



RAPPORT FINAL

Numéro de contrat CRÉ BSL : 2014-402

Numéro de projet Biopterre : AF-14-330

Diagnostic et étude d'opportunités de la filière des produits forestiers non ligneux

Clients

Conférence régionale des éluEs du Bas-Saint-Laurent

186, rue Lavoie

Rimouski (Québec) G5L 5Z1

**Société d'aide au développement de la collectivité (SADC)
de chaque MRC du Bas-Saint-Laurent**

De

Biopterre - Centre de développement des bioproduits

1642, rue de la Ferme

Sainte-Anne-de-la-Pocatière (Québec) G0R 1Z0

Mars 2015



Équipe de réalisation
Biopterre – Centre de développement
des bioproduits

Professionnels de recherche

Pascale G. Malenfant

Maxim Tardif

Table des matières

| | | |
|--------|---|----|
| 1. | Mise en contexte..... | 1 |
| 2. | Méthodologie..... | 1 |
| 2.1. | Sondage | 1 |
| 2.2. | Groupe de discussion..... | 3 |
| 2.3. | Évènement de présentation préliminaire des résultats..... | 3 |
| 2.4. | Rapport final | 4 |
| 2.5. | Annexes | 4 |
| 3. | Résultats du diagnostic de la filière par MRC..... | 5 |
| 3.1. | MRC des Basques..... | 5 |
| 3.1.1. | <i>Profil de la filière dans la MRC des Basques - entreprises</i> | 5 |
| 3.1.2. | <i>Analyse de la perception</i> | 6 |
| 3.1.3. | <i>Analyse MOFF</i> | 7 |
| 3.1.4. | <i>Priorités régionales et pistes d'action</i> | 7 |
| 3.2. | MRC de Kamouraska | 8 |
| 3.2.1. | <i>Profil de la filière dans la MRC de Kamouraska - entreprises</i> | 8 |
| 3.2.2. | <i>Analyse de la perception</i> | 10 |
| 3.2.3. | <i>Analyse MOFF</i> | 11 |
| 3.2.4. | <i>Priorités régionales et pistes d'action</i> | 12 |
| 3.3. | MRC de La Matanie | 13 |
| 3.3.1. | <i>Profil de la filière dans la MRC de La Matanie - entreprises</i> | 13 |
| 3.3.2. | <i>Analyse de la perception</i> | 14 |
| 3.3.3. | <i>Analyse MOFF</i> | 14 |
| 3.3.4. | <i>Priorités régionales et pistes d'action</i> | 15 |
| 3.4. | MRC de La Matapédia..... | 16 |
| 3.4.1. | <i>Profil de la filière dans la MRC de La Matapédia (entrepreneuriat)</i> | 16 |
| 3.4.2. | <i>Analyse de la perception</i> | 17 |
| 3.4.3. | <i>Analyse MOFF</i> | 17 |
| 3.4.4. | <i>Priorités régionales et pistes d'action</i> | 18 |
| 3.5. | MRC de La Mitis..... | 19 |
| 3.5.1. | <i>Profil de la filière dans la MRC de La Mitis - entreprises</i> | 19 |
| 3.5.2. | <i>Analyse de la perception</i> | 20 |
| 3.5.3. | <i>Analyse MOFF</i> | 21 |
| 3.5.4. | <i>Priorités régionales et pistes d'action</i> | 21 |
| 3.6. | MRC de Rimouski-Neigette | 22 |
| 3.6.1. | <i>Profil de la filière dans la MRC de Rimouski - entreprises</i> | 22 |
| 3.6.2. | <i>Analyse de la perception</i> | 22 |
| 3.6.3. | <i>Analyse MOFF</i> | 23 |
| 3.6.4. | <i>Priorités régionales et pistes d'action</i> | 23 |

| | |
|---|----|
| 3.7. MRC de Rivière-du-Loup..... | 24 |
| 3.7.1. <i>Profil de la filière dans la MRC de Rivière-du-Loup - entreprises</i> | 24 |
| 3.7.2. <i>Analyse de la perception</i> | 24 |
| 3.7.3. <i>Analyse MOFF</i> | 25 |
| 3.7.4. <i>Priorités régionales et pistes d'action</i> | 25 |
| 3.8. MRC de Témiscouata | 26 |
| 3.8.1. <i>Profil de la filière dans la MRC de Témiscouata - entreprises</i> | 26 |
| 3.8.2. <i>Analyse de la perception</i> | 27 |
| 3.8.3. <i>Analyse MOFF</i> | 28 |
| 3.8.4. <i>Priorités régionales et pistes d'action</i> | 29 |
| 4. Résultat du diagnostic pour le Bas-Saint-Laurent | 31 |
| 4.1. Profil de la filière des PFNL pour la région administrative du Bas-Saint-Laurent – entreprises ... | 31 |
| 4.2. Analyse de la perception pour la région administrative du Bas-Saint-Laurent | 34 |
| 4.3. Analyse MOFF | 35 |
| 4.4. Priorités et pistes d'action | 36 |
| 4.5. Recommandations et axes stratégiques de développement | 37 |
| 5. Conclusion..... | 41 |

Liste des tableaux et figure

| | |
|--|----|
| Tableau 1: Information sur les types de répondants | 2 |
| Tableau 2 : Provenance des répondants par MRC | 2 |
| Tableau 3 : Quantité de participants par MRC | 3 |
| Tableau 4 : Représentant de chaque MRC au sein du Comité PFNL du BSL..... | 3 |
| Tableau 5 : Perception de la MRC des Basques | 6 |
| Tableau 6 : Analyse MOFF de la filière des PFNL dans la MRC des Basques..... | 7 |
| Tableau 7 : Perception de la MRC de Kamouraska | 10 |
| Tableau 8 : Analyse MOFF de la filière des PFNL dans la MRC de Kamouraska | 11 |
| Tableau 9 : Perception de la MRC de La Matanie | 14 |
| Tableau 10 : Analyse MOFF de la filière des PFNL dans la MRC de La Matanie | 14 |
| Tableau 11 : Perception de la MRC de La Matapédia | 17 |
| Tableau 12 : Analyse MOFF de la filière des PFNL dans la MRC de La Matapédia | 17 |
| Tableau 13 : Perception de la MRC de La Mitis..... | 20 |
| Tableau 14 : Analyse MOFF de la filière des PFNL dans la MRC de La Mitis..... | 21 |
| Tableau 15 : Perception de la MRC Rimouski-Neigette..... | 22 |
| Tableau 16 : Analyse MOFF de la filière des PFNL dans la MRC de Rimouski-Neigette | 23 |
| Tableau 17 : Perception de la MRC Rivière-du-Loup | 24 |
| Tableau 18: Analyse MOFF de la filière des PFNL dans la MRC de Rivière-du-Loup..... | 25 |
| Tableau 19 : Perception de la MRC du Témiscouata..... | 27 |
| Tableau 20 : Analyse MOFF de la filière des PFNL dans la MRC du Témiscouata..... | 28 |
| Tableau 21 : Perception de l'ensemble du Bas-Saint-Laurent..... | 34 |
| Tableau 22 : Analyse MOFF de la filière des PFNL du Bas-Saint-Laurent | 35 |
| Tableau 23 : Principaux besoins rencontrés par les entreprises de la filière des PFNL au BSL | 36 |
| Tableau 24 : Priorité d'action pour développer la filière des PFNL au BSL | 37 |
| Tableau 25 : Proposition d'objectifs et de pistes d'action pour chacun des 4 axes de développement de la filière des PFNL au BSL | 38 |
| Figure 1 : Répartition des répondants en fonction de leur provenance..... | 2 |

1. Mise en contexte

La filière économique des produits forestiers non ligneux (PFNL) est en développement au Québec et leur exploitation concerne plusieurs petites et grandes entreprises du Bas-Saint-Laurent qui cherchent à se structurer. Actuellement, les entreprises du secteur, leurs défis et leurs besoins sont mal connus et le manque de vision globale de ce secteur d'activité est un frein à l'émergence d'une filière à part entière.

Il apparaît nécessaire de faire l'état du secteur des PFNL, d'en faire l'analyse et d'identifier les principales opportunités de développement. Ces outils sont essentiels pour répondre aux préoccupations des entrepreneurs, des développeurs et des communautés de la région qui souhaitent que l'exploitation des PFNL se fasse dans le respect des principes du développement durable, qu'elle favorise la concertation des intervenants et contribue à la création de richesse pour la région. Les objectifs du projet sont les suivants :

1. Dresser le profil des entreprises liées à la mise en valeur des PFNL pour la région administrative du Bas-Saint-Laurent;
2. Effectuer un diagnostic de la filière, notamment en identifiant les principales opportunités ainsi que les faiblesses ;
3. Effectuer des recommandations au comité sur les PFNL concernant le développement de la filière.

2. Méthodologie

2.1. Sondage

Le diagnostic de la filière et le profil des entreprises ont été alimentés en premier lieu grâce à un sondage (annexe 1) conçu à l'aide du logiciel de sondage en ligne *SurveyMonkey*¹. La liste des entreprises de chacune des huit MRC du territoire a été constituée avec l'aide des organismes de développement du territoire (CLD, SADC, MRC) qui sont des intervenants de première ligne connaissant bien leur région. L'acquisition des données s'est faite principalement entre le 19 janvier et le 10 février 2015 bien que certaines actions avaient été initiées en décembre 2014. Chaque intervenant a été contacté par téléphone afin que la démarche lui soit présentée de façon personnalisée, puis le lien permettant de remplir le sondage en ligne lui était envoyé par courriel.

Le sondage a été envoyé à un total de 82 intervenants (CLD, SADC, MRC) et entreprises du Bas-Saint-Laurent œuvrant au sein de la filière des PFNL (diffusé à partir du 30 janvier 2015). Puisque les données à recueillir étaient différentes d'un répondant à l'autre, le sondage était programmé en fonction du profil du répondant. Ainsi, le nombre de questions et la durée de réponse étaient variables.

Au total, 52 répondants ont complété le sondage, dont 21 entreprises, 4 producteurs ou cueilleurs sans entreprises, 17 intervenants (CRÉ BSL, CLD, SADC, MRC) et 6 agents de développement rural. Dix répondants ont choisi la réponse « autre ». Six répondants ont choisi deux réponses différentes. Le taux de réponse du sondage est de 63,4 % ce qui représente une excellente performance.

Mise en garde : Bien que le recensement des entreprises du territoire soit considéré comme pratiquement complet², les résultats présentés dans ce rapport ne peuvent être considérés comme un recensement de la totalité des entreprises de PFNL du Bas-Saint-Laurent. Les résultats présentés dans les tableaux qui suivent doivent donc être considérés comme des tendances. Comme la population totale visée est inconnue, il s'avère impossible de calculer la marge d'erreur sur ces résultats, on peut toutefois considérer qu'ils donnent une très bonne indication des habitudes et de l'opinion des répondants sur le développement de la filière des PFNL au Bas-Saint-Laurent.

¹ <https://fr.surveymonkey.com/>

² La liste des intervenants contactés, sondés et rencontrés ainsi que leurs coordonnées, peut être consultée à l'annexe 2.

Tableau 1: Information sur les types de répondants

| Type de répondants | Nombre de répondants | % |
|---|----------------------|--------|
| Coopérative forestière ou Groupement forestier | 8 | 15,4 % |
| Entreprise ou coopérative | 12 | 23,1 % |
| Acériculteur | 1 | 1,9 % |
| Producteur ou cueilleur de PFNL sans entreprise | 4 | 7,7% |
| CLD, SADC, MRC | 17 | 32,7 % |
| Agent de développement rural | 6 | 11,5 % |
| Autres | 10 | 19,2 % |
| TOTAL | 58 | |
| <i>Quantité de répondants pour cette question</i> | | 52 |
| <i>Quantité de répondants ayant ignoré cette question</i> | | 0 |

Tableau 2 : Provenance des répondants par MRC

| MRC | Nombre de répondants | % |
|---|----------------------|--------|
| Les Basques | 6 | 11,5 % |
| Kamouraska | 15 | 28,8 % |
| La Matanie | 4 | 7,7 % |
| La Matapédia | 2 | 3,8 % |
| La Mitis | 4 | 7,7 % |
| Rimouski-Neigette | 6 | 11,5 % |
| Rivière-du-Loup | 6 | 11,5 % |
| Témiscouata | 9 | 17,3 % |
| TOTAL | 58 | |
| <i>Quantité de répondants pour cette question</i> | | 52 |
| <i>Quantité de répondants ayant ignoré cette question</i> | | 0 |

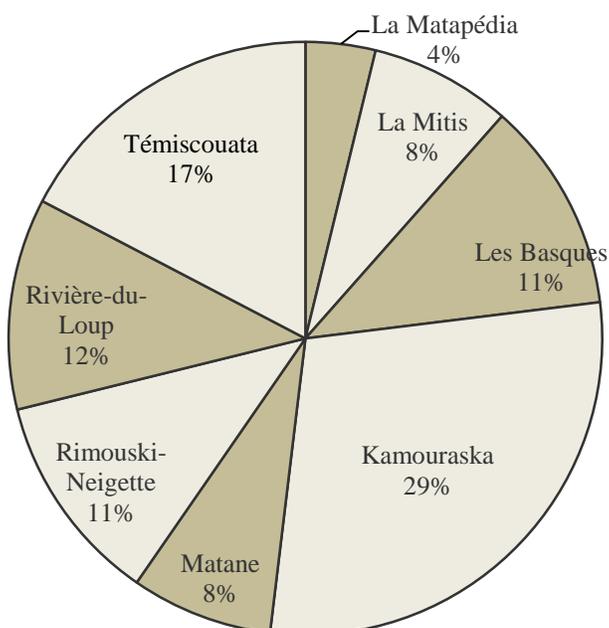


Figure 1 : Répartition des répondants en fonction de leur provenance

2.2. Groupe de discussion

L'accomplissement du diagnostic nécessitait, dans un deuxième temps, de rencontrer les intervenants régionaux afin de discuter de la filière des PFNL. Pour ce faire, le groupe de discussion (*focus group*) est la méthode d'entretien qui a été privilégiée. En effet, outre le sondage, il s'avérait important de rencontrer les gens en personne et de permettre des échanges plus approfondis sur les menaces, opportunités, forces et faiblesses (MOFF) de cette filière dans leur MRC. Les rencontres permettaient également de dégager des priorités régionales et des pistes d'actions d'importance pour les intervenants (l'ordre du jour des rencontres peut être consulté à l'annexe 3). Quelques personnes ont été interviewées par téléphone.

