et développement de la PFI : <https://producteursdepommesduquebec.ca/federation/rapports-annuels/>

Cible 5 : Coordination sectorielle et support de l'État

Orientation stratégique : Améliorer la coordination, la cohésion et la communication sectorielles et obtenir l'appui de l'État afin de permettre un développement sectoriel coordonné				
Plan stratégique filière pomicole (CIBLE 5)				
Axes intervention	Objectifs	Moyens/actions	Indicateurs	Bilan des réalisations
Conduite	<ul style="list-style-type: none"> Assurer avec la Table filière la mise en œuvre du plan stratégique et la coordination des comités responsables des cibles 1, 2, 3 et 4 	<ul style="list-style-type: none"> Former les comités responsables de chaque cible pour la mise en œuvre du PS <ul style="list-style-type: none"> Besoins du marché (cible 1) Variétés prometteuses et modernisation des vergers (cible 2) Commercialisation, emballage et transformation (cible 3) Soutien et production pomicole (cible 4) Assurer le suivi de la cible 5 (coordination sectorielle et appui de l'État) par la Table filière Maintenir les échanges d'informations et la communication entre les comités de chaque cible Organiser des rencontres périodiques pour chacun des comités afin d'assurer la mise en œuvre des actions du plan et déterminer les grandes orientations annuelles Présenter à la Table filière, une ou deux fois par année, les rapports d'activité des comités (cibles 1 à 4) sur l'état d'avancement du PS et les orientations à suivre Assurer le suivi du plan stratégique, ses mises à jour annuelles et mesurer l'atteinte des résultats (indicateurs) 	Structure de conduite du PS fonctionnelle et suivi assuré	<ul style="list-style-type: none"> Rencontres de la Table filière effectuée ; <ul style="list-style-type: none"> 8 avril 2020 11 mai 2021 12 mai 2022 6 décembre 2022 23 novembre 2023 4 avril 2024 Embauche d'une agent ede développement de la PS (2022) Création d'un comité de coordination en 2022 (PPQ, AEPQ, AQDFL, MAPAQ et agent) Création de différents comités selon le sujet: comité chaînes, comité cidres et comité anti-gaspillage (2022) Mise en place d'un plan de travail pour les deux années du mandat de l'agente de développement (2021-2023)
	<ul style="list-style-type: none"> Se doter d'une coordination de la mise en œuvre des actions du plan stratégique 	<ul style="list-style-type: none"> Déposer une demande d'appui financier au programme gouvernemental concerné Procéder à l'embauche d'un coordonnateur et assurer la mise en œuvre du plan stratégique en collaboration avec les comités de mise en œuvre 	Coordonnateur embauché	<ul style="list-style-type: none"> Agente de développement embauchée
A. Cohésion sectorielle	<ul style="list-style-type: none"> Assurer la cohésion sectorielle et la communication entre les maillons et les acteurs de la filière 	<ul style="list-style-type: none"> Définir et mettre en œuvre les actions permettant d'informer les acteurs de la filière de l'état d'avancement du PS, des orientations de développement sectoriel et des résultats obtenus 	Actions de communication mises en œuvre	<ul style="list-style-type: none"> Mise en place d'un plan de travail pour les deux années du mandat de l'agente de développement et communications des avancées des travaux via les Infolettre de la Table et des différentes rencontres.

Plan stratégique de la filière pomicole 2018-2022

Orientation stratégique : *Améliorer la coordination, la cohésion et la communication sectorielles et obtenir l'appui de l'État afin de permettre un développement sectoriel coordonné*

Plan stratégique filière pomicole (CIBLE 5)

Axes intervention	Objectifs	Moyens/actions	Indicateurs	Bilan des réalisations
B. Positionnement sectoriel	<ul style="list-style-type: none"> Connaître les retombées économiques du secteur pomicole sur l'économie québécoise 	<ul style="list-style-type: none"> Réaliser une étude sur les effets d'entraînement économiques du secteur pomicole québécois (PIB, emplois, fiscalité et effets directs, indirects et induits) 	Retombées économiques du secteur connues	
	<ul style="list-style-type: none"> Assurer une veille des stratégies d'accroissement de la compétitivité mises en œuvre par les régions productrices hors Québec, notamment en ce qui concerne les maillons de la recherche et développement, du support à la production, de la production, l'emballage, la transformation, l'entreposage, la mise en marché et du support accordé par l'État 	<ul style="list-style-type: none"> Mener une veille et des analyses comparatives de compétitivité avec les régions productrices hors Québec pour cerner notamment l'évolution des avantages concurrentiels relativement au secteur pomicole québécois Assurer la diffusion des résultats (conférences, publications, Internet, etc.) 	Veille réalisée et résultats diffusés	<ul style="list-style-type: none"> Veille des stratégies d'accroissement de la compétitivité mises en œuvre par les régions productrices hors Québec mené dans le cadre du lobbyisme afin de voir le Programme de modernisation des vergers du Québec reconduit⁵ en lien avec la Politique bioalimentaire du MAPAQ⁶.

⁵ La pomme du Québec à l'horizon 2035 : vers une plus grande autonomie alimentaire durable : <https://producteursdepommesduquebec.ca/wp-content/uploads/2024/05/prospective-horizon-2035.pdf>

⁶ <https://producteursdepommesduquebec.ca/actualites/la-pomme-du-quebec-a-lhorizon-2035-vers-une-plus-grande-autonomie-alimentaire-durable/>

Plan stratégique de la filière pomicole 2018-2022

<p>C. Support de l'État</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mener des représentations sectorielles sur l'adaptation des programmes et des réglementations 	<ul style="list-style-type: none"> • Présenter aux représentants gouvernementaux le plan stratégique et les défis sectoriels en lien avec celui-ci • Faire les représentations nécessaires auprès de l'État sur différents sujets stratégiques, comme : <ul style="list-style-type: none"> ○ le renouvellement et la bonification du programme de modernisation des vergers (cible 2) en tenant compte des besoins du secteur ○ la reconduite du programme services-conseils en tenant compte des besoins du secteur ○ le support de l'État pour assurer le maintien des investissements sur les entreprises ○ l'accroissement des ressources financières en recherche et innovation ○ le maintien du programme des travailleurs étrangers temporaires et de la préservation de la compétitivité des entreprises au niveau des charges de main-d'œuvre et promouvoir l'utilisation de la main-d'œuvre locale ○ l'appui à la réalisation d'un inventaire provincial des vergers (arbres productifs, non productifs et variétés) ○ etc. • Maintenir des programmes de sécurité des revenus et de gestion des risques efficaces, <ul style="list-style-type: none"> ○ dont l'adaptation du programme d'assurance-récolte, pour permettre une meilleure réponse aux risques engendrés par les changements climatiques et pour favoriser l'adoption de méthodes de lutte intégrée en production • Établir une stratégie à la suite de la révision du Guide alimentaire canadien concernant les aliments et boissons transformés 	<p>Représentations sectorielles menées</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Représentations nécessaires faites auprès de l'État sur le renouvellement et la bonification du Programme de modernisation des vergers du Québec <ul style="list-style-type: none"> ○ 2019 à 2022 : Plusieurs rencontres du comité de sécurité du revenu avec les représentants du MAPAQ afin d'améliorer le futur programme ○ Mars 2021 : Fin du Programme de modernisation des vergers de pommiers au Québec ○ 4 octobre 2021 : Lancement de l'Initiative ministérielle 2021 ○ 30 mars et 12 mai 2022 : Rencontres avec les membres de la Table filière afin de discuter de l'enjeu de la modernisation des vergers ○ 6 juin 2022 : Envoi d'une lettre au ministre André Lamontagne, MAPAQ, co-signée par les différents intervenants de la Table filière pour la mise en œuvre d'un programme d'aide financière d'une durée de 6 ans ○ 20 juin 2022 : Lancement de l'Initiative ministérielle 2022 – Offre bonifiée ○ 14 juillet 2022 : Réponse de la sous-ministre Geneviève Masse, MAPAQ. Confirmation de l'évaluation de la demande en vue de la prochaine révision des programmes ○ 6 septembre 2022 (en vue de la période électorale) : Publication d'un communiqué de presse sur les enjeux liés à la modernisation des
------------------------------------	---	--	--	--

Plan stratégique de la filière pomicole 2018-2022

Orientation stratégique : *Améliorer la coordination, la cohésion et la communication sectorielles et obtenir l'appui de l'État afin de permettre un développement sectoriel coordonné*

Plan stratégique filière pomicole (CIBLE 5)

Axes intervention	Objectifs	Moyens/actions	Indicateurs	Bilan des réalisations
				<p>vergers en prévision de la visite des cinq partis politiques dans les bureaux de l'UPA</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 3 septembre 2023 : Conférence de presse et publication d'un dépliant explicatif intitulé « Stratégie d'adaptation aux nouvelles réalités économiques, technologiques et climatiques » ○ 27 février 2024 : Lettre au ministre des Finances ○ 31 mai 2024 : Prospective intitulée « La pomme du Québec à l'horizon 2035 : vers une plus grande autonomie alimentaire durable » lors de la rencontre annuelle des partenaires de la Politique bioalimentaire sous le thème « Mettre la table pour l'avenir ».

La mission et la vision de la filière pomicole

La mission proposée :

La Table filière pomicole du Québec est un forum de concertation regroupant les membres des maillons de l'industrie et de l'État. Dans le but de garantir la prospérité du secteur, son rôle de leader consiste à élaborer et coordonner la mise en œuvre des stratégies sectorielles en vue d'offrir des pommes de qualité supérieure répondant aux exigences des clientèles.

La vision proposée

La filière pomicole québécoise rassemble et appuie, autour d'objectifs de développement communs, des entreprises performantes, innovantes et responsables. À l'écoute des besoins de ses différentes clientèles, elle se démarque par une offre constante de variétés de pommes de qualité supérieure au goût et profil distinctifs produites localement en concordance avec ses valeurs - bienfaits santé, pérennité économique et environnementale, équité, excellence et savoir-faire

Annexe

Diagnostic des forces, faiblesses, opportunités et menaces de la filière pomicole québécoise

Le diagnostic sur les forces, faiblesses, opportunités et menaces résulte de la consultation qui a été menée auprès de divers représentants (34 personnes consultées) de l'industrie (production, support à la production, emballage et entreposage, transformation, détail et HRI, État) et des organisations sectorielles (PPQ et Association des emballeurs de pommes du Québec).

Maillon	Nombre de personnes consultées
Support à la production	5
Production	9
Emballage/Entrepôt	4
Transformation	2
Détail et HRI	Distributeurs : 3
	Grossistes : 2
	HRI : 4
	École d'hôtellerie et restauration : 2
État	3

Diagnostic du maillon : Support à la production et production

Forces	Faiblesses	Enjeux et Défis
<p><u>Support à la production :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Les investissements et la R&D en phytoprotection (IRDA) et en agroclimatologie (CRDH) • Le groupe d'experts en phytoprotection du pommier • Le Réseau-pommier et sa plateforme web dynamique • RECUPOM pour les essais de nouveaux cultivars et porte-greffes • Le développement de variétés de pommes québécoises • La bonne collaboration entre les milieux de la recherche et des services-conseils (MAPAQ, clubs, privés), notamment pour le transfert de connaissances • La PFI, un programme bien adapté aux besoins du secteur pomicole • L'encadrement technique en phytoprotection offert par les clubs • La relève au niveau de la recherche et des services-conseils • Le programme CanadaGap et la certification des entreprises • Le Réseau d'avertissements phytosanitaires <p><u>Production</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • L'amélioration de la productivité pour les producteurs du groupe de tête • La modernisation de vergers réussie par plusieurs entreprises • L'accès aux travailleurs étrangers temporaires • L'intégration de la relève dans les entreprises • L'organisation de la production pour desservir les marchés longs et courts (agrotourisme, kiosques, marchés publics, autocueillette, etc.) ainsi que ceux de la transformation (cidre, jus, purée et autres produits de transformation) 	<p><u>Support à la production :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Le déficit de recherches, de spécialistes et de conseils en fertilisation, régie, irrigation, physiologie, replantation/modernisation, opérations post-récolte, etc. • L'insuffisance d'offres d'encadrement technique pour l'amélioration de la productivité, de la rentabilité des entreprises, de l'appui à la planification du développement des entreprises et à la modernisation des vergers • L'orchestration déficiente du transfert d'expertise entre les agronomes expérimentés et les nouveaux conseillers particulièrement pour la fertilisation, la régie, l'irrigation, la replantation, les opérations post-récolte, etc. • Le faible niveau de diffusion et de transfert des nouvelles technologies (ex.: outils de mécanisation) par les services-conseils <p><u>Production</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • L'influence du climat sur le choix des variétés et sur l'incidence des maladies et des ravageurs • La productivité et le rendement moyen des vergers inférieurs aux autres régions productrices nord-américaines et les coûts de production élevés • L'évolution lente du renouvellement des vergers et de l'introduction de nouvelles variétés • L'écart de productivité entre les entreprises dont les vergers sont modernisés et celles qui ne le sont pas • La forte proportion de pommes acheminées vers la transformation • La production pomicole biologique marginale • L'adoption modérée des technologies permettant la mécanisation des opérations et l'amélioration de l'entreposage • La pénurie de main-d'œuvre spécialisée sur les fermes • La difficulté d'assurer la relève en pomiculture (variable selon la taille de l'entreprise et la région) • Absence d'inventaire des vergers (variétés et arbres productifs et non productifs) 	<p style="text-align: center;">Enjeux</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ L'accroissement de la productivité des entreprises pomicoles ⇒ La modernisation des vergers ⇒ L'intégration de variétés recherchées par les marchés ⇒ La capacité d'innovation des secteurs de la recherche, conseil et production <p style="text-align: center;">Défis</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Obtenir une offre-conseil multidisciplinaire pour répondre aux enjeux des entreprises et de la production pomicole ⇒ Maintenir un rôle proactif de la R&D à l'échelle québécoise et canadienne pour maximiser les retombées ⇒ Permettre l'adaptation des vergers et des entreprises aux changements climatiques ⇒ Favoriser l'adoption de la PFI ⇒ Assurer le transfert intergénérationnel de connaissances et d'expertises ⇒ Accroître la rentabilité/productivité des entreprises de production ⇒ Fournir des conseils aux entreprises pour assurer le renouvellement des vergers et de l'introduction/choix de nouvelles variétés ⇒ Maintenir l'intérêt de la relève sectorielle (production, main-d'œuvre et acteurs de soutien) ⇒ Accélérer l'adoption de technologie permettant d'accroître l'efficacité de la main-d'œuvre ⇒ Modifier le Programme de modernisation des vergers à la réalité des producteurs (verger à haute densité, mécanisation de la récolte, régie de lutte plus écologique, support financier pour RECUPOM)

