



G R O U P E  
**AGÉCO**

Planification stratégique  
du secteur des PFNL au Saguenay-Lac-St-Jean

Préparé pour  
Le comité sectoriel PFNL du  
Créneau d'excellence Agriculture nordique



**RAPPORT COMPLET**

**NOVEMBRE 2012**



## RAPPORT PRÉSENTÉ AU

Comité sectoriel PFNL du Créneau d'excellence Agriculture nordique

## ÉQUIPE DE RÉALISATION

Catherine Brodeur, agr., M.Sc., responsable du mandat

Rosalie-Maude St-Arnaud, analyste, agroéconomie

Diane Gilbert, agr., responsable de la collecte de données auprès des entreprises

Simon Dostie, analyste, agroéconomie

Pascale Bernier, enquêtrice

Anne-Marie Gilbert, enquêtrice

**Ce projet a été propulsé par le Créneau d'excellence AgroBoreal qui fut mandaté et financé par la Conférence régionale des élus du Saguenay–Lac-Saint-Jean dans le cadre de la mise en œuvre du Plan régional de développement intégré des ressources et du territoire.**





## TABLE DES MATIÈRES

1.	Introduction.....	1
2.	Profil des entreprises du secteur des PFNL du Saguenay-Lac-St-Jean.....	3
2.1	Méthodologie de l'enquête.....	3
2.2	Résultats.....	5
2.2.1	Type d'activités réalisées par les entreprises de PFNL.....	5
2.2.2	Chiffre d'affaires et profil des propriétaires.....	7
2.2.3	Récolte et approvisionnement en PFNL.....	12
2.3	Activités de transformation.....	17
2.3.2	type de produits fabriqués à partir de pfnl.....	18
2.4	Mise en marché des produits.....	20
2.4.1	Destination des produits.....	20
2.4.2	Destination des produits sur le marché québécois.....	21
2.4.3	Normes de salubrité.....	22
2.4.4	Système de traçabilité.....	23
2.5	Travailleurs.....	24
2.5.2	Recrutement de la main-d'œuvre.....	25
2.6	Défis et priorités.....	27
2.7	Synthèse.....	28
3.	Portrait et tendances de l'industrie des PFNL au Canada et ailleurs.....	31
3.1	Importance de l'industrie des PFNL au Canada et ailleurs.....	31
3.2	Grandes tendances de marché dans le secteur des PFNL.....	32
3.2.2	Les produits alimentaires.....	33
3.2.3	Les produits de santé naturels et aliments fonctionnels.....	35
3.2.4	Les produits aromatiques.....	38
3.2.5	Les produits ornementaux.....	40
3.2.6	Sommaire.....	41
3.3	Réglementations et certifications.....	43
3.3.1	Réglementations.....	43
3.3.2	Certifications.....	43
3.4	Les initiatives d'organisation du secteur au Québec et ailleurs.....	46
3.4.1	Initiatives québécoises et organisation actives dans le secteur.....	46
3.4.2	Initiatives canadiennes.....	48
3.4.3	Initiatives étrangères.....	49
4.	Diagnostic des enjeux et besoins des entreprises du secteur des PFNL au SLSJ.....	51
4.1	L'approvisionnement.....	51

4.1.1	Les difficultés de localisation de la ressource et d'organisation de la cueillette.....	51
4.1.2	Le nouveau régime forestier.....	52
4.2	La main-d'œuvre.....	54
4.2.1	Le recrutement des cueilleurs .....	54
4.2.2	La formation.....	55
4.3	La durabilité de la cueillette.....	55
4.4	La commercialisation des produits .....	56
4.5	L'encadrement réglementaire .....	57
4.6	Les investissements et les ressources en R&D .....	58
4.7	La concertation .....	59
4.8	Un secteur inscrit dans l'économie informelle .....	60
5.	Forces, faiblesses, opportunités et menaces du secteur des PFNL du SLSJ.....	61
6.	Plan stratégique .....	63
6.1	Axe 1 : Renforcer la concertation régionale et créer une synergie avec les autres régions productrices de PFNL au Québec.....	65
6.2	Axe 2 : Assurer la transformation en région des produits récoltés.....	66
6.3	Axe 3 : Assurer le succès commercial des entreprises de PFNL de la région par le développement des marchés .....	67
6.4	Axe 4 : Développer les capacités de récolte de la ressource par le recrutement et la rétention de cueilleurs .....	68
6.5	Axe 5 : Assurer un approvisionnement en quantité et en qualité en préservant la pérennité de la ressource .....	69
	Annexe 1 Liste des intervenants rencontrés.....	71
	Bibliographie .....	73

## LISTE DES TABLEAUX

Tableau 2.1	Informations sur la population visée et les taux de réponse .....	4
Tableau 2.2	Répartition des entreprises de PFNL selon leur type d'activités .....	5
Tableau 2.3	Répartition des entreprises de PFNL selon les activités contribuant aux revenus bruts totaux de l'entreprise en 2011 .....	6
Tableau 2.4	Répartition des entreprises de PFNL selon le nombre de mois en opération en 2011.....	7
Tableau 2.5	Répartition des entreprises de PFNL selon l'importance des revenus bruts totaux de toutes les activités de l'entreprise (PFNL et autres) en 2011 .....	7
Tableau 2.6	Répartition des entreprises de PFNL selon l'importance des revenus de PFNL dans les revenus bruts totaux de l'entreprise en 2011 .....	8
Tableau 2.7	Répartition des entreprises de PFNL selon leur prévision quant à la taille de leur entreprise d'ici 3 ans.....	9
Tableau 2.8	Répartition des entreprises de PFNL selon l'année de début des activités dans le secteur des produits forestiers non ligneux.....	9
Tableau 2.9	Répartition des entreprises de PFNL selon le type de propriété.....	10
Tableau 2.10	Répartition des entreprises de PFNL selon l'âge du propriétaire principal.....	11
Tableau 2.11	Répartition des entreprises de PFNL selon la scolarité du propriétaire principal.....	11
Tableau 2.12	Répartition des entreprises de PFNL selon la provenance de leurs approvisionnements en produits forestiers non ligneux.....	12
Tableau 2.13	Importance des approvisionnements en produits forestiers non ligneux selon leur provenance .....	13
Tableau 2.14	Répartition des entreprises de PFNL selon la catégorie de produits récoltés.....	14
Tableau 2.15	Inventaire des PFNL récoltés par les entreprises du Saguenay-Lac-St-Jean et nombre d'entreprise qui les récoltent, par catégorie de produits, 2011 .....	15
Tableau 2.16	Inventaire des PFNL récoltés par les entreprises et nombre d'entreprises qui les récoltent, par catégorie de produits, 2011 .....	16
Tableau 2.17	Nombre moyen de PFNL différents récoltés par les entreprises qui récoltent des PFNL, par catégorie de produits, 2011 .....	17
Tableau 2.18	Répartition des entreprises de PFNL selon les activités de conditionnement et de transformation des PFNL .....	17
Tableau 2.19	Répartition des entreprises de PFNL selon le type de produits fabriqués, par catégorie de produits.....	18
Tableau 2.20	Répartition des entreprises de PFNL selon le type de produits fabriqués .....	19
Tableau 2.21	Répartition des entreprises de PFNL selon la destination des produits en 2011 .....	20

Tableau 2.22	Répartition des entreprises de PFNL selon la destination des produits sur le marché québécois.....	21
Tableau 2.23	Répartition des entreprises de PFNL selon les normes de salubrité appliquées.....	22
Tableau 2.24	Répartition des entreprises de PFNL selon le système de traçabilité utilisé.....	23
Tableau 2.25	Répartition des entreprises de PFNL selon le nombre de travailleurs réguliers et saisonniers pour l'ensemble des activités de l'entreprise en 2011, incluant les propriétaires.....	24
Tableau 2.26	Répartition des entreprises de PFNL selon les méthodes privilégiées pour le recrutement de la main-d'œuvre.....	25
Tableau 2.27	Répartition des entreprises de PFNL selon les exigences en matière de formation à l'embauche et l'offre de formation lors de l'embauche .....	26
Tableau 2.28	Répartition des entreprises selon les trois principaux défis de l'entreprise pour la prochaine année .....	27
Tableau 2.29	Répartition des entreprises selon leur opinion sur les priorités que devraient mettre de l'avant les intervenants du secteur pour les trois prochaines années .....	28
Tableau 3.1	Principaux types de produits commercialisés .....	32
Tableau 3.2	Potentiel de marché de quelques champignons forestiers sur le marché alimentaire.....	34
Tableau 3.3	Potentiel de marché des autres PFNL dans le secteur alimentaire.....	35
Tableau 3.4	Potentiel de marché des PFNL dans le secteur des produits de santé naturels.....	38
Tableau 3.5	Potentiel de marché des PFNL dans le secteur des huiles essentielles.....	40
Tableau 3.6	Potentiel de marché des PFNL dans le secteur des produits ornementaux ....	41
Tableau 3.7	Sommaire des tendances de marché par secteur .....	42
Tableau 3.8	Principales organisations impliquées dans le secteur des PFNL au Québec.....	47

## LISTE DES FIGURES

Figure 3.1	Répartition géographique du marché mondial des produits de santé naturels en 2008.....	36
Figure 3.2	Répartition géographique de la demande mondiale d'huiles essentielles, 2009 .....	38

## 1. INTRODUCTION

---

Longtemps à l'ombre de la production agricole et des activités traditionnelles forestières, l'agroforesterie est depuis quelques années reconnue comme un domaine d'activités à part entière. On connaît maintenant un peu mieux les pratiques qui la sous-tendent, son potentiel, ses enjeux et ses acteurs au Québec<sup>1</sup>. Les produits forestiers non ligneux (PFNL) constituent l'une des ressources issues de l'agroforesterie sur lesquelles certaines régions ou entrepreneurs souhaitent miser. Si quelques produits comme le sirop d'érable, les bleuets ou le ginseng ont déjà une production commerciale relativement bien structurée, il en est autrement pour la plupart des PFNL qui sont encore au stade embryonnaire. Peu de filières se sont déployées pour réellement coordonner la récolte à des activités de conditionnement, de distribution et de mise en marché. Les PFNL offrent pourtant un riche potentiel, de par la variété des types de produits disponibles et des débouchés associés, qui se logent non seulement sous la catégorie des produits alimentaires (champignons, épices boréales, petits fruits, etc.), mais plus largement dans le vaste marché des produits naturels et de santé.

Devant ces opportunités de marché, un certain nombre d'initiatives et de travaux ont pris place au Québec pour tenter de valoriser la production de PFNL. Depuis quelques années, cet engouement pour les PFNL se fait également sentir dans la région du Saguenay–Lac-Saint-Jean où plusieurs petites entreprises ont vu jour. La région souhaite encourager le développement de ce secteur qui doit, pour ce faire, relever plusieurs défis, dont celui de la concertation. Dans ce contexte et pour soutenir l'essor du secteur, le Créneau d'excellence Agriculture nordique a formé un comité regroupant l'ensemble des acteurs de l'industrie des PFNL au Saguenay–Lac-Saint-Jean. Parmi les actions mises en place par ce comité figure le **développement d'une planification stratégique concertée, fondée sur les besoins des entreprises.**

Le développement d'une planification stratégique doit reposer sur un diagnostic le plus complet possible qui décrit le secteur et qui identifie les principaux enjeux et défis auxquels il est confronté. Le secteur des PFNL étant jeune et encore peu documenté, l'information sur les entreprises qui le composent et sur les marchés qu'elles desservent est peu abondante. Pour pallier ce manque d'information, une collecte de données sur les entreprises de PFNL de la région a d'abord été réalisée (section 2). Cette collecte de données a été accompagnée d'une recherche dans la documentation existante et d'entretiens avec des intervenants clés qui ont permis de dresser le portrait et les tendances de l'industrie au Canada et ailleurs (section 3).

Dans un deuxième temps, des consultations ont été réalisées auprès des intervenants du secteur des PFNL de la région pour identifier les enjeux perçus et les besoins ressentis par les entreprises et autres intervenants. Les principaux résultats de ces consultations, qui se sont tenues entre juin et septembre 2012, ont permis de dresser un diagnostic sectoriel, présenté

---

<sup>1</sup> Agriculture et Agroalimentaires Canada. Le portrait de l'agroforesterie au Québec, mars 2007.

à la section 4, et d'identifier les forces, faiblesses, opportunités et menaces du secteur, présentés à la section 5.

Enfin, la dernière étape de cet exercice de concertation a consisté à élaborer, en collaboration avec les entreprises et intervenants du secteur, le plan stratégique en tant que tel. Ce plan, organisé autour de 5 axes stratégiques, cible des objectifs et des actions à mettre en œuvre pour assurer le développement des entreprises et du secteur au cours des prochaines années. Il est présenté à la section 6.

## 2. PROFIL DES ENTREPRISES DU SECTEUR DES PFNL DU SAGUENAY-LAC-ST-JEAN

---

Le secteur des PFNL commence tout juste à être considéré comme un secteur à part entière, devant faire l'objet d'un développement concerté, accompagné par les pouvoirs publics. Sans rien enlever aux nombreuses initiatives et travaux réalisés par le passé (Agriculture et Agroalimentaire Canada, Biopterre (anciennement le CEPAF), CRAAQ, Cégep de St-Félicien, ACCHF, coopératives forestières, entreprises privées, etc.), cette absence de statut officiel et de représentation formelle fait en sorte que le secteur n'a pas fait l'objet d'efforts de documentation statistique. Pour pallier cette absence d'information, la première étape de réalisation du présent exercice de planification stratégique a été de conduire une enquête auprès des entreprises composant le secteur, afin de pouvoir en dresser le profil. Au fait de cette initiative régionale, le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'alimentation du Québec a profité de l'opportunité pour élargir la collecte de données à l'ensemble des entreprises du secteur des PFNL au Québec. Les sections qui suivent présentent les principaux résultats de cette collecte d'information, qui permet de connaître le profil des entreprises du Saguenay-Lac-St-Jean et de les comparer avec l'ensemble des entreprises de PFNL du Québec.

### 2.1 MÉTHODOLOGIE DE L'ENQUÊTE

Une enquête postale, suivie d'une relance téléphonique, a été réalisée auprès des entreprises actives dans la récolte, la transformation ou la vente de PFNL autres que les bleuets sauvages et les produits de l'érable. La liste des entreprises à contacter dans la région du Saguenay-Lac-St-Jean a été fournie par le Créneau d'excellence Agriculture nordique. Cette liste a été mise en commun avec celle des entreprises de l'ensemble des régions du Québec, préparée par le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec. Au total, 122 entreprises étaient ainsi visées par l'enquête sur les PFNL (cf. Tableau 2.1).

Un questionnaire a été expédié aux 122 entreprises visées par l'étude, entre le 7 et le 12 juin 2012, par la poste ou par courrier électronique. Cet envoi a été suivi d'un appel téléphonique pour encourager le répondant à compléter le questionnaire, s'il ne l'avait pas déjà fait, ou encore de prendre quelques minutes avec l'enquêteur du Groupe AGÉCO pour le compléter avec lui, au téléphone. Les suivis téléphoniques ont été effectués entre le 18 juin et le 11 juillet 2012. Groupe AGÉCO a effectué jusqu'à 10 relances téléphoniques en vue de joindre les entreprises de la liste fournie par la MAPAQ et le Créneau. Ces appels ont été placés à différentes heures de la journée (entre 8 h et 21 h) et différents jours de la semaine, ainsi que le samedi.

Parmi les entreprises qui ont pu être rejointes, 28 entreprises n'étaient pas admissibles à l'enquête, c'est-à-dire qu'elles n'effectuaient pas la récolte, la transformation ou la vente de PFNL autres que les bleuets sauvages et les produits de l'érable. La liste comportait 8 doublons (entreprises apparaissant plus d'une fois dans la liste). Dix-huit entreprises ont refusé de répondre, principalement par manque d'intérêt ou de temps, et 23 n'ont pu être rejointes malgré les nombreuses tentatives. Au total, 51 questionnaires ont été complétés,

pour un taux de réponse de 55 %, habituel pour ce type d'enquête. Pour le Saguenay-Lac-St-Jean, 11 questionnaires ont été complétés au total, pour un taux de réponse de 69 %.

**Tableau 2.1**  
**Informations sur la population visée et les taux de réponse**

Entreprises du secteur des PFNL	Saguenay–Lac-St-Jean		Autres régions du Québec		Total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
<b>Population de départ</b>	<b>23</b>	<b>100%</b>	<b>105</b>	<b>100%</b>	<b>128</b>	<b>100%</b>
Non admissibles <sup>1</sup>	4	17%	24	23%	28	22%
Doublons	3	13%	5	5%	8	6%
<b>Population admissible</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>	<b>76</b>	<b>100%</b>	<b>92</b>	<b>100%</b>
Refus de collaborer	3	19%	15	20%	18	20%
Non rejoints <sup>2</sup>	2	13%	21	28%	23	25%
<b>Questionnaires complétés</b>	<b>11</b>	<b>69%</b>	<b>40</b>	<b>53%</b>	<b>51</b>	<b>55%</b>

<sup>1</sup> Sans activité reliée au PFNL.

<sup>2</sup> Malgré entre 7 à 10 tentatives, à différents moments de la journée et de la soirée et à des journées différentes.

### Mise en garde

Les résultats présentés dans le rapport statistiques ne doivent pas être considérés comme un recensement de l'ensemble des entreprises de PFNL du Québec. D'une part, parce qu'on ne peut garantir que les listes reçues par le MAPAQ et par Créneau d'excellence Agriculture nordique répertorient toutes les entreprises de PFNL du Québec. En effet, il n'existe pas d'enregistrement obligatoire des entreprises comme c'est le cas, par exemple, pour les entreprises agricoles ou encore pour les entreprises qui doivent se procurer un permis pour avoir le droit d'opérer une installation de transformation alimentaire. Il n'existe donc pas de liste officielle à partir de laquelle il aurait été possible de s'assurer d'inclure l'ensemble des entreprises du secteur. D'autre part, parce qu'il existe dans le secteur des PFNL un grand nombre de cueilleurs qui exercent cette activité de manière individuelle sans statut officiel. Or, ces cueilleurs ne figurent dans aucun registre officiel et n'ont donc pas pu être inclus dans la présente enquête. Enfin, mentionnons que la liste fournie par le MAPAQ et le Créneau d'excellence Agriculture nordique comportaient un nombre particulièrement élevé d'entreprises des régions de Lanaudière, de la Mauricie et du Saguenay–Lac-St-Jean. Ces trois régions sont donc probablement surreprésentées par rapport à leur poids réel dans le secteur québécois.

Les résultats présentés dans les tableaux qui suivent doivent donc être considérés comme des tendances générales du secteur des PFNL. Bien qu'il soit impossible de calculer de marge d'erreur sur ces résultats (ce calcul exigerait de connaître la population totale visée), on peut considérer qu'ils donnent une très bonne indication du profil des entreprises du secteur des PFNL au Québec.

## 2.2 RÉSULTATS

### 2.2.1 TYPE D'ACTIVITÉS RÉALISÉES PAR LES ENTREPRISES DE PFNL

La totalité des 11 entreprises répondantes du SLSJ réalise des activités de récolte et de vente de PNFL. Seulement 4 d'entre elles, soit **le tiers des entreprises, ont déclaré effectuer des activités de transformation des PFNL. Le tiers des entreprises sont impliquées aux trois étapes, soit dans la récolte, la transformation et la vente de PFNL.** Au Québec, le pourcentage des entreprises répondantes impliquées dans la transformation des produits est sensiblement plus élevé (73 %), tout comme la proportion d'entreprises (65 %) est impliquée aux trois niveaux.

**Tableau 2.2**  
Répartition des entreprises de PFNL selon leur type d'activités

Activités de l'entreprise dans le secteur des PFNL	Saguenay–Lac-St-Jean		Autres régions du Québec		Total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Récolte	11	100%	37	93%	48	94%
Transformation	4	36%	33	83%	37	73%
Vente	11	100%	39	98%	50	98%
Récolte et transformation seulement	0	0%	1	3%	1	2%
Récolte et vente seulement	7	64%	7	18%	14	27%
Transformation et vente seulement	0	0%	3	8%	3	6%
Récolte, transformation et vente	4	36%	29	73%	33	65%
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>100%</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

**Pour près de la moitié des entreprises de PFNL du SLSJ (45 %) et de l'ensemble du Québec (43 %), les PFNL constituent leur unique secteur d'activité.** Sur les autres entreprises on retrouve également des activités forestières, agricoles, acéricoles, de formation et recherche ou récréotouristiques. Au SLSJ, les activités forestières constituent le principal autre secteur d'activité des entreprises de PFNL (36 %) alors que dans l'ensemble du Québec, ce sont plutôt les activités agricoles (28 %).

**Tableau 2.3**  
Répartition des entreprises de PFNL selon les activités contribuant aux revenus bruts totaux de l'entreprise en 2011

Activités sur les entreprises de PFNL	Saguenay–Lac-St-Jean		Autres régions du Québec		Total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
PFNL uniquement	5	45%	17	43%	22	43%
PFNL et :						
Activités forestières	5	45%	6	15%	11	22%
Agriculture	0	0%	11	28%	11	22%
Acériculture	1	9%	1	3%	2	4%
Formation, R & D	1	9%	3	8%	4	8%
Activités récréotouristiques	1	9%	1	3%	2	4%
Autres	0	0%	3	8%	3	6%
<b>Total<sup>1</sup></b>	<b>11</b>	<b>100%</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

<sup>1</sup> Une même entreprise peut exercer plus d'une autre activité.

On le sait, la période de récolte des PFNL est de courte durée, ce qui représente un grand défi pour les entreprises qui souhaitent demeurer en activité tout au long de l'année. En 2011, **près de la moitié (45 %) des entreprises ont été en activité moins de 5 mois et les deux tiers moins de huit mois. Dans le reste du Québec, une proportion beaucoup plus importante d'entreprises ont été en opération toute l'année soit 70 %** contre seulement 27 % pour le SLSJ.

Pour les entreprises qui ne sont pas en activité toute l'année, le début des activités se situe entre avril et juillet pour les entreprises ayant entre 1 et 5 mois d'activité et entre mars et mai pour celle dont la période d'activité est un peu plus longue, soit entre 6 et 11 mois. Les mois d'hiver (janvier à mars) sont donc les mois où le niveau d'activité des entreprises du secteur est le plus faible.

**Tableau 2.4**  
Répartition des entreprises de PFNL selon le nombre de mois en opération en 2011

Nombre de mois d'activités par année	Saguenay– Lac-St-Jean		Autres régions du Québec		Total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
12 mois	3	27%	28	70%	31	61%
9 à 11 mois	1	9%	2	5%	3	6%
6 à 8 mois	2	18%	6	15%	8	16%
1 à 5 mois	5	45%	4	10%	9	18%
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>100%</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>
<b>Moyenne</b>	<b>7,1</b>		<b>10,2</b>		<b>9,5</b>	

### 2.2.2 CHIFFRE D'AFFAIRES ET PROFIL DES PROPRIÉTAIRES

En termes de chiffres d'affaires, les entreprises de PFNL sont de taille économique assez modeste. Au SLSJ, **près de la moitié (45 %) des entreprises répondantes ont déclaré avoir réalisé un chiffre d'affaires inférieur à 25 000 \$ en 2011**. Cette proportion est équivalente pour les entreprises du reste du Québec. **Six entreprises ont déclaré un chiffre d'affaires supérieur à 150 000 \$**. Ces entreprises sont principalement des entreprises diversifiées, c'est-à-dire dont les PFNL ne sont pas le seul ou même le principal secteur d'activité.