En tout, c'est 48 personnes qui ont participé à l'un des 8 groupes de discussion organisés entre le 3 et le 13 février 2015. Le tableau suivant présente le nombre de participants par MRC. La liste des intervenants participants peut être consultée à l'annexe 2.

Tableau 3 : Quantité de participants par MRC

| MRC | Quantité totale de participants | Quantité d'entreprises présentes |
|-------------------|---------------------------------|----------------------------------|
| Les Basques | 5 | 1 |
| Kamouraska | 8 | 5 |
| La Matanie | 4 | 2 |
| La Matapédia | 7 | 4 |
| La Mitis | 7 | 3 |
| Rimouski-Neigette | 3 | 0 |
| Rivière-du-Loup | 5 | 2 |
| Témiscouata | 9 | 2 |
| <i>Total</i> | <i>48</i> | <i>19</i> |

2.3. Évènement de présentation préliminaire des résultats

Le 19 mars 2015, les professionnels de Biopterre ont présenté les résultats préliminaires de l'étude, à Rivière-du-Loup, devant 44 intervenants du Bas-Saint-Laurent. L'objectif est de faire une présentation du diagnostic de la filière pour chaque MRC et pour la grande région du Bas-Saint-Laurent afin de permettre aux intervenants et aux entreprises de bonifier la démarche. Les apports recueillis lors de la présentation ont été ajoutés au rapport final.

La présentation fut également l'occasion de présenter des scénarios de développement pour le Bas-Saint-Laurent afin de stimuler la mise en œuvre de projets de développement au sein de la filière des PFNL. De plus, la rencontre a permis d'identifier une personne par MRC qui siègera à la table des PFNL du Bas-Saint-Laurent. Voici les représentants de chaque MRC.

Tableau 4 : Représentant de chaque MRC au sein du Comité PFNL du BSL

| MRC | Représentant au Comité PFNL du BSL | Organisation |
|-------------------|--------------------------------------|--|
| Les Basques | Giovanny Lebel | MRC des Basques |
| Kamouraska | Brigitte Pouliot / Sylvain Thiboutot | SADC de Kamouraska / CLD du Kamouraska |
| La Matanie | ND | |
| La Matapédia | ND | |
| La Mitis | Benoit Cayer | MRC de la Mitis |
| Rimouski-Neigette | ND | |
| Rivière-du-Loup | Chantale Ouellet | MRC Rivière-du-Loup |
| Témiscouata | Serge Ouellet | SADC de Témiscouata |
| Coordonnateur | Biopterre | CCTT |

2.4. Rapport final

Dans l'actuel rapport, un portrait par MRC (sections 3.1 à 3.8) permet de présenter les résultats de façon concise et spécifique pour chaque région avant de présenter le portrait global pour le Bas-Saint-Laurent (section 4). Le cadre de présentation des résultats est le même pour chaque section et permet de couvrir l'ensemble des objectifs de l'étude. Ainsi, pour chaque région, le diagnostic de la filière est révélé à travers les éléments suivants.

- 1) **Le profil des entreprises** : Le portrait de la filière de chaque MRC est constitué à partir des données recueillies par sondage et uniquement à partir des informations fournies par les entreprises. Les résultats présentés sont répartis en plusieurs catégories : profil des entreprises, approvisionnement, transformation, distribution et mise en marché de PFNL, normes et traçabilité et main-d'œuvre et expertise.

Seule une synthèse des résultats est présentée ici, les données brutes complètes sont disponibles en fichier Excel (CD en annexe 4).
- 2) **L'analyse de la perception** : Lors des groupes de discussion, un exercice a permis de recueillir la perception des intervenants de leur propre région et des autres MRC du Bas-Saint-Laurent. Ces informations, d'intérêt pour le développement de la filière des PFNL, permettent d'alimenter le diagnostic.
- 3) **L'analyse MOFF** : Une analyse MOFF³ (menaces, opportunités, forces, faiblesses) est un outil de stratégie d'entreprise permettant de déterminer les options stratégiques envisageables, dans ce cas-ci pour analyser la filière des produits forestiers non ligneux. La figure utilisée met en évidence les aspects positifs et négatifs relatifs au développement de la filière dans le contexte actuel. Un diagnostic interne à la filière permet de mettre en lumière les forces et faiblesses. Un diagnostic externe à la filière permet d'identifier les opportunités et menaces présentes dans l'environnement. Le tout s'appuyant sur les données recueillies au cours de cette étude par le biais du sondage et des groupes de discussions.
- 4) **Les priorités régionales et pistes d'action** : À travers les discussions avec les intervenants et grâce aux réponses du sondage, des intervenants clés, des PFNL et des priorités d'actions ont été identifiés pour assurer le développement de la filière. Ces informations sont présentées dans cette section.

La section 4 de ce document présente le portrait de la filière pour l'ensemble du Bas-Saint-Laurent, les mêmes éléments de résultats y sont présentés. Toutefois, des éléments d'analyse supplémentaires y sont présentés, notamment pour comparer les résultats du BSL à ceux obtenus pour l'ensemble du Québec.⁴ L'ensemble des résultats recueillis sera analysé afin d'émettre des recommandations jugées pertinentes pour assurer le développement et la dynamisation de la filière des produits forestiers non ligneux au Bas-Saint-Laurent. Il sera question des axes de développement prioritaires, des pistes d'actions et des leaders potentiels.

2.5. Annexes

Il est à noter que pour alléger l'actuel document, les annexes sont présentées dans un document indépendant intitulé « Annexes – Diagnostic et étude d'opportunités de la filière des produits forestiers non ligneux ».

³ Version française de l'analyse SWOT (Strengths, weaknesses, opportunities, threats).

⁴ Référence pour la comparaison : Groupe AGÉCO. 2012. *Enquête auprès des entreprises du secteur des produits forestiers non ligneux du Québec*, préparée pour le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation, Méthodologie et tableaux des résultats, 19 pages.

3. Résultats du diagnostic de la filière par MRC

3.1. MRC des Basques

3.1.1. Profil de la filière dans la MRC des Basques - entreprises

| | |
|--------------------------------|--|
| Profil des entreprises | <ul style="list-style-type: none">• Des six intervenants de la MRC des Basques qui ont complété le sondage, deux étaient des entreprises œuvrant dans le secteur des produits forestiers non ligneux, l'une est incorporée, l'autre est constituée en société.• L'une des deux entreprises fut fondée avant 1990, l'autre entre 1990 et 1999.• Les activités qui contribuent aux revenus bruts totaux de l'entreprise sont les suivantes : foresterie (50 %), agriculture (50 %) et acériculture (50 %).• L'une des deux entreprises œuvre à l'année et l'autre entre 6 et 8 mois par année.• Les entreprises dédient 0 % à 10 % de leur temps à la cueillette ou la culture de PFNL, 25 % de leur temps en transformation et 50 % de leur temps à la vente et la mise en marché.• L'une de ces entreprises se perçoit comme artisanale.• Les deux entreprises ont un chiffre d'affaires de plus de 150 000 \$ par an. Les revenus issus des PFNL représentent entre 50 % et 99 % du revenu total. |
| Approvisionnement | <ul style="list-style-type: none">• 100 % des entreprises s'approvisionnent grâce à la culture de PFNL, elles font leur propre production de plus de 1000 kg par an.• PFNL exploités : sirop d'érable, champignons.• 50 % des entreprises répondantes font 100 % de leur approvisionnement dans les Basques sur des terres privées et 50 % des répondants s'approvisionnent à l'extérieur du Québec. |
| Transformation | <ul style="list-style-type: none">• 50 % des répondants transforment la matière première, 50 % ne font aucune transformation.• Produits finis : production de produits alimentaires principalement (confiture, vin et vinaigrette, sirop d'érable).• 100 % des répondants font de la 3^e transformation.• Principale contrainte rencontrée pour la transformation : les exigences gouvernementales. |
| Distribution et mise en marché | <ul style="list-style-type: none">• 50 % des entreprises font de la distribution de produits, 50 % n'en font pas.• 50 % des entreprises font de la mise en marché de produits, 50 % n'en font pas.• Les marchés les plus importants : régional (100 %) et québécois (100 %).• 100 % des répondants vendent entre 50 % et 94 % de leurs produits directement au Bas-Saint-Laurent.• Destination des produits sur le marché québécois : marchés publics (100 %), détaillants (fruiteries, marchés d'alimentation, épicerie) (100 %), hôtels, restaurants et institutions (100 %).• Principaux problèmes rencontrés pour la distribution et la mise en marché : frais de déplacement. |
| Normes et traçabilité | <ul style="list-style-type: none">• Quelles sont les normes appliquées au sein des entreprises des Basques : MAPAQ (100 %).• 50 % des entreprises ont mis en place des pratiques pour assurer la traçabilité de leurs produits (lots codés, produits codés, etc.) et 50 % n'en ont pas mis en place. |
| Main-d'œuvre et expertise | <ul style="list-style-type: none">• Les entreprises engagent moins de 3 employés réguliers et moins de 5 employés saisonniers.• Pour ce qui est des activités spécifiques à l'exploitation des PFNL, les entreprises engagent moins de 3 employés réguliers et moins de 3 employés saisonniers.• Le niveau de difficulté pour recruter de la main-d'œuvre est jugé variable (100 %).• Principale contrainte rencontrée relativement à la main-d'œuvre : maintenir la rentabilité. |

3.1.2. Analyse de la perception

Tableau 5 : Perception de la MRC des Basques

| Perception interne Entreprises et intervenants des Basques | Perception externe Entreprises et intervenants des autres MRC | | |
|---|--|---|-----------------------------|
| Champignons | Terres en friche | Marasme | Mal connu |
| Bioproduits Ste-Rita | Pelote Basques | Trois-Pistoles | Distance |
| Forêt | Graisse de baleine | Plantes de bord de mer | Milieu très agricole |
| Produits de l'érable | Projets en émergence | PDZA | Littoral fabuleux |
| Fruits sauvages (camerise) | Camping municipal | Vieillissant | Milieu agroforestier |
| Récolte | Milieu dévitalisé | Manque de cohésion sociale Mont-St-Mathieu | |
| Filière à développer | VLB | Charbonnerie | |
| Défi | Fromagerie des Basques | Club des Appalaches | |

Note : Les mots clés en gras ont été mentionnés plus d'une fois et représentent donc des perceptions fortes. Ils apparaissent ici sans classement, simplement dans l'ordre où ils ont été évoqués lors des rencontres de groupes.

3.1.3. Analyse MOFF

Tableau 6 : Analyse MOFF de la filière des PFNL dans la MRC des Basques

| | ÉLÉMENTS POSITIFS | ÉLÉMENTS NÉGATIFS |
|----------------|---|--|
| INTERNE | <p style="text-align: center;">FORCES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plusieurs projets en cours ou en démarrage ayant un lien avec le développement de la filière des PFNL (Ex. : cuisine collective, crème glacée, Sentier des couleurs, Parc régional Inter-Nations, etc.). • Volonté de la MRC de valoriser le territoire. • Présence de lieux de vente populaire : Fromagerie des Basques. • Réseau de producteur de camerises. • Parc du Mont-Saint-Mathieu comme lieu de dynamisation et d'utilisation de PFNL. • Présence d'une entreprise qui exploite les champignons forestiers prête à développer son marché régional (MycoUnivers, Douceur d'ici). | <p style="text-align: center;">FAIBLESSES</p> <ul style="list-style-type: none"> • PFNL : terme non accessible, non sexy. • Pas d'habitudes de cueillette dans la population en général = manque de matière première + secteur qui apparaît non accessible. • Manque de connaissances et de sensibilisation. • Aucun réseau d'approvisionnement structuré. • Divergence sur les attentes des cueilleurs et des acheteurs (prix d'achat). • Manque de vision claire et d'organisation. • L'impact des expériences difficiles : perte d'investissements régionaux (Bioproduits Ste-Rita). |
| EXTERNE | <p style="text-align: center;">OPPORTUNITÉS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Savoir-faire traditionnel existant. • Volonté de développement existante (MRC, CLD). • Grand territoire = beaucoup d'opportunité d'exploitation (cueillette/culture). • Parc éolien (friche, culture). • Réseau de cueilleurs actif auparavant qui n'est pas mis à profit actuellement. • Présence de terres en friche. • Présence de plantes de bord de mer (littoral). • Travailler avec les propriétaires de boisés privés et les organismes associés (SER) | <p style="text-align: center;">MENACES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conflits d'usages des terres / chasse-pêche-éolien = accès à certains territoires. • Désengagement de l'état - Appauvrissement du support de financement, du développement et de la concertation au niveau régional. • Territoire dévitalisé. • Vieillesse de la population. • Perte de territoire agricole (des efforts investis). • Inquiétude sur l'exploitation responsable de la ressource (pérennité). |

Note : Les éléments en gras ont été identifiés comme les plus importants par les intervenants de la MRC lors de la consultation du 19 mars 2015.

3.1.4. Priorités régionales et pistes d'action

| | |
|----------------------------|---|
| PFNL ciblés | Camerise, églantier, champignons forestiers (Armillaire ventru, chanterelle), acériculture |
| Intervenants clés | MycoUnivers, Fromagerie des Basques, Parc du Mont-Saint-Mathieu SER des Basques Organismes de développement (CLD, SADC), MRC |
| Actions à prioriser | Identifier un porteur de dossier et établir un plan d'action régional qui inclut un état de la situation (Équipement, réseau de cueilleur, réseau de parcelles de cultures, etc.) Simplifier et vulgariser la démarche à entreprendre Faire des partenariats entre la MRC et l'entreprise privée Soutien aux projets qui permettent de garder la filière des PFNL dynamique : crème glacée, la Route des couleurs, Parc régional Inter-Nations Mettre en place une cuisine collective permettant la mise en commun d'équipements de transformation Besoin de formation sur les potentiels des PFNL et de sensibilisation |

3.2. MRC de Kamouraska

3.2.1. Profil de la filière dans la MRC de Kamouraska - entreprises

Profil des entreprises

- Des 15 intervenants de la MRC de Kamouraska qui ont complété le sondage, 7 sont des entreprises œuvrant dans le secteur des produits forestiers non ligneux et 4 sont des producteurs ou des cueilleurs sans entreprises.
- 50 % des répondants sont des sociétés, 33 % des entreprises incorporées et 17 % des propriétés uniques.
- 50 % des entreprises ont été fondées entre 2005 et 2009, 33 % ont été fondée entre 1990 et 1999 et 17 % entre 2010 et 2015.
- Les activités qui contribuent aux revenus bruts totaux de l'entreprise sont les suivantes : exploitation de PFNL uniquement (17 %), foresterie (17 %), agriculture (33 %) et autres activités (67 %) (produits transformés à la ferme, produits locaux du Kamouraska, transformation alimentaire et vente au détail, charcuterie artisanale).
- 50 % des entreprises sont ouvertes à l'année, 33 % sont en exploitation entre 9 et 11 mois par année et 17 % sont en activité pendant 6 à 8 mois.
- 67 % des répondants font de la cueillette ou de la culture de PFNL, 33 % du conditionnement primaire, 67 % font la 2^e et 3^e transformation, 50 % font de la distribution et 67 % de la vente et mise en marché.
- 67 % des entreprises qualifient leur exploitation d'artisanale, 17 % d'industrielle.
- 50 % des entreprises ont un chiffre d'affaires variant entre 75 001 \$ et 150 000 \$, 33 % ont un chiffre d'affaires de plus de 150 000 \$ et 17 % entre 25 001 \$ et 75 000 \$.
- Voici l'importance des revenus issus des PFNL dans les revenus bruts de l'entreprise : moins de 1 % (67 % des répondants), entre 1 % et 24 % (17 % des répondants) et 17 % des entreprises ont répondu « entre 50 % et 99 % ».