Diagnostic du maillon : Support à la production et production

Opportunités	Menaces	
<p><u>Recherche, services-conseils et support de l'État</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • La réouverture du centre de recherche de Frelighsburg et la pérennisation des parcelles de RECUPOM • Le réinvestissement du gouvernement fédéral en R&D • Le renouvellement du programme de modernisation des pommiers au Québec • Le développement de variétés canadiennes comme sources de diversification et de variétés clubs à l'extérieur du Canada <p><u>Production</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • L'intérêt de la relève pour la production de pommes • Les changements climatiques, une opportunité pour l'adoption de nouvelles variétés • Le maintien voire l'amélioration de l'image environnementale de la production de pommes 	<p><u>Recherche et services-conseils et support de l'État</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Le non-renouvellement du programme d'appui aux services-conseils • Les ressources financières limitées en R&D avec pour conséquence l'accroissement de la compétition entre les organismes de recherche et la diminution des collaborations • Le non-renouvellement du programme de modernisation des pommiers au Québec • Le désinvestissement de l'État au niveau des programmes d'amélioration génétique <p><u>Production</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • L'accroissement de la réglementation pour contrôler l'utilisation des pesticides et l'image associée à l'utilisation des pesticides • Les changements climatiques : des épisodes météorologiques extrêmes et l'accroissement de problèmes phytosanitaires • Le décalage de productivité par rapport à d'autres régions productrices • L'accès à la main-d'œuvre et l'augmentation du salaire minimum • La perte de sites pomicoles à bon potentiel 	

Diagnostic du maillon : Commercialisation, emballage et transformation		
Forces	Faiblesses	Enjeux et Défis
<p><u>Commercialisation</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Une mise en marché ordonnée avec un plan conjoint, des outils de commercialisation et le comité prix • La convention de mise en marché avec les acheteurs <p><u>Emballage</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • La modernisation des postes d'emballage durant les dernières années (capacité et efficacité) • L'amélioration constante de la qualité des pommes commercialisées à l'état frais, notamment au niveau de la fermeté <p><u>Entreposage</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • L'impact de la technologie d'entreposage SmartFresh • Les investissements dans l'entreposage (nouveaux entrepôts et amélioration d'entrepôts existants) • La mise en place d'un cahier des charges volontaires <p><u>Transformation</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • La présence de transformateurs majeurs pour assurer l'écoulement de pommes de qualité inférieure et des pommes ramassées à terre • La présence d'autres transformateurs de taille moyenne et petite • La production de cidre par plus de 65 entreprises • La bonne disponibilité des pommes comme matière première pour la transformation • L'Observatoire du marché des pommes à jus standard • Le règlement sur les cidres qui oblige les fabricants à s'approvisionner à 80% de pommes du Québec 	<p><u>Commercialisation</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • L'absence de vision et de planification sectorielles pour l'implantation/introduction des nouvelles variétés • Le déclassement important de pommes dans les étapes postrécolte <p><u>Emballage</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • La relation de confiance parfois déficiente entre producteurs-emballeurs • Le nombre important d'emballeurs • La surcapacité d'emballage, le maintien de la compétitivité et l'atteinte d'économies d'échelle <p><u>Entreposage</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Le suivi de qualité de la pomme postrécolte et des conditions d'entreposage non optimales • L'entreposage inutile de pommes jugées inadéquates pour le marché de la pomme fraîche • Les incitatifs financiers (prix) trop faibles pour compenser les frais d'entreposage des pommes <p><u>Transformation</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Les prix de la pomme de transformation ramassée à terre influencés par le prix des concentrés de jus importés • Les débouchés limités pour la pomme de transformation (nombre limité de produits transformés au Québec) • La forte compétition des jus faits de concentré 	<p>Enjeux</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ La qualité des pommes mises en marché ⇒ La capacité concurrentielle du secteur de l'entreposage et de l'emballage ⇒ Le maintien d'un secteur de transformation dynamique et compétitif ⇒ L'image des jus de pommes <p>Défis</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Répondre aux besoins du marché (consommateurs, chaînes, etc.) ⇒ Poursuivre les améliorations en conformité et en gestion des entrepôts ⇒ Optimiser la valeur des pommes entreposées ⇒ Maintenir la compétitivité et la capacité d'innovation du secteur de l'emballage ⇒ Maintenir la capacité de transformation de pommes au Québec ⇒ Innover dans la transformation et les produits transformés ⇒ Assurer le maintien de l'image positive et des aspects santé de la pomme (incluant le jus et les produits transformés)
Opportunités	Menaces	
<p><u>Emballage, entreposage et transformation</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Le retour de la demande pour des jus de pommes ou de jus de fruits à base de pommes non faits de concentré • L'introduction de variétés de pommes spécifiques pour la fabrication de cidre • L'innovation, au niveau de la transformation, pour le développement de nouveaux produits 	<p><u>Emballage, entreposage et transformation</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Les normes de salubrité exigées de l'ACIA pour les pommes cueillies à terre (Patuline) • Le prix et les importations des pommes et des concentrés de jus • La mauvaise presse du sucre et les impacts sur les jus de fruits • L'application non homogène des normes de qualité aux différentes catégories (ex.: fermeté des pommes petites ou imparfaites) 	

Diagnostic du maillon : Consommation, détail et HRI		
Forces	Faiblesses	Enjeux et Défis
<p><u>Marque et promotion</u></p> <ul style="list-style-type: none"> La marque Pomme Qualité Québec et sa notoriété grandissante auprès des consommateurs Les campagnes de promotion Pomme Qualité Québec Le financement de la promotion partagé par les PPQ et l'AEPQ Les promotions conjointes avec les chaînes <p><u>Détail, HRI et consommation</u></p> <ul style="list-style-type: none"> La croissance des parts de marché des quatre principales variétés québécoises commercialisées au détail Les volumes importants de pommes fraîches écoulés par la grande distribution et la politique des chaînes favorisant la pomme du Québec L'offre de pommes de qualité produites et commercialisées au Québec à longueur d'année L'état des relations entre les acteurs de la chaîne d'approvisionnement, notamment avec les chaînes de la grande distribution Le prix des pommes du Québec, comparable à celui de pommes importées Des produits transformés commercialisés localement (jus, purées, cidres, etc.) Des jus produits localement répondant au goût des consommateurs L'engouement pour les cidres, ici et ailleurs <p><u>Marchés courts</u></p> <ul style="list-style-type: none"> L'offre de produits frais et transformés pour les circuits courts (agrotourisme, kiosques, marchés publics, autocueillette, etc.) La diversification des variétés de pommes commercialisées dans les marchés courts 	<p><u>Détail, HRI et consommation</u></p> <ul style="list-style-type: none"> L'insuffisance de l'offre de pommes Gala pour répondre au marché du détail et du HRI à l'année Le choix restreint de variétés limitant la capacité concurrentielle avec les pommes importées L'offre prépondérante de pommes de variété McIntosh La méconnaissance des besoins des marchés ethniques et de l'évolution des besoins des consommateurs en vue de choisir les variétés prometteuses de demain L'identification non optimale de la provenance des pommes vendues dans les épiceries (vrac) et dans le réseau HRI Le calibre des pommes parfois hétérogène durant l'année (variable selon la variété ou le segment de marché comme la livraison directe en épicerie) La faible pénétration des pommes du Québec dans le secteur du HRI et la faible connaissance de la marque et du logo Pomme Qualité Québec par les acteurs du HRI Les pommes du Québec, pas toujours un automatisme pour les fournisseurs des marchés HRI Des relations, liens et partage d'informations plutôt limités entre le secteur pomicole et le HRI La faible disponibilité de produits biologiques pomicoles québécois La demande stagnante pour les jus de fruits <p><u>Marchés hors Québec</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Le faible positionnement du secteur pomicole québécois sur les marchés d'exportation 	<p>Enjeux</p> <p>⇒ L'accroissement des parts de marché des Pommes Qualité Québec</p> <p>⇒ La diversification de l'offre de variétés de pommes du Québec</p> <p>⇒ La notoriété des Pommes Qualité Québec</p> <p>Défis</p> <p>⇒ Répondre aux besoins du marché d'aujourd'hui et de demain (consommateurs et acheteurs)</p> <p>⇒ Accroître les parts de marché et la présence des pommes du Québec dans les réseaux détail et HRI</p> <p>⇒ Comprendre le positionnement stratégique des principaux concurrents de l'industrie pomicole</p> <p>⇒ Répondre adéquatement à la concurrence des pommes importées et aux stratégies des variétés clubs</p> <p>⇒ Valoriser l'achat local des pommes fraîches et transformées</p> <p>⇒ Maintenir une stratégie de promotion performante</p> <p>⇒ Obtenir l'appui des acteurs du détail et du HRI dans le choix des variétés de pommes de demain</p> <p>⇒ Positionner la pomme et les produits de pommes du Québec sur des marchés sélectionnés d'exportation</p>
Opportunités	Menaces	
<p><u>Commercialisation, détail et HRI</u></p> <ul style="list-style-type: none"> L'achat local, l'agrotourisme et les marchés courts comme tendances sociétales La valorisation des aspects santé de la pomme L'intérêt des consommateurs pour des variétés de pommes développées au Québec La pénétration accrue de la pomme du Québec dans le marché du HRI Le commerce électronique des fruits 	<p><u>Commercialisation, détail et HRI</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Le taux de change et la montée du protectionnisme La mauvaise presse du sucre et les impacts sur les jus de fruits La croissance de la production de variétés clubs dans l'État de Washington La forte concurrence des pommes importées Le risque de cannibalisation des espaces en épicerie avec la multiplication des variétés et provenances La baisse de consommation de pommes par habitant surtout à l'extérieur du Québec 	

Plan stratégique de la filière pomicole 2018-2022

Diagnostic du maillon : Coordination de la filière et support de l'État		
Forces	Faiblesses	Enjeux et Défis
<p><u>La coordination</u></p> <ul style="list-style-type: none"> La table filière pour assurer la conduite du plan stratégique Les relations PPQ et AEPQ <p><u>Le support de l'État et les programmes</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Le programme de modernisation des vergers d'arbres fruitiers au Québec Les programmes de sécurité du revenu Les exemptions ministérielles Les grappes agroscientifiques 	<p><u>La coordination</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Le manque d'implication de tous les membres de la filière dans la mise en œuvre du plan stratégique <p><u>Le support de l'État et les programmes</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Le manque d'adéquation des objectifs et des moyens du programme de modernisation des vergers au Québec pour permettre des avancées au niveau de la replantation en phase avec les besoins du marché L'absence de support pour appuyer les investissements et l'innovation dans les secteurs de l'emballage et de l'entreposage Le désengagement financier du gouvernement provincial du support à la R&D Le faible appui financier alloué aux essais de nouvelles technologies (ex.: pour la mécanisation, la protection des cultures, etc.) Le financement restreint pour les missions de formation à l'étranger Le désengagement graduel de l'État dans les programmes de sécurité du revenu 	<p style="text-align: center;">Enjeux</p> <p>⇒ Le manque de synergie entre les maillons de l'industrie</p> <p>⇒ L'adoption de nouvelles variétés pour approvisionner le marché long</p> <p>⇒ Le support de l'État</p> <p style="text-align: center;">Défis</p> <p>⇒ Se concerter autour d'une stratégie intégrée menant à l'introduction de nouvelles variétés répondant aux besoins du marché</p> <p>⇒ S'impliquer dans la mise en œuvre du plan stratégique</p> <p>⇒ Obtenir le support de l'État pour assurer la compétitivité et la capacité d'innovation de la filière</p>
Opportunités	Menaces	
<p><u>Coordination de la filière</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Un modèle performant pour l'adoption de nouvelles variétés pour approvisionner le marché long <p><u>Le support de l'État et les programmes</u></p> <ul style="list-style-type: none"> La réouverture du centre de recherche de Frelighsburg et la pérennisation des parcelles de RECUPOM Le réinvestissement du gouvernement fédéral en R&D Le renouvellement du programme de modernisation des vergers au Québec Le développement de variétés canadiennes comme sources de diversification et de variétés clubs à l'extérieur du Canada 	<p><u>Coordination de la filière</u></p> <ul style="list-style-type: none"> L'absence de stratégies concertées pour la sélection de nouvelles variétés pour approvisionner le marché long (détail et HRI) <p><u>Le support de l'État et les programmes</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Le non-renouvellement du programme d'appui aux services-conseils Les ressources financières limitées en R&D avec pour conséquence l'accroissement de la compétition entre les organismes de recherche et la diminution des collaborations Le non-renouvellement du programme de modernisation des pommiers au Québec Le désinvestissement de l'État au niveau des programmes d'amélioration génétique 	

ANNEXE E : Planification stratégique 2026-2030

Planification stratégique de la filière pomicole du Québec (2026-2030)



Québec 

2025

Table des matières

Démarche	2
Mission, vision, valeurs	3
Le diagnostic de l'environnement d'affaires	4
Vue d'ensemble du plan stratégique de la filière pomicole	5
Priorisation des défis selon les différents thèmes du volet pommes	6
Plan opérationnel par thèmes et objectifs volet pommes	7
Thème 1 : Coordination	7
Thème 2 : Production	9
Thème 3 : Commercialisation	11
Priorisation des objectifs selon les différents thèmes du volet cidres	13
Plan opérationnel par thèmes et objectifs volet cidres	14
Thème 1 : Coordination	14
Thème 2 : Rentabilité	16
Thème 3 : Commercialisation	18
Annexes	20
Les principales opportunités et menaces du volet pommes du Québec	26
Les principaux défis que devra relever la filière (volet pommes) au cours des cinq prochaines années	27
Les principales opportunités et menaces du volet cidres du Québec	30
Les principaux défis que devra relever la filière (volet cidres) au cours des cinq prochaines années	31

Ce projet a été financé par le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation dans le cadre du Programme de développement territorial et sectoriel 2023-2026.