**Tableau 2.5**  
Répartition des entreprises de PFNL selon l'importance des revenus bruts totaux de toutes les activités de l'entreprise (PFNL et autres) en 2011

Strates de chiffre d'affaires	Saguenay– Lac-St-Jean		Autres régions du Québec		Total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Moins de 10 000 \$	3	27%	11	28%	14	28%
De 10 000 \$ à 25 000 \$	2	18%	7	18%	9	18%
Plus de 25 000 \$ à 75 000 \$	0	0%	7	18%	7	14%
Plus de 75 000 \$ à 150 000 \$	0	0%	3	8%	3	6%
150 000 \$ et plus	6	55%	11	28%	17	34%
Sans réponse	0	–	1	–	1	–
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>100%</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

Ainsi, pour presque toutes les entreprises qui ont des activités autres que les PFNL (c'est-à-dire qui tirent moins de 100 % de leurs revenus bruts des PFNL), la part du chiffre d'affaires issue des activités liées aux PFNL a représenté moins de la moitié de leur chiffre d'affaires total pour l'année 2011. Pour ces entreprises, les PFNL représentent donc une activité secondaire et non principale. Pour les entreprises de l'ensemble du Québec, la part des revenus provenant des PFNL est encore moins importante en proportion du chiffre d'affaires total.

**Tableau 2.6**  
**Répartition des entreprises de PFNL selon l'importance des revenus de PFNL dans les revenus bruts totaux de l'entreprise en 2011**

Importance des revenus de PFNL	Saguenay–Lac-St-Jean		Autres régions du Québec		Total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
100%	6	55%	14	35%	20	39%
50 à 99 %	1	9%	5	13%	6	12%
25 à 49 %	0	0%	4	10%	4	8%
1 à 24 %	2	18%	8	20%	10	20%
Moins de 1 %	2	18%	1	3%	3	6%
0 %	0	0%	2	5%	2	4%
Sans réponse	0	0%	6	15%	6	12%
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>100%</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

**Pour une forte majorité d'entreprises, les perspectives de croissance pour les prochaines années sont positives.** Au SLSJ, toutes les entreprises ayant fourni une réponse quant à leur prévision de croissance d'ici les trois prochaines années ont affirmé qu'elles croyaient que leur entreprise allait être plus grande. Dans le cas des entreprises du reste du Québec, ce pourcentage est de 71 %.

**Tableau 2.7**  
**Répartition des entreprises de PFNL selon leur prévision**  
**quant à la taille de leur entreprise d'ici 3 ans**

Prévision de croissance d'ici 3 ans	Saguenay–Lac-St-Jean		Autres régions du Québec		Total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
De la même taille	0	0%	4	14%	4	11%
Plus grande	7	100%	20	71%	27	77%
Plus petite	0	0%	0	0%	0	0%
Ne sait pas	0	0%	4	14%	4	11%
Sans réponse	4	–	12	–	16	–
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>100%</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

La jeunesse relative des entreprises du secteur y est probablement pour beaucoup dans ce résultat. **Au SLSJ, les trois quarts des entreprises existent depuis moins de 5 ans** alors que 3 entreprises ont plus de 5 ans d'existence. Dans le reste du Québec, 70 % des entreprises existent depuis moins de 10 ans et 90 % depuis moins de 20 ans.

**Tableau 2.8**  
**Répartition des entreprises de PFNL selon l'année de début des activités**  
**dans le secteur des produits forestiers non ligneux**

Année du début des activités de l'entreprise	Saguenay–Lac-St-Jean		Autres régions du Québec		Total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Entre 2008 et 2012	8	73%	16	40%	24	50%
Entre 2003 et 2007			12	30%	12	25%
Entre 1993 et 2002	3	27%	8	20%	8	17%
Avant 1993			3	8%	3	6%
Sans réponse			1	3%	1	2%
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>100%</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>	<b>48</b>	<b>100%</b>
<b>Moyenne</b>	<b>2006</b>		<b>2004</b>		<b>2004</b>	

**Le tiers des entreprises de PFNL du SLSJ sont des coopératives alors que cette proportion est de seulement 1 entreprise sur 6 dans le reste du Québec.** Un quart des entreprises du SLSJ sont des entreprises incorporées. Les entreprises incorporées et à propriétaire unique sont les formes d'entreprises que l'on retrouve le plus dans le reste du Québec (34 % et 32 % respectivement).

**Tableau 2.9**  
**Répartition des entreprises de PFNL selon le type de propriété**

Type de propriété	Saguenay– Lac-St-Jean		Autres régions du Québec		Total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Coopérative	4	36%	6	16%	10	20%
Entreprise incorporée	3	27%	13	34%	16	33%
Société	2	18%	5	13%	7	14%
Propriété unique	0	0%	12	32%	12	24%
OSBL, OBNL	2	18%	2	5%	4	8%
Sans réponse	0	–	2	–	2	–
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>100%</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

D'ailleurs, la jeunesse relative des entreprises du secteur au SLSJ se reflète également par l'âge moyen des propriétaires principaux des entreprises privées autres que les coopératives et les OSBL/OBNL, qui est inférieur à la moyenne du secteur agricole et de plusieurs autres secteurs de l'économie. À l'instar d'autres secteurs économiques en émergence, **on retrouve une forte proportion de « jeunes » propriétaires, c'est-à-dire âgés de 40 ans ou moins** (nés après 1970). Ceci se reflète toutefois moins dans le reste du Québec où la part des propriétaires de plus de 50 ans (nés avant 1960) est beaucoup plus élevée (45 %). D'ailleurs, **l'âge moyen des propriétaires principaux des entreprises du SLSJ est très nettement inférieur à l'âge moyen des propriétaires principaux des entreprises du reste du Québec, soit 32 ans contre 50 ans.** Ainsi, la présence importante des coopératives dans le secteur des PNFL au SLSJ tout comme la jeunesse de ses propriétaires d'entreprises semblent des traits distinctifs de la région.

**Tableau 2.10**  
**Répartition des entreprises de PFNL selon l'âge du propriétaire principal**

Année de naissance	Saguenay– Lac-St-Jean		Autres régions du Québec		Total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Avant 1960	-		14	45%	14	39%
1960 à 1969	-		9	29%	9	25%
1970 à 1979	2	40%	8	26%	10	28%
1980 ou plus	3	60%	0	0%	3	8%
Sans réponse <sup>1</sup>	6	–	9	–	15	–
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>100%</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>
<b>Moyenne</b>	<b>1980</b>		<b>1962</b>		<b>1964</b>	

<sup>1</sup> Dans les cas de coopératives, OSBL ou OBNL.

La très forte majorité des propriétaires d'entreprises de PFNL autres que les coopératives et les OSBL/OBNL ont un niveau de scolarité de niveau collégial ou supérieur. Dans le cas des entreprises du SLSJ, les quatre cinquième des propriétaires ont un diplôme universitaire. **Les entreprises de la région se distinguent donc également par le niveau de formation élevé de leurs propriétaires.**

**Tableau 2.11**  
**Répartition des entreprises de PFNL selon la scolarité du propriétaire principal**

Diplôme d'études obtenu	Saguenay– Lac-St-Jean		Autres régions du Québec		Total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Universitaire	4	80%	17	57%	21	60%
Collégial (DEC)	1	20%	11	37%	12	34%
Secondaire (DES) ou professionnel (DEP)	0	0%	2	7%	2	6%
Sans réponse <sup>1</sup>	6	–	10	–	16	–
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>100%</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

<sup>1</sup> Dans les cas de coopératives, OSBL ou OBNL. Un répondant a refusé de répondre.

### 2.2.3 RÉCOLTE ET APPROVISIONNEMENT EN PFNL

Au SLSJ, la totalité des entreprises ayant participé à l'enquête s'approvisionnent en tout ou en partie auprès de leurs propres cueilleurs. Ce pourcentage est de 88 % pour les entreprises de PFNL des autres régions. Par ailleurs, les entreprises combinent leurs besoins d'approvisionnement également auprès d'autres cueilleurs ou d'autres entreprises. Au SLSJ, la moitié (45 %) des entreprises ont recours à d'autres cueilleurs et un cinquième (18 %) ont recours à d'autres entreprises. Ces proportions sont respectivement de 23 % et 43 % pour les entreprises des autres régions du Québec.

La totalité des entreprises répondantes s'approvisionnent au moins en partie dans leur région. Le tiers (36 %) s'approvisionnent d'autres régions du Québec et seulement deux entreprises (18 %) s'approvisionnent à l'extérieur. Le portrait de l'approvisionnement est semblable pour les entreprises des autres régions du Québec.

**Tableau 2.12**  
**Répartition des entreprises de PFNL selon la provenance de leurs approvisionnements en produits forestiers non ligneux**

Provenance des approvisionnements en PFNL	Saguenay–Lac-St-Jean		Autres régions du Québec		Total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Les cueilleurs de l'entreprise	11	100%	35	88%	46	90%
D'autres cueilleurs	5	45%	9	23%	14	27%
D'autres entreprises	2	18%	17	43%	19	37%
De la région de l'entreprise	11	100%	37	93%	48	94%
D'autres régions du Québec	4	36%	14	35%	18	35%
De l'extérieur du Québec	2	18%	6	15%	8	16%
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>100%</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

En termes de volume, l’approvisionnement auprès de ses propres cueilleurs dans sa propre région demeure, de loin, la principale source d’approvisionnement des entreprises. **Moins de 20 % des approvisionnements proviennent d’autres régions que celle de l’entreprise. Le secteur est donc caractérisé par un approvisionnement fortement local.**

**Tableau 2.13**  
**Importance des approvisionnements en produits forestiers non ligneux selon leur provenance**

Provenance des approvisionnements en PFNL	Saguenay– Lac-St-Jean	Autres régions du Québec	Total
	Part des approvisionnements en PFNL de l'entreprise (%)		
Des cueilleurs de l'entreprise	82%	72%	74%
D'autres cueilleurs	13%	10%	10%
D'autres entreprises	6%	18%	16%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
De la région de l'entreprise	84%	80%	81%
D'autres régions du Québec	6%	15%	13%
De l'extérieur du Québec	10%	5%	6%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Bien qu’il soit fortement local, l’approvisionnement n’en demeure pas moins très diversifié. **Plus de 63 produits différents sont récoltés ou transformés par les entreprises de PFNL du SLSJ.** Pour le Québec, le nombre total de produits récoltés s’élève à 107. La plupart des entreprises récoltent plus d’un produit.

Au SLSJ, **les plantes de sous-bois et les champignons sont les types de PFNL récoltés par le plus grand nombre d’entreprises**, soit près des trois quarts. **Le thé du Labrador, le petit thé des bois ainsi que les champignons bolet, chanterelle, matsutaké et morille sont les PFNL récoltés par le plus grand nombre d’entreprises** (cf. Tableau 2.15). **En moyenne, chaque entreprise récolte près de 12 PFNL différents** (Tableau 2.17) dont 5,7 espèces de plantes de sous-bois et 5,6 espèces de champignons.

À l’échelle du Québec, ce sont plutôt les plantes en milieu ouvert qui sont récoltées par le plus grand pourcentage d’entreprises (57 %), suivies des plantes ligneuses (53 %), des plantes de sous-bois (47 %) et des champignons (45 %). **La marguerite, le rosier, le thé du Labrador, le petit thé des bois, la livèche, le sapin, le thuya ainsi que les champignons bolet, chanterelle, matsutaké et armillaire ventru sont les PFNL les plus souvent récoltés** (cf. Tableau 2.16). Les entreprises québécoises récoltent en moyenne une moins grande diversité de PFNL que les entreprises du SLSJ, soit un peu moins de 10 PFNL différents par entreprise.

**Tableau 2.14**  
**Répartition des entreprises de PFNL selon la catégorie de produits récoltés**

Catégorie de PFNL récoltés	Saguenay– Lac-St-Jean		Autres régions du Québec		Total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Plantes de milieu ouvert	6	55%	23	58%	29	57%
Un seul produit	1		7		8	
Deux produits seulement	2		4		6	
Plus de 2 produits	3		12		15	
Plantes de sous-bois	8	73%	16	40%	24	47%
Un seul produit	3		8		11	
Deux produits seulement	3		5		8	
Plus de 2 produits	2		3		5	
Champignons	8	73%	15	38%	23	45%
Un seul produit	1		4		5	
Deux produits seulement	0		8		8	
Plus de 2 produits	7		3		10	
Plantes milieu aquatique	5	45%	10	25%	15	29%
Un seul produit	3		3		6	
Deux produits seulement	1		4		5	
Plus de 2 produits	1		3		4	
Plantes ligneuses	4	36%	23	58%	27	53%
Un seul produit	2		7		9	
Deux produits seulement	0		4		4	
Plus de 2 produits	2		12		14	
Aucune récolte	0	0%	3	8%	3	6%
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>100%</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

**Tableau 2.15**  
**Inventaire des PFNL récoltés par les entreprises du Saguenay-Lac-St-Jean et nombre d'entreprise qui les récoltent,**  
**par catégorie de produits, 2011**

PFNL	Nombre d'entreprises	PFNL	Nombre d'entreprises	PFNL	Nombre d'entreprises	
<b>Plantes de milieu ouvert</b>		<b>Plantes de milieu humide</b>		<b>Plantes ligneuses</b>		
Épilobe	entre 3 et 5	Livèche	entre 3 et 5	Sapin	entre 3 et 5	
Rosier		Fougère à tête de violon	moins de 3	Thuya	moins de 3	
Achillée		Canneberge		Bouleau (sève)		
Bardane		Airelle des marais		Amélanchier (fruit)		
Marguerite	Quenouille	If du Canada				
Pissenlit	moins de 3	Salicorne	plus de 5	Sumac vinaigrer	plus de 5	
Plantain		Sagittaire		Cèdre		
Tussilage		Myrique		Tilleul		
Valériane		<b>Plantes de sous-bois</b>		Millepertuis		
Quatre-temps		Thé du Labrador		<b>Champignons</b>		
Asclépiade		Petit thé des bois		Bolet		plus de 5
Chicouté		Actée à grappes noires		Chanterelle		
Chicorée		Ginseng		Matsutaké		
Carvi		Hydraste du Canada		Morille		entre 3 et 5
Verge d'or		Ail des bois		Armillaire ventru		
Comptonie voyageuse		Sanguinaire du Canada		Trompettes de la mort		
Trèfle rouge		Asaret (gingembre sauvage)		Dermatose (russule/homard)		moins de 3
Armoise		Gingembre		Pied-de-mouton		
	Mitchella	Tchaga				
	Polygala de Virginie	Champignon crabe				
	Savoyane	Hydne ombiliqué				
	Eupatoire	Polypore des brebis				
	Salsepareille	Cèpes d'Amérique				
		Phlioteridée				

**Tableau 2.16**  
**Inventaire des PFNL récoltés par les entreprises et nombre d'entreprises qui les récoltent, par catégorie de produits, 2011**

PFNL	Nombre d'entreprises	PFNL	Nombre d'entreprise	PFNL	Nombre d'entreprises	PFNL	Nombre d'entreprises
<b>Plantes de milieu ouvert</b>		<b>Plantes de milieu humide</b>		<b>Plantes ligneuses</b>		<b>Champignons</b>	
Marguerite	<b>10 et plus</b>	Livèche	<b>10 et plus</b>	<b>Sapin</b>	<b>10 et plus</b>	Bolet	<b>10 et plus</b>
Rosier		Airelle des marais	<b>entre 5 et 9</b>	<b>Thuja</b>		Bouleau (sève)	
Achillée	Fougère à tête de violon	Amélanancier (fruit)		<b>entre 5 et 9</b>	Matsutaké		
Épilobe	Quenouille	EpINETTE			If du Canada	Armillaire ventru	
Asclépiade	<b>entre 5 et 9</b>	Canneberge	<b>moins de 5</b>	Sumac vinaigrer	<b>entre 5 et 9</b>	Morille	
Bardane		Salicorne		Cèdre		Trompettes de la mort	
Pissenlit		Sagittaire	Erable	Dermatose (russule/homard)	<b>entre 5 et 9</b>		
Chicouté		Myrique	Noix	Tchaga			
Plantain		Aulne (chatons)	Noix de noyer noir	Champignon crabe	<b>moins de 5</b>		
Tussilage		Menthe	Pin blanc	Pied-de-mouton			
Valériane		<b>Plantes de sous-bois</b>		Pleurote			
Chicorée		Thé du Labrador	Tilleul	Hydne ombiliqué			
Quatre-temps		Petit thé des bois	Aiguilles de pin blanc	Polypore des brebis			
Carvi		<b>moins de 5</b>	Actée à grappes noires	Caryer ovale	Cèpes d'Amérique	<b>Autres</b>	Miel
Framboises	Ginseng		Cerisier de virginie	Champignon tortue	<b>moins de 5</b>		Cire
Petites fraises	Hydraste du Canada		Châtaignes d'Amérique	Pholioteridée			
Pimbina	Ail des bois		Glands				
Verge d'or	Sanguinaire du Canada		Glands de chênes doux				
Sureau	Asaret (gingembre sauvage)		Mélèze				
Bleuets sauvages	Gingembre		Millepertuis				
Comptonie voyageuse	Mitchella		Noix de cenomes hybrides				
Trèfle rouge	Polygala de Virginie		Prêle				
Armoise	Savoyane		Pruche				
Aronia	Eupatoire		Rentite				
Bleuets en corimbe	Gadelles		Sorbier				
Camarines	Salsepareille						
Chou gras	Violas						
Euphrase							
Genévrier							
Hémérocalle							
Lierre terrestre							
Mûres							
Semences							
Véronique à épis							

**Tableau 2.17**  
**Nombre moyen de PFNL différents récoltés par les entreprises qui récoltent des PFNL,**  
**par catégorie de produits, 2011**

Catégorie de PFNL récoltés	Saguenay– Lac-St-Jean	Autres régions du Québec	Total
	Nombre moyen de produits récoltés		
Plantes de milieu ouvert	5,7	4,4	4,7
Plantes de sous-bois	3,1	3,9	3,7
Champignons	5,6	3,9	4,5
Plantes de milieu humide	2,4	3,9	3,4
Plantes ligneuses	3,0	3,3	3,3
<b>Moyenne toute catégorie de produits</b>	<b>11,6</b>	<b>9,2</b>	<b>9,7</b>

### 2.3 ACTIVITÉS DE TRANSFORMATION

Au SLSJ, les entreprises de PFNL réalisent relativement peu d'activités de transformation si l'on compare avec l'ensemble des entreprises du Québec. En effet, seul le tiers des entreprises comptent des activités à ce niveau, comparativement à près de 80 % pour les entreprises des autres régions du Québec. La grande majorité des entreprises effectuent toutefois des étapes de séchage et de nettoyage des PFNL qu'elles récoltent et une proportion légèrement moindre des activités d'emballage et de réfrigération.

**Tableau 2.18**  
**Répartition des entreprises de PFNL selon**  
**les activités de conditionnement et de transformation des PFNL**

Activités de conditionnement et de transformation des PFNL sur l'entreprise	Saguenay– Lac-St-Jean		Autres régions du Québec		Total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Nettoyage	9	82%	27	69%	36	72%
Séchage	10	91%	20	51%	30	60%
Emballage	7	64%	28	72%	35	70%
Réfrigération, congélation	6	55%	24	62%	30	60%
<b>Total conditionnement</b>	<b>11</b>	<b>100%</b>	<b>36</b>	<b>92%</b>	<b>47</b>	<b>94%</b>
Transformation	4	36%	31	79%	35	70%
<b>Total conditionnement ou transformation</b>	<b>11</b>	<b>100%</b>	<b>39</b>	<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

### 2.3.2 TYPE DE PRODUITS FABRIQUÉS À PARTIR DE PFNL

Les entreprises qui transforment les PFNL, font principalement des produits alimentaires (36 % des entreprises) et des produits de santé naturels (PSN) et aliments fonctionnels (18 % des entreprises). Cette même tendance s'observe dans les autres régions où 75 % des entreprises fabriquent des produits alimentaires et 30 % des PSN et aliments fonctionnels. Notons qu'au SLSJ, aucune entreprise ne fabrique de produits aromatiques ou ornementaux.

**Tableau 2.19**  
Répartition des entreprises de PFNL selon le type de produits fabriqués,  
par catégorie de produits

Catégorie de produits	Saguenay– Lac-St-Jean		Autres régions du Québec		Total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Produits alimentaires	4	36%	30	75%	34	67%
Produits de santé naturels et aliments fonctionnels	2	18%	12	30%	14	27%
Produits aromatiques et manufacturiers	0	0%	5	13%	5	10%
Produits ornementaux	0	0%	2	5%	2	4%
Aucun produit transformé	7	64%	8	20%	15	29%
<b>Total <sup>1</sup></b>	<b>11</b>	<b>100%</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

<sup>1</sup> Une entreprise peut produire plus d'un type de produit.

Parmi les entreprises fabriquant des produits alimentaires, celles produisant des **plantes herbacées et épices, des tisanes et des produits de l'érable** sont les plus nombreuses, et ce, tant au SLSJ qu'à l'échelle du Québec. Au niveau des PSN et aliments fonctionnels, ces sont les entreprises qui produisent des **cosmétiques et des huiles essentielles** que l'on retrouve en plus grand nombre.

**Tableau 2.20**  
**Répartition des entreprises de PFNL selon le type de produits fabriqués**

Type de produits fabriqués	Saguenay– Lac-St-Jean		Nombre d'entreprises	
	Nombre	%	Nombre	%
<b>Produits alimentaires</b>				
Plantes herbacées et épices	entre 3 et 5		10 et plus	
Tisanes Produits de l'érable <sup>1</sup>	moins de 3			
Boissons (avec ou sans alcool) Produits marinés	aucune		entre 5 et 9	
Aromates Huiles essentielles Vinaigre, vinaigrette Miel, produits de l'abeille Aromatisants Assaisonnements Granola			moins de 5	
<b>Total (avec au moins un produit)</b>	<b>4</b>	<b>36%</b>	<b>34</b>	<b>67%</b>
<b>Produits de santé naturels et aliments fonctionnels</b>				
Cosmétiques Huiles essentielles	moins de 3		entre 5 et 9	
Huiles d'aromathérapie Médicaments Savons Produits de phytothérapie Parfums et fragrances Shampoings Produits nutraceutiques Produits de soins pour animaux Produits reminéralisants	aucune		moins de 5	
<b>Total (avec au moins un produit)</b>	<b>2</b>	<b>18%</b>	<b>14</b>	<b>27%</b>
<b>Produits aromatiques et manufacturiers</b>				
Huiles essentielles Parfums	aucune		moins de 5	
<b>Total (avec au moins un produit)</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>5</b>	<b>10%</b>
<b>Produits ornementaux</b>				
Arrangements floraux	aucune		moins de 5	
<b>Total (avec au moins un produit)</b>	<b>0</b>		<b>2</b>	<b>4%</b>
Aucun produit transformé	7	64%	15	29%
<b>Nombre total d'entreprises</b>	<b>11</b>	<b>100%</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

<sup>1</sup> Produit par des entreprises qui produisent au moins un PFNL visé par l'enquête.