Approvisionnement

- 62,5 % des entreprises s'approvisionnent grâce à la cueillette, 25 % achètent leur matière première auprès d'une entreprise ou d'un particulier qui fait sa cueillette, 12,5 % cultivent et font leur propre production de PFNL.
- Plantes de milieux ouverts exploitées : rosier, framboise, petite fraise, pimbina, sureau, bleuet, amélanche.
- Principales plantes de milieux humides exploitées : livèche, épinard de mer, salicorne, menthe.
- Principales plantes de sous-bois exploitées : thé du Labrador.
- Principales plantes ligneuses exploitées (branches, sève, bourgeons, etc.) : sapin.
- Principaux champignons exploités : bolet, chanterelle commune, chanterelle en tube, morille, dermatose des russules, pied-de-mouton, pleurote.
- À la question « Combien de PFNL exploitez-vous annuellement? », 28,6 % ont répondu entre 11 kg et 50 kg par année, 28,6 % entre 101 et 500 kg et 14,3 % entre 501 et 1000 kg par année.
- 85,7 % des répondants s'approvisionnent sur les terres privées et 42,9 % sur les terres publiques.
- 100 % des entreprises répondantes s'approvisionnent au Kamouraska et 28,6 % des répondants s'approvisionnent dans plusieurs régions du Québec.
- Principaux problèmes ou contraintes rencontrés pour l'approvisionnement : fluctuation annuelle de la production, saisonnalité des cueillettes vs besoins annuels de matière première, ennemis de culture et méconnaissance du territoire public.
- Solutions proposées : mise en culture de PFNL, professionnalisation des intervenants par la formation, regroupement de cueilleurs en association.

Transformation

- 42,9 % des répondants transforment la matière première, 14,3 % transforment une part de leur matière première, 28,6 % assurent un premier conditionnement seulement et 14,3 % des répondants ne font aucune transformation.
- Relativement aux activités de conditionnement, 68 % des répondants font du séchage et 33 % de la réfrigération et congélation.
- Produits alimentaires : plantes herbacées et épices, aromates, vinaigrettes et vinaigres, assaisonnements, confitures.
- Aucun produit de santé naturel, ornemental ou aromatique n'est produit au Kamouraska.
- 71,4 % des répondants font la 1^{re} transformation, 28,6 % font la 2^e transformation.
- Principales contraintes rencontrées pour la transformation : main-d'œuvre compétente, approvisionnement en matière première, manque d'équipement et emballage spécialisé.
- Solutions proposées : Formation en entreprise et accompagnement, accès au matériel adéquat.

Distribution et mise en marché

- 43 % des entreprises font de la distribution de produits, autant n'en font pas et 14,3 % en font un peu.
- 71,4 % des entreprises font de la mise en marché de produits, 28,6 % n'en font pas.
- Les marchés les plus importants : québécois (60 %), Bas-Saint-Laurent (40 %) et local (40 %).
- 40 % des répondants vendent entre 95 % et 100 % de leurs produits directement au Bas-Saint-Laurent, 40 % y vendent entre 5 % et 49 % et 20 % entre 50 et 94 %.
- Destination des produits sur le marché québécois : marchés publics (40 %), détaillants (fruiteries, marchés d'alimentation, épiceries) (60 %), hôtels, restaurants et institutions (40 %), à un transformateur (20 %) et sur une boutique en ligne (20 %).
- Principaux problèmes rencontrés pour la distribution et la mise en marché : coût de transport, rentabilité vs prix, quantité de produits vendus pour l'effort de mise en marché.
- Solutions proposées : améliorer l'efficacité. Conditionner les produits pour fournir au-delà de la période d'abondance.

Normes et traçabilité

- Quelles sont les normes appliquées au sein des entreprises du Kamouraska : MAPAQ (80 %), Écocert (20 %), Cahier des charges pour les champignons forestiers (20 %) et bonne pratique de fabrication (20 %).
- 50 % des entreprises ont mis en place des pratiques pour assurer la traçabilité de leurs produits (lots codés, produits codés, etc.) et 16,7 % ont instauré des mesures mais ce n'est pas au point, 16,7 % ont la volonté de le faire et 61,7 % n'ont aucun système de traçabilité.

Main-d'œuvre et expertise

- Les entreprises engagent moins de 3 employés réguliers et moins de 5 employés saisonniers.
- Pour ce qui est des activités spécifiques à l'exploitation des PFNL, les entreprises engagent moins de 3 employés réguliers et moins de 3 employés saisonniers.
- Le niveau de difficulté pour recruter de la main-d'œuvre est jugé variable pour 66,7 % des répondants, et difficile pour 33,3 %. 16,7 % des entreprises offrent une formation en PFNL à l'embauche.
- Besoin de formation : calcul du coût de production, activité de guidage, formation pour l'identification des champignons forestiers, bonnes pratiques en transformation alimentaire.
- Principale contrainte rencontrée relativement à la main-d'œuvre : crainte de perdre les employés saisonniers. Cueilleurs pas autonomes.
- Solutions proposées : entente avec propriétaires de boisés privés pour avoir accès à la ressource. Diversification

3.2.2. Analyse de la perception

Tableau 7 : Perception de la MRC de Kamouraska

| Perception interne Entreprises et intervenants du Kamouraska | Perception externe Entreprises et intervenants des autres MRC | |
|---|--|---|
| Identité forte Qualité gourmande Gastronomie Mycotourisme Fleuve et paysage Expertise, innovation et renommée Proximité des grands centres Bioalimentaire | Battures / aboiteau Jardin de la mer Mycotourisme agroalimentaire Biopterre dynamisme clan / région soudée. Diversité région bien connue Agriculture | Plaine du Saint-Laurent ITA Anguilles Christian Begin Chef de file Région touristique Attractif Agrobiopole Bombardier BRF (saule) |

Note : Les mots clés en gras ont été mentionnés plus d'une fois et représentent donc des perceptions fortes. Ils apparaissent ici sans classement, simplement dans l'ordre où ils ont été évoqués lors des rencontres de groupes.

3.2.3. Analyse MOFF

Tableau 8 : Analyse MOFF de la filière des PFNL dans la MRC de Kamouraska

| | ÉLÉMENTS POSITIFS | ÉLÉMENTS NÉGATIFS |
|----------------|---|--|
| INTERNE | <p style="text-align: center;">FORCES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Filière agroalimentaire dynamique. • Marché en croissance pour les PFNL puis plantes de bord de mer dans la MRC. • Présence d'entreprise de distribution : Entre-nous, Roland et Frères. • Soutien des organismes de développement (SADC, CLD). • Présence d'un CCTT spécialisé sur la valorisation des PFNL, l'agroforesterie et le développement de bioproduits. • Machinerie disponible (planteuse, dérouleuse, élagueuse, récolteuse de friche, etc.)(Biopterre) • Présence du Centre de développement bioalimentaire du Québec. • Plusieurs entreprises œuvrant déjà dans la filière des PFNL. • Premier projet intégré de mycotourisme au Canada. • Avancement de la mise en place d'un réseau d'approvisionnement et de mise en marché des PFNL. • Plusieurs projets entrepreneuriaux en cours de démarrage. • AEC en Gestion et service de produits fins – option Cueillette et traitement des champignons forestiers au Cégep de La Pocatière. • Maillage d'entreprises entre MRC. • Historique de concertation. | <p style="text-align: center;">FAIBLESSES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manque de sensibilisation et développement des habitudes de consommation de PFNL. • Lacune au niveau de la stratégie de conditionnement des PFNL- (surgélateur, équipement, etc.). • Manque de capacité de gestion dans les petites entreprises. • Peu de processus de traçabilité mis en place actuellement. • Méconnaissance des centres d'expertise présents sur le territoire et de leurs services. • Difficulté à faire la mise en marché et la promotion des produits. • Manque d'entreprises. • Passer de l'économie d'appoint (souterraine) à une filière structurée. • Difficulté de recruter de la main-d'œuvre qualifiée. |
| EXTERNE | <p style="text-align: center;">OPPORTUNITÉS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Région touristique reconnue. • Proximité de Québec. • Projets de valorisation du territoire et de ses ressources : Enseigner le Kamouraska et Expérience Kamouraska, Parc régional du Haut-Pays de Kamouraska (MRC). • Diversité d'habitats = abondance et diversité de la ressource (champignons, plantes de bord de mer, plantes de milieux ouverts, etc.). • PDZA, terres en friche (potentiel de culture). • Historique d'innovation. • Solidarité régionale, concertation. | <p style="text-align: center;">MENACES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fluctuation de la production sauvage de champignons. • Pression de cueillette sur la ressource, ex. : plantes de bord de mer. (soulève le problème de l'exclusivité des territoires de cueillette). • Désengagement de l'état - Appauvrissement du support de financement, du développement et de la concertation au niveau régional. • Capacité d'achat régional limitée = besoin d'atteindre les marchés extérieurs. • Inquiétude sur l'exploitation responsable de la ressource (pérennité). |

Note : Les éléments en gras ont été identifiés comme les plus importants par les intervenants de la MRC lors de la consultation du 19 mars 2015.

3.2.4. Priorités régionales et pistes d'action

| | |
|----------------------------|--|
| PFNL ciblés | Champignons forestiers, plantes de bord de mer, pommettes. Développement de la filière mycotouristique. |
| Intervenants clés | Groupe forestier du Kamouraska, plusieurs entreprises présentes à chaque maillon de la chaîne de valeur de la filière des PFNL au Kamouraska, CCTT et CDBQ, ITA et Cégep de La Pocatière. Organismes de développement (CLD, SADC, Promotion Kamouraska), MRC. |
| Actions à prioriser | Prioriser les partenariats et le maillage d'entreprises (mise en commun de ressources, équipements, services, financements, locaux, etc.). Conscientisation aux bonnes pratiques de cueillette et réflexion sur les territoires de cueillette réservés. Initier / favoriser la culture des PFNL, notamment via le Groupe forestier de Kamouraska pour la production de champignons. Continuer le développement de la filière mycologique (culture, mise en marché, gastronomie). Favoriser et soutenir la 2 ^e et 3 ^e transformation. Stimuler l'entrepreneuriat. Poursuivre les activités de formation et de sensibilisation (population, jeunes, etc.). Se doter d'une infrastructure / équipement de conditionnement. |

3.3. MRC de La Matanie

3.3.1. Profil de la filière dans la MRC de La Matanie - entreprises

| | |
|--------------------------------|---|
| Profil des entreprises | <ul style="list-style-type: none">• Des quatre intervenants de la MRC de La Matanie qui ont complété le sondage, un était une entreprise œuvrant dans le secteur des produits forestiers non ligneux.• L'entreprise fut fondée entre 2015 et 2010.• Les activités qui contribuent aux revenus bruts totaux de l'entreprise sont l'agriculture (100 %).• L'entreprise œuvre entre 6 et 8 mois par année.• Elle dédie 10 % de son temps à la cueillette ou la culture de PFNL, 10 % au conditionnement primaire et 10% à la vente et la mise en marché.• L'entreprise se perçoit comme artisanale.• L'entreprise a un chiffre d'affaires entre 25 001 \$ et 75 000 \$ par an. Les revenus issus des PFNL représentent moins de 1 % du revenu total. |
| Approvisionnement | <ul style="list-style-type: none">• L'entreprise s'approvisionne grâce à la culture et la cueillette de PFNL, elle fait sa propre production et sa propre cueillette de moins de 10 kg par an.• PFNL exploités : menthe et champignons.• Le répondant fait 100 % de son approvisionnement dans La Matanie sur des terres privées.• Le principal problème rencontré pour l'approvisionnement : le manque de temps pour la culture et la cueillette face aux autres activités de l'entreprise.• Solutions proposées: meilleure planification interne du temps et encadrement professionnel. |
| Transformation | <ul style="list-style-type: none">• Le répondant fait un premier conditionnement seulement, soit le nettoyage des produits.• 100 % des répondants font de la 3^e transformation.• Principale contrainte rencontrée pour la transformation : les exigences gouvernementales. |
| Distribution et mise en marché | <ul style="list-style-type: none">• L'entreprise fait la distribution et la mise en marché de produits.• Le marché le plus important : local (100 %).• Destination des produits sur le marché québécois : marchés publics (100 %).• Principal problème rencontré pour la distribution et la mise en marché : manque d'offre. |
| Normes et traçabilité | <ul style="list-style-type: none">• Quelles sont les normes appliquées au sein des entreprises de La Matanie : MAPAQ et Écocert.• Aucun système de traçabilité n'a été mis en place. |
| Main-d'œuvre et expertise | <ul style="list-style-type: none">• L'entreprise engage moins de 3 employés réguliers pour l'ensemble de ses activités.• Le niveau de difficulté pour recruter de la main-d'œuvre est jugé difficile. |

3.3.2. Analyse de la perception

Tableau 9 : Perception de la MRC de La Matanie

| Perception interne Entreprises et intervenants de La Matanie | Perception externe Entreprises et intervenants des autres MRC | | |
|---|--|--|---|
| Industriel | Réserve de Matane | Crevette | Forêt méconnue et inexploitée |
| Éolien | Terres sablonneuses | Traversier | Friche et perte de territoire agricole |
| Crevettes | Vignoble | Saumon | Vent |
| Ville rurale | Orignal/chasse | Éolien | Climat difficile |
| Rivière Matane | Producteurs locaux | Territoire limite du BSL | Montagne |
| Industrie du bois | Dynamique | Territoire public non organisé (TNO) | |
| Transition | Porc | | |