Planification stratégique de la filière pomicole du Québec (2025-2030)

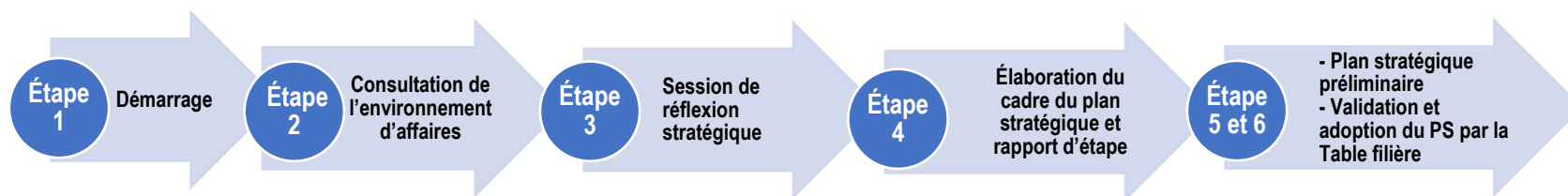
Démarche

Dans le cadre de la planification stratégique de la filière pomicole du Québec, deux comités de pilotage (volet pommes et volet cidres) ont été formés au début de la démarche afin d'accompagner la réalisation des travaux. Voici la composition des Comités :

Comité volet pommes : Jérôme-Antoine Brunelle (PPQ), Jennifer Gagné (PPQ) jusqu'au 24 avril 2025 et Caroline Ouimet d'à partir du 24 avril, Éric Rochon (PPQ), Brunau Côté (AEPQ), Jocelyne Godin (AEPQ), Vincent Giasson (Lassonde), Isabelle Demers (MAPAQ), Audrey Simard (filière pomicole du Québec). Élargi pour une rencontre spéciale le 27 octobre 2025 avec : Mario Lalancette (AQDFL) et un représentant du CA des Producteurs de cidres.

Comité volet cidres : Catherine St-Georges (PCQ), Marc-Antoine Lasnier (PCQ), Marc-Antoine Arsenault-Chiasson, Mathieu Collet-Lafontaine (MAPAQ), Audrey Simard (filière pomicole du Québec). Élargi pour une rencontre le 13 novembre 2025 avec : ensemble des administrateurs des PCQ et un représentant des producteurs de pommes.

Ci-bas sont présentées les étapes méthodologiques du processus de planification stratégique 2026-2030 pour la filière pomicole du Québec



Objectifs :	Objectifs :	Objectifs :	Objectifs :	Objectifs :
<ul style="list-style-type: none"> • Identification des Comités de pilotage • Présentation de la démarche • Précision des attentes • Bilan des réalisations • Portrait sommaire 	<ul style="list-style-type: none"> • Consultation de 40-45 acteurs du secteur, afin qu'ils puissent : <ul style="list-style-type: none"> ○ Identifier l'environnement d'affaires et préciser les FFOM au sein des différents maillons de la filière; ○ Partager les enjeux/défis primordiaux; ○ Discuter d'actions stratégiques à mettre en œuvre. 	<ul style="list-style-type: none"> • Travail de réflexion en atelier et en plénière sur : <ul style="list-style-type: none"> ○ Les enjeux sectoriels prioritaires; ○ Les cibles de développement et les grandes orientations stratégiques communes; ○ Les principaux objectifs de développement communs et les cibles à atteindre. 	<ul style="list-style-type: none"> • Élaboration des principaux paramètres du plan stratégique (PS) • Réalisation d'un sondage pour les Comités pilotages sur l'identification des actions prioritaires • Présentation des diagnostics à l'AGA des cidres, CA PPQ et Table filière avril 	<ul style="list-style-type: none"> • Préparation du PS préliminaire • Présentation du PS préliminaire aux membres de chaque comité de pilotage. • Présentation et adoption du PS le 26 novembre 2025

Mission, vision, valeurs

Table filière

La Table filière pomicole du Québec est un forum de concertation réunissant les acteurs clés de l'industrie pomicole et de l'État. Elle joue un rôle de leadership en élaborant et en coordonnant des stratégies sectorielles visant à stimuler la croissance, renforcer la compétitivité et assurer la pérennité du secteur.

Mission (raison d'être)

Stimuler la production et la mise en marché des pommes, cidres et leurs produits dérivés qui répondent aux attentes des consommateurs, tout en valorisant l'excellence, l'innovation et la collaboration au sein de la filière.

Vision (où on s'en va)

La pomme, le cidre et leurs produits dérivés s'imposent comme les choix préférés des québécois et des québécoises, et ce tout au long de l'année.

Valeurs

1. Fierté
2. Leadership
3. Savoir-faire
4. Audace

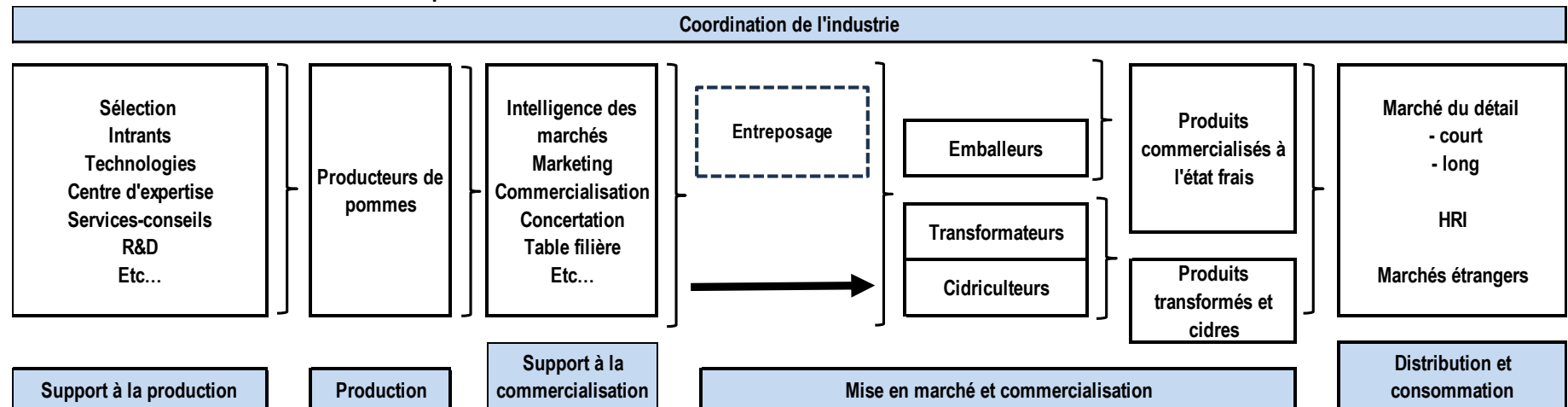
Enlignement général du secteur cidricole (vision) : Faire du cidre québécois une boisson identitaire, culturelle et locale, ancrée dans les habitudes des consommateurs, en misant sur son goût, son authenticité, sa modernité, sa qualité et l'unité de ses artisans.

Le diagnostic de l'environnement d'affaires

Afin de réaliser le diagnostic de l'environnement d'affaires, Forest Lavoie Conseil a réalisé diverses consultations individuelles avec des acteurs des différents maillons de la chaîne de valeur de la filière pomme (volet pommes et volet cidres). Les résultats compilés ont ensuite été présentés et bonifiés avec les Comités de pilotage volet pommes et volet cidres.

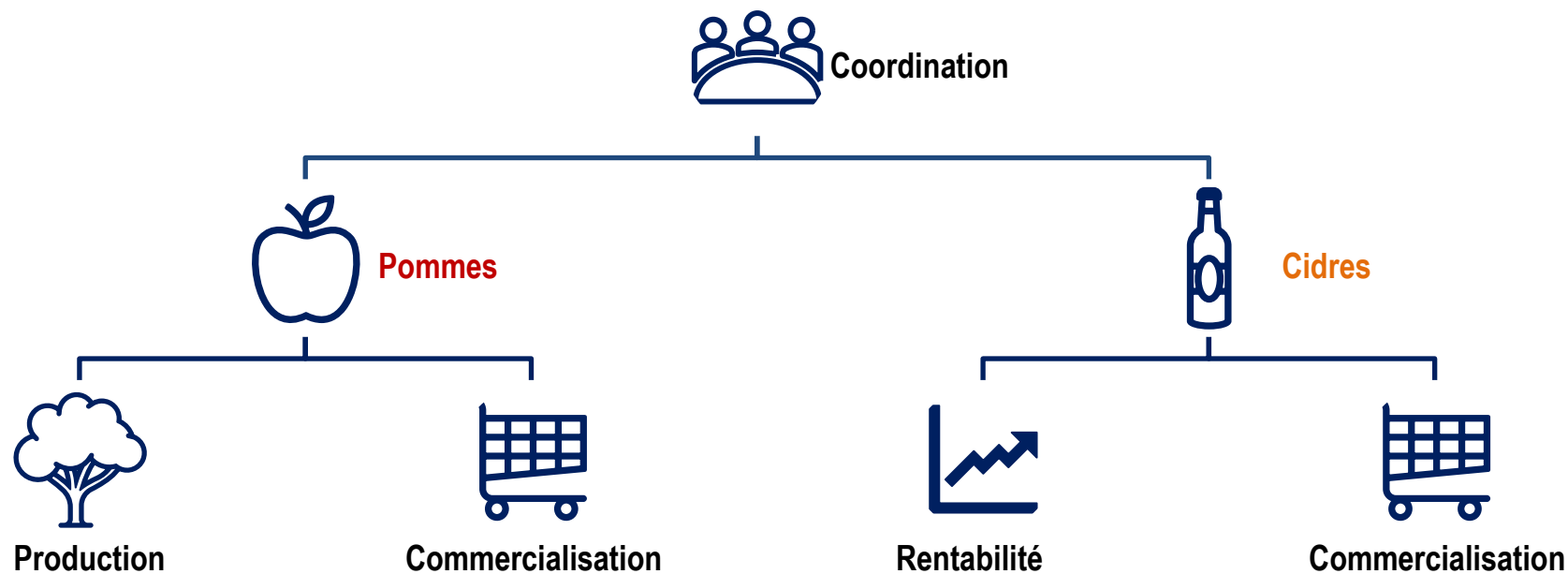
- 30 entrevues pour le volet pommes
 - 10 entrevues au maillon production
 - 4 entrevues au maillon emballage
 - 3 entrevues au maillon transformation
 - 7 entrevues au maillon distribution
 - 6 entrevues au maillon soutien transversal
- 14 entrevues pour le volet cidres
 - 6 entrevues au maillon production/transformation de cidres
 - 2 entrevues au maillon distribution
 - 6 entrevues au maillon soutien transversal

Maillons de la chaîne de valeur de la filière pomicole du Québec



Les résultats détaillés sont présentés en annexes

Vue d'ensemble du plan stratégique de la filière pomicole



Planification stratégique de la filière pomicole du Québec (2025-2030)

Priorisation des défis selon les différents thèmes du **volet pommes**



				Thèmes		
				1. Coordination	2. Production	3. Commercialisation
Objectifs	1. Adopter une vision partagée par tous les membres de la filière			1. Améliorer les pratiques et façons de faire afin d'assurer la rentabilité des vergers		1. Augmenter les parts de marché de la pomme du Québec et ses dérivés
	2. Améliorer les prévisions d'inventaires et des volumes de pommes récoltées			2. Moderniser les vergers		2. Augmenter la capacité d'entreposage
	3. Assurer la rentabilité de tous les maillons de la chaîne de valeur			3. Maintenir un rôle proactif en recherche et développement		3. Maintenir un maillon de transformation en santé
	4. Accroître le soutien gouvernemental dans le secteur des pommes			4. Accroître et maintenir la présence de services-conseils		4. Développer les marchés d'exportation et explorer la diversification des marchés
	5. Consolider la mise en marché collective (plan conjoint, convention de mise en marché)					5. Appuyer le développement des marchés de proximité (autocueillette, vente à la ferme, agrotourisme, etc.)
	6. Développer davantage de liens entre les PPQ et PCQ					

Planification stratégique de la filière pomicole du Québec (2025-2030)

Plan opérationnel par thèmes et objectifs **volet pommes**

Thème 1 : Coordination

Assurer une coordination efficace de la mise en œuvre du plan stratégique de la filière pomicole

Actions	Année de mise en œuvre 20..					Porteurs	Indicateurs
	26	27	28	29	30		
1.1. Adopter une vision partagée par tous les membres de la filière							
a. Adopter une vision filière visant des résultats concrets et faisant preuve de leadership.	x					▪ Filière	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Atteinte des résultats visés ▪ Adoption de la vision par la table Filière
b. Diffuser et communiquer la planification stratégique 2026-2030.	x					▪ Membres de la table filière	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diffusion du PS effectuée
c. Valoriser une approche mobilisatrice, tout en discutant des enjeux réels de l'industrie.	x	→				▪ Filière	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Participation des membres de la filière aux rencontres ▪ Participation des membres aux projets
d. Organiser un événement rassembleur et visionnaire pour l'industrie.			x			▪ Filière (toute l'industrie)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Événement tenu ▪ Participation de la filière
1.2. Améliorer les prévisions d'inventaires et des volumes de pommes récoltées							
a. Tester de nouvelles technologies et nouveaux processus pour les prévisions de récoltes.	x					▪ PPQ	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Finalisation du projet d'estimation de récoltes
b. Se doter d'une stratégie de suivi précis des inventaires pour coordonner les efforts de commercialisation tout au long de l'année.	x	→				▪ PPQ, Comité prix	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analyses mensuelles des données par le Comité prix ▪ Taux de réponse élevé au sondage mensuel sur l'état des inventaires ▪ Diminution du nombre de relances par téléphone
1.3. Assurer la rentabilité de tous les maillons de la chaîne de valeur							
a. Diffuser les résultats du coût de production afin de sensibiliser les autres maillons de la chaîne de valeur au coût réel de production des pommes.	x		x			▪ PPQ	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Webinaire de présentation des résultats effectué

Planification stratégique de la filière pomicole du Québec (2025-2030)