## 2.4 MISE EN MARCHÉ DES PRODUITS

### 2.4.1 DESTINATION DES PRODUITS

Dans l'ensemble du Québec comme au SLSJ, **la majorité des entreprises (environ les trois quarts) commercialisent leurs produits uniquement sur le marché québécois**. Quelques unes d'entre elles vendent néanmoins des produits dans d'autres provinces canadiennes ou sur le marché international. **Au SLSJ, 2 entreprises sur 11 effectuent des ventes à l'extérieur du Québec**. Dans les autres régions, 9 entreprises sur 40 vendent sur le marché interprovincial et 6 sur le marché international.

**Tableau 2.21**  
**Répartition des entreprises de PFNL selon la destination des produits en 2011**

Destination des produits <sup>1</sup>	Saguenay– Lac-St-Jean		Autres régions du Québec		Total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
<b>Marché québécois</b>						
Entre 1 et 49%	0	0%	3	8%	3	6%
Entre 50 et 94%	2	18%	2	5%	4	8%
Entre 95 et 99 %	0	0%	6	15%	6	12%
100 %	9	82%	28	72%	37	73%
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>100%</b>	<b>39</b>	<b>98%</b>	<b>50</b>	<b>98%</b>
<b>Marché interprovincial</b>	<b>1</b>	<b>9%</b>	<b>9</b>	<b>23%</b>	<b>10</b>	<b>20%</b>
<b>Marché d'exportation</b>	<b>1</b>	<b>9%</b>	<b>6</b>	<b>15%</b>	<b>7</b>	<b>14%</b>
<b>Total</b>	<b>11</b>		<b>40</b>		<b>51</b>	

<sup>1</sup> Une entreprise ne vend pas ses PFNL.

## 2.4.2 DESTINATION DES PRODUITS SUR LE MARCHÉ QUÉBÉCOIS

Dans le secteur des PFNL, la majorité des entreprises vendent leurs produits par l'entremise de plus d'un canal de distribution. **Au SLSJ, les modes de commercialisation les plus utilisés (soit par 55 % des entreprises) sont la vente directe sur l'entreprise, la vente dans les marchés publics, la vente à des détaillants et la vente directs aux hôtels, restaurants et institutions.** La vente à des grossistes ou manutentionnaires est aussi répandue (45 % des entreprises)). Plus du quart des entreprises vendent également leurs produits directement à un transformateur. À l'échelle du Québec, la tendance est relativement similaire bien que les ventes auprès du secteur HRI, des grossistes et des transformateurs soient beaucoup moins répandues. **La pénétration du réseau des HRI par les PFNL du SLSJ semble donc bonne si l'on compare avec les autres régions du Québec.**

**Tableau 2.22**  
Répartition des entreprises de PFNL selon la destination des produits sur le marché québécois

Destination des produits sur le le marché québécois	Saguenay– Lac-St-Jean		Autres régions du Québec		Nombre d'entreprises	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Au public, sur l'entreprise	6	55%	20	50%	26	51%
Marchés publics	6	55%	18	45%	24	47%
Détaillants (épiceries, fruiteries, magasins de spécialité)	6	55%	22	55%	28	55%
HRI (hôtels, restaurants et institutions)	6	55%	10	25%	16	31%
Grossistes, courtiers, manutentionnaires	5	45%	8	20%	13	25%
Transformateurs	3	27%	7	18%	10	20%
Via Internet	2	18%	3	8%	5	10%
Autres	1	9%	0	0%	1	2%
Aucune vente de PFNL	0	0%	1	3%	1	2%
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>100%</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

### 2.4.3 NORMES DE SALUBRITÉ

**Au SLSJ, l'application des normes de salubrité semble bien implantée dans les pratiques des entreprises de PFNL.** En effet, 100 % des producteurs appliquent au moins une norme sur leur entreprise, comparativement à 65 % pour les entreprises des autres régions. Les normes de salubrité du MAPAQ sont celles qui sont les plus appliquées. Parmi les autres normes appliquées, on retrouve celles de l'ACIA, de Santé Canada et d'organismes de certification tels qu'Écocert et d'aliments Québec.

**Tableau 2.23**  
**Répartition des entreprises de PFNL selon les normes de salubrité appliquées**

Normes de salubrité	Saguenay– Lac-St-Jean		Autres régions du Québec		Total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
ACIA	3	27%	3	8%	6	12%
MAPAQ	9	82%	24	60%	33	65%
Autres <sup>1</sup>	5	45%	4	10%	9	18%
Au moins une norme appliquée	11	100%	26	65%	37	73%
Une seule norme appliquée	8	73%	23	58%	31	61%
Plus d'une norme appliquées	3	27%	3	8%	6	12%
Aucune norme de salubrité	0	0%	14	35%	14	27%
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>100%</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

<sup>1</sup> Autre normes d'après les déclarations des répondants : Ecocert, bonnes pratiques de fabrication (BPF) de Santé Canada, Aliments du Québec.

#### 2.4.4 SYSTÈME DE TRAÇABILITÉ

**Au Québec comme au SLSJ, la majorité des entreprises utilisent des systèmes de traçabilité pour leurs produits.** Les systèmes maison de type lots codés, produits codés ou autres sont les plus utilisés pour suivre l'évolution de leurs produits. D'autres systèmes sont néanmoins utilisés tels que le code Julien, les références GPS et certains programmes de certification. Notons qu'au SLSJ, seules 18 % des entreprises n'emploient pas de systèmes de traçabilité, contre 30 % dans les autres régions.

**Tableau 2.24**  
**Répartition des entreprises de PFNL selon le système de traçabilité utilisé**

Système de traçabilité	Saguenay– Lac-St-Jean		Autres régions du Québec		Total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Système maison	6	55%	22	55%	28	55%
Lots codés	1		6		7	
Produits codés	0		5		5	
Autre système maison <sup>1</sup>	2		2		4	
Aucune précision donnée	3		9		12	
Autres systèmes <sup>2</sup>	3	27%	6	15%	9	18%
Aucun système de traçabilité	2	18%	12	30%	14	27%
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>100%</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

<sup>1</sup> Autres systèmes maisons d'après les déclarations des répondants : Bonnes pratiques de fabrication (BPF), Centre d'innovation sur la nutrition et l'alimentation du Québec (CINAQ), cahier de charges biologiques, produits identifiés au nom de l'entreprise.

<sup>2</sup> Autres systèmes d'après les déclarations des répondants : Code Julien, tel qu'enseigné par l'ACCHF, certificateur bio, Ecocert, GPS, MAPAQ (déclaration de territoire), Québec Vrai.

## 2.5 TRAVAILLEURS

Tant au Québec que dans le SLSJ, le secteur des PFNL est caractérisé par un fort recours au travail saisonnier. **Chez les entreprises spécialisées en PFNL, c'est-à-dire tirant 50 % ou plus de leurs revenus de la production de PFNL, les travailleurs saisonniers comptent pour plus de 80 % de la main-d'œuvre totale des entreprises, une proportion qui atteint 88 % dans la région du SLSJ.** Chez les entreprises dont les PFNL ne sont pas la principale activité, la proportion de travailleurs saisonniers est généralement moindre.

Tableau 2.25

Répartition des entreprises de PFNL selon le nombre de travailleurs réguliers et saisonniers pour l'ensemble des activités de l'entreprise en 2011, incluant les propriétaires

Importance des revenus de PFNL dans le revenu total de l'entreprise	Nombre d'entreprises	Nombre de travailleurs <sup>1</sup>	
		Réguliers (au moins 9 mois)	Saisonniers (moins de 9 mois)
<b>Total</b>			
100 %	20	40	167
50 à 99 %	6	5	38
25 à 49 %	4	7	4
1 à 24 %	10	134	142
Moins de 1 % et sans réponse	11	16	38
<b>Total</b>	<b>51</b>	<b>202</b>	<b>389</b>
<b>Saguenay–Lac-St-Jean</b>			
100 %	6	7	51
Moins de 100 %	5	52	125
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>59</b>	<b>176</b>

<sup>1</sup> Nombre total de travailleurs sur l'entreprise toute activité confondue (PFNL et autres activités s'il y a lieu), incluant le travail des propriétaires.

## 2.5.2 RECRUTEMENT DE LA MAIN-D'ŒUVRE

Comme c'est le cas dans plusieurs secteurs économiques, **le recours au bouche à oreille pour recruter de la main-d'œuvre est très fréquent chez les entreprises de PFNL**. Au SLSJ comme au Québec, il s'agit de la principale méthode utilisée pour le recrutement. Les entreprises ont également recours aux annonces dans les journaux et aux banques de CV. Au SLSJ, les coopératives de travailleurs constituent également une source pour le recrutement alors que dans les autres régions du Québec, les entreprises ont fréquemment recours aux Centres locaux d'emplois (CLE) et, dans une moindre mesure, à Internet.

**Tableau 2.26**  
Répartition des entreprises de PFNL selon les méthodes privilégiées pour le recrutement de la main-d'œuvre

Méthodes de recrutement de la main-d'œuvre	Saguenay–Lac-St-Jean		Autres régions du Québec		Total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Bouche à oreille	5	50%	20	63%	25	60%
Annonces dans les journaux	3	30%	4	13%	7	17%
Banque de Curriculum Vitæ	3	30%	2	6%	5	12%
Coopérative de travailleurs	3	30%	1	3%	4	10%
Recommandations d'employés	2	20%	3	9%	5	12%
Centres de formation	2	20%	3	9%	5	12%
Internet	1	10%	4	13%	5	12%
Centres locaux d'emploi (CLE)	0	0%	11	34%	11	26%
Agences de placement	0	0%	1	3%	1	2%
Foires de l'emploi	0	0%	0	0%	0	0%
Autres	0	0%	5	16%	5	12%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>	<b>32</b>	<b>100%</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>
<b>Entreprises qui engagent de la main-d'œuvre extérieure (%)</b>	<b>91%</b>		<b>80%</b>		<b>82%</b>	

En général dans le secteur des PFNL, **les entreprises misent sur les formations à l'interne après l'embauche des employés plutôt que sur des exigences de formation avant l'embauche.** Ceci peut s'expliquer soit par l'absence de main-d'œuvre formée sur le marché du travail, soit par une préférence des entreprises à former eux-mêmes leur personnel pour s'assurer que les compétences et les connaissances de leurs employés correspondent à leurs besoins précis. Le portrait est semblable dans le reste du Québec. Moins du quart des entreprises exigent que leurs employés possèdent une formation à l'embauche. Parmi les entreprises répondantes, 6 ont affirmé exiger une formation accréditée par l'ACCHF.

**Tableau 2.27**  
**Répartition des entreprises de PFNL selon les exigences en matière de formation à l'embauche et l'offre de formation lors de l'embauche**

Exigence et offre de formation à l'embauche	Saguenay– Lac-St-Jean		Autres régions du Québec		Total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
<b>Formation sur les PFNL <u>exigée</u> à l'embauche</b>						
Oui	3	27%	9	23%	12	23%
Formation accréditée ACCHF	2		2		4	
Non	7	64%	27	68%	34	67%
Ne s'applique pas, sans réponse	1	9%	4	10%	5	10%
<b>Formation sur les PFNL <u>offerte</u> à l'embauche</b>						
Oui	8	73%	24	60%	32	63%
Formation suivie à l'interne	7		24		31	
Formation suivie à l'externe	1		2		3	
Formation accréditée ACCHF	1		1		2	
Non	2	18%	13	33%	15	29%
Ne s'applique pas, sans réponse	1	9%	3	8%	4	8%
<b>Nombre total d'entreprises exigeant ou offrant une formation à l'embauche</b>	<b>8</b>	<b>73%</b>	<b>24</b>	<b>59%</b>	<b>33</b>	<b>65%</b>

## 2.6 DÉFIS ET PRIORITÉS

De nombreux défis attendent les entreprises de PFNL sur plusieurs fronts. Interrogés sur les trois principaux défis pour leur entreprise pour la prochaine année, **elles ont identifié le développement de leur mise en marché** (deux tiers des entreprises), **la diversification le leur offre de produit** (près de la moitié des entreprises) **et l'approvisionnement** (le tiers des entreprises) **comme étant les plus importants**. Le recrutement et la rétention des cueilleurs et l'obtention d'appui financier sont également des défis important pour les entreprises de PFNL du SLSJ (le quart des entreprises). Pour les entreprises des autres régions du Québec, c'est plutôt la rentabilité (une entreprise sur 5).

**Tableau 2.28**  
**Répartition des entreprises selon les trois principaux défis de l'entreprise pour la prochaine année**

Principaux défis de l'entreprise pour la prochaine année <sup>1</sup>	Saguenay– Lac-St-Jean		Autres régions du Québec		Total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Développer la mise en marché, augmenter les ventes, exporter	7	64%	28	70%	35	69%
Diversifier l'offre de produits, développer de nouveaux produits	5	45%	17	43%	22	43%
Stabiliser ou augmenter l'approvisionnement, la production	4	36%	9	23%	13	25%
Recrutement et rétention de cueilleurs et autre main-d'œuvre	3	27%	3	8%	6	12%
Obtenir un appui financier gouvernemental ou autre	3	27%	2	5%	5	10%
Gérer la croissance de l'entreprise	1	9%	5	13%	6	12%
Améliorer les techniques de production, de récolte, de transformation	1	9%	4	10%	5	10%
Faire de la recherche et développement, améliorer la qualité	1	9%	4	10%	5	10%
Assurer la traçabilité, établir des normes de cueillette	1	9%	3	8%	4	8%
Établir des partenariats, élargir le réseau d'affaires	1	9%	1	3%	2	4%
Atteindre ou maintenir la rentabilité	0	0%	10	25%	10	20%
Autres	0	0%	6	15%	6	12%
Aucun défi mentionné	0	0%	4	10%	4	8%

<sup>1</sup> Chaque répondant pouvait indiquer jusqu'à trois défis.

De plus en plus d'intervenants s'intéressent maintenant au secteur des PFNL et sont appelés à jouer un rôle pour favoriser le développement des entreprises de PFNL. Questionnés sur les priorités de travail qui devraient être mises de l'avant par ces intervenants pour les trois prochaines années, les entreprises de PFNL ont mentionné principalement **la promotion des PFNL auprès des consommateurs et de la population, le soutien, financier ou autre, au développement des entreprises, l'encadrement et la réglementation du secteur, le développement de la demande et le soutien à la recherche marketing et la concertation.**

**Tableau 2.29**  
**Répartition des entreprises selon leur opinion sur les priorités que devraient mettre de l'avant les intervenants du secteur pour les trois prochaines années**

Priorités de travail des intervenants pour les 3 prochaines années <sup>1</sup>	Saguenay–Lac-St-Jean		Autres régions du Québec		Total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Offrir un soutien, financier ou autre, au développement des entreprises	4	36%	15	38%	19	37%
Faire la promotion des PFNL auprès des consommateurs et de la population	5	45%	10	25%	15	29%
Encadrer et réglementer le secteur (normes, traçabilité, appellations, etc.)	3	27%	11	28%	14	27%
Développer la demande/analyser les meilleurs potentiels de marché (recherche marketing)	3	27%	10	25%	13	25%
Favoriser la concertation et la structuration du secteur	3	27%	8	20%	11	22%
Offrir de la formation/du service-conseil	1	9%	6	15%	7	14%
Stimuler le développement de l'offre, l'intérêt pour les PFNL chez les producteurs	1	9%	4	10%	5	10%
Préserver la durabilité	1	9%	4	10%	5	10%
S'impliquer et/ou soutenir les activités de recherche et développement	1	9%	4	10%	5	10%
Autre	0	0%	1	3%	1	2%
Aucune priorité ou sans réponse	0	0%	7	18%	7	14%

<sup>1</sup> Chaque répondant pouvait indiquer jusqu'à trois priorités.

## 2.7 SYNTHÈSE

La réalisation de ce portrait permet de mieux connaître les entreprises de PFNL du Saguenay lac St-Jean et d'obtenir une comparaison avec le profil des entreprises du reste du Québec. Comme mentionné dans la section méthodologique, il ne s'agit pas d'un recensement de toutes les entreprises. Ceci implique que les données présentées ne doivent pas être considérées comme des totaux (par exemple, le nombre d'emplois) mais comme des indications fiables des tendances du secteur (par exemple, la proportion des emplois saisonniers). Cette collecte de données a permis de recueillir les informations de 11 entreprises de PFNL du SLSJ et d'un total de 51 entreprises du Québec.

Les résultats nous permettent de dresser un certain nombre de constats qui nous permettront de cibler les priorités de travail et les moyens à mettre en œuvre pour favoriser le développement des entreprises.

- Les entreprises de PFNL du Saguenay Lac-St-Jean effectuent relativement peu d'activités de transformation de leurs produits.
- Près de la moitié des entreprises du SLSJ ont les PFNL comme principale activité. Pour les autres, il s'agit principalement d'entreprises actives également dans le domaine forestier.
- Les activités des entreprises sont pour la plupart saisonnières. Près de la moitié des entreprises sont actives moins de 6 mois dans l'année. Chez les entreprises spécialisées, plus de 80 % des travailleurs sont des travailleurs saisonniers. Ce pourcentage est moins important chez les entreprises qui possèdent d'autres activités.
- Au SLSJ, les entreprises spécialisées sont pour la grande majorité de petite taille économique (moins de 25 000 \$ de chiffre d'affaires). Les entreprises qui sont de plus grande taille (plus de 150 000 \$ de chiffre d'affaires) sont principalement des entreprises non spécialisées.
- Les entreprises du secteur sont jeunes, tout comme leurs propriétaires (32 ans contre 50 ans en moyenne dans le reste du Québec). Elles ont des perspectives de croissance positives puisque la majorité prévoit que leur entreprise sera de plus grande taille d'ici 3 ans. Les propriétaires possèdent des niveaux de formation élevés, ce qui constitue un atout.
- Le secteur est caractérisé par une présence plus importante qu'ailleurs des entreprises de type coopérative.
- L'approvisionnement des entreprises est fortement local ou régional. Toutes peuvent compter sur un ou des cueilleurs pour assurer leur approvisionnement mais plusieurs complètent leur approvisionnement auprès d'autres cueilleurs ou d'autres entreprises.
- Les activités de ventes se font également principalement sur le marché domestique puisque seulement deux entreprises ont des activités à l'extérieur du Québec ou du Canada. Les voies de commercialisation les plus utilisées sont la vente directe, les marchés publics, les détaillants spécialisés, le réseau des HRI et les grossistes. La région semble se distinguer par une meilleure pénétration des entreprises dans le réseau des HRI.
- Les entreprises récoltent ou transforment une grande variété de PFNL, soit 12 PFNL en moyenne par entreprise. Plus de 63 PFNL différents ont été rapportés. Les plantes de sous-bois et les champignons représentent les catégories de produits les plus récoltés.
- Les entreprises qui ont des activités de transformation fabriquent essentiellement des produits alimentaires et les produits de santé naturels à partir des PFNL.
- Malgré leur taille relativement petite, toutes les entreprises de PFNL du SLSJ qui ont répondu à l'enquête appliquent des normes de salubrité et la très grande majorité ont des systèmes de traçabilité.

- Les entreprises ont davantage recours à la formation à l'interne de leurs employés et relativement peu d'entre elles exigent une formation sur les PFNL comme critère d'embauche. Il sera intéressant de savoir si cela est dû à l'insuffisance de travailleurs formés ou si c'est parce que les entreprises préfèrent s'assurer d'une formation sur mesure pour leurs employés. Par ailleurs, le bouche à oreille demeure la méthode privilégiée par les entreprises pour recruter des travailleurs et ce, tant à l'échelle du Québec qu'au SLSJ.
- Le développement de la mise en marché est au cœur des priorités des entreprises de PFNL du SLSJ. La diversification de leur offre de produits, notamment par le développement de nouveaux produits et la sécurisation d'un approvisionnement stable, suffisant et de qualité constituent également des défis de première importance pour les entreprises. Le recrutement de la main-d'œuvre et l'obtention d'un soutien (financier ou autre) pour le développement de leur entreprise constitue aussi des défis fréquemment évoqués.
- Les entreprises de PFNL s'attendent principalement de la part des intervenants qu'ils leur offre un soutien pour la promotion des PFNL auprès des consommateurs et de la population, qu'ils apportent un soutien au développement de leur entreprise, qu'ils encadrent et réglementent le secteur, qu'ils jouent un rôle dans l'identification des meilleurs potentiels de marché et qu'ils favorisent la concertation et la structuration du secteur.

La prochaine section dresse un portrait de l'industrie des PFNL au Canada et ailleurs dans le monde et des tendances de marché pour mettre en contexte le secteur des PFNL du SLSJ et aider à identifier les forces faiblesses, menaces, et opportunités du secteur. Cette identification sera complétée par des entretiens auprès d'intervenants du secteur sous forme d'entrevues et de groupes de discussion.

### 3. PORTRAIT ET TENDANCES DE L'INDUSTRIE DES PFNL AU CANADA ET AILLEURS

---

Cette section dresse un portrait des principales tendances sur le marché des PFNL, et ce, tant au SLSJ qu'à l'échelle québécoise, canadienne et internationale. De façon plus précise, elle présente l'état de la demande sur les différents marchés, les usages et les produits les plus porteurs ainsi que les certains enjeux et défis qui y sont reliés. Elle dresse également un bref aperçu des réglementations et certifications requises au sein de l'industrie.

#### 3.1 IMPORTANCE DE L'INDUSTRIE DES PFNL AU CANADA ET AILLEURS

À l'échelle mondiale, plusieurs millions de ménages sont tributaires des PFNL pour assurer leur subsistance et/ou leurs revenus. En effet, dans les pays en développement, environ 80 % de la population utilisent les PFNL pour se soigner et se nourrir. Bien que les PFNL soient utilisés depuis longue date par les premières nations dans les pays développés, l'intérêt marqué pour les PFNL y est chose nouvelle. Plusieurs facteurs expliquent cet engouement. Pour n'en citer que quelques-uns, mentionnons le besoin de consommer des produits santé<sup>2</sup> et sécuritaires ainsi que la volonté d'atteindre certains objectifs environnementaux tels que la conservation de la diversité biologique<sup>3</sup>. En lien avec ces tendances, plusieurs pays développés ont ainsi redécouvert les PFNL et développé leur industrie. Parmi ceux-ci figurent l'Écosse, l'Espagne et la Finlande. En 2007, la FAO rapportait que quelques 150 PFNL étaient échangés au niveau international<sup>4</sup>.

À l'échelle canadienne, plus de 500 types de PFNL seraient actuellement commercialisés. Selon Ressource Naturelle Canada, ces derniers rapporteraient des recettes avoisinant le milliard de dollars. Très peu de statistiques nationales sont toutefois publiées sur la valeur économique des PFNL par produit. En effet, seules des données pour les produits de la sève d'érable, les arbres de Noël et les bleuets sauvages sont compilées. En 2009, on estimait que ces derniers avaient généré des recettes totales de plus de 430 M \$ (sève d'érable : 354 M \$, arbres de Noël : 39 M \$ et bleuets sauvages 40 M \$)<sup>5</sup>. Actuellement, la Colombie-Britannique et l'Ontario sont les principaux joueurs sur le marché canadien des PFNL<sup>6</sup>.