3.3.3. Analyse MOFF

Tableau 10 : Analyse MOFF de la filière des PFNL dans la MRC de La Matanie

| | ÉLÉMENTS POSITIFS | ÉLÉMENTS NÉGATIFS |
|----------------|--|---|
| INTERNE | <p style="text-align: center;">FORCES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Culture de petits fruits (fraises, framboises, bleuets). • Parcelles de production de camerises. • Présence de quelques entreprises œuvrant dans la filière des PFNL et une entreprise en particulier souhaite développer la culture des champignons : Mycobio + SER de la Vallée. • Demande au niveau d'expérience (sauvage, autosuffisance, agrotourisme). • Volonté d'être innovant et d'œuvrer en accord avec les principes du DD. • Volonté et ouverture pour le développement de la filière PFNL. • Projet en cours : Saveurs de La Matanie. • Maillage d'entreprises avec la Gaspésie. • Équipement disponible : déshydrateur. • Marché public en croissance. | <p style="text-align: center;">FAIBLESSES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Besoin de recherche et développement et même d'accompagnement technique. • Difficulté à trouver de la main-d'œuvre. • Mauvaise promotion du territoire (savoir se vendre). • L'impression que tout est à faire pour la filière PFNL. • Aucun projet en développement actuellement en lien avec l'exploitation ou la transformation des PFNL. |
| EXTERNE | <p style="text-align: center;">OPPORTUNITÉS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tourisme = chasse, pêche, Réserve faunique de Matane. • SÉPAQ - Produit des services d'écotourisme dans la Réserve faunique de Matane (ex. : Ski hors piste). • Potentiel de <i>woofing</i> - internationalement reconnu. • Territoire diversifié (sol-forêt-littoral-rivière). | <p style="text-align: center;">MENACES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Désengagement de l'état - Appauvrissement du support de financement, de développement et de la concertation au niveau régional. • Vieillesse de la population. • Perte de vie utile du territoire/manque de relève. • MRC loin des grands centres urbains. |

3.3.4. Priorités régionales et pistes d'action

| | |
|----------------------------|--|
| PFNL ciblés | Champignons forestiers, thé du Labrador. |
| Intervenants clés | Mycobio, Ferme Nature Highland, organismes de développement (CLD, SADC), MRC. SER de la Vallée. |
| Actions à prioriser | Identifier un porteur de dossier et élaborer un plan d'action régional. Utiliser l'expertise et l'accompagnement disponible dans ce domaine. Utiliser le marché public pour valoriser la filière des PFNL. |

3.4. MRC de La Matapédia

3.4.1. Profil de la filière dans la MRC de La Matapédia (entrepreneuriat)

| | |
|--------------------------------|--|
| Profil des entreprises | <ul style="list-style-type: none">• Des 2 intervenants de la MRC de La Matapédia qui ont complété le sondage, 1 était une entreprise constituée en société œuvrant dans le secteur des produits forestiers non ligneux.• L'entreprise fut fondée entre 2000 et 2004.• Les activités qui contribuent aux revenus bruts totaux de l'entreprise sont la foresterie et l'agriculture.• L'entreprise œuvre de 1 à 5 mois par année.• Elle dédie 25 % de son temps à la cueillette ou la culture de PFNL, 25 % en transformation, 25 % en distribution et 25 % à la vente et la mise en marché.• L'entreprise se perçoit comme artisanale.• Le chiffre d'affaires se situe entre 75 001 \$ et 150 000 \$ par an. Les revenus issus des PFNL représentent entre 25 % et 49 % du revenu total. |
| Approvisionnement | <ul style="list-style-type: none">• L'entreprise s'approvisionne grâce à la sa propre cueillette de PFNL et à d'autres sources non spécifiées, d'une quantité se situant entre 101 et 500 kg.• PFNL exploités : épinette, thuya, sapin.• L'entreprise répondante fait 100 % de son approvisionnement dans La Matapédia, sur des terres publiques et privées. |
| Transformation | <ul style="list-style-type: none">• Le répondant transforme la matière première.• Produit fini : huiles essentielles.• Le répondant fait la 2^e transformation. |
| Distribution et mise en marché | <ul style="list-style-type: none">• L'entreprise fait la mise en marché de produits.• Son marché le plus important : québécois.• Le répondant vend entre 1 % et 4 % de ses produits directement au Bas-Saint-Laurent.• Destination des produits sur le marché québécois : grossiste, courtier et manutentionnaire (100 %). |
| Normes traçabilité | <ul style="list-style-type: none">• Quelles sont les normes appliquées au sein de l'entreprise de La Matapédia : Écocert.• L'entreprise a mis en place des pratiques pour assurer la traçabilité de ses produits (lots codés, produits codés, etc.). |
| Main-d'œuvre et expertise | <ul style="list-style-type: none">• L'entreprise engage moins de 3 employés saisonniers pour l'ensemble des activités de son entreprise. |

3.4.2. Analyse de la perception

Tableau 11 : Perception de la MRC de La Matapédia

| Perception interne Entreprises et intervenants de La Matapédia | Perception externe Entreprises et intervenants des autres MRC | | |
|---|---|--|---|
| Passion Forêt habitée Pleurotes | Agriculture Vallée Rivière Saumon Pêche Sauvage Forêt Longueur d'avance Image distincte | Dynamisme Climat difficile Artiste / Créatif Innovant Chevreuil VTT Tourisme Abandons des terres Géomorphologie particulière | Champignons Chanvre Sapin et couronne de Noël Pleurote Territoire diversifié Agroforesterie Framboise Limite ouest BSL Tête de violon |

3.4.3. Analyse MOFF

Tableau 12 : Analyse MOFF de la filière des PFNL dans la MRC de La Matapédia

| | ÉLÉMENTS POSITIFS | ÉLÉMENTS NÉGATIFS |
|----------------|--|--|
| INTERNE | <p style="text-align: center;">FORCES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plusieurs entreprises œuvrant dans la filière PFNL : pleurote, huile essentielle, gomme de sapin, SER de La Matapédia, etc. • Présence d'un CCTT spécialisé en transformation des produits du bois (SEREX). • Projet de relance d'une usine d'extraction (bois). • Passion. • Présence d'intervenants dynamiques et innovants. • Forêt habitée et exploitée. • Présence de cueilleurs. • Herboriste (Druide). • Marché public en croissance. • Solidarité et réseau de soutien local. • Présence du Centre de formation professionnelle d'Amqui. | <p style="text-align: center;">FAIBLESSES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Besoin de diversification économique. • Problématique de relève / de main-d'œuvre. • Manque de promoteurs et d'entrepreneurs. • Problème de fiscalité municipale - (limite l'accès à la propriété). • Manque de positionnement sur les réseaux sociaux. • Manque de connaissances des potentiels et des marchés pour les PFNL. |
| EXTERNE | <p style="text-align: center;">OPPORTUNITÉS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Historique d'innovation forestière. • Territoire ressource extraordinaire. | <p style="text-align: center;">MENACES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Éloignement des grands centres, des réseaux. • Désengagement de l'état - Appauvrissement du support de financement, de développement et de la concertation au niveau régional. |

3.4.4. Priorités régionales et pistes d'action

| | |
|----------------------------|---|
| PFNL ciblés | FORÊT - Champignons forestiers, pleurotes, gomme de sapin, huile essentielle de résineux, extraction (écorces) + transformation des produits du bois. Framboises. |
| Intervenants clés | SER de La Matapédia, Gomme de sapin Robin St-Gelais enr., Huiles essentielles Germain Michaud, Potager enchanté, Fraicheur de la Vallée, SEREX. Centre de formation professionnelle d'Amqui. Organismes de développement (CLD, SADC), MRC. |
| Actions à prioriser | Identifier un porteur de dossier et élaborer un plan d'action régional. Se servir du marché public pour valoriser la filière des PFNL. Se positionner pour ouvrir le territoire aux nouveaux arrivants. Développer les connaissances sur les opportunités de marchés des PFNL. |

3.5. MRC de La Mitis

3.5.1. Profil de la filière dans la MRC de La Mitis – entreprises

Profil des entreprises

- Des 4 intervenants de la MRC de La Mitis qui ont complété le sondage, 2 étaient des entreprises œuvrant dans le secteur des produits forestiers non ligneux et un était une coopérative ou un groupement forestier; 2 sont incorporées, l'autre est constituée d'un propriétaire unique.
- L'une des trois entreprises fut fondée avant 1990, les deux autres entre 2005 et 2009 et entre 2010 et 2015.
- Les activités qui contribuent aux revenus bruts totaux de l'entreprise sont les suivants : PFNL (33 %), foresterie (33 %) et agrotourisme (33 %). 50 % des entreprises tirent leurs revenus totaux d'une microentreprise ou d'attraits touristiques et de restauration.
- L'une des entreprises œuvre de 9 à 11 mois par année et les 2 autres entre 6 et 8 mois par année.
- Deux entreprises dédient de 10 % à 25 % de leur temps à la cueillette ou la culture de PFNL, 25 % à la transformation, 10 % à la distribution et de 10 % à 25 % à la vente et la mise en marché. Une entreprise dédie également 25 % de son temps au conditionnement primaire.
- Deux de ces entreprises se perçoivent comme artisanales.
- Deux entreprises ont un chiffre d'affaires de plus de 150 000 \$ par an et une entreprise entre 10 000 \$ et 25 000 \$ par an. Les revenus issus des PFNL représentent moins de 1 %, entre 1 % et 24 % ou entre 50 % et 99 % des revenus bruts totaux.

Approvisionnement

- 67 % des entreprises s'approvisionnent auprès d'un particulier ou d'une entreprise de cueillette, 33 % font leur propre culture ou sa propre cueillette.
- Une entreprise exploite moins de 10 kg par an, une entre 101 et 500 kg par an et une autre entre 501 et 1000 kg par an.
- Plantes de milieux ouverts exploitées : marguerite, bleuet sauvage, petite fraise, pimblina, rosier, sureau, armoise.
- Plantes de milieux humides exploitées : fougère à tête de violon, livèche, quenouille, salicorne, roquette de mer, myrique, épinard de mer, aulne.
- Plantes de sous-bois exploitées : thé du Labrador, petit thé des bois, asaret (gingembre sauvage), gabelle.
- Plantes ligneuses exploitées: amélanche, sapin, sorbier, épinette, cerisier de Virginie, thuya.
- Champignons exploités : plusieurs bolets, dont le cèpe d'Amérique, la chanterelle commune, l'armillaire ventru, la dermatose des russules, la morille, le chaga et le polypore des brebis.
- 100 % des entreprises répondantes font leur approvisionnement dans La Mitis, 33 % dans Rimouski-Neigette, 33 % dans la MRC de Matane et 33 % dans d'autres régions du Québec. 100 % des répondants s'approvisionnent sur des terres privées et 33 % également sur des terres publiques.
- Les principaux problèmes rencontrés pour l'approvisionnement sont : les périodes de sécheresse et la difficulté de planifier la récolte d'une année à l'autre, le manque de temps pour la prospection de nouveaux sites de cueillette, la difficulté d'identifier les propriétaires de terres privées pour demander l'accès et la variation des prix d'un cueilleur à l'autre.
- Solution proposée : un meilleur encadrement du secteur.

Transformation

- Un des répondants transforme la matière première, un fait la transformation qu'en partie et un ne fait aucune transformation.
- En termes de conditionnement : Un des répondants fait le nettoyage, un fait le séchage, un fait l'emballage et deux des répondants mettent sous conserve.
- Produits finis : production de produits alimentaires principalement (tisanes, produits marinés, sirop, aromates et confitures).
- Deux des répondants font la 1^{re} et la 2^e transformation.
- Principales contraintes rencontrées pour la transformation : le coût élevé des permis du MAPAQ pour les micro-entreprises et la demande de plus en plus grande.
- Solutions proposées : différents types de permis selon le type de transformation alimentaire et la mise en place d'ateliers de conditionnement à l'extérieur des infrastructures des entreprises.

Distribution et mise en marché

- 50 % des entreprises font de la distribution de produits, 50 % en font une partie.
- 100 % des entreprises font de la mise en marché de produits.
- Les marchés les plus importants : local (100 %), régional (50 %) et dans les grandes villes du Québec (50 %).
- Un des répondants vend entre 5 % et 49 % de ses produits directement au Bas-Saint-Laurent et l'autre vend entre 95 % et 100 % de ses produits. Un des répondants souhaite augmenter son chiffre d'affaires au Bas-Saint-Laurent.
- Destination des produits sur le marché québécois : marchés publics (50 %), détaillants (fruiteries, marchés d'alimentation, épiceries) (100 %), hôtels, restaurants et institutions (100 %), transformateurs (50 %), boutique en ligne (50 %).
- Principaux problèmes rencontrés pour la distribution et la mise en marché : frais de transport et la vente non déclarée.
- Solution proposée : promouvoir l'expertise et la reconnaissance pour encourager les gens à faire affaire avec des entreprises spécialisées.

Normes et traçabilité

- Quelles sont les normes appliquées au sein des entreprises de La Mitis: MAPAQ, le Cahier des charges (ACPFNL) et la certification FSC.
- 33 % des entreprises ont mis en place des pratiques pour assurer la traçabilité de leurs produits (lots codés, produits codés, etc.) et 67 % en ont mis en place mais ne sont pas encore au point.

Main-d'œuvre et expertise

- Les entreprises engagent 5 employés réguliers et moins, et moins de 3 employés saisonniers.
- Pour ce qui est des activités spécifiques à l'exploitation des PFNL, les entreprises engagent moins de 3 employés réguliers et 5 employés saisonniers et moins.
- Le niveau de difficulté pour recruter de la main-d'œuvre est jugé variable par 100 % des répondants.
- Principale contrainte rencontrée relativement à la main-d'œuvre : Assurer un salaire régulier.
- Principal besoin de formation : transformation de produits spécifiques.