Actions	Année de mise en œuvre 20..					Porteurs	Indicateurs
	26	27	28	29	30		
b. Effectuer une veille des marchés globale et des différentes variétés.	x	—————▶				▪ PPQ, Filière	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analyse des données réalisées ▪ Diffusion des info-marchés effectuée
1.4. Accroître le soutien gouvernemental dans le secteur des pommes							
a. Mettre en place des stratégies afin que puisse être bonifié les programmes d'appui aux différents maillons de la chaîne de valeur (modernisation des vergers, etc.) en phase avec la Politique Bioalimentaire du Québec 2025-2035.	x	—————▶				▪ PPQ, Filière	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Stratégie rédigée et adoptée
b. Organiser des rencontres conjointes des acteurs de la filière et du gouvernement pour les sensibiliser aux enjeux de la filière, à l'adaptation des programmes et à l'allègement de la réglementation.	x					▪ PPQ, Filière	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rencontres tenues avec le gouvernement ▪ Bilan des actions
c. Maintenir des programmes de sécurité du revenu et de gestion des risques efficaces.	x	—————▶				▪ PPQ, FADQ, AAC	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Maintien des programmes de sécurité du revenu et de gestion des risques
1.5. Consolider la mise en marché collective (plan conjoint, convention)							
a. Maintenir un dialogue ouvert et constant entre les maillons de la chaîne de valeur.	x					▪ Filière	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Appropriation des outils de mise en marché
b. Promouvoir et expliquer les avantages sectoriels des outils de mise en marché (Règlements et Conventions) pour le secteur pomicole.	x					▪ PPQ	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Outils de mise en marché promus et expliqués
1.6. Développer davantage de liens entre les PPQ et PCQ							
a. Consolider les liens PPQ et PCQ par le truchement des travaux filière (table filière, participation sur les comités, projets conjoints, etc.).	x	—————▶				▪ PPQ, PCQ	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Augmentation du nombre d'actions communes
b. Avoir un plan de communication / recherche / promotion / etc. en synergie entre les PPQ et PCQ.	x	—————▶				▪ Comité promotion concertée	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Avoir des plans d'action en synergie

Planification stratégique de la filière pomicole du Québec (2025-2030)

Thème 2 : Production

Assurer une production durable et rentable de pommes de qualité

Actions	Année de mise en œuvre 20..					Porteurs	Indicateurs
	26	27	28	29	30		
2.1. Améliorer les pratiques et façons de faire afin d'assurer la rentabilité des vergers							
a. Diffuser des outils technico-économiques adaptés selon le modèle de production des différents vergers.		x	x			▪ PPQ	▪ Identification des modèles rentables
b. Coordonner une offre de formation en gestion, spécifique à la pomiculture, en collaboration avec les instances de formation existantes.			x	x		▪ Filière	▪ Création d'une trousse de formation en gestion et comptabilité
2.2. Moderniser les vergers							
a. Effectuer un bilan de la modernisation des vergers au Québec et maintenir une veille sur les bons coups / erreurs des autres provinces canadiennes qui ont déjà effectué une modernisation de leurs vergers.	x	x				▪ PPQ, CECPA	▪ Mise à jour du portrait effectuée
b. Demander un nouveau programme de financement pour la modernisation des vergers (voir objectif 1.4 b.).		x				▪ PPQ, Filière	▪ Demande effectuée
c. Diffuser le guide d'implantation d'un verger.	x					▪ CRAAQ, PPQ	▪ Diffusion du document
d. Élaborer une stratégie de poursuite de la modernisation avec les objectifs et conditions du programme.		x	x			▪ PPQ, Filière	▪ Création de la stratégie
e. Déployer une campagne de modernisation des vergers.			x	x		▪ PPQ, Filière	▪ Modernisation des vergers
2.3. Maintenir un rôle proactif en recherche et développement							
a. Mettre à jour les priorités de recherche et de développement de la filière de façon concertée sous une base annuelle.	x	→				▪ PPQ (Comité recherche), Filière	▪ Mise à jour des priorités de recherche
b. Combler les besoins de recherche dans les domaines jugés importants et déficitaires en effectifs / ressources.	x	→				▪ PPQ (Comité recherche), Filière	▪ Les priorités de recherche sont comblées
c. Préparer l'adaptation des vergers et des entreprises aux changements climatiques avec la production fruitière intégrée (PFI), la recherche et le développement, ainsi que les services-conseils.			x	x		▪ PPQ (Comité recherche), Filière	▪ Investissement réalisé pour l'adaptation aux changements climatiques

Planification stratégique de la filière pomicole du Québec (2025-2030)

Actions	Année de mise en œuvre 20..					Porteurs	Indicateurs
	26	27	28	29	30		
2.4. Accroître et maintenir la présence de services-conseils							
a. Effectuer un diagnostic afin d'identifier les manques en offre de services-conseils selon les besoins prioritaires du secteur (rentabilité économique, modernisation des vergers, etc.) pour les différentes régions du Québec.	x	—————→				▪ MAPAQ, Filière	▪ Diagnostic effectué
b. Valoriser le secteur des pommes auprès de la relève potentielle et des agronomes afin de combler les besoins (auprès des groupes conseils et établissements de formation).	x	x				▪ Filière	▪ Augmentation de la disponibilité des agronomes dans le secteur pomicole
c. Diffuser et valoriser l'utilisation auprès des producteurs.			x	x		▪ Filière	▪ Augmentation du taux d'utilisation des services-conseils chez les producteurs
d. Définir et communiquer les besoins du secteur pomicole par rapport au programme Services-conseils	x	x	x			▪ PPQ, filière	▪ Besoins répondus par le programme

Planification stratégique de la filière pomicole du Québec (2025-2030)

Thème 3 : Commercialisation

Augmenter les ventes de pommes et de produits de la pomme afin d'assurer la prospérité du secteur

Actions	Année de mise en œuvre 20..					Porteurs	Indicateurs
	26	27	28	29	30		
3.1. Augmenter les parts de marché de la pomme du Québec et ses dérivés							
a. Maintenir une veille stratégique sur les tendances des marchés actuels et potentiels.	x	—————→				<ul style="list-style-type: none"> ▪ La Filière, PPQ, AQDFL 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Veille effectuée
b. Élaborer et mettre en œuvre des stratégies de promotion et de valorisation des pommes, ainsi que de ses produits dérivés.	x	—————→				<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comité promotion concerté. La Filière, PPQ, AQDFL, AEPQ 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Réalisation de campagnes de promotion
c. Accroître la notoriété et la désirabilité de la pomme du Québec en utilisant l'appellation « Pommes Qualité Québec » et autres véhicules.	x	—————→				<ul style="list-style-type: none"> ▪ La Filière, PPQ, AQDFL, AEPQ 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hausse de la notoriété de la pomme du Québec et de ses dérivés, notamment de l'appellation « Pomme Qualité Québec »
3.2. Augmenter la capacité d'entreposage							
a. Réaliser un portrait/diagnostic de l'entreposage au Québec afin d'identifier les enjeux et constats (état de la situation, évolution des besoins, capacité d'entreposage, état du parc immobilier, budgets d'exploitation, etc.).	x					<ul style="list-style-type: none"> ▪ PPQ 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Réalisation du portrait
b. Mettre à jour les cahiers des charges sur la gestion de l'entreposage.			x	x		<ul style="list-style-type: none"> ▪ PPQ, Filière 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mise à jour du cahier des charges sur la gestion de l'entreposage
c. Établir une stratégie d'investissements dans le réseau d'entrepôts.				x	x	<ul style="list-style-type: none"> ▪ PPQ 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Stratégie réalisée
d. Sensibiliser l'État aux besoins d'investissements en entrepôts pour maintenir le développement sectoriel (voir objectif 1.4 b.).		x	x	x		<ul style="list-style-type: none"> ▪ PPQ 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sensibilisation effectuée
3.3. Maintenir un maillon de transformation des pommes en santé							
a. Valoriser et sensibiliser les transformateurs utilisant une politique d'approvisionnement locale.	x	x				<ul style="list-style-type: none"> ▪ La Filière 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Adoption d'une politique d'approvisionnement locale chez les transformateurs notamment chez Lassonde.
b. Favoriser les bonnes relations producteurs-transformateurs.	x	—————→				<ul style="list-style-type: none"> ▪ La Filière, Comité de prix transformation 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bonnes relations, producteurs-transformateurs

Planification stratégique de la filière pomicole du Québec (2025-2030)

Actions	Année de mise en œuvre 20..					Porteurs	Indicateurs
	26	27	28	29	30		
c. Assurer une meilleure coordination lors des périodes de mise en marché, notamment en améliorant la prévisibilité de l'offre de pommes pour la transformation.	x	—————→				▪ PPQ, AEPQ, transformateurs, CTAQ	▪ Bonne prévisibilité des volumes vers la transformation
3.4. Développer les marchés d'exportation et explorer la diversification des marchés							
a. Assurer une veille stratégique sur les exigences des marchés d'exportation en fonction des variétés et diffuser les résultats.			x	x	x	▪ Filière, AEPQ, AQDFL	▪ Réalisation de l'étude
b. Mettre en place des collaborations avec le Groupe export agroalimentaire.			x	x	x	▪ Filière	▪ Discussions actives avec le Groupe export agroalimentaire
c. Développer les marchés interprovinciaux.			x	x	x	▪ Filière	▪ Augmentation des volumes de pommes transigées entre les provinces
d. Évaluer les possibilités de diversification des marchés (ex. HRI, grossistes, etc.).	x	x	x			▪ PPQ, Filière	▪ Plan de diversification des marchés réalisé
e. Maintenir et développer de nouveaux partenariats avec des organisations (ex. : le type de partenariat avec le Club des petits déjeuners).	x	x	x			▪ PPQ, AEPQ, Filière	▪ Maintenir les partenariats en place ▪ Nouveaux partenariats réalisés
f. Développer et mettre en œuvre une stratégie de conquête des nouveaux marchés liés aux communautés ethniques.	x	—————→				▪ PPQ, AEPQ, AQDFL, Filière	▪ Nouveaux marchés développés
3.5 Appuyer le développement des marchés de proximité (autocueillette, vente à la ferme, agrotourisme, etc.)							
a. Valoriser le métier et le savoir-faire des producteurs de pommes (l'image des producteurs).	x	—————→				▪ PPQ, Filière	▪ Le métier de pomiculteur est valorisé
b. Sensibiliser les producteurs sur les bonnes pratiques entourant la mise en marchés de proximité.	x	—————→				▪ PPQ, Filière	▪ Webinaires effectués, ▪ Conférences réalisées, ▪ Matériels informatifs disponibles
c. Développer un sondage info-prix pour les produits vendus en marchés de proximité.	x	—————→				▪ PPQ, Filière	▪ Publication d'un info-prix annuellement

Priorisation des objectifs selon les différents thèmes du volet cidres



		Thèmes		
		1. Coordination	2. Rentabilité	3. Commercialisation
Objectifs	1. Renforcer l'association des PCQ		1. Solutionner les enjeux législatifs et réglementaires	1. Accroître la présence/visibilité des cidres
	2. Améliorer l'accès aux données et aux statistiques dans le secteur des cidres		2. Assurer la qualité des cidres	2. Améliorer le positionnement du cidre face à la compétition des autres produits
			3. Réduire les coûts de production	3. Développer les marchés d'exportation
			4. Faciliter l'accès au financement et aux investissements dans le secteur de la transformation de cidre	
			5. Accroître la recherche et le développement dans la production des cidres	

Planification stratégique de la filière pomicole du Québec (2025-2030)

Plan opérationnel par thèmes et objectifs volet cidres

Thème 1 : Coordination

Assurer une coordination efficace de la mise en œuvre du plan stratégique de la filière pomicole volet cidres

Actions	Année de mise en œuvre 20..					Porteurs	Indicateurs
	26	27	28	29	30		
1.1. Renforcer l'association des PCQ							
a. Poser un diagnostic sur la satisfaction des membres et non membres envers l'association des PCQ et le secteur des cidres.	x				x	▪ PCQ, Filière	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Taux de membership, ▪ Taux de participation à l'AGA ▪ Sondage réalisé
b. Assurer une représentativité diversifiée parmi les représentants du CA de l'association.	x	→				▪ PCQ	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Politique de représentativité ajustée ▪ Particularités des représentants annoncées dans le rapport annuel. ▪ Bilan de représentativité en 2030 effectué
c. Mobiliser les acteurs du secteur des cidres (Ex. : développer le sentiment d'appartenance, effectuer une tournée des membres, actions terrain, impliquer les producteurs dans les projets, impliquer des fournisseurs, etc.).	x	→				▪ PCQ, Filière	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Taux de participation aux événements ▪ Voir indicateurs point a.
d. Développer une chaîne de valeur des cidres (ex. tenir une rencontre spécifique des acteurs du secteur des cidres avec une vision stratégique partagée).	x	x	x	x	x	▪ PCQ, Filière	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Planification stratégique présentée ▪ Une rencontre tenue par année avec invitation des acteurs suivants : SAQ, MAPAQ, MEIE, grandes chaînes, etc.
e. Mettre en place une chambre de coordination des cidres (voir étude 2019).	/	x				▪ PCQ	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Discussion entamée sur le projet en 2026 ▪ Création de la chambre de coordination
1.2. Améliorer l'accès aux données et aux statistiques dans le secteur des cidres							
a. Identifier les données essentielles pour bien comprendre l'évolution du secteur.	x					▪ PCQ	▪ Portrait des données nécessaires réalisé
b. Réaliser un sondage annuel des membres avec des questions précises (Ex. : volumes, marchés, types de produits, etc.).	x	x	x	x	x	▪ PCQ	▪ Sondages annuels réalisés

Planification stratégique de la filière pomicole du Québec (2025-2030)

Actions	Année de mise en œuvre 20..					Porteurs	Indicateurs
	26	27	28	29	30		
c. Mettre à jour le portrait des consommateurs et données économiques (retombées) aux 5 ans.	x					▪ PCQ, Filière	▪ Portrait effectué
d. Demander aux instances gouvernementales l'accès aux données pour appuyer les actions de la filière (ex. : maintenir accès aux données de la SAQ, partage de données avec l'association nationale des cidriculteurs, Revenu Québec obtenir un accès aux données financières des entreprises du secteur cidre afin d'avoir un portrait de la rentabilité du secteur (Ex. : CDP)).	x	—————→				▪ PCQ, Filière	▪ Obtention des données

Planification stratégique de la filière pomicole du Québec (2025-2030)