Au Québec, plusieurs régions ont connu un essor de leur industrie au cours des dernières années. Selon Legal, la valeur des principaux PFNL commercialisés au Québec et pour lesquels des données sont disponibles seraient de près de 550 M \$, soit 310 M \$ pour la sève d'érable, 85 M \$ pour les canneberges, 80 M \$ pour les bleuets et 70 M \$ pour les arbres de Noël<sup>7</sup>. Ce chiffre demeure toutefois très sommaire puisqu'au total, une centaine de types de PFNL seraient présentement mis en marché au Québec.

---

<sup>2</sup> CEPAF. Mise en valeur des produits forestiers non ligneux, avril 2008.

<sup>3</sup> FAO. Département des forêts, Produits forestiers non ligneux, 2007, <http://foris.fao.org/static/pdf/infonotes/infofaofrench-produitsforestiersnonligneux.pdf>.

<sup>4</sup> FAO. Département des forêts, Produits forestiers non ligneux, 2007, <http://foris.fao.org/static/pdf/infonotes/infofaofrench-produitsforestiersnonligneux.pdf>.

<sup>5</sup> RESSOURCES NATURELLES CANADA. <http://scf.rncan.gc.ca/pages/150>.

<sup>6</sup> MAMROT. <http://www.mamrot.gouv.qc.ca/developpement-regional-et-rural/ruralite/reussites-rurales/produits-forestiers-non-ligneux-nouvelle-economie-forestiere/>.

<sup>7</sup> LEGAL, Gérald. L'évolution du secteur des PFNL au Québec, présentation lors du colloque sur les PFNL à Mont-Laurier, février 2011.

### 3.2 GRANDES TENDANCES DE MARCHÉ DANS LE SECTEUR DES PFNL

Les PFNL sont pour la plupart commercialisés sur quatre principaux marchés : les marchés des produits alimentaires, des produits de santé naturels et aliments fonctionnels, des produits aromatiques et manufacturiers et des produits ornementaux. Les principaux types de produits fabriqués à partir des PFNL commercialisés sur ces différents marchés sont présentés au Tableau 3.1.

**Tableau 3.1**  
**Principaux types de produits commercialisés**

Produits alimentaires	Produits de santé naturels et aliments fonctionnels	Produits aromatiques et manufacturiers	Produits ornementaux
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aromates</li> <li>- Boissons</li> <li>- Huiles essentielles</li> <li>- Agents</li> <li>- Aromatisants</li> <li>- Plantes herbacées et épices</li> <li>- Sirop, sucre, gelée, tire ou beurre</li> <li>- Tisanes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Huiles d'aromathérapie</li> <li>- Cosmétiques</li> <li>- Médicaments</li> <li>- Huiles essentielles</li> <li>- Produits de phytothérapie</li> <li>- Produits nutraceutiques</li> <li>- Parfums et fragrances</li> <li>- Produits de soins pour animaux</li> <li>- Shampoings/savons</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Adhésifs</li> <li>- Alcool</li> <li>- Chandelles</li> <li>- Tissus</li> <li>- Huiles essentielles</li> <li>- Parfums</li> <li>- Encens</li> <li>- Résines</li> <li>- Produits du bois spéciaux</li> <li>- Fil et corde</li> <li>- Térébenthine</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Arbres de Noël (hors plantation)</li> <li>- Couronnes et guirlandes</li> <li>- Objets d'artisanat fabriqués à partir de cônes, écorces ou bois</li> <li>- Sculptures</li> <li>- Arrangements floraux</li> <li>- Teintures naturelles</li> </ul>

Source : UNIVERSITÉ DE MONCTON, 2011.

Les informations présentées dans cette section tracent les grandes tendances observées sur les différents marchés ainsi que le potentiel de marché des principaux PFNL commercialisés. Ces informations sont tirées en grande partie de documents publiés par le CEPAF, Ressources Naturelles Canada, le ministère du Développement économique, Innovation et Exportation et de l'université de Moncton. On se rappellera que les entreprises du SLSJ commercialisent essentiellement à l'heure actuelle des produits alimentaires et des produits de santé naturels et aliments fonctionnels.

### 3.2.2 LES PRODUITS ALIMENTAIRES

Le marché des produits alimentaires regroupe tous les PNFL destinés au marché de la consommation : champignons, fougères, petits fruits, sèves, etc. Les produits vendus sur ce marché sont soit commercialisés à l'état frais ou transformés (activités de 1<sup>ère</sup> transformation : séchage, surgélation, etc. ou de 2<sup>e</sup> transformation : jus, confitures, etc.).

Le marché des produits alimentaires à base de PFNL s'est grandement diversifié au cours des dernières années. Au Canada, plus de 100 produits sont actuellement commercialisés et ce, tant à l'échelle nationale qu'aux États-Unis, en Europe et en Asie. En 2007, on estimait la valeur de la contribution des produits alimentaires extraits de la forêt à l'économie canadienne à 725 M \$<sup>8</sup>. Bien que de plus en plus de produits soient commercialisés au Canada (tisanes, épices, champignons, condiments, etc.), la variété des produits disponibles y demeure toujours limitée. En effet, la grande majorité des produits commercialisés sont à base de petits fruits. La situation diffère toutefois à l'international. En effet, le marché alimentaire y est beaucoup plus diversifié et développé. Dans les pays du Sud par exemple, les PFNL font partie des régimes alimentaires des habitants. Dans d'autres pays européens (ex : Finlande, Espagne), la cueillette en forêt fait plutôt partie des traditions.

Au Québec, la clientèle potentielle des PFNL serait avant tout les consommateurs préoccupés par leur état de santé, leur bien-être et l'environnement tels que les consommateurs de produits biologiques, les ménages urbains ayant un revenu moyen à élevé, les femmes ainsi que la population ethnique. Au cours des prochaines années, plusieurs éléments sociodémographiques devraient jouer en faveur de la consommation de PFNL. Pour n'en citer que quelques-uns, mentionnons la croissance de l'immigration, la sensibilisation à la protection de l'environnement ainsi que l'importance accordée à une bonne alimentation<sup>9</sup>. On peut ajouter également l'engouement pour les produits du terroir et l'achat local et la tendance « foodies » ou des « amateurs de bonne bouffe » (épiciers, gourmets, gastronomes, etc.). De façon générale, la demande pour les PFNL sur le marché alimentaire est considérée comme étant supérieure à l'offre, c'est-à-dire qu'il existerait une demande latente non comblée par l'offre de produits actuelle. Pour parvenir à combler cette demande, il faut bien en saisir les caractéristiques, tant en terme de caractéristiques des produits, de disponibilité et de prix.

#### LES ESPÈCES EN DEMANDE

##### LES CHAMPIGNONS

Au Québec, la récolte commerciale de champignons forestiers s'élevait à 25 tonnes en 2008. Selon une étude réalisée par Biopterre en 2009, une douzaine de champignons forestiers sauvages présenteraient un potentiel de commercialisation au Québec. Certains champignons seraient néanmoins plus en demande que d'autres. Parmi ceux-ci figurent la chanterelle, le bolet cèpe, la morille, la dermatose des russules, le matsutaké et l'armillaire<sup>10</sup>. Tous ces champignons sont récoltés dans la région du SLSJ. En effet, tel que mentionné

<sup>8</sup> RESSOURCES NATURELS CANADA. L'état des forêts au Canada, rapport annuel de 2007,

<http://cfs.nrcan.gc.ca/pubwarehouse/pdfs/27511.pdf>.

<sup>9</sup> CEPAF. Mise en valeur des produits forestiers non ligneux, avril 2008.

<sup>10</sup> LEBEL, Frédéric. DEPAF, Les possibilités de commercialisation des pfnl et produits sauvages, présentation power point.

précédemment, les entreprises du SLSJ récoltent plus de 14 variétés de champignons forestiers, dont principalement des bolets, des chanterelles, des morilles, des matsutakés, des armillaires ventrus, des trompettes de la mort, des dermatoses, des pieds de mouton et des tchagas. Parmi les entreprises présentes dans la région figurent l'entreprise Au p'tit grèbe, Amico et Morille-Québec<sup>11</sup>.

Au Québec, les principaux acheteurs de champignons forestiers sont les restaurateurs, les consommateurs de champignons forestiers ainsi que quelques grossistes et courtiers. Certains champignons sont également vendus auprès d'herboristeries et de magasins spécialisés pour la fabrication de tisane (ex : tchaga). Au niveau international, l'Europe, les grandes villes d'Amérique du Nord et l'Asie constituent les principaux marchés. Tout dépendamment des marchés, les champignons y sont vendus à l'état frais, séché ou congelé. De façon générale, la plupart des champignons possèdent un bon potentiel de marché en raison de la demande qui est supérieur à l'offre (cf. Tableau 3.2). La concurrence demeure toutefois importante sur les différents marchés, et notamment au niveau international où certains champignons sont écoulés à faibles prix. Parmi les autres défis entourant la commercialisation, on retrouve le regroupement des volumes et la réalisation locale des activités de 1<sup>ère</sup> et de 2<sup>e</sup> transformation.

**Tableau 3.2**  
**Potentiel de marché de quelques champignons forestiers sur le marché alimentaire**

	Potentiel	Marchés
Armillaire ventru	●	I, N, P
Bolet cèpe	●	I, N, P
Chanterelle	●	I, N, P
Tchaga	●	I, N

Légende : ◆ Faible ■ Moyen ● Bon ★ Très bon

L : local, P : provincial, N : national, I : international

Source : CEPAP, 2008.

### LES AUTRES PFNL ALIMENTAIRES

Parmi les autres espèces en demande sur le marché alimentaire, on retrouve les têtes de violon (transformées ou fraîches), le bouleau blanc (sirop et eau), la marguerite blanche (boutons blanchis ou marinés), le rosier rustique (fruits et pétales fraîches) ainsi que le thé du Labrador (frais ou séché). L'ensemble de ces espèces sont récoltées au SLSJ. Le potentiel de chacun de ces PFNL varie d'un produit à l'autre, tout comme les marchés sur lesquels ils sont en demande (cf. Tableau 3.3). Les restaurateurs haut de gamme et les épicerie spécialisées sont les principaux acheteurs. Parmi les espèces les plus en demande, les têtes de violon sont celles qui détiennent le potentiel le plus prometteur. La commercialisation de ce produit est toutefois soumise à plusieurs défis tels que le développement de la mise en culture commerciale, la transformation, le regroupement de l'offre et la préservation de la ressource.

<sup>11</sup> DARVEAU, Aldéi. Étude de faisabilité – Champignons forestiers et PFNL, Éléments d'un modèle de commercialisation collective, novembre 2010/rév. 2011.

Parmi les entreprises présentes au SLSJ, figure La Coopérative forestière de Girardville. Cette dernière fabrique ses produits (épices, tisanes, etc.) à partir de différentes racines, fleurs, feuilles et fruits et les commercialise sous la marque d'Origina.

**Tableau 3.3**  
**Potentiel de marché des autres PFNL dans le secteur alimentaire**

	Potentiel	Marchés
<b>Bouleau blanc</b>	●	I, N, P
<b>Marguerite</b>	■	I, N, P
<b>Rosier</b>	■	N, P
<b>Têtes de violon</b>	★	I, N, P
<b>Thé du labrador</b>	●	P

Légende : ◆ Faible ■ Moyen ● Bon ★ Très bon

L : local, P : provincial, N : national, I : international

Source : CEPAF, 2008.

### 3.2.3 LES PRODUITS DE SANTÉ NATURELS ET ALIMENTS FONCTIONNELS

Le marché des produits naturels rassemble les produits destinés au marché pharmaceutique tels que les cosmétiques, les médicaments, les shampoings, etc. À l'échelle mondiale, le créneau des produits de santé naturels (PSN)<sup>12</sup> est en croissance. De 2003 à 2008, les ventes mondiales de ces produits se sont accrues en moyenne de 6 % par année, pour s'établir à 76,6 milliard \$US<sup>13</sup>. Au Canada, elles s'élevaient à 1,2 milliard \$US en 2008.

De plus en plus conscients du lien qui existe entre leur santé et les produits qu'ils ingèrent, un nombre croissant de consommateurs se tournent vers des produits naturels pour traiter ou prévenir des maladies ou, tout simplement, pour améliorer leur condition de santé générale. Le vieillissement de la population et l'augmentation du coût des frais médicaux seraient aussi en faveur d'une hausse de la consommation de PSN<sup>14</sup>.

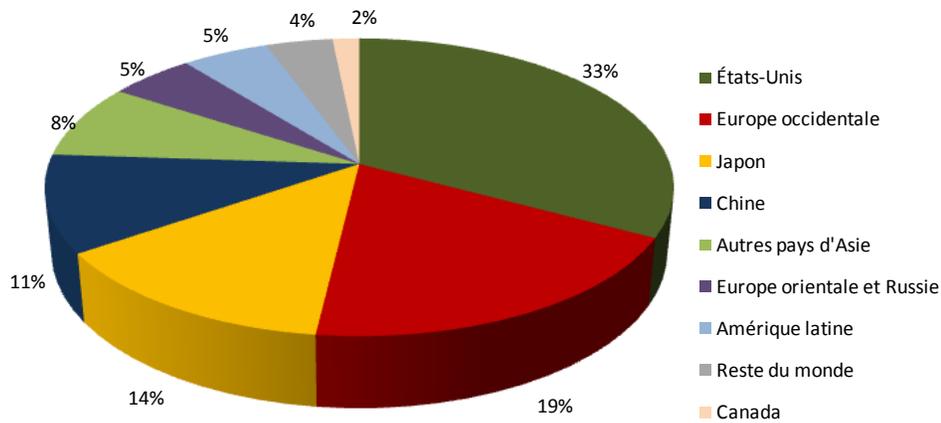
Les principaux marchés pour les PSN sont les États-Unis (33 %), l'Europe occidentale (19 %), le Japon (14 %) et la Chine (11 %) (cf. Figure 3.1). Les États-Unis et le Japon sont les pays qui détiennent la plus haute consommation *per capita*, soit environ 80 \$US (2008). Au Canada, cette dernière s'élevait à environ 35 \$US en 2008.

<sup>12</sup> Santé Canada définit un PSN comme étant : un remède traditionnel; un remède homéopathique; une substance ou une combinaison de substances telles que plantes ou matières végétales, algues, bactéries, champignons et matières animales; un produit fabriqué, vendu ou présenté avec l'objectif de pouvoir servir : au diagnostic, au traitement, à l'atténuation ou à la prévention d'une maladie, désordre, état physique anormal ou de leurs symptômes; à la restauration ou à la correction des fonctions organiques; à la modification des fonctions organiques, de manière à maintenir ou à promouvoir la santé.

<sup>13</sup> MDEIE. *Les produits de santé naturels, des occasions d'affaires à exploiter*, 2010.

<sup>14</sup> Ibid.

**Figure 3.1**  
**Répartition géographique du marché mondial**  
**des produits de santé naturels en 2008**



Source : MDEIE. *Les produits de santé naturels, des occasions d'affaires à exploiter*, 2010.

Notons que les exigences réglementaires envers les fabricants de PSN sont élevées, notamment pour soutenir, par des études scientifiques, les allégations santé de leurs produits. Au Canada, les PSN sont régis par le Règlement sur les PSN qui relève de Santé Canada. Ce dernier spécifie la définition de l'appellation, le processus de certification ainsi que les normes qui encadrent la fabrication et la vente des produits. Les fabricants, emballeurs, étiqueteurs et importateurs de PSN doivent obtenir une licence de fabrication. Une licence de mise en marché auprès de la Direction des produits de santé naturels de Santé Canada est également obligatoire pour la vente des produits. Jusqu'à présent, Santé Canada a autorisé la vente de plus de 55 000 PSN, un nombre qui est en constante augmentation<sup>15</sup>.

Selon Statistique Canada, 467 entreprises produisaient des PSN au Canada en 2007, dont les deux tiers étaient spécialisées dans ce créneau, alors que les autres combinaient la fabrication d'aliments fonctionnels. À l'échelle québécoise, on comptait 140 entreprises qui fabriquaient ou commercialisaient des PSN en 2009. Environ 40 % d'entre elles exerçaient des activités manufacturières ou de production d'ingrédients actifs alors que les autres n'agissaient qu'à titre de distributeurs, grossistes ou importateurs. Parmi les entreprises les plus importantes présentes sur le marché figurent Laboratoires Confab, Pharmetics et Pharmalab<sup>16</sup>.

La plupart des PNFL, sous forme brute ou d'extrait, ont des propriétés qui peuvent être valorisées à des fins cosmétiques, nutraceutiques ou pharmaceutiques. L'argument naturel apparaît d'ailleurs de plus en plus porteur pour les produits cosmétiques. Au Québec et au Canada, des entreprises se positionnent dans ce créneau des ingrédients naturels, c'est le cas d'Officina, Druide, Bella Pella, pour ne nommer que celles-là. C'est également une avenue en

<sup>15</sup> SANTÉ CANADA. Réglementation des produits de santé naturels (PSN) au Canada : mythes et réalités, 2012, <http://hc-sc.gc.ca/dhp-mps/prodnatur/about-apropos/nhp-myth-psn-fra.php>.

<sup>16</sup> MDEIE. *Les produits de santé naturels, des occasions d'affaires à exploiter*, 2010.

forte croissance en France où le marché des cosmétiques naturels y progresse chaque année de près de 40 %<sup>17</sup>.

À l'échelle mondiale, le marché des cosmétiques naturels est évalué à 7,9 G \$US, soit l'équivalent de 6 % du marché global des cosmétiques. Dans le secteur des cosmétiques naturels, le marché de l'Amérique du Nord compte à lui seul pour 60 % du marché, ce qui le place devant l'Europe (30 %) et l'Asie (5 %)<sup>18</sup>.

De façon générale, la croissance du secteur devrait favoriser la demande pour plusieurs PFNL, les plantes étant des composés essentiels dans la fabrication de PFNL. Des standards de qualité élevés seraient toutefois exigés sur ces marchés, tout comme une certification biologique<sup>19</sup>.

La présence de grandes entreprises pharmaceutiques ou cosméceutiques est une caractéristique importante de ce secteur. Ces entreprises sont pour la plupart des multinationales qui détiennent de grandes capacités d'investissement recherche et développement pour le développement de nouveaux produits. Ceci constitue un défi de taille pour les petites entreprises qui ne peuvent concurrencer directement ces grandes entreprises et qui doivent par conséquent se tailler une place dans des créneaux spécifiques et distinctifs.

### LES ESPÈCES EN DEMANDE

Au niveau des plantes médicinales, les espèces les plus en demande seraient le ginseng à cinq folioles, la sanguinaire du Canada, l'hydraste du Canada et l'if du Canada. Bien que moins populaires, certaines espèces connaîtraient également une croissance de leur demande. Parmi celles-ci, figurent le polygala de Virginie et l'actée à grappes noires. L'ensemble de ces espèces sont récoltées dans la région du SLSJ. Au Québec, la majorité des autres plantes médicinales connaissent une demande fort variable.

La plupart des PFNL sont davantage en demande sur le marché international que sur les marchés national et provincial. Au Québec, tout comme au Canada, l'herboristerie est le principal utilisateur de PFNL. Au Québec, les utilisateurs exigent principalement des plantes vendues sous forme séchées ou en extrait alors qu'au Canada, les plantes fraîches sont davantage favorisées. À l'échelle internationale, les plantes fraîches tout comme les plantes séchées seraient en demande.

Plusieurs défis entourent la commercialisation de PFNL sur le marché des PSN. Parmi ceux-ci figurent la mise en culture, la transformation, la certification, la réglementation, la concurrence des produits semi-synthétiques (p. ex. : taxanes semi-synthétisés concurrençant les taxanes naturelles de l'if du Canada) ainsi que le maillage des acteurs<sup>20</sup>. Le Tableau 3.5 présente le potentiel de marché des PFNL ainsi que les marchés sur lesquels ils sont en demande.

<sup>17</sup> Le marché français de la cosmétique naturelle et ses perspectives. Juillet 2008. Eurostaf.

<sup>18</sup> CNRC 2010, *Cosmétiques naturels*, tiré de Mélanie Sheehy, Étude Sectorielle, document de travail, non daté.

<sup>19</sup> UNIVERSITÉ DE MONCTON. Étude de préféabilité pour la valorisation des produits forestiers non ligneux dans le nord du Nouveau-Brunswick, 31 mars 2011.

<sup>20</sup> CEPAF. Mise en valeur des produits forestiers non ligneux, avril 2008.

**Tableau 3.4**  
**Potentiel de marché des PFNL dans le secteur des produits de santé naturels**

	Potentiel	Marchés
Ginseng	★	I
Sanguinaire du Canada	★	I, N
Hydraste du Canada	★	I, N
If du Canada	●	I, N, P
Polygala de Virginie	●	I
Actée à grappes noires	●	I, N, P

Légende : ◆ Faible ■ Moyen ● Bon ★ Très bon

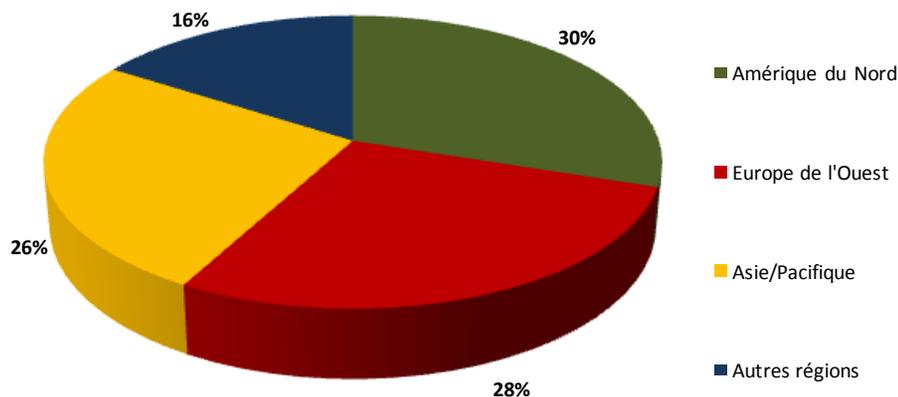
L : local, P : provincial, N : national, I : international

Source : CEPAF, 2008.

### 3.2.4 LES PRODUITS AROMATIQUES

Le marché des produits aromatiques et manufacturiers englobe une gamme variée de produits. Les huiles essentielles y occupent toutefois une place prédominante. Ces dernières sont principalement utilisées dans la confection de parfums, d'arômes, de savons, de cosmétiques et de détergents. À l'échelle internationale, la demande mondiale pour les huiles essentielles était estimée à 19 G\$ en 2009, une demande qui devrait atteindre les 23,5 G\$ en 2014. L'Amérique du Nord est le principal marché en importance (30 %), suivi de l'Europe de l'Ouest (28 %) et de l'Asie/Pacifique (26 %) (cf. Figure 3.2). La demande dans la région de l'Asie/Pacifique devrait toutefois surpasser celle de l'Europe de l'Ouest dans un avenir rapproché en raison de la croissance rapide que connaît ce marché<sup>21</sup>.