3.5.2. Analyse de la perception

Tableau 13 : Perception de la MRC de La Mitis

| Perception interne Entreprises et intervenants de La Mitis | Perception externe Entreprises et intervenants des autres MRC | | |
|---|--|--------------------------|-------------------|
| Forêt privée | Fleurs | Fleuve / Rivière | Région mal connue |
| Filière peu développée | Jardins de Méris | Belle végétation | Mouton / agneau |
| Potentiel | Mine de ketchup | Lin | Saisonnier |
| agroforestier | Destination de rêve | Herbes salées (Yves Roy) | Agroalimentaire |
| | Historique de la colonisation | Maison écologique | Chaleur |

3.5.3. Analyse MOFF

Tableau 14 : Analyse MOFF de la filière des PFNL dans la MRC de La Mitis

| | ÉLÉMENTS POSITIFS | ÉLÉMENTS NÉGATIFS |
|----------------|---|--|
| INTERNE | <p style="text-align: center;">FORCES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Friches productives en PFNL : noisette, pimбина, verger de pommes. • Plusieurs entreprises œuvrent dans la filière des PFNL : Les Jardins de Métis, La Cabotine, la Ferme expérimentale et SER de La Mitis. • SER de La Mitis = Connaissance du territoire et expertise spécialisée. • Projet de recherche en cours : plantations de peupliers hybrides à potentiel agroforestier. • Complémentarité des acteurs clés. • Volonté de développement en innovation et diversification économique. • Bande riveraine et haies brise-vent = production de petits fruits et noix. | <p style="text-align: center;">FAIBLESSES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manque d'entrepreneurs, de concertation, de vision stratégique. • Manque d'accompagnement, de connaissances, de transfert technologique, d'expertise de recherche pour faire avancer la filière. • Manque de connaissances et de bonnes pratiques (formation). • Lien manquant entre les cueilleurs/producteurs et les utilisateurs de PFNL. • Aucune organisation de l'approvisionnement en PFNL n'occasionne des problèmes de fluctuation des prix (ex. : fraises des champs, algues). • Manque d'équipement pour la transformation et la conservation. • Préoccupation pour la pérennité de la ressource. • Manque de connaissance du territoire. • Pas d'atelier de conditionnement. |
| EXTERNE | <p style="text-align: center;">OPPORTUNITÉS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Attrait reconnu internationalement : Les Jardins de Métis. • Existence de plan de développement touristique (PDZA et parc régional). • Région de passage. • Proximité de Rimouski – centre urbain. • Chasse, pêche. • Route du lin, plus grand producteur d'agneau. • Diversité d'habitats et de PFNL : Grand territoire agroforestier, littoral, Rivière Mitis. | <p style="text-align: center;">MENACES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Liens faibles entre les différentes initiatives touristiques. • Problématique d'accès au territoire ressource. • Rétention des gens de passage. |

Note : Les éléments en gras ont été identifiés comme les plus importants par les intervenants de la MRC lors de la consultation du 19 mars 2015.

3.5.4. Priorités régionales et pistes d'action

| | |
|----------------------------|---|
| PFNL ciblés | Plusieurs PFNL, intérêt pour la mise en culture de noisette et petits fruits (ex. : pimбина, églantier), plantes sous couvert forestier. |
| Intervenants clés | Jardins de Métis, La Cabotine, la Ferme expérimentale et SER forestier. |
| Actions à prioriser | Identifier des créneaux prioritaires. Identifier un porteur de dossier et élaborer un plan d'action régional. Information et transfert techniques vers les producteurs, les propriétaires de boisés privés, les conseillers du Groupe-conseil agricole. Structurer l'offre comme dans le milieu acéricole. Appuyer les acteurs clés dans le maillage et la complémentarité des offres et besoins. |

3.6. MRC de Rimouski-Neigette

3.6.1. Profil de la filière dans la MRC de Rimouski - entreprises

| | |
|---------------------------------------|---|
| Profil des entreprises | <ul style="list-style-type: none"> • Des 6 intervenants de la MRC de Rimouski-Neigette qui ont complété le sondage, 2 sont une coopérative ou un groupement forestier œuvrant dans le secteur des produits forestiers non ligneux. • L'une des entreprises est incorporée (50 %) et l'autre une société (50 %). • Les deux entreprises ont été fondées avant 1990. • L'activité qui contribue aux revenus bruts totaux des entreprises est la foresterie (100%). • Les entreprises œuvrent à l'année. • Les entreprises dédient 10 % et moins de leur temps à la cueillette ou la culture de PFNL. • L'une de ces entreprises se perçoit comme industrielle avec une volonté de devenir plus grande. • Les deux entreprises ont un chiffre d'affaires de plus de 150 000 \$ par an. Les revenus issus des PFNL représentent moins de 1 % du revenu total. |
| Approvisionnement | <ul style="list-style-type: none"> • L'une des entreprises s'approvisionne grâce à la culture de PFNL et fait sa propre production de plus de 1000 kg par an, l'autre ne fait que de l'autocueillette. • PFNL exploité : bleuet sauvage. • 100 % des entreprises répondantes font 100 % de leur approvisionnement sur des terres privées situées dans Rimouski-Neigette. • Les principaux problèmes pour l'approvisionnement : fermeture des sites d'exploitation et difficulté de cueillette et de main-d'œuvre. |
| Distribution et mise en marché | <ul style="list-style-type: none"> • Les entreprises ne font aucune transformation et aucune distribution de produits. • 50 % des entreprises font de la mise en marché de produits, 50 % n'en font pas. • Le marché le plus important : local (100 %). • 100% des répondants vendent entre 95 % et 100 % de leurs produits directement au Bas-Saint-Laurent. • Les répondants ne font aucune vente de PFNL sur les marchés québécois. |
| Normes traçabilité | <ul style="list-style-type: none"> • Quelles sont les normes appliquées au sein des entreprises de Rimouski-Neigette : MAPAQ (100 %). • Les entreprises n'ont aucun système de traçabilité en place. |
| Main-d'œuvre et expertise | <ul style="list-style-type: none"> • Les entreprises engagent entre 6 et 10 employés réguliers et entre 51 et 100 employés saisonniers. • Pour ce qui est des activités spécifiques à l'exploitation des PFNL, les entreprises engagent moins de 3 employés réguliers et moins de 3 employés saisonniers. • Le niveau de difficulté pour recruter de la main-d'œuvre est jugé difficile (100 %). |

3.6.2. Analyse de la perception

Tableau 15 : Perception de la MRC Rimouski-Neigette

| Perception interne Intervenants de Rimouski-Neigette | Perception externe Entreprises et intervenants des autres MRC | | |
|--|---|---|---|
| Richesse (salaire moyen élevé) | Université à Fonctionnaire | Saveurs du BSL Secteur maraicher structuré | Centre urbain Dynamisme culturel |
| Institutionnelle | Bic / Parc | Milieu maritime /recherche | Centre de services |
| Éducation | Marché potentiel | Climat difficile | Pôle régional |
| Marché potentiel | Bergerie | Bassin de consommateur | Boucar Diouf |
| | Restaurants | | Marché public |

3.6.3. Analyse MOFF

Tableau 16 : Analyse MOFF de la filière des PFNL dans la MRC de Rimouski-Neigette

| | ÉLÉMENTS POSITIFS | ÉLÉMENTS NÉGATIFS |
|---------|--|--|
| INTERNE | <p style="text-align: center;">FORCES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Centre urbain – marché pour les PFNL. • Bâtiment récent disponible possédant des chambres froides (St-Narcisse de Rimouski). • Marché public de Rimouski très performant et fréquenté (vente de PFNL). • Formation supérieure et recherche : Technique de foresterie + UQAR + forêt expérimentale. • SER de la Neigette. • Réseau : Les saveurs du Bas-Saint-Laurent. | <p style="text-align: center;">FAIBLESSES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manque d'entrepreneurs et de projet dans la filière PFNL. • Manque de connaissances sur les potentiels des PFNL. • L'impact des expériences difficiles, perte de savoir-faire (Metayers, Mycelliar). |
| EXTERNE | <p style="text-align: center;">OPPORTUNITÉS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beaucoup d'entrepreneuriat - Beaucoup de nouveaux projets (120 projets d'entreprises/an). • Potentiel d'exploitation des PFNL au niveau des boisés privés et terres en friche. • Opportunité d'intégrer l'exploitation des PFNL à d'autres secteurs déjà structurés (acériculture + producteurs traditionnels, maraîchers). • Opportunité de circuits courts. • Technopôle maritime. • Microclimat (rivière). • Présence de producteurs maraîchers, fruits traditionnels, ovin, bovin, jus d'herbe de blé. • En croissance (beaucoup de jeunes, retour des retraités, beaucoup de constructions neuves). | <p style="text-align: center;">MENACES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marché de la distribution en difficulté. • Conflit d'usages forestiers : soulève le problème de l'exclusivité des territoires de cueillette. • Désengagement de l'état - Appauvrissement du support de financement, de développement et de la concertation au niveau régional. |

3.6.4. Priorités régionales et pistes d'action

| | |
|----------------------------|---|
| PFNL ciblés | Lieux privilégiés pour la mise en marché des PFNL, noisette. |
| Intervenants clés | Secteur de l'hôtellerie, restauration et institutions. Cégep de Rimouski et UQAR. Organismes de développement (CLD, SADC), MRC. SER de la Neigette. Association des groupes de ressources techniques du Québec. |
| Actions à prioriser | Informar, sensibiliser, éduquer sur les PFNL et leurs potentiels. Favoriser le développement d'un volet de formation PFNL dans le programme Technologie forestière. Se servir du marché public pour valoriser la filière des PFNL. Mettre en place un programme d'aide financière incitatif pour l'exploitation des PFNL (Politique nationale de la ruralité). |

3.7. MRC de Rivière-du-Loup

3.7.1. Profil de la filière dans la MRC de Rivière-du-Loup - entreprises

Profil des entreprises

- Des six intervenants de la MRC de Rivière-du-Loup qui ont complété le sondage, un était une coopérative ou un groupement forestier incorporé.
- L'entreprise fut fondée avant 1990.
- L'activité principale contribuant aux revenus bruts totaux de l'entreprise est la foresterie (100 %).
- L'entreprise œuvre entre 9 et 11 mois par année.
- Le répondant qualifie son entreprise d'industrielle.
- L'entreprise a un chiffre d'affaires de plus de 150 000 \$ par an.
- Aucune activité d'exploitation des PFNL n'est faite par l'entreprise et aucun revenu n'y est associé.

3.7.2. Analyse de la perception

Tableau 17 : Perception de la MRC Rivière-du-Loup

| Perception interne Entreprises et intervenants de Rivière-du-Loup | Perception externe Entreprises et intervenants des autres MRC | | |
|--|---|-----------------------------|-------------------------|
| Marché public | Tourbière (thé du | Marché public | Petits fruits (fraises, |
| Petits fruits | Labrador, bleuets) | Hôtellerie (école) | framboises) |
| Tourbières | Premier Tech | Mi-chemin entre Matane et | Concertation |
| Projet PFNL éteint (SFXV) | Bord de mer | Québec | Traversier |
| Maison | Saule | Terroir d'ici et d'ailleurs | Mario Dumont |
| d'enseignement | Pointe | Ville centre | Immigration |
| | Industriel | SPA | Marché potentiel |

3.7.3. Analyse MOFF

Tableau 18: Analyse MOFF de la filière des PFNL dans la MRC de Rivière-du-Loup

| | ÉLÉMENTS POSITIFS | ÉLÉMENTS NÉGATIFS |
|---------|--|---|
| INTERNE | <p style="text-align: center;">FORCES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marché potentiel pour les PFNL : Restaurant-hôtel-institutions(RHI). • Présence d'une école d'hôtellerie et de cuisine (Pavillon-de-l'Avenir). • Centre des congrès (cadeaux). • Thé du Labrador (tourbière). • Marché public fréquenté. • Usine de congélation / surgélation disponible. • Présence d'une entreprise d'exploitation des PFNL en démarrage + Groupement forestier. | <p style="text-align: center;">FAIBLESSES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Préoccupation pour la question des droits de cueillette exclusifs. • Manque de connaissances des PFNL au sein du réseau de RHI + Pavillon-de-l'Avenir. • Manque de leadership et d'organisation. • Manque de porteurs et d'entrepreneurs pour la filière. • Manque de locaux et d'équipements pour les petits producteurs. • L'impact des expériences difficiles passées (Projet PFNL / St-François-Xavier-de-Viger). • Méconnaissance du potentiel du territoire (quantité, lieu, etc.). |
| EXTERNE | <p style="text-align: center;">OPPORTUNITÉS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Territoire diversifié (forestiers, agricole, fleuve, tourbière). • Région d'entrepreneurs – industries. • Carrefour touristique : ATR et Tourisme RDL. • Carrefour routier (N.-B., est-ouest). | <p style="text-align: center;">MENACES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Secteur dévitalisé au centre de la MRC. • Désengagement de l'état - Appauvrissement du support de financement, de développement et de la concertation au niveau régional. |

Note : Les éléments en gras ont été identifiés comme les plus importants par les intervenants de la MRC lors de la consultation du 19 mars 2015.

3.7.4. Priorités régionales et pistes d'action

| | |
|----------------------------|---|
| PFNL ciblés | Champignons forestiers sauvages, lieu à privilégier pour la mise en marché des PFNL. |
| Intervenants clés | <p>Secteur de l'hôtellerie, restauration et institutions (RHI). Pavillon-de-l'Avenir (cuisine).</p> <p>École des métiers (cuisine). Entreprise d'exploitation des champignons forestiers en démarrage (Trouvailles sauvages). Organismes de développement (CLD, SADC), MRC.</p> |
| Actions à prioriser | <p>Stimulation de l'entrepreneuriat et soutien aux initiatives en démarrage. Faire connaître les PFNL au sein du réseau de RHI. Favoriser l'intégration de la cuisine des PFNL au sein du programme de cuisine du Pavillon-de-l'Avenir par la sensibilisation.</p> |

3.8. MRC de Témiscouata

3.8.1. Profil de la filière dans la MRC de Témiscouata - entreprises

Profil des entreprises

- Des 9 intervenants de la MRC du Témiscouata qui ont complété le sondage, 2 sont des entreprises œuvrant dans le secteur des produits forestiers non ligneux et 1 est un producteur sans entreprise.
- 50 % des répondants sont formés en coopérative et 50 % en propriété unique.
- 50 % des entreprises ont été fondées entre 1990 et 1999 et 50 % avant 1990.
- Les activités qui contribuent aux revenus bruts totaux de l'entreprise sont les suivantes : exploitation de PFNL uniquement (50 %), foresterie (50 %), acériculture (50 %) et agrotourisme (50 %).
- 100 % des entreprises sont ouvertes à l'année.
- Les entreprises consacrent 25 % de leur temps à la cueillette ou la culture de PFNL, de 10 % à 25 % au conditionnement primaire, de 10 % à 25 % à la 2^e et la 3^e transformation, de 0 % à 25 % à la distribution et 25 % à la vente et la mise en marché.
- 100 % des entreprises se perçoivent comme artisanales avec une volonté de devenir industrielle.
- 50% des entreprises ont un chiffre d'affaires variant entre 10 000 \$ et 25 000 \$ et 50 % ont un chiffre d'affaires entre 25 001 \$ et 75 000 \$.
- L'importance des revenus issus des PFNL dans les revenus bruts de l'entreprise : 25 % à 49 % (50 % des répondants) et entre 1 % et 24 % (50 % des répondants).