Thème 2 : Rentabilité

Assurer un secteur des cidres rentable et prospère

Actions	Année de mise en œuvre 20..					Porteurs	Indicateurs
	26	27	28	29	30		
2.1. Solutionner les enjeux législatifs et réglementaires							
a. Qualifier les impacts et les retombées économiques des enjeux réglementaires sur le développement des entreprises et sur le secteur des cidres. (Identifier les constats) (Ex. d'enjeux réglementaires : consignes, taxe d'accise, taxes spécifiques, gestion des matières résiduelles, permis, commerce interprovincial, etc.).	x	→				▪ PCQ	▪ Qualification des impacts et retombées économiques en continu
b. Établir les priorités et mettre en branle une stratégie pour solutionner les enjeux réglementaires les plus importants.	x	x	x	x		▪ PCQ	▪ Priorités établies avec une stratégie de solution mise en œuvre
c. Initier une table sectorielle (s'associer aux autres associations sectorielles (boissons alcooliques, CTAQ) et aux partenaires de la chaîne de valeurs pour appuyer les demandes de l'industrie).	x	x				▪ PCQ et Filière	▪ Création de la table sectorielle ▪ Le Momentum des élections 2026 au Qc est saisi
2.2. Assurer la qualité des cidres							
a. Diffuser l'offre de formations et de l'éducation sur la qualité des cidres (collectives).	x	→				▪ PCQ	▪ Promotion des formations dans les moyens de communication est effectuée
b. Accompagner les producteurs en démarrage.	x	→				▪ PCQ	▪ Trousse au démarrage est mise à jour
c. Bonifier / promouvoir la catégorisation des cidres avec les critères de qualité et bonnes pratiques.	x	→				▪ PCQ	▪ Bonification des pastilles ▪ Diffusion des pastilles
d. Promouvoir les tests et échantillonnages pour une mesure diagnostique (critères comme l'acidité volatile, la quantité de lie, etc.) (artisans et fabricants).	x	→				▪ SAQ, RACJ, PCQ	▪ Adoption des bonnes pratiques par les producteurs
2.3. Réduire les coûts de production							
a. Développer des outils d'aide aux producteurs pour calculer et comparer leurs coûts de production.		x				▪ CRAAQ, autres	▪ Création des outils
b. Offrir des formations aux producteurs afin qu'ils apprennent à calculer leurs coûts de production.			x	x	x	▪ PCQ	▪ Formations offertes

Planification stratégique de la filière pomicole du Québec (2025-2030)

Actions	Année de mise en œuvre 20..					Porteurs	Indicateurs
	26	27	28	29	30		
c. Favoriser les achats et utilisations groupés (équipements, intrants, etc.) et mettre en commun certaines actions logistiques au sein de la chaîne de valeur.	x	x				▪ PCQ, fournisseurs	▪ Premières commandes effectuées
d. Établir les besoins et développer des actions afin des faciliter l'accès à la main-d'œuvre spécialisée.		x	x			▪ PCQ	▪ Contact effectué avec des associations européennes et autres instituts de formations
2.4. Faciliter l'accès au financement et aux investissements dans le secteur de la transformation des cidres							
a. Sensibiliser les banquiers à l'importance de l'investissement pour la rentabilité des entreprises cidricoles et du secteur des cidres.			x	x	x	▪ PCQ (et ses membres), PPQ	▪ Partage du coût de production aux banquiers ▪ Invitation des banques à l'AGA des PCQ
b. Effectuer des démarches de relations gouvernementales pour faire connaître les besoins et obtenir des programmes adaptés.			x	x	x	▪ PCQ (et ses membres)	▪ Partage du coût de production aux gouvernements
c. S'associer aux autres associations sectorielles (boissons alcooliques, CTAQ) et aux partenaires de la chaîne de valeurs pour appuyer les demandes des transformateurs.	x	—————→				▪ PCQ, autres associations	▪ Demandes conjointes effectuées
2.5. Accroître la recherche et le développement dans la production des cidres							
a. Veille des tendances de recherches et développement en production et transformation des cidres.	x	x				▪ PCQ, Filière	▪ Veille réalisée
b. Définir les priorités de recherches et développement dans le secteur des cidres.		x	x			▪ PCQ, CRAM, Filière	▪ Priorités de recherche définies
c. Assurer un soutien financier et en ressources pour la mise en œuvre de la recherche et du développement dans le secteur des cidres.			x	x		▪ PCQ, CRAM, autres	▪ Soutien obtenu et projets démarrés
d. En partenariat avec le PPQ, appuyer l'adaptation des vergers et des entreprises aux changements climatiques avec une stratégie de R&D et de diffusion des connaissances (services-conseils).				x	x	▪ PCQ, CRAM, autres	▪ Soutien obtenu et projets démarrés

Planification stratégique de la filière pomicole du Québec (2025-2030)

Thème 3 : Commercialisation

Augmenter les parts de marché de cidres afin d'assurer la croissance du secteur

Actions	Année de mise en œuvre 20..					Porteurs	Indicateurs
	26	27	28	29	30		
3.1. Accroître la présence/visibilité des cidres							
a. Réaliser du démarchage auprès des différents réseaux de mise en marché afin de mettre les cidres en vedette (Ex. : SAQ, restaurants, grands détaillants, ITHQ, etc.).	x	—————▶				▪ PCQ, Filière	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Renouveau et développement de nouveaux partenariats ▪ Augmentation des parts de marché et des ventes de différents réseaux ▪ Augmentation du taux en possession d'un permis de vente de cidres
b. Promouvoir les événements de dégustations par les producteurs.	x	—————▶				▪ PCQ	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Augmentation du nombre de dégustations par les producteurs
c. Déployer des outils promotionnels adaptés aux différents réseaux de mise en marché et promouvoir la nomenclature des cidres en magasin et chez les producteurs.	x	—————▶				▪ PCQ	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 25% de taux d'application de la nomenclature chez les détaillants
3.2. Améliorer le positionnement du cidre face à la compétition des autres produits							
a. Effectuer un portrait des consommateurs de cidre et des non-consommateurs.		x				▪ PCQ	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Portrait réalisé
b. Développer l'image-produit et le positionnement des cidres.	x	x				▪ PCQ, SAQ, autres partenaires	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Accroissement de la notoriété du produit chez les consommateurs
c. Se doter d'une stratégie de promotion et de communication des cidres et la mettre en œuvre (ex. : événements, accords, nomenclature, etc.).	x	—————▶				▪ PCQ	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hausse des indicateurs de croissance de consommation
d. Promouvoir et développer le programme ambassadeur.	x					▪ PCQ, PPQ	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Programme ambassadeur populaire et développé
e. Outiller les producteurs à optimiser les ventes directes aux consommateurs.	x					▪ PCQ, PPQ, Filière	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Producteurs outillés à maximiser leurs ventes sur place
f. Analyser l'adéquation de l'appellation IGP « cidre de glace » comme outil pour mettre en valeur le cidre de glace	x	x				▪ PCQ	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Augmentation du taux d'adhésion à l'appellation « cidre de glace »

Planification stratégique de la filière pomicole du Québec (2025-2030)

Actions	Année de mise en œuvre 20..					Porteurs	Indicateurs
	26	27	28	29	30		
3.3. Développer les marchés d'exportation							
a. Analyser les opportunités et impacts des marchés hors Québec. (Ex. : nouvelles règles de commerce interprovincial, tarifs, etc.)		x	x			<ul style="list-style-type: none"> ▪ PCQ, Filière 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hausse de la notoriété du cidre québécois à l'étranger ▪ Avoir une vue d'ensemble des opportunités et impacts

Annexes

Diagnostic de l'environnement d'affaires **volet pommes**

I. Au niveau **du support à la production (pommes)**

PRINCIPALES FORCES	PRINCIPALES FAIBLESSES
✓ Les services-conseils (clubs, vendeurs d'intrants, etc.) considérés de bonne qualité pour les différents maillons de la chaîne de valeur des pommes (x17)	✓ Le retard relatif à d'autres régions concernant la R&D sur les nouvelles variétés et sur la pomiculture. (x15)
✓ Le réseau de la recherche, les formations et la diffusion d'information avec le réseau pommier IRDA, MAPAQ RECUPOM, etc., bénéfiques pour le développement du secteur (x13)	✓ Les prix élevés de certains intrants (x7)
✓ Le partage d'information pour la gestion phytosanitaire par le réseau d'avertissements phytosanitaires (RAP) et le logiciel RIMPRO (x4)	✓ La réglementation canadienne restrictive sur les produits phytosanitaires (x7)
✓ L'accès aux services-conseils pour les producteurs agricoles grâce au programme services-conseils gouvernemental	✓ La difficulté d'assurer la relève des conseillers de première ligne et les chercheurs à la suite des départs. (x6)
✓ Les résultats de l'étude de coût de production sur le secteur de pommes réalisée par le CECPA	✓ L'insuffisance de formations en rentabilité et économie, en régie de production et d'entreposage, en RH, en réglementations, etc. (x5)
	✓ L'obtention au financement, un enjeu pour certains producteurs en raison des garanties jugées insuffisantes (x3)
	✓ La communication des résultats de recherches perçue comme peu accessible (x3)
	✓ L'imprécision des prévisions des volumes de pommes produits et de la gestion des inventaires (x2)

Planification stratégique de la filière pomicole du Québec (2025-2030)

II. Au niveau de la production (pommes)

PRINCIPALES FORCES	PRINCIPALES FAIBLESSES
✓ Le contrôle de qualité et l'appellation « Pomme qualité Québec » perçus comme positifs (x16)	✓ Le secteur accuse des retards dans la modernisation des vergers et les répercussions conséquentes sur la réponse à la demande, la productivité et la compétitivité des vergers (x17)
✓ La progression d'actions de modernisation des vergers depuis le dernier plan stratégique (x4)	✓ Les retards technologiques et la lente adoption de nouvelles techniques culturales (x14)
✓ La mise à niveau technologique des vergers parmi certains segments d'entreprises (x3)	✓ La rentabilité financière précaire d'un bon nombre d'entreprises (x10)
✓ La relève agricole en amélioration (x3)	✓ La relève, un enjeu présent chez de nombreux vergers au Québec (x9)
✓ Une concentration grandissante du secteur de la production (x3)	✓ Un pourcentage encore élevé des pommes produites destinées à la transformation (x4)
✓ Les Producteurs de pommes du Québec (PPQ) (x2)	✓ Une concentration grandissante du secteur de la production (x3)
✓ La progression de l'adoption de techniques de lutte intégrée aux ravageurs et la réduction d'utilisation des pesticides (x2)	✓ Les embûches réglementaires associées à l'embauche de la main-d'œuvre (x2)
✓ L'amélioration de la productivité des vergers parmi certains segments d'entreprises (x2)	✓ La lourdeur des charges administratives et réglementaires (x2)
✓ L'autocueillette représente une offre bien développée répondant à des créneaux de clientèles	
✓ La production de pommes biologiques au Québec	

Planification stratégique de la filière pomicole du Québec (2025-2030)

III. Au niveau de l'entreposage (pommes)

PRINCIPALES FORCES	PRINCIPALES FAIBLESSES
✓ La qualité de l'entreposage en environnement contrôlé pour assurer la qualité des pommes (x8)	✓ La progression des coûts de construction et d'équipements d'entrepôt aux normes (x5)
✓ La certification Canada GAP (x8)	✓ L'absence de programme d'aide à l'investissement (x3)
✓ La stabilité des coûts d'entreposage durant les dernières années (x2)	✓ L'accessibilité difficile à l'entreposage pour une partie des producteurs (x3)
✓ La disponibilité d'offre d'équipements pour la construction et la modernisation d'entrepôts aux normes	✓ L'hétérogénéité des installations d'entreposages et les enjeux sur la qualité des pommes (x3)
✓ L'accès à l'expertise technique pour la régie des entrepôts	✓ L'absence d'un portrait complet sur les infrastructures d'entreposage (x2)
✓ La compétitivité des coûts d'énergie	✓ Le coût élevé de l'entreposage à forfait
	✓ L'absence de recherche et le développement sur les facteurs d'entreposage de nouvelles variétés de pommes

Planification stratégique de la filière pomicole du Québec (2025-2030)

IV. Au niveau des emballeurs (pommes)

PRINCIPALES FORCES	PRINCIPALES FAIBLESSES
✓ Les technologies et les équipements modernes utilisés par de nombreux emballeurs (x7)	✓ La variabilité des technologies et équipements utilisés parmi les différents emballeurs (x3)
✓ Le respect des normes de qualité (x7)	✓ La pénurie de main-d'œuvre (x2)
✓ La compétitivité des entreprises du secteur (x2)	✓ Le prix plancher limite la compétitivité (x2)
✓ La présence de relève	✓ La concentration du secteur
✓ L'amélioration de la gestion des pertes	✓ La qualité des produits parfois variable
✓ Les liens de confiance avec les détaillants	
✓ L'accès aux travailleurs étrangers temporaires	

Planification stratégique de la filière pomicole du Québec (2025-2030)

V. Au niveau des transformateurs (pommes)

PRINCIPALES FORCES	PRINCIPALES FAIBLESSES
✓ Les technologies et les équipements utilisés et l'offre de produits innovants (x7)	✓ La valorisation des pommes limitée par la capacité des entrepôts (x4)
✓ La valorisation des pertes (x5)	✓ Le coût des équipements crée une barrière à l'entrée de nouveaux joueurs (x2)
✓ La qualité des produits transformés (x2)	✓ La forte pression sur l'automatisation des procédés due à la pénurie de main-d'œuvre (x2)
✓ La présence de 3 transformateurs importants (x2)	✓ Le faible prix offert aux producteurs (x2)
✓ La reconnaissance de la marque par les consommateurs	✓ La difficulté d'accès pour les petits transformateurs au secteur du détail
✓ Les investissements dans le secteur pomicole	
✓ La présence de nombreux petits producteurs et l'agrotourisme	
✓ La capacité de transformation d'un grand volume de pommes	

Planification stratégique de la filière pomicole du Québec (2025-2030)