**Figure 3.2**  
**Répartition géographique de la demande mondiale d'huiles essentielles, 2009**



Source : The Freedonia Group, 2010.

<sup>21</sup> THE FREEDONIA GROUP. World Flavors and Fragrance, Industry Study with Forecasts for 2014 & 2019, August 2010, 368 pages.

Au niveau canadien, le secteur est plutôt jeune et de très petite taille. Quelques types d'huiles essentielles telles que les huiles de cèdres, les aiguilles de sapin et les écorces de bouleau y sont produites en petites quantités et exportées sur différents marchés (Europe : Bulgarie et Asie : Corée du Sud et Hong-Kong). En 2011, la valeur des exportations canadiennes d'huiles essentielles de résineux s'estimaient à 113 000 \$, comparativement aux importations qui atteignaient 4,6 M \$<sup>22</sup>.

Au Québec, la fabrication d'huiles essentielles se fait donc principalement à partir de résineux. Au cours des dernières années, plusieurs entreprises ont toutefois diversifié leur production en fabriquant des huiles à base de différentes matières premières (racines, fleurs, herbes, fruits sauvages, etc.) ainsi qu'en fabriquant des produits de 2<sup>e</sup> transformation (shampoings, crèmes, etc.). Actuellement, on compte 15 fabricants d'huiles essentielles, d'arômes ou parfums pour les industries cosmétique ou sanitaire et de produits d'aromathérapie. La grande majorité de ces fabricants produisent des huiles essentielles. À noter qu'aucune des ces entreprises répertoriées par l'ICRIQ n'est située au SLSJ<sup>23</sup>. Ces fabricants sont pour la plupart des entreprises familiales, ayant une connaissance limitée des règles du marché et de la technologie et ne fonctionnant que quelques mois par année. Leurs principales sources d'approvisionnement sont les résidus laissés sur les aires de récolte par les entreprises forestières, les résidus de taille des haies et des arbres ainsi que la coupe d'arbres en forêt<sup>24</sup>. Plusieurs de ces entreprises sont regroupés sous l'Alliance des producteurs d'huiles essentielles du Québec (APHEQ). Cette dernière rassemble tant des producteurs de sapin baumier que de mélèze, épinette, pin, cèdre, pruche et thé du Labrador.

À l'heure actuelle, les perspectives de marché pour les huiles essentielles sont plutôt favorables. En effet, les fabricants du secteur alimentaire, tout comme ceux des secteurs des arômes, des parfums et des produits thérapeutiques utilisent de plus en plus de substances naturelles au détriment des produits chimiques. Les recherches sur les propriétés bénéfiques des huiles essentielles (ex : anticancéreuses) ainsi que les développements biopharmaceutiques sont également un élément favorable au développement du marché des huiles essentielles. La concurrence offerte par les produits de synthèse (faible coût de production) et les autres régions productrices d'huiles essentielles (Ontario et nord-est des États-Unis) demeurerait toutefois importante<sup>25</sup>. Le manque de financement et la faible implication du gouvernement en recherche et développement limiteraient également le développement du secteur<sup>26</sup>.

---

<sup>22</sup> STATISTIQUE CANADA. Base de données sur le commerce international canadien de marchandises, Tableau 980-0033. Exportations domestiques - Huiles essentielles et résinoïdes; produits de parfumerie ou de toilette préparés et préparations cosmétiques.

<sup>23</sup> ICRIQ. Site officiel, <http://www.icriq.com/fr/>.

<sup>24</sup> COMMISSION SUR LES RESSOURCES NATURELLES ET LE TERRITOIRE, Les produits forestiers non ligneux, un potentiel à développer, <http://www.crecn.qc.ca/fichiers-contribute/8-PFNL.pdf>.

<sup>25</sup> CEPAF. Mise en valeur des produits forestiers non ligneux, avril 2008.

<sup>26</sup> COMMISSION SUR LES RESSOURCES NATURELLES ET LE TERRITOIRE, Les produits forestiers non ligneux, un potentiel à développer, <http://www.crecn.qc.ca/fichiers-contribute/8-PFNL.pdf>.

### LES ESPÈCES EN DEMANDE

Plusieurs PFNL présenteraient une demande intéressante sur le marché des huiles essentielles et ce, tant sur les marchés international, national et provincial (asaret et thé du Labrador). Parmi ceux-ci, on retrouve l'asaret, le rosier rugueux, le sapin baumier, le pin blanc et le thé du Labrador (cf. Tableau 3.5). Outre le pin blanc, l'ensemble de ces PFNL sont commercialisés dans la région du SLSJ. Comme pour les PFNL, ces espèces font face à plusieurs défis dont la transformation et le développement de produits.

**Tableau 3.5**  
**Potentiel de marché des PFNL dans le secteur des huiles essentielles**

	Potentiel	Marchés
Asaret	●	I, N, P
Rosier rugueux	●	I, N
Sapin baumier	★	I, N
Pin blanc	★	I, N
Thé du Labrador	★	I, N, P

Légende : ◆ Faible ■ Moyen ● Bon ★ Très bon

L : local, P : provincial, N : national, I : international

Source : CEPAF, 2008.

### 3.2.5 LES PRODUITS ORNEMENTAUX

Les arbres et les couronnes de Noël faites à partir de branches de résineux sont les produits à base de PFNL les plus vendus sur le marché des produits ornementaux. À l'échelle canadienne, la production d'arbres de Noël est concentrée au Québec (58 %) et dans les provinces atlantiques (30 %) <sup>27</sup>. En 2011, cette dernière a généré des recettes se chiffrant à 23 M \$ au Québec, soit près de 6 M \$ (22 %) de moins qu'en 2008 <sup>28</sup>. Notons que la valeur de l'industrie des couronnes de Noël n'est pas documentée dans la littérature. Malgré cette baisse, plusieurs facteurs laissent croire que le secteur des arbres et des couronnes de Noël devrait connaître une croissance stable au cours des prochaines années. Parmi ceux-ci figurent la volonté de la population de consommer localement ainsi que la croissance de la demande pour les produits naturels. À l'inverse, la tendance vers la « consommation raisonnée » laisse plutôt croire que la consommation de ce type de produits tendra à décroître au cours des prochaines années. Les produits ornementaux devront ainsi avoir des caractéristiques autres que purement décoratives pour retenir l'attention des consommateurs <sup>29</sup>.

Au niveau de la récolte de plantes sauvages pour le secteur ornemental, les commerçants devront également faire face aux groupes environnementaux qui ne voient pas cette activité

<sup>27</sup> ALLIANCE CANADIENNE DE L'HORTICULTURE ORNEMENTALE. L'incidence de l'horticulture ornementale sur l'économie du Canada, janvier 2009, <http://www.coha-acho.ca/pdf/Final%20Report%202009-04-27.fr.pdf>.

<sup>28</sup> MAPAQ et ISQ. Profil sectoriel de l'industrie horticole au Québec, édition 2012, [http://www.stat.gouv.qc.ca/publications/ind\\_bioalimentaire/pdf/Profil\\_horticole\\_2012.pdf](http://www.stat.gouv.qc.ca/publications/ind_bioalimentaire/pdf/Profil_horticole_2012.pdf).

<sup>29</sup> MEDIAFLOR. 10 Tendances structurantes pour l'horticulture ornementale, publié par Brand le mars 8, 2012, <http://www.medioflor.com/2012/03/10-tendances-structurantes-pour-lhorticulture-ornementale/>.

d'un très bon œil. Au Québec, seules quelques entreprises pratiquent la récolte de plantes sauvages pour le secteur ornemental. Ces dernières vendent principalement leur récolte aux municipalités et aux villes et dans une moindre mesure au grand public. Les plantes sauvages ont comme avantages d'être bien adaptées au climat québécois et d'offrir une bonne résistance aux maladies/insectes<sup>30</sup>.

### LES ESPÈCES EN DEMANDE

Le sapin baumier est l'espèce la plus récoltée au Québec pour fournir l'industrie des arbres de Noël. Une grande partie de sa production est tournée vers les marchés d'exportation, notamment vers les États-Unis. Au niveau des branches de résineux, le sapin est l'espèce la plus récoltée bien qu'on retrouve également le cèdre, l'épinette blanche et de Norvège ainsi que, dans une moindre mesure, le pin blanc et rouge. Le Tableau 3.6 présente le potentiel de marché de quelques PFNL dans le secteur des produits ornementaux ainsi que les marchés sur lesquels ils sont en demande. Notons qu'au SLSJ, seuls le sapin et le cèdre sont récoltés.

**Tableau 3.6**  
**Potentiel de marché des PFNL dans le secteur des produits ornementaux**

	Potentiel	Marchés
Sapin baumier	●	I, N, P
Pin blanc	●	I, N, P

Légende : ◆ Faible ■ Moyen ● Bon ★ Très bon

L : local, P : provincial, N : national, I : international

Source : CEPAF, 2008.

### 3.2.6 SOMMAIRE

Le Tableau 3.7 résume les principales tendances de marché observées sur les différents marchés des PFNL étudiés, soit principalement la localisation des marchés, les contraintes d'entrée, l'approvisionnement, la main-d'œuvre, la croissance et les perspectives des secteurs, le niveau de la demande ainsi que les facteurs qui l'influencent, les lois et règlements ainsi que les principales clientèles. De façon générale, on constate que :

- la réglementation est une contrainte d'entrée dans la majorité des secteurs ;
- la main-d'œuvre et notamment les cueilleurs nécessitent une formation ;
- la concurrence est de plus en plus vive dans les différents secteurs ;
- outre le secteur des produits ornementaux, les perspectives des secteurs sont bonnes, notamment pour les produits naturels et certifiés ;
- la demande pour les PNFL est en forte croissance, sauf dans le secteur des produits ornementaux.

<sup>30</sup> LEGAL. Gérald. Les PFNL au Québec, février 2007, [http://ntfpnetwork.ca/fr/provincial\\_profiles/quebec\\_fr](http://ntfpnetwork.ca/fr/provincial_profiles/quebec_fr)

**Tableau 3.7**  
**Sommaire des tendances de marché par secteur**

Critères	Produits alimentaires	PSN et aliments fonctionnels (AF)	Produits aromatiques et manufacturiers	Produits ornementaux
<b>Localisation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Frais : L, P, N</li> <li>Transformés : L, P, N,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>P, N, I</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>P, N, I</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>L (5%), I (95%)</li> </ul>
<b>Contraintes d'entrés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Réglementation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Réglementation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Réglementation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Arbres : gros volumes</li> <li>Couronnes : originalité et qualité</li> </ul>
<b>Approvisionnement</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Saisonnier</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>PSN : annuel</li> <li>AF : saisonnier/ annuel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Annuel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Saisonnier</li> </ul>
<b>Main-d'œuvre</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Formation des cueilleurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Formation des cueilleurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Formation des cueilleurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pénurie</li> </ul>
<b>Croissance du secteur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Oui, de plus en plus de concurrence</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Oui, concurrence en augmentation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Oui, concentration des acteurs au niveau international</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Oui</li> </ul>
<b>Perspectives</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>En expansion pour produits certifiés et naturels</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>En expansion pour produits certifiés et naturels</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>En expansion pour produits certifiés et naturels</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Expansion lente</li> </ul>
<b>Demande</b>	↗	↗	↗	Faible ↗
<b>Facteurs influençant demande</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vieillesse de la population</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vieillesse de la population</li> <li>Non croyance dans les thérapies classiques</li> <li>Prévention des maladies</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Croyance dans l'aromathérapie et phytothérapie</li> <li>Demande pour arômes naturels</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lieu de production</li> <li>Qualité</li> <li>Originalité</li> <li>Prix</li> </ul>
<b>Lois et règlements</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Frais : MRNF, MDDEP, certificats phytosanitaires (exportation)</li> <li>Transformés : MAPAQ, ACIA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>PSN : ACIA, MAPAQ</li> <li>AF : MRNF, MDDEP, certificats phytosanitaires (exportation)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Santé Canada pour les huiles destinées au PSN</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Certificats phytosanitaires (exportation)</li> </ul>
<b>Clientèle</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Couple avant enfants</li> <li>Haut niveau d'éducation</li> <li>Salaire élevé</li> <li>30 ans et plus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Couple avant enfants</li> <li>Haut niveau d'éducation</li> <li>Salaire moyen à élevé</li> <li>30 ans et plus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diversifiée</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tout âge</li> <li>Prédominance des 30-60 ans</li> <li>Familles</li> <li>Salaires moyens à élevés</li> </ul>

L : local, P : provincial, N : national, I : international

Source : CEPAF. 2008.

### 3.3 RÉGLEMENTATIONS ET CERTIFICATIONS

#### 3.3.1 RÉGLEMENTATIONS

##### RÉGLEMENTATIONS PROVINCIALES

Au Québec, très peu de lois restreignent l'exploitation des PFNL, si ce n'est que la **Loi sur les espèces menacées ou vulnérables** relevant du ministère du Développement durable, Environnement et Parcs. À ce jour, 68 espèces de la flore sauvage sont considérées comme menacées<sup>31</sup>.

##### RÉGLEMENTATIONS NATIONALES

Au Canada, les ministères impliqués dans l'exploitation des PFNL sont l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA), Environnement Canada (EC) et Santé Canada (SC). L'ACIA veille plus précisément à l'application de la **Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation alimentaire** et à l'émission des certificats phytosanitaires nécessaires pour les produits étant exportés. Environnement Canada est pour sa part responsable de l'application de la **Convention sur le commerce international des espèces de faune et de flore sauvages menacées d'extinction (CITES)**, un accord international visant le contrôle des échanges internationaux d'espèces animales et végétales qui sont, ou pourraient être, menacées de surexploitation commerciale. Santé Canada régit finalement le **Règlement sur les produits de santé naturels (RPSN)**, un règlement qui spécifie notamment les dispositions sur les licences de mise en marché, les licences d'exploitation, les bonnes pratiques de fabrication, l'étiquetage et les dispositions pour les allégations sur la santé<sup>32</sup>.

#### 3.3.2 CERTIFICATIONS

Tel que mentionné précédemment, la certification des produits est un critère de plus en plus requis sur les marchés où sont commercialisés les PFNL. L'obtention d'une certification pour un produit peut comporter des avantages pour l'entreprise. De par le fait qu'elle est accordée par un organisme neutre et indépendant, une certification apporte de la crédibilité aux prétentions de qualité d'un produit. Elle garantit également le respect de certaines conditions ou caractéristiques recherchées par le marché, ce qui favorise la confiance des acheteurs et des consommateurs finaux. Une certification comporte toutefois généralement un coût, qui doit être considéré dans la décision de se certifier ou non.

##### LES CERTIFICATIONS BIOLOGIQUES

Les entreprises commercialisant des PFNL ont la possibilité d'apposer une certification biologique à leurs produits. Parmi celles-ci, figurent les certifications ÉcoCert, Québec Vrai et OMRI.

<sup>31</sup> MDDEP. Plantes menacées ou vulnérables au Québec, <http://www.mddep.gouv.qc.ca/biodiversite/especes/index.htm>.

<sup>32</sup> UNIVERSITÉ DE MONCTON. Étude de préféabilité pour la valorisation des produits forestiers non ligneux dans le nord du Nouveau-Brunswick, 31 mars 2011.

La certification **ÉcoCert** a été mise en place en 1995. Cette dernière est fortement implantée au Québec et est reconnue dans toutes les provinces du Canada. La compétence et la rigueur des contrôles effectués par cet organisme sont reconnues dans le cadre de leur accréditation, selon la norme ISO Guide 65, accordée par le CARTV<sup>33</sup>.

La certification québécoise **Québec Vrai** (OCQV) a été mise sur pied par le MAPAQ en 1990. La certification québécoise Québec Vrai est soutenue par la FABQ (Fédération d'agriculture biologique du Québec)<sup>34</sup>.

L'« **Organic Materials Review Institute** » (OMRI) est un organisme américain à but non lucratif. Il a pour mandat de déterminer les produits pouvant être utilisés dans le cadre de la production ou de la transformation de tout produit visant à obtenir une certification biologique. Cette certification américaine est accordée par le USDA National Organic Program (Normes NOP du United States Department of Agriculture)<sup>35</sup>.

### LES CERTIFICATIONS DE PROVENANCE

La certification « **Aliments du Québec** » vise à promouvoir les aliments du Québec. Seuls les produits entièrement québécois ou composés d'un minimum de 85% d'ingrédients d'origine québécoise, et ce, à condition que tous les ingrédients principaux proviennent du Québec, peuvent obtenir la certification. Toutes les activités de transformation et d'emballage doivent également être réalisées au Québec. La certification « **Aliments préparés du Québec** » vise à promouvoir les produits transformés au Québec. Pour obtenir la certification, un produit doit être entièrement transformé et emballé au Québec. Lorsque les ingrédients principaux sont disponibles au Québec en quantité suffisante, ils doivent être utilisés<sup>36</sup>.

### LES CERTIFICATS DE COMMERCE INTERNATIONAL (CCI)

Les fabricants de PSN peuvent obtenir deux types de certificats de commerce international pour faciliter l'exportation de leurs produits. Ces certificats sont émis par la Direction des produits de santé naturels (DPSN) de Santé Canada. À l'heure actuelle, ces derniers sont délivrés gratuitement quoique des frais de service pourraient être mis en place dans un proche avenir.

#### **Certificat de commerce international pour les produits de santé naturels (PSN)**

Ce certificat est émis pour les PSN qui possèdent une « licence de mise en marché valide sous la forme d'un numéro de produit naturel (NPN) ou d'un numéro de remède homéopathique (DIN-HM) et qui sont fabriqués, emballés et étiquetés dans des établissements qui

---

<sup>33</sup> ÉCOCERT. Site officiel, <http://www.ecocert.com/>.

<sup>34</sup> QUÉBEC VRAI. Site officiel, <http://www.quebecvrai.org/>.

<sup>35</sup> OMRI. Site officiel, <https://www.omri.org/>.

<sup>36</sup> ALIMENTS DU QUÉBEC. Site officiel, <http://www.alimentsduquebec.com/>. Peut être considéré comme un aliment préparé au Québec tout produit dont plus de 50 % des ingrédients sont d'origine québécoise et dont au moins 80 % des frais reliés aux activités de transformation et d'emballage sont encourus au Québec.

détiennent une licence d'exploitation valide ». Il est propre au pays et au produit puisqu'il désigne un produit et un pays comme pays de destination<sup>37</sup>.

### **Certificat de commerce international de conformité envers les bonnes pratiques de fabrication (BPF)**

Ce certificat est quant à lui délivré aux établissements qui possèdent une licence d'exploitation valide. Il identifie la date de délivrance, les activités autorisées et la date d'expiration de la licence d'exploitation. Il s'adresse aux établissements situés au Canada ayant une licence d'exploitation.

### **LES CERTIFICATIONS FORESTIÈRES**

La certification **Forest Stewardship Council** (FSC) a pour but d'assurer une gestion des forêts responsable sur le plan environnemental, socialement bénéfique et économiquement viable via une gamme de principes et de critères d'aménagement forestiers reconnus et appliqués à l'échelle internationale. Bien que la majorité des principes visent la production du bois, certains d'entre eux s'appliquent également aux produits forestiers non ligneux. Deux types de certification sont présentement disponibles : le certificat de l'aménagement forestier et celui de la chaîne de traçabilité<sup>38</sup>. Aucune entreprise de PFNL ayant participé à l'enquête n'a indiqué détenir cette certification.

### **LES CERTIFICATIONS DE CUEILLETTE DURABLE**

Au Canada et à l'échelle internationale, les certifications de cueillette durable des PFNL sont de plus en plus requises par les acheteurs et notamment pas les grandes chaînes d'alimentation. Par exemple, la chaîne d'alimentation Atlantic Superstore exige que toutes les fougères têtes de violon possèdent une certification de cueillette durable. Ces certifications ont pour but de garantir que le produit offert ait été récolté selon des pratiques qui assurent la régénération des ressources et qui réduisent leur épuisement. La certification **Good Agriculture Collection Practices** fait partie des celles-ci. Cette dernière, développée par l'industrie des PFNL en collaboration avec Agriculture Agroalimentaire Canada, certifie que les cueilleurs commercialisant des PFNL aient suivi une formation sur la récolte durable<sup>39</sup>.

---

<sup>37</sup> SANTÉ CANADA, Direction des produits de santé naturels. Demande de certificat de commerce international pour les produits de santé naturels, avril 2010, [http://www.hc-sc.gc.ca/dhp-mps/alt\\_formats/pdf/prodnatur/applications/int-certificat/doc/itc\\_cci-pol-fra.pdf](http://www.hc-sc.gc.ca/dhp-mps/alt_formats/pdf/prodnatur/applications/int-certificat/doc/itc_cci-pol-fra.pdf).

<sup>38</sup> FSC. Site officiel, <http://www.fsc.org/certification.4.htm>.

<sup>39</sup> UNIVERSITÉ DE MONCTON. Étude de préfaisabilité pour la valorisation des produits forestiers non ligneux dans le nord du Nouveau-Brunswick, 31 mars 2011.

### 3.4 LES INITIATIVES D'ORGANISATION DU SECTEUR AU QUÉBEC ET AILLEURS

Tel que mentionné précédemment, le secteur des PFNL a connu un intérêt accru dans plusieurs provinces canadiennes et pays développés au cours des dernières années. Cette section dresse un portrait des quelques initiatives d'organisation dans le secteur des PFNL au Québec, au Canada ainsi qu'à l'échelle internationale.

#### 3.4.1 INITIATIVES QUÉBÉCOISES ET ORGANISATION ACTIVES DANS LE SECTEUR

Au cours des dernières années, plusieurs initiatives ont été mises en place dans diverses régions du Québec. C'est le cas par exemple du Centre-du-Québec qui a récemment dressé le portrait de sa forêt régionale et inventorié les PFNL disponibles sur son territoire<sup>40</sup> et de la région de Lanaudière qui a réalisé un répertoire des entreprises de PFNL présentes dans sa région. La région de la Gaspésie demeure toutefois le leader en matière d'initiatives dans le secteur des PFNL. Cette dernière compte d'ailleurs plusieurs organisations actives dans le domaine (Groupement agroforestier de la Ristigouche, Comité régional PFNL – Gaspésie, etc.). Parmi les initiatives entreprises par la région figurent la tenue de colloques, la réalisation de fiches technique sur les PFNL de la Gaspésie (collaboration entre l'Union des producteurs agricoles de la Gaspésie\Les Îles, Développement économique Canada et de Ressources naturelles Canada) et la réalisation d'un plan de développement des PFNL (Gaspésie). En 2005, un groupe d'individus impliqués dans la collecte des champignons forestiers a fondé l'Association des cueilleurs de champignons forestiers (ACCHF) avec pour objectif de favoriser la formation d'un maximum de cueilleurs de champignons. Plusieurs centaines de cueilleurs ont ainsi été formés et des collaborations avec des institutions d'enseignement (Cégep de St-Félicien, ITA La Pocatière et autres) ont été établies pour multiplier les lieux de formation dans la province.