Approvisionnement

- 50 % des entreprises s'approvisionnent grâce à la cueillette ou la culture de PFNL et 50 % achètent leur matière première auprès d'une entreprise ou d'un particulier qui fait sa cueillette.
- Plantes de milieux ouverts exploitées : rosier, pimbina, pissenlit, marguerite, bardane, sureau, plantain, trèfle rouge.
- Principales plantes de milieux humides exploitées : livèche, épinard de mer, menthe, fougère à tête de violon, roquette de mer.
- Principales plantes de sous-bois exploitées : thé du Labrador, actée à grappes, salsepareille, hydraste du Canada.
- Principales plantes ligneuses exploitées (branches, sève, bourgeons, etc.) : sapin, sumac vinaigrier, millepertuis, tilleul, prêle.
- Principaux champignons exploités : chaga, chanterelle commune, bolet, pied-de-mouton, cèpe d'Amérique, armillaire ventru.
- À la question « Combien de PFNL exploitez-vous annuellement? », 50 % ont répondu entre 51 kg et 100 kg par année et 50 % plus de 1000 kg par année.
- 100 % des répondants s'approvisionnent sur les terres privées et 50 % sur les terres publiques du Témiscouata.
- Principaux problèmes ou contraintes rencontrés pour l'approvisionnement : fluctuation annuelle de la production, le manque de cueilleurs et la disponibilité de la ressource (quantité, qualité et accessibilité).
- Solutions proposées : mise en culture de PFNL et professionnalisation des intervenants par la formation.

Transformation

- 100 % des répondants transforment la matière première.
- Relativement aux activités de conditionnement, 50 % des répondants font du séchage et 50 % de la surgélation.
- Produits alimentaires : produits de l'érable, tisanes, plantes herbacées et épices, vinaigrettes et vinaigres, miel et produits de l'abeille.
- Produits de santé naturels et aliments fonctionnels : cosmétique, crème et baume et produits de phytothérapie.

| | |
|---|--|
| Transformation (suite) | <ul style="list-style-type: none"> • Produits aromatiques: parfums et fragrances. • 50 % des répondants font la 1^{re} transformation, 50 % font la 2^e transformation. • Principales contraintes rencontrées pour la transformation : le financement et les normes de Santé Canada. • Solutions proposées : aide technique et financière pour la normalisation des entreprises. |
| Distribution et mise en marché | <ul style="list-style-type: none"> • 100 % des entreprises font de la distribution de produits, autant n'en font pas et 14,3 % en font un peu. • 50 % des entreprises font de la distribution et de la mise en marché de produits, 50 % n'en font pas. • Les marchés les plus importants : québécois (100 %) et Bas-Saint-Laurent (50 %). • 50 % des répondants vendent entre 50 % et 94 % de leurs produits directement au Bas-Saint-Laurent, 50 % y vendent entre 1 % et 4 %. • Destination des produits sur le marché québécois : hôtels, restaurants et institutions (50 %), à un transformateur (50 %) et par la vente postale et l'agrotourisme (50 %). • Principaux problèmes rencontrés pour la distribution et la mise en marché : manque de compétence des distributeurs, normes de Santé Canada et difficultés de financement. • Solutions proposées : accroître l'aide aux petites entreprises. |
| Normes et traçabilité | <ul style="list-style-type: none"> • Quelles sont les normes appliquées au sein des entreprises du Témiscouata : MAPAQ (100 %), Écocert (50 %), Aliments du Québec (50 %), Cahier des charges pour les champignons forestiers (50 %). • 100 % des entreprises ont mis en place des pratiques pour assurer la traçabilité de leurs produits (lots codés, produits codés, etc.). |
| Main-d'œuvre et expertise | <ul style="list-style-type: none"> • Les entreprises engagent moins de 3 employés réguliers ou entre 6 et 10 employés réguliers et moins de 3 employés saisonniers pour l'ensemble de leurs activités. • Pour ce qui est des activités spécifiques à l'exploitation des PFNL, les entreprises engagent moins de 3 employés réguliers et moins de 3 employés saisonniers. • Le niveau de difficulté pour recruter de la main-d'œuvre est jugé de variable (50 %) à difficile (50 %). • Besoin de formation : identification des plantes (médicinales). • Principale contrainte rencontrée relativement à la main-d'œuvre : activités ponctuelles et saisonnières, manque de viabilité pour embaucher à temps plein. • Solutions proposées : accroissement des entreprises pour pouvoir offrir de bons emplois stables. |

3.8.2. Analyse de la perception

Tableau 19 : Perception de la MRC du Témiscouata

| Perception interne Entreprises et intervenants du Témiscouata | Perception externe Entreprises et intervenants des autres MRC | |
|---|--|--|
| Une belle région | Frontière avec les É-U et le NB | Producteur de Shiitake |
| Diversité d'écosystèmes : forêt, lacs, rivières | Potentiel touristique | Coopérative forestière Haut Plan Vert |
| Nautisme et pêche (corégone) | Vallées et lacs | |
| Nature et pureté | Acériculture | Huile essentielle |
| Pluie | Bon potentiel | Dévitaisée |
| Créativité | Industrie du bois | Territoire |
| Microclimat | Culture en sous-bois | Proactif |
| Réserve faunique / Parc | Microclimat | Gomme de sapin |
| Dévitaisée | Centre ACER | Réserve faunique Parc SEPAQ |

3.8.3. Analyse MOFF

Tableau 20 : Analyse MOFF de la filière des PFNL dans la MRC du Témiscouata

| | ÉLÉMENTS POSITIFS | ÉLÉMENTS NÉGATIFS |
|----------------|---|--|
| INTERNE | <p style="text-align: center;">FORCES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Volonté de la SADC d’être porteur du mandat de développement de la filière des PFNL. • Marché potentiel pour les PFNL : Restaurant-hôtel-institutions (RHI). • Acériculture (environ 270 entreprises). • Masse critique d’entreprises actives dans la filière des PFNL : Viv’Herbe, Ferme Nature sauvage, Coopérative Haut Plant Vert (filiale Bioproduits Ste-Rita) Toulidou, producteur d’huiles essentielles, Domaine Acer, Jardins du Témiscouata, etc. • Détermination et dynamisme. • Expertises locales : développement de produits, techniciens forestiers et groupements forestiers. • Parcelles de culture de camerise. • Présence du Réseau Forêt-bois-matériaux = Réflexion sur la chaîne de valeur et optimisation des produits forestiers (écorce, extractible, etc.). • Complémentarité des producteurs et intervenants. • Présence du Centre de formation professionnelle en foresterie de l’Est-du-Québec à Dégelis. • Présence du Réseau Forêt-Bois-Matériaux. • Présence du Centre d’encadrement technique en acériculture de l’Est-du-Québec (CETA). | <p style="text-align: center;">FAIBLESSES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manque de lignes directrices pour favoriser les partenariats. • Difficulté de passer d’une exploitation artisanale des entreprises à une mise à l’échelle industrielle. • L’impact des expériences difficiles passées : projet PFNL avorté. • Impression d’éternel retour à la case départ. • Manque d’entrepreneurs et de porteurs de dossier. • Manque de réseautage des entreprises de la filière. • Accès à du financement : support financier traditionnel (agricole ou forestier) difficilement accessible pour les PFNL. • Manque de connaissances sur les applications des PFNL (exemple : sapin). • Manque d’équipement de conditionnement – surgélation. • Stratégie de communication inadéquate. • Besoin de formation (professionnalisation). • Difficulté d’atteindre les normes de Santé Canada (volet thérapeutique). |
| EXTERNE | <p style="text-align: center;">OPPORTUNITÉS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grande diversité d’offre touristique. • Nautisme (5 marinas). • Grandes superficies forestières et diversité de peuplements. • Accessibilité à la forêt. • Sols riches. • Possibilité de développer un circuit de la filière PFNL - (ex.: Circuits chemin d’eau (canot, kayak). • Carrefour entre le Québec et le Nouveau-Brunswick. • Les intervenants croient en leur région. | <p style="text-align: center;">MENACES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Davantage une vision de village qu’une vision régionale. • Limites écologiques pour les cultures (longs hivers, étés courts, faible degré/jour). • Enjeu d’occupation du territoire et démographique. • Limite nord des peuplements de feuillus, limite pour certains PFNL cultivés sous couvert forestier. • Accès à la propriété - dézonage (terres en friche) - occupation du territoire. • Pas de politique pour la main-d’œuvre (rétention). • Tordeuse d’épinette. |

Note : Les éléments en gras ont été identifiés comme les plus importants par les intervenants de la MRC lors de la consultation du 19 mars 2015.

3.8.4. Priorités régionales et pistes d'action

| | |
|----------------------------|--|
| PFNL ciblés | Champignons forestiers, shiitake, huile essentielle de résineux, camerise, ail des bois, SIROP D'ÉRABLE, PFNL sous couvert forestier. |
| Intervenants clés | Viv'Herbe, Ferme Nature sauvage, Coopérative Haut Plant Vert (filiale Bioproduits Ste-Rita), Toulidou, producteur d'huiles essentielles, Domaine Acer, Jardins du Témiscouata, etc. Présence du Centre de formation professionnelle en foresterie de l'Est-du-Québec à Dégelis. Organisme de développement (CLD, SADC), MRC. Réseau Forêt-Bois-Matériaux. Centre d'encadrement technique en acériculture de l'Est-du-Québec (CETA). |
| Actions à prioriser | Élaborer un plan d'action régional autour d'une vision commune (positionnement stratégique). Choisir un ou plusieurs PFNL vedette. Mettre à profit l'expertise et les connaissances locales. Miser sur les acteurs clés et apporter du support aux entreprises. Optimiser les érablières avec des PFNL en culture sous couvert forestier (hydraste du Canada). Développer de la formation PFNL (ex. : champignons forestiers). Mettre en réseau, mailler les entreprises et valoriser ce qui existe déjà (entreprise, tourisme, circuits). Sensibiliser les élus - faire reconnaître la filière comme un créneau porteur Favoriser l'occupation du territoire. Élaborer un modèle d'affaire pour une usine de distribution et de surgélation. |

Leitmotiv :

1-croire 2- être convaincu pour être convaincant, 3- climat de confiance 4-rentabilité

4. RÉSULTAT DU DIAGNOSTIC POUR LE BAS-SAINT-LAURENT

4.1. Profil de la filière des PFNL pour la région administrative du Bas-Saint-Laurent – entreprises

Les données suivantes sont issues du sondage et regroupent les réponses de toutes les entreprises de la filière des PFNL au Bas-Saint-Laurent, sauf les acériculteurs. En effet, il fut décidé de mettre l'emphase sur les entreprises qui ne sont pas encadrées par une structure déjà en place comme le domaine acéricole afin de mieux les connaître.

Profil des entreprises

- Des 52 intervenants du BSL qui ont complété le sondage, 21 sont des entreprises et 4 des producteurs ou cueilleurs sans entreprises.
- Type d'entreprises : 35,3 % des répondants sont des entreprises incorporées, 35,3 % des sociétés, 17,6 % des propriétés uniques et 5,9 % des coopératives. En comparaison, pour l'ensemble du Québec, 1 entreprise sur 5 est une coopérative (33 % d'entreprises incorporées, 24 % propriétés uniques, 14 % sociétés et 8 % OSBL).
- Il s'agit d'un secteur d'activité encore relativement jeune au BSL. Le tiers (35,3 %) des entreprises a plus de 25 ans, 17,7 % ont entre 15 et 25 ans, 23,5 % entre 5 et 10 ans. Près d'une entreprise sur 6 (17,7 %) a moins de cinq ans et 5,9 % ont été fondées entre 2000 et 2004. Les entreprises du BSL comportent une proportion plus grande d'entreprises plus anciennes comparativement à l'ensemble des entreprises du Québec où plus de 75 % des entreprises ont moins de 12 ans et seulement 6 % ont plus de 25 ans.
- Les activités qui contribuent aux revenus bruts totaux des répondants sont les suivantes : foresterie (47 %), agriculture (23,5 %), exploitation de PFNL uniquement (17,7 %) acériculture et agrotourisme (11,8 %), R et D / formation et mycotourisme respectivement (5,9 %) et autres activités (35,3 %) (produits transformés à la ferme, produits locaux du Kamouraska, transformation alimentaire et vente au détail, charcuterie artisanale). La proportion des entreprises du BSL, dont les PFNL constituent leur unique secteur d'activité (17,7 %), est inférieure à celle de l'ensemble des entreprises du Québec (43 %). Dans le reste du Québec, la proportion des entreprises de la filière des PFNL qui a des opérations toute l'année est supérieure (61 %) à celle du BSL.
- Les entreprises qui font des activités en foresterie (47 %) sont ouvertes à l'année. Pour les autres entreprises, 23,5 % sont en exploitation entre 9 et 11 mois par année et 29,4 % sont en activité pendant 6 à 8 mois et 5,9 % sont ouvertes seulement de 1 à 5 mois.
- 93,3 % des répondants font de la cueillette ou de la culture de PFNL, 73,3 % du conditionnement primaire, 93,3 % font la 2^e et 3^e transformations, 80 % font de la distribution et 86,6 % de la vente et mise en marché. Enfin, une forte majorité des répondants sont actifs sur l'ensemble des activités de la chaîne (de la récolte à la vente). Ces résultats sont semblables à ceux obtenus pour l'ensemble des entreprises de la filière québécoise.
- 47 % des répondants qualifient leur exploitation d'artisanale et parmi ceux-ci 11,8 % souhaitent prendre de l'expansion, 11,8 % qualifient leur production d'industrielle et parmi ceux-ci 5,9 % souhaitent augmenter encore la production.
- Pour ce qui est du chiffre d'affaires, les entreprises du BSL sont de taille économique plutôt modeste. Toutefois, la proportion d'entreprises ayant un chiffre d'affaires de plus de 150 000 \$ (47 %) est supérieure à celle du Québec (34 %). Ce sont des entreprises qui ont des activités variées. Concernant l'autre moitié des entreprises, 23,5 % ont un chiffre d'affaires variant entre 75 001 \$ et 150 000 \$, 17,7 % ont un chiffre d'affaires variant entre 25 001 \$ et 75 000 \$ et 11,8 % ont un chiffre d'affaires variant entre 10 000 \$ et 25 000 \$.
- Voici l'importance des revenus issus des PFNL dans les revenus bruts de l'entreprise : moins de 1 % (47 % des répondants), entre 1 % et 24 % (17,7 % des répondants), entre 50 et 99 % (11,8 % des répondants), 11,8 % des entreprises ont répondu « entre 25 et 49 % ». Bien que plus d'une entreprise sur 6 au BSL tire plus de la moitié de ses revenus des PFNL, ce secteur demeure une activité secondaire pour toutes les entreprises de la région. Pour l'ensemble de la filière québécoise, c'est 20 % des entreprises qui tirent 100 % de leurs revenus des PFNL.