VI. Au niveau de la mise en marché et de la commercialisation (pommes)

PRINCIPALES FORCES	PRINCIPALES FAIBLESSES
✓ Le plan conjoint et la convention de mise en marché (x14)	✓ La convention de mise en marché perçue comme trop contraignante (x7)
✓ Le prix minimum assuré par la convention de mise en marché (x5)	✓ Le contrôle des prix peut limiter la compétitivité (x4)
✓ Le fonds de promotion du plan conjoint (x4)	✓ La nécessité d'une mise à jour du calendrier de mise en marché selon les variétés (x3)
✓ Le calendrier de mise en marché (x3)	✓ La connaissance variable du plan conjoint, de la convention de mise en marché et de l'annexe H par les différents acteurs (x2)
✓ La diversité et la complémentarité des canaux de mise en marché	

I. Au niveau de la coordination de l'industrie (pommes)

PRINCIPALES FORCES	PRINCIPALES FAIBLESSES
✓ Les communications et le partage d'information au sein de la chaîne de valeur (x9)	✓ Les enjeux de communication et coopération entre les producteurs et les emballeurs (x18)
✓ La présence d'une table filière et l'atout du travail en collectivité (x9)	✓ Le manque d'écoute de l'État (x9)
✓ Les rencontres de la table filière (x4)	✓ Le peu d'actions concrètes réalisées (x4)
✓ La vision sectorielle (x4)	✓ La vision sectorielle un peu désuète (x3)
✓ La présence des détaillants lors de rencontres de la table (x2)	✓ Le partage d'information sous-optimal (x2)
	✓ Le nombre de rencontres sectorielles insuffisantes (x2)

Planification stratégique de la filière pomicole du Québec (2025-2030)

1. Les principales opportunités et menaces du volet pommes du Québec

Thématiques	Opportunités	Menace
Politique Support de l'État, les politiques et les réglementations gouvernementales, l'assurance-récolte, les Agris, etc.	<ul style="list-style-type: none"> • L'impact des tarifs sur l'importation de pommes (x3) • L'utilisation de l'assurance récolte et les programmes Agri (x3) • Refonte de l'assurance-récolte à la FADQ • La mise à jour de la politique bioalimentaire • La SNAAQ 	<ul style="list-style-type: none"> • Le soutien financier de l'État (x7) • L'impact des tarifs sur les exportations de produits de pommes transformés (x2) • La lourdeur administrative (x2) • L'ASREC inadaptée (x2) • Les tensions commerciales • Le CAG (centre d'acquisition gouvernemental) pour le HRI (x2)
Économique le taux de croissance sur les marchés, les importations et produits substitués, le taux de change, la main-d'œuvre, etc.	<ul style="list-style-type: none"> • La baisse du taux de change (x5) • Le développement des exportations (x2) • Le taux de croissance sur les marchés (x2) 	<ul style="list-style-type: none"> • La croissance des importations (x14) • La réglementation sur la main-d'œuvre étrangère (x12) • La concentration de certains maillons • L'accès aux terres agricoles • L'inflation • La baisse du taux de change • Le taux de croissance sur les marchés • La diversité de produits substitués • Le manque de relève
Socioculturelle Les tendances des consommations et les attentes sociétales, etc.	<ul style="list-style-type: none"> • Les tendances de consommation plus saines (x5) • L'engouement pour les produits locaux (x5) • La réponse aux attentes sociétales et pesticides (x4) 	<ul style="list-style-type: none"> • La tendance de consommation à la baisse (x8) • Les attentes sociétales et pesticides
Technologique Innovation, communication, etc.	<ul style="list-style-type: none"> • L'automatisation et la mécanisation • L'intelligence artificielle 	
Environnementale Gestion des pesticides, changements climatiques, etc.	<ul style="list-style-type: none"> • Les changements climatiques (plus chaud) (x6) 	<ul style="list-style-type: none"> • Les changements climatiques (x19) • La réévaluation de l'ARLA sur les pesticides (x6)
Légale Lois, règlements, certification, etc.	<ul style="list-style-type: none"> • La circulation des TET entre les fermes 	<ul style="list-style-type: none"> • La réglementation sur les emballages en plastique

2. Les principaux défis que devra relever la filière (volet pommes) au cours des cinq prochaines années

1. Moderniser les vergers (variétés) (x22)
2. Augmenter les parts de marché face aux pommes importées (x12)
3. Renforcer la mise en marché collective (x8)
4. Investir en promotion (x8)
5. Améliorer la relation PPQ et AEPQ (x6)
6. Adopter une vision partagée par la filière (gouvernance) (x5)
7. Améliorer la rentabilité des vergers (x5)
8. S'adapter aux changements climatiques (x5)
9. Accéder à la main-d'œuvre (x5)
10. Accroître la relève (x5)
11. Assurer la rentabilité entre tous les maillons de la chaîne de valeur (x4)
12. Prévoir les inventaires et des volumes de récolte (x3)
13. Maintenir une bonne image avec la marque des pommes qualité Québec (x2)
14. Développer davantage de liens entre les PPQ et PCQ (x2)
15. Améliorer la gestion des ravageurs (x2)
16. Accroître le soutien gouvernemental (x2)
17. Innover dans les emballages (x2)
18. Miser sur la compétitivité des prix (x1)
19. Développer les marchés d'exportation (x1)
20. Augmenter la capacité des entrepôts (x1)
21. Maintenir un maillon de transformation en santé (x1)
22. Réduire les fardeaux administratifs aux producteurs (x1)

Planification stratégique de la filière pomicole du Québec (2025-2030)

Diagnostic de l'environnement d'affaires **volet cidres**

MAILLONS	PRINCIPALES FORCES	PRINCIPALES FAIBLESSES
Support à la production (Cidres)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Les tests avec les variétés à cidre de RECUPOM ✓ Le financement du plan conjoint ✓ L'offre de services conseils agronomiques et en transformation 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ L'accès difficile aux équipements et aux fournisseurs et coût important (x5) ✓ Le manque de formations à tous les niveaux dans la chaîne de valeur du cidre (x3) ✓ L'offre limitée de recherche dans le secteur cidricole (x3) ✓ Le manque de services-conseils agronomiques spécialisés pour la pomme à cidre ✓ L'absence de financement de services-conseils en transformation de cidre ✓ L'assurance récolte non adaptée au cidre ✓ La communication et diffusion des résultats de la R&D
Production de pommes (Cidres)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La valorisation des pommes (le volume de pommes destiné au cidre a doublé en 5 ans au Québec) (x5) ✓ Le développement des variétés de pommes à cidre (x4) ✓ La présence de la relève sur les entreprises 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Adéquation des besoins en pommes à cidre au Québec et la demande (connaissances des marchés) (x4) ✓ Le retard de développement des nouvelles variétés de pommes à cidre (x3) ✓ La mécanisation des opérations, limitée sur les fermes ✓ La difficulté d'accès au capital ✓ Le faible taux d'adoption de nouvelles technologies ✓ L'absence de financement adéquat à la replantation des vergers (variétés de pommes à cidre) ✓ Difficulté d'accès à certaines variétés de pommes à cidre
Transformation du cidre (Cidres)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La diversité des cidres au Québec (x11) ✓ La qualité des cidres au Québec (x8) ✓ L'utilisation de la pomme du Québec (bonne traçabilité) (x4) ✓ Les équipements à la fine pointe technologique (x4) ✓ Le nouveau programme pour les travailleurs étrangers temporaires (x2) ✓ Le programme de soutien pour l'achat d'équipements usagés ✓ La disponibilité de travailleurs étrangers temporaires ✓ La saine compétition dans le secteur ✓ La créativité des cidriculteurs ✓ La polyvalence du produit du cidre 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La rentabilité hétérogène des entreprises cidricoles avec des coûts fixes et variables élevés (x5) ✓ L'accès aux travailleurs étrangers temporaires, réglementation complexe (x4) ✓ Le permis artisan, contraignant dans sa forme actuelle (x2) ✓ La qualité des produits, parfois variable ✓ La difficulté d'accès au financement à l'investissement (prêt bancaire) ✓ Le manque de soutien gouvernemental à l'innovation ✓ L'accès difficile à la main-d'œuvre spécialisée et coût élevé

Planification stratégique de la filière pomicole du Québec (2025-2030)

<p>Réglementation (Cidres)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La nouvelle réglementation permettant les cidres non filtrés ✓ La faible présence des importations sur les tablettes ✓ Réglementation favorisant la qualité des produits (pommes du Québec) ✓ L'exemption de taxe spécifique (provinciale) pour les producteurs « artisans » ou les « fabricants » selon l'origine de la matière première ✓ L'exemption de la taxe d'accise sur les produits dont le sucre fermenté provient de la pomme 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ L'iniquité entre les permis « artisans » et « fabricants » affectant la compétitivité des entreprises (x4) ✓ Le manque de compétitivité pour l'exportation (x2) ✓ La réglementation empêchant l'utilisation d'équipements à forfait (x2) ✓ Le taux de taxation relativement plus élevé sur le cidre que sur la bière ✓ Le nombre d'organismes gouvernementaux impliqués dans le secteur des boissons alcooliques ✓ La lourdeur réglementaire ✓ La lourdeur administrative des doubles permis ✓ Absence de communication avec les autorités fédérales (ex. : taxe d'accise) ✓ L'impossibilité pour les permis « artisans » d'acheter des pommes d'un tiers
<p>Distribution et consommation (Cidres)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Les actions de promotions (x7) ✓ Les bons liens entre les petits distributeurs et détaillants (x4) ✓ Les cidres, des produits locaux (x4) ✓ L'appellation « Cidre de glace » connue des consommateurs (x2) ✓ La diversité des canaux de mise en marché (x2) ✓ Les cidres à faibles teneurs en alcool en phase avec les tendances de consommation (x2) ✓ Le réseau de la SAQ (x2) ✓ Le festival « Soif de cidres » ✓ Les opportunités du marché de détail (back door) ✓ L'agrotourisme et les ventes à la ferme 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Le besoin important d'éducation des consommateurs sur le cidre (x10) ✓ La saturation du marché (x8) ✓ La présence limitée de produits dans le réseau restauration et hôtellerie (x7) ✓ Le fort besoin de promotion pour accroître les ventes (x5) ✓ La baisse de la consommation des produits alcoolisés (x2) ✓ La promotion sur les réseaux sociaux à développer ✓ Le positionnement difficile des petits et moyens cidriculteurs chez les grands détaillants (x2) ✓ L'absence d'outil collectif pour la mise en marché des cidres ✓ La fidélisation de la clientèle, difficile ✓ La visibilité des produits sur les tablettes (congestion)
<p>Coordination de l'industrie (Cidres)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Le rôle joué par les Producteurs de cidre du Québec (PCQ) (x12) ✓ La bonne collaboration avec les gouvernements et les partenaires (x5) ✓ Le dynamisme et l'attrait du secteur des cidres (x3) ✓ Le partage d'information dans la communauté du cidre (x2) ✓ Le lien entre les PPQ et les PCQ 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Le manque d'écoute de l'État et de faible capacité d'influence (x4) ✓ La faible considération du cidre au sein de la table filière pomicole (x3) ✓ L'absence de données statistiques fiables pour documenter le secteur et son impact économique (x2) ✓ La lourdeur et la lenteur administrative ainsi que le manque d'actions concrètes de la table filière pomicole ✓ Les actions des producteurs de cidre, souvent effectuées en silos ✓ Le recrutement et la rétention de membres aux PCQ ✓ La nécessité d'une collaboration plus étroite avec les PPQ ✓ Le portrait des membres aux PCQ ✓ L'accès difficile aux données financières des entreprises dans le secteur du cidre rendant le portrait de rentabilité financière du secteur ardu

Planification stratégique de la filière pomicole du Québec (2025-2030)

3. Les principales opportunités et menaces du volet cidres du Québec

Thématiques	Opportunités	Menace
Politique	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Les nouveaux programmes de soutien (x2) ✓ La représentation auprès de l'État 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La baisse du soutien de l'État (x2) ✓ La politique sur les travailleurs étrangers temporaires ✓ Le lobby des grands brasseurs et embouteilleurs
Économique	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Le développement du marché CSP ✓ Le commerce interprovincial 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Le taux de change (x2) ✓ L'instabilité politique aux États-Unis (x2) ✓ Les tarifs affectant le coût de production ✓ Le commerce interprovincial ✓ Les petites parts de marché du cidre ✓ La saturation du marché ✓ L'assurance récolte ✓ L'inflation
Socioculturelle	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Les événements de dégustation de cidre ✓ La tendance de consommation à la hausse de cidre ✓ Élargir la consommation à l'année ✓ La tendance sans gluten et moins d'alcool (x2) ✓ La consommation des produits locaux ✓ La performance de la catégorie cidre chez les jeunes 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La diminution de la consommation d'alcool ✓ La saisonnalité de la consommation
Technologique	<ul style="list-style-type: none"> ✓ L'automatisation 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Le manque d'équipement nord-américain ✓ La numérisation et l'I.A.
Environnementale	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Les changements climatiques (variétés) (x4) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Les changements climatiques (x6) ✓ La gestion des rejets de production
Légale	<ul style="list-style-type: none"> ✓ L'évolution des exportations (x4) ✓ L'élimination des barrières avec les autres provinces canadiennes ✓ L'utilisation exclusive de pommes du Québec 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La fin de la réglementation limitant les importations (x6) ✓ Les freins réglementaires ✓ La taxe carbone

4. Les principaux défis que devra relever la filière (volet cidres) au cours des cinq prochaines années

1. Augmenter les parts de marché du cidre (x8)
2. Solutionner les enjeux réglementaires (x5)
3. Permettre l'adaptation aux changements climatiques (x2)
4. Accroître la présence/visibilité des cidres sur les tablettes
5. Améliorer le positionnement du cidre face à la concurrence (autres produits)
6. Accroître le support de l'État pour la recherche et le développement
7. Renforcer la concertation avec les PPQ pour une plus grande force de frappe
8. Développer les marchés d'exportation
9. Faciliter l'accès à la main-d'œuvre spécialisée
10. Trouver des solutions d'accès aux équipements plus abordables
11. Renforcer l'association des PCQ
12. Améliorer l'automatisation des procédés
13. Soutenir la mise en marché / commercialisation
14. Contribuer à la baisse des coûts de production
15. Encourager le développement de variétés de pommes à cidre.
16. Travailler à l'amélioration de la qualité des cidres
17. Améliorer l'accès aux données dans le secteur des cidres
18. Faciliter l'accès au financement et aux investissements dans le secteur de la transformation de cidre

