



# Est-ce possible de vendre aux institutions dans les Laurentides

Présentation des grandes lignes de l'étude de faisabilité





## Mise en contexte



Réalisation d'une étude de faisabilité pour la mise en place d'un système de mise en marché des produits locaux auprès de deux secteurs du marché institutionnel des Laurentides

Objectif principal : Une vérification supplémentaire afin de valider si les pistes d'action recueillies lors du diagnostic de la région sont réalistes et réalisables.



# Les étapes de l'étude de faisabilité

- Définir la demande des établissements du secteur de la santé et des services de garde.
- Obtenir un apprentissage des réalités de ces organisations et une exploration des intérêts face à l'approvisionnement local .
- Valider l'offre susceptible de répondre à la demande auprès des producteurs de la région. Toujours en lien avec les opportunités décelées, soit les fruits et légumes.
- Rencontrer les distributeurs actifs dans la région afin de sonder leur intérêt à un projet régional.

## Secteurs ciblés par le projet

- **Secteur de la santé**  
CISSS (80 points de services)
- **Secteur des services de garde**  
86 CPE, 98 garderies et 10 bureaux de coordonnateurs pour la garde en milieu familial



Note importante:

Lors du diagnostic nous avons dénoté que pour notre région le secteur de l'éducation n'était pas encore prêt pour ce type de projet et n'avait pas démontré d'intérêt, comparativement aux deux autres secteurs.

# Les regroupements d'achats

## Groupe d'approvisionnement en commun de l'ouest du Québec



Nom	Description	Clients
Groupe d'approvisionnement en commun de l'ouest du Québec	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Né de la fusion entre le Groupe d'approvisionnement en commun du nord-ouest du Québec (ANO) et Approvisionnement-Montérégie</li><li>▪ Division d'Aramark (entreprise américaine, chef de file dans la gestion de services alimentaires, de services de rafraîchissements, d'entretien ménager, de soutien administratif, etc.)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Le Groupe dessert 43 membres dont 19 CSSS, 9 CHSLD, 11 centres de réadaptation, 4 centres jeunesse et 15 membres associés avec plus de 300 installations</li></ul>

# Les regroupements d'achats

## COOP William



Nom	Description	Clients
COOP WILLIAM	<ul style="list-style-type: none"><li>Coopérative de solidarité regroupant 631 centres de la petite enfance (CPE) ou bureaux coordonnateurs (BC) de la garde en milieu familial partout au Québec ainsi que les 13 regroupements régionaux de CPE membres de l'Association québécoise des centres de la petite enfance (AQCPE)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Centres de la petite enfance</li><li>Bureaux coordonnateurs (BC) de la garde en milieu familial</li><li>Regroupements régionaux de CPE</li></ul>



## Liste des comparables

- Projet CISSS des Laurentides, Point de services des Sommets, fait grâce à la collaboration de la Fondation de la famille McConnell
- Projet Petits fruits – région de Chaudière-Appalaches
- Regroupement de l'offre pour une mise en marché institutionnelle Gaspésienne
- Croqu'Plaisirs





# **Analyse de la demande dans le secteur de la santé**





## Secteurs de la santé

- Sept (7) entretiens réalisés auprès de points de services de la région.
- Les habitudes d'achat: aucun point de services n'utilise le regroupement d'achats, ils utilisent une liste de fournisseurs présélectionnés, donc une opportunité à saisir.
- Les critères importants: prix, fraîcheur, qualité, fiabilité de livraison.



## Secteurs de la santé

Le type de légumes et fruits achetés de façon prioritaire

- Pommes de terre, carottes, tomates, laitue, concombres, courges, courgettes et pommes;
- Suivi par les choux, choux-fleurs et navets;
- Vient ensuite les petits fruits, les fraises en premier suivi des bleuets et framboises, prendre note que ceux-ci sont demandés frais et/ou congelés.

*\*Prendre note que nous avons sélectionné 16 fruits et légumes disponibles dans la région pour déterminer les priorités d'achats.*



# Secteurs de la santé

## Autres points à considérer

- La majorité des personnes interrogées ne connaissent pas la provenance des fruits et légumes qu'ils achètent. Il est ainsi difficile de donner la proportion d'achat des fruits et légumes du Québec et encore plus de la région des Laurentides.
- Les formats varient d'un point de services à un autre, certains points de services achètent les produits bruts, d'autres vont acheter les produits préconditionnés (c.-à-d. déjà lavés, pelés, coupés et parfois congelés).
- Les achats de fruits et légumes se font en moyenne deux fois par semaine et représentent environ 30% des achats alimentaires.