- Au BSL, 53 % des entreprises s’approvisionnent grâce à la cueillette, 29,4 % achètent leur matière première auprès d’une entreprise ou d’un particulier qui fait sa cueillette, 29,4 % cultivent et font leur propre production de PFNL.
- Plantes de milieux ouverts exploitées par les entreprises du BSL : rosier, framboise, petite fraise, pimbina, sureau, bleuet, marguerite, bardane, pissenlit, plantain, trèfle rouge, armoise.
- L’approvisionnement en PFNL au BSL est fortement diversifié. En effet, environ 40 produits différents sont parmi les plus exploités. C’est la moitié moins que pour l’ensemble des entreprises du Québec.
 - Principales plantes de milieux humides exploitées par les entreprises du BSL : livèche, épinard de mer, salicorne, menthe, tête de violon, quenouille, myrique, roquette de mer, aulne.
 - Principales plantes de sous-bois exploitées par les entreprises du BSL : thé du Labrador, petit thé, actée à grappes noires, hydraste du Canada, ail des bois, asaret, gabelle, salsepareille.
 - Principales plantes ligneuses exploitées par les entreprises du BSL (branches, sève, bourgeons, etc.) : sapin, thuya, amélanche, épinette, sumac vinaigrier.
 - Principaux champignons exploités par les entreprises du BSL : plusieurs bolets dont le bolet cèpes, chanterelle commune, armillaire ventru, chanterelle en tube, morille, dermatose des russules, chaga, pied-de-mouton, pleurote, hydne ombiliqué, polypore des brebis.
 - Champignons de culture : pleurote, shiitake, strophaire rouge-vin.
- À la question « Combien de PFNL exploitez-vous annuellement? » la majorité des répondants (25 %) exploitent entre 101 et 500 kg et 12,5 % plus de 1000 kg par année et 18,8 % moins de 10 kg. 12,5 % ont répondu entre 11 et 50 kg et autant ont répondu entre 501 et 1000 kg. Enfin, 6,3 % exploitent entre 51 et 100 kg annuellement. Total moyen estimé = 8000 kg de PFNL annuellement.
- 93,8 % des répondants s’approvisionnent sur les terres privées et 37,5 % sur les terres publiques.
- 1 à 3 répondants cueillent principalement dans chaque MRC du BSL; toutefois au Kamouraska, c’est 7 répondants qui y font l’essentiel de leur approvisionnement. Seulement 3 entreprises disent s’approvisionner dans d’autres régions du Québec, le secteur des PFNL au BSL est donc caractérisé par un fort approvisionnement local.
- Principaux problèmes ou contraintes rencontrés pour l’approvisionnement : fluctuation annuelle de la production, saisonnalité des cueillettes vs besoins annuels de matière première, ennemis de culture, méconnaissance et accessibilité réduite du territoire public, manque de cueilleurs, manque de connaissances.
- Solutions proposées : mise en culture de PFNL, professionnalisation des intervenants par la formation, regroupement de cueilleurs en association, meilleur encadrement du secteur.

Transformation

- Au BSL, les activités de transformation sont présentes mais moins importantes si l'on compare à l'ensemble des entreprises du Québec (conditionnement 94 %, transformation 70 %). Au BSL, 41,2 % des répondants transforment la matière première, 11,8 % transforment une part de leur matière première, 17,7 % assurent un premier conditionnement seulement et 29,4 % des répondants ne font aucune transformation.
- Relativement aux activités de conditionnement, 25 % des répondants assurent un premier nettoyage, 50 % des répondants font du séchage et 12,5 % de la réfrigération, congélation et surgélation.
- Au BSL, 61,4 % des répondants font la 1^{re} transformation, 38,5 % font la 2^e transformation et aucune entreprise pour la 3^e transformation.
- Les entreprises qui transforment au BSL produisent principalement des produits alimentaires : tisanes, plantes herbacées et épices, produits marinés, aromates, vinaigrettes et vinaigres, miel et produits de l'abeille, assaisonnements, confitures, sirops.
- Toutefois, des produits de santé naturels et aliments fonctionnels sont également faits au BSL : cosmétiques, crèmes et baumes, produits phytothérapeutiques.
- Des produits aromatiques sont les produits finis de quelques entreprises du BSL : huiles essentielles, parfums et fragrances.
- Principales contraintes rencontrées pour la transformation : difficulté de répondre aux normes en vigueur et exigences gouvernementales, main-d'œuvre compétente, approvisionnement en matière première, manque d'équipement et emballage spécialisé. Difficulté à répondre à la demande.
- Solutions proposées : formation en entreprise et accompagnement, accès au matériel adéquat, appui dans la normalisation, manque d'atelier de conditionnement (champignons).

Distribution et mise en marché

- Au BSL, 40 % des entreprises font de la distribution de produits, 46,7 % n'en font pas et 13,3 % en font un peu. 68,8 % des entreprises font de la mise en marché de produits, 31,3 % n'en font pas.
- Les marchés les plus importants des entreprises du BSL : québécois (50 %), Bas-Saint-Laurent (33,3 %) et local (50 %). 8,3 % des répondants ont choisi la réponse suivante « Tout spécialement dans les grandes villes ». Pour l'instant, les entreprises du BSL ne font aucune exportation de produits à l'international comparativement à une proportion de 14 % pour les entreprises de la filière québécoise. Le secteur des PFNL au BSL est donc caractérisé par un marché local / régional en grande partie.
- 41,7 % des répondants vendent entre 95 % et 100 % de leurs produits directement au Bas-Saint-Laurent, 25 % y vendent entre 5 % et 49 %, 16,7 % entre 50 et 94 % et autant identifient leur part de marché en bas de 4 % pour le BSL. 8,3 % des répondants ont spécifié vouloir augmenter leur chiffre d'affaires au BSL.
- Pour les entreprises de la filière des PFNL au BSL, la majorité des entreprises vendent leurs produits via divers lieux de ventes. Les destinations des produits sur le marché québécois s'effectuent dans les proportions suivantes : détaillants (fruiteries, marchés d'alimentation, épicerie) (41,7 %), hôtels, restaurants et institutions (41,7 %), marchés publics (33,3 %), à un transformateur (25 %) et sur une boutique en ligne (16,7 %), grossistes, courtiers, manutentionnaires (8,3 %). 25 % des répondants ont spécifié vendre sur place, à des amis ou par la poste. Les pourcentages ici présentés sont supérieurs à ceux du Québec, cette tendance s'explique par le fait que les entreprises du BSL multiplient leur lieu de vente. La pénétration des différents marchés par les entreprises du BSL est considérée comme bonne. Seule la vente auprès de grossistes, courtiers et manutentionnaires est plus rependue qu'au BSL.
- Principaux problèmes rencontrés pour la distribution et la mise en marché : coût de transport, manque d'approvisionnement, trop de compétition par la vente au noir, manque de distributeurs compétents et souples, rentabilité vs prix, quantité de produits vendus pour l'effort de mise en marché.
- Solutions proposées : améliorer l'efficacité. Conditionner les produits pour fournir au-delà de la période d'abondance. Développer l'expertise et la reconnaissance. Plus de support financier pour les petites entreprises.

Normes et traçabilité

- Quelles sont les normes appliquées au sein des entreprises du BSL? : MAPAQ (83,3 %), Écocert (33,3 %), Cahier des charges pour les champignons forestiers (16,7 %) et bonne pratique de fabrication 8,3 %) et Aliments du Québec (8,3 %). L'application de normes de salubrité est bien implantée dans les pratiques des entreprises du BSL, la proportion est d'ailleurs supérieure à celle déterminée pour l'ensemble de la filière québécoise (MAPAQ, 65 %).
- Au Québec, comme au BSL, les entreprises ont en majorité mis en place des systèmes de traçabilité de leurs produits. Plus précisément au BSL, 46,7 % des entreprises ont mis en place des pratiques pour assurer la traçabilité de leurs produits (lots codés, produits codés, etc.) et 20 % ont instauré des mesures mais ce n'est pas au point. 27 % n'ont aucun système de traçabilité, mais de ceux-ci, 6,7 % ont la volonté de le faire.

Main-d'œuvre et expertise

- Tant au Québec qu'au BSL, le secteur repose beaucoup sur le travail saisonnier. Les entreprises du BSL engagent entre 2 et 10 employés réguliers et entre 1 et 100 employés saisonniers pour leurs activités régulières.
- Pour ce qui est des activités spécifiques à l'exploitation des PFNL, les entreprises engagent 1 et 5 employés réguliers et moins de 3 employés saisonniers.
- Le niveau de difficulté pour recruter de la main-d'œuvre est jugé variable pour 53,9 % des répondants et difficile pour 46,2 %. 15,4 % des entreprises offrent une formation en PFNL à l'embauche.
- Besoins de formation identifiés : calcul du coût de production, activité de guidage, formation pour l'identification des champignons forestiers et de la flore (médicinal), bonnes pratiques en transformation alimentaire de produits de spécialité.
- Principale contrainte rencontrée relativement à la main-d'œuvre : besoins ponctuels. Crainte de perdre les employés saisonniers. Cueilleurs pas autonomes.
- Solutions proposées : entente avec propriétaires de boisés privés pour avoir accès à la ressource. Diversification. Agrandir l'entreprise pour consolider les emplois.

Trois répondants au Bas-Saint-Laurent ont répondu que leur entreprise se concentrait exclusivement des activités d'exploitation des PFNL (question 5). Le profil de ces entreprises peut être consulté à l'annexe 5.

4.2. Analyse de la perception pour la région administrative du Bas-Saint-Laurent

Tableau 21 : Perception de l'ensemble du Bas-Saint-Laurent

| Perception | | |
|---|--|------------------------------------|
| Entreprises et intervenants de l'ensemble du territoire | | |
| • Plus belle région de la province | • Paysage | • Enjeu d'occupation du territoire |
| • Armillaire ventru | • Qualité de vie | • Manque de relève |
| • Diversité d'habitats (fleuve, rivière, montagne, plaine, tourbière) | • Concertation | • Chez nous |
| • Vent | • Dynamisme | • Littoral vs Haut Pays |
| • Abondance de ressources (PFNL) | • Potentiel | • Camerise |
| • Loin | • Grand | • Loin des marchés |
| • Administration | • Potentiel de développement de la filière | • Produits régionaux |
| • Acériculture | • Ignorance | • Qualité de l'environnement |
| • Nature | • Improvisation (marché noir) | • Passionné |
| | • Vieillesse | |

4.3. Analyse MOFF

Tableau 22 : Analyse MOFF de la filière des PFNL du Bas-Saint-Laurent

| | ÉLÉMENTS POSITIFS | ÉLÉMENTS NÉGATIFS |
|---------|---|---|
| INTERNE | <p style="text-align: center;">FORCES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Expertise disponible pour appuyer le développement de la filière. • Potentiels élevés d'érablières non exploitées. • Présence de CCTT (Biopterre, SEREX) et d'autres centres d'expertise (CDBQ, CETA). • Ressource première présente et variée. • Grand potentiel de développement dans la forêt privée. • Intérêt grandissant pour les PFNL. • Expertise et connaissance des produits (mitigé). • Volonté ferme de développement. • Volonté des HRI d'introduire des produits de spécialités + présence de centres urbains. • Intérêt des jeunes. • Présence d'organismes de concertation. • Main-d'œuvre et formation. • Intérêt des acteurs publics. • Plusieurs marchés publics en croissance et très fréquentés. • Présence de terres en friche qui pourraient servir à la production de PFNL. • Quantité de la ressource. • Proximité des ressources. • Déjà plusieurs projets en cours intégrant l'exploitation des PFNL). • Présences de plusieurs entreprises œuvrant dans la filière des PFNL. • Volonté de partenariat (unir nos forces). • Habitudes de consommation de PFNL en développement = grand intérêt. • Application des normes de salubrité dans la grande majorité des entreprises. • Production secondaire pour une majorité d'entreprises = consolidation de la filière et des emplois. • Filière caractérisée par un approvisionnement régional. | <p style="text-align: center;">FAIBLESSES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Développement désorganisé sans positionnement stratégique. • Besoin de sensibilisation (ex. : mycophobie). • Difficulté d'obtenir des contingents pour le sirop d'érable. • Besoin de développer la mise en marché des PFNL. • Obtention de support financier difficile (PFNL en marge des programmes traditionnels en foresterie ou agriculture, rentabilité difficile à démontrer). • Manque d'entrepreneurs ou de porteurs solides. • Défis d'augmenter l'approvisionnement (sortir la ressource du bois!) et le stabiliser. • Problématique de surcueillette (ex. : plantes de bord de mer, thé du Labrador). • Production marginale : secteur jeune. • Marché à développer (peu de connaissances du consommateur). • Manque d'équipement spécialisé (notamment de conditionnement). • Rentabilité difficile à atteindre pour les entreprises. • Concurrence entre les entreprises (souvent même produits). • Problématiques de distribution (distance, besoins particuliers, chaîne de froid, consignes). • Besoins de main-d'œuvre spécialisée. • Fermeture de certains propriétaires de boisés privés. • Manque de cohésion des acteurs. • Production et transformation artisanale vs capacité de fournir les marchés externes • Faible pénétration des marchés interprovinciaux et internationaux. • Manque de réseautage et de cohésion. • Manque de promotion et de plan de communication. • Territoire en partie dévitalisé et population vieillissante. |

| EXTERNE | OPPORTUNITÉS | MENACES |
|---------|---|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Secteur des PFNL en émergence au Québec dans la foulée de la valorisation des produits régionaux et du terroir. • La recherche de produits fins, du terroir et locaux par les consommateurs. • Tourisme. • Image positive des produits de la région. • Clientèle touristique de gourmands qui vient au BSL sur place acheter et goûter. • Étendue du territoire forestier et son accessibilité. • Région écologiquement avantagée (diversité d'habitats et d'écosystèmes). • Occasion de diversification des activités économiques. • Potentiel de financement en recherche appliquée et transfert technologique. • PFNL = ressources renouvelables. • Potentiel de croissance important pour plusieurs marchés. • Demande supérieure à l'offre pour certains produits. • Initiative de concertation québécoise (ACPFNL). | <ul style="list-style-type: none"> • Conditions climatiques et écologiques limitantes. • Fluctuation de la production sauvage d'une année à l'autre. • Potentiel de développement et potentiel de marché limités régionalement, attention à l'émergence de trop d'entreprises offrant les mêmes services plutôt que complémentaires. • Accès au territoire parfois difficile. • Augmentation des PFNL importés au Québec. • Faible support des ministères dans la filière des PFNL. • Exigences gouvernementales difficiles à rencontrer. • Désengagement de l'état - Appauvrissement du support de financement, de développement et de la concertation au niveau régional. • Marché de la distribution en difficulté et inadapté (ex. : arrêt du service d'autobus). |

4.4. Priorités et pistes d'action

Il a été demandé aux répondants de se prononcer sur les principaux besoins qui, selon eux, sont rencontrés par les entreprises du Bas-Saint-Laurent. Le tableau 23 présente les résultats qui démontrent que les quatre principales difficultés sont les suivantes : 1) **Développer la mise en marché et augmenter les ventes** (45,9 %), 2) **Stabiliser et augmenter la production de PFNL** (29,7 %), 3) **Atteindre et maintenir la rentabilité** (27 %), 4) **Améliorer les techniques de production, de récolte et de transformation** (21,6 %).