ANNEXE F : Membres de la Table filière pomicole du Québec en date de mars 2026

Éric Rochon, président, Les Producteurs de pommes du Québec
Joël Mckenzie, président, Les Producteurs de pommes des Frontières
François Blouin, 1^{er} vice-président, Les Producteurs de pommes de l'Est-du-Québec
Daniel Duchesne, relève, Les Producteurs de pommes du Québec
Jérôme-Antoine Brunelle, directeur général, Les Producteurs de pommes du Québec
Caroline Ouimet, conseillère aux communications, marketing et vie syndicale, Les Producteurs de pommes du Québec
Brunau Côté, président, Association des emballeurs de pommes du Québec
Pierre Jodoin, vice-président, Association des emballeurs de pommes du Québec
Martin Brie, administrateur, Association des emballeurs de pommes du Québec
Mélissa Cataphard, relève, Association des emballeurs de pommes du Québec
Jocelyne Godin, directrice générale, Association des emballeurs de pommes du Québec
Catherine St-Georges, directrice générale, Les Producteurs de cidre du Québec
Mario Lalancette, directeur général, Association québécoise de la distribution de fruits et légumes
Vincent Giasson, représentant, Conseil de la transformation alimentaire du Québec
Christian Riopel, représentant, Courchesne Larose
Jean-Luc Talbot, représentant, Metro
Vincent Fillion, représentant, Loblaws
Pierre Landry, représentant, Sobeys
Isabelle Demers, direction du développement des secteurs agroalimentaires (secrétaire de la Table), MAPAQ
Mathieu Collet-Lafontaine, conseiller en transformation alimentaire – secteur des alcools, MAPAQ
Samuel Dagenais, agent principal de développement de l'industrie, AAC
Jonathan Miranda-Chang, conseiller en analyse économique et financière, FADQ
Kathleen Jean-Mary, conseillère économique, RMAAQ

ANNEXE G : Stratégie de communication des PPQ

STRATÉGIE DE COMMUNICATION INTERNE	
OBJECTIF ORGANISATIONNEL	
Créer et bonifier les moyens de communication internes	
OBJECTIFS DE COMMUNICATION	
<p>Développer et offrir des moyens de communication pertinents et accessibles à tous les producteurs de pommes du Québec</p> <p>Structurer les moyens de communication (outil, fréquence et sujet) afin d'optimiser le partage d'informations des PPQ</p>	
CIBLE	
Productrices et producteurs de pommes du Québec	
MOYENS/OUTILS	SUJETS
Site Web producteursdepommesduquebec.ca/	<ul style="list-style-type: none"> • Bibliothèque d'informations • Archives • Etc.
Groupe privé Facebook des administrateurs au CA élargi (@ ADMINISTRATEURS PPQ) géré par les PPQ	<ul style="list-style-type: none"> • Revue de presse quotidienne • Enjeux politiques et stratégiques
Groupe privé Facebook ouvert à tous les producteurs (@ Les Producteurs de pommes du Québec). Contenu initié par les producteurs, gestion par les PPQ.	<ul style="list-style-type: none"> • Lieu d'échanges entre producteurs • Partage d'informations techniques • Nouvelles urgentes des PPQ (le cas échéant)
Chaîne Youtube (@ lesproducteursdepommesduquebec) alimentée au besoin	<ul style="list-style-type: none"> • Courtes vidéos de formation • Etc.
Page X (@ prodsdepommesqc) alimentée au besoin	<ul style="list-style-type: none"> • Revendications politiques • Actualités du secteur pomicole • Nouvelles régionales, provinciales, nationales et internationales

<p>Page LinkedIn (@Les Producteurs de pommes du Québec) alimentée au besoin</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bons coups de l'industrie • Commandites • Autres implications
<p>Bulletin aux pomiculteurs mensuel, envoyé par courriel aux producteurs et aux partenaires (réalisé à partir d'un calendrier de contenu (PPQ) afin d'assurer une certaine prévisibilité et d'éviter la redondance).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Éditorial du président • Sujets discutés au dernier CA • Nouvelles en vrac • PPQ en action • Recherche et innovation • Promotion • Info-proximité • Info-marchés • Inventaires • Formations • Équipe des PPQ • Publicité • Etc.
<p>Version mensuelle du Bulletin aux pomiculteurs en baladodiffusion pour les nouvelles en bref.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nouvelles en vrac • Info-marchés • Sujets techniques (R&D) • Etc.
<p>Bulletin express au besoin, envoyé par courriel aux producteurs seulement, pour les nouvelles urgentes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Communiqués • Inventaires • Formations et événements spéciaux • Etc.
<p>Courriels (par groupe d'envoi) envoyés au besoin</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Info-marchés (priorité)
<p>Courriels individuels envoyés au besoin</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dossier producteur • Avis de cotisation • Permis • Sondage • Etc.

ANNEXE H : Promotion des marchés

Tableau synthèse des initiatives de promotion

Année de commercialisation	Investissement	Objectifs de promotion	Principaux moyens déployés	Résultats de la campagne**
2019-2020	377 669 \$ (125 000 \$ de l'AEPQ)	<ul style="list-style-type: none"> • Accroître les parts de marché des Pommes Qualité Québec; • Faire connaître davantage le logo; • Promouvoir les bienfaits de la pomme. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Campagne publicitaire (bannières web, réseaux sociaux, télé); ○ Pub imprimée; ○ Création de contenus recettes; ○ Formations HRI; ○ Commandites et partenariats. 	✓ + de 23 000 000 impressions
2020-2021	381 268 \$ (125 000 \$ de l'AEPQ)	<ul style="list-style-type: none"> • Inciter les consommateurs à choisir les pommes du Québec plutôt que les importées; • Redonner le goût de manger des pommes; stimuler l'achat. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Campagne publicitaire (bannières web, réseaux sociaux, télé); ○ Pub imprimée; ○ Création de contenus recettes; ○ Formations HRI; ○ Commandites et partenariats. 	✓ + de 3 700 000 impressions
2021-2022	354 643 \$ (98 000 \$ d'Aliments du Québec*)	<ul style="list-style-type: none"> • Favoriser le choix des pommes identifiées PQQ; • Stimuler la consommation; • Renforcer le réflexe d'achat local. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Campagne publicitaire (PLV, bannières web, réseaux sociaux, intégrations télé); ○ Création de contenus recettes; ○ Formations HRI; ○ Commandites et partenariats. 	✓ + de 10 600 000 impressions
2022-2023	317 489 \$ (100 000 \$ d'Aliments du Québec*)	<ul style="list-style-type: none"> • Maintenir la préférence pour les pommes du Québec; • Soutenir la consommation; • Rejoindre ou ramener des consommateurs occasionnels. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Campagne publicitaire (PLV, bannières web, réseaux sociaux, intégrations télé); ○ Création de contenus recettes; ○ Formations HRI; ○ Commandites et partenariats. 	✓ + de 4 200 000 impressions
2023-2024	360 836 \$ (100 000 \$ d'Aliments du Québec*)	<ul style="list-style-type: none"> • Accroître la part de marché des pommes d'ici; • Démontrer leur polyvalence; • Stimuler la consommation à l'année. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Campagne publicitaire (circulaires numériques, bannières, réseaux sociaux); ○ Création de contenus recettes; ○ Formations HRI; ○ Commandites et partenariats. 	✓ + de 24 000 000 impressions
2024-2025	249 581 \$	<ul style="list-style-type: none"> • Poursuivre la croissance de la part de marché; • Rapprocher la pomme du moment d'achat; • Renforcer sa pertinence culinaire et sa consommation à l'année. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Campagne publicitaire bilingue (circulaires numériques, bannières, réseaux sociaux, télé); ○ Création de contenus recettes, lifestyle et santé; ○ Commandites et partenariats. 	✓ + de 4 500 000 impressions

* La contribution d'Aliments du Québec a été confirmée à la suite du dépôt du projet dans le cadre du programme Projets rassembleurs.

** Les résultats présentés reflètent uniquement ceux de la campagne publicitaire.

Concept de la campagne publicitaire 2020 et 2021



Concept de la campagne publicitaire 2022 et 2023



Concept de la campagne publicitaire 2024 et 2025



Survol des thématiques et des initiatives R&D au sein des PPQ

Thématiques	Objectifs visés	Survol des initiatives	Partenaires impliqués	Niveau d'implantation	État d'avancement
Production fruitière intégrée (PFI)	Structurer, standardiser et diffuser les bonnes pratiques afin d'améliorer la performance environnementale et la durabilité du secteur	<ul style="list-style-type: none"> Mise à jour des affiches PFI Participation au Réseau d'avertissement phytosanitaire (RAP) Suivi des pratiques culturales et mesure des impacts Diffusion et transfert des connaissances 	IRDA, MAPAQ, conseillers, réseau pomicole	Élevé	✓ En continu
Réseau d'essais de cultivars et porte-greffes (RECUPOM)	Accélérer l'innovation variétale et l'adaptation des vergers aux conditions climatiques via la validation terrain	<ul style="list-style-type: none"> Adaptation des variétés aux conditions québécoises Essais en verger (cultivars et porte-greffes) Publication des résultats dans une base de données accessible Projet pilote en fertilisation foliaire 	RECUPOM, conseillers, Dura-club, réseau pomicole	Émergent à moyen	✓ En continu
Adaptation aux changements climatiques	Anticiper, mesurer et atténuer les impacts des changements climatiques afin de renforcer la résilience des vergers	<ul style="list-style-type: none"> Identification des risques climatiques régionaux Suivi de l'évolution des ravageurs et de leurs impacts Analyse des impacts à moyen et long terme Sensibilisation et accompagnement des producteurs et productrices 	IRDA, CETAB, MAPAQ, conseillers, réseau pomicole, experts agroclimatiques	Moyen à élevé	✓ En cours
Innovation agro-environnementale	Optimiser l'utilisation des intrants et des ressources tout en améliorant la performance économique et environnementale	<ul style="list-style-type: none"> Optimisation des pratiques de pulvérisation Amélioration de la santé et sécurité des producteurs et productrices Gestion efficiente des ressources (intrants, eau, énergie) 	IRDA, CETAB, MAPAQ, conseillers, réseau pomicole, experts agroclimatiques	Émergent à moyen	✓ En cours

Thématiques	Objectifs visés	Survol des initiatives	Partenaires impliqués	Niveau d'implantation	État d'avancement
		<ul style="list-style-type: none"> Accompagnement et alignement des priorités de recherche avec les besoins terrain 			
Transfert technologique et diffusion	Accélérer l'adoption des innovations en assurant une diffusion efficace et structurée des connaissances	<ul style="list-style-type: none"> Vitrines technologiques et démonstrations terrain Développement de contenus techniques (guides, affiches, vidéos) - Webinaires et formations Accompagnement des producteurs Coordination avec les partenaires Valorisation des résultats de recherche 	IRDA, CETAB, MAPAQ, conseillers, réseau pomicole, experts agroclimatiques	Élevé	✓ En continu
Collaboration interprovinciale et internationale	Accélérer l'innovation et l'amélioration des pratiques par l'intégration des meilleures pratiques externes	<ul style="list-style-type: none"> Participation à des réseaux et événements Veille stratégique (technologies, pratiques, tendances) Développement de collaborations Partage d'expertise et adaptation au contexte québécois 	Associations de producteurs, réseaux pomicoles canadiens et internationaux	Émergent à élevé	✓ En continu

Investissements et appuis gouvernementaux en R&D

Année	Montants investis	Appuis gouvernementaux
2019-2020	69 500 \$	50 497 \$
2020-2021	70 678 \$	53 269 \$
2021-2022	75 000 \$	209 745 \$
2022-2023	48 000 \$	126 808 \$
2023-2024	48 500 \$	156 160 \$
2024-2025	70 240 \$	230 297 \$

Types de soutien offerts aux producteurs

Type de soutien	Description	Public cible
Technique	Accompagnement, essais terrain, recommandations	Entreprises pomicoles
Formation	Webinaires, vitrines, formations	Entreprises pomicoles et personnel-conseil

Type de soutien	Description	Public cible
Information	Données, résultats de recherche, outils	Toutes les entreprises pomicoles
Innovation	Accès à projets pilotes et essais	Entreprises pomicoles participantes
Structuration	Organisation sectorielle (PFI, RAP, RECUPOM)	Filière entière

Survol des projets pomicoles majeurs déposés et en cours durant la période

Afin d'illustrer la continuité technologique, le tableau inclut certains projets débutés avant 2019 ou se poursuivant après 2024, lorsqu'ils influencent la période évaluée.