À l'échelle provinciale, le MAPAQ a récemment convoqué l'ensemble des intervenants du secteur des PFNL du Québec à un forum, le 21 juin dernier, visant à évaluer l'intérêt pour la mise en place d'un regroupement d'entreprises de PFNL du Québec. Lors de cette rencontre, qui incluait également des représentants d'autres ministères (dont le MDDEP), les représentants du MAPAQ ont clairement signifié aux entreprises du secteur des PFNL présentes qu'il était dans leur intérêt de se regrouper au sein d'une organisation. De cette façon, les organismes qui viennent en soutien au secteur auraient un interlocuteur représentatif afin de traiter des nombreuses questions relatives à la structuration et au développement du secteur au Québec.

Lors de ce forum, le MAPAQ a d'ailleurs présenté une version de travail d'un cahier des charges sur la collecte et la manutention des champignons sauvages comestibles à potentiel commercial. Ce cahier des charges vise à définir les pratiques de récolte durable des champignons sauvages comestibles à potentiel commercial (CSCPC) au Québec et à encourager leur application pour rassurer les consommateurs d'une part et responsabiliser les cueilleurs d'autres part. Il a été élaboré notamment avec le concours de l'ACCHF.

---

<sup>40</sup> Portrait de la forêt centricoise dans le cadre du Plan régional de développement intégré des ressources et du territoire du Centre-du-Québec. Les produits forestiers non ligneux ou PFNL. Regroupement Agroforestier centricois, Gilles Théberge, novembre 2009.

On retrouve également au Québec plusieurs organisations qui s'intéressent de près ou de loin au secteur des PFNL. Le secteur peut compter sur des institutions d'enseignement, de formation et de transfert, des entreprises de R&D, des ministères et organismes gouvernementaux, des organismes régionaux ou locaux de développement économique, des regroupements ou associations, en un nombre significatif d'entreprises directement impliqués dans le marché des PFNL. Le Tableau 3.8 présente les principales organisations qui sont en mesure de jouer un rôle auprès du secteur des PFNL et de ses entreprises.

**Tableau 3.8**  
**Principales organisations impliquées dans le secteur des PFNL au Québec**

Organisation	Rôle (s)
ITA La Pocatière (Biopterre anciennement CEPAF)	Recherche appliquée, transfert de connaissance
Cégep de Victoriaville	Évaluation des impacts sociaux des PFNL
AAC	Recherche, diffusion d'information
MAPAQ	Concertation, encadrement et réglementation, appui au développement
MRNF/MDDEP	Réglementation (régime forestier, qualité de l'environnement)
CRAAQ, comité ad-hoc PFNL (issu du comité agroforesterie)	Concertation, réflexion, transfert de connaissance
ACCHF	Formation des cueilleurs, standardisation des pratiques
MAMROT, Groupe de travail sur les produits de spécialité	Analyse, appui au développement des initiatives régionales
CRÉs, CLDs, Créneaux Accord	Concertation régionale, soutien au développement, financement d'actions
Réseau des Forêts modèles,	Recherche, transfert et formation, aménagement durable de la forêt, appui au développement
Coopératives de solidarité, coopératives forestières	Récolte et/ou regroupement de l'offre, transformation, commercialisation, formation
La Sève (UQAC)	Recherche (laboratoire d'analyse et de séparation des essences végétales)
VégétoLab	Recherche et développement (protocoles et multiplication de plantes en laboratoire)
INAF (ULaval) et autres chercheurs ULaval	Recherche sur les aliments fonctionnels et nutraceutiques
Université de Montréal	Recherche en biologie végétale

### 3.4.2 INITIATIVES CANADIENNES

#### RÉSEAU CANADIEN DES PFNL <sup>41</sup>

Réseau Canadien des PFNL est une organisation pancanadienne qui œuvre au développement durable et éthique des produits forestiers non ligneux au Canada, au profit des collectivités rurales et éloignées. Il est issu d'un partenariat entre des organisations, des organismes, des entreprises et d'autres groupes qui appuient le développement durable et éthique du secteur des produits forestiers non ligneux au Canada. Il vise principalement le renforcement des capacités à développer une expertise, à mettre en commun des connaissances et à prendre des décisions éclairées pour permettre aux intervenants de collaborer plus efficacement au développement et à la gestion de ces ressources. Parmi les initiatives mise en place par le Réseau figure la publication d'un bulletin sur les PFNL, la réalisation de profils par province, des démarches pour améliorer la collecte de données statistiques sur le secteur (notamment dans les données SH de Statistique Canada), un annuaire des intervenants, et divers autres texte de référence sur la documentation disponible et les lois et règlements.

#### COLOMBIE-BRITANNIQUE

À l'échelle canadienne, la Colombie-Britannique fait partie des chefs de file en matière de développement de l'industrie des PFNL. Plusieurs initiatives reliées aux PFNL ont été entreprises par différentes organisations tels que les ministères provinciaux (Ministry of Forests and Range, etc.), les premières nations et la Royal Roads University (Centre for Non Timber Resources). Parmi celles-ci figurent la Mountain Pine Beetle mitigation strategies, le Forest and Range Practices Act Forest Resource Evaluation Program (FRPA/FREP) ainsi que le Forest Stewardship planning<sup>42</sup>.

Le Centre for Non Timber Resources a également mis en place un répertoire des entreprises présentes sur le secteur des PFNL (Buy BCwild Directory) en Colombie-Britannique. Ce guide gratuit, comprenant plus de 200 entreprises, a pour but d'accroître la connaissance des consommateurs quant à l'abondance des PFNL présents en Colombie-Britannique et de favoriser ainsi l'achat local<sup>43</sup>.

#### PROVINCES ATLANTIQUES

Les provinces atlantiques ont également mis en place, en collaboration avec le Maine, un répertoire des entreprises et des organisations de l'industrie des PFNL (From Our Atlantic Woods). En plus de viser à montrer la multitude des PFNL produits dans les régions atlantiques, ce répertoire a pour but d'encourager les maillages entre les producteurs afin qu'ils partagent leurs ressources et leur expertise. Parmi les organismes participant à cette initiative, on retrouve INFOR, un organisme néo-brunswickois dont la mission est de fournir des informations sur les industries du sapin de Noël, de l'érable et des lots boisés privés, le ministère des Ressources naturelles de la Nouvelle-Écosse, le ministère de l'Environnement,

<sup>41</sup> NTFP Network of Canada, Réseau Canadien des PFNL, <http://www.ntfpnetwork.ca/fr/>.

<sup>42</sup> MINISTRY OF FORESTS, LANDS AND NATURAL RESOURCE OPERATIONS. Non-Timber Forest Products, <http://www.for.gov.bc.ca/hre/ntfp/>.

<sup>43</sup> BUY BC WILD. Site officiel, <http://www.buybcwild.com/>.

de l'Énergie et de la Foresterie de l'Île-du-Prince-Édouard, l'Agence de foresterie et d'agroalimentaire de Terre-Neuve-et-Labrador ainsi que l'université du Maine<sup>44</sup>.

D'autres provinces ont également mis en place certaines initiatives pour soutenir le développement de leur industrie des PFNL comme le Manitoba, la Saskatchewan et les Territoires du Nord-Ouest. Gérald LeGal qui est un membre actif du Réseau Canadien des PFNL et qui connaît bien les différentes initiatives canadiennes en matière de PFNL a indiqué lors d'une présentation réalisée dans le cadre du Forum PFNL du MAPAQ en juin dernier que le secteur québécois n'aurait rien à envier aux autres provinces et qu'il faudrait plutôt regarder du côté de l'Espagne, de la Finlande et de l'Écosse pour avoir des modèles d'organisation inspirant du secteur des PFNL. Sans décrire en détail ces initiatives, en voici les grandes lignes.

### 3.4.3 INITIATIVES ÉTRANGÈRES

#### FINLANDE

En Finlande, l'**association Arktiset Aromit**, fondée en 1993 et oeuvrant dans le secteur des produits naturels (baies sauvages, champignons, herbes aromatiques et autres produits naturels spéciaux) vise à promouvoir la récolte des produits sauvages, leur transformation, leur utilisation ainsi que l'amélioration de la qualité des produits. Ses principales responsabilités consistent notamment à :

- « mettre en place des campagnes nationales pour accroître la récolte et la consommation de ces produits
- améliorer la qualité des matières premières et des produits
- organiser et développer la formation
- suivre l'évolution dans le domaine en Finlande et au niveau international
- soutenir les activités de recherche dans le domaine et communiquer des informations aux entreprises exerçant
- aider ses membres à élargir ses réseaux et à trouver des partenaires de coopération<sup>45</sup> ».

#### ÉCOSSE

En Écosse, l'**association Reforesting Scotland** vise à encourager les pratiques forestières durables tant sur les plans environnemental qu'économique et à développer l'utilisation des produits forestiers produits localement. Au niveau des PFNL, l'association a soutenu plusieurs projets tels que :

- la réalisation de séminaires sur la production et la commercialisation des PFNL,
- le développement d'un site Internet (ForestHarvest website) dédié à fournir de l'information sur les PFNL disponibles dans la forêt écossaise (statistiques, potentiel de marché, études de cas d'entreprises en opération, etc.),
- le Rural Alternatives Shared Futures, un projet visant à supporter 4 communautés dans le développement du secteur des PFNL, et
- la réalisation de recherche marketing (étiquetage durable, etc.)<sup>46</sup>

<sup>44</sup> FROM OUR ATLANTIC WOODS. Site officiel, <http://www.fromouratlanticwoods.com/fr/index.php>.

<sup>45</sup> ARCTIC-FLAVOUR. Site officiel, <http://www.arctic-flavours.fi/fr/arktiset+aromit/notre+association/>.

## ESPAGNE

La cueillette de champignons forestiers est une tradition de longue date qui fait partie donc partie des mœurs des espagnols. L'Espagne compte donc un très grand nombre de cueilleurs partout dans le pays (plus de 500 000 adeptes). Les cueilleurs, qui pour la grande majorité récoltent pour leur propre utilisation, peuvent compter sur des postes d'achat répartis un peu partout sur le territoire, dans les zones de cueillette les plus productives, pour vendre leurs surplus à acheteurs qui les commercialisent. À ces adeptes du loisir de la collecte de champignons s'ajoutent des cueilleurs qui compte sur cette activité comme source de revenu d'appoint et qui peuvent, bon a, mal an, gagner quelques milliers d'euros par cette activité. Étant donné ce grand nombre de cueilleurs et l'important impact de ce secteur sur l'activité économique des régions rurales tant au plan récréotouristique que comme source de revenu d'appoint pour les résidents, des initiatives ont été mise en place pour assurer une exploitation durable de la ressource. Ces initiatives visent la mise en place de ressources permettant de connaître les inventaires de ressources et de planifier la collecte en conséquence. Elles visent également à assurer un certain contrôle sur l'accès à la ressource pour limiter les conflits d'usage et garantir la structuration et la pérennité de la ressource<sup>47</sup>.

---

<sup>46</sup> REFORESTING SCOTLAND. Site officiel, <http://www.reforestingscotland.org/index.php>.

<sup>47</sup> Information transmise par Aldéi Darveau, communication personnelle, juillet 2012.

## 4. DIAGNOSTIC DES ENJEUX ET BESOINS DES ENTREPRISES DU SECTEUR DES PFNL AU SLSJ

---

Au cours de l'été 2012, des consultations ont été réalisées auprès des entreprises et intervenants du secteur des PFNL du Saguenay–Lac-St-Jean (SLSJ). Deux rencontres de consultation en groupe ont eu lieu les 24 et 25 juillet à Normandin et Alma. Sur la trentaine d'individus ou organisation invités, un total de 11 personnes ont participé. Des entrevues téléphoniques ont également été réalisées avec certains intervenants.

Les différents sujets qui ont été abordés lors de ces consultations de groupe ou individuelles ont été les suivants :

- Les enjeux du secteur en général
- L'approvisionnement
- La main-d'œuvre
- La saisonnalité des activités
- La R&D et le développement de produits
- La mise en marché et le développement des marchés
- La concertation
- Les priorités de travail à l'échelle régionale
- L'encadrement réglementaire

Les participants ont également eu à se prononcer sur le choix des objectifs que le secteur des PFNL du SLSJ devrait se fixer à moyen long terme et sur la priorité à donner aux différents enjeux et actions évoqués au cours des discussions. Cette section présente le sommaire de ces consultations et apporte certains éléments d'analyse complémentaires.

### 4.1 L'APPROVISIONNEMENT

L'approvisionnement est ressorti comme étant l'enjeu numéro 1 pour la très forte majorité des intervenants. Les principales problématiques énoncées sont décrites ci-dessous.

#### 4.1.1 LES DIFFICULTÉS DE LOCALISATION DE LA RESSOURCE ET D'ORGANISATION DE LA CUEILLETTE

Très **peu de données d'inventaires sont disponibles pour appuyer le repérage de la ressource** sur le terrain. Lorsque les données sont disponibles, leur qualité ne permet pas toujours de prédire efficacement la présence de la ressource. La difficulté d'identifier les lieux de peuplement propices à la cueillette, notamment en raison de la variabilité des périodes de cueillette a aussi été mentionnée.

Les inventaires réalisés ont permis de confirmer que **la ressource est présente sur le territoire**. La difficulté est d'aller chercher le produit en forêt. Comme chaque cueilleur ne

peut récolter qu'une quantité limitée, **il faut un grand nombre de cueilleurs pour obtenir un approvisionnement suffisant**. Toutefois, pour que cette activité puisse être rentable, tant pour les cueilleurs que pour les entreprises qui achètent la ressource, **il faut que la récolte soit davantage structurée**. Un moyen pourrait être le développement de postes d'achats répartis sur le territoire puisque la ressource est très dispersée sur le territoire et qu'il faut donc couvrir un grand territoire pour rassembler une masse critique de produit. À l'heure actuelle, il n'y a que des postes d'achat au Lac-St-Jean et aucune au Saguenay.

Il apparaît donc qu'un des plus gros défis est **l'organisation de la cueillette**. Dans l'Ouest par exemple, il y a des camions réfrigérés avec des cueilleurs un peu partout sur le territoire ce qui permet de sortir la ressource avec une grande efficacité et un bon contrôle de qualité. La grande quantité de cueilleurs justifie la présence de ces acheteurs, ce qui n'est pas le cas au Québec. D'ailleurs, beaucoup de cueilleurs québécois se rendraient dans l'Ouest pour cueillir, sachant qu'ils pourront vendre leurs produits à ces postes d'achat. Le fait que deux grandes entreprises contrôlent le marché dans cette province faciliterait l'organisation de la collecte puisque ces dernières disposent de moyens pour mettre en œuvre une telle organisation.

Parmi les pistes de solution évoquées pour améliorer l'accès à la ressource figure une **plus grande concertation qui pourrait être faite avec les propriétaires de forêt privée**. Certaines initiatives sont déjà en cours et donnent de bons résultats. Les terres privées ont l'avantage d'être bien connues de leurs propriétaires qui savent où se situe la ressource et qui entretiennent leur propriété dans une perspective de durabilité. Toutefois, les boisés privés sont souvent des plantations et, de ce fait, ont une diversité limitée de PFNL (champignons ou autres). De plus, plusieurs propriétaires demeurent réticents à voir des étrangers venir cueillir sur leurs terres et sont prudents, voire sceptiques à l'égard de ce nouveau débouché.

Certains intervenants ont fait valoir qu'à mesure que la cueillette va se développer, il faudra prévoir des mécanismes pour s'assurer de **prévenir et limiter les conflits d'usage** du territoire. « Il pourrait y avoir des « claims » sur les talles de champignon ». Certaines personnes qui ont arpenté un territoire depuis plusieurs années et qui ont identifié des sites où il y a abondance de ressources ne voudraient pas voir d'autres personnes venir récolter ces ressources par la suite. Il existe des systèmes de ce type en Espagne notamment. Le plus important demeure toutefois la certification des cueilleurs pour garantir la préservation des sites et la pérennité de la ressource.

#### 4.1.2 LE NOUVEAU RÉGIME FORESTIER

La très forte majorité de la collecte des PFNL se réalise en forêt publique. Pour être en mesure d'évaluer le potentiel de développement du secteur et de faire fructifier ce potentiel, il est nécessaire de **connaître les volumes et la localisation des ressources disponibles** et de pouvoir y avoir accès. Or, de nombreux obstacles persistent à ce chapitre.

La réalisation d'inventaires est un exercice coûteux, qui ne peut être réalisé par les entreprises à l'échelle individuelle. Les inventaires forestiers réalisés à l'heure actuelle, ne tiennent que très rarement compte des PFNL et sont essentiellement axés sur la collecte et

l'aménagement des ressources ligneuses. Le gouvernement du Québec procède actuellement à une refonte du régime forestier avec la nouvelle Loi sur l'aménagement durable du territoire forestier, sanctionnée en avril 2010. Cette loi veut marquer un tournant dans la gestion de la forêt publique au Québec en mettant au centre des préoccupations la durabilité (biodiversité, approche écosystémique, conservation des ressources) et la considération des besoins et valeurs des populations locales. Le Ministère est ainsi appelé à jouer un rôle plus important dans le contrôle et la gestion des ressources de la forêt :

*« Le Ministère est responsable de l'aménagement durable des forêts du domaine de l'État et de leur gestion, ce qui signifie qu'à partir du 1er avril 2013, il réalisera la planification forestière, le suivi et le contrôle des interventions forestières, ainsi que le mesurage des bois. Le Ministère demeure également responsable de l'attribution des droits forestiers. [...] De plus, il pourra déléguer la gestion de territoires et de certaines ressources à une communauté autochtone, une municipalité, une personne morale ou un organisme, notamment en délimitant des forêts de proximité. Cette Loi sur l'aménagement durable du territoire forestier remplacera, le 1er avril 2013, la Loi sur les forêts (L.R.Q., c. F-4.1). »<sup>48</sup>*

Le mode de gouvernance de la forêt publique a et continuera d'avoir une incidence majeure sur le développement du secteur des PFNL, tant au Saguenay–Lac-St-Jean qu'ailleurs au Québec. Le nouveau régime forestier prévoit trois niveaux d'instances décisionnelles<sup>49</sup> :

- Provincial : la Stratégie d'aménagement durable des forêts (SADF) établit la vision, les orientations et les cibles pour 2016.
- Régional : le Plan d'affectation du territoire public (PATP) établit les orientations générales qui balisent les actions des ministères et organismes gouvernementaux qui gèrent les terres et les ressources du domaine de l'État et le Plan régional de développement intégré des ressources du territoire (PRDIRT). Sous la responsabilité des CRÉ, via les commissions régionales sur les ressources naturelles et le territoire (CRRNT), il détermine les orientations et priorités en matière de développement. Il s'agit du lieu par excellence pour influencer les orientations en matière de développement du territoire pour les PNFL.
- Local : via les Plans d'aménagement forestier intégré tactique (PAFIT) et opérationnel (PAFIO), les directions générales régionales du MRNF en collaboration avec les tables locales de Gestion intégrée des ressources et du territoire (GIRT) prennent en charge les aspects administratifs de la planification. Elles fixent les objectifs locaux d'aménagement durable et s'assurent des mesures d'harmonisation des usages. C'est le lieu par excellence de concertation des utilisateurs locaux de la forêt.

---

48 Tiré de : <http://www.mrnf.gouv.qc.ca/forets/gestion/nouveau-regime-2013.jsp>, consulté en ligne en juillet 2012.

49 MRNF 2010, Guide sur la gestion intégrée des ressources et du territoire : son application dans l'élaboration des plans d'aménagement forestier intégré. <http://www.mrnf.gouv.qc.ca/publications/forets/amenagement/guide-GIRT.pdf>  
Consulté en ligne en juillet 2012.

## Questions

**Le nouveau régime forestier pourra-t-il apporter des changements favorables au développement des entreprises de PFNL? Comment le secteur pourra-t-il faire entendre sa voix auprès des instances décisionnelles à l'échelle locale, régionale et provinciale? Quelle est la meilleure stratégie d'intervention?**

## 4.2 LA MAIN-D'ŒUVRE

### 4.2.1 LE RECRUTEMENT DES CUEILLEURS

Tous les intervenants font face à la **pénurie de cueilleurs** pour parvenir à rassembler des volumes de produits suffisants pour faire croître leurs activités commerciales. **La difficulté de recrutement des cueilleurs est vécue par toutes les entreprises, quel que soit le modèle d'opération.** Les **conditions de travail difficiles en forêt** expliqueraient en bonne partie les difficultés de recrutement : « le travail en forêt, ce n'est pas pour tout le monde ». La « peur » du bois jouerait également un rôle. Ça prend un profil de travailleurs qui est prêt à travailler dans ces conditions difficiles, tout comme les travailleurs forestiers.

*En réponse à cette problématique, la coopérative forestière de Girardville a choisi de former ses travailleurs forestiers à la cueillette des PFNL, qui en font donc une activité professionnelle à part entière. La prospection de la ressource est effectuée à l'avance et une équipe de cueilleur accompagnée d'un contremaître est envoyée sur le terrain une fois la ressource localisée pour en faire la récolte (champignons et autres PFNL). Leur approvisionnement est aussi complété par des produits provenant d'autres cueilleurs ou entreprises.*

Tous s'entendent pour dire que les deux modèles, soit les cueilleurs professionnels et les cueilleurs amateurs ou indépendants, peuvent et doivent cohabiter. « On a besoin de tous les cueilleurs pour assurer un approvisionnement suffisant ».

*À titre comparatif, la Finlande qui a une taille de population (5,2 M) semblable à celle du Québec (8,0 M), possède un secteur des PFNL bien développé qui crée entre 35 000 et 50 000 emplois de cueilleurs durant la haute saison<sup>50</sup>. Les activités de cueillette et de transformation sont entre autres organisées par Arktiset Aromit, une association spécialisée dans la promotion de la récolte, la transformation, l'utilisation, l'amélioration de la qualité des produits sauvages et la formation de cueilleurs<sup>51</sup>.*

<sup>50</sup> GROUPE DE TRAVAIL SUR LA MISE EN MARCHÉ DES PRODUITS DE SPÉCIALITÉ. Tome 2, Rapport documentaire : problématiques, pratiques commerciales et modèles d'affaires en vente directe, réseaux courts et longs, 2011.

<sup>51</sup> ARKTISSET AROMIT. Site officiel, <http://www.arctic-flavours.fi/en/frontpage/>.

La saisonnalité des emplois constitue donc un enjeu important qui entraîne des difficultés de recrutement de la main d'œuvre pour les entreprises de PFNL. Or, la réforme de l'Assurance-emploi annoncée par le gouvernement canadien constitue une menace supplémentaire. En effet, plusieurs intervenants craignent que cette réforme oblige les travailleurs saisonniers à accepter des emplois à l'année en dehors de leur champ traditionnel, ce qui priverait le secteur de son bassin de travailleurs traditionnels. Cette menace concerne d'ailleurs toute les industries qui reposent sur le travail saisonnier.