Tableau 23 : Principaux besoins rencontrés par les entreprises de la filière des PFNL au BSL

| MRC | Nombre de répondants | % |
|---|----------------------|--------|
| Développer la mise en marché, augmenter les ventes | 17 | 45,9 % |
| Exporter | 1 | 2,7 % |
| Diversifier l'offre de produits, développer de nouveaux produits | 4 | 10,8 % |
| Stabiliser ou augmenter l'approvisionnement, la production | 11 | 29,7 % |
| Recrutement et rétention de cueilleurs et autre main-d'œuvre | 6 | 16,2 % |
| Obtenir l'appui financier gouvernemental ou autre | 5 | 13,5 % |
| Gérer la croissance de l'entreprise | 2 | 5,4 % |
| Améliorer les techniques de production, de récolte, de transformation | 8 | 21,6 % |
| Faire de la recherche et du développement, améliorer la qualité | 2 | 5,4 % |
| Résoudre des problèmes techniques ou de bonnes pratiques | 0 | 0,0 % |
| Assurer la traçabilité, établir des normes de cueillette | 2 | 5,4 % |
| Établir des partenariats, élargir le réseau d'affaires | 4 | 10,8 % |
| Atteindre ou maintenir la rentabilité | 10 | 27,0 % |
| TOTAL | 58 | |
| <i>Quantité de répondants pour cette question</i> | 37 | |
| <i>Quantité de répondants ayant ignoré cette question</i> | 15 | |

Les priorités d'action ciblées par l'ensemble des répondants du sondage sont présentées dans le tableau suivant. Bien que toutes ces actions doivent être prises en compte pour assurer le développement de la filière, certaines actions ont été identifiées comme prioritaires, telles que : **1) Offrir un soutien, financier ou autre, au développement des entreprises** (47,4 %), **2) Stimuler le développement de l'offre, l'intérêt pour les PFNL chez les producteurs** (34,2 %), **3) Faire la promotion des PFNL auprès des consommateurs et de la population** (31,6 %), **4) Encadrer et règlementer le secteur (normes, traçabilité, appellation, etc.)** (23,7 %), **5) Renforcer les cultures innovantes** (21,1 %), **6) Développer la demande / analyser les meilleurs potentiels de marché (recherche marketing)** (21,1 %).

Tableau 24 : Priorité d'action pour développer la filière des PFNL au BSL

| MRC | Nombre de répondants | % |
|---|---|-----------|
| Développer la gastronomie | 2 | 5,3 % |
| Offrir un soutien, financier ou autre, au développement des entreprises | 18 | 47,4 % |
| Encadrer et règlementer le secteur (normes, traçabilité, appellation, etc.) | 9 | 23,7 % |
| Faire la promotion des PFNL auprès des consommateurs et de la population | 12 | 31,6 % |
| Développer la demande / analyser les meilleurs potentiels de marché (recherche marketing) | 8 | 21,1 % |
| Favoriser la concertation et la structuration du secteur | 12 | 31,6 % |
| Offrir de la formation / du service-conseil | 3 | 7,9 % |
| Offrir des séminaires de transfert technologique adaptés aux entreprises (savoir-faire) | 3 | 7,9 % |
| Stimuler le développement de l'offre, l'intérêt pour les PFNL chez les producteurs | 13 | 34,2 % |
| Préserver la durabilité | 5 | 13,2 % |
| S'impliquer et/ou soutenir les activités de recherche et développement | 4 | 10,5 % |
| Renforcer les cultures innovantes | 8 | 21,1 % |
| Sensibiliser aux nouvelles applications industrielles des PFNL | 1 | 2,6 % |
| Assurer la complémentarité entre MRC | 0 | 0,0 % |
| Trouver un créneau d'appel pour les MRC | 1 | 2,6 % |
| Avoir une appellation pour les produits de chez nous | 0 | 0,0 % |
| Favoriser le développement touristique | 2 | 5,3 % |
| Mise en place d'une stratégie régionale (Bas-Saint-Laurent) | 9 | 23,7 % |
| Autres | 4 | |
| | TOTAL | 58 |
| | <i>Quantité de répondants pour cette question</i> | <i>38</i> |
| | <i>Quantité de répondants ayant ignoré cette question</i> | <i>14</i> |

Selon la perception des répondants du sondage, les PFNL suivants sont ceux qui caractérisent la région du Bas-Saint-Laurent parce qu'ils sont uniques, abondants ou possèdent un grand potentiel commercial (le chiffre entre parenthèses correspond au nombre de fois que le PFNL a été cité) : **Champignons et mycotourisme (28)**, **Produits de l'érable (8)** et **PFNL cultivés sous couvert forestier, petits fruits (12)**, **Plante de bord de mer (6)**, **Tête de violon (3)**, **If du Canada (4)**, **Noix (2)**.

4.5. Recommandations et axes stratégiques de développement

L'ensemble des activités de cueillette de données (sondage, groupes de discussions, présentation des résultats préliminaires et consultation) ainsi que le diagnostic de la filière (analyse MOFF, apports des intervenants) et les informations disponibles au niveau du Québec et du Canada (voir annexe 6) ont permis de dégager des axes de développement stratégiques pour la filière des produits forestiers non

ligneux du Bas-Saint-Laurent. Ceux-ci ont été présentés lors de la consultation du 19 mars 2015 et ont été soumis à l’approbation et aux commentaires des intervenants présents. Les axes sont les suivants :

- 1. AXE 1 : STRUCTURATION RÉGIONALE DE LA FILIÈRE**
- 2. AXE 2 : ASSURER L’APPROVISIONNEMENT EN PFNL**
- 3. AXE 3 : ASSURER LA TRANSFORMATION EN RÉGION**
- 4. AXE 4 : DÉVELOPPER LA MISE EN MARCHÉ ET LA DISTRIBUTION DES PFNL TOUT EN FAVORISANT LA PROMOTION DU TERRITOIRE**

Chaque axe s’accompagne de propositions d’objectifs ou de pistes d’action qui pourraient servir à l’élaboration d’un plan d’action (tableau 25). Ce futur plan d’action stratégique aurait l’avantage de préciser et de bonifier les actions à mettre en place. Il permettra également d’identifier des responsables, un niveau de priorité des actions et des cibles de réalisation bien définies dans le temps, ce qui a été exclu de l’actuelle étude. Il va de soi qu’il est jugé essentiel de trouver des intervenants dont les actions sont à leur mesure au sein de leur profession afin de préserver le caractère réalisable du plan d’action.

Tableau 25 : Proposition d’objectifs et de pistes d’action pour chacun des 4 axes de développement de la filière des PFNL au BSL

| Axe 1 : Structuration régionale de la filière | |
|--|--|
| Objectifs | Pistes d’actions |
| 1.1 Structuration à l’échelle des MRC | 1.1.1 Identifier un porteur de dossier par MRC siégeant à la Table de concertation de la filière des PFNL au Bas-Saint-Laurent 1.1.2 Choisir un ou plusieurs PFNL vedettes 1.1.3 Concevoir un plan de développement stratégique qui permet de mailler les acteurs clés du territoire |
| 1.2 Structuration à l’échelle du BSL | 1.2.1 Former la Table de concertation de la filière des PFNL au Bas-Saint-Laurent (Comité) et y inviter des représentants des ministères et autres intervenants pertinents 1.2.2 Favoriser les synergies entre MRC (complémentarité) 1.2.3 Envisager des scénarios de développement régional (ex. : culture de petits fruits dans les terres en friche du BSL) 1.2.4 Faire des demandes de financement commun (MAPAQ, MEIE, etc.) |
| 1.3 Établir des liens et réseautage avec d’autres regroupements ou régions | 1.3.1 Déléguer un membre de la Table de concertation de la filière des PFNL au Bas-Saint-Laurent comme représentant à l’ACPFNL 1.3.2 Assurer les liens avec d’autres régions leaders (Saguenay-Lac-Saint-Jean, Mauricie, etc.) notamment en organisant des rencontres 1.3.3 S’inspirer de l’historique de structuration de la filière des produits de l’érable et de la biomasse |

| Axe 2 : Assurer l'approvisionnement en PFNL | |
|--|---|
| Objectifs | Pistes d'actions |
| 2.1 Favoriser la culture des PFNL | 2.1.1 Faire de la recherche et du transfert technologique 2.1.2 Valoriser les terres en friche 2.1.3 Renforcer la capacité de mise en culture de PFNL des PME par de la formation adaptée |
| 2.2 Développer les capacités de récoltes des PFNL | 2.2.1 Faire connaître les bonnes pratiques 2.2.2 Faire une réflexion sur les secteurs de cueillettes réservés (permis?) 2.2.3 Renforcer la capacité de récolte des PME par de la formation adaptée 2.2.4 Favoriser le réseautage et l'encadrement des cueilleurs 2.2.5 Travailler avec les propriétaires de boisés privés pour faciliter l'accès à la ressource |
| 2.3 Réfléchir et structurer les réseaux d'approvisionnement et de distribution | 2.3.1 Identifier les besoins précis en termes de distribution 2.3.2 Favoriser la mise en place d'ateliers de conditionnement ou diriger les approvisionneurs vers les ateliers de conditionnement existants 2.3.3 Faire connaître les cadres de développement existants (Cahier des charges des champignons forestiers du Québec) |

| Axe 3 : Assurer la transformation en région | |
|--|--|
| Objectifs | Pistes d'actions |
| 3.1 Développer la capacité de transformation des entreprises | 3.1.1 Favoriser les collaborations et la complémentarité des intervenants 3.1.2 Collaborer davantage avec les centres d'expertises du territoire (SEREX, Biopterre, CDBQ, etc.) 3.1.3 Favoriser le développement de nouveaux produits 3.1.4 Viser davantage de 2 ^e et 3 ^e transformations en région 3.1.5 Stimuler l'entrepreneuriat et la relève 3.1.6 Renforcer la capacité de transformation des PME par de la formation adaptée |
| 3.2 Permettre le conditionnement en région | 3.2.1 Identifier les besoins en équipement 3.2.2 Favoriser les partenariats et l'accès aux équipements 3.2.3 Faire des demandes de financement communes |

| Axe 4 : Développer la mise en marché et la distribution des PFNL en favorisant la promotion du territoire | |
|--|---|
| Objectifs | Pistes d'actions |
| 4.1 Sensibiliser et promouvoir les PFNL | 4.1.1 Concevoir un plan de promotion des PFNL 4.1.2 Développer le volet « communication » au niveau régional et national 4.1.3 Favoriser les PFNL auprès de diverses clientèles dont les enfants, les élus et les restaurateurs 4.1.4 Raffermer les liens avec la gastronomie et le tourisme 4.1.5 Introduire les PFNL dans les initiatives de promotion du territoire et des produits existantes |
| 4.2 Cibler les marchés potentiels | 4.2.1 Réaliser des études de marché au besoin 4.2.2 Faire connaître les potentiels et opportunités de marché 4.2.3 Pénétrer davantage les marchés RHI et congrès 4.2.4 Pénétrer davantage les marchés provinciaux et internationaux (ex. : lieu de vente commun en ville) 4.2.5 Renforcer la capacité de gestion et mise en marché des PME par de la formation adaptée 4.2.6 Développer les produits de santé naturels |

5. CONCLUSION

Tous les objectifs prévus au projet ont été réalisés avec succès. Le *Diagnostic et l'étude d'opportunité de la filière de PFNL au Bas-Saint-Laurent* auront permis tout d'abord de rencontrer une multitude d'intervenants au Bas-Saint-Laurent qui ont un intérêt pour la filière. L'impact de ces rencontres et des discussions qui ont eu lieu se ressent déjà au sein des différentes MRC du territoire. En effet, le réseautage utile, des exemples de maillages entre entreprises et intervenants du développement et l'actualisation des enjeux de cette filière lui donnent une réelle impulsion. Il va de soi que la filière des PFNL peut se positionner en région comme un des moteurs de création de richesse si sa structuration se fait de façon réfléchie et constante.

Ainsi, à l'intérieur de la filière des PFNL du Bas-Saint-Laurent, chaque MRC est à même d'offrir un produit unique participant ainsi à bonifier l'offre sans faire compétition au voisin. Par exemple, le Kamouraska a d'ores et déjà misé sur l'exploitation des champignons forestiers par le mycotourisme et le Témiscouata pourrait décider, par exemple, de se concentrer sur la production de PFNL sous couvert forestier afin d'optimiser les 260 entreprises acéricoles en exploitation dans cette région. Ce développement a l'avantage de permettre à chaque MRC du Bas-Saint-Laurent de miser sur ses attraits propres et sur ses opportunités (infrastructures, ressources et intervenants clés) et de bénéficier d'une mise en commun pour répondre à des besoins partagés par plusieurs MRC (ex. : infrastructures de conditionnement). La filière peut être perçue comme un moyen d'optimiser et consolider les services, les entreprises et les initiatives déjà en place dans chaque secteur. La complémentarité de certaines MRC permettra certainement de créer des synergies au sein de la filière.

En effet, en plus d'une structuration locale au sein de chaque MRC, il est possible de planifier un développement de la filière avec des enjeux communs pour un regroupement de MRC ou pour l'ensemble du Bas-Saint-Laurent. Par exemple, l'implantation d'une même culture sur l'ensemble des terres en friche du Bas-Saint-Laurent permettant d'obtenir une production critique d'une même ressource, d'envisager des demandes de financement communes et des économies d'échelle pour la mise en place et l'accompagnement.

La création de la Table de concertation de la filière des PFNL au Bas-Saint-Laurent permettra de poursuivre le développement stratégique de la filière et d'assurer la pérennité de la démarche instaurée grâce à ce projet.