Période consolidée	Titre du projet	Demandeur
2019-2023	Améliorer l'utilisation des sphères rouges engluées dans les vergers de pommiers pour un meilleur contrôle de la mouche de la pomme	CRAM
2019-2023	La production fruitière à l'ère des changements climatiques : la diversité spécifique et génétique pour une production agricole durable	CRAM
2018-2020	Stratégies d'éclaircissage sans carbaryl appuyées par la modélisation bioclimatique du bilan des glucides	PPQ
2020-2023	Évaluation du potentiel cidricole de nouvelles variétés de pommiers à cidre dans les conditions pédoclimatiques du Québec	CRAM
2018-2022	Mise à jour du guide L'implantation d'un verger de pommiers et fichier Profitabilité / Guide implantation verger	CRAAQ
2018-2022	Vitrines de régie à moindres risques en pomiculture (optimisation pulvérisation, réduction empreinte environnementale)	IRDA
2018-2020	Pièges automatisés pour la surveillance phytosanitaire des vergers	IRDA
2019-2022	Faire progresser les pratiques de stockage et de post-récolte pour améliorer la qualité des pommes et réduire les pertes	CHC / FVGC
2019-2022	Pratiques de lutte durables contre les ravageurs du pommier au Canada	CHC / FVGC
2019-2024	Réseau d'essais des cultivars et porte-greffes de pommiers	RECUPOM
2020-2023	Implantation, gestion et évaluation de bandes florales en vergers pour favoriser la biodiversité	IRDA
2020-2025	Filets multitâches et mécanisation pour les vergers du futur sans pesticides	IRDA
2020-2023	Entente de contribution des PPQ à l'IRDA (production fruitière intégrée)	IRDA
2022-2024	Vitrines 2.0 : Régie à moindres risques et caravane de l'innovation en pomiculture	PPQ
2022- 2025	Structuration / poursuite d'un réseau d'expertise et veille technologique (réduction main-d'œuvre)	APMQ
2022-2024	Révision du programme / Guide de production fruitière intégrée	PPQ
2022-2023	Systèmes mécanisés de production fruitière avec peu ou pas de pesticides	IRDA
2022-2023	Portrait provincial des vergers de pommiers	PPQ
2023-2024	Portrait des pratiques de fertilisation et analyses foliaires des pommiers	PPQ
2023-2024	Évaluation économique et environnementale de techniques alternatives en pomiculture	CECPA
2024-2027	L'amélioration de l'estimation des récoltes de pommes au Québec	PPQ
2025-2027	Projet pilote en fertilisation (réseau d'essais porte-greffes et cultivars)	PPQ
2025-2026	Essai et développement de logiciels de gestion de vergers	PPQ
2026-2027	Analyse de la vulnérabilité aux changements climatiques de la pomiculture au Québec	PPQ
2025-2026	Acquisition d'un banc de mesure pour diagnostic des pulvérisateurs	PPQ
2025-2026	Utilisation de mousse biosourcée pour la protection contre le gel des fleurs	IRDA
2025-2027	Évaluation et projection des risques climatiques pour la pomiculture	IRDA
2023-2026	Projet conception pulvérisateur : 2023-0024	IRSSST
2024-2026	Guide technique – Fertilisation organique des pommiers	CRAAQ
2024-2026	Développement d'un protocole d'essai pour technologies de désherbage en verger	PPQ
2025-2026	Programme AgXis x Pommes	Zone Agtech

Acronymes et organismes

AEPQ — Association des emballeurs de pommes du Québec : Association accréditée par la Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec (la Régie) pour représenter tous les emballeurs de pommes du Québec. Elle est signataire de la Convention de mise en marché des pommes avec les PPQ et joue un rôle essentiel dans la filière. <https://www.facebook.com/p/Association-des-Emballeurs-de-Pommes-du-Qu%C3%A9bec-100072175723733/>

APMQ — Association des producteurs maraîchers du Québec : organisation sectorielle regroupant les producteurs maraîchers du Québec. L'APMQ intervient dans la recherche, la formation, la représentation politique et le soutien technique liés aux cultures horticoles, incluant parfois des collaborations transversales avec la filière pomicole. <https://apmquebec.com/>

CCH / PFLC — Conseil canadien de l'horticulture : ancien nom de l'organisation nationale représentant les producteurs de fruits et légumes au Canada. Producteurs de fruits et légumes du Canada : nouvelle appellation du CCH : organisme national représentant l'industrie canadienne des fruits et légumes, incluant les producteurs et les partenaires de la chaîne de valeur. Elle offre un soutien en matière de politiques publiques, d'accès aux marchés, de recherche et de salubrité alimentaire. <https://fvgc.ca/fr/>

CECPA — Centre d'études sur les coûts de production en agriculture : centre spécialisé dans l'analyse des coûts de production agricoles au Québec. Il participe à des études rigoureuses, comme le Portrait technicoéconomique de la production de pommes, en collaboration avec les PPQ et la FADQ. <https://www.cecpa.qc.ca/>

CRAAQ — Centre de référence en agriculture et agroalimentaire du Québec : organisme de référence qui produit guides, outils techniques et analyses pour le secteur agricole. Le CRAAQ publie notamment le Guide technique : L'implantation d'un verger de pommiers, largement utilisé en pomiculture. <https://craaq.qc.ca/>

CRAM — Centre de recherche agroalimentaire de Mirabel : centre de recherche appliquée spécialisé en horticulture, notamment en verger. Il mène plusieurs projets sur la biodiversité, la lutte intégrée, les bandes florales, les ravageurs et la qualité des fruits. <https://www.cram-mirabel.com/>

IRDA — Institut de recherche et de développement en agroenvironnement : organisme de recherche appliquée axé sur les pratiques agricoles durables. L'IRDA est un partenaire majeur des PPQ dans les projets de réduction des pesticides, de mécanisation, d'alternatives aux intrants et de vitrines de régie à moindres risques. <https://irda.qc.ca/fr/>

IRSST — Institut de recherche Robert-Sauvé en santé et en sécurité du travail : centre québécois de recherche en SST. En pomiculture, l'IRSST collabore notamment sur des projets liés à la sécurité des pulvérisateurs, la réduction des risques pour les travailleurs en verger et l'innovation en matériel horticole. <https://www.irsst.qc.ca/>

RECUPOM — Réseau d'essais de cultivars et porte-greffes de pommiers : réseau d'expérimentation provinciale évaluant les performances agronomiques, climatiques et qualitatives des cultivars et porte-greffes de pommiers au Québec. Ses données sont essentielles pour orienter les choix variétaux et la modernisation des vergers. <https://producteursdepommesduquebec.ca/recherche-et-developpement/reseau-dessais-de-cultivars-et-porte-greffes-de-pommiers/>

Réseau-pommier : réseau de surveillance, de recherche et de transfert de connaissances en pomiculture, créé en 1975 et coordonné par l'IRDA. Il regroupe des producteurs, des conseillers et des experts qui travaillent ensemble pour fournir de l'information biologique et météorologique, soutenir la lutte intégrée, développer et valider des stratégies de production fruitière intégrée (PFI) et diffuser des outils d'aide à la décision aux vergers du Québec. <https://reseaupommier.irda.qc.ca/a-propos/>

Zone Agtech : organisation dédiée à l'innovation technologique en agriculture, regroupant entreprises, centres de recherche et partenaires institutionnels. Elle soutient des projets liés à la robotisation, la numérisation, l'intelligence artificielle et l'adoption de technologies émergentes en horticulture, incluant la pomiculture. <https://zoneagtech.ca/>

Termes en lien avec la mise en marché collective des pommes

Agent autorisé : emballer ou acheteur autorisé par Les Producteurs de pommes du Québec à agir en leur nom pour recevoir, classer, emballer et mettre en marché les pommes d'un producteur. Le producteur ne peut vendre ses pommes qu'à un agent autorisé (sauf en vente directe au consommateur) selon l'article 3 du Règlement sur la mise en marché des pommes.

Année de commercialisation ou « année-récolte » : période annuelle allant du 1^{er} août au 31 juillet.

Annexe H : annexe de la Convention de mise en marché qui encadre l'application opérationnelle des promotions ciblées et des opportunités d'affaires. Elle précise les modalités à suivre par les producteurs et les agents autorisés lorsque ces mécanismes sont activés, incluant la preuve de vente, l'écoulement des lots concernés et les conditions permettant au producteur de recevoir un complément de prix, lequel est financé par les frais de mise en marché conformément au Règlement sur la mise en marché des pommes (art. 45 à 51).

Comité de fixation des prix : comité prévu au Règlement sur la mise en marché des pommes et aux conventions homologuées, responsable de :

- Fixer les prix minimums payables au producteur pour les pommes destinées au frais ou à la transformation;
- Établir le prix et la durée des promotions ciblées et opportunités d'affaires (art. 46);
- Déterminer les dates de mise en marché pour les pommes du frais;
- Définir certains coûts associés à la manipulation et à la mise en marché (art. 52 pour le frais ; art. 52 pour la transformation).

Ce comité constitue un pilier régulateur du Plan conjoint, assurant une mise en marché ordonnée et une équité dans les relations producteur-emballer.

Complément de prix : somme versée au producteur qui vend ses pommes dans le cadre d'une promotion ciblée ou d'une opportunité d'affaires, encadrées par le Règlement sur la mise en marché des pommes. Le complément correspond à un pourcentage fixé par les PPQ de la différence entre le prix des pommes destinées à la consommation à l'état frais et le prix applicable à la promotion ou à l'opportunité d'affaires (art. 47). Le producteur y a droit uniquement lorsque la preuve de la vente a été transmise par l'agent autorisé aux PPQ (art. 48). Ce mécanisme vise à protéger le revenu du producteur lorsque des interventions de mise en marché à prix réduit sont nécessaires.

Entreprise pomicole : entreprise agricole dont les activités principales consistent à produire des pommes destinées aux marchés du frais, de la transformation ou de la vente directe. Selon les pratiques du secteur, il s'agit généralement d'exploitations pour lesquelles la pomme constitue la principale source de revenu agricole et l'activité structurante de l'entreprise.

Frais de mise en marché : montant retenu sur chaque minot de pommes tardives mises en marché à l'état frais (sauf en vente directe) pour financer les mécanismes prévus par le Règlement sur la mise en marché. Les frais sont établis à 0,25 \$ par minot (art. 50) et doivent être conservés dans une comptabilité distincte (art. 51).

Ces frais sont utilisés pour :

1. La gestion des opérations liées à l'application du règlement;
2. Le paiement des inspections nécessaires;
3. Le financement des compléments de prix liés aux promotions ciblées ou opportunités d'affaires;
4. La redistribution du solde aux producteurs (art. 51).

Ils constituent le levier financier permettant l'activation des mécanismes de stabilisation du marché.

Lot (numéro de lot standardisé) : quantité de pommes cueillies la même journée, provenant d'arbres de même variété, et identifiée par un numéro standardisé composé de :

- Numéro du producteur;
- Année de récolte;
- Numéro séquentiel du lot.

Le numéro de lot est central pour la traçabilité et la reddition de comptes.

Opportunité d'affaires : une opportunité d'affaires est une occasion commerciale identifiée par Les Producteurs de pommes du Québec permettant d'écouler un volume de pommes sur un marché non traditionnel (définition de l'art. 1 du Règlement sur la mise en marché des pommes).

Les marchés admissibles sont déterminés par les PPQ après consultation, en tenant compte de l'offre, de la demande, de la concurrence et d'autres facteurs pertinents (art. 44).

Comme pour les promotions ciblées, le prix et la durée sont fixés par le comité de fixation des prix (art. 46), et un complément de prix peut être accordé au producteur (art. 47-48).

Période de mise en marché : période fixée annuellement, par variété, par les Producteurs de pommes du Québec conformément au Règlement M-35.1, r. 256, indiquant à quel moment les pommes peuvent légalement être mises en marché à l'état frais, afin d'assurer une mise en marché ordonnée, la qualité du produit et l'équilibre des marchés. Elle vise à :

- ✓ Assurer une gestion ordonnée des inventaires;
- ✓ Maintenir la qualité mise en marché;
- ✓ Éviter la mise en vente prématurée ou trop tardive des pommes.

Pomiculteur : producteur ou productrice agricole exerçant des activités dont le principal revenu provient de la culture du produit visé par le Plan conjoint, soit les pommes. Aux fins du cadre réglementaire, les pomiculteurs appartiennent à l'une des catégories prévues au Règlement sur le regroupement des producteurs de pommes en catégories (M-35.1, r. 260), soit :

1. Producteur-emballeur (PE) : entreprise qui produit et emballe des pommes pour la vente;
2. Producteur-vendeur en vrac (PV) : entreprise qui produit des pommes et les livre en vrac à un agent autorisé;
3. Producteur-vendeur au détail (PC) : entreprise qui produit des pommes et les vend directement aux consommateurs.

Poste d'emballage : établissement où les pommes sont transportées, classifiées, emballées, pesées et entreposées en chambre réfrigérée. C'est un maillon clé pour l'application des normes de qualité, du classement et du suivi des lots prévus dans la Convention de mise en marché.

Poste d'entreposage : établissement servant à entreposer les pommes dans les conditions requises pour supporter la mise en marché ordonnée.

Promotion ciblée : intervention collective mise en place par Les Producteurs de pommes du Québec lorsqu'ils jugent nécessaire de stimuler la vente des pommes du Québec sur un marché donné. Une promotion ciblée est un mécanisme encadré par le Règlement sur la mise en marché des pommes qui permet :

- D'offrir, pour une période déterminée, des conditions commerciales particulières afin d'accélérer l'écoulement des volumes;
- De répondre à des besoins ponctuels du marché (surplus, pression concurrentielle, fluctuations de la demande);
- D'utiliser, s'il y a lieu, les frais de mise en marché pour financer un complément de prix au producteur participant.

Selon le règlement, les Producteurs de pommes du Québec peuvent organiser une promotion ciblée (art. 45) et le comité de fixation des prix détermine le prix applicable et la durée de la promotion (art. 46).

Le producteur peut recevoir un complément de prix correspondant à une part de l'écart entre le prix du frais et le prix fixé pour la promotion ciblée (art. 47), à condition que son agent autorisé transmette la preuve de la vente (art. 48). Ainsi, une promotion ciblée est un outil de mise en marché collective, activé de manière exceptionnelle et encadrée, visant à assurer l'écoulement ordonné des pommes du Québec tout en protégeant le revenu des producteurs.

Vergers « à haute densité » : désigne un système de plantation de pommiers caractérisé par un nombre d'arbres à l'hectare nettement supérieur à celui des vergers traditionnels, et reposant sur l'utilisation de porte-greffes nains, d'un palissage structural et de pratiques culturales permettant une mise à fruit rapide, une qualité de production élevée et une meilleure efficacité du travail.

Il n'existe pas de définition universelle, puisque les seuils varient selon les juridictions (Québec, Ontario, États-Unis). Toutefois, selon les paramètres généralement reconnus dans la littérature technique et les références du guide technique *L'implantation d'un verger de pommiers* (CRAAQ, 2^e édition), les vergers peuvent être regroupés comme suit :

- Faible densité : ≈ 600 arbres/ha (ex. espacement 5,5 m \times 3,0 m);
- Moyenne densité : $\approx 1\ 400$ arbres/ha (ex. 4,0 m \times 1,75 m);
- Haute densité : $\approx 2\ 200$ à $2\ 400$ arbres/ha (ex. 3,5 m \times 1,2 m);
- Très haute densité : $\geq 3\ 000$ arbres/ha (ex. 3,2 m \times 0,9 m).

Dans la pratique québécoise contemporaine, le terme haute densité réfère donc généralement à des plantations d'environ 2 200 à 3 500 pommiers/ha, soit des systèmes qui offrent un meilleur potentiel de rentabilité à long terme grâce à : une mise à fruit rapide, des rendements hâtifs, une réduction du déclassement (meilleure coloration et calibre), une diminution du coût unitaire de production et une meilleure adaptation à la mécanisation et aux pratiques culturales modernes.

Ces systèmes exigent toutefois une forte expertise agronomique, des investissements initiaux plus élevés, et sont plus sensibles aux fluctuations de prix, aux conditions climatiques et à la qualité des fruits produits.