#### 4.2.2 LA FORMATION

La formation est aussi un sujet de préoccupation important. Traditionnellement, dans le secteur des champignons, ce sont les clubs de mycologues qui ont formé les cueilleurs, essentiellement dans un esprit amateur et non professionnel. Depuis quelques années, une expertise en formation s'est développée à l'initiative de l'ACCHF. Ces initiatives se multiplient partout au Québec dans plusieurs institutions d'enseignement publiques. Les intervenants s'entendent pour dire qu'**il faut que les institutions publiques demeurent impliquées et contribuent au développement de formations adaptées aux différents types de cueilleurs.**

Toutefois, beaucoup de gens sont intéressés à acquérir des connaissances et un savoir à l'égard des champignons ou des autres produits naturels présents en forêt. Ces individus ne veulent pas nécessairement en faire une activité rémunératrice. À titre d'illustration, sur les 300 personnes formées par l'ACCHF ou par les organisations reliées, seulement une centaine s'est montrée intéressée à vendre une partie de leur récolte à des entreprises qui les mettront en marché. Le reste des individus formés récoltent pour leur propre usage. Bien que la formation d'un grand nombre de personnes favorise la popularité des PNFL auprès de la population, **le secteur doit néanmoins s'assurer que les efforts investis dans les activités de formation puissent bénéficier d'abord et avant tout aux entreprises** qui ont des besoins en main-d'œuvre.

#### 4.3 LA DURABILITÉ DE LA CUEILLETTE

La **durabilité des modes de cueillette** est aussi une préoccupation pour plusieurs intervenants et entreprises. Il faut s'assurer que les cueilleurs récoltent la bonne partie de la plante pour permettre la repousse et ne pas endommager les sites de cueillette (champignons et plantes). Pour cela, il faut **s'assurer d'une formation adéquate des cueilleurs.**

Le **risque d'épuisement de la ressource** fait aussi partie des préoccupations, si, par exemple, une information sous forme de base de donnée géoréférencée était mise à la disposition de tous. Ce risque a toutefois été nuancé puisqu'il ne suffit pas de savoir où se situe la ressource pour mettre en œuvre la cueillette. Il y a tout une logistique à mettre en œuvre pour permettre d'aller chercher la ressource là où elle se trouve. Un intervenant a néanmoins mentionné que c'est ce type d'outil qui aurait été à l'origine de la quasi disparition de l'ail des bois.

#### 4.4 LA COMMERCIALISATION DES PRODUITS

La mise en marché des produits représente un autre défi de taille pour les entreprises. Plusieurs éléments ont été identifiés au cours des consultations :

La **disponibilité des produits représente un frein important à la pénétration des produits québécois et du SJSJ sur les marchés**, notamment le marché Montréalais qui représente le plus gros bassin de consommateurs à proximité. Les impératifs des distributeurs et des détaillants sont souvent méconnus des entreprises qui offrent des PFNL. Les distributeurs et détaillants doivent pouvoir compter sur un approvisionnement constant tant en termes de volume que de régularité. C'est la raison pour laquelle une part importante des PFNL vendus au Québec est constituée de produits importés. Pour faire face à cette réalité, il faut travailler sur deux fronts. D'abord sensibiliser les distributeurs, les détaillants et les cuisiniers aux produits québécois et régionaux. Ensuite mettre en œuvre des moyens pour assurer une meilleure constance dans la disponibilité des produits québécois et du SLSJ. Cet enjeu nous ramène bien entendu à la question de l'approvisionnement.

Outre les difficultés d'approvisionner le marché de manière constante, les **compétences en marketing et développement de marché des entreprises doivent être développées**. Les entreprises ont presque toutes exprimé un besoin en matière de soutien à la commercialisation et au développement de produits. Les besoins exprimés concernent l'élaboration de stratégies marketing, la connaissance du fonctionnement des réseaux de distribution, le calcul des prix de revient, le partage des frais de représentation et/ou de participation à des foires ou des salons, etc. Les moyens limités des entreprises, qui sont pour la majorité de petite ou très petite taille, limitent grandement les possibilités d'investissement dans des initiatives de communication-marketing, ne serait-ce que pour la conception et la gestion d'un site Internet. Par ailleurs, tous ne sont pas prêts à partager des informations stratégiques (clientèles, prix, etc.), ce qui limite les possibilités de mise en commun des efforts de communication-marketing ainsi que les possibilités de regroupement de l'offre permettant d'atteindre des marchés plus éloignés à un prix plus compétitif. Enfin, le besoin de statistiques permettant de mieux connaître les volumes et la valeur des PFNL produits, vendus, importés et exportés a aussi été évoqué.

La **grande variabilité des prix associés à l'abondance relative du produit** constitue aussi une difficulté pour les entreprises. Dans un tel contexte, il est difficile d'effectuer une planification financière et d'établir des prix constants pour les clients.

La **faible notoriété des PFNL** représente aussi un défi de taille pour les entreprises qui se retrouvent à devoir faire un travail d'éducation important auprès des consommateurs. Les entreprises du secteur sont unanimes quant au rôle que devraient jouer les intervenants gouvernementaux pour la promotion générique des PFNL et l'éducation du public et des consommateurs.

Enfin, la **difficulté d'assurer l'authenticité des produits locaux** a aussi été mentionnée comme un enjeu étant donnée la facilité avec laquelle ils peuvent être imités ou copiés par des produits de masse qui ont la même apparence mais pas les mêmes caractéristiques. Ce risque d'imitation des produits de spécialité par d'autres producteurs ou par de grandes entreprises réduit les bénéfices liés à l'innovation.

### Questions

**Quel est l'intérêt des entreprises pour se regrouper afin d'assurer la mise en marché de leurs produits? La coopérative des PFNL jouent-elles un rôle structurant pour le secteur au SLSJ? Comment envisager la mise en marché des produits dans un contexte d'entreprises non professionnalisées?**

## 4.5 L'ENCADREMENT RÉGLEMENTAIRE

Concernant l'implantation de **normes et de certification**, les intervenants consultés s'entendent sur le principe et soutiennent l'initiative actuelle du MAPAQ sur les champignons forestiers. Ils souhaitent que cette initiative s'étende éventuellement à d'autres PFNL. Les enjeux se situent au niveau de la manière d'appliquer et d'implanter les nouvelles normes. Par exemple, ces nouvelles normes pourraient signifier pour les cueilleurs indépendants qu'ils perdront leur « liberté de commerce » puisqu'ils ne pourront plus avoir un accès direct à la vente au détail et qu'ils devront passer par un grossiste à moins de se conformer aux exigences requises pour remplir les conditions de commerçant prévues au règlement. Or, ceci signifie des investissements importants, ce qui soulève leur mécontentement. Malgré cette résistance, c'est résolument dans cette direction que l'industrie souhaite aller. Le changement de culture que suppose l'implantation d'un tel cahier des charges représente certes un défi, mais ne constitue pas, selon les intervenants, une menace pour le développement de l'industrie. Cela devrait se faire naturellement au fur et à mesure de la professionnalisation de l'industrie et de l'implantation de la traçabilité.

Le **développement ou l'adoption d'une appellation régionale** pour les PFNL du SLSJ constitue également une avenue qui suscite l'intérêt des entreprises de la région. Toutefois, les risques d'imitation et de fausse information ont été mentionnés à plusieurs reprises et fait en sorte que certains ont des réticences à investir dans ce type d'initiative.

Concernant les appellations ou dénominations d'origine, il a été soulevé que les produits importés mais emballés au Québec peuvent porter l'inscription « Aliments préparés du Québec ». Bien que cette information doive être validée, un intervenant a fait valoir que si l'industrie était plus organisée, elle pourrait réagir à ce type de situation et faire valoir ses intérêts.

D'autre part, l'implantation d'une norme ou d'une certification peut engendrer des frais importants en matière d'équipements, de services-conseil, de révision de procédé, etc. Pour les entreprises de petite taille, ces investissements peuvent représenter un frein et ils ont manifesté le **besoin d'obtenir un soutien et un accompagnement adéquat**.

Cela dit, la région peut s'enorgueillir de compter la première entreprises de cueillette de champignons certifié bio au Canada (Au p'tit Grèbe) et une entreprise certifiée Écocert (Coop de Girardville), ce qui démontre la capacité des entreprises, même de petite taille, de répondre à de hauts standards de qualité. Toutefois, tous sont unanimes que ce n'est pas suffisant et que le secteur a besoin de producteurs certifiés, que ce soit pour la production bio ou non bio.

Concernant plus spécifiquement les produits de santé naturels, soumis à la Loi sur les produits de santé naturels, la lourdeur des démarches administratives (paperasse) pour obtenir les autorisations exigées constitue un enjeu. Il s'agit d'un processus complexe et coûteux pour les entreprises. Enfin, comme les PFNL sont souvent inconnus des officines pharmaceutiques, les producteurs peuvent devoir investir des sommes importantes pour les analyses en laboratoire.

### Questions

**Le secteur des PFNL du SLSJ souhaite-t-il miser sur le développement d'une certification ou d'une appellation régionale pour ses produits? Comment se positionner face aux produits concurrents, notamment les produits importés qui porteraient l'appellation « Aliments préparés au Québec »? Quel type de soutien peut être offert aux entreprises?**

## 4.6 LES INVESTISSEMENTS ET LES RESSOURCES EN R&D

Les entreprises impliquées dans la collecte et la transformation des PFNL autres que les champignons soutiennent qu'il existe un **immense potentiel de développement de produits à partir des PFNL**. Toutefois, l'exploitation de ce potentiel repose sur des activités de R&D et de développement qui exigent une expertise, des équipements et des moyens financiers importants. Alors que ces trois conditions sont réunies chez les grandes compagnies agroalimentaires ou biopharmaceutiques, les entreprises de la région se trouvent bien démunies. Elles peuvent certes compter sur une expertise interne, sur une expertise régionale de par la présence de chercheurs (Végétolab, La Sève, etc.) et sur des collaborations avec des chercheurs d'autres régions (INAF, Université de Montréal, etc.). Toutefois, la recherche de financement relèverait du parcours du combattant parce que les entreprises doivent s'adresser à de nombreux organismes de financement pour réussir à rassembler les fonds nécessaires et que cet exercice doit être recommencé pour chaque projet. Bien qu'elles reconnaissent obtenir une bonne écoute de la part de ces organismes, les entreprises ont exprimé le souhait qu'il y ait une **meilleure concertation entre les organismes de la région qui offrent ce type de fonds**, pour simplifier les démarches des entreprises. La méconnaissance des PFNL par les organismes de financement provinciaux a aussi été mentionnée comme frein à l'obtention de financement pour la recherche ou le développement de produits.

Les besoins en recherche et développement qui ont été évoqués concernent :

- les propriétés et les valeurs des molécules des champignons et autres plantes
- le développement de nouveaux produits
- la caractérisation des plantes et de leurs propriétés, pour répondre notamment aux exigences de Santé Canada
- les standards de qualité et les composés actifs des PFNL
- le développement de technologies pour neutraliser les parasites

Les enjeux de propriété intellectuelle ont également été évoqués, notamment à l'égard de la protection des savoirs traditionnels et les risques d'accaparement par les grandes entreprises biopharmaceutiques ou agroalimentaires.

### Questions

**Comment stimuler et favoriser les activités de recherche et de développement de produits dans la région? Est-il possible d'identifier une organisation qui pourrait jouer un rôle dans la coordination des fonds destinés aux entreprises de PFNL de la région? Comment assurer la protection des savoirs traditionnels?**

## 4.7 LA CONCERTATION

Le secteur des PFNL est un secteur éclectique qui comprend de nombreux sous-secteurs (champignons, petits fruits, plantes ou parties de végétaux) ayant chacun des problématiques spécifiques, des marchés de destination différents (alimentaire, non-alimentaire, de créneau, vendu en tant que produit fini ou comme intrant pour d'autres produits, etc.). Toutefois, ces sous-secteurs partagent un certain nombre de points en commun :

- Ils ne relèvent ni de l'agriculture, ni de la foresterie conventionnelle
- Ils font appel à des techniques de cueillette en milieu forestier ou ouvert
- L'offre de produits est saisonnière et la période de récolte de très courte durée
- L'exploitation commerciale des PFNL cohabite avec une activité de collecte récréative
- La ressource se trouve sur des territoires qui peuvent servir à différents usages et dont la propriété est souvent publique, ce qui soulève des enjeux d'accès à la ressource, de propriété de la ressource et de conservation de la ressource
- Il s'agit de secteurs naissants, dont les réseaux de commercialisation sont peu développés et les pratiques peu standardisées. Ils sont donc confrontés à des enjeux de regroupement de l'offre, de standardisation des pratiques et des caractéristiques des produits ainsi que de mise en marché du produit
- Les marchés de destination sont souvent à l'extérieur du Canada

Parce qu'ils partagent ces enjeux, les entreprises actives dans les différents produits forestiers non ligneux ont intérêt à se regrouper afin de mettre en commun leurs efforts pour travailler sur des thèmes d'intérêt commun à l'ensemble des entreprises de PFNL :

- La formation des cueilleurs
- La standardisation des pratiques
- La mise en place de normes et d'un cadre réglementaire favorable
- La représentation et la défense des intérêts du secteur des PFNL auprès des instances publiques et autres
- La mise en commun d'efforts pour le développement des marchés
- Etc.

Cela dit, la question du mode d'organisation du secteur constitue un enjeu d'importance. Comme il a déjà été mentionné, une initiative est en cours actuellement pour initier une structure de concertation provinciale.

### Questions

**Le secteur des PFNL du Saguenay-Lac-St-Jean doit-il consacrer ses efforts pour travailler à l'échelle régionale? Doit-il intégrer une organisation provinciale? Comment harmoniser les initiatives régionales avec les actions qui sont posées à l'échelle de la province, sachant que les ministères (MAPAQ, MRNF) ont signifié clairement qu'ils souhaitaient traiter avec un interlocuteur associatif et non une multitude d'interlocuteurs individuels?**

## 4.8 UN SECTEUR INSCRIT DANS L'ÉCONOMIE INFORMELLE

Certains intervenants gouvernementaux ont fait référence à de nombreuses reprises au travail au noir, voire à la culture de « *far west* » qui existerait dans certains segments du secteur des PFNL. Pour illustrer la situation, certains intervenants établissent un parallèle avec la situation qui prévalait dans le secteur acéricole avant l'avènement du plan conjoint pour organiser la mise en marché.

Par ailleurs, on assiste à un engouement pour la cueillette des PFNL de la part de la population qui s'inscrit dans la tendance actuelle vers les découvertes alimentaires. À ce chapitre, les cueilleurs ne font qu'imiter l'engouement des grands chefs pour ces produits du renouveau gastronomique (produits du terroir et de spécialité). Cet engouement contribue à faire connaître les PFNL et à éduquer la population en général.

### Questions

**Ce caractère « informel » de la cueillette constitue-t-il un enjeu du point de vue des entreprises du secteur? Si oui, quelle est l'ampleur du phénomène et quelles sont les conséquences pour le développement de l'industrie? Cela signifie-t-il uniquement que le secteur a besoin de se professionnaliser (sortir de l'informel)? Comment assurer que la professionnalisation du secteur ne freine le développement de la récolte de loisir ou agrotouristique?**

## 5. FORCES, FAIBLESSES, OPPORTUNITÉS ET MENACES DU SECTEUR DES PFNL DU SLSJ

Le portrait des entreprises du secteur des PFNL du SLSJ, le profil de l'industrie des PFNL au Canada et ailleurs dans le monde, l'analyse des tendances de marché et les consultations réalisées auprès des acteurs du secteur permettent de dégager les forces et faiblesses du secteur ainsi que les menaces et opportunités qui peuvent potentiellement favoriser ou entraver son développement.

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Présence des entreprises sur les marchés les plus en demande</li> <li>• Excellente notoriété des produits régionaux dans la région</li> <li>• Présence d'entreprises diversifiées</li> <li>• Haut niveau de scolarité des propriétaires et gestionnaires d'entreprises</li> <li>• Application des normes de salubrité dans la grande majorité des entreprises</li> <li>• Pratiques de traçabilité déjà implantées dans la majorité des entreprises</li> <li>• Volonté des intervenants régionaux de soutenir le développement du secteur</li> <li>• Grand dynamisme des acteurs dans la région et au Québec</li> <li>• Production secondaire pour une majorité d'entreprises (entreprises non spécialisées) ce qui leur permet de supporter le développement de ce nouveau créneau</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Secteur peu structuré et peu concerté</li> <li>• Absence de statut officiel et de représentation formelle dans le secteur</li> <li>• Jeunesse du secteur : plusieurs productions sont toujours au stade embryonnaire</li> <li>• Faible niveau de transformation des produits en région (valeur ajoutée)</li> <li>• Insuffisance des volumes récoltés</li> <li>• Problèmes de qualité du produit (champignons)</li> <li>• Faiblesse de l'organisation et de la planification de la cueillette dans la région</li> <li>• Faible pénétration des marchés interprovincial et international</li> <li>• Faible connaissance des PFNL par les consommateurs</li> <li>• Peu d'activités de promotion des PFNL</li> <li>• Mise en marché peu structurée, peu développée</li> <li>• Manque de connaissances des marchés et débouchés (huiles essentielles)</li> <li>• Volonté de concertation inégale chez les entreprises du secteur</li> <li>• Absence d'une vision commune du développement du secteur</li> <li>• Faible niveau d'organisation des entreprises lié à leur petite taille</li> <li>• Multiplication de petites entreprises et initiatives dispersées</li> </ul>

Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grande variété d'espèces disponibles et de débouchés associés</li> <li>• Potentiel de croissance important sur plusieurs marchés de PFNL</li> <li>• Demande supérieure à l'offre pour plusieurs produits</li> <li>• Potentiel de mise en commun des ressources des entreprises (travailleurs, équipements)</li> <li>• Croissance de l'immigration (grands consommateurs de PFNL)</li> <li>• Vieillesse de la population (PSN)</li> <li>• Croissance de la sensibilisation à la protection de l'environnement</li> <li>• Engouement de la population et des consommateurs pour les produits du terroir et les produits québécois (achat local)</li> <li>• Ouverture des grands chefs à la promotion des produits locaux</li> <li>• Tendance <i>foodies</i></li> <li>• Demande pour les produits naturels, biologiques et sauvages en croissance</li> <li>• Initiative de concertation en démarrage à l'échelle provinciale</li> <li>• Bon potentiel de développement dans le marché des HRI</li> <li>• Organismes de soutien au développement des collectivités (CLD, etc.) en faveur du développement des PFNL, surtout dans le Nord du SLSJ</li> <li>• Opportunités de financement disponibles pour la R&amp;D</li> <li>• Présence de plusieurs intervenants en R&amp;D</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de cueilleurs insuffisant pour répondre à la demande</li> <li>• Manque de connaissances sur les inventaires de PFNL disponibles (volumes et localisation)</li> <li>• Dispersion des approvisionnements</li> <li>• Difficultés d'accès au territoire et à la ressource (terres privées et éloignement de la ressource)</li> <li>• Faible encadrement réglementaire permettant de garantir une exploitation durable de la ressource</li> <li>• Forte proportion d'entreprises en démarrage (jeunesse des entreprises)</li> <li>• Concurrence des grandes entreprises</li> <li>• Protection de la propriété intellectuelle des savoir-faire traditionnels</li> <li>• Augmentation de la présence des produits importés sur le marché québécois</li> <li>• Concurrence des produits synthétiques et de synthèse (PSN et huiles essentielles)</li> <li>• Méconnaissance et difficulté d'accès au financement pour le développement du secteur</li> <li>• Faible niveau d'appui du gouvernement</li> <li>• Absence de données statistiques permettant de connaître et de suivre le développement du secteur et de ses entreprises</li> <li>• Exigences réglementaires difficiles à satisfaire dans certains secteurs (PSN)</li> <li>• Insuffisance des activités de R&amp;D pour appuyer le développement de nouveaux produits</li> </ul>

## 6. PLAN STRATÉGIQUE

---

La réalisation du diagnostic et la consultation des intervenants ont permis de cibler cinq grands axes d'intervention prioritaires pour assurer le développement des entreprises et du secteur des PFNL du Saguenay-Lac-St-Jean. Ces axes sont assortis d'objectifs et d'actions, auxquels ont été attribués un niveau de priorité et un échéancier. Les axes stratégiques sont les suivants :

- 1. RENFORCER LA CONCERTATION RÉGIONALE ET CRÉER UNE SYNERGIE AVEC LES AUTRES RÉGIONS PRODUCTRICES DE PFNL AU QUÉBEC**
- 2. ASSURER LA TRANSFORMATION EN RÉGION DES PRODUITS RÉCOLTÉS**
- 3. ASSURER LE SUCCÈS COMMERCIAL DES ENTREPRISES DE PFNL DU SLSJ PAR LE DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS**
- 4. DÉVELOPPER LES CAPACITÉS DE RÉCOLTE DE LA RESSOURCE PAR LE RECRUTEMENT ET LA RÉTENTION DE CUEILLEURS**
- 5. ASSURER UN APPROVISIONNEMENT EN QUANTITÉ ET EN QUALITÉ EN PRÉSERVANT LA PÉRENNITÉ DE LA RESSOURCE**

**PRIORITÉS, ÉCHÉANCIERS ET INDICATEURS DE SUIVI**

Ce plan peut paraître ambitieux, mais **la mise en œuvre des actions présente des niveaux de priorité différents** qui étalent les efforts et les coûts qui y sont rattachés. Chacune des actions a été classée selon un ordre de priorité, de 1 à 3 (1 étant la priorité la plus élevée). De la même façon, un échéancier de réalisation (court, moyen ou long terme) a été proposé. Ce dernier est basé sur :

- le sentiment d'urgence (exprimé pendant les consultations);
- le degré de préoccupation des acteurs;
- la complémentarité avec les initiatives en cours;
- la facilité et la rapidité de mise en œuvre.

Ces échéances de court, moyen ou long terme constituent également les balises pour suivre l'état d'avancement et la mise en œuvre du plan stratégique. Bien que la réalisation des actions serve en tant que tel d'indicateur de suivi, allant de complété à partiellement complété ou non entamé, des indicateurs de suivi plus formels pourront aussi être utilisés.

**RESPONSABILITÉ**

La responsabilité se présente ici sous deux formes : la responsabilité de réalisation désigne l'organisation ou le groupe qui a l'autorité et les ressources requises pour la mise en œuvre de l'action, alors que la responsabilité de représentation indique que les acteurs de l'industrie ne peuvent avoir de rôle décisionnel dans la réalisation de l'action, mais qu'ils peuvent seulement procéder à des activités de représentation. Le partage des responsabilités devra se faire par les acteurs de la filière. Il reviendra donc au comité de mise en œuvre du plan stratégique d'identifier des responsables pour chacune des actions ciblées.

## 6.1 AXE 1 : RENFORCER LA CONCERTATION RÉGIONALE ET CRÉER UNE SYNERGIE AVEC LES AUTRES RÉGIONS PRODUCTRICES DE PFNL AU QUÉBEC

Le secteur des PFNL du SLSJ est distinctif et bénéficie d'un positionnement avantageux et d'un haut niveau de reconnaissance dans sa région. Toutefois, il y a des avantages à s'intégrer au secteur Québécois et, à ce titre, l'initiative de création d'une table de concertation provinciale par le MAPAQ constitue une belle opportunité. Comment favoriser une image régionale forte tout en profitant des avantages que comporte la mise en commun des efforts à l'échelle québécoise? Le secteur des PFNL au SLSJ demeure de très petite taille. Or, pour faire valoir les intérêts des entreprises du secteur et s'assurer de l'écoute des interlocuteurs institutionnels (notamment gouvernementaux mais aussi de l'industrie forestière), il y a tout avantage à ce que les différentes régions se regroupent dans une organisation provinciale. À ce titre, la première étape est de distinguer les dossiers qui doivent être menés au niveau de la région de ceux que l'on a avantage à mener au niveau provincial.