# **Analyse de la demande dans le secteur des services de garde**





## Secteurs des services de garde

- Trente-trois (33) entrevues réalisées dans les CPE de la région, soit auprès de leur DG (28) ou les responsables des achats .
- Les habitudes d'achat:
  - 25/33 achètent auprès d'un distributeur
  - 24/33 sont membres de COOP William
  - Seulement 8 de ces 24 membres achètent leurs fruits et légumes à travers le regroupement d'achats de la coopérative
- Les critères importants: prix et rapport qualité-prix, qualité, fraîcheur, service, livraison, grande variété et disponibilité



# Secteurs des services de garde

## Le type de légumes et fruits achetés

- Les fruits et légumes achetés sont assez similaires à ceux du secteur de la santé, toutefois on y dénote bien sûr le maïs et la citrouille en lien avec la saison et les thématiques.
- Quelques CPE ont mentionné que les pommes choisies sont souvent les Spartan parce qu'elles sont plus petites et donc plus faciles à tenir et à manger par les enfants.
- Les choux, choux-fleurs et concombres sont le plus souvent achetés à l'unité et sont livrés souvent en caisse de douze (12).
- Le maïs et les tomates peuvent parfois être achetés en conserve.



# Secteurs des services de garde

## Problème d'identification de la provenance

Les responsables des achats mentionnent accorder beaucoup d'importance à la provenance des fruits et légumes qu'ils achètent (seulement 24,2% n'y accordent pas beaucoup d'importance), ceci ne se traduit pas nécessairement au niveau des achats faits dans le quotidien. Au total, 45,4% des CPE interrogés disent ne pas connaître la vraie provenance des fruits et légumes que ce soit du Québec ou des Laurentides. Certains présumant que leur fournisseur se procure des produits du Québec principalement sans toutefois avoir validé auprès de celui-ci.



# Secteurs des services de garde

## Autres points à considérer

- Presque la totalité des achats de fruits et légumes se fait sur une base hebdomadaire. Seulement trois CPE font leurs achats deux fois semaine.
- 50% d'entre eux achètent entre 100 \$ et 200 \$ de fruits et légumes par semaine (en moyenne 87 places) et l'autre 50% achète entre 201 \$ et 500 \$ par semaine (en moyenne 107 places).
- Les achats de fruits et légumes représentent environ 30% des achats alimentaires.





# Analyse de l'offre régionale





## L'offre de la région

- Trente et une (31) entretiens réalisés auprès des producteurs agricoles des Laurentides.
- Les produits cultivés par les producteurs de la région des Laurentides varient énormément, certains proposent des produits issus de l'agriculture biologique tandis que d'autres proposent également des produits transformés.
- La grande majorité de ceux-ci proposent des produits frais saisonniers en été et en automne (de juin à octobre).



## L'offre de la région

- Une **minorité** de producteurs connaissent la proportion de leurs produits qui sont vendus dans les Laurentides.
- La quasi-totalité des producteurs **écoule 100% de leur production** auprès des clients mentionnés précédemment.
- La majorité d'entre eux **disposent également de capacité supplémentaire** pour produire davantage de leurs produits.
- Même si plusieurs d'entre eux ont, dépendamment des années, des surplus, **aucun producteur interrogé ne jette de produits.**



# L'offre de la région

## Les freins ou barrières

- Au niveau du mode de livraison, les avis des producteurs divergent principalement entre une livraison directe ou à travers un distributeur;
- **Le système de distribution** est le principal enjeu d'un projet;
- Les volumes commandés par les CPE et les CISSS sont un deuxième enjeu;
- Finalement, **le prix dépendra grandement des quantités achetées, du prix du marché ainsi que du mode distribution mis en place.**



# L'offre de la région

## Autres freins ou barrières

- Les **coupes budgétaires dans le marché institutionnel** qui ont comme impact d'accorder encore plus d'importance aux prix des produits qu'à d'autres caractéristiques telle la provenance;
- Les **fluctuations au niveau de la récolte** qui peuvent affecter l'approvisionnement (ruptures);
- Le **contrôle de l'origine des produits** ainsi que des certifications .



# Les distributeurs

- Les fruits et légumes vendus par les distributeurs œuvrant dans la région des Laurentides sont surtout des produits frais, mais certains sont aussi prélavés, pelés, coupés, emballés. En saison (de juin à octobre), ce sont des fruits et légumes du Québec alors qu'en hiver, les produits proviennent de Californie et du Mexique;
- Plusieurs vendent des produits identifiés « Aliments du Québec » ou « Aliments transformés du Québec » pour les légumes pelés ou coupés. Il est plus facile d'identifier les produits du Québec, mais la provenance régionale est très compliquée à identifier.
- Les distributeurs ont tous mentionné que les fruits et légumes vendus par un système régional doivent être nécessairement compétitifs. De plus, comme il peut arriver des ruptures de stock, il faut accepter le remplacement de produits par ceux d'une autre région.