Pour ce faire, la concertation à l'échelle régionale doit être d'abord renforcée. Si certains liens existent entre des entreprises et des intervenants de la région, beaucoup ne se connaissent pas. Le présent exercice contribue de manière importante à concerter les entreprises et cette concertation doit être maintenue et intensifiée, notamment entre les entreprises du Saguenay et celles du Lac-St-Jean et avec l'ensemble des intervenants qui gravitent autour de ces entreprises.

Objectifs spécifiques	Actions	Priorité	Responsable	Échéancier	Indicateurs de suivi
<b>Intensifier la concertation du secteur des PFNL dans le SLSJ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Créer une table de concertation régionale permanente pour les PFNL</li> </ul>	1		Fin 2012	
<b>Assurer l'efficacité et l'efficience des interventions du secteur des PFNL du SLSJ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Communiquer les priorités du secteur aux intervenants socio-économiques de la région</li> <li>Départager les dossiers qui doivent être traités à l'échelle régionale de ceux qui doivent être traités à l'échelle provinciale</li> </ul>	1 2		En continu	
<b>S'assurer d'une représentation forte dans l'éventuelle structure de concertation provinciale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identifier un ou des représentants dans la région qui apporteront à l'échelle provinciale les préoccupations et priorités des entreprises et acteurs de la région</li> </ul>	1		CT	
<b>Établir des liens avec les regroupements ou les initiatives de PFNL ailleurs au Québec</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Assurer une veille sur les initiatives et actions des autres régions</li> <li>Assurer un réseautage et un partage d'information avec les organisations des autres régions</li> </ul>	2 2		En continu	

## 6.2 AXE 2 : ASSURER LA TRANSFORMATION EN RÉGION DES PRODUITS RÉCOLTÉS

Une partie importante des PFNL, notamment alimentaires, sont vendus à l'état frais, pendant la saison de récolte. Ces produits sont majoritairement consommés à l'état frais, sous une forme non transformée. Plusieurs PFNL non alimentaires sont destinés à la transformation, notamment les PSN. Si la région veut maximiser les retombées de ses ressources en PFNL et développer des entreprises viables, qui opèrent à l'année, il est impératif de développer les capacités de transformation dans la région, tant pour les produits non alimentaires qu'alimentaires. La région peut déjà compter sur une expertise en R&D et en développement de produit ainsi que sur des capacités de transformation alimentaire. Ces atouts doivent être exploités et renforcés afin d'assurer le développement de la transformation des produits dans la région.

Objectifs spécifiques	Actions	Priorité	Responsable	Échéancier	Indicateurs de suivi
<b>Développer les capacités de transformation des produits en région</b>	• Inventorier les équipements de transformation déjà présents dans la région et faire circuler l'information	1		CT	
	• Examiner les collaborations possibles avec les transformateurs agroalimentaires déjà présents dans la région (p.ex. bleuets surgelés)	2		MT	
	• Si nécessaire, évaluer la faisabilité de se doter de capacités de transformation pour les champignons et autres PFNL	2		MT	
	• Identifier les meilleurs modèles d'affaires	2		MT	
	• Identifier les avantages stratégiques de la région pour intéresser les promoteurs	1		CT	
<b>Appuyer le développement de nouveaux produits et la diversification de l'offre de produits</b>	• Faire l'inventaire des programmes disponibles pour les entreprises de PFNL et faire circuler cette information auprès des entreprises	1		CT	
	• Améliorer la concertation entre les organismes de la région qui financent les projets pour simplifier la recherche de financement par les entreprises	1		CT	
	• Faire reconnaître les PFNL comme secteur admissible au programme de soutien aux initiatives sectorielles du MAPAQ	2		CT	
<b>Exploiter et développer l'expertise en R&amp;D de la région</b>	• Collaborer davantage avec les organisations qui détiennent des équipements (p. ex. La Sève, CINAC, CTA, etc.)	2		En continu	
	• Utiliser davantage les services des organisations actives dans les activités de R&D (p. ex. Forêts modèles, UQAC, INAF, CRBM, etc.)	2			
	• Sensibiliser les organisations actives en R&D au secteur de PFNL	3			
	• Faire connaître ces organisations auprès des jeunes chercheurs pour attirer les talents dans la région	3			
	• Mettre en commun les efforts et partager les résultats de recherche	2			

### 6.3 AXE 3 : ASSURER LE SUCCÈS COMMERCIAL DES ENTREPRISES DE PFNL DE LA RÉGION PAR LE DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS

Les PFNL de la région bénéficient d'une excellente notoriété sur le marché régional, sont distribués dans plusieurs commerces et sont utilisés par plusieurs restaurateurs. Si ce marché régional ne doit pas être négligé, les entreprises ne peuvent compter que sur le marché local pour assurer leur développement et leur rentabilité. Ceci est vrai pour les PFNL alimentaires et encore plus pour les PFNL non alimentaires. Pour garantir le succès commercial des entreprises de PFNL de la région, il faut donc développer les capacités de commercialisation, tant en matière de logistique qu'en matière de communication et de marketing. Les PFNL sont peu connus des consommateurs et de la population en général, ce qui constitue un défi supplémentaire pour la mise en marché des produits.

Objectifs spécifiques	Actions	Priorité	Responsable	Échéancier	Indicateurs de suivi
<b>Positionner les produits de la région sur un créneau de qualité et de proximité pour faire face à la concurrence étrangère</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Évaluer la pertinence de la création ou de l'intégration à une appellation, un logo ou une certification régionale (ex. Agroboreal)</li> <li>Développer des cahiers des charges pour certains produits</li> </ul>	2		MT	
		2		LT	
<b>Obtenir un appui au développement d'outils de commercialisation et de marketing</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Soutenir les entreprises dans les activités visant à commercialiser leurs produits (soutien financier, logistique et expertise)</li> </ul>	1		En continu	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identifier les besoins spécifiques des entreprises en matière de soutien à la commercialisation</li> </ul>	1		CT	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Explorer les possibilités de regroupements de mise en marché</li> </ul>	2		MT	
<b>Améliorer les connaissances des consommateurs et de la population à l'égard des PFNL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Poursuivre les activités de promotion dans la région</li> </ul>	1		En continu	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Soutenir les initiatives de promotion initiées à l'échelle provinciale</li> </ul>	2		En continu	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Obtenir une implication des gouvernements dans la promotion générique des PFNL du Québec</li> </ul>	3		MLT	
<b>Cibler les marchés les plus porteurs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Réaliser des études de marché pour les produits les plus prometteurs</li> </ul>	1		MT	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Faire connaître les PFNL et leurs potentiels d'utilisation auprès des industries utilisatrices (ex. cosmétiques, pharmaceutique)</li> </ul>	1		MLT	
<b>Renforcer les capacités de gestion et de mise en marché des entreprises</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Obtenir un appui gouvernemental (accès aux programmes de soutien et d'accompagnement au démarrage)</li> </ul>	1		MT	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sensibiliser les entrepreneurs à l'importance de se former</li> </ul>	1		En continu	
<b>Renforcer le caractère et l'intérêt agrotouristique des PFNL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Entreprendre des démarches auprès des organismes qui font la promotion du tourisme dans la région pour inclure la récolte et la consommation de PFNL dans les activités incluse dans l'offre touristique</li> </ul>	2		MT	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Poursuivre les démarches auprès des HRI de la région pour inclure des produits régionaux dans leurs menus</li> </ul>	1		En continu	

#### 6.4 AXE 4 : DÉVELOPPER LES CAPACITÉS DE RÉCOLTE DE LA RESSOURCE PAR LE RECRUTEMENT ET LA RÉTENTION DE CUEILLEURS

La récolte du produit en forêt constitue la base de la filière des PFNL. À ce titre, le recrutement et la formation de cueilleurs représentent des défis quotidiens pour plusieurs entreprises de PFNL. Certaines entreprises ont mis de l'avant des solutions novatrices permettant d'attirer et de conserver des cueilleurs, par exemple, en combinant différentes activités permettant d'offrir aux cueilleurs du travail sur une plus longue période. Par ailleurs, une partie de l'approvisionnement repose sur des cueilleurs « amateurs » qui n'en feront jamais leur activité principale. Pour assurer un produit de qualité, il faut trouver des solutions simples et accessibles de formation qui respecteront le caractère secondaire de cette activité pour ces cueilleurs mais qui permettront de s'assurer d'obtenir un produit de qualité, répondant aux critères minimaux de salubrité, d'innocuité et de conservation.

Objectifs spécifiques	Actions	Priorité	Responsable	Échéancier	Indicateurs de suivi
<b>Assurer le recrutement de nouveaux cueilleurs</b>	• Sensibiliser et faire connaître les PFNL aux travailleurs et à la population locale	2		En continu	
	• Promouvoir le caractère attractif du métier de cueilleur et des activités de cueillette en forêt	1		En continu	
	• S'inspirer des autres secteurs économiques ayant recours au travail saisonnier pour identifier des solutions au recrutement et à la rétention des cueilleurs (p.ex. Chantier sur la saisonnalité)	1		MT	
	• Explorer les possibilités de support de la part d'un Comité sectoriel de main-d'œuvre	1		CT	
<b>Assurer la formation des cueilleurs</b>	• Développer des outils de formation adaptés aux différents types de cueilleurs (amateurs, professionnels, propriétaires de boisés privés)	2		MLT	
	• Soutenir les organisations dans l'élaboration de formations-maison de qualité	2		En continu	
	• Élaborer ou adapter les formations actuelles pour inclure un plus grand nombre de PFNL	2		LT	
	• S'assurer que les financements disponibles sont adaptés aux besoins spécifiques des entreprises (ex. CLÉ)	1		CT	
<b>Identifier et mettre en œuvre des moyens pour allonger la durée de la période de travail et créer des emplois de qualité</b>	• Établir des contacts avec les secteurs d'activité qui présentent les mêmes enjeux (Bleuet, Forêt, Agriculture, Tourisme)	2		MT	
	• Mettre en place un guichet unique d'offres d'emploi pour les travailleurs saisonniers (Coll. CSMO?)	2		LT	
	• Identifier et mettre en œuvre différents moyens permettant de créer des emplois de qualité (p. ex. emplois multifonctions)	1		En continu	

## 6.5 AXE 5 : ASSURER UN APPROVISIONNEMENT EN QUANTITÉ ET EN QUALITÉ EN PRÉSERVANT LA PÉRENNITÉ DE LA RESSOURCE

L’approvisionnement en quantité et en qualité est une condition essentielle au succès des entreprises de PFNL de la région. Pour assurer leur développement, les entreprises doivent pouvoir avoir accès à un volume suffisant et à une qualité de produit adéquate. Pour ce faire, elles doivent pouvoir localiser la ressource et avoir accès au territoire pour effectuer la récolte. Certaines entreprises ont également exprimé le besoin de regrouper un volume critique de produit pour permettre d’approvisionner leurs clients en quantité suffisante et de manière régulière, en produits frais ou transformés. Les solutions envisagées pour répondre à ce besoin doivent toutefois respecter la pluralité des entreprises et des modèles d’affaires présents dans la région. Enfin, bien que la problématique ne soit pas encore criante dans la région, il faut s’assurer que la récolte des PFNL soit effectuée dans une perspective de préservation de la ressource et des écosystèmes.

Objectifs spécifiques	Actions	Priorité	Responsable	Échéancier	Indicateurs de suivi
<b>Améliorer l’accès à la ressource</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Soutenir les initiatives provinciales visant à planifier et organiser les activités de récolte (accès au territoire, localisation de la ressource, cartographie, protection, estimation des potentiels, etc.)</li> </ul>	1		En continu	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Participer activement à la gestion concertée du territoire forestier en étant présent dans les instances décisionnelles régionale (CRRNT) et locale (TGIRT)</li> </ul>	1		En continu	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sensibiliser les propriétaires de boisés privés à la présence des PFNL sur leurs terres et au potentiel que représente la ressource pour le développement du secteur des PFNL de la région</li> </ul>	1		MT	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mettre en œuvre des moyens pour améliorer l’accès à la ressource sur les terres privées</li> </ul>	1		MT	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Évaluer les différents moyens/modèles pour augmenter les volumes d’approvisionnement en PFNL et définir une stratégie en conséquence</li> </ul>	1		LT	
<b>Assurer aux entreprises un approvisionnement de qualité</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sensibiliser les cueilleurs aux impacts de la qualité sur les étapes en aval de la récolte</li> </ul>	1		En continu	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Champignons : appuyer l’initiative visant la mise en place d’un cahier des charges pour la manutention des champignons forestiers</li> </ul>	1		En continu	

Objectifs spécifiques	Actions	Priorité	Responsable	Échéancier	Indicateurs de suivi
<b>Préserver la pérennité de la ressource</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>S'assurer que les activités de récolte sont effectuées de manière à préserver la pérennité de la ressource</li> </ul>	1		En continu	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sensibiliser les autres acteurs de la forêt (p. ex. les exploitants forestiers) à la présence et la préservation des PFNL</li> </ul>	2		En continu	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Prendre part à la réflexion sur les moyens pour encadrer l'activité de cueillette pour les PFNL sensibles</li> </ul>	2		MT	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rassembler et compléter les connaissances existantes sur les enjeux de préservation de la ressource</li> </ul>	3		LT	

# **ANNEXE 1**

## **LISTE DES INTERVENANTS RENCONTRÉS**

---

## LISTE DES INTERVENANTS RENCONTRÉS

Nom	Organisation
Aldé Gauthier	Conférence Régionale des Élus du Saguenay-Lac-St-Jean
Aldé Darveau	Comité Forêt-Environnement de St-Thomas-Didyme, ACCHF et Champignon nordiques
André Gagnon	MAPAQ, Direction régionale Saguenay-Lac-St-Jean-Côte-Nord
Andrée Pilote	CLD Lac-St-Jean-Est
Cindy Vaillancourt	Coopérative forestière Girardville
Fabien Girard	Coopérative de solidarité des PFNL
Ghislain Tremblay	CLD Maria-Chapdelaine
Guy Martin	Coopérative forestière de Rivière-aux-saumons
Isabelle Gaudreault	Forêts habitées Lasim
Isabelle Tremblay-Rivard	Créneau d'excellence Agroboreal
Jacques Tremblay	Syndicat des producteurs de bois du SLSJ
Jérôme Simard	Coopérative forestière Girardville
Luc Godin	Au p'tit grèbe
Luc Simard	Groupe AGIR
Marc Coulombe	CLD Domaine-du-Roy
Marc-André Doyon	CINAQ
Maude Dufour	Cégep de St-Félicien
Mélanie Sheehy	Coopérative forestière Ste-Rose-du-Nord
Réjean Pilote,	CLD Ville de Saguenay
Serge Harvey	Forêt modèle du Lac-Saint-Jean
Simon-Pierre Murdock	Morille Québec

## BIBLIOGRAPHIE

---

### DOCUMENTS

AGRICULTURE ET AGROALIMENTAIRES CANADA. *Le portrait de l'agroforesterie au Québec*, mars 2007, [http://www4.agr.gc.ca/ressources/prod/doc/terr/pdf/som\\_portrait\\_qc\\_final\\_f.pdf](http://www4.agr.gc.ca/ressources/prod/doc/terr/pdf/som_portrait_qc_final_f.pdf). Consulté en ligne en juillet 2012.

ALLIANCE CANADIENNE DE L'HORTICULTURE ORNEMENTALE. *L'incidence de l'horticulture ornementale sur l'économie du Canada*, janvier 2009, <http://www.coha-acho.ca/pdf/Final%20Report%202009-04-27.fr.pdf>. Consulté en ligne en juillet 2012.

CEPAF. *Mise en valeur des produits forestiers non ligneux*, avril 2008, [http://www.bioperre.com/medias/public/ldv\\_4bacea1e03ac7\\_Etude\\_de\\_marche\\_sur\\_les\\_PFNL\\_-\\_mise\\_en\\_valeur\\_DEC.pdf?phpMyAdmin=x%2CheaiQ6owvXaxyRhb33pv4tzh9](http://www.bioperre.com/medias/public/ldv_4bacea1e03ac7_Etude_de_marche_sur_les_PFNL_-_mise_en_valeur_DEC.pdf?phpMyAdmin=x%2CheaiQ6owvXaxyRhb33pv4tzh9). Consulté en ligne en juillet 2012.

COMMISSION SUR LES RESSOURCES NATURELLES ET LE TERRITOIRE, *Les produits forestiers non ligneux, un potentiel à développer*, <http://www.crecn.qc.ca/fichiers-contribute/8-PFNL.pdf>. Consulté en ligne en juillet 2012.

DARVEAU, Aldéi. *Étude de faisabilité – Champignons forestiers et pfnl, Éléments d'un modèle de commercialisation collective*, novembre 2010/rév. 2011.

FAO. Département des forêts, *Produits forestiers non ligneux*, 2007, <http://foris.fao.org/static/pdf/infonotes/infofaofrench-produitsforestiersnonligneux.pdf>. Consulté en ligne en juillet 2012.

GÉVRY, Marie-France. *Projet de mise en valeur de produits forestiers non-ligneux dans la communauté de Saint-Thomas-Didyme : les champignons forestiers comestibles*, mars 2009.

GROUPE DE TRAVAIL SUR LA MISE EN MARCHÉ DES PRODUITS DE SPÉCIALITÉ. Tome 2, *Rapport documentaire : problématiques, pratiques commerciales et modèles d'affaires en vente directe, réseaux courts et longs*, 2011. Consulté en ligne en juillet 2012.

LEBEL, Frédéric. CEPAF, *Les possibilités de commercialisation des pfnl et produits sauvages*, présentation power point.

LEGAL, Gérald. *L'évolution du secteur des PFNL au Québec*, présentation lors du colloque sur les PFNL à Mont-Laurier, février 2011.

MAMROT. Réussites rurales, *Produits forestiers non ligneux : nouvelle économie forestière*, <http://www.mamrot.gouv.qc.ca/developpement-regional-et-rural/ruralite/reussites-rurales/produits-forestiers-non-ligneux-nouvelle-economie-forestiere/>. Consulté en ligne en juillet 2012.

MAPAQ et ISQ. *Profil sectoriel de l'industrie horticole au Québec*, édition 2012, [http://www.stat.gouv.qc.ca/publications/ind\\_bioalimentaire/pdf/Profil\\_horticole\\_2012.pdf](http://www.stat.gouv.qc.ca/publications/ind_bioalimentaire/pdf/Profil_horticole_2012.pdf). Consulté en ligne en juillet 2012.

MDDEP. *Plantes menacées ou vulnérables au Québec*, <http://www.mddep.gouv.qc.ca/biodiversite/especes/index.htm>. Consulté en ligne en juillet 2012.

MDEIE. *Les produits de santé naturels, des occasions d'affaires à exploiter*, 2010.

MEDIAFLOR. *10 Tendances structurantes pour l'horticulture ornementale*, publié par Brand le mars 8, 2012, <http://www.medioflor.com/2012/03/10-tendances-structurantes-pour-lhorticulture-ornementale/>. Consulté en ligne en juillet 2012.

MRNF 2010, *Guide sur la gestion intégrée des ressources et du territoire : son application dans l'élaboration des plans d'aménagement forestier intégré*. <http://www.mrnf.gouv.qc.ca/publications/forets/amenagement/guide-GIRT.pdf>. Consulté en ligne en juillet 2012. Consulté en ligne en juillet 2012.

THÉBERGE, Gille. *Portrait de la forêt centricoise dans le cadre du Plan régional de développement intégré des ressources et du territoire du Centre-du-Québec*, novembre 2009, <http://cre.centre-du-quebec.qc.ca/client/uploads/317/104675587714022.pdf>. Consulté en ligne en juillet 2012.

RESSOURCES NATURELS CANADA. *L'état des forêts au Canada*, rapport annuel de 2007, <http://cfs.nrcan.gc.ca/pubwarehouse/pdfs/27511.pdf>. Consulté en ligne en juillet 2012.

SANTÉ CANADA, Direction des produits de santé naturels. *Demande de certificat de commerce international pour les produits de santé naturels*, avril 2010, [http://www.hc-sc.gc.ca/dhp-mps/alt\\_formats/pdf/prodnatur/applications/int-certificat/doc/itc\\_cci-pol-fra.pdf](http://www.hc-sc.gc.ca/dhp-mps/alt_formats/pdf/prodnatur/applications/int-certificat/doc/itc_cci-pol-fra.pdf). Consulté en ligne en juillet 2012.

SANTÉ CANADA. *Réglementation des produits de santé naturels (PSN) au Canada : mythes et réalités*, 2012, <http://hc-sc.gc.ca/dhp-mps/prodnatur/about-apropos/nhp-myth-psn-fra.php>. Consulté en ligne en juillet 2012.

THE FREEDONIA GROUP. *World Flavors and Fragrance, Industry Study with Forecasts for 2014 & 2019*, August 2010, 368 pages, <http://www.freedoniagroup.com/brochure/26xx/2673smwe.pdf>. Consulté en ligne en juillet 2012.

UNIVERSITÉ DE MONCTON. *Étude de pré faisabilité pour la valorisation des produits forestiers non ligneux dans le nord du Nouveau-Brunswick*, 31 mars 2011, <http://www.umoncton.ca/umce-foresterie/files/umce-foresterie/wf/wf/pdf/ValorisationPFNL.pdf>. Consulté en ligne en juillet 2012.

**SITES INTERNET**

ALIMENTS DU QUÉBEC. Site officiel, <http://www.alimentsduquebec.com/>. Consulté en août 2012.

ARCTIC-FLAVOUR. Site officiel, <http://www.arctic-flavours.fi/fr/arktiset+aromit/notre+association/>. Consulté en août 2012.

BUY BC WILD. Site officiel, <http://www.buybcwild.com/>. Consulté en août 2012.

ÉCOCERT. Site officiel, <http://www.ecocert.com/>. Consulté en août 2012.

FROM OUR ATLANTIC WOODS. Site officiel, <http://www.fromouratlanticwoods.com/fr/index.php>. Consulté en août 2012.

MINISTRY OF FORESTS, LANDS AND NATURAL RESOURCE OPERATIONS. Non-Timber Forest Products, <http://www.for.gov.bc.ca/hre/ntfp/>. Consulté en août 2012.

FSC. Site officiel, <http://www.fsc.org/certification.4.htm>. Consulté en août 2012.

ICRIQ. Site officiel, <http://www.icriq.com/fr/>. Consulté en août 2012.

QUÉBECVRAI. Site officiel, <http://www.quebecvrai.org/>. Consulté en août 2012.

OMRI. Site officiel, <https://www.omri.org/>. Consulté en août 2012.

NTFP Network of Canada, Réseau Canadien des PFNL, <http://www.ntfpnetwork.ca/fr/>. Consulté en août 2012.

REFORESTING SCOTLAND. Site officiel, <http://www.reforestingscotland.org/index.php>. Consulté en août 2012.

RESSOURCES NATURELLES CANADA. <http://scf.rncan.gc.ca/pages/150>. Consulté en août 2012.

**BANQUE DE DONNÉES**

STATISTIQUE CANADA. Base de données sur le commerce international canadien de marchandises, Tableau 980-0033. Exportations domestiques - Huiles essentielles et résinoïdes; produits de parfumerie ou de toilette préparés et préparations cosmétiques.