# **Intérêt envers le projet**



# Intérêt des participants à l'étude

- L'ensemble des points de services du **CISSS des Laurentides** est **intéressé** à acheter des fruits et légumes à travers un système de mise en marché. L'utilisation dépendra grandement **des prix des fruits et légumes et également de l'offre de produits**.
- La presque totalité des **CPE** interrogés s'est montrée en faveur d'un projet et près de 85% d'entre eux seraient intéressés à faire leurs achats en fruits et légumes
- La majorité des **producteurs** sont assez, voire très intéressés par le projet (20/31). Ils mentionnent la possibilité d'augmenter leurs ventes et le souhait d'approvisionner les institutions locales. Toutefois certains semblent ambivalents pour diverses raisons;
- Il apparaît que la majorité des **distributeurs** sont assez intéressés par le projet, mais certains points doivent être à revalider.





# Grands constats





# Grands constats

- En ce qui concerne les secteurs ciblés par le projet, le secteur des services de garde fait présentement l'objet d'importantes coupes budgétaires et le secteur de la santé est en pleine réorganisation depuis le 1<sup>er</sup> avril 2015. Ce qui peut avoir un effet sur les achats d'aliments et le mode d'approvisionnement qui, pour certains produits à grand volume, deviendra plus centralisé;
- Cependant, le secteur de la santé reste important au niveau des achats de fruits et légumes frais et quelques distributeurs le desservent à l'heure actuelle;
- Il faut se rappeler que tant du côté du secteur de la santé que des services de garde, il n'est pas souhaité d'avoir plusieurs fournisseurs différents pour s'approvisionner donc un système de distribution ou regroupement de l'offre doit être mis en place.



# Des initiatives régionales ciblant le marché institutionnel et les CPE ont vu le jour au Québec récemment

- Ces projets ont été encouragés avec la « Stratégie de positionnement des aliments du Québec sur le marché institutionnel » (SPAQMI);
- Ces projets regroupent généralement un petit nombre de producteurs/transformateurs (entre 3 et 10) qui desservaient à leur démarrage un petit nombre d'institutions du secteur de la santé (entre 3 et 10), mais aucun CPE;
- La logistique de prise des commandes et de livraison est assurée par les producteurs partenaires du projet ou un distributeur régional selon des volumes et une fréquence prédéterminés;
- Les producteurs participants aux divers projets ont la capacité de fournir les institutions (constance, volume, absence de rupture de stock, livraison, etc.), souvent sur une base annuelle;
- Certains projets ont bénéficié d'aides financières et d'autres, de temps-personne. Mais on reconnaît que, pour qu'un projet réussisse, les divers intervenants doivent être convaincus et montrent une certaine ouverture.



# Recommandations et facteurs clés de succès





# Zins Beauchesne et associés suggère de mettre en place un projet pilote qui réunira les principaux intéressés afin d'avoir :

- Un nombre de producteurs participants suffisants (idéalement 10) ayant la capacité de répondre aux besoins du marché institutionnel et des produits disponibles tout au long de l'année (ou des solutions de remplacement);
- Des acheteurs qui s'engagent sur une période d'un an avec des quantités et prix donnés (idéalement entre 3 et 10);
- Au moins un producteur ou un distributeur qui accepte de livrer les produits;
- Un territoire délimité (et non pas l'ensemble de la région) pour commencer;
- Des solutions de remplacement devront être prévues (p. ex. par des produits d'un autre producteur ou d'une autre région) en cas de rupture de stock.
- Une stratégie de promotion visant à faire connaître le projet-pilote par le biais de séances d'information tant auprès des établissements de santé et des CPE que des producteurs/distributeurs, d'événements dans la région ainsi que d'une campagne promotionnelle.
- L'implication de toutes les parties prenantes pour la réalisation du projet (notamment TCAL, MAPAQ et autres partenaires à déterminer).



## Prochaines étapes

- Rencontrer les **acteurs intéressés**
- Discussion et échange autour de cette opportunité d'affaires
- Validation des engagements de la demande et de l'offre
- Confirmation des actions
- Volonté de tous à contribuer à la réalisation d'un projet d'approvisionnement local du marché institutionnel



## Mot de la fin

Un jour la région des Laurentides ira présenter son projet d'approvisionnement du marché institutionnel réalisé, à d'autres régions, tout comme Mme Sarah Lepage aujourd'hui.

**En ferez-vous partie?**

**Il n'en tient qu'à nous tous d'y contribuer!**

**MERCI!**



Informez-vous sur notre offre d'adhésion afin de participer aux projets et activités à venir!



ON MET LA TABLE  
POUR VOUS !



SAVEURS  
ET GOURMANDISES  
D'ICI.



Table de concertation agroalimentaire des  
Laurentides (TCAL)  
617 boul. Curé Labelle, Blainville, Qc  
Tél: 450-971-5110 poste 6506  
Courriel: [info@agrolaurentides.qc.ca](mailto:info@agrolaurentides.qc.